



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

NOELLE RIGEL DE OLIVEIRA CIDADE

DIMENSÕES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NO COMPORTAMENTO DE
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS

FORTALEZA

2018

NOELLE RIGEL DE OLIVEIRA CIDADE

DIMENSÕES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NO COMPORTAMENTO DE
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS

Monografia apresentada ao curso de Administração, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

FORTALEZA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C51d Cidade, Noelle Rigel de Oliveira.
 DIMENSÕES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NO COMPORTAMENTO DE CONSUMIDORES DE
 ALIMENTOS SAUDÁVEIS / Noelle Rigel de Oliveira Cidade. – 2018.
 53 f. : il.

 Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,
 Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2018.
 Orientação: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

 1. Dimensões do consumo sustentável. 2. Alimentação saudável. 3. Comportamento do consumidor. I.
 Título.

CDD 658

NOELLE RIGEL DE OLIVEIRA CIDADE

DIMENSÕES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NO COMPORTAMENTO DE
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS

Monografia apresentada ao curso de Administração, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

Aprovada em: 06/12/2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dra. Cláudia Buhamra Abreu Romero
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Professor Hugo Osvaldo Acosta Reinaldo
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

A meus amigos e familiares.

A todos aqueles que acreditam que a mudança
começa a partir de si.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, que ao longo de toda minha jornada estudantil sempre ressaltaram a importância do estudo e de como por meio dele alcançaria todos os meus objetivos, além de sempre fornecerem apoio incondicional, principalmente nos últimos anos à distância; muito obrigada por todos os sacrifícios feitos, sei que não foram poucos. A toda minha família que de alguma forma me incentivou a chegar aonde estou.

Aos meus colegas de turma, por compartilharem todas as angústias e alegrias em torno de cada disciplina superada. Às minhas amigas, companheiras desde o colégio, que ao longo dos anos foram meu alicerce, me impedindo de desistir ou de deixar de acreditar no meu potencial.

Ao meu orientador, Professor Diego de Queiroz, por toda a prontidão e esmero em me guiar durante a elaboração deste trabalho. A todos os professores, pois, graças às suas aulas inspiradoras, me motivaram a ser uma excelente profissional e a sempre superar novos desafios.

E, por fim, agradeço à Universidade Federal Ceará, esta não somente forneceu amparo, mas propiciou experiências alheias a sala de aula que me mudaram por completo, além de já ser o meu sonho antes mesmo que eu o soubesse.

“Há dentro de nós uma chama sagrada coberta pelas cinzas do consumismo, da busca de bens materiais, de uma distraída das coisas essenciais. É preciso remover tais cinzas e despertar a chama sagrada. E então irradiaremos. Seremos como um Sol”.

(Leonardo Boff)

RESUMO

Pretende-se com esta pesquisa, analisar como os consumidores compreendem o conceito de alimentação saudável para, assim, identificar as principais características do comportamento do consumidor de alimentos saudáveis no que se refere às dimensões do consumo sustentável: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade. No que concerne aos aspectos metodológicos da pesquisa, esta classifica-se como exploratória e de abordagem qualitativa, e para alcançar os resultados, realizou-se entrevistas semiestruturadas. Os resultados obtidos apontam que indivíduos com hábitos alimentares saudáveis são sensíveis às questões em torno do consumo sustentável, mesmo que não estejam por completo conscientes sobre os impactos ambientais causados por suas ações. Ademais, apesar da sensibilidade, comprovou-se que algumas das dimensões ainda possuem barreiras a serem vencidas. Os entrevistados sinalizaram ser positivos principalmente em relação ao uso de embalagens recicláveis e reconhecem a boa postura de empresas com apelo ambiental; quanto à economia de recursos, todos os entrevistados afirmaram controlar o consumo de água e energia elétrica. A dimensão da reciclagem foi a mais deficiente, nem todos os respondentes citaram realizar a separação efetiva de materiais; e por fim, a frugalidade apresentou-se por meio da reutilização de objetos e a compra de produtos usados, principalmente.

Palavras-chave: Dimensões do consumo sustentável. Alimentação saudável. Comportamento do consumidor.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze how consumers understand the concept of healthy food in order to identify the main characteristics of the behavior of the consumer of healthy foods with regard to the dimensions of sustainable consumption: ecological awareness, resource saving, recycling and frugality. As far as the methodological aspects of the research are concerned, it is classified as exploratory and of a qualitative approach, and in order to achieve the results, semi-structured interviews were carried out. The results obtained indicate that individuals with healthy eating habits are sensitive to the issues surrounding sustainable consumption, even if they are not fully aware of the environmental impacts caused by their actions. In addition, despite the sensitivity, it was verified that some of the dimensions still have barriers to be overcome. The respondents indicated that they were positive mainly regarding the use of recyclable packaging and recognized the good posture of companies with environmental appeal; in terms of resource saving, all respondents said they controlled water and electricity consumption. The size of the recycling was the most deficient, nor were all respondents cited to carry out the effective separation of materials; and finally, frugality was presented through the reuse of objects and the purchase of used products, mainly.

Keywords: Dimensions of sustainable consumption. Healthy eating. Consumer behavior.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Escala de consumo sustentável e principais autores	21
Quadro 2	– Perfil dos entrevistados	26
Quadro 3	– Roteiro de entrevistas	28
Quadro 4	– Resumo dos conceitos sobre alimentação saudável	31
Quadro 5	– Resumo do comportamento em relação a dimensão da consciência ecológica	35
Quadro 6	– Resumo do comportamento em relação a dimensão da economia de recursos	39
Quadro 7	– Resumo do comportamento em relação a dimensão da reciclagem	42
Quadro 8	– Resumo do comportamento em relação a dimensão da frugalidade	45

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1	Consumo sustentável e suas proposições	13
2.2	Dimensões do Consumo Sustentável	16
2.2.1	<i>Consciência Ecológica</i>	16
2.2.2	<i>Economia de Recursos</i>	18
2.2.3	<i>Reciclagem</i>	19
2.2.4	<i>Frugalidade</i>	20
2.3	Consumo Sustentável sob a ótica da alimentação saudável	22
3	METODOLOGIA	25
3.1	Coleta de dados	25
3.2	Sujeitos da pesquisa	26
3.3	Instrumento de coleta de dados	26
3.4	Análise dos dados	29
4	ANÁLISE DE RESULTADOS	30
4.1	Conceitos de alimentação saudável	30
4.2	Características da consciência ecológica	32
4.3	Características da economia de recursos	36
4.4	Características da reciclagem	40
4.5	Características da frugalidade	42
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
	REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

O modelo econômico adotado pela sociedade atual induz os altos níveis de consumo em larga escala, trazendo consigo danos ao meio ambiente. Por isso, práticas que visam o alcance da sustentabilidade aumentaram nas últimas décadas e, por consequência, diversos setores da sociedade, incluindo setores econômicos, procuraram formas de compreender melhor o significado desse termo e inseri-lo em suas políticas empresariais (GOMES, 2006)

Nesse contexto, emerge o consumidor sustentável, aquele que questiona os impactos de suas ações sobre o meio ambiente e o desenvolvimento da sociedade alinhado ao desenvolvimento sustentável. O indivíduo que se encaixa nesse perfil ampara-se na ética cidadã para justificar seu engajamento social. Nesse caso, o consumo assume a característica do equilíbrio, ou seja, o consumo irá ocorrer, mas por meio da utilização dos recursos naturais sem comprometer as gerações futuras e promovendo uma melhor qualidade de vida (OLIVEIRA; CÂNDIDO; GÓMEZ, 2011). Ribeiro e Veiga (2011) definem em sua literatura as dimensões do consumo sustentável em: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e, por fim, frugalidade.

A consciência ecológica apoia-se principalmente na preferência dos consumidores por produtos, bens e serviços ecologicamente corretos, enquanto a economia de recursos aborda a redução do consumo de recursos naturais, como água e energia elétrica. A reciclagem retrata como objetos são descartados e qual destinação é a mais adequada para cada tipo de material, por último, a frugalidade representa a adoção de um estilo de vida menos consumista alcançado por meio do reuso de objetos e compras de produtos usados (RIBEIRO; VEIGA, 2011).

Segundo Silva (2011), para que o consumo sustentável e suas acepções sejam postas em prática, é necessário que as organizações envolvidas nas cadeias produtivas assumam a sua responsabilidade e reconheçam o seu papel, pois, apesar de ser um processo de mudanças culturais e sociais, diferentes autores reconhecem que o posicionamento dos *stakeholders* na discussão do consumo sustentável é fundamental para o estabelecimento de compromissos e responsabilidades.

Ademais, de acordo com De Toni, Larentis e Mattia (2012), o consumo sustentável relaciona-se principalmente a um estilo de vida que busca valorizar a responsabilidade ambiental, observando os impactos que um produto pode ter sobre o meio ambiente e se comprometendo com a preservação de um meio social com maior qualidade de

vida. É válido ressaltar que o consumo desses produtos e serviços abrange diferentes setores comerciais, como, por exemplo, o de produtos alimentícios.

No caso de produtos alimentícios, Krischkel e Tomiello (2009) afirmam que vem surgindo uma nova consciência alimentar que inclui o conhecimento de como, onde e de que modo os alimentos são produzidos e comercializados, confirmando as definições de consumo sustentável. Portilho (2008) afirma que mudanças nos hábitos alimentares vão além dos aspectos nutricionais, sanitários e simbólicos, mas incorpora preceitos éticos, políticos e ideológicos, relacionando assim, a alimentação ao preparo dos alimentos, a preservação ambiental em sua cadeia produtiva e a valorização dos produtores locais.

Dado o destaque aos consumidores de alimentos saudáveis, esta pesquisa tem como foco o aprofundamento das análises do comportamento deste tipo de consumidor, tendo como questão de pesquisa: Quais as principais características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere às dimensões do consumo sustentável? Seu objetivo geral, portanto, consiste em analisar as principais características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere às dimensões do consumo sustentável.

Para responder à questão de pesquisa proposta e atender ao seu objetivo geral, esta pesquisa irá, primeiramente, verificar o que os consumidores entendem por ter uma alimentação saudável, e assim, partir para as dimensões do consumo sustentável, propostas por Ribeiro e Veiga (2011), tendo, portanto, como objetivos específicos:

- a) Analisar como os consumidores compreendem o conceito de alimentação saudável;
- b) Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à consciência ecológica;
- c) Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à economia de recursos;
- d) Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à reciclagem;
- e) Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à frugalidade.

O referido objeto de estudo, consumo sustentável praticado por consumidores de alimentos saudáveis, pode ser justificado em sua relevância, pois, segundo Leme (2014), o consumo em si é um dos grandes pilares da sociedade atual, no entanto, faz-se necessário repensar o modo como este tem sido aplicado, o que afeta os meios de produção e que pode

gerar desequilíbrios ambientais. Ademais, nesse contexto, o consumidor possui a capacidade de repensar suas opções sob a ótica de minimização dos impactos negativos dos seus atos de consumo.

A respeito dos aspectos metodológicos dessa pesquisa, essa se utiliza de uma abordagem qualitativa visando possibilitar o aprofundamento na análise desse tipo de comportamento (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Como método de coleta de dados, são utilizadas entrevistas semiestruturadas, com foco nas dimensões apresentadas, junto a indivíduos que praticam a alimentação saudável.

Este trabalho está dividido em cinco seções. A primeira compreende o tema escolhido, o contexto em que está inserido e sua justificativa, bem como os objetivos propostos. Em seguida, surge o referencial teórico que explana sobre os seguintes tópicos: consumo sustentável, as dimensões do consumo sustentável e a alimentação saudável sob a ótica do consumo sustentável. A terceira seção, por sua vez, apresenta a metodologia e seus respectivos procedimentos. Em seguida, fora feita análise dos dados coletados e, por fim, estão dispostas as conclusões obtidas e as referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Na seção a seguir são expostas as correntes acadêmicas que versam sobre o consumo sustentável e sobre suas implicações no dia a dia. Além disso, também são descritas as dimensões do consumo sustentável e sua relação com a alimentação saudável.

2.1 Consumo sustentável e suas proposições

O consumo em si assume um papel fundamental na formação da sociedade, onde o ato de consumir faz parte da criação de significados na vida dos indivíduos e que sua afirmação social ocorre por meio dos hábitos de consumo (BARROS; COSTA, 2008). Monteiro *et al.* (2008) afirmam que apesar do estilo de vida contemporâneo adotado pela sociedade, onde o consumo é um dos pilares, está ocorrendo uma mudança de paradigmas que leva a uma maior conscientização sobre os malefícios que esses hábitos trazem ao meio ambiente e levam a degradação ambiental. É possível identificar um despertar de consciência nos consumidores sobre a necessidade de comportamentos ecologicamente corretos, mesmo que num ritmo desacelerado, o que gera, por consequência, pressões sociais e governamentais para que as empresas em geral estejam alinhadas a esses novos preceitos.

De acordo com Gomes (2006), o modelo econômico em vigência proporciona altos níveis de consumo, de modo que, ao longo dos anos, torna-se insustentável manter esse padrão. O consumo sustentável que emerge nessa perspectiva nasce a partir da necessidade de utilizar os recursos naturais disponíveis sem comprometer as gerações futuras.

No entanto, a mudança de comportamento entre os consumidores é um processo árduo e com muitas etapas que requer sensibilização e mobilização por diferentes instituições que compõe a sociedade, pois, o consumidor talvez até seja a parte mais vulnerável em relação ao consumo, mas seu poder emerge na possibilidade de escolha de diferentes produtos e serviços oferecidos no mercado (GOMES, 2006). Para Furriela (2001), esse despertar de consciência é resultado de um trabalho de formação onde os indivíduos reconhecem seu papel de ferramenta para transformações sociais e conhecem as implicações de seus atos de consumo.

Assim, quando o consumidor desperta sua consciência para os impactos positivos e negativos gerados por seus hábitos diários, este pode escolher maximizá-los ou minimizá-los por meio de suas escolhas no momento da compra, da escolha de fornecedores e marcas, além de como será descartado após o uso (TÓDERO, 2009).

