



# CONSUMO SUSTENTÁVEL: COMPORTAMENTO ENTRE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE MANAUS, AMAZONAS

**Natália da Silva Falcão**

Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal do Amazonas, Manaus-Amazonas, Brasil  
nataliadasilvafalcao@gmail.com

**Kátia Viana Cavalcante**

Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal do Amazonas, Manaus-Amazonas, Brasil  
katiavc29@gmail.com

**Roberta Giralaldi Romano**

Programa de Pós-Graduação em Gestão do Trabalho para a Qualidade do Ambiente Construído, Universidade Santa Úrsula, Brasil  
robertagiralaldi@gmail.com

**Resumo:** Esta pesquisa analisa o comportamento dos estudantes universitários da Universidade Federal do Amazonas, localizada em Manaus, em relação ao consumo sustentável, destacando práticas adotadas e os principais desafios encontrados. Utilizando uma abordagem quantitativa, aplicou-se um questionário (Levantamento *Survey*) com base na escala ECCB (*Ecologically Conscious Consumer Behavior*), adaptada ao público universitário brasileiro. As categorias investigadas incluíram economia de energia, lazer/diversão, aquisição de bens, descarte e vestuário. Os resultados revelaram práticas de consumo sustentável mais frequentes nas categorias economia de energia, aquisição de bens e vestimenta, mas ainda inconsistentes e seletivas, especialmente nas áreas que demandam maior comprometimento. A pesquisa conclui que, embora os estudantes demonstrem interesse pelo consumo sustentável, as práticas se limitam a algumas áreas específicas, o que não se traduz de maneira uniforme em ações cotidianas, sugerindo a necessidade de estratégias para superar o *gap* atitude-comportamento.

**Palavras-chave:** consumo sustentável, estudantes universitários, comportamento de consumo.

## 1. Introdução

A juventude contemporânea frequentemente é associada a comportamentos de consumo intensivo, sustentados por uma forte identificação com marcas e tecnologias que reforçam sua identidade, status e diferenciação social. Esse grupo tende a adotar um estilo de vida centrado no imediatismo e na satisfação de necessidades diversas, valorizando o presente e o efêmero (Sutherland; Thompson, 2003). Entretanto, observa-se um movimento crescente de conscientização ambiental e ecológica entre os jovens, que começa a influenciar suas escolhas e práticas de consumo (Sertori, 2022).

A problemática ambiental e os impactos do consumo foram amplamente discutidos em conferências internacionais, desde a Rio 92, que destacaram a relação entre estilos de vida e



práticas de consumo na crise ambiental global. Embora os valores da sustentabilidade estejam se disseminando, ainda existe uma distância considerável entre a consciência e a prática efetiva, refletindo as complexidades de um comportamento que nem sempre acompanha as intenções declaradas (Cardoso; Cairrão, 2007). É o que se chama de *'attitude - behaviour gap'*, ou seja, a dissonância entre intenção e prática (Signori; Forno, 2015).

Atualmente, embora exista um conhecimento significativo sobre questões ambientais e a importância de práticas sustentáveis, essa conscientização nem sempre se transforma em ações. Esse aspecto é especialmente relevante no contexto universitário, onde, apesar de os estudantes terem acesso a uma ampla gama de informações, encontram desafios para incorporar o consumo sustentável ao seu cotidiano.

Conhecer as características e motivações dos jovens consumidores torna-se, então, relevante para elaborar estratégias voltada ao consumo sustentável, pois permite identificar as influências culturais, sociais e econômicas que moldam seu comportamento. Por isso, estudos sobre o comportamento de consumo possuem um caráter interdisciplinar, envolvendo conhecimentos de áreas diversas em interação para compreender a relação complexa entre sustentabilidade e os padrões de consumo.

Nesse contexto, o presente estudo visa responder à seguinte questão: Qual é o comportamento dos estudantes universitários em relação ao consumo sustentável?

Para investigar essa questão, é preciso considerar a complexidade em torno do comportamento humano, que envolve modos de vida, estrutura social, valores e normas culturais. Partindo do pressuposto de que estudantes universitários possuem acesso a conhecimentos que podem favorecer comportamentos mais sustentáveis, a pesquisa centra-se na caracterização do comportamento de consumo sustentável entre estudantes da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), especialmente aqueles matriculados no Campus Universitário Senador Arthur Virgílio Filho, em Manaus.

