



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE TECNOLOGIA
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA HIDRÁULICA E AMBIENTAL
CURSO DE ENGENHARIA AMBIENTAL

LARA LIRA NEVES

CONSUMO SUSTENTÁVEL ENTRE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

FORTALEZA

2020

LARA LIRA NEVES

CONSUMO SUSTENTÁVEL ENTRE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

Trabalho de Conclusão de Curso referente ao curso de Graduação em Engenharia Ambiental da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Engenharia Ambiental.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Ana Bárbara de Araújo Nunes

FORTALEZA

2020

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)

N425c Neves, Lara Lira.

Consumo sustentável entre universitários / Lara Lira Neves. – 2020.
50 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Tecnologia,
Curso de Engenharia Ambiental, Fortaleza, 2020.

Orientação: Profa. Dra. Ana Bárbara de Araújo Nunes.

1. Consumo sustentável. 2. Consumidor. 3. Universitário. 4. Coronavírus. I. Título.

CDD 628

LARA LIRA NEVES

CONSUMO SUSTENTÁVEL ENTRE UNIVERSITÁRIOS

Trabalho de Conclusão de Curso
referente ao curso de graduação em
Engenharia Ambiental da Universidade
Federal do Ceará, como requisito parcial
à obtenção do título de Bacharel em
Engenharia Ambiental

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Ana Bárbara de Araújo Nunes (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dra. Simone Lima da Costa Preuss
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Ma. Yangla Kelly Oliveira Rodrigues
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Aos meus familiares e amigos que
estiveram comigo do início ao fim.

Às vítimas do COVID-19, que suas
famílias encontrem conforto.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe Teodomira, que dedicou anos da sua vida para que suas filhas pudessem ter a melhor educação possível e é um exemplo de mulher para mim. Espero poder retribuir tudo que ela me proporcionou durante todo esse período.

Ao meu pai Irai (*in memoriam*), que foi uma inspiração para mim como profissional e proporcionou uma educação de base de qualidade para que eu conseguisse ingressar em uma universidade pública.

À minha irmã, Tais, por sempre me apoiar, por estar sempre presente e por despertar o meu lado das ciências humanas quando eu mais precisava.

Aos meus avós e meus demais familiares, por todos os incentivos, energias positivas e suportes que me foram dados por eles.

À minha filha felina Lucy, que acompanhou toda esta jornada passando horas ao meu lado enquanto eu estudava e proporcionando os momentos de pausa para que eu lhe desse carinho.

Às minhas amigas provenientes do Colégio Ari de Sá, minhas irmãs de outras mães, que estiveram comigo em diversos momentos, incluindo nas loucuras da fase pré-vestibular e de escolha de curso. Obrigada por tantos anos de companheirismo e por serem pessoas com quem eu sei que poderei sempre contar.

Aos meus amigos e amigas da EEMA, que desde 2014 compartilham comigo todas as glórias e sofrimentos da vida acadêmica. Obrigada por tornarem mais leve essa caminhada tão árdua, estar ao lado de vocês me dava forças para continuar.

Às amigas que eu fiz no PACCE UFC, por terem sido meu apoio em diversas situações, por terem mudado minha visão do mundo e por terem se tornado pessoas que eu não consigo mais imaginar minha vida sem elas. Obrigada por todos os momentos incríveis que vivemos juntos, que venham muitos outros.

Ao PACCE UFC, por tudo que ele proporcionou na minha vida acadêmica e por ter sido um dos maiores incentivos para que eu pudesse chegar até aqui. Em especial aos coordenadores Prof. Hermany Vieira e Juan Bustamante, por levarem as

experiências deste Programa aos estudantes mesmo com todas as adversidades encontradas.

A todos os colegas que estiveram comigo durante meus períodos de estágio na Ecofor e no North Shopping Jóquei, pela confiança e por terem auxiliado uma futura profissional a se preparar para o mercado de trabalho.

À minha professora orientadora Ana Bárbara, por ser uma grande inspiração como mulher e engenheira para nós da Engenharia Ambiental. Obrigada por todo o apoio e todos os momentos de aprendizado.

A todos que tiraram um pouco do seu tempo divulgando e respondendo o questionário desta pesquisa, cada resposta foi de grande importância e serei eternamente grata pela colaboração.

Aos professores que sempre lutaram por uma educação de qualidade. Em especial à minha orientadora do programa de Extensão, Professora Helena Becker, por sua constante luta por uma universidade mais sustentável e por ter despertado ainda mais em mim o amor pelo meio ambiente.

À UFC, que foi minha segunda casa durante tantos anos e me fez aprender assuntos de extrema importância que vão muito além do conteúdo das salas de aula. Que não desistamos da luta por uma universidade pública, democrática e de qualidade, por mais que esta sofra ameaças de todas as esferas. E que a “balbúrdia” nunca pare.

“Não faz bem viver sonhando e se
esquecer de viver, lembre-se”

(Alvo Dumbledore)

RESUMO

Os padrões de consumo nos quais a nossa sociedade se encontra atualmente são estimulados pelo uso desenfreado de recursos naturais e a aquisição constante de produtos novos pela população. Para frear esse comportamento e promover uma relação mais equilibrada entre a vida humana na Terra e os recursos da natureza foi desenvolvido o conceito de Consumo Sustentável, que consiste na adoção de hábitos que gerem menos impactos negativos no meio ambiente e na sociedade. Paralelamente a este advento o mundo foi acometido no ano de 2020 por uma pandemia da doença conhecida como COVID-19, que devido a seu alto poder de transmissão fez com que as pessoas se encontrassem em isolamento social durante meses, paralisando diversas atividades econômicas e sociais. Com o intuito de verificar o comportamento dos universitários da UFC antes e durante o período de quarentena em precaução ao vírus, foi realizado um levantamento no formato de formulário digital para averiguar as práticas dos mesmos no que diz respeito ao Consumo Sustentável. Pôde ser percebido que muitos dos entrevistados estão encaminhando seu estilo de vida para uma realidade mais equilibrada com a natureza, contudo ainda há necessidade de um maior estímulo a este comportamento. Foi verificado também que a pandemia de COVID-19 gerou mudanças significativas nos hábitos dos estudantes, algumas destas com possibilidades de permanecerem mesmo após a diminuição do surto da doença.

Palavras-chave: Consumo sustentável. Consumidor. Universitário. Coronavírus.

ABSTRACT

The consumption patterns in which our society is placed nowadays are highly stimulated by the uncontrolled use of the natural resources and the constant acquisition of new products by the population. Willing to brake this behavior and promote one most equilibrated relation between the human life on Earth and the nature's resources was developed the concept of Sustainable Consumption, which consists on the adoption of habits that causes less negative impacts in the environment and the society. In parallel to this advent the world was stricken in the year of 2020 by one pandemic of the disease known as COVID-19, which due to its highly power of transmission made the people find themselves in social isolation during months, stopping several economics and social activities. With the aim to verify the behavior of college students from UFC before and after the quarantine for the virus prevention, it was made one survey in the format of digital form to investigate their practices in what it concerns to the Sustainable Consumption. It was observed that most of the interviewees are directing their lifestyle to a new reality most equilibrated with the nature, however it is still needed one higher stimulation to this behavior. It was also verified that the COVID-19 pandemic caused significant changes in the students' habits, some of them with possibilities to remain even after the fall of the disease outbreak.

Key words: Sustainable Consumption. Consumer. College Students. Coronavirus.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

COVID-19	Coronavirus Disease 2019
IES	Instituição de Ensino Superior
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
PEACE	Programa de Educação Ambiental do Ceará
PIB	Produto Interno Bruto
PNRS	Política Nacional de Resíduos Sólidos
PROGRAD	Pró-reitoria de Graduação
SARS -CoV-2	Síndrome Respiratória Aguda Grave De Coronavírus 2
SEMA	Secretaria de Meio Ambiente
UFC	Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 OBJETIVOS	12
2.1 Objetivo Geral	12
2.2 Objetivos Específicos.....	12
3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	13
3.1 Consumo sustentável e Consumerismo	13
3.2 Comportamento do consumidor.....	14
3.3 Incentivos ao consumo sustentável.....	15
3.3.1 <i>Iniciativas mundiais</i>	15
3.3.2 <i>Iniciativas públicas no Brasil</i>	16
3.3.3 <i>Iniciativas privadas no Brasil</i>	18
3.4 Período de pandemia no Brasil.....	20
4 METODOLOGIA.....	22
5 RESULTADOS	24
5.1 Primeira seção	24
5.2 Segunda seção	26
5.3 Terceira seção	27
5.4 Quarta seção	33
6 CONCLUSÃO.....	40
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	45

1 INTRODUÇÃO

O consumo sustentável é um padrão de consumo onde se dá prioridade a produtos e serviços que utilizam menos recursos naturais em seus processos, que causam uma menor degradação ao meio ambiente no seu ciclo de vida, que envolvem condições dignas de trabalho na sua fabricação, que são realmente necessários para o consumidor e que apresentam diversas outras características que corroboram com um estilo de vida mais respeitoso à sociedade e à natureza.

Para incentivar este comportamento surgiram iniciativas como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, que estabelecem 17 metas para o desenvolvimento sustentável, onde a ODS de número 12 é voltada especificamente para as questões do consumo e visa “Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais; [...] reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial; [...] reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso” dentre outras metas que assegurariam os padrões de produção e consumo sustentáveis.

Considerando a realidade do estado do Ceará é interessante analisar como se dá o comportamento do consumidor mais jovem nesta região, tendo em vista que este público possui muito acesso aos ambientes que estimulam o consumo exacerbado, mas também às informações de educação ambiental envolvendo consumo sustentável. Por este motivo, foi selecionado um nicho de universitários de uma Instituição de Ensino Superior de nível federal para investigar como se dão os hábitos e padrões de consumo dos mesmos.

No ano de 2020 o mundo todo sofreu com uma grande mudança, a pandemia da doença COVID-19 associada ao SARS-CoV-2, que já fez mais de 740.000 vítimas (Universidade Johns Hopkins EUA, 2020), fez com que houvesse um isolamento social que contemplava a suspensão de diversas atividades e mudanças nos hábitos da sociedade em todo o planeta. Sabendo dos impactos que a chamada quarentena causou na vida dos brasileiros e na economia, é importante também realizar o questionamento quanto a existência ou não de alterações na rotina do consumidor e na prática do consumo sustentável.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Analisar o perfil de estudantes universitários como consumidores sustentáveis e como ele foi afetado pelo isolamento social ocorrido no ano de 2020 no estado do Ceará.

2.2 Objetivos Específicos

- Analisar as práticas de consumo no que tange à aquisição, utilização e descarte de produtos quanto à sua sustentabilidade ambiental;
- Analisar as prioridades do consumidor no momento de escolha da compra de produtos e serviços;
- Comparar o perfil de consumo antes e depois do isolamento social em decorrência da pandemia de Coronavírus ocorrido em 2020 no Ceará.

3 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

3.1 Consumo sustentável e Consumerismo

O perfil de consumo observado atualmente no mundo está fomentando diversas discussões e preocupações no que se refere aos impactos que ele traz à sustentabilidade ambiental. Estamos inseridos em um processo onde se adquire produtos e serviços com uma frequência cada vez maior, muitas vezes sendo desconsiderada a real necessidade dos mesmos. Esse processo que se deu início após a Revolução Industrial e que no período atual continua muito presente nos padrões de consumo pode trazer sérias consequências ao planeta como escassez de recursos, mudanças climáticas, poluição da água e do ar e diminuição da biodiversidade (Oskamp, 2000).