As discussões sobre consumo sustentável caracterizam-se por debates que se

perpetuam ao longo dos anos e que apresentam grande polissemia em seus termos e respectivos significados (COSTA; TEODÓSIO, 2011). Para tanto, Oliveira, Correia e Gomez (2018), afirmam que conceitos como “consumo verde”, “consumo ético”, “consumo responsável” e “consumo consciente” surgiram na tentativa de explicar e solucionar os impactos no meio ambiente em decorrência do avanço dos padrões de consumo.

Para Portilho (2004), o consumo verde surge a partir da década de 1970 com a proliferação do movimento ambientalista, onde ações cotidianas assumiram uma nova postura ao demonstrar preocupação com os impactos ambientais causados. O consumidor verde foi definido como o indivíduo que em seu processo de decisão de compra, considera além da qualidade/preço, também a variável ambiental, neste caso, há predileção por produtos que não agredem o meio ambiente e as marcas que vão contra esses ideais, são substituídas. Entretanto, ainda de acordo com o referido autor, a definição do consumo verde é pouco abrangente, já que a mudança ocorreria apenas no ato da compra, desconsiderando os processos produtivos e de distribuição, além do que não haveria redução do consumo, apenas uma troca por marcas que demonstram um certo nível de preocupação com o meio ambiente.

O consumo ético, por sua vez, reflete sobre uma mudança na cultura do consumo, de modo a propor que o ato de comprar, ou não, possui implicações ambientais, econômicas, sociais e culturais, ou seja, o consumidor pensa seus atos e os efeitos que estes trarão, como por exemplo, o tratamento que os funcionários que estão envolvidos na produção recebem (HARRISON; NEWHOLM; SHAW, 2005). Paralela a esta definição o consumo responsável pode ser entendido como, segundo Oliveira *et al.* (2014), o ato de consumir considerando as consequências sociais e fazer uso do poder de comprar para possibilitar mudanças globais.

O Instituto Akatu (2005) traz o conceito de consumo consciente como sendo o ato ou decisão de consumo praticado por um indivíduo, considerando o equilíbrio entre sua satisfação pessoal e os impactos socioambientais dessa decisão. Assim, o consumo consciente pode ser descrito como a contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida do planeta. O consumo consciente deve ser posto em prática diariamente, levando em conta os impactos positivos e negativos da compra, uso ou descarte de produtos ou serviços, ou pela escolha das empresas da qual comprar, em função de seu compromisso com o meio ambiente e com a preservação ambiental.

Por fim, o consumo sustentável, na tentativa de aperfeiçoar as definições anteriores e englobar aspectos mais amplos, define-se como o uso de bens ou serviços, atendendo as necessidades básicas e melhorando a qualidade de vida dos indivíduos de maneira diária, enquanto reduzem os níveis de consumo de recursos naturais e por

consequência, diminuindo a geração de resíduos e a emissão de poluentes em todo ciclo de produção, para que as gerações futuras e suas respectivas necessidades não sejam comprometidas (YOSHIMUCHI, 2018).

Furriela (2001, p. 52) confirma que tais ações cotidianas devem:

[...] ser promovidas no nível micro e macro, ou seja, desde o lar ou local de trabalho ou estudo até as empresas e instâncias públicas, nacionais e internacionais. Os bens e serviços disponíveis no mercado devem se tornar “mais limpos” e eficientes, mas o padrão de consumo deve ser monitorado e controlado constantemente, para evitar um aquecimento do consumo, mesmo que de bens ecologicamente adequados.

É necessário, dessa forma, controlar os padrões de consumo, para atender essa nova modalidade de uso dos bens: “O consumo sustentável não é uma quantidade específica entre o baixo consumo causado pela pobreza e o super consumo gerado pela riqueza, mas um padrão de consumo diferente para todos os níveis de renda pessoal”. (GONÇALVES-DIAS; MOURA, 2007, p. 5).

Não obstante, vale ressaltar que Ribeiro e Veiga (2011) afirmam que apesar da proposição de novas definições e aspectos do consumo sustentável, ainda é importante aprofundar as pesquisas acerca do tema, aspirando novos métodos que influenciem consumidores pouco sensíveis às questões ambientais ou indiferentes, para que esses, no futuro, também possam reduzir os impactos prejudiciais ao meio ambiente.

A partir desta perspectiva, o Instituto Akatu (2015) não apenas reconhece a existência de consumidores cujo interesse por práticas ambientais é mínimo, como os caracteriza como indivíduos que compram a partir de oportunidades criadas, ou seja, a compra é feita pelo prazer e não apenas para satisfazer determinadas necessidades. Além disso, estes também procuram por melhores relações de custo benefício entre o preço e a quantidade de produtos adquiridas bem como a qualidade oferecida. Por outro lado, os consumidores com algum nível de engajamento ambiental percebem o ato de consumo como uma demonstração de cidadania, pois entendem que incentivar a troca de artigos, o reaproveitamento, consertos e outras formas de aumentar ao máximo a longevidade dos produtos faz bem a sociedade (AKATU, 2015).

Para qualificar os tipos de consumidores, diferentes escalas de consumo sustentável foram elaboradas ao longo dos últimos anos. O objetivo desses instrumentos era verificar o posicionamento dos consumidores sobre a relação humana com o meio ambiente, ações para minimizar os impactos ambientais e conhecimento geral sobre conteúdos ambientais (RIBEIRO; VEIGA, 2011). Dentre os modelos de escalas de consumo sustentável,

destaca-se a proposta pelos autores acima citados, onde o consumo sustentável foi dividido em quatro dimensões: consciência ecológica, economia de recursos, reciclagem e frugalidade. As definições destes serões abordados na subseção a seguir.

2.2 Dimensões do Consumo Sustentável

A escala de consumo sustentável proposta por Ribeiro e Veiga (2011) associa essa nova modalidade de uso dos bens ao ciclo de consumo (aquisição, uso e descarte), ao apoio a empresas ecologicamente corretas e a adoção de um estilo de vida minimalista, com a redução nos níveis de consumo. É oportuno destacar que na literatura é possível identificar outros estudos que fazem uso dessa escala, como Ronchi *et al* (2016), os autores, neste caso, adaptaram o método para medir o consumo sustentável em duas instituições de ensino superior (IES) na cidade de Santa Catarina.

Segundo Ribeiro e Veiga (2011), as quatro dimensões da escala que compõe o consumo sustentável são: consciência ecológica; economia de recursos, trata da redução dos níveis de consumo em geral, e por consequência, na diminuição dos impactos ambientais; reciclagem, e por fim, a frugalidade, que corresponde a adoção de um estilo de vida socialmente responsável.

2.2.1 Consciência ecológica

A consciência ecológica se refere aos consumidores que buscam entender os conceitos utilizados no mercado, como produtos degradáveis ou recicláveis, e por consequência, procuram por produtos ou serviços que causem o menor impacto ambiental possível (MOTTEIRO *et al.* 2012). Ainda conforme os autores acima, o indivíduo está inserido na dimensão “consciência ecológica” está atento às causas ambientais, de modo que avalia criteriosamente os produtos que serão comprados por compreender a relação entre seus hábitos de consumo e a degradação do meio ambiente.

Consumidores dotados desta consciência, buscam por informações em fontes diversas e realizam comparativos entre a utilidade dos produtos selecionados e seus custos ambientais, decidindo assim suas compras. A partir desses critérios, pode ocorrer preferência por aqueles artigos menos agressivos ao meio ambiente (SILVA *et al.* 2017).

Nesta conjuntura, a busca por informações relacionadas ao consumo sustentável deve ser incentivada, a divulgação de informações sobre as ações do governo e empresariais, estimula o compartilhamento de dados, permitindo que cidadãos tenham acesso a esse tipo de informação e que a partir delas, possam tomar decisões mais conscientes.

Os consumidores, no que lhes concerne, já possuem ferramentas úteis que podem auxiliar no processo de compra sustentável. Uma maneira dos clientes avaliarem quais produtos serão comprados é por meio da averiguação de selos verdes. Os selos verdes foram criados como uma ferramenta que atestam e fiscalizam se as empresas utilizam os preceitos da sustentabilidade e sua cadeia produtiva, assegurando sua veracidade e evitando que os consumidores sejam enganados (RODRIGUES; PERES, 2016).

Além dos selos verdes, buscar por produtos cujas embalagens sejam ecologicamente corretas é válido. As embalagens adequadas garantem a segurança dos artigos comercializados, auxiliam e orientam o descarte correto do item e da embalagem, permite o transporte eficiente da carga e pode aumentar sua durabilidade (KARASKI, 2016).

Segundo Landim *et al* (2016) ao tratar das embalagens, é necessário prudência. Estas, muitas vezes, propiciam a redução de desperdício de alimentos e têm um papel fundamental no alcance da segurança alimentar. Contudo, ainda afetam o meio ambiente, independente do conteúdo que carrega, por requerer muito tempo para ser completamente degradada, principalmente quando não têm a destinação correta.

Ademais, outro aparato utilizado durante a avaliação das alternativas, é o rótulo das embalagens. Quanto fala-se em produtos alimentícios, os rótulos assumiram características que permitem a comparação entre opções de produtos, viabilizando a escolha de produtos mais saudáveis pelo consumidor. As atividades mercadológicas em torno dos rótulos podem influenciar a compra e por consequência, os hábitos de consumo, logo, é possível ver diferentes empresas que se preocupam com as informações nutricionais apresentadas, mesmo que o objetivo central nem sempre seja melhorar a qualidade de vida dos consumidores (SOUZA *et al*, 2011).

Sob o ponto de vista das empresas, para atingir esse público específico, o mix mercadológico proposto é desenvolvido por completo levando em conta as questões ambientais, de modo que o produto em si, a promoção, o preço e a distribuição serão desenvolvidos pensando no processo de decisão de compra do consumidor ecologicamente consciente (MOTEIRO *et al*. 2012).

Por sua vez, os consumidores, em resposta a adoção de práticas que incentivam o consumo sustentável por parte das organizações, além de reconhecer sua importância, também cobram por uma sociedade cada vez mais ávida por organizações que levantem essas bandeiras. Tornando-se assim, multiplicadores desses preceitos em torno de quem os cerca.

Entretanto, uma possível barreira encontrada nesta dimensão é a crença dos consumidores de que produtos que degradam o meio ambiente são mais baratos e que os

sustentáveis são necessariamente mais caros. Neste caso, os indivíduos não conseguem perceber os benefícios atrelados a substituição dos produtos a longo prazo (AKATU, 2015)

2.2.2 Economia de recursos

Inserido no consumo sustentável, a economia de recursos surge como uma alternativa que propõe assegurar uma relação saudável entre as cadeias produtivas da sociedade e os ciclos de vida naturais. O incentivo a conservação ambiental através do uso sustentável dos ecossistemas deve ocorrer a níveis institucionais público e privado, além do consumidor final (INSTITUTO ETHOS, 2011).

A mudança de comportamento dos consumidores sob essa perspectiva, desenrola-se em ações corriqueiras, as decisões de compra ocorrem a respeito de que marca ou bem consumir ou deixar de, já que esta dimensão discorre sobre a redução de níveis de consumo.

Tais ações cotidianas revelam-se como optar por meios de transporte menos poluentes, escolher locais de moradia que possibilitem a minimização da necessidade de transporte automobilístico para execução de atividades diárias e preferir fornecedores locais de alimentos visando a diminuição da emissão de gases poluentes em sua distribuição. Ademais, reduzir o consumo de energia elétrica, evitar o uso excessivo da água por meio de hábitos que envolvem a lavagem de calçadas, quintais e carros também são atitudes válidas (FURRIELA, 2001).

A redução dos insumos acima mencionados, no que lhe concerne, traz benefícios ao consumidor em decorrência do não desperdício dos recursos, o retorno dessas ações é imediato e direto ao indivíduo. Porém, diminuir o consumo água e energia elétrica, por exemplo, pode apresentar dificuldades em ser posta em prática, pois para aspectos de higiene e limpeza estes ainda são vistos necessários, de modo que a redução da quantidade e frequência se torna um obstáculo (AKATU, 2015).

Evitar o consumo de bens provenientes da exploração inadequada do meio ambiente, como itens oriundos de corte de madeira ilegal ou sem manejo propício, alimentos produzidos com uso intensivo de agrotóxicos, são ações que podem diminuir impactos negativos do consumo (FURRIELA, 2001).

Em consonância com esses aspectos, reduzir o consumo de energia elétrica por meio do uso de eletrodomésticos econômicos é válido. Do ponto de vista social, a utilização de energia pelo setor residencial tem grande relevância, tendo em vista que esta faz-se indispensável para aproveitar as comodidades que a vida moderna proporciona (ACHÃO, 2003).

Além disso, a economia de recursos faz-se necessária na tentativa de reduzir o uso de plástico, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), apesar de ter revolucionado os meios de consumo por seu baixo custo, conveniência e leveza, o plástico assumiu uma faceta negativa a respeito dos seus impactos no meio ambiente. A substituição de garrafas plásticas por garrafas reutilizáveis, a recusa de canudos plásticos e a troca de sacolas plásticas por *ecobags* são algumas mudanças que podem ser adotadas pelos consumidores (ONU, 2018).

2.2.3 Reciclagem

Lacerda (2002) afirma que as empresas estão cada vez mais cientes da sua responsabilidade por todo o ciclo de vida dos seus produtos, pois, logisticamente, a vida de um produto não termina quando este é entregue ao cliente, mas quando este é descartado, reparado ou reaproveitado.

Dessa forma, define-se assim a reciclagem como o conjunto de técnicas que tem por finalidade aproveitar os detritos de um determinado produto e reaproveitá-lo em outro ciclo produtivo paralelo (SOUZA, 2008). Ainda conforme o autor, é uma atividade onde materiais que se tornariam lixo, ou que já foram descartados, são coletados, separados e processados para serem utilizados como base para um novo artefato.

Reaproveitar produtos e inseri-los novamente nas cadeias de produção não é uma atividade recente, Demajorovic (1995) afirma que após o conhecimento das implicações ambientais, objetos descartados sem nenhum valor agregado, passaram a assumir valor econômico e conseguiram ter sua importância reconhecida.