A metodologia aplicada se baseia na pesquisa de Straughan e Roberts (1999), que desenvolveram escalas para medir o Comportamento do Consumidor Ecologicamente Consciente (*Ecologically Conscious Consumer Behavior* - ECCB) e a Preocupação Ambiental (*Environmental Concern* - CE) entre universitários, identificando que os aspectos psicográficos se sobrepõem aos demográficos.

A relevância desta pesquisa reside na necessidade de ampliar o conhecimento sobre consumo sustentável entre jovens, especialmente em contextos como o amazônico, onde as particularidades socioambientais e culturais oferecem um cenário singular para análise. Além disso, a pesquisa soma-se a outros estudos adaptados à realidade dos universitários brasileiros, contribuindo com informações úteis para a criação de políticas e práticas de consumo sustentável que sejam culturalmente pertinentes e viáveis.

## 2. Fundamentação teórica

O consumo abrange tudo o que a humanidade utiliza em suas atividades diárias, englobando transporte, água, alimentação, dinheiro, entre outros recursos, indo além das atividades estritamente comerciais. Dessa forma, o consumo é uma prática contínua e essencial, visto que todas as ações humanas envolvem algum nível de utilização de recursos. A relação



entre sociedade e consumo inclui uma dimensão de sustentabilidade social, que reflete o equilíbrio necessário entre bem-estar humano e qualidade de vida, considerando também a presença e exploração dos recursos naturais da Terra. Esse equilíbrio, no entanto, foi comprometido com a exploração intensiva dos recursos naturais e suas consequências, como a poluição (Pereira; Silva; Carbonari, 2011).

A dinâmica de consumo vai além da satisfação das necessidades básicas de sobrevivência, uma vez que a exclusão do acesso ao consumo pode resultar em marginalização social (Cardoso; Cairrão, 2007). Esse raciocínio é coerente com a teoria de Maslow sobre a Hierarquia de Necessidades, que postula que fatores sociais, como estima e autorrealização, podem ser alcançados por meio do consumo de produtos e serviços que carregam atributos específicos (Costa; Mendes, 2012).

A necessidade contínua de consumo gera uma demanda constante que o mercado busca atender, especialmente desde a Revolução Industrial, quando a produção em larga escala se consolidou como um pilar de desenvolvimento econômico. Esse modelo de produção e consumo, no entanto, tem refletido negativamente sobre o meio ambiente. Entre as consequências estão as mudanças climáticas, intensificadas pela emissão de gases de efeito estufa (Blanck, 2015). Em resposta a essas questões, organizações internacionais, como a ONU, e uma série de instituições governamentais e não-governamentais passaram a focar em soluções que visem à construção de sociedades orientadas à sustentabilidade (Pereira; Silva; Carbonari, 2011).

A sustentabilidade no consumo surge como um tema central na literatura atual, basilar para o desenvolvimento sustentável. Araújo, Oliveira e Correia (2021) evidenciam que, para avançar nessa direção, é necessária uma mudança nos padrões de consumo e um engajamento mais amplo de diversos atores da sociedade. O consumo sustentável é uma abordagem que incentiva os consumidores a perceberem que suas escolhas de consumo são também formas de expressão política e ética, refletindo valores pessoais e coletivos. Esse conceito de consumo, abordado no Manual de Consumo Sustentável, requer mudanças em esferas políticas, econômicas e institucionais, articuladas com atitudes e práticas individuais (Brasil, 2005). Nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, é o ODS 12 – Consumo e produção responsáveis que contempla a temática.

O PNUD (1998) define consumo sustentável como o uso de produtos e serviços que atendem às necessidades básicas e melhoram a qualidade de vida, enquanto reduzem o uso de recursos naturais e a emissão de poluentes ao longo do ciclo de vida do produto, de modo a não comprometer as necessidades das futuras gerações. Araújo, Oliveira e Correia (2021) ressaltam que o consumo sustentável inclui um sistema de governança que envolve consumidores, organizações e instituições em uma rede de colaboração, destacando que as práticas sustentáveis exigem engajamento e responsabilidade coletiva.

Assim, entende-se que o consumo sustentável representa um esforço coletivo que integra ações pessoais conscientes, sem transferir exclusivamente ao consumidor a responsabilidade pela conservação ambiental. Ao contrário, o consumo sustentável visa a um compromisso social mais amplo para a construção de uma sociedade sustentável.