Tendo a sociedade percebido as práticas de consumo desenfreadas com tendências altas de crescimento, surgiu o conceito de Consumo Sustentável, que se trata de converter o consumo em um ato consciente quanto aos seus impactos na natureza e na sociedade, extrapolando as necessidades individuais do consumidor (Silva *et al.*, 2012). No Brasil, o Ministério do Meio Ambiente em seu site oficial define o consumo sustentável como:

O Consumo Sustentável envolve a escolha de produtos que utilizaram menos recursos naturais em sua produção, que garantiram o emprego decente aos que os produziram, e que serão facilmente reaproveitados ou reciclados. Significa comprar aquilo que é realmente necessário, estendendo a vida útil dos produtos tanto quanto possível. Consumimos de maneira sustentável quando nossas escolhas de compra são conscientes, responsáveis, com a compreensão de que terão consequências ambientais e sociais – positivas ou negativas.

Quando o assunto é consumismo e suas consequências não se pode mais restringi-las apenas à questão da degradação do meio ambiente, também devemos levar em consideração as questões sociais e econômicas em torno deste fenômeno já que são fatores que costumam impactar também, ou inclusive de forma mais intensa, a vida dos indivíduos. Esta visão mais crítica do consumo consciente foi um dos fatores que levou ao aparecimento do termo Consumerismo, que segundo Ashley (2005) pode ser considerada como uma perspectiva que visa tornar os consumidores mais racionais em suas escolhas, e possui as seguintes vertentes:

O consumerismo verde é uma tentativa de fazer os consumidores comprarem bens e serviços que não agridam o meio ambiente. O consumerismo ético, um desenvolvimento do consumerismo verde, considera questões mais amplas do que apenas “ser amigo do meio ambiente” [...]. Por meio de um monitoramento do comportamento dos negócios das empresas, o consumerismo ético objetiva o comércio ético dentro do atual sistema econômico.

3.2 Comportamento do consumidor

Para que se possa fazer uma análise acerca dos padrões de consumo de um grupo de pessoas é necessário entender como funciona o comportamento do consumidor. O comportamento do consumidor envolve todas as considerações feitas pelo comprador durante a escolha e o uso de um produto ou serviço, essas considerações sofrem influência de elementos como a cultura do ambiente em que o indivíduo está inserido, as pessoas com quem ele convive, suas convicções pessoais, os canais de comunicação que ele acessa e diversos outros fatores que, de forma conjunta ou não, atuam no indivíduo como comprador.

De acordo com Solomon (2002 *apud* Gomes 2011) o comportamento do consumidor pode ser definido como “o estudo dos processos envolvidos quando grupos ou indivíduos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazerem suas necessidades e desejos.” Complementando essa definição, Mittal e Newman (2001 *apud* Gomes 2011) o resume como “as atividades físicas e mentais realizadas por clientes de bens de consumo e industriais que resultam em decisões e ações como, comprar e utilizar produtos e serviços, bem como pagar por eles.”

Quando é identificada uma preocupação com a sustentabilidade no perfil do comprador, este pode ser chamado de consumidor consciente. Ao realizar a compra de um serviço ou produto, o comportamento do consumidor consciente leva em consideração outros fatores além de preço e qualidade, ele avalia fatores como o impacto ambiental que aquela compra pode gerar, as condições de trabalho nas quais se deram sua fabricação e as iniciativas de sustentabilidade realizadas por iniciativas públicas ou privadas que estejam relacionados àquele insumo. Algumas vezes o consumo consciente pode desencadear inclusive na não aquisição do produto ou serviço. A definição de consumidor consciente no site oficial do Ministério do Meio Ambiente afirma que:

O consumo consciente pode ser praticado no dia-a-dia, por meio de gestos simples que levem em conta os impactos da compra, uso ou descarte de produtos ou serviços, ou pela escolha das empresas da qual comprar, em função de seu compromisso com o desenvolvimento socioambiental. Assim, o consumo consciente é uma contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida no planeta.

3.3 Incentivos ao consumo sustentável

Diante deste cenário preocupante em relação aos hábitos de consumo da população e das indústrias, algumas medidas foram tomadas com o intuito de pressionar os países a colaborarem para a formação de um futuro mais sustentável, tanto a nível global como a nível regional.

3.3.1 Iniciativas mundiais

Durante a Conferência das Nações Unidas Sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento ocorrida no Rio de Janeiro em 1992, evento que ficou conhecido como “RIO 92” foi assinada pelos países presentes o documento chamado “Agenda 21”, um plano de ação com objetivo de aplicar em escala global um padrão de desenvolvimento sustentável da sociedade.

O documento é dividido em 40 capítulos, onde o quarto capítulo é voltado especificamente para a mudança nos padrões de consumo, e ressalta que os padrões atuais colaboram com o aumento da pobreza e da desigualdade social. Dentre suas determinações, a Agenda 21 (1992) no que se refere ao países desenvolvidos determina que estes “devem assumir a liderança na obtenção de padrões sustentáveis de consumo”, quanto aos países em desenvolvimento seus objetivos básicos são:

[...] procurar atingir padrões sustentáveis de consumo, garantindo o atendimento das necessidades básicas dos pobres e, ao mesmo tempo, evitando padrões insustentáveis, especialmente os dos países industrializados, geralmente considerados especialmente nocivos ao meio ambiente, ineficazes e dispendiosos.

O documento em sua extensão ainda dá grande ênfase à tomada de ações, por parte dos governos, das empresas e da sociedade, no que se refere a: economia de

energia e estímulo às energias renováveis, gestão mais eficaz das matérias primas, redução do volume de resíduos sólidos e o uso de instrumentos econômicos para influenciar no comportamento do consumidor.

Outra iniciativa de grande importância são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, uma série de metas para o ano de 2030 que envolvem questões sociais, ambientais e econômicas que se encontram em crise no mundo todo. O Objetivo número 12 denominado de “CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis” lança algumas metas envolvendo questões relacionadas ao consumo sustentável e à economia das matérias primas. Dentre os tópicos do décimo segundo ODS é válido destacar os seguintes:

- 12.2 Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais;
- 12.3 Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento [...];
- 12.5 Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso;
- 12.6 Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios;
- 12.8 Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza.

3.3.2 Iniciativas públicas no Brasil

Quando se trata de incentivos ao consumo sustentável no Brasil, podem ser citadas algumas ações por parte do poder público, dentre elas a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) de 2 de agosto de 2010 e a Política de Educação para o Consumo Sustentável, de 11 de novembro de 2015.

A Lei Nº 13.186, de 11 de novembro de 2015 institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável, que tem como objetivos “estimular a adoção de práticas de consumo e de técnicas de produção ecologicamente sustentáveis.” por meio de campanhas em meios de comunicação em massa e da capacitação de professores dos programas de educação ambiental do ensino fundamental e médio. O Artigo 2º da referida lei define seus objetivos como:

- I - incentivar mudanças de atitude dos consumidores na escolha de produtos que sejam produzidos com base em processos ecologicamente sustentáveis;
- II - estimular a redução do consumo de água, energia e de outros recursos naturais, renováveis e não renováveis, no âmbito residencial e das atividades de produção, de comércio e de serviços;
- III - promover a redução do acúmulo de resíduos sólidos, pelo retorno pós-consumo de embalagens, pilhas, baterias, pneus, lâmpadas e outros produtos considerados perigosos ou de difícil decomposição;
- IV - estimular a reutilização e a reciclagem dos produtos e embalagens;
- V - estimular as empresas a incorporarem as dimensões social, cultural e ambiental no processo de produção e gestão;
- VI - promover ampla divulgação do ciclo de vida dos produtos, de técnicas adequadas de manejo dos recursos naturais e de produção e gestão empresarial;
- VII - fomentar o uso de recursos naturais com base em técnicas e formas de manejo ecologicamente sustentáveis;
- VIII - zelar pelo direito à informação e pelo fomento à rotulagem ambiental;
- IX - incentivar a certificação ambiental.

A PNRS tem sua aplicação na gestão integrada e no gerenciamento de resíduos sólidos, designando como responsáveis por essas questões todos os geradores, sejam eles “pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, que geram

resíduos sólidos por meio de suas atividades, nelas incluído o consumo” e a mesma institui obrigações relacionadas a todo o ciclo de vida de um produto, onde os geradores devem assumir compromissos com a sustentabilidade desde a exploração da matéria prima até o descarte do produto final após seu uso.

Em seu Artigo 31º que aborda a responsabilidade compartilhada do ciclo de vida do produto, a lei cita as obrigações de investir em produtos que gerem a menor quantidade de resíduos possíveis e que sejam aptos para o consumidor poder reutilizar ou reciclar após o uso, e de divulgar informações relacionadas à forma correta de eliminar os resíduos sólidos associados aos seus produtos.

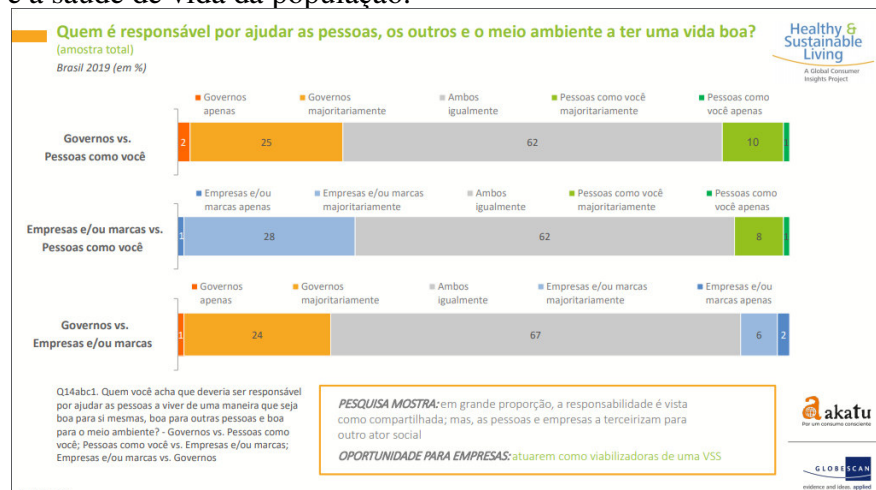
Contemplando o estado do Ceará, o Governo do Estado do Ceará possui diversas iniciativas de incentivo público a ações de sustentabilidade, que integram o Programa de Educação Ambiental no Ceará (PEACE). Dentre os projetos que integram o PEACE alguns exemplos notáveis são os Cursos de Capacitação de Agentes Multiplicadores em Educação Ambiental, Programa Selo Escola Sustentável, Semana do Meio Ambiente e o Curso de Gestão Ambiental Municipal.

Também por iniciativa do Governo do Estado do Ceará, em dezembro de 2019 foi criado o Selo Empresa Sustentável, que consiste em uma certificação emitida pela Secretaria de Meio Ambiente (SEMA) para empresas que atendam aos critérios do selo no que diz questão ao uso racional de água, destinação de efluentes, gerenciamento de resíduos sólidos, uso racional de energia elétrica e responsabilidade socioambiental.