Sabe-se que o valor agregado de um produto é estabelecido por quanto o cliente está disposto a pagar por ele, e, após o cumprimento de sua função inicial, esse produto deixaria de existir. Entretanto, mesmo após o fim da fase de uso do produto, é possível recuperar seu valor residual, podendo inclusive, criar novas relações comerciais (SOUZA, 2008). Essa mudança de postura afeta os consumidores continuamente, estes identificam a reciclagem como ação diretamente ligada ao descarte, reuso e aproveitamento de materiais, visando um retorno coletivo para a sociedade a médio e longo prazo (AKATU, 2015).

Assim, “[...] o consumidor, ao inserir, ou mesmo facilitar a inserção de materiais descartados no fluxo reverso satisfaz a sua consciência ecológica além de possibilitar a recuperação de parcela do valor pago pelo produto” (SOUZA, 2008; p.4). No entanto, a nível do consumo individual, nem todo material descartado pode ser reaproveitado.

Nesse contexto, os resíduos domésticos ganham enfoque, pois, em sua composição básica, encontram-se principalmente materiais orgânicos, papel, papelão, metais

plásticos e vidros. Este conteúdo, se identificado, até mesmo pelo fabricante, coletado de maneira adequada e encaminhado para as instituições competentes, contribui para a redução do desperdício e diminui a quantidade de resíduo que precisará ser tratado e armazenado pelos serviços oferecidos pelo município (AKATU, 2011).

Ressalta-se que dentre as ações de reciclagem, a separação do resíduo doméstico é o pontapé inicial para os consumidores iniciarem a adoção de práticas sustentáveis, ou seja, a adoção do descarte correta dos resíduos indica uma pré-disposição para ampliar as atitudes sustentáveis, funcionando com impulsionador para aderir outras atitudes sustentáveis (AKATU, 2015).

2.2.4 Frugalidade

A frugalidade consiste basicamente em estilo de vida de maneira simples e sóbrio, tendo como características básicas o cuidado com a saúde, a utilização de produtos de baixo custo, incentivo a produção local, evita-se o consumo de materiais descartáveis e opera-se com a menor quantidade de recursos possíveis. Por seus atributos básicos, frequentemente a frugalidade conversa com as definições de um estilo de vida sustentável (HYVARINEN; NUMMINEN; HALME, 2015).

Define-se aqui estilo de vida como o padrão expresso de suas crenças e características psicográficas, quando um consumidor compra algo, não há apenas a compra do item, mas os estilos de vida que esses produtos representam (KOTLER; ARMSTRONG, 2015).

Shama (1985) afirma que os indivíduos adeptos a frugalidade, tendem a procurar por itens mais simples, porém, de melhor qualidade, visando mais eficiência e evitando o desperdício. Ademais, pratica-se a autossuficiência e o reaproveitamento de materiais, preferindo artigos de segunda mão, por exemplo.

A frugalidade, por sua vez, encontra como barreira a percepção de que uma pessoa sozinha não consegue resolver todos os problemas existentes, o isolamento torna-se um fator de resistência a mudança. Além disso, a falta de participação da comunidade leva a crer que não há outras pessoas seguindo o mesmo caminho, diminuindo assim, a motivação de quem cogita a mudança (AKATU, 2015).

Outro fator que dificulta a disseminação dessa dimensão é que apesar do reconhecimento da necessidade em equilibrar os hábitos de consumo à preservação do meio ambiente, os princípios do consumo sustentável ainda são difíceis de alcançar em locais de renda baixa ou média (AMORIM *et al.* 2017).

Assim, levando em conta a compreensão das dimensões acima apresentadas, Ribeiro e Veiga (2011) propuseram atitudes que permitem a classificação dos consumidores a partir do seu comportamento de compra, como usa os objetos comprados e o que faz com estes na etapa de pós uso, conforme Quadro 1.

Quadro 1. Escala de consumo sustentável e principais autores.

Itens Propostos		Referências
Comportamento direcionado a Consciência Ecológica		
1	Costumo ler o rótulo dos produtos para ver se existem informações sobre os cuidados com o meio ambiente.	Ottman (1998) Thapa (1999) Gonçalves-Dias <i>et al.</i> (2009)
2	Na compra de produtos, prefiro os que usam embalagens que podem ser recicladas.	Maloney, Ward e Braucht (1975) Roberts (1996) Ottman (1998) Straughan e Roberts (1999) Thapa (1999) Lages e Vargas Neto (2002)
3	Nas eleições para cargos públicos, prefiro votar em candidatos que têm posições firmes em defesa do meio ambiente.	Maloney, Ward e Braucht (1975) Stone, Barnes e Montgomery (1995) Thapa (1999)
4	Procuro influenciar as pessoas para que sejam cuidadosas em relação ao meio ambiente.	Thapa (1999) Gonçalves-Dias <i>et al.</i> (2009)
5	Interesso-me por notícias relativas ao meio ambiente.	Maloney, Ward e Braucht (1975) Thapa (1999)
6	Paro de comprar de uma empresa que mostra desrespeito pelo meio ambiente.	Maloney, Ward e Braucht (1975) Stone, Barnes e Montgomery (1995) Roberts (1996) Ottman (1999) Straughan e Roberts (1999) Thapa (1999) Lages e Vargas Neto (2002) Gonçalves-Dias <i>et al.</i> (2009)
7	Mudo de marca para comprar de empresas que demonstram maior cuidado com o meio ambiente.	Maloney, Ward e Braucht (1975) Roberts (1996) Ottman (1999) Straughan e Roberts (1999) Thapa (1999) Lages e Vargas Neto (2002)
Comportamento direcionado à Economia de Recursos		
8	Deixo aparelhos de televisão e computador ligados mesmo quando não os estou utilizando. (Item Reverso)	Roberts (1996) Straughan e Roberts (1999) Instituto Akatu (2007) Lages e Vargas Neto (2002) Gonçalves-Dias <i>et al.</i> (2009)
9	Evito consumo de embalagens desnecessárias (por exemplo, sacolas plásticas).	Ribeiro e Veiga (2011)
10	Fecho as torneiras da pia ou do chuveiro quando estou ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos.	Instituto Akatu (2007) Gonçalves-Dias <i>et al.</i> (2009)
11	Deixo as luzes acessas sem necessidade. (Item Reverso)	Instituto Akatu (2007) Gonçalves-Dias <i>et al.</i> (2009)
12	Utilizo marcas de eletrodomésticos e equipamentos que consomem menos energia.	Roberts (1996) Straughan e Roberts (1999) Lages e Vargas Neto (2002)

(Continua)

(Conclusão)

Comportamento direcionado à Reciclagem		
13	Separo vidro (garrafas de cerveja, refrigerante, frascos de perfume etc.) para reciclagem.	Thapa (1999)
14	Separo objetos de metal (latas de alumínio, óleo, extrato de tomate etc.) para reciclagem.	Thapa (1999)
15	Separo papéis (jornais, revistas, livros cadernos etc.) para reciclagem.	Thapa (1999)
16	Separo embalagens de plástico (sacolas, garrafas PET, copos descartáveis etc.) para reciclagem.	Thapa (1999)
Comportamento direcionado à Frugalidade		
17	Uso uma bolsa reutilizável para fazer compras.	Ribeiro e Veiga (2011)
18	Tento consertar as coisas em vez de jogá-las fora.	De Young (2000)
19	Compro produtos usados	De Young (2000)
20	Busco maneiras de reutilizar os objetos.	De Young (2000)
21	Compro refil de produtos para reutilizar que já possuo.	Ribeiro e Veiga (2011)

Fonte: Adaptado de Ribeiro e Veiga (2011, p. 49).

2.3 Consumo sustentável sob a ótica da alimentação

Dentre as práticas cotidianas que podem ser influenciadas pelo consumo sustentável, está a alimentação. Para Montanari (2008), a alimentação não se constitui apenas do ato de ingerir a comida, no sentido fisiológico, mas como uma ação envolta de aspectos culturais e sociais, geridos por grupos de identidade. Dessa maneira, o homem escolhe sua própria comida com base em critérios relacionados a fatores econômicos, nutricionais e simbólicos, suas opções atendem a gostos, costumes, valores e crenças.

Ademais, entende-se aqui que a alimentação vai além da disponibilidade de alimentos, visto que, por trás dela, também existem grandes ciclos produtivos que vão desde o campo, na preparação de sementes, passando o plantio e a colheita até as atividades industriais, quando necessário (RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017).

Por esta conjuntura, a alimentação pode ser analisada como uma atitude política, ou seja, a percepção que os consumidores têm sobre determinados aspectos de sua constituição é materializada, tornando-se pública e agregada de diferentes valores, assim como comprometimentos sociais e ambientais. Esta assume um papel onde há uma maior consciência alimentar e preocupações acerca das responsabilidades sociais que esta implica, provando que ações cotidianas assumem a postura de influenciadoras e podem alcançar níveis globais (PORTILHO; CASTANEDA; CASTRO, 2011).

Tal consciência alimentar também é justificada pela adoção de estilos de vida menos prejudiciais à saúde, dado que o maior acesso a informação e aumento do nível de conhecimento sobre temas como nutrição e saúde, permitiu que mais indivíduos repensassem suas escolhas e se tornassem mais responsáveis pelos alimentos que estão ingerindo

(RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017). De fato, para Carneiro (2005), os alimentos em geral, em diferentes momentos da história da sociedade, foram relacionados a aspectos da saúde. A fartura ou escassez de comida não somente colocavam em risco a sobrevivência humana, mas justificavam tipos de dieta e recomendações médicas, separando os alimentos levando em consideração critérios como idades, gênero, condições físicas e possíveis enfermidades.

Logo, tanto a alimentação quanto a nutrição, quando bem empregados, influenciam a saúde e o bem-estar dos indivíduos, bem como outros fatores sociais, como educação e emprego, influenciando assim, a adoção de hábitos saudáveis no cotidiano (RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017).

Para Pinheiro (2005), uma alimentação saudável que prioriza tanto o desenvolvimento humano, quanto a qualidade de vida e a cidadania, deve possuir atributos básicos, sendo eles: o respeito e a valorização da cultura em torno das práticas alimentares, pois os alimentos são carregados de significados culturais que precisam ser respeitados e sempre que possível, resgatados; acessibilidade física e financeira por meio de ações mercadológicas que incentivem o consumo de alimentos mais naturais; variedade e harmonia, já que a ingestão de diferentes grupos de alimentos, em quantidades apropriadas, garante o acesso a todos os nutrientes necessários para uma alimentação correta; e, por fim, segurança sanitária, os alimentos precisam ser seguros e livres de contaminações físico-químicas e biológicas para quem os consome.

O autor acima citado, afirma ainda que uma alimentação saudável é aquela na qual é concretizado o direito humano em atender suas necessidades biológicas e sociais seguindo padrões alimentares que se alteram ao longo da vida, pois a influência dos grupos sociais também se modifica com o passar do tempo.

Corroborando tal definição, a Organização Mundial da Saúde - OMS (2016), em conjunto com a Organização Pan-Americana de Saúde – OPAS (2016), por sua vez, estabelece que uma alimentação saudável é aquela onde têm-se preferência por alimentos naturais, evitando o consumo de alimentos minimamente processados ou ultra processados. Os alimentos minimamente processados sofrem adição de sal, açúcar, ou outras substâncias que provoquem alteração de sabor em alimentos *in natura*, os ultra processados, por seu lado, são alimentos inteiramente produzidos pela indústria, ou seja, sua constituição majoritariamente é composta por substâncias extraídas de alimentos adicionadas de corantes, aromatizantes, realçadores de sabor e outros aditivos. Caso o consumo dos processados e derivados não possa ser evitado, estes devem ser consumidos em quantidades pequenas, evitando assim, a ingestão em excesso de ingredientes ricos em sal ou açúcares.

Por outro lado, outro aspecto da alimentação saudável é que esta deriva de um sistema ambientalmente sustentável, onde os meios de produção devem proteger o meio ambiente e promover justiça social, evitando prejuízos a biodiversidade e aos recursos naturais (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2014). O Ministério da Saúde defende também a variedade de produtos a preço acessível, uma vez que se baseia em produtos sazonais de cada região.

Por deterem estas características, Salles (2011) expõe que a relação entre a alimentação saudável e consumo sustentável é muito próxima e, neste caso, uma dieta saudável e sustentável está ligada a forma como os alimentos foram cultivados, distribuídos, comercializados e qual impacto da sua produção.

Para Rodrigues *et al.* (2012), associar o consumo sustentável aos hábitos alimentares da sociedade é fundamental. Essa união resultaria em uma alimentação sustentável, onde alimentos industrializados não são preteridos e ocorre a valorização de produtos regionais e a culinária tradicional, além de incentivar a gestão ambiental, onde aspectos como o uso da água, produção e destinação de resíduos e reflexão sobre agrotóxicos passam a fazer parte de estabelecimentos que fornecem gêneros alimentícios.

Ainda segundo os autores acima referenciados, analisar as cadeias produtivas de alimentos sob a perspectiva da sustentabilidade, desde a plantação dos insumos, passando pela colheita até a efetiva preparação, consumo e descarte é a forma mais prudente de demonstrar relações sociais, políticas, econômicas e ambientais que estão inclusas em cada um desses processos. Veiros e Proença (2010), por sua vez, acrescentam que além dos processos de produção, é necessário planejar, nos estabelecimentos comerciais, por exemplo, os cardápios e a reciclagem correta dos resíduos alimentares. Desse modo, o relacionamento entre as formas de produção, de comercialização e de consumo são essenciais no desenvolvimento de práticas sustentáveis tanto a nível dos produtores, quanto para os consumidores (CASSOL; SCHNEIDER, 2015).

3 METODOLOGIA

A respeito dos aspectos metodológicos deste estudo, quanto à sua abordagem, esta se classifica como uma pesquisa qualitativa, visto que por esta abordagem se tem como preocupação a dinâmica das relações sociais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Ainda segundo os autores acima citados, a pesquisa qualitativa caracteriza-se pela busca da hierarquização das ações, além da descrição, da compreensão, e da explicação das relações sociais, observando sempre os arcabouços teóricos e o caráter interativo entre o pesquisador e o objetivo de estudo.