Bedante (2004), há duas décadas, indicava que o consumo sustentável era uma preocupação entre os brasileiros, especialmente entre os jovens, o que à época sugeria um



mercado promissor para práticas sustentáveis, tanto no Brasil quanto internacionalmente. No entanto, como apontam Zanirato e Rotondaro (2016), por enquanto, essa transição para uma sociedade mais sustentável e equitativa permanece como um objetivo a longo prazo. Alcançar o consumo sustentável exige, sobretudo, transformações profundas em hábitos, valores e atitudes, superando a busca por soluções técnicas. Esse caminho implica construir uma nova ética de consumo, que reconheça a necessidade de consumir menos. A sustentabilidade envolve não apenas optar por produtos com tecnologias e processos menos poluentes, mas também reduzir e reavaliar padrões de consumo, refletindo sobre o quanto se consome, além do que se consome. A efetividade dessa mudança dependerá do grau de conscientização social e da compreensão de que ajustes no comportamento dos consumidores são essenciais para mitigar a crise socioambiental.

Dentre os estudos sobre consumo, o consumo sustentável entre universitários é um campo que vem recebendo crescente atenção, destacando-se como fundamental para a formação de consumidores mais conscientes e comprometidos com o meio ambiente. Souza e Lins (2022), a partir de estudo realizado com universitários portugueses e brasileiros, ressaltam que os estudantes, embora demonstrem atitudes positivas em relação a práticas sustentáveis, como o uso de produtos ecológicos, frequentemente exibem uma discrepância entre discurso e prática, influenciada pela acessibilidade e custo dos produtos sustentáveis, além da percepção de que tais práticas podem ser financeiramente inviáveis.

Silva-Souza *et al.* (2021), em estudo sobre consumo consciente em uma universidade no Paraná, concluíram que a questão econômica é apontada como uma barreira significativa para o consumo sustentável entre universitários. Embora muitos reconheçam a importância de práticas ecológicas, a preferência por produtos ecologicamente corretos é limitada pelo custo, o que indica que o consumo sustentável entre estudantes universitários depende de fatores econômicos e sociais que impactam diretamente a viabilidade dessas escolhas no cotidiano dos estudantes.

Antônio e Manuel (2018) apresentam uma análise comparativa entre estudantes brasileiros e angolanos, revelando que, embora exista uma consciência sobre consumo sustentável, há uma tendência a expressar atitudes sustentáveis para atender a expectativas sociais, mesmo quando essas atitudes não refletem práticas reais. Esse fenômeno, denominado “atitude socialmente desejável,” resalta a necessidade de que as universidades não apenas informem, mas também incentivem e facilitem a aplicação de práticas sustentáveis no dia a dia dos estudantes.

Gomes *et al.* (2011), em estudo com universitários em Santa Catarina, identificaram que, embora os estudantes possuam consciência ambiental, ela raramente se traduz em práticas de consumo sustentável consistentes, especialmente quando o custo é um fator de decisão. A pesquisa sugere que a valorização do custo-benefício, muitas vezes em detrimento dos benefícios ambientais, limita o engajamento em práticas sustentáveis, o que aponta para a necessidade de intervenções educativas que incentivem o alinhamento entre a consciência ambiental e a prática de consumo responsável.

Ronchi *et al.* (2016), também a partir de estudo realizado em uma universidade em Santa Catarina, apontam que frugalidade e reciclagem são dimensões centrais para compreender o consumo sustentável entre universitários. O estudo indicou que, enquanto a frugalidade mostrou alta correlação com práticas sustentáveis, a reciclagem apresentou uma relação mais fraca,



sugerindo que, para os estudantes, práticas sustentáveis estão mais associadas à economia de recursos do que ao gerenciamento de resíduos. O consumo sustentável entre estudantes universitários pode ser compreendido como uma prática ainda emergente e dependente de fatores externos, como acesso a produtos e preços acessíveis. Há uma grande oportunidade de desenvolvimento no que se refere a educação para sustentabilidade e ela precisa ser reforçada para transformar a consciência ambiental em ação efetiva e prática entre os estudantes universitários.

Por isso, Telocken *et al.* (2017) destaca a importância da educação para a sustentabilidade. Em estudo com estudantes de uma universidade brasileira, os autores observaram diferentes níveis de consciência ambiental, dependendo do nível de escolaridade: alunos de pós-graduação possuem uma visão mais crítica e prática sobre sustentabilidade em comparação aos de graduação, especialmente nas dimensões de frugalidade e reciclagem. Esse resultado destaca o papel das instituições de ensino superior em integrar a sustentabilidade como tema transversal ao currículo, fomentando práticas mais sustentáveis em várias etapas da formação acadêmica.