3.3.3 Iniciativas privadas no Brasil

Conforme é citado na PNRS, a responsabilidade de promover relações de consumo mais sustentáveis não se deve apenas ao poder público, muito deve ser feito por parte das empresas e indústrias. De acordo com a pesquisa “Vida Saudável e Sustentável” realizada em 2019 pelo Instituto Akatu que entrevistou 1000 brasileiros de diversas regiões do país, 67% dos entrevistados afirmaram que Governo e Empresas são igualmente responsáveis por ajudar as pessoas a viverem de forma benéfica para elas, para as outras pessoas e para o meio ambiente, como pode ser observado na Figura 1 (AKATU; GLOBESCAN, 2019).

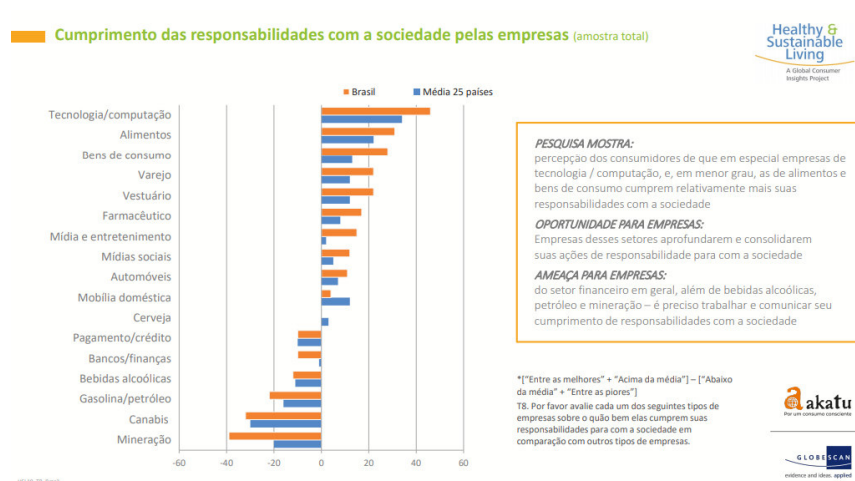
Figura 1 – Opinião dos brasileiros quanto à responsabilidade com o meio ambiente e a saúde de vida da população.



Fonte: Relatório Pesquisa Vida Saudável e Sustentabilidade, Akatu e Globescan (2019).

Ainda de acordo com os resultados do levantamento de 2019 do Akatu, os entrevistados acreditam que as empresas que mais se preocupam com o bem estar da população e do meio ambiente são aquelas pertencentes aos setores de tecnologia, alimentação, bens de consumo, varejo e vestuário. Conforme observado na Figura 2.

Figura 2 – Confiança dos brasileiros no cumprimento das responsabilidades das empresas, organizadas por setores.



Fonte: Relatório Pesquisa Vida Saudável e Sustentabilidade, Akatu e Globescan (2019).

Um exemplo a ser citado da iniciativa privada é a multinacional brasileira Natura de bens de consumo como cosméticos, perfumaria e higiene pessoal. A mesma foi indicada como a 15ª empresa mais sustentável do mundo segundo lista da Corporate

Knights e possui ações de compromisso socioambiental em diversos setores do sistema produtivo da corporação. No ano de 2018, a Natura recebeu a certificação “The Leaping Bunny” por não realizar testagem de nenhum produto em animais. (Cruelty free international, 2018)

A Natura trabalha com a sustentabilidade em três pilares interdependentes: gestão e organização, marcas e produtos e rede de pessoas. Dentre as diversas ações da empresa direcionadas a este tema se destacam as de redução máxima de impactos na produção e descarte de produtos, redução de emissão de gases do efeito estufa, estímulos à preservação da biodiversidade, investimento no desenvolvimento social de todos *stakeholders*, capacitação e bonificação de revendedoras, equidade e inclusão de colaboradores, colaboração em políticas públicas e governança da sustentabilidade. (Visão de Sustentabilidade Natura 2050, 2014)

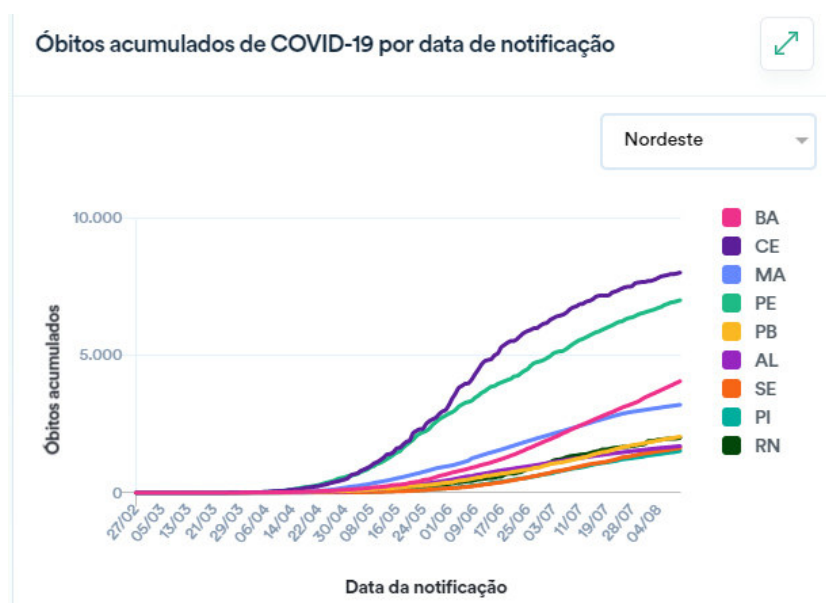
3.4 Período de pandemia no Brasil

Tendo o aparecimento de seus primeiros casos na China, em dezembro de 2019, a doença denominada “Coronavirus Disease 2019” (COVID-19), ou novo Coronavírus, é uma patogenia que atinge principalmente o sistema respiratório humano, com sintomas como febre, tosse seca, dor de cabeça e fadiga, e que pode levar à morte por insuficiência respiratória (Rothan e Byrareddy, 2020). A transmissão do vírus ocorre através do contato com gotículas de mucosas de uma pessoa infectada para outra saudável, por meio de espirros, tosses ou apertos de mão, entretanto a doença possui um agravante que é o registro de casos assintomáticos com potencial de transmissão, o que fez com o vírus de espalhasse para praticamente todas as regiões do planeta.

Em 30 de janeiro de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que o surto da doença causada pelo novo Coronavírus constituía uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional, e em 11 de março de 2020 a OMS declarou a existência de uma pandemia em decorrência desta doença. Para desacelerar a transmissão do novo coronavírus e achatar a curva epidêmica de forma que não haja um colapso nos sistemas de saúde, foi iniciado um período de isolamento social, onde escolas, universidades, comércios, shoppings center e demais estabelecimentos que não fossem considerados como serviços essenciais se encontraram fechados para que não houvesse a circulação de pessoas e aumento na disseminação da doença.

O primeiro caso confirmado da doença no Brasil foi registrado dia 26 de fevereiro na cidade de São Paulo, por um homem de 61 anos recém-chegado da Itália (Ministério da Saúde, 2020). Até o dia 12 de agosto de 2020 o Brasil registrava 3.109.630 casos de infectados com o novo coronavírus, 2.243.124 recuperados e 103.026 óbitos confirmados em decorrência da doença. No estado do Ceará os casos chegaram a 190.550 e 8.011 mortes, sendo 44.194 casos e 3.743 óbitos só na capital Fortaleza. (Ministério da Saúde Painel Coronavírus, 2020). O Gráfico 1 mostra a quantidade de óbitos na região Nordeste do país até o dia 12 de agosto e nele percebe-se o Ceará como o Estado com a maior quantidade de mortes.

Gráfico 1 – Óbitos acumulados de COVID-19 na região Nordeste do Brasil



Fonte: Secretarias Estaduais de Saúde, Brasil (2020).

No Ceará, o Governo do Estado lançou no dia 19 de março de 2020 o decreto de número 33.519 que decidiu pela suspensão das atividades que não fossem consideradas essenciais, com multa diária de até R\$50.000,00 para os estabelecimentos que descumprissem o decreto. Com a emissão deste decreto, que chegou a ser renovado cinco vezes havendo inclusive situação de *lockdown* entre os dias 8 e 31 de maio na capital, a cidade de Fortaleza e todos os demais municípios do Ceará se encontraram em situação de isolamento social, com aulas de escolas e universidade suspensas, trabalhadores atuando em *home office* e o comércio atuando apenas com serviços de entrega por meio de *delivery*.

Esta situação gerou um grande impacto na economia brasileira e local, a estimativa do Banco Central é de que o PIB brasileiro caia cerca de 6,4% em 2020 (Relatório de inflação Junho, 2020) em relação a 2019. Segundo o Ministério da

Economia, no mês de abril de 2020 houve um aumento de 22,1% nos pedidos de entrada no auxílio-desemprego em relação ao mesmo mês em 2019.

4 METODOLOGIA

A pesquisa em questão busca analisar o comportamento de estudantes universitários em relação a questões do consumo sustentável antes e durante o isolamento social, para isso foi necessário coletar dados e informações destes alunos e em seguida fazer uma análise com os dados obtidos de forma quantitativa e qualitativa.

A comunidade acadêmica da Universidade Federal do Ceará conta com 28.749 alunos de graduação na cidade de Fortaleza no ano de 2020 (PROGRAD, 2020), distribuídos em 4 campi pela cidade. O Campus do Pici abriga os centros de Tecnologia, Ciências, Ciências Agrárias, Instituto de Cultura e Arte, Instituto de Educação Física e Esportes e o Instituto UFC Virtual, totalizando 52 cursos e 14.468 alunos matriculados no ano de 2020 (PROGRAD, 2020). Sendo este o maior campus da referida IES e por representar uma amostragem maior do corpo universitário, o Pici foi utilizado como público alvo da pesquisa em questão.

Para realizar o levantamento de dados referente ao consumo sustentável foi disponibilizado um questionário no período de 09 de junho até 30 de junho de 2020 em formato online no modelo de formulário Google (Apêndice A), e o mesmo foi divulgado via redes sociais (*Whatsapp, Facebook, Instagram e Twitter*) para alcançar os alunos da referida IES. Não foi realizada coleta de dados de forma presencial devido a situação de quarentena em prevenção à COVID-19, por esta razão o processo foi feito totalmente de maneira virtual.

A pesquisa possuía quatro segmentações onde a primeira coletava dados do perfil do estudante questionando sobre curso, idade, gênero, localização, renda mensal familiar e a existência ou não do recebimento de auxílio ou bolsa por parte da universidade. A segunda questionava as três maiores prioridades dos mesmos no momento de compra dentre as opções preço, qualidade, compromisso com o meio ambiente, compromisso socioambiental, moda e embalagem. A terceira contava com 10 questionamentos sobre os hábitos de consumo, onde as respostas variavam entre “nunca, raramente, às vezes, quase sempre e sempre”, correspondidos respectivamente pelos números 1, 2, 3, 4 e 5. Por fim, a quarta seção consistia em 7 perguntas sobre os hábitos dos entrevistados durante o período de isolamento social no Ceará, com

respostas que variavam entre “discordo totalmente, discordo parcialmente, não concordo nem discordo, concordo parcialmente e concordo totalmente”, correspondidos respectivamente pelos números 1, 2, 3, 4 e 5. Ao final desta seção havia ainda uma questão opcional em formato subjetivo sobre as mudanças de hábitos sentidas durante o isolamento social.