Quanto aos objetivos ou fins, trata-se um de uma pesquisa exploratória. Prodanov e Freitas (2013) versam que esta modalidade tem por propósito aumentar as fontes de informação sobre determinado tema, ou seja, investigar suas vertentes. Também se caracteriza assim por realizar um levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas em concordância com o estudo realizado.

No que se refere aos procedimentos técnicos, a pesquisa é bibliográfica, já que as fontes de dados são livros, revistas, artigos científicos, dissertações, entre outros; e de campo, pois se procura comprovar a ocorrência espontânea de fenômenos (PRODANOV; FREITAS, 2013). Como o objetivo geral deste estudo consiste em analisar as principais características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere às dimensões do consumo sustentável, a fonte de informações vem do discurso dos entrevistados acerca do seu comportamento.

3.1 Coleta de Dados

Marconi e Lakatos (2010) descrevem a coleta de dados como a etapa da pesquisa onde os instrumentos e as técnicas selecionadas são aplicados. Nesta, exige-se do pesquisador cautela a respeito do registro dos dados, bem como perseverança, pois se trata de uma fase exaustiva e que toma mais tempo que se o esperado. Além disso, é necessário controle na aplicação da pesquisa, visando a diminuição de erros e defeitos durante a coleta das informações.

A coleta de dados foi realizada em campo, por meio de entrevistas em semi-profundidade. As entrevistas foram realizadas até que os resultados encontrados fossem satisfatórios e aplicadas por meio de um roteiro semiestruturado, seguindo os objetivos da pesquisa. Vale ressaltar que as entrevistas foram realizadas individualmente e que suas respostas foram gravadas, transcritas e analisadas da mesma forma, visando maior veracidade

aos dados encontrados e respeitando a individualidade dos respondentes. Por fim, as entrevistas foram realizadas na cidade de Fortaleza, no mês de outubro de 2018.

3.2 Sujeitos da Pesquisa

Os sujeitos da pesquisa são indivíduos que procuram aderir em seu cotidiano ao consumo de alimentos saudáveis e que se preocupam com os impactos ambientais causados no meio ambiente em decorrência de suas ações. A amostra conta com indivíduos com idades de 20 anos a 38 anos, diferentes perfis, profissões, estruturas familiares e níveis de escolaridade.

A escolha dos cinco entrevistados ocorreu por conveniência e todos estão envolvidos nos grupos de sociabilidade da pesquisadora. Para a captação destes, utilizou-se como filtro indivíduos cuja motivação para inserir no cotidiano hábitos alimentares saudáveis fosse reflexo de um desejo em adotar um estilo de vida saudável, por consequência, foram descartados indivíduos que têm uma alimentação restrita, mas a motivação é estética.

Destaca-se também que o grupo é predominantemente formado por mulheres, fato este não proposital. No Quadro 2 segue descrição do perfil da amostra, ressaltando a identidade de cada um foi mantida em sigilo e seus nomes foram substituídos por codinomes que serão utilizados em toda a extensão do trabalho.

Quadro 02. Perfil dos entrevistados

Identificação	Idade	Ocupação	Escolaridade	Estrutura Familiar
Amora	38	Servidora Pública	Ensino Superior Completo com Especialização	Solteira, mora sozinha
Coco	21	Estudante	Ensino Superior Incompleto	Solteiro, mora com os pais e a irmã
Jaboticaba	52	Dona de casa / Estudante	Ensino Superior Incompleto	Divorciada, com filhos, mora com eles
Pitanga	23	Estudante	Ensino Superior Incompleto	Solteira, mora com os pais e o irmão
Romã	20	Estudante	Ensino Superior Incompleto	Solteira, mora com os pais e a irmã

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

3.3 Instrumento de Coleta de Dados

O roteiro da entrevista foi feito com base nos itens propostos por Ribeiro e Veiga, demonstrados na Quadro 01. As perguntas foram segmentadas a partir das dimensões do comportamento sustentável apresentadas anteriormente: consciência ecológica, economia

de recursos, reciclagem e frugalidade, bem como as percepções dos respondentes acerca dos que consiste em uma alimentação saudável.

As entrevistas foram realizadas em outubro do ano corrente, na cidade de Fortaleza, e tiveram duração aproximada de 15 a 35min. A princípio, deixou-se claro aos entrevistados que a intenção da pesquisa era reconhecer seus hábitos de consumo, portanto, não haveria respostas corretas e estes poderiam se sentir à vontade em responder sem preocupar-se em atender ao politicamente correto.

A entrevista conta com 24 perguntas, sendo diretas as 6 perguntas iniciais, que visam caracterizar os entrevistados, descrevendo seu perfil. Destaca-se a pergunta de número 6, onde é questionado de forma direta o que o entrevistado entende por uma alimentação saudável, visando não apenas verificar se o entendimento deste condiz com o relatado na literatura, mas também há comum acordo entre o grupo acerca dessa definição.

As perguntas de 7 a 13 correspondem ao comportamento dos entrevistados no que concerne ao comportamento relacionado à dimensão denominada consciência ecológica. Através delas pretende-se identificar a forma como os entrevistados expressam na sociedade sua preocupação com o meio ambiente, seja na eleição ao escolher os governantes para cargos públicos, ou nas compras cotidianas. Os questionamentos perpassam ainda em identificar como as etapas do reconhecimento da necessidade, busca por informações e avaliação das alternativas ocorrem para os entrevistados.

Em seguida, buscou-se saber dos respondentes qual seu comportamento no que cerce a economia de recursos. As perguntas 14 a 18 foram facilmente respondidas pelos entrevistados, visto que as ações apresentadas, principalmente sobre economia de energia e água, são as mais aplicáveis no cotidiano, por isso, nesta categoria seria possível identificar alguma incoerência ou inconsistência no discurso dos entrevistados.

A pergunta relacionada a dimensão da reciclagem foi única. A pesquisadora permitiu que os respondentes esclarecessem de forma livre como a reciclagem estava inserida em seus hábitos, e para os respondentes que não se incorporassem nessa dimensão, enumerasse quais suas limitações.

Ademais, as perguntas de 20 a 24 pretendem investigar a dimensão da frugalidade e suas implicações. Buscou-se explicitar sob quais aspectos os sujeitos da pesquisa mudaram efetivamente seus comportamentos, e por consequência, seu estilo de vida. Por fim, no Quadro 3 é possível visualizar o roteiro da entrevista, bem como seu vínculo aos objetivos deste estudo.

Quadro 3. Roteiro de entrevistas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSÕES	QUESTIONAMENTOS
-	Perfil dos Consumidores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qual a sua idade? 2. Qual o seu nível de escolaridade? 3. Qual a sua profissão? 4. Qual a sua estrutura familiar? (Com quantas pessoas mora, se tem filhos, cônjuge) 5. Qual sua renda mensal aproximada?
Analisar como os consumidores compreendem o conceito de alimentação saudável	Alimentação saudável	<ol style="list-style-type: none"> 6. O que você entende por alimentação saudável?
Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à consciência ecológica.	Comportamento direcionado a consciência ecológica.	<ol style="list-style-type: none"> 7. Você costuma ler o rótulo dos produtos para ver se existem informações sobre cuidados com o meio ambiente? Em que situações? 8. Na compra de produtos, você prefere os que usam embalagens que podem ser recicladas? Por quê? 9. Nas eleições para cargos públicos, você prefere votar em candidatos que têm posições firmes em defesa do meio ambiente? Como você identifica isso? 10. Você costuma influenciar as pessoas para que sejam cuidadosas em relação ao meio ambiente? Como? 11. Você se interessa por notícias relativas ao meio ambiente? Que tipo de notícias? 12. Você já parou de comprar de uma empresa que mostra desrespeito pelo meio ambiente? Como foi isso? 13. Você já mudou de marca para comprar de empresas que demonstram maior cuidado com o meio ambiente? Pode dar exemplos?
Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à economia de recursos.	Comportamento direcionado a economia de recursos.	<ol style="list-style-type: none"> 14. Você deixa aparelhos como televisão e computador ligados, mesmo quando não os está utilizando? Por quê? 15. Você evita o consumo de embalagens desnecessárias (por exemplo, sacolas plásticas)? Como você faz isso? 16. Você fecha as torneiras da pia ou do chuveiro quando está ensaboando os objetos, o corpo ou as mãos? Por quê? Sempre fez isso? 17. Você deixa as luzes acesas sem necessidade ou já esqueceu de apagar ao sair? 18. Você utiliza marcas de eletrodomésticos e equipamentos que consomem menos energia? Como você faz essa escolha?
Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à reciclagem.	Comportamento direcionado a reciclagem.	<ol style="list-style-type: none"> 19. Você faz a separação de objetos de metal, vidros, papéis, plásticos ou outros tipos de materiais? Como? Por quê? Desde quando? Sente alguma dificuldade nisso?
Identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à frugalidade	Comportamento direcionado a frugalidade.	<ol style="list-style-type: none"> 20. Você busca maneiras de reutilizar os objetos? Em que situações? Que tipos de objetos? 21. Já tentou consertar algum objeto em vez de jogá-lo fora? Exemplifique. 22. Costuma comprar produtos usados? Quais? Onde? Por quê? 23. Você compra refis de produtos para utilizar recipientes que já possui? Quais produtos? 24. Você usa sacolas reutilizáveis para fazer compras? Por quê?

Fonte: Adaptado de Ribeiro e Veiga (2011, p. 49).

3.4 Análise dos Dados

Segundo Mozzato e Grzbovski (2011), o conhecimento de diferentes métodos de análise de dados é fundamental para que o pesquisador tenha condições apropriadas de interpretar seu objeto de estudo. A análise de conteúdo emerge nessa conjuntura como uma ferramenta que se legitima nos estudos qualitativos ligados às pesquisas no campo da administração.

As entrevistas foram transcritas e lidas uma a uma. Após análise inicial e individual, foram analisadas de acordo com as dimensões propostas do consumo sustentável, a fim de alcançar os objetivos específicos propostos. Por fim, fez-se uma releitura das respostas e estas foram sintetizadas de acordo com sua relevância.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste tópico são apresentados os resultados encontrados a partir da análise dos dados colhidos com os entrevistados. A investigação tem como critério atender aos objetivos específicos deste estudo.

4.1 Conceitos de Alimentação Saudável

A priori, a amostra foi selecionada levando em consideração as crenças pessoais de cada respondente sobre o que é ser um indivíduo com uma alimentação saudável, à vista disso, considera-se necessário expor as explanações de cada um. Os trechos posteriores demonstram as definições dadas por cada entrevistado, bem como a forma como este conceito foi desenvolvido ao longo dos anos.

Acho que é mais equilíbrio, de não exagerar em nada, nem ficar sem comer e ter poucas refeições comendo muito. [...] Eu tive que ficar mais atenta (sobre a minha alimentação) em alguns momentos específicos, tipo quando eu tive que morar sozinha no intercâmbio. Como eu morava sozinha, eu tive que começar a decidir o que comprar mesmo, de como me alimentar, e isso fez muita diferença. (Pitanga)

Pra mim uma alimentação saudável é uma alimentação equilibrada. Você come um pouco de tudo, mas tipo, de forma geral você come [...] seguindo a ideia de (consumir) produtos naturais, sem ser muito industrializado, sem ter excesso de gordura, sem ter excesso de sal, esse tipo de coisa. Eu acho que eu sempre soube (o que é uma alimentação saudável), veio de criação mesmo [...] eu não podia comer nada exagerado, entende, tudo sempre tinha que ter um equilíbrio, mas eu acho que com o passar do tempo [...] você vê que [...] o equilíbrio é a chave do sucesso pra uma alimentação mais saudável. (Coco)

Os trechos apresentados têm a similaridade do uso da palavra equilíbrio. É de senso comum que uma alimentação saudável é aquela na qual o indivíduo consome diferentes tipos de alimentos, sem cometer excessos.

[...] alimentação saudável eu acho que seria você colocar muitos elementos de origem vegetal né, ter várias porções de frutas e leguminosas ao longo do dia, dar preferência pra grãos integrais, colocar as oleaginosas na dieta, deixe-me ver, dividir bem as refeições ao longo do dia, consumir muita água, dar preferência para alimentos orgânicos. [...] Não foi algo passado dos meus pais pra mim, assim, eles não são pessoas desregradadas, mas eles têm origem no sertão, então naturalmente e pelas circunstâncias eles já tinham uma alimentação [...] com origem bem natural. Mas eles, por exemplo, não tinham tradição de salada, mas também não tinham o consumo de refrigerante, era aquela coisa bem do sertão mesmo, arroz com feijão e a mistura. [...] Eu deixei de morar com meus pais, aos 11 anos, então eu posso te dizer que a minha preocupação com alimentação veio desde muito cedo, começou em torno dos meus 12/13 anos, [...] eles continuaram no interior e eu vim morar em Fortaleza e por isso eu meio que decidia o que eu ia comer, e começou esse processo. [...] No começo, era muito mais por essa questão de emagrecer do que qualquer outra coisa, tem aquela fase psicótica da adolescência que a gente quer

emagrecer a todo custo [...], mas com o passar dos anos é que eu fui ganhando mais consciência sobre a minha saúde. (Amora)

Pra mim é uma alimentação baseada em vegetais, carnes magras, grãos em geral. [...] Essa preocupação veio de família, minha mãe sempre teve problemas de estômago, então desde que eu nasci não tinha coisas com muita gordura, então a gente já foi criado com uma alimentação com muitas verduras, muitos legumes, muitas frutas, não tinha nada de hambúrguer, essas coisas, industrializadas e congeladas. [...] Por exemplo, quando eu tinha uns 19 anos e comecei a trabalhar, eu já pensava em passar no mercado pra comprar beterraba pra fazer suco, era beterraba com laranja de manhã, porque eu tinha lido que fazia bem. Já comprava aquilo que fazia bem. (Jaboticaba)

Acredito que é uma alimentação mais natural, mais simples possível, sem muitos conservantes e coisas inventadas. No geral, coisas da terra mesmo, mais leves e com melhor avaliação nutricional, [...] eu tento sempre seguir o que as nutricionistas com quem eu já me consultei passaram e conseguir comer melhor e fazer mais refeições balanceadas e equilibradas. A minha preocupação com a minha alimentação veio um pouco deles (meus pais) e um pouco de mim. [...] Quem comandava mesmo a alimentação aqui em casa era meu pai, ele que obrigava a gente a comer melhor, comer arroz, feijão, salada, e tinha que comer tudo que tava no prato. [...] Com o passar do tempo, eu fui sendo exposta a várias diferentes das que eu via em casa, o vegetarianismo, o movimento a favor dos animais, comecei a fazer yoga, e isso tudo não foi nada que alguém da minha família tenha falado, eu mesma que fui atrás. Por isso que foi um pouco dos dois, eu já tinha a preocupação de comer direito e quando fui conhecendo essas coisas novas fui mudando. O meu jeito de comer direito hoje só não é o mesmo comer direito que meu pai me dizia. (Romã)

Além do equilíbrio, os entrevistados também mencionaram grupos de alimentos que consideram necessários para se ter uma alimentação saudável. Sobressai-se que tão somente uma das respondentes demonstrou, durante a entrevista, uma preocupação genuína sobre a forma como os alimentos estão dispostos em seus processos produtivos e como os recursos naturais são utilizados por estes, todavia, a origem dessa atenção não se baseia nas dimensões do consumo sustentável. Romã, que se declara vegetariana há aproximadamente 3 anos, relata que a mudança de hábitos ocorreu principalmente pela tomada de conhecimento acerca de movimentos defensores dos animais.