Os estudos reforçam que, embora os estudantes universitários possuam acesso a informações e vejam a sustentabilidade de forma positiva e necessária, existem barreiras estruturais e culturais que dificultam a implementação de práticas sustentáveis.

### 3. Metodologia

A metodologia adotada nesta pesquisa detalha as características do estudo, os procedimentos de coleta de dados e a técnica de análise utilizada. Com base em Prodanov e Freitas (2013), os procedimentos metodológicos classificam-se como de natureza básica e fazem uso do método indutivo, pois trabalham com proposições específicas que buscam generalizar a partir das observações obtidas. O universo da pesquisa compreende alunos de graduação da UFAM, com a amostra constituída por estudantes dos cursos oferecidos no Campus Universitário Senador Arthur Virgílio Filho, abrangendo os setores Norte e Sul.

Para caracterizar o perfil desses universitários, o estudo adota um objetivo descritivo, que “expõe as características de uma determinada população ou fenômeno [...]” (Prodanov; Freitas, 2013, p. 127). Como instrumento de coleta de dados foi utilizado o Levantamento *Survey*, aplicado por meio de um questionário estruturado, com perguntas fechadas e uma abordagem quantitativa. Utilizou-se a Escala Likert de cinco pontos, onde 1 corresponde a “Discordo Totalmente” e 5 a “Concordo Totalmente”, facilitando a análise da percepção dos participantes sobre diferentes aspectos do consumo sustentável.

Para obter um perfil de consumo do público-alvo, a pesquisa utilizou como base a escala ECCB (*Ecologically Conscious Consumer Behavior*), de Straughan e Roberts (1999), voltada a estudantes universitários. Essa escala foi adaptada ao contexto local, englobando categorias como economia de energia, lazer/diversão, aquisição de bens, descarte e vestimenta. Cada uma das cinco categorias foi abordada por meio de cinco perguntas, e uma questão aberta foi incluída para permitir que os participantes compartilhassem eventuais dificuldades na compreensão do questionário. As perguntas foram projetadas para cobrir as práticas cotidianas dos respondentes em relação a cada categoria específica, abrangendo desde atitudes de economia e descarte responsável até escolhas de consumo em lazer e vestuário (Apêndice A).



A coleta de dados foi realizada virtualmente por meio do *Google Forms*. A primeira etapa de divulgação ocorreu entre dezembro de 2022 e 28 de janeiro de 2023, com o auxílio de centros acadêmicos para disseminação do questionário por *e-mail*. Entre fevereiro e maio, a divulgação foi expandida para incluir cartazes com *QR codes* de acesso ao formulário, colocados em áreas de grande circulação, como bibliotecas e murais. Além disso, o *QR code* foi apresentado em sala de aula e enviado por *e-mail* aos docentes, que foram convidados a compartilhar o formulário com seus alunos.

Os dados coletados foram analisados com base em frequências (F), porcentagens (%), média (M), moda (Md) e desvio padrão (DP), como justificado pela natureza quantitativa das perguntas fechadas. A média reflete o valor central de uma distribuição, obtido pela soma dos valores dividida pelo número total de observações. A moda identifica o valor mais frequente em um conjunto de dados, enquanto o desvio padrão mede a dispersão dos dados em relação à média (Apêndice A). As ferramentas matemáticas utilizadas para o presente estudo também podem ser observadas em pesquisas similares, como as de Straughan e Roberts (1999) e Cardoso e Cairrão (2007).

Os dados foram tabulados no *Google Sheets*, que executa comandos para a expressão de variáveis. Os resultados são apresentados graficamente por categoria de resposta e suas frequências, utilizando o programa de visualização SciDAVis, selecionado pela facilidade de uso, compatibilidade e por ser uma ferramenta gratuita.

#### 4. Resultados

O Levantamento *Survey* foi encerrado com resposta de 51 estudantes, todavia um deles não se sentiu esclarecido em participar, logo a quantidade de respostas validadas foram 50.

A coleta de informações demográficas teve o objetivo de conhecer os grupos de consumidores sustentáveis presentes entre os universitários da UFAM, buscando conhecer também seus cursos e faculdades correspondentes. Ao todo, foram coletadas amostras de 12 cursos: Biblioteconomia, Faculdade de Informação e Comunicação; Biotecnologia, Instituto de Ciências Biológicas; Ciência da Computação, Instituto de Computação; Design, Faculdade de Tecnologia; Engenharia Civil, Faculdade de Tecnologia; Física-Bacharelado, Instituto de Ciências Exatas; Física-Licenciatura, Instituto de Ciências Exatas; Geografia-Licenciatura, Instituto de Filosofia, Ciências Humanas e Sociais; Geologia, Instituto de Ciências Exatas; Letras-Língua e Literatura Portuguesa, Faculdade de Letras; Pedagogia, Faculdade de Educação; Relações Públicas, Faculdade de Informação e Comunicação.