As perguntas das duas últimas seções (numeração 10 a 17) foram todas elaboradas de forma que quanto mais o resultado se aproximasse de 5 mais ele se encaixaria nas condutas do Consumo Sustentável, e as respostas marcadas pelo número 3 se encaixariam dentro de uma zona neutra ou intermediária em relação ao fato questionado.

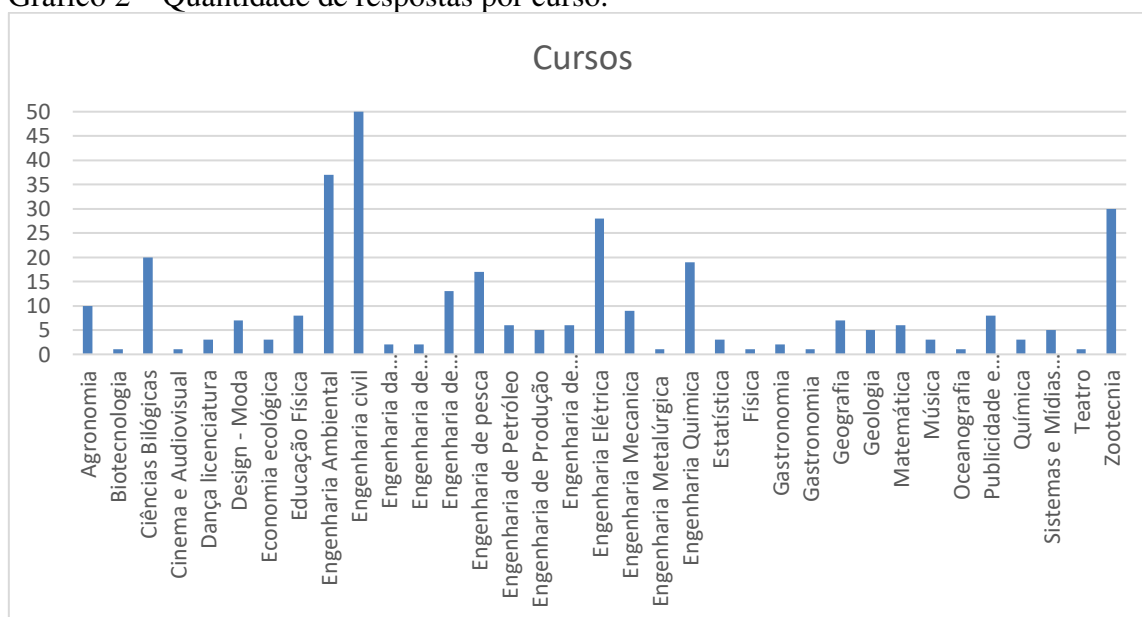
5 RESULTADOS

O formulário disponibilizado foi respondido por 324 alunos de 35 cursos de graduação diferentes, correspondendo a 2,24% do total de alunos matriculados e 67,30% dos cursos sediados no Campus do Pici.

5.1 Primeira seção

Dentre as 324 respostas foram obtidas respostas de 35 cursos diferentes, contemplando no mínimo um curso de cada Centro do campus, sendo a maior parte representada pelos cursos de Engenharia Civil, Engenharia Ambiental, Zootecnia, Engenharia Elétrica e Ciências Biológicas, conforme observado no gráfico 2.

Gráfico 2 – Quantidade de respostas por curso.



Fonte: elaborado pela autora.

Em relação à cidade em que o entrevistado residia no momento em que respondeu ao questionário 97,2% indicaram estar em Fortaleza ou na sua região metropolitana, os demais se encontravam em outras cidades no interior do estado do Ceará. O público alvo foi em sua maioria feminino, 58,3% das respostas foram fornecidas por mulheres e dentre as respostas referentes às práticas de consumo sustentável (perguntas 1 a 10) a soma das respostas femininas em todas foi maior que a masculina. Conforme pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1 – Somatório de respostas masculinas e femininas na seção 3

Rótulos de Linha	Soma de 1	Soma de 2	Soma de 3	Soma de 4	Soma de 5	Soma de 6	Soma de 7	Soma de 8	Soma de 9	Soma de 10
Feminino	502,00	570,00	410,00	783,00	803,00	722,00	847,00	840,00	502,00	710,00
Masculino	352,00	387,00	250,00	532,00	518,00	474,00	600,00	589,00	347,00	492,00
Prefiro não responder	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	2,00
Total Geral	857,00	960,00	661,00	1317,00	1324,00	1198,00	1449,00	1432,00	852,00	1204,00

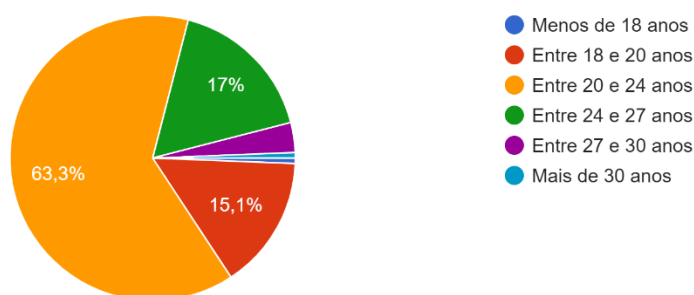
Fonte: elaborado pela autora.

Quanto maior o somatório mais condizente as respostas foram em relação ao Consumo Sustentável. Este resultado onde as mulheres universitárias são mais participativas neste aspecto já era esperado, tendo em vista os resultados similares em outras pesquisas semelhantes, como a apresentada por Gorni, Gomes e Dreher em 2012 com alunos de um curso de Administração em Santa Catarina (Consciência ambiental e gênero: os universitários e o consumo sustentável, 2012). Onde o percentual de mulheres mais preocupadas com o consumo sustentável foi maior que o dos homens na maioria dos questionamentos.

Em relação à faixa etária dos entrevistados, a maior parte se encontrava entre 20 e 24 anos de idade. O perfil de graduandos da UFC é de 65,10% dos seus alunos na faixa etária entre 18 e 24 anos (V Pesquisa do Perfil Socioeconômico dos Estudantes das Universidades Federais, 2018), logo o resultado está condizente com o corpo discente em estudo.

Gráfico 3 – Faixa etária dos entrevistados.

Idade
324 respostas

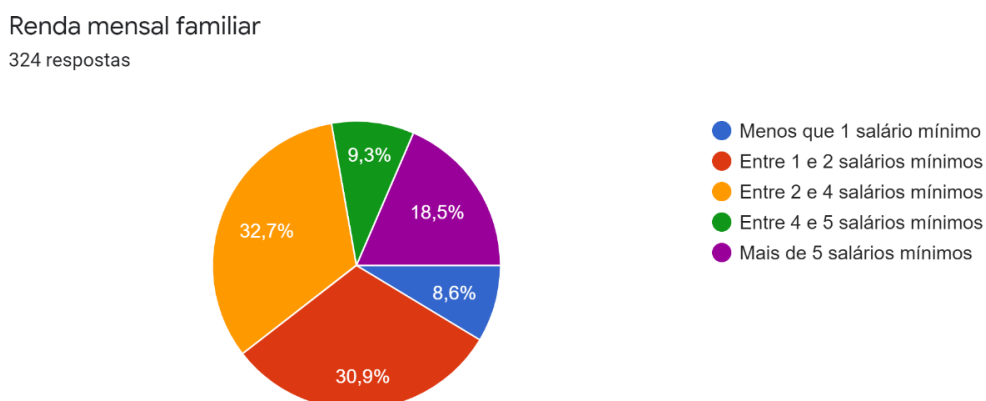


Fonte: elaborado pela autora.

Ainda dentro do perfil dos entrevistados haviam duas perguntas referentes à situação econômica familiar dos universitários, onde foi questionada a renda mensal familiar e o recebimento de algum auxílio ou bolsa por parte da Universidade Federal do Ceará. Os resultados mostraram que a renda familiar da maioria dos alunos está na faixa entre 2 e 4 salários mínimos, e 37,3% dos entrevistados recebem algum tipo de

auxílio da universidade proveniente de bolsa remunerada ou de auxílios para o custeio de moradia e alimentação.

Gráfico 4 – Renda mensal familiar dos entrevistados.

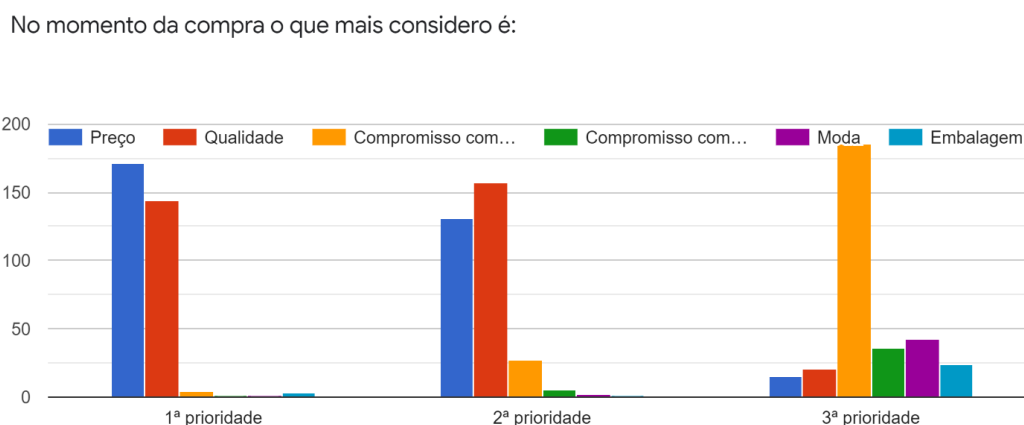


Fonte: elaborado pela autora.

5.2 Segunda seção

Dentre as opções de preço, qualidade, compromisso com o meio ambiente, compromisso socioambiental, moda e embalagem o resultado obtido foi de que a prioridade maior destes consumidores é o preço, em seguida a qualidade e logo após o compromisso ambiental, sendo este último o fator que recebeu mais votos concentrados como 3ª prioridade (57%) conforme observado no gráfico 5.

Gráfico 5 – Três maiores prioridades no momento de compra.



Fonte: elaborado pela autora.

O resultado esperado era de que de fato o preço e a qualidade fossem as prioridades iniciais do consumidor, tendo em vista que a situação econômica dos

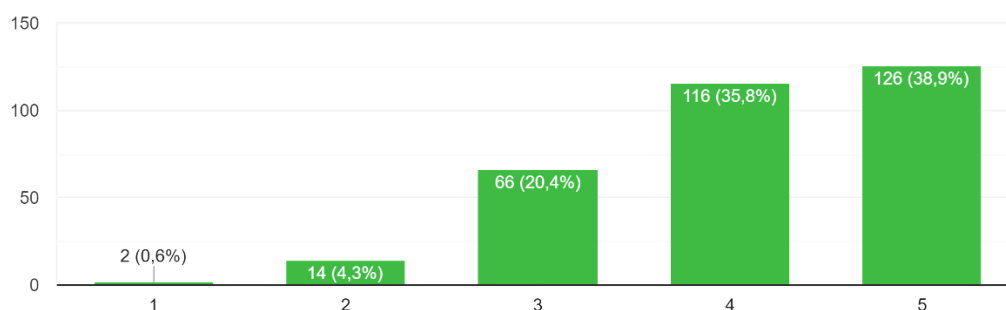
universitários desta IES não é de um padrão muito alto, 60% dos alunos possuem renda per capita entre 0,5 e 1 salário mínimo (V Pesquisa do Perfil Socioeconômico dos Estudantes das Universidades Federais, 2018), e os mesmos prezam por relações que possuam o melhor custo-benefício, onde se gaste menos dinheiro e se tenha produtos com maior durabilidade. Atualmente no Brasil, a maioria dos produtos que carregam na sua fabricação, consumo e descarte um maior compromisso com o meio ambiente possuem um custo de aquisição maior para o consumidor do que os demais produtos, o que pode ser um causador desta característica contemplar a terceira maior prioridade dos consumidores.