Assim, considerando os conceitos retratados, é possível resumir a forma como os entrevistados entendem, aplicam as definições e suas implicações no consumo sustentável sobre o que é ter uma alimentação saudável no Quadro 4.

Quadro 04. Resumo dos conceitos sobre alimentação saudável.

Alimentação saudável	Os entrevistados deram respostas concordantes. Os pontos mais marcantes tratam sobre o equilíbrio nas refeições, os componentes alimentares considerados essenciais para se ter uma alimentação saudável, como frutas e legumes, e a falta de preocupação dos respondentes em torno das cadeias produtivas dos alimentos.
----------------------	---

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Em relação à resposta dos entrevistados sobre realizar refeições equilibradas, segundo o Ministério da Saúde (2014), alimentar-se bem constitui-se na harmonia da quantidade e qualidade dos alimentos, buscando assim, moderação e prazer. Desse modo, deve-se sim priorizar o equilíbrio no consumo dos alimentos.

As entrevistadas estão em consonância com o dito pela Organização Mundial da Saúde - OMS (2016), em conjunto com a Organização Pan-Americana de Saúde – OPAS (2016), no que cerne ao consumo de alimentos *in natura*. Tal predileção por alimentos que estão em seu estado natural, sem adição de sal, açúcares ou quaisquer realçadores de sabor beneficia o funcionamento do organismo e pode evitar, a longo prazo, a contração de doenças ou outros males a saúde.

Ademais, destaca-se no discurso dos respondentes o modo como os pais influenciaram, por múltiplas vertentes, a formação do conceito de uma alimentação saudável em cada um e por consequência, como isso alterou seu comportamento. Kotler e Armstrong (2015) afirmam que dentre os fatores que interferem no comportamento de compra está a cultura, e dentro dela, encontra-se a família e outras instituições formadoras de opiniões, estes que perpassam um conjunto de valores, percepções e comportamentos básicos que orientam os indivíduos por diferentes fases da vida.

Por fim, apesar de Salles (2011) descrever que a relação entre o consumo sustentável e uma alimentação saudável baseia-se na maneira como os alimentos foram cultivados, distribuídos, comercializados e qual impacto da sua produção, os indivíduos que adotam esse estilo de alimentação, não necessariamente estão cientes sobre os impactos causados durante o cultivo, distribuição e comercialização dos produtos.

4.2 Características de Consciência Ecológica

Partindo da análise das características da dimensão de consciência ecológica, no momento em que foram questionados a respeito da leitura de rótulos de embalagens, todos os respondentes sinalizaram que mesmo que com pouca frequência, estes se atentam em ler as informações contidas na embalagem.

No entanto, a motivação da leitura nem sempre são aspectos ambientais, e sim, para identificar quais os componentes que os produtos possuem e a forma como foram fabricados, como pode ser evidenciado nos trechos a seguir:

Às vezes eu olho, mas é por outras questões. Normalmente eu olho, só que é pra conferir se tem lactose ou se é transgênico ou se tem algum elemento químico que alguns alimentos têm que eu acho que faz mal, mas de resto, nunca prestei atenção

nas outras coisas. (Pitanga)

Antigamente não olhava muito não, não tinha essa cultura, mas hoje em dia eu olho de vez em quando. Também não faço sempre [...] porque eu já pesquiso muito na internet, hoje em dia a internet tá aí muito ampla, então eu já vou nos produtos que eu conheço mais. (Jaboticaba)

Eu não olho se elas são recicláveis ou não, eu só vejo os componentes mesmo. Eu imagino que se for mais saudável, pode ajudar mais ao meio ambiente. (Romã)

Apesar disso, quando questionados se preferem embalagens feitas com materiais que podem ser reciclados em comparação com embalagens que não podem, todos foram positivos. Destaca-se aqui que mesmo dentro da categoria de materiais que podem ser reciclados (plástico, vidro, papel e metal) o plástico não teve boa recepção por um dos respondentes.

[...] se eu vejo que vou comprar alguma coisa e a embalagem é de papel, eu tenho certeza que ela é menos prejudicial que a de plástico. (Coco)

No que concerne ao período eleitoral e a escolha de candidatos, coincidentemente, todas as entrevistas foram realizadas entre o 1º turno e o 2º turno das eleições de 2018, nesta foram postos em votação deputados estaduais e federais, senadores, governadores e presidente. Fato este que permitiu aos entrevistados responderem com maior proximidade dos fatos quando indagados sobre se ao pesquisar sobre seus candidatos, levaram em conta as propostas que favorecem o meio ambiente. Todos os entrevistados confirmaram que suas opções de voto possuíam pelo menos uma proposta alinhada ao meio ambiente, além disso, também deixaram de optar por candidatos possuidores de um discurso pregador de ações que causariam impactos negativos ao meio ambiente.

A ferramenta utilizada pelos respondentes para pesquisar, não apenas as propostas dos seus respectivos candidatos, mas notícias em geral sobre o meio ambiente, foi a internet. Segundo pesquisas realizadas pela Revista Bio (2018), as principais fontes de informação do brasileiro, em 2018, são plataformas de informação por vídeo, o Youtube, e sites com conteúdo especializados e mídias sociais como um todo.

A facilidade de acesso a conteúdos produzidos relacionados a diferentes temas e a simples disseminação destes, cria um ambiente onde este meio de comunicação tem preferência. Entretanto, ainda que favoreça a transmissão do conhecimento, a internet pode criar “bolhas” de informação, onde o leitor tem acesso apenas aquilo que já faz parte do seu cotidiano, não expandindo seu conhecimento, como pode ser visto no trecho seguinte.

Eu vou admitir que sou muito influenciada mesmo, porque eu acesso aquilo que as

peças que sigo postando. Tem esse grupo de pessoas que eu considero fontes confiáveis e eu me informo em cima daquilo que eles estão comentando. (Romã)

Ademais, quando questionados se em algum momento já haviam influenciado outras pessoas sobre cuidados com o meio ambiente, as respostas foram mistas. Os indivíduos que ainda residem com os pais relataram que por diferentes vezes tentaram introduzir o assunto no âmbito familiar, mas foram barrados por falta de compreensão e interesse. Por outro lado, a única entrevistada que possui filhos disse que por ser uma preocupação sua recorrente, criou seus filhos para que estes também seguissem seus preceitos, além de tentar disseminar suas crenças para outros membros da família:

[...] falei muito com minha mãe quando veio pra cá, ela mora no Rio de Janeiro, eu falei tanto que ela voltou decidida a separar o lixo em casa.

Por fim, ainda sobre a influência dos entrevistados, destaca-se aqui a fala de duas respondentes, ambas frisaram influenciar o máximo de pessoas ao seu redor, e as duas afirmaram que por muitas vezes são percebidas como desagradáveis em seus círculos de convivência. Fato este que não impede em nada as tentativas em abordar novamente assuntos relacionados ao consumo sustentável.

Eu to toda a vida falando “não usem copos de plástico, não usem luvas, não usem canudos”, eu acho que na verdade todo mundo me odeia, mas eu falo mesmo assim. (Romã)

Desde pequenininha, mas eu só ganho mesmo o título de chata. Esse final de semana mesmo, meu enteado, que não fecha a torneira enquanto toma banho, me deixa doente. Eu fico logo imaginando quantos litros de água tão indo literalmente pro ralo, se ele ficar 1h no banheiro, é 1h que o chuveiro fica aberto. (Amora)

Os últimos aspectos da dimensão consciência ecológica abordados no roteiro da entrevista tratam sobre o relacionamento que os consumidores têm com empresas que agredem o meio ambiente e aquelas que aderem a um discurso sustentável. Em sua maioria, os consumidores afirmaram que já deixaram de usar pelo menos uma marca após descobrir que esta adota ações que contrariam a preservação do meio ambiente, assim como empresas atuadas por utilizar mão de obra escrava em sua cadeia produtiva.

Ressalta-se que a constituição da amostra, predominantemente feminina, permitiu que a indústria de cosméticos fosse amplamente citada nesta categoria. As entrevistadas confirmam ter deixado de usar marcas de cosméticos que realizam testes em animais, preferindo por marcas que não o fazem.

[...] eu não uso marcas de cosméticos que fazem testes em animais em laboratório, acho que roupa também, mas no caso da roupa era por conta do trabalho escravo. E também eu me lembro de já ter deixado, quando por exemplo, é soja transgênica, aí eu não compro. (Amora)

[...], mas por exemplo, a Avon, eu não uso mais. Eles fazem testes em animais e eu não me sinto bem usando aquilo ali. Já a Natura, a gente sabe que eles não fazem, então se eu puder escolher, eu prefiro a Natura do que a Avon por conta dessas coisas. (Jaboticaba)

[...] Mas sempre que eu vou comprar alguma coisa, eu vejo se ela testa em animais ou não, eu também tento sempre optar por produtos veganos, produtos de beleza, algumas coisas de casa, roupas, apesar de que eu não sou vegana e sim vegetariana, eu tento sempre ser o mais consciente possível. Não só sobre exploração do meio ambiente e de animais, mas como exploração humana também. Marcas que foram condenadas por trabalho escravo eu não compro de jeito nenhum. E os produtos mesmo que não sejam veganos, por exemplo, algum cosmético que tem cera de abelha, eu confiro se testa de alguma forma em animais. Precisa pesquisar muito, porque se tem alguma marca que vende na China, eu já fico atenta, lá eles fazem testes, então eu também já não compro. (Romã).

Por fim, observou-se que as empresas que adotam uma postura sustentável no mercado possuem um diferencial competitivo perante as outras.

As lojas e as empresas que são mais sustentáveis tem um fator a mais, isso me atrai, eu ainda não deixei de comprar alguma marca que faz mal ao meio ambiente, mas eu passaria a comprar uma nova se eu soubesse que ela é mais sustentável. (Coco)

Considerando os dados retratados, é possível resumir as características do comportamento do consumidor de alimentados saudáveis no que consta a dimensão da consciência ecológica no Quadro 5.

Quadro 5. Resumo do comportamento em relação a dimensão da consciência ecológica

Rótulos	Apesar dos respondentes sinalizarem que estão atentos aos rótulos de embalagens, a motivação para tal não é uma preocupação ambiental, em verificar se a embalagem pode ser reciclada, por exemplo, mas sim analisar qual a composição nutricional de cada produto.
Embalagens	Todos os entrevistados afirmaram que se tiverem a opção, têm preferência por embalagens que podem ser recicladas.
Eleições	Ao menos um dos candidatos escolhidos pelos respondentes tinha propostas que denotavam preocupação com o meio ambiente.
Fontes de Informação	Todos os entrevistados confirmaram que seu maior meio de obter informações sobre o meio ambiente é a Internet.
Multiplicadores de conhecimento	Uma parte da amostra citou tentativas de influenciar entes próximos a questões ambientais, mas que encontrou resistência. Por outro lado, duas entrevistadas relaram que mesmo com a resistência, persistem em trazer tópicos ambientais em seus círculos de convívio.
Testes em animais	Este item não consta no modelo proposto por Ribeiro e Veiga (2011), no entanto, a amostra predominantemente feminina citou que deixam de usar marcas, em especial de cosméticos, se estas fizerem testes em animais.
Postura das empresas	A amostra se mostrou positiva a empresas que adotam uma postura respeitosa as causas ambientais.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Os rótulos mesmo não sendo procurados para se ter conhecimento sobre os aspectos ambientais que o produto apresenta, cumpre sua função descrita por Souza *et al* (2011), sendo ela a disposição das informações nutricionais dos alimentos criando para o consumidor uma situação onde, por meio dessas informações, optar por produtos mais nutricionalmente mais saudáveis.

Entretanto, Souza *et al* (2016) confirmam que as organizações têm-se preocupado com uma melhor disponibilização de informações nutricionais em seus rótulos, mas que este fato não necessariamente está relacionado com uma melhor qualidade de vida dos seus clientes.

A respeito da preferência por embalagens recicláveis, Karaski (2016) menciona a importância destas ao funcionar como ferramenta mercadológica que contribui para a comercialização dos artigos com segurança, orientando seu uso e descarte correto. Além disso, Landim *et al* (2016) também ressalta as embalagens necessários para o alcance da segurança alimentar, fato este fundamental para se ter uma alimentação saudável.

Apesar de não descrito nos aspectos da consciência ecológica no modelo proposto por Ribeiro e Veiga (2011), a utilizações de testes pela indústria de cosméticos foram apontados na discussão do tópico sobre deixar de utilizar marcas que se mostram despreocupadas com o meio ambiente. Santos (2012) versa que a tentativa das empresas do ramo e cosméticos em tornarem-se sustentáveis segue as tendências do mercado, mas, que neste caso, as políticas ambientais são rasas. A sustentabilidade e o respeito ao meio ambiente são inseparáveis da ética animal, ou seja, as empresas para se considerarem propriamente sustentáveis devem romper paradigmas e considerar o direito de todos os envolvidos, neste caso, o direito dos animais.