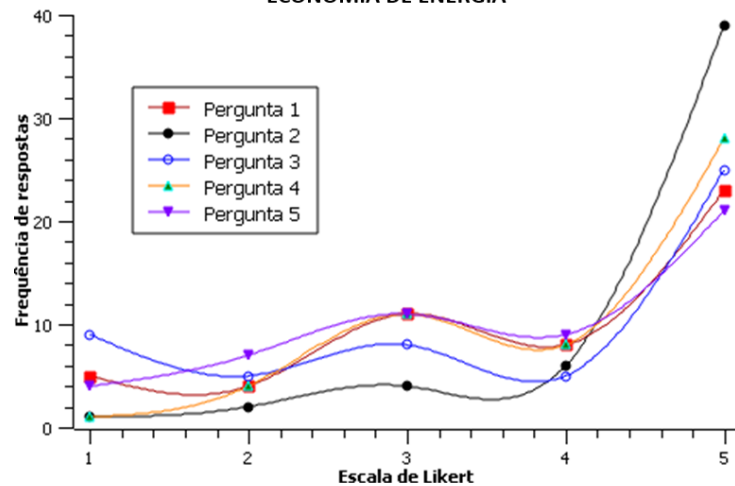
Para facilitar a interpretação dos dados, os resultados foram divididos em categorias, com representações gráficas de cada uma delas. Dados complementares podem ser consultados no Apêndice A. A seguir, são apresentados os resultados e análises das principais categorias, ilustrados com figuras que evidenciam as práticas e atitudes dos participantes.

Na categoria "*Economia de Energia*", observou-se uma alta adesão na escala 5 ("concordo totalmente") para a pergunta 2, que trata do uso consciente de lâmpadas e utensílios. As demais perguntas dessa categoria tiveram respostas mais distribuídas, com destaque para a pergunta 4, que reflete atitudes de economia de energia, mesmo quando não diretamente controladas pelos respondentes (Figura 1). A economia de energia é vista não apenas como uma



prática sustentável, mas também como uma maneira de reduzir custos financeiros, o que pode influenciar positivamente a adesão a essa prática.

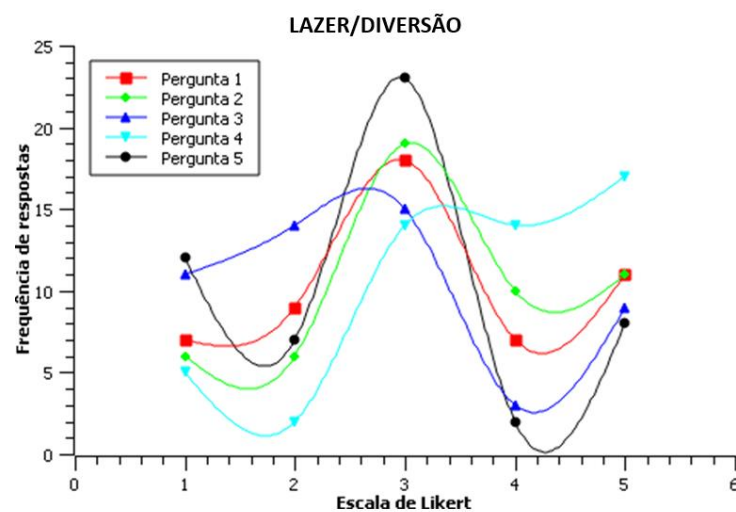
Figura 1: Frequências da Economia de Energia  
ECONOMIA DE ENERGIA



Fonte: autores, 2024.

Na categoria "*Lazer/Diversão*", as respostas mostram uma tendência de neutralidade, especialmente na pergunta 3, indicando que muitos estudantes não veem relação entre lazer e práticas sustentáveis, ou que essa questão pode não fazer parte de suas atividades diárias (Figura 2). Esses resultados podem sugerir que, para essa categoria, a sustentabilidade não é um fator preponderante na escolha de atividades recreativas.

Figura 2: Frequências das Atividades de Lazer/Diversão