5.3 Terceira seção

Dentre as dez perguntas da terceira parte do questionário, as que possuíram um resultado com a maioria das respostas dentro da zona de número 4 e 5 foram: “4 - Quando algo quebra, procuro consertar antes de comprar um novo.”, “5 - Nas eleições busco votar em candidatos que defendem as causas ambientais”, “7 - Busco desligar luzes e aparelhos eletrônicos quando não os estou usando” e “8 - Busco tomar banhos curtos e fechar torneiras quando não as estou usando”. Todas estas perguntas obtiveram no mínimo 74,7% das respostas como “quase sempre” (4) ou “sempre” (5).

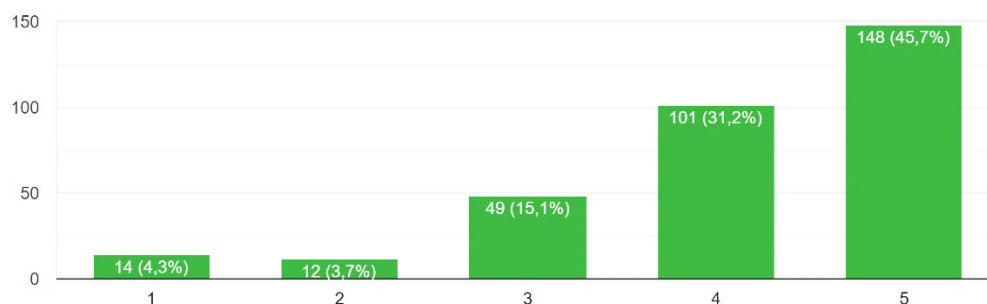
Gráfico 6 – Perguntas com maioria das respostas “quase sempre” ou “sempre”.

4 - Quando algo quebra, procuro consertar antes de comprar um novo
324 respostas



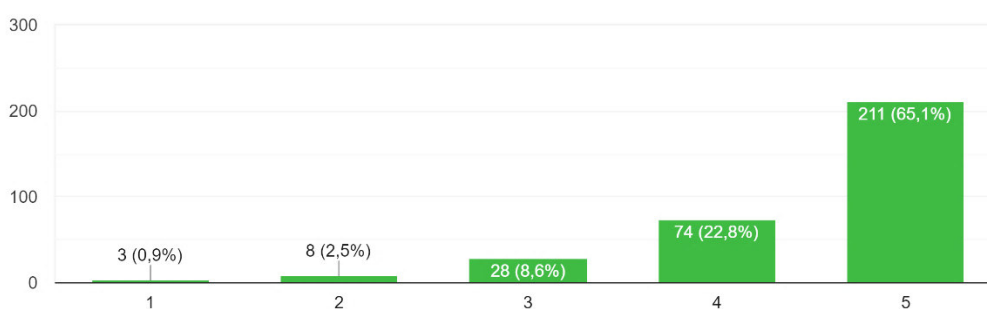
5 - Nas eleições busco votar em candidatos que defendem as causas ambientais

324 respostas



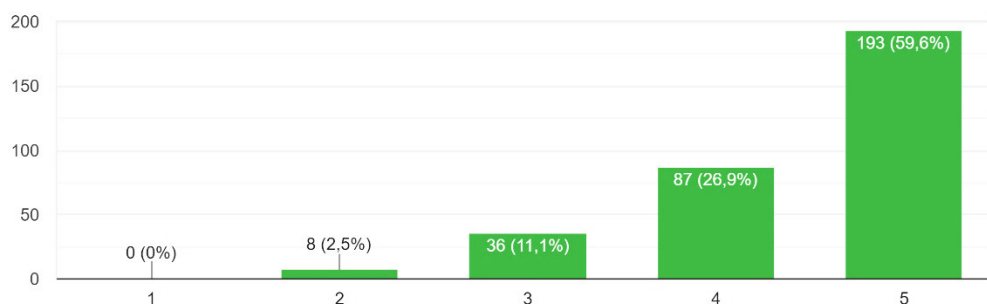
7 - Busco desligar luzes e aparelhos eletrônicos quando não os estou usando

324 respostas



8 - Busco tomar banhos curtos e fechar torneiras quando não as estou usando

324 respostas



Fonte: elaborado pela autora

Em relação à pergunta 5, é válido ressaltar que 58% dos brasileiros alegam que não há suporte suficiente do governo brasileiro para adotar um estilo de vida mais saudável e sustentável (Relatório Pesquisa Vida Saudável e Sustentabilidade, Akatu e Globescan, 2019), o que pode justificar essa busca por representantes que sejam

engajados com esta causa, já que há esse sentimento de insegurança dos eleitores em relação aos cargos públicos atuais quanto ao tema sustentabilidade.

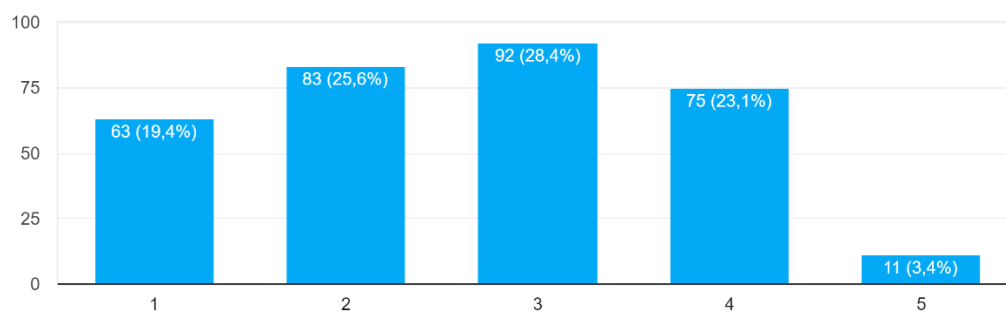
O interesse em economizar água e energia nas suas residências está interligado também ao fator econômico, sendo o consumidor estimulado a economizar com estes gastos não apenas por questões ambientais mas também visando uma redução nas faturas mensais das concessionárias de água e energia, que podem chegar a ser os gastos principais de uma casa.

A opção de resposta de número 3 representa a frequência “às vezes” e foi a opção mais votada em três questionamentos. São eles: “1 - Costumo reutilizar meus resíduos ou enviá-los para reciclagem”, “2 - Utilizo sacolas retornáveis e sempre que possível recuso embalagens ao fazer compras” e “9 - Busco consumir alimentos orgânicos”.

Gráfico 7 – Perguntas com a maioria das respostas “às vezes”.

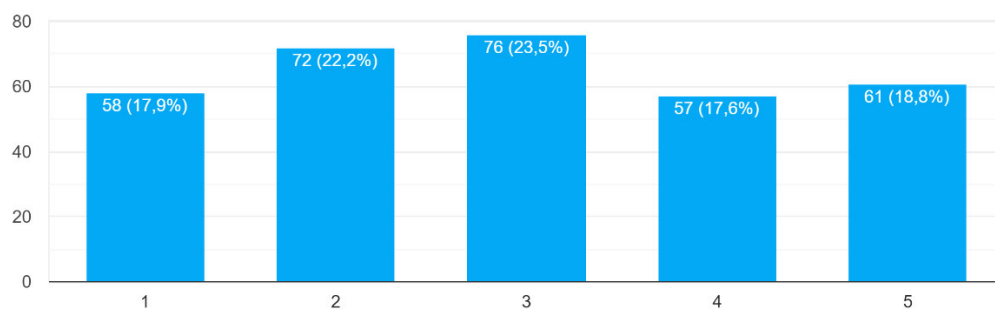
1 - Costumo reutilizar meus resíduos ou enviá-los para reciclagem

324 respostas



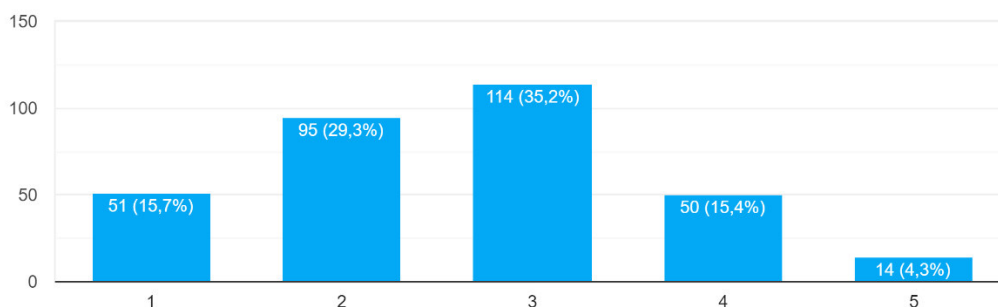
2 - Utilizo sacolas retornáveis e sempre que possível recuso embalagens ao fazer compras

324 respostas



9 - Busco consumir alimentos orgânicos

324 respostas



Fonte: elaborado pela autora.

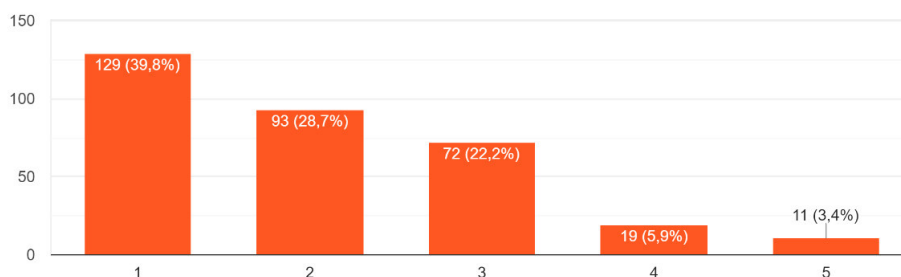
Em relação às práticas de redução e reciclagem de resíduos, contempladas nas perguntas 1 e 2, houve uma distribuição homogênea das respostas que demonstra um perfil intermediário dos universitários. Estas atitudes que estão sendo cada vez mais discutidas e estimuladas pela mídia e pelo governo, e possuem uma tendência a aumentarem com o tempo, entretanto enfrentam algumas barreiras como fatores culturais e pouco retorno financeiro para o consumidor.

O consumo de alimentos orgânicos também é um hábito que vem apresentando aumento no Brasil. Um fator que ainda serve como barreira para este aumento é o preço dos orgânicos, que segundo Campanhola e Valarini (2001 *apud* Azzolini 2007) é de 30 a 40% maior que o dos demais produtos, porém o interesse do brasileiro pelos orgânicos vem aumentando, principalmente por questões de saúde. Segunda pesquisa realizada em 2019 pela Organix, 67% dos entrevistados se disseram dispostos ou muito dispostos a aumentar o consumo de alimentos orgânicos, e 84% alegaram consumir por motivo de saúde (Organix – Panorama no consumo de orgânicos no Brasil, 2019).

A pergunta de número 3 “Busco comprar roupas e produtos em lojas de segunda mão ou brechós” foi a única que apresentou a maioria das respostas dentro das opções 1 e 2, “nunca” e “raramente” respectivamente.