Além disso, quando os entrevistados são positivos ao identificarem uma marca com ações voltadas ao meio ambiente, solidificam a postura descrita por Monteiro *et al* (2012), a qual desenvolve seus produtos considerando não apenas o produto em si, mas todas as atividades em torno dos 4 P's.

4.3 Características da economia de recursos

A próxima dimensão do consumo sustentável a ser estudada é a que trata da economia de recursos. Por isso, neste tópico será abordado o comportamento dos entrevistados no tocante a esta dimensão, é válido ressaltar que a economia de recursos é bastante difundida na sociedade como um todo, campanhas que incentivam a economia de água e energia elétrica

por meio de atitudes cotidianas podem ser encontradas, portanto, todos os respondentes sinalizaram ser sensíveis a essas ações.

Evidencia-se a seguir passagens que comprovam como essas atitudes podem ser aplicadas, tanto para a redução do consumo de energia quanto para a redução do consumo de água:

Eu evito o gasto de energia sem necessidade o quanto eu puder, eu só carrego os aparelhos e coisas assim quando tem realmente necessidade, o computador não fica ligado o tempo todo e se ele tiver com a bateria carregada, eu tiro logo da tomada. E ventilador é uma coisa que eu realmente evito, não gosto de usar durante o dia, uso mesmo só pra dormir, e eu já acho que é muito tempo, porque num bom dia, a gente dorme em torno de 6h/7h. Felizmente eu moro num canto que tem muita ventilação natural, eu acabo aproveitando muito disso, e foi uma noção que eu criei por causa do meu curso (faço arquitetura). Na faculdade é passado muito pra gente isso, a importância da ventilação natural e que precisa ser providenciada quando vamos fazer nossos projetos. [...] Faz uns anos que eu passei, que eu mudei o hábito, de me ensaboar com o chuveiro ligado e escovar o dente também com a torneira ligada, tem coisas assim, que eu realmente deixei de fazer, já fico pensando em economizar. (Pitanga)

[...] eu evito muito (deixar luzes acesas), tento deixar sempre as janelas abertas pra entrar claridade. Eu saio mesmo apagando as luzes de casa, se o meu pai tá vendo o jogo e dorme com a tv ligada, eu vou lá e desligo. E também reclamo se ligar o ar condicionado sem necessidade. [...] eu tento tomar banhos curtos, e até colocar pouca água pra cozinhar o macarrão, eu olho assim e vejo “cara, não precisa de tanta água na panela, é muita água” aí eu ponho menos. Compro plantas que precisam de menos água, porque aí eu não preciso tá regando elas sempre, tipo minha mãe comprou uma que precisa ser regada três vezes na semana e eu só fico pensando “meu deus, quanta água”. Aqui em casa também a gente tem uma lava louça na cozinha, aqui ninguém gosta de lavar louça e a gente procurou por uma que não consome muita água, inclusive eu tava pesquisando depois que dependendo da forma como você lave a louça, colocar na máquina pode economizar mais água. (Romã)

Eu tento ir apagando se eu for sair, as vezes até minha mãe me alerta, tipo “Ei, deixou a luz ligada”. Eu fico tentando lembrar toda hora pra não deixar as coisas ligadas sem precisar, a minha intenção é evitar. (Coco)

Como visto nos trechos, os entrevistados demonstraram diferentes atitudes cotidianas nas quais é possível economizar esses recursos, citando inclusive, como a construção de edificações pode impactar positivamente em um bom uso dos recursos disponíveis, viabilizando um aproveitamento máximo de luz e ventilação natural.

Durante a análise, observou-se que em referência ao consumo de embalagens desnecessárias, como sacolas plásticas, a maioria dos respondentes mencionou não conseguir se desprender do hábito de utilizá-las, principalmente por muitas vezes não conseguirem carregar artigos comprados e precisarem das sacolas para armazená-los, e por ainda utilizarem para outros fins.

Olha, eu não cheguei ao estágio de evolução humana que não consegue pegar sacolas plásticas no supermercado, admiro profundamente quem faz, mas ainda não consigo evitar. Quando eu vou, é sempre coisa demais pra carregar, mas também não vou ficar criando desculpas, não é o correto que eu faço, mas por exemplo, se eu vou na farmácia e compro uma coisa pequena, eu dispenso a sacola e coloco na bolsa o que eu comprei. (Amora)

Assim, não vou mentir, não evito muito não, porque eu preciso das sacolas pra passear com cachorro, pra não deixar sujeira na rua. Mas se for coisas pequenas que eu compro, eu boto na bolsa. (Jaboticaba)

É válido salientar que no discurso de uma das entrevistadas, foi levantada a questão de embalagens que acompanham os pedidos por meio do delivery, nesse caso, o cliente, por muitas vezes, não tem a opção de recusar a embalagem.

Eu me sinto muito mal também, quando a gente pede comida fora, delivery, é um monte de embalagem desnecessária que a gente joga fora, e é muita coisa! Tem o saquinho pro talher, pra comida, pro guardanapo, tudo isso dentro de uma sacola maior que vai pro lixo. (Pitanga)

Ademais, Pitanga esclareceu que mesmo elaborou estratégias na tentativa de reduzir o consumo de embalagens plásticas no geral, o segmento a seguir traz o detalhamento.

[...] eu criei o hábito de levar lanche de casa, por exemplo, então eu comprei vários potinhos de vidro e conseguia levar de casa, então eu conseguia evitar comprar lanche na cantina que vinham com muitas coisas de plástico que eu ia jogar fora, e papel também. É, é mais ou menos isso, sem contar que economiza dinheiro também. (Pitanga)

Outro aspecto contemplado, foi a redução do uso de canudos plásticos, dois dos entrevistados confirmaram ter adquirido, há pouco tempo, kits com canudos reutilizáveis e que mesmo quando não estão portando, recusam-se a consumir bebidas com canudos convencionais.

[...] eu até comprei esses kits que tão vendendo de canudos reutilizáveis, então eu tento ao máximo não usar mais o de plástico. Por isso, se eu vejo algum restaurante que continua incentiva você a não usar o canudo, eu vou ficar com vontade de ir lá, conhecer o trabalho. (Coco)

Além disso, no que concerne a utilização de aparelhos eletrodomésticos com menor consumo de energia, apenas as respondentes que não residem com os pais foram capazes de emitir um juízo de valor sobre. Ambas deixaram claro que em suas residências os aparelhos como geladeira, micro-ondas e aparelhos de televisão, possuem em suas especificações técnicas indicações que comprovam um consumo de energia reduzido.

As primeiras coisas que eu comprei não, eu era completamente ignorante nesse aspecto, nem sabia que existia classificação que dizia se consumia mais ou menos energia. Mas hoje em dia, eu só compro o que tá na classificação como A. Fica no selo né. A medida que a gente vai se iluminando, a gente vai melhorando. (Amora)

[...] faz diferença na conta de luz, então eu procurei sim (por eletrodomésticos econômicos). Só que tem muito tempo que eu não compro essas coisas. (Jaboticaba)

Considerando os trechos explanados, é possível resumir as características do comportamento do consumidor de alimentos saudáveis no que consta a dimensão da economia de recursos no Quadro 06.

Quadro 06. Resumo do comportamento em relação a dimensão da economia de recursos

Redução do consumo de energia elétrica	A amostra demonstrou sensibilidade em relação a redução do consumo de energia elétrica, enumerando diferentes situações onde é possível efetivar essa redução.
Redução do consumo de água	Bem como a redução do consumo de energia elétrica, os respondentes também se mostraram preocupados em reduzir o uso dos recursos hídricos, esclarecendo que em ações corriqueiras concretizam tais hábitos.
Redução do consumo de plásticos	Os entrevistados deixaram claro que ainda não conseguem reduzir o consumo do plástico, principalmente de sacolas plásticas. Entretanto, através de outras atitudes, como a utilização de canudos reutilizáveis, tentam minimizar os impactos ambientais causados por este elemento.
Eletrodomésticos	Como uma parte da amostra não fez parte da compra de eletrodomésticos de suas respectivas casas, apenas duas sinalizaram que procuraram por produtos que consomem menos energia, tanto por motivos financeiros, quanto por preceitos ambientais.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Conforme apontado pelo Instituto Ethos (2011), o incentivo à adoção da preservação dos recursos naturais por meio de uma relação saudável entre as cadeias produtivas e os ciclos de vida naturais, pode se traduzir através da economia de recursos. Tal incentivo tem se mostrado eficiente ao atingir os consumidores finais, como demonstrado nas afirmações dos respondentes.

O Instituto Akatu (2015) mencionou que a redução do consumo de água e energia elétrica pode apresentar obstáculos para ser postas em prática. Porém, os dados coletados contrariam a assertiva, visto que todos os respondentes enumeraram diferentes situações onde a economia dos recursos pode ser aplicada.

Ressalta-se aqui a redução do consumo de plástico, mesmo que ainda não ocorra em sua plenitude por parte dos entrevistados, corrobora com o dito pela Organização das Nações Unidas – ONU (2018), o plástico causa impactos negativos no meio ambiente e a substituição desse insumo por outros são ações que devem ser incentivadas.

4.4 Características da reciclagem

O objetivo específico que pretende verificar qual a relação entre o consumo de alimentos saudáveis e a reciclagem foi desenvolvido visando enumerar de que forma as ações relacionadas a esta atividade são aplicadas. Dentro da amostra, 2 respondentes atestaram realizar algum tipo de separação de lixo; 2 asseguraram que já realizaram em outros tempos, mas que no momento não o fazem ou fazem apenas de alguns itens; e 1 não realizam nenhum tipo de reciclagem.

Aquele que não executa nenhum tipo de separação de lixo afirma que isso ocorre pelos seguintes motivos:

Se no meu prédio tivesse a estrutura, ficaria muito mais fácil pra mim só separar e já deixar o lixo nos locais certos, o prédio só precisava se responsabilizar por chamar a coleta seletiva. Fora que se fosse assim eles iam conseguir separar muito mais coisas, iam ser muitos apartamentos, em vez de só alguns. (Coco)

Além disso, o respondente também destacou como se sente desmotivado perante a falta de mobilização de outros indivíduos.

É muito difícil você fazer alguma coisa sozinho, precisa de apoio, principalmente nesse caso da separação de lixo, falta infraestrutura pra dar conta. Quando tem mais gente envolvida, você quer logo tomar uma atitude, fica mais motivado. Isso ia dar mais segurança pros processos e ia dar mais certeza que o que a gente tava fazendo, ta trazendo algum resultado. (Coco)

Essa justificativa também fora utilizada pelas respondentes que em algum momento realizaram algum tipo de separação de lixo, mas que hoje não conseguem realizá-la de fato por falta de algum tipo de infraestrutura. No caso da entrevistada Pitanga, a experiência da separação de resíduos aconteceu em decorrência da localidade onde esta residia, esta passava por um intercâmbio na cidade de Milwaukee, em Wisconsin – EUA, por ser intercambista, residia em um dormitório da universidade que contava com a seguinte configuração, haviam postos de coleta em todos os prédios do campus, estes postos contavam com coletores específicos para o lixo reciclável e a destinação do lixo orgânico ocorria por meio de dutos, que desembocavam em caçambas de lixo fora do prédio. A coleta do lixo reciclável era feita pelos funcionários dos serviços gerais da própria instituição de ensino e a coleta do lixo orgânico, feita pela Prefeitura da cidade.

A entrevistada ainda contou sobre como a falta de infraestrutura em sua atual moradia impede que a mesma realize algum tipo de coleta, exemplificando sobre como a presença de pontos de coleta motivariam mais pessoas a adotar a atividade.

Muito, perto da casa do meu namorado, tem um (supermercado) Pão de Açúcar que tem pontos de coleta, aqui também tem um mais ou menos perto, mas na casa do Gabriel é bem mais. Então lá na casa dele eles fazem coleta seletiva, [...] eles vão lá deixar o material, só que não é lixo do dia a dia, é geralmente um material bem específico, tipo jornal e papel acumulado, ou garrafas de vidro. Acho que na minha casa, só daria certo pros meus pais se tivesse algum benefício, algo que afetasse principalmente no bolso, e na verdade, acho que isso ajudaria muita gente a mudar. (Pitanga)

Por sua vez, Amora, compartilhou que conseguia separar seu lixo quando residia na cidade de Brasília. Nesta ocasião, seu local de trabalho possuía postos de coleta, de modo que diariamente a entrevistada conseguia depositar seu lixo reciclável, o resíduo orgânico era descartado e recolhido pelo sistema próprio da cidade, e o reciclado recebia tratamento correto por uma cooperativa de catadores associada. Quando Amora se mudou para Fortaleza, verificou se em seu novo ambiente de trabalho também possuía algum vínculo com associações de catadores, o que não ocorre.

Atualmente a entrevistada citou que consegue, em seu dia a dia, fazer a separação do lixo inorgânico e do orgânico, como fica claro no trecho a seguir.

Agora eu to procurando alguma coisa, nem que seja 1x na semana entregar esse lixo, mas ainda não encontrei nada. O que eu consigo fazer é separar o lixo orgânico do inorgânico, e torço pra algum catador encontre. No meu condomínio até tem uns tambores, mas não tem nenhuma identificação, já até falei pra minha diarista, pra ela ficar atenta na hora que for jogar as coisas fora. (Amora)

Esta também citou como a falta de uma mobilização coletiva também a afeta.

[...] tem pessoas que não despertam pra isso sozinhas, mas que se tiverem um incentivo podem fazer muita coisa. Se no meu condomínio tivesse a coleta certa, eu faria muito mais que separar apenas em orgânico e seco. (Amora)

Enquanto isso, as respondentes que conseguem realizar algum tipo de coleta seletiva foram Jabuticaba e Romã, a seguir segue fragmento que traz a experiência de cada uma com esta atividade.

[...] aqui em casa, a gente recicla lixo. Aqui no meu prédio eles já tem os locais certos pra você depositar o seu lixo, em cada andar tem dois cestos, um pros materiais recicláveis e um pro não reciclável. É o próprio prédio que faz a coleta desse material. [...] eu acho que talvez tenha mais gente que faça, é tão fácil, você colocar direto no galão, não tem trabalho. Então por ser uma praticidade acho que o pessoal deve fazer sim. [...], mas antes disso, no prédio anterior que eu morava, a gente já fazia em casa. No quartinho de dispensa as vezes ficavam duas sacolas enormes com material que era pra ir pra coleta seletiva. Eu tentei começar a reciclagem lá, mas não deu certo. Então quando a gente ia no (supermercado) Pão de Açúcar, que tem posto de coleta, a gente deixava lá. (Jabuticaba)

Acho que começou com alguma coisa do colégio, não lembro direito. Então eu já falava pra gente separar, só que não pra separar nas categorias mesmo, vidro,

plástico, metal e tal, principalmente porque não tem uma coleta seletiva da rua né, então tem catadores que são ligados a cooperativas de reciclagem e eles passam aqui e pegam esse material que tá separado. [...] esses catadores já passavam aqui antes, mas eu via e falava pra minha mãe, “mãe, já não é legal ficar catando o lixo, porque a gente não ajuda eles, o que custa?” É muito triste ver alguém mexendo no lixo de qualquer jeito, pelo menos a gente já entrega separado. A gente sempre entre orgânico e reciclável, teve um tempo que a minha mãe foi síndica, então eu pedi pra ela comprar duas latas de lixo separadas pra cada andar, porque dava pros outros moradores fazerem isso também, eu sei que alguns faziam, mas nem todos. (Romã)

Conforme os segmentos exibidos, é possível resumir as características do comportamento do consumidor de alimentos saudáveis no que consta a dimensão da reciclagem no Quadro 07.

Quadro 07. Resumo do comportamento em relação a dimensão da Reciclagem

Reciclagem	Os entrevistados forneceram respostas diferenciadas acerca deste tópico, já que 2 respondentes atestaram realizar algum tipo de separação de lixo; 2 asseguraram que já realizaram em outros tempos, mas que no momento não o fazem ou fazem apenas de alguns itens; e 1 não realizam nenhum tipo de reciclagem. O principal empecilho citado que impede a realização de algum tipo de separação de material, é a falta de infraestrutura em suas respectivas residências.
------------	--

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

A Akatu (2015) afirma que a reciclagem é uma ação diretamente associada ao descarte, reuso e reaproveitamento dos materiais, e a partir da análise do discurso dos entrevistados, é pertinente que estes estão cientes dos processos ao redor das atividades relacionadas a reciclagem. E justamente por estarem cientes dos processos necessários para que a ação seja concluída com êxito, enfrentam problemas.

Por isso, apesar do dito pelo Instituto Akatu (2015), onde a separação do lixo doméstico é a atividade inicial que os consumidores podem adotar quanto se fala em práticas sustentáveis, apenas dois respondentes da amostra sinalizaram conseguir realizar a atividade e que possuem uma infraestrutura em suas casas que permita isso. Os entrevistados que não conseguem realizar a coleta relatam como justificativa a falta de uma estrutura em suas respectivas moradias, como pontos de coleta, e a falta de uma mobilização coletiva em torno da ação.

4.5 Características da frugalidade

A presente seção tem por finalidade expressar como a frugalidade se expressa no comportamento do consumidor. Quando questionados sobre a reutilização de objetos, a maioria dos respondentes sinalizou que mesmo que por poucas vezes, estes já deram outra finalidade para pequenos objetos. Como pode ser visto em seguida.

Depende do que for, por exemplo, eu tenho um aplicador de rímel que agora eu uso pra sobancelha, o rímel acabou e eu joguei fora, aí eu peguei o aplicador, lavei, e uso pra pentear a sobancelha. (Pitanga)

Eu costumo tentar pensar em outros jeitos de usar ela, por exemplo, se eu ganho uma sacola mais bonita em algum lugar, eu não jogo fora, eu guardo, aí da pra usar ela mais vezes. (Coco)

[...] principalmente potes. Todas aquelas embalagens que são um pouco mais resistentes eu reaproveito, por um tempo, a gente comia algumas coisas congeladas, principalmente eu, porque ninguém quer fazer coisas vegetarianas pra mim, então a gente sempre guarda as embalagens. Quando eu cozinho, é mais ou menos uma vez no mês, eu guardo vários potes no congelador, como os de vidro são muito caros, acabo reaproveitando esses. Nem tudo é perfeito. (Romã)

Por conseguinte, todos reagiram positivamente a respeito do conserto de objetos, ressaltando sempre que antes de optar pelo conserto, verifica-se o custo benefício deste, se o valor da manutenção for inferior ao valor de um produto novo, ele pode ser consertado. Neste tópico, o conserto de itens de vestuário e eletrodomésticos foram os mais citados.

É muito difícil a gente jogar alguma coisa fora, então a gente conserta tudo. A gente tenta não comprar o que não precisa, só aquilo que realmente é necessário. (Romã)

Aconteceu essa semana agora, meu fogão tava quebrado e eu chamei um cara pra consertar, ele olhou assim e falou “qual a marca do seu fogão?” eu respondi que era Esmaltec, e ele “é melhor comprar um novo”, na mesma hora eu disse que não. A prioridade é consertar. (Jaboticaba)

[...] tenho eternamente uma pilha de roupas pra costureira e os eletrodomésticos depende, se eu ver que financeiramente não compensa consertar, eu compro um novo. Mas a primeira opção é sempre o conserto, depende do custo benefício. (Amora)

Tem muita roupa que eu tenho que ta descosturando, ta grande ou que precisa de algum pequeno conserto, eu mando pra uma costureira em vez de só passar a peça pra frente. Até porque eu tento não comprar muitas coisas, então enquanto eu puder consertá-las eu vou fazendo. (Coco)

Entretanto, apenas alguns afirmaram já ter feito compras de produtos usados, nesta categoria, produtos de vestuário adquiridos em brechós e bazares foram citados, bem como livros e materiais escolares comprados em sebos.

[...] esse ano que eu comprei pela primeira vez roupa, fui num brechó e acabei comprando. Também já fui em bazar, acabei me interessando e fui atrás. Antes disso não, era tudo novo. (Pitanga)

Já sim, roupa em brechó e geladeira de segunda mão. (Amora)

Já comprei algumas roupas em bazar, já comprei celular usado, já comprei livros também. O que eu tento mesmo é diminuir meu consumo no geral, a um tempo atrás eu li um livro de uma *personal organizer* que fala sobre a gente reconhecer qual a

real necessidade em ter alguns objetos, depois que eu li esse livro, doei quase metade do meu guarda roupa e hoje eu penso bem antes de comprar alguma coisa. (Romã)

A compra de produtos que possuem refil foi observada apenas nas respondentes que não residem com os pais, semelhante ao tópico da compra de eletrodomésticos, neste caso, os refis se fazem presentes principalmente em produtos de limpeza e higiene pessoal.

Uso sim (refis), principalmente de (produtos de) limpeza, já faz tempo. Uso pra sabão líquido, mas também uso pra shampoo e alguns sabonetes, da Natura sempre tem. É bem mais fácil. (Jaboticaba)

[...] de uso pessoal não tenho nenhum assim, só de limpeza mesmo, tenho vários. (Amora)

E quanto a utilização de sacolas reutilizáveis, estas já podem ser facilmente encontradas nas residências. Inclusive uma das respondentes, Jaboticaba, citou que as utiliza pois no supermercado onde realiza suas compras, não há disponibilização de sacolas plásticas, de modo que cada consumidor precisa ter sua sacola para levar as compras, nota-se que essas sacolas são aproveitadas principalmente em momentos de grandes compras com maior quantidade de produtos. Além dela, Romã contou que além de utilizar sacolas reutilizáveis, adotou um carrinho de feira.

Eu uso sacolas reutilizáveis e também tenho um carrinho de feira com rodinha, então se eu vou comprar frutas, eu não boto as frutas dentro de um saco plástico, eu coloco elas direto na sacola (reutilizável) ou soltas no carrinho. Como eu moro perto da Praça das Flores, lá tem uma feira de frutas orgânicas eu compro muita coisa lá, só levo meu carrinho. E na verdade mesmo, eu nunca comprei uma sacola reutilizável, eu ganhei uma no estégio e fique usando. (Romã)

No entanto, destaca-se aqui o segmento de um dos entrevistados que mesmo utilizando sacolas reutilizáveis, estão não são usadas corretamente.

[...] eu prefiro usar a sacola reciclável, tipo lá em casa tem várias sacolas recicláveis, mas pros meus pais, eles usam as sacolas recicláveis pra colocar sacolas plásticas dentro, e ficar mais fácil de carregar. Ai eu fico tentando dizer que não é o objetivo da sacola reciclável, então quando sou eu que uso, eu uso da maneira certo, colocando as coisas direto nela, não dentro das sacolas plásticas e depois dentro da reciclável. (Coco)

Considerando os fragmentos transcritos, é viável resumir as características do comportamento do consumidor de alimentos saudáveis no que consta a dimensão da frugalidade no Quadro 08.

Quadro 08. Resumo do comportamento em relação a dimensão da Frugalidade

Reutilização de objetos	Nem toda a amostra citou o reuso de objetos, e ainda aqueles que sinalizaram reutilizá-los, menciona que isso ocorre com pouca frequência.
Consertos de itens	Os respondentes mostraram boa vontade no que consta o conserto de objetos, os mais citados foram roupas e eletrodomésticos, ressalta-se apenas que o conserto só ocorre se o indivíduo julgar que o custo benefício é compensatório.
Compra de produtos usados	Assim como a reutilização de objetos, nem todos os entrevistados mencionaram realizar a compra de objetos usados, aqueles que o fazem, citaram principalmente roupas compradas em brechós e bazares e livros comprados em sebos.
Compra de produtos que possuem refil	Este item só se mostrou válido para as respondentes que não residem com os pais, estas contaram que utilizam refis para produtos de limpeza e higiene pessoal.
Sacolas reutilizáveis	As sacolas reutilizáveis são utilizadas em sua maioria para compras de maior volume, onde os consumidores precisam de mais espaço para carregar suas compras. Além das sacolas, uma das entrevistadas citou que também utiliza um carrinho de feira, visando novamente, reduzir o consumo de sacolas plásticas.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A análise do discurso dos entrevistados, corrobora o dito por Shama (1985), quanto esta expressa que os indivíduos adeptos a frugalidade, são sensíveis ao reaproveitamento de materiais, utilizando objetos de segunda mão. Neste caso, não apenas o reaproveitamento dos materiais foi declarado, mas também o conserto de itens, principalmente itens de vestuário e eletrodomésticos.

Segundo o Instituto Akatu (2015), uma possível barreira encontrada pela sociedade em adotar um estilo de vida frugal, é o isolamento. Contrariando a afirmação, a solidão fora apontada na dimensão que trata da reciclagem, não a frugalidade. A falta de participação da comunidade não foi lembrada neste tópico.

Outro fator em partes contestado foi a dificuldade em atingir os níveis sociais de baixa ou média renda, a assertiva fora descrita por Amorim *et al* (2017). Os respondentes elencaram ações, como o conserto de peças de vestuário, mas destacaram que o conserto de eletrodomésticos só é realizado se o custo não for desproporcional ao que o produto vale.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo central analisar as principais características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere às dimensões do consumo sustentável em seus aspectos qualitativos. Para alcançar o objetivo proposto, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, visando respeitar a individualidade de cada respondente e extrair o máximo de informações possíveis. Em sequência, os dados coletados nas entrevistas foram transcritos, analisados individualmente e quando cabível, confrontados com a teoria.

Quanto aos objetivos específicos, o primeiro deles, analisar como os consumidores compreendem o conceito de alimentação saudável, fora proposto na tentativa de exemplificar como os consumidores percebem este conceito e de que forma ele se relaciona com o consumo sustentável.

A partir da análise do discurso, apesar dos entrevistados estarem de acordo com a teoria sobre as definições do que consiste em ter uma alimentação saudável, estes não demonstraram preocupação sobre os impactos, tanto negativos quanto positivos, sobre a forma como esses alimentos foram cultivados, distribuídos, comercializados.

Identificar as características do comportamento do consumidor de alimentos saudáveis a respeito da dimensão da consciência ecológica, foi alcançado ao conseguir esclarecer qual a postura dos consumidores acerca da leitura de rótulos, neste caso, mesmo que ocorra a leitura, não necessariamente o indivíduo busca nela informações relacionadas aos aspectos sustentáveis do produto.

Entretanto, quando interrogados sobre a preferência por embalagens de materiais reciclados, todos se mostraram sensíveis ao seu uso, levando assim, a crer que o consumidor não precisa ler os rótulos para identificar se o material da embalagem pode ser reciclado ou não.

Destaca-se aqui a dificuldade da amostra em expor para o seu ciclo de convivência os conceitos e práticas concatenadas ao consumo sustentável, todos mencionaram que em algum grau encontram resistência ao tocar nesse assunto. Além disso, confirmou-se que empresas que possuem uma postura *eco friendly* foram mencionadas como exemplo de bom comportamento.

O objetivo específico que pretendia identificar as características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à economia de recursos, demonstrou que a redução do consumo de insumos como água e energia elétrica,

podem ser facilmente aplicadas em ações corriqueiras, enquanto reduzir o uso de elementos como sacolas plásticas ainda é desafiador.

Por sua vez, a identificação das características do comportamento de consumidores de alimentos saudáveis no que se refere à reciclagem apontou que apesar das tentativas, realizar a separação do lixo possui empecilhos que fogem a vontade dos indivíduos, como problemas em infraestrutura, em suas residências e a falta de um sistema de coleta seletiva próprio da cidade. Enquanto a identificação das características do comportamento do consumidor em torno da dimensão da frugalidade apontou que pequenas ações diárias, como a compra de materiais usados e o uso de sacolas reutilizáveis provocam mudanças positivas na vida de quem as pratica.

Portanto, acredita-se que os consumidores que incorporam de modo eficaz hábitos alimentares saudáveis, se mostram tocados a questões relacionadas ao consumo sustentável, visto que se ocorre uma preocupação com aquilo que está sendo consumido diariamente e os impactos negativos causados quando o consumo não é prudente, biologicamente falando, é factível realizar esse paralelo com o comportamento de consumo de produtos em geral e seu impacto no meio ambiente. As características demonstradas nesta pesquisa demonstram que é possível atribuir ao seu dia a dia, através de pequenas atitudes, uma maior responsabilidade com os impactos causados pelo consumo.