Gráfico 8 – Pergunta com a maioria das respostas “nunca” e “raramente”

3 - Busco comprar roupas e produtos em lojas de segunda mão ou brechós
324 respostas



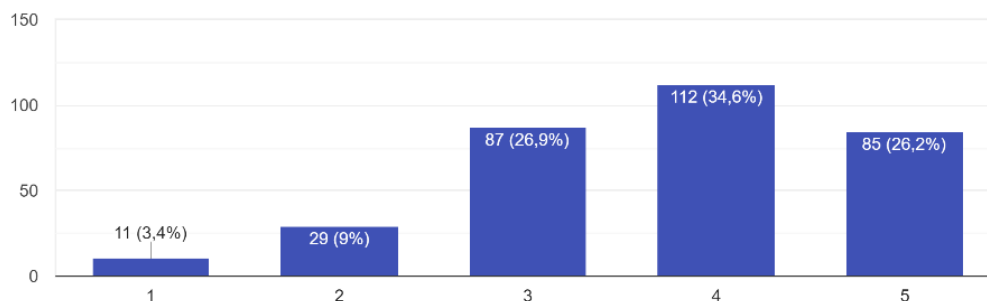
Fonte: elaborado pela autora.

O fator cultural também pode estar associado aos resultados da pergunta 3 pois muitas vezes existe por parte do consumidor um receio quanto ao estado e a qualidade das peças que seriam obtidas de alguém que já as utilizou. Ainda não existe entre os consumidores cearenses o costume de se procurar uma peça em lojas de artigos usados ou brechós, muitas vezes em decorrência deste segmento ser pequeno se comparado com o varejo de produtos novos, entretanto este mercado vem crescendo no Brasil. Segundo o diretor de estratégia da empresa OLX (plataforma virtual de compra e vendas de produtos usados) Bruno Valle, entre 2017 e 2018 houve um aumento de 31% no número de negociações ocorridas no site (G1, 2019).

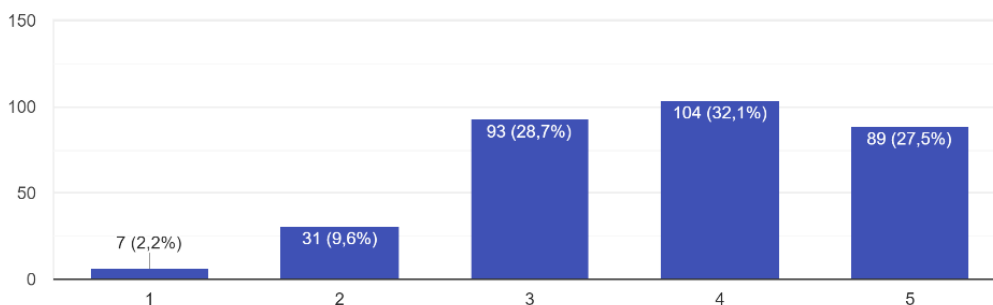
A pergunta de número 6 “Evito adquirir produtos e serviços de empresas que desrespeitam o meio ambiente ou causas sociais” e a pergunta de número 10 “Busco comprar algo apenas quando é essencial para mim ou para minha família.” Apresentaram as respostas com sua maioria no item 4, porém com uma porcentagem bem similar nos itens 3 e 5.

Gráfico 9 – Perguntas com respostas equilibradas entre “às vezes”, “quase sempre” e “sempre”

6 - Evito adquirir produtos e serviços de empresas que desrespeitam o meio ambiente ou causas sociais
324 respostas



10 - Busco comprar algo apenas quando é essencial para mim ou para minha família
324 respostas



Fonte: elaborado pela autora.

Atualmente a nossa sociedade possui mais acesso a informações e com mais velocidade por meio do aumento no alcance da internet ocorrido nas últimas décadas, o que facilitou para que os consumidores possam ser mais críticos e investigativos em relação às empresas que estão à disposição deles. Nota-se que para esse público participante da pesquisa a responsabilidade ambiental de uma corporação é algo que geralmente é levado em consideração, ocasionalmente perdendo espaço apenas para o preço, conforme já observado na segunda seção do formulário.

Em resumo, podemos analisar pela Tabela 2 como se deu a distribuição das respostas dos universitários dentre os temas abordados nas primeiras 10 perguntas relacionadas ao consumo sustentável.

Tabela 2 – Distribuição da maioria das respostas em relação a cada tema

TEMA	1	2	3	4	5
Reciclagem			X		
Uso de ecobags			X		
Brechós e lojas de usados	X				
Consertar antes de comprar					X
Representantes na política					X
Empresas mais sustentáveis				X	
Economia de energia					X
Economia de água					X
Consumo de orgânicos			X		
Consumo do essencial				X	

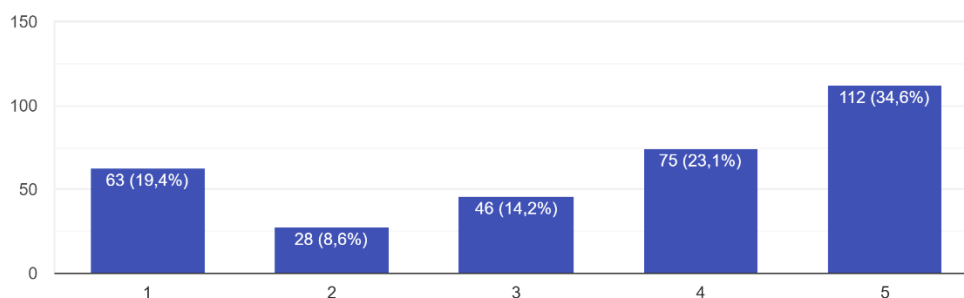
Fonte: elaborado pela autora.

5.4 Quarta seção

A última seção de perguntas do questionário fazia referência às ações dos universitários durante o período de isolamento social no Ceará em decorrência da pandemia de COVID-19. A primeira pergunta (11) questionava se o entrevistado sofreu com alguma redução na renda familiar após a pandemia. O resultado encontrado mostrou que apenas 19,4% dos alunos tiveram a renda inalterada durante o isolamento, o que demonstra como o impacto econômico causado pela pandemia foi significativo.

Gráfico 10 – Redução de renda mensal dos entrevistados.

11 - Durante o período de isolamento souri reduções da minha renda mensal familiar
324 respostas

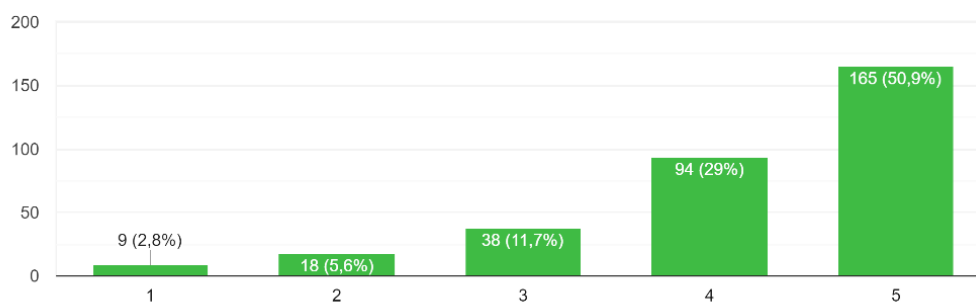


Fonte: elaborado pela autora.

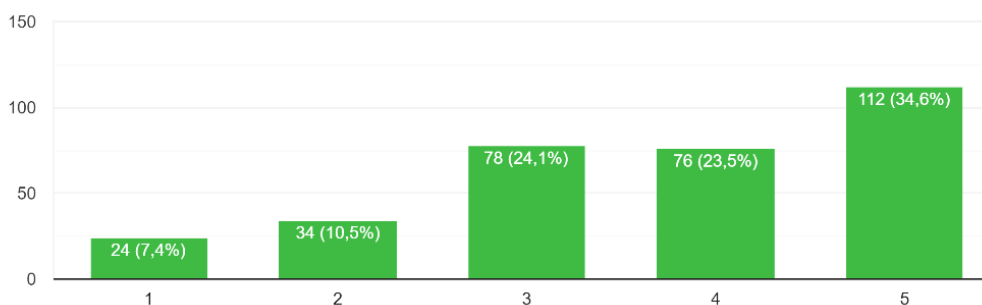
Já os questionamentos 12 (“Durante o período de isolamento busquei comprar apenas o essencial para mim ou para minha família”) e 17 (“Ocorreram mudanças nos meus hábitos de consumo durante o período de isolamento”) tiveram a maior parte das respostas concentrada no item 5 (concordo totalmente).

Gráfico 11 – Perguntas com maioria das respostas sendo “concordo totalmente”

12 - Durante o período de isolamento busquei comprar apenas o essencial para mim ou para minha família
324 respostas



17 - Ocorreram mudanças nos meus hábitos de consumo durante o isolamento
324 respostas

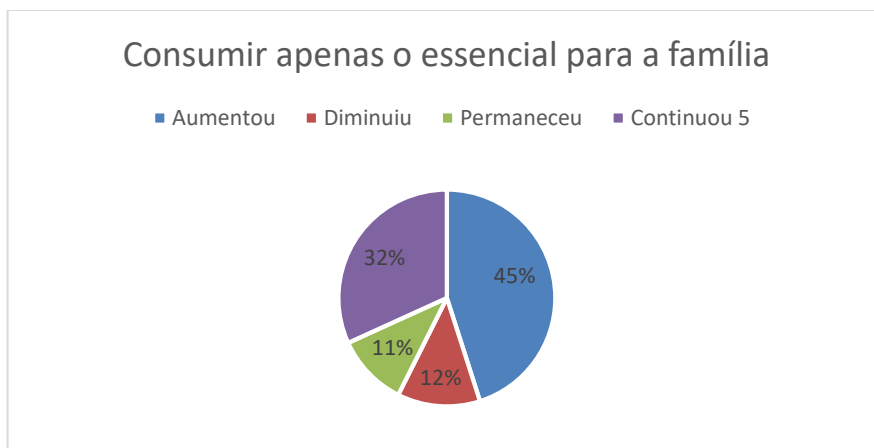


Fonte: elaborado pela autora.

O questionamento de número 10 falava sobre o consumo apenas do que é essencial para o entrevistado e/ou sua família e o de número 12 questionava o mesmo ponto, porém durante o período de isolamento. Ao realizar comparações das duas respostas pôde ser notado que 45% das respostas da décima segunda pergunta foram de valores maiores que os fornecidos na décima pergunta, indicando uma considerável mudança neste comportamento. Além disso, 43% das respostas permaneceram inalteradas, e dentre estes a maioria já havia marcado a opção 5 anteriormente. Esta diminuição no consumo de supérfluos pode ter sido devido à redução na renda dos

entrevistados como também ao fato de que durante o isolamento o acesso a esses tipos de produtos e serviços foi dificultado ou até cessado.

Gráfico 12 – Evolução das respostas sobre consumo de itens essenciais antes e durante isolamento social, onde o número “5” correspondia a “concordo totalmente”.

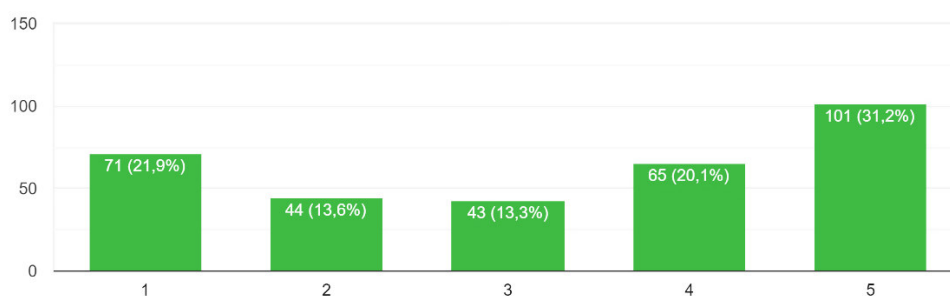


Fonte: elaborado pela autora.

A 13ª pergunta do questionário (“Durante o período de isolamento eu realizei mais compras online”) teve 31,2% das respostas como “concordo totalmente”, porém também foi considerável a quantidade de “discordo totalmente”, sendo 21,9%. Por ser praticamente a única forma de ter acesso às mercadorias e serviços durante a quarentena, o e-commerce passou a ter uma relevância muito maior em 2020. Apenas no mês de maio, o número de pedidos online cresceu 132,8%, segundo pesquisa da Compre & Confie (E-commerce Brasil, 2020).

Gráfico 13 – Respostas dos entrevistados acerca da realização de compras online.

13 - Durante o período de isolamento eu realizei mais compras online
324 respostas

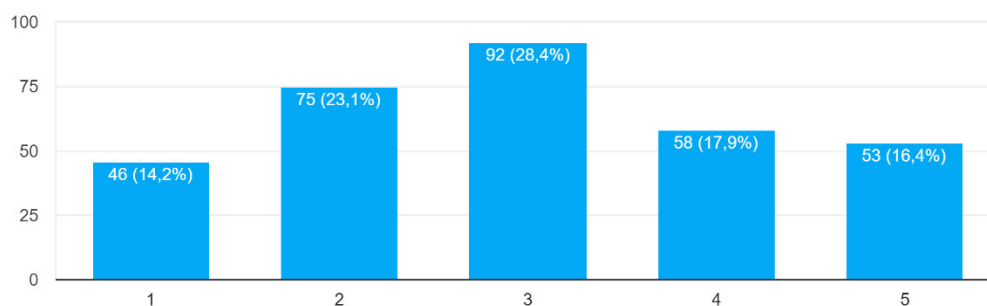


Fonte: elaborado pela autora.

A pergunta de número 14 foi a que obteve mais respostas “não concordo, nem discordo”. A mesma se referia à produção de lixo durante a quarentena.

Gráfico 14 – Respostas dos entrevistados quanto à produção de lixo no isolamento.

14 - Durante o período de isolamento produzi menos lixo
324 respostas



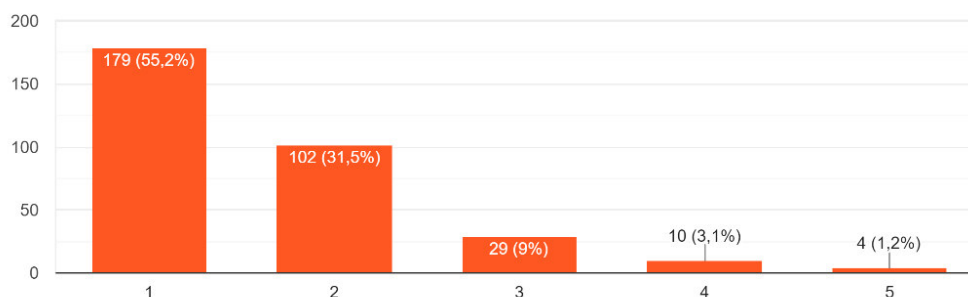
Fonte: elaborado pela autora.

Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde, “estudos demonstraram que o vírus da COVID-19 pode sobreviver por até 72 horas em plástico e aço inoxidável, menos de 4 horas em cobre e menos de 24 horas em papelão.”. Apesar de não haver casos confirmados de COVID-19 transmitidos por alimentos ou suas embalagens (Folha informativa – COVID-19 OPAS e OMS, 2020) as recomendações de prevenção ao novo coronavírus incluem uma maior higienização, acondicionamento dos produtos e descarte das embalagens no momento em que estes chegam nas casas dos consumidores, fatores que levam a crer que a produção de resíduos sólidos aumentaria durante o isolamento social. A Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe), estima que as medidas de quarentena geraram no país um aumento de 15% a 25% na quantidade lixo residencial (O eco, 2020). Por outro lado, o maior período de tempo do universitário em sua casa alterou sua alimentação e seu consumo em geral (de acordo com as respostas na pergunta de número 18), podendo ocasionar uma menor geração de resíduos sólidos. O alto número de respostas como “não concordo, nem discordo” indica também a dificuldade de mensurar esse quantitativo de resíduos domésticos, tendo em vista que não existe o costume de ser feito um controle mensal do volume de lixo nas residências

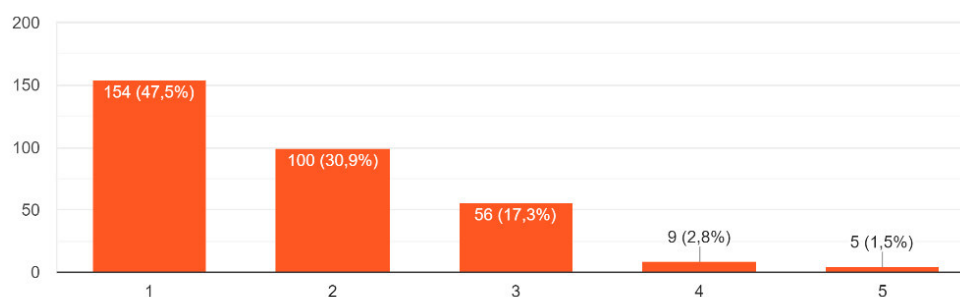
As perguntas que receberam uma grande parte de respostas “discordo totalmente” foram aquelas relacionadas ao consumo de energia e de água, “15” e “16” respectivamente, com uma média de 50% das respostas dentro dessa opção.

Gráfico 15 – Perguntas com a maioria das respostas como “discordo totalmente”

15 - Durante o período de isolamento houve redução no gasto de energia na minha residência
324 respostas



16 - Durante o período de isolamento houve redução no gasto de água na minha residência
324 respostas



Fonte: elaborado pela autora.

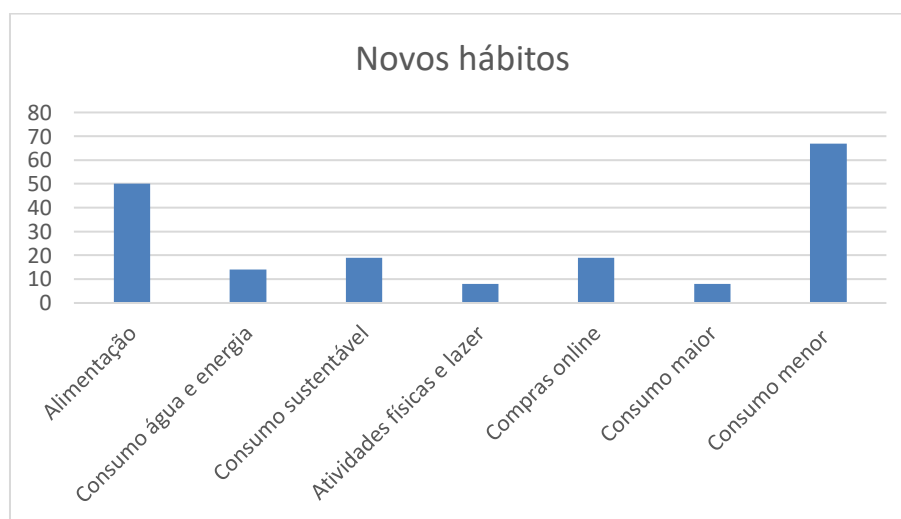
O resultado observado nos questionamentos 15 e 16 já eram esperados, tendo em vista que com as pessoas passando mais tempo nas suas casas ocorre o aumento no uso de energia e de água, principalmente na situação ocorrida na quarentena do COVID-19, onde haviam muitas atividades de *home office* nas quais os residentes passavam cerca de oito horas por dia trabalhando em casa utilizando seus aparelhos eletrônicos pessoais e onde as recomendações de prevenção de contração do vírus incluíam maior frequência de banhos e de lavagem das mãos por dia.

A pergunta de número “17” questionava a mudança de hábitos durante o isolamento social e a “18” consistia em uma pergunta opcional onde aqueles que responderam “concordo” na pergunta anterior poderiam exemplificar quais foram as

mudanças. Dentre os 188 que responderam “concordo”, 150 exemplificaram as mudanças.

Após a análise de todas as respostas, elas foram divididas em sete blocos para facilitar a análise dos resultados. Foram eles: Alimentação, quando as respostas citavam mudança nos hábitos alimentares e nos tipos de alimentos consumidos; Consumo de água e energia, quando era citado um aumento no valor da fatura dos mesmos; Consumo sustentável, quando foi citado um interesse e uma preocupação maior do universitário com estas questões; Atividades físicas e lazer, quando os mesmos citavam mudanças nos horários de sono, na forma de consumir lazer e no aumento ou diminuição da realização de atividades físicas; Compras online, quando os entrevistados citavam estar fazendo mais compras online do que antes; Consumo maior, envolvendo aqueles que compraram mais produtos após o isolamento e Consumo menor, constando aqueles que sinalizaram estar comprando menos produtos considerados por eles como supérfluos. O resultado encontrado pode ser visto no Gráfico 16, onde nota-se que a maior mudança ocorrida aconteceu na alimentação e na redução do consumo de supérfluos por parte dos universitários entrevistados.

Gráfico 16 – Hábitos que foram modificados durante a quarentena.



Fonte: elaborado pela autora.

O resultado da 18ª pergunta do formulário consegue resumir alguns aspectos principais em relação aos hábitos adquiridos pelos entrevistados durante a quarentena, sendo válido ressaltar a grande quantidade de respostas que citavam a redução no consumo e o aumento no pensamento crítico quanto aos padrões de consumismo que o

aluno e sua família possuíam anteriormente à pandemia, muitas das quais citavam inclusive o interesse de continuar com esse consumo enxuto mesmo após o retorno da “normalidade”.

Em resumo, pode ser analisado pela Tabela 3 o resultado das respostas dos universitários entrevistados quanto aos hábitos durante o período de isolamento social em decorrência da pandemia de COVID-19.

Tabela 3 – Distribuição da maioria das respostas em relação a cada tema da última seção.

TEMA	1	2	3	4	5
Redução da renda					X
Consumo do essencial					X
Mais compras online					X
Menos lixo			X		
Economia de energia	X				
Economia de água	X				
Mudança de hábitos					X

Fonte: elaborado pela autora.

6 CONCLUSÃO

Após a análise dos dados coletados na pesquisa e dos resultados obtidos com o questionário disponibilizado é possível perceber que parte o público universitário do campus do Pici da Universidade Federal do Ceará possui conhecimento e interesse em realizar práticas que sejam menos maléficas ao meio ambiente no que tange a aquisição, utilização e descarte de produtos e a outros fatores que contemplam o chamado Consumo Sustentável.

Também é perceptível que apesar do possível interesse no tema, o fator econômico ainda possui muita relevância na tomada de decisão dos entrevistados enquanto consumidores, sendo válido um incentivo maior por parte das empresas e governos na conciliação dos fatores preço e sustentabilidade de forma mais equilibrada e acessível.

Em relação à pandemia do Novo Coronavírus, esta causou uma grande mudança na vida das pessoas, principalmente em relação às questões socioambientais. O aumento no volume de lixo doméstico e hospitalar e no consumo de água e energia, por exemplo, pode gerar sérias consequências ao planeta, entretanto esta nova realidade pode ter sido útil para gerar uma reflexão na população universitária quanto aos seus costumes, gerando uma sociedade mais crítica em relação à origem e destinação final dos insumos que utiliza, aos estímulos ao consumo em excesso a que ela é constantemente exposta e também em relação ao formato de realização das suas compras.

REFERÊNCIAS

- AKATU, I.; GLOBESCAN. **Pesquisa Vida Saudável e Sustentável**. Brasil, 2019. Disponível em: https://www.akatu.org.br/wp-content/uploads/2020/04/Apresentac%CC%A7a%CC%83o-Webinar-VSS_com-me%CC%81dia-internacional_final_v.3_final_utilizada_FF.pdf. Acesso em: 05 jun. 2020.
- ANDIFES; FONAPRACE. **V Pesquisa do perfil socioeconômico e cultural dos estudantes de graduação das universidades federais**. Uberlândia, 2019. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiODIwYjU3YzAtMzA5OS00YmMwLThhMGQtYzZjAyNDMxIiwidCI6IjRhOTBhNTk2LTViYTEtNDQ5Ny05OTNhLTg4NGFjM2Y4NWE2MSJ9>. Acesso em: 29 jul. 2020.
- ASHLEY, Patrícia Almeida *et al.* **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- AZZOLINI, B. et al. Diferença No Preço De Produtos Convencionais E Orgânicos E O Perfil Socioeconômico Do Consumidor De Orgânico. **Synergismus scyentifica UTFPR**, v. 2, n. 1, p. 2001–2003, 2007.
- BANDO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de inflação**. Brasília, v.22, n.2, p. 1-91, 2020. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/content/ri/relatorioinflacao/202006/ri202006p.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2020.
- BRASIL confirma primeiro caso da doença. **Ministério da Saúde**. Brasília, 26 fevereiro 2020. Disponível em: <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>. Acesso em: 05 jun. 2020.
- BRASIL. **Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010**. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Brasília, DF, 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em: 06 jun. 2020.
- BRASIL. **Lei nº 13.186, de 11 de novembro de 2015**. Institui a Política de Educação para o Consumo Sustentável, com o objetivo de estimular a adoção de práticas de consumo e de técnicas de produção ecologicamente sustentáveis. Brasília, DF, 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/L13186.htm#:~:text=A%20PRESIDENTA%20DA%20REP%C3%9ABLICA%20Fa%C3%A7o,t%C3%A9cnicas%20de%20produ%C3%A7%C3%A3o%20ecologicamente%20sustent%C3%A1veis. Acesso em: 06 jun. 2020.

CEARÁ. **Decreto nº 33.159, de 19 de março de 2020.** Intensifica as medidas para enfrentamento da infecção humana pelo novo coronavírus; e dá outras providências. Fortaleza, CE, 2020. Disponível em: <https://www.cge.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/20/2020/03/Decreto-n.-33.519-de-19-de-mar%C3%A7o-de-2020.-Intensifica-as-medidas-para-enfrentamento-da-infec%C3%A7%C3%A3o-humana-pelo-novo-coronavirus.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2020.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **CAPÍTULO 4 MUDANÇA NOS PADRÕES DE CONSUMO.** Rio de Janeiro, 1992. Disponível em: https://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/cap04.pdf. Acesso em: 01 jun. 2020.

CORONAVIRUS: o mapa que mostra o avanço mundial da doença. **BBC**, 10 julho 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51718755>. Acesso em: 12 ago. 2020.

GORNI, P. M.; GOMES, G.; DREHER, M. T. CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E GÊNERO: OS UNIVERSITÁRIOS E O CONSUMO SUSTENTÁVEL. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 6, n. 2, 2012.

GOMES, G.; GORNI, P. M.; DREHER, M. T. Consumo sustentável e o comportamento de universitários: discurso e práxis! **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 10, n. 2, p. 80–92, 2011.]

GOVERNO do Ceará cria o Selo Empresa Sustentável. **Governo do Estado do Ceará.** Fortaleza, 19 dezembro 2019. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2019/12/19/governo-do-ceara-cria-o-selo-empresa-sustentavel/>. Acesso em: 06 jun. 2020.

IMPULSIONADO pela quarentena, e-commerce brasileiro cresce 132,8% em maio. **E-commerce Brasil.** Brasil, 04 junho 2020. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/commerce-brasileiro-cresce-maio-coronavirus/>. Acesso em: 23 jul. 2020.

MEDIDAS de isolamento aumentam a quantidade de lixo doméstico e hospitalar. **O Eco**, Brasil, 21 maio 2020. Disponível em: <https://www.oeco.org.br/reportagens/medidas-de-isolamento-aumentam-a-quantidade-de-lixo-domestico-e-hospitalar/>. Acesso em 24 jul. 2020.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Painel Coronavírus.** Brasília, 2020. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 12 ago. 2020.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Consumo sustentável.** Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel.html>. Acesso em: 01 jun. 2020.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Quem é o consumidor consciente**. Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/quem-e-o-consumidor-consciente.html> Acesso em: 01 jun. 2020.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e consumo sustentáveis**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/ods12/>. Acesso em: 02 jun. 2020.

NATURA. **Visão de sustentabilidade 2050**. São Paulo, 2014. Disponível em: <https://static.rede.natura.net/html/home/2019/janeiro/home/visao-sustentabilidade-natura-2050-progresso-2014.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2020.

NATURA awarded Leaping Bunny certification. **Cruelty Free International**, 27 setembro 2018. Disponível em: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/breaking-news/natura-awarded-leaping-bunny-certification>. Acesso em: 18 ago. 2020.

NÚMERO de pedidos de seguro-desemprego aumentou 1,3% em 2020. **Ministério da economia**, Brasília, 11 maio 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/maio/numero-de-pedidos-de-seguro-desemprego-aumentou-1-3-em-2020>. Acesso em: 07. jun 2020.

ORGANIS; BRAIN. **Panorama do consumo de orgânicos no Brasil**. Brasil, 2019. Disponível em: <https://organis.org.br/pesquisa-consumidor-organico-2019/>. Acesso em: 06 ago. 2020.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DE SAÚDE. **Folha informativa COVID-19 Brasil**. Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 05 jun. 2020.

OSKAMP, S. Psychological contributions to achieving an ecologically sustainable future for humanity. **Journal of Social Issues**, v. 56, n. 3, p. 373–390, 2000.

PROGRAD – Pró Reitoria de Graduação. **Painéis de indicadores da graduação**. Fortaleza, 2020. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiODBiZGFIMjctYjAwNi00ZTAyLWE2NjktNmI5NWZkNjg2MTE1IiwidCI6ImI1OTFhZTU0LTMzYzItNDU4OS1iZTY2LTkwMjFhNDE5NmM3YyJ9>. Acesso em: 31 jul. 2020.

ROTHAN, H. A.; BYRAREDDY, S. N. The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. **Journal of Autoimmunity**, v. 109, n. February, p. 102433, 2020.

SEMA. **Programa de educação ambiental do Ceará**. Fortaleza, 2017. Disponível em: <https://www.sema.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/36/2018/11/PEACE.pdf> Acesso em: 07 jun. 2020.

SILVA, M. DAS G. E; ARAÚJO, N. M. S.; SANTOS, J. S. “Consumo consciente”: o ecocapitalismo como ideologia. **Revista Katálysis**, v. 15, n. 1, p. 95–111, 2012.

TENDÊNCIA de consumo consciente faz crescer compra e venda de artigos de segunda mão. **G1**, 21 julho 2019. Disponível em:

<https://extra.globo.com/noticias/economia/tendencia-de-consumo-consciente-faz-crescer-compra-venda-de-artigos-de-segunda-mao-23820485.html>. Acesso em: 23 jul. 2020.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

QUESTIONÁRIO ONLINE

Pesquisa de consumo sustentável

Os dados coletados nesta pesquisa serão utilizados apenas para uso acadêmico na elaboração de Trabalho de Conclusão de Curso e publicação em periódico, sendo garantido o anonimato das informações cedidas. Este questionário é destinado apenas aos alunos da Universidade Federal do Ceará com cursos sediados no Campus do Pici.
Muito obrigada pela sua colaboração! :)

***Obrigatório**

Curso *

Sua resposta _____

Cidade que reside atualmente *

Fortaleza e região metropolitana

Outros municípios do Ceará

Idade *

Menos de 18 anos

Entre 18 e 20 anos

Entre 20 e 24 anos

Entre 24 e 27 anos

Entre 27 e 30 anos

Mais de 30 anos

Gênero *

Masculino

Feminino

Outro

Prefiro não responder

Renda mensal familiar *

Menos que 1 salário mínimo

Entre 1 e 2 salários mínimos

Entre 2 e 4 salários mínimos

Entre 4 e 5 salários mínimos

Mais de 5 salários mínimos

Você recebe algum auxílio/bolsa da universidade? *

Sim

Não

Próxima

Pesquisa de consumo sustentável

*Obrigatório

Prioridade de compra

Responda a pergunta enumerando por ordem de prioridade quais fatores você leva em consideração no momento de adquirir um produto ou serviço. Sendo 1ª prioridade - fator que você mais leva em consideração / 2ª prioridade - segundo fator que você mais leva em consideração / 3ª prioridade - terceiro fator que você mais leva em consideração

No momento da compra o que mais considero é: *

	Preço	Qualidade	Compromisso com o meio ambiente	Compromisso com causas sociais	Moda	Embalagem
1ª prioridade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2ª prioridade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3ª prioridade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Voltar

Próxima

Pesquisa de consumo sustentável

*Obrigatório

Consumo sustentável

Responda as perguntas com a opção que mais se encaixa com a frequência com que você realiza estas ações levando em consideração o período ANTERIOR AO ISOLAMENTO social decorrente da pandemia de Covid-19.

1 - NUNCA 2 - RARAMENTE 3 - AS VEZES 4 - QUASE SEMPRE 5 - SEMPRE

1 - Costumo reutilizar meus resíduos ou enviá-los para reciclagem *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

2 - Utilizo sacolas retornáveis e sempre que possível recuso embalagens ao fazer compras *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

3 - Busco comprar roupas e produtos em lojas de segunda mão ou brechós *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

4 - Quando algo quebra, procuro consertar antes de comprar um novo *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

5 - Nas eleições busco votar em candidatos que defendem as causas ambientais *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

6 - Evito adquirir produtos e serviços de empresas que desrespeitam o meio ambiente ou causas sociais *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

7 - Busco desligar luzes e aparelhos eletrônicos quando não os estou usando *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

8 - Busco tomar banhos curtos e fechar torneiras quando não as estou usando *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

9 - Busco consumir alimentos orgânicos *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

10 - Busco comprar algo apenas quando é essencial para mim ou para minha família *

	1	2	3	4	5	
Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sempre

[Voltar](#)

[Próxima](#)

15 - Durante o período de isolamento houve redução no gasto de energia na minha residência *

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

16 - Durante o período de isolamento houve redução no gasto de água na minha residência *

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

17 - Ocorreram mudanças nos meu hábitos de consumo durante o isolamento *

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

Caso tenha respondido "concordo" na pergunta 17, cite quais foram estas mudanças

Sua resposta _____

Voltar

Enviar