A relevância deste estudo se traduz não apenas para instituições, mas também para os consumidores. A respeito de estudos tratantes do consumo sustentável e suas respectivas dimensões, acredita-se que esta pesquisa contribuiu ao identificar o cenário em torno de marcas, em especial do setor de cosméticos, que perdem consumidores por realizar testes animais, prática esta não mencionada no modelo proposto por Ribeiro e Veiga (2011).

No que concerne as organizações empresariais, como dito anteriormente, empresas que aderem em suas ações cotidianas práticas que favorecem o meio ambiente são mais bem recebidas pelo mercado em detrimento aquelas onde há não ocorre essa preocupação, nesse contexto associado ao âmbito da alimentação saudável, um segmento que pode ser favorecido, é o de restaurantes. Estabelecimentos que passem a seus consumidores ações de consumo sustentável por meio dos cuidados em torno dos insumos comprados, do modo de preparo e do seu espaço físico podem apresentar diferenciais competitivos, por exemplo, na cidade de Fortaleza já possível identificar lugares que seguem esses preceitos.

A pesquisa apresenta limitações, a escala proposta por Ribeiro e Veiga (2011) é relativamente nova, de modo que há pouca literatura que trate especificamente da relação entre hábitos alimentares saudáveis e as dimensões do consumo sustentável. Para mais, os

entraves pertinentes a amostra foram: resistência em encontrar entrevistados que fosse inteiramente honesto em suas respostas e que relatassem de forma fidedigna seus padrões de consumo, e a amostra predominantemente feminina, pois para alcançar os objetivos do estudo seria interessante ter respondentes de ambos os gêneros em números mais igualitários, na tentativa de se aproximar da realidade.

Sugere-se então, para pesquisas futuras, estudos tanto qualitativos quanto quantitativos, visando explorar ainda mais as relações estabelecidas entre o nicho de indivíduos que tentam manter uma alimentação saudável e as dimensões do consumo sustentável.

REFERÊNCIAS

- ACHÃO, Carla da Costa Lopes. **Análise da Estrutura de Consumo de Energia pelo Setor Residencial Brasileiro**. 2003. 103 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Elétrica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <http://www.feis.unesp.br/Home/DSAA/DSAA/ProjetoGQTSCM/documentos/assistencia/ccl_achao.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2018.
- AKATU. **Consumidores conscientes: o que pensam e como agem**. 2005.
- AKATU. **Consumo consciente para um futuro sustentável**. 2015.
- AKATU. **Será que isso vai pra reciclagem?** 2011. Disponível em: <<https://www.akatu.org.br/noticia/sera-que-isso-vai-para-a-reciclagem/>>. Acesso em: 06 out. 2018.
- AMORIM, A. P. *et al.* Inovação Frugal e Sustentabilidade: Desenvolvimento dos estudos a partir da incorporação do Triple Bottom Line (TBL). In: *Gestión de la Innovación para la Competitividad: Sectores estratégicos, tecnologías emergentes y emprendimientos*. **Anais...Cidade do México: ALTEC**, 2017. Disponível em: <http://www.uam.mx/altec2017/pdfs/ALTEC_2017_paper_431.pdf> Acesso em 07 out. 2018.
- BARROS, D. F.; COSTA, A. M. Consumo consciente no Brasil: um olhar introdutório sobre práticas de resistência ao consumo por meio da análise do discurso do Instituto Akatu pelo consumo consciente. In: **ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**, 32, 2008, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro, RJ, 2008. Acesso em: 24 jun 2018.
- CARNEIRO, Henrique S. Comida e Sociedade: Significados sociais na história da alimentação. **História, Questões e Debate**, Curitiba, v. 42, n. 1, p.71-80, jan. 2005.
- CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. Lua Nova: **Revista de Cultura e Política**, São Paulo, n.95, maio-ago 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0102-6445143-177/95>>. Acesso em: 11 out 2018.
- COSTA, Daniela Viegas da; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. 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 Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 3, p.115-145, abr. 2011.
- DE OLIVEIRA, Verônica Macário; CORREIA, Suzanne Erica Nóbrega; GOMEZ, Carla Regina Pasa. Inovações Sociais como Meio de Promoção do Consumo Sustentável: Possibilidades e Desafios. **Desenvolvimento em Questão**, [S.l.], v. 16, n. 44, p. 383-416, ago. 2018. ISSN 2237-6453. Disponível em: <<https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/5786>> . Acesso em: 11 set. 2018
- DE TONI, D., Larentis F. & Mattia A. **Revista de Gestão Social e Ambiental** - RGSA, São Paulo, v. 6, n. 3, p. 113-128, set./dez. 2012.

DEMAJOROVIC, Jacques. Da política tradicional de tratamento do lixo à política de gestão de resíduos sólidos as novas prioridades. **Rev. adm. empresas.**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 88-93, Junho 1995. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003475901995000300010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 Set.2018.

FURRIELA, Rachel Biderman. **Educação para o Consumo Sustentável**. Ciclo de Palestras sobre Meio Ambiente: Programa conheça a educação do Cibec/Inep – MEC/SEF/COEA, 2001. Disponível em: <

<http://portal.mec.gov.br/secad/arquivos/pdf/educacaoambiental/ciclodopalestras.pdf>>. Acesso em: 11 set 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Daniela Vasconcellos. EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO ÉTICO E SUSTENTÁVEL. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, Rio Grande do Sul, v. 16, n. 1, p.18-32, jan. 2006.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F; MOURA, C. Consumo Sustentável: Muito Além do Consumo “Verde”. In: XXXI ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais ...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007, p. 1 – 13. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/APS-C2378.pdf>> . Acesso em: 13 set. 2018.

HARRISON, R.; NEWHOLD; T.; SHAW, Deirdre. (2005). **The Ethical Consumer**. London: Sage Publications

HYVARINEM, A.; NUMMINEM, S.; HALME, M. (2015). **Implications of Frugal Innovations on Sustainable Development: Evaluating Water and Energy Innovations**. Basel: MDPI AG.

INSTITUTO ETHOS. **Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável**. 2011. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/06/Plataforma-por-uma-Economia-Inclusiva-Verde-e-Respons%C3%A1vel.pdf>> Acesso em: 07 out. 2018.

KARASKI, Thiago Urtado. Companhia Ambiental do Estado de São Paulo. **Embalagem e Sustentabilidade: Desafios e orientações no contexto da Economia Circular**. 2016.

Disponível em: <http://www.abre.org.br/wp-content/uploads/2012/08/embalagem_sustentabilidade.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2018.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Tradução de Sabrina Cairo; revisão técnica de Dilson Gabriel dos Santos e Francisco Alvarez. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

KRISCHKEL, P.J.; TOMIELLO, N. 2009. O comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos: um estudo exploratório. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, 10 (96):27-43

LEME, Malu Paes. **O que é consumo consciente?** 2014. Disponível em: <<http://alimentacaointeligente.com.br/o-que-e-consumo-consciente/>>. Acesso em: 27 maio 2018.

LACERDA, L. **Logística reversa: uma visão sobre os conceitos básicos e as práticas operacionais**. Rio de Janeiro: COPPEAD/UFRJ, 2002.

LANDIM, Miguel *et al.*, Sustentabilidade quanto às embalagens de alimentos no Brasil. Polímeros: **Ciência e Tecnologia**, v. Edição Especial, p. 82 – 92, 2016. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=47043582013>> Acesso em: 18 nov. 2018.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2014. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_docman&view=download&alias=1509-guia-alimentar-para-a-populacao-brasileira-9&category_slug=seguranca-alimentar-e-nutricao-997&Itemid=965> Acesso em 11 out 2018.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MONTEIRO, T. A. *et al.* Consciência ecológica e atitudes dos consumidores: um estudo exploratório sobre seus impactos diante de produtos e marcas. **Revista de Administração da Unimep**, v. 10, n. 3, p. 183-198, 2012.

MONTEIRO, Plínio Rafael Reis *et al.* Personalidade e consumo ecologicamente consciente. **Revista de Administração Faces Journal**, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p.30-49, abr. 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/1940/194016906003.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2018.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **Rac**, Curitiba, v. 15, n. 4, p.731-747, jul. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n4/a10v15n4>>. Acesso em: 28 out. 2018.

OLIVEIRA, T. V. *et al.* Consumo socialmente responsável no varejo da moda: analisando a intenção dos consumidores de deixar de comprar de empresas denunciadas por escravidão contemporânea. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 8, n. 2, p. 63-75, 2014.

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

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Dia Mundial do Meio Ambiente**. 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/meioambiente/>> Acesso em: 07 out. 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS), ORGANIZAÇÃO PAN AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). **Representação da OPAS/OMS no Brasil adota política de**

alimentação saudável no ambiente de trabalho. 2016. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5191:representacao-da-opas-oms-no-brasil-adota-politica-de-alimentacao-saudavel-no-ambiente-de-trabalho&Itemid=820>. Acesso em: 24 nov. 2018.

PINHEIRO, Anelise Rizzolo de Oliveira. A alimentação saudável e a promoção da saúde no contexto da segurança alimentar e nutricional. **Saúde em Debate**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 70, p.125-139, ago. 2005. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/4063/406345255003.pdf>> Acesso em: 11 nov. 2018.

PORTILHO, Fátima. Consumidores de alimentos orgânicos: discursos, práticas e auto-distribuição de responsabilidade socioambiental. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 26., 2008, Porto Seguro. **Anais....** Porto Seguro: Aba, 2008. p. 1 - 19.

PORTILHO, Fátima. Consumo verde, consumo sustentável e a ambientalização dos consumidores. In: ENCONTRO DA ANPPAS, 2., 2004, Indaiatuba. **Anais ...** Indaiatuba: Gt Agricultura, Riscos e Conflitos Ambientais, 2004. p. 1 - 21. Disponível em: <http://anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/GT/GT05/f%Eltima_portilho.pdf>. Acesso em: 11 set. 2018.

PORTILHO, Fátima; CASTANEDA, Marcelo; CASTRO, Inês Rugani Ribeiro de. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 99-106, jan. 2011. Acesso em: 27 maio 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013.

RODRIGUES, L. P. F.; *et. al.* **Sustentabilidade, segurança alimentar e gestão ambiental para a promoção da qualidade de vida.** 2012. Disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12484/1/ARTIGO_SustentabilidadeSegurancaAlimentar.pdf>. Acesso em: 24 jun 2018.

RIBEIRO, J. A.; VEIGA, R. T. Proposição de uma escala de consumo sustentável. **Revista de Administração**, v. 46, n. 1, art. 4, p. 45-60, 2011. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/4457/proposicao-de-uma-escala-de-consumo-sustentavel/i/pt-br>> Acesso em: 16 set 2018.

RIBEIRO, Helena; JAIME, Patrícia Constante; VENTURA, Deisy. Alimentação e sustentabilidade. *Estud. av.*, São Paulo, v. 31, n. 89, p. 185-198, Abril. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142017000100185&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 11 out. 2018. <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-40142017.31890016>.

RODRIGUES, Amanda Candido; PERES, Natalia Alécio. **O uso do marketing sustentável como ferramenta para atrair e manter clientes.** 216. 64 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Centro Universitário Eurípides de Marília – Univem, Marília, 2016. Disponível em: <<http://aberto.univem.edu.br/bitstream/handle/11077/1552/TCC%20%20-%20COMPLETO%20Natalia%20e%20Amanda%20%20-%20ADM%20UNIVEM%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 16 set. 2018.

RONCHI, Luciana *et al.* A prática do consumo sustentável entre estudantes universitários. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, São Paulo, v. 6, n. 1, p.118-138, jan. 2016. Disponível em:

<<http://www.revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/viewFile/933/pdf>>. Acesso em: 07 out. 2018.

SALLES, Josana. **Sustentabilidade também na alimentação**. 2011. Disponível em:

<<http://www.gazetadigital.com.br/conteudo/show/secao/61/materia/270620>>. Acesso em: 27 maio 2018.

SANTOS, Roberta Maria Costa. **Empresas sustentáveis e ética animal: algumas reflexões**. 2014. Disponível em:

<<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=215755794610b6b5>>. Acesso em: 24 nov. 2018.

SHAMA, A. (1985). **The voluntary simplicity consumer**. *Journal of Consumer Marketing*, 2(4), 57- 63.

SILVA, Minelle Enéas da. **A contribuição de práticas empresariais responsáveis para o Consumo Sustentável no varejo de supermercados: O caso Wal-Mart Brasil**. 2011. 138 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011.

SILVA, Victor Henrique Medronha da *et al.* Mensuração da Consciência Ambiental dos Consumidores: Proposta e validação da escala. **Revista Administração - Ufsm**, Santa Maria, v. 10, n. 3, p.63-78, out. 2017.

SOUZA, João Carlos. **Reciclagem e Sustentabilidade: A importância da Logística**. 2008. Disponível em:

<https://www.marinha.mil.br/spolm/sites/www.marinha.mil.br.spolm/files/038_0.pdf>. Acesso em: 06 out. 2018.

SOUZA, Sônia Maria Fernandes da Costa *et al.* Utilização da informação nutricional de rótulos por consumidores de Natal, Brasil. **Revista Panamericana de Salud Pública**, Washington, D.c, v. 5, n. 29, p.337-343, jan. 2011.

TÓDERO, Mirele. **Consumo consciente e percepção do consumidor sobre ações corporativas vinculadas ao conceito de responsabilidade social: Um estudo no setor da saúde**. 2009. 172 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

VEIROS, Marcela Boro; PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa. Princípios de Sustentabilidade na Produção de Refeições. **Nutrição e Ecologia**, Santa Catarina, v. 10, n. 1, p.45-49, maio 2010.

YOSHIMUCHI, Ana Paula. **Guia PCS - Produção e consumo sustentáveis: Tendências e oportunidades para o setor de negócios**. Disponível em:

<<http://az545403.vo.msecnd.net/uploads/2015/06/dma-guia-pcs-web.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2018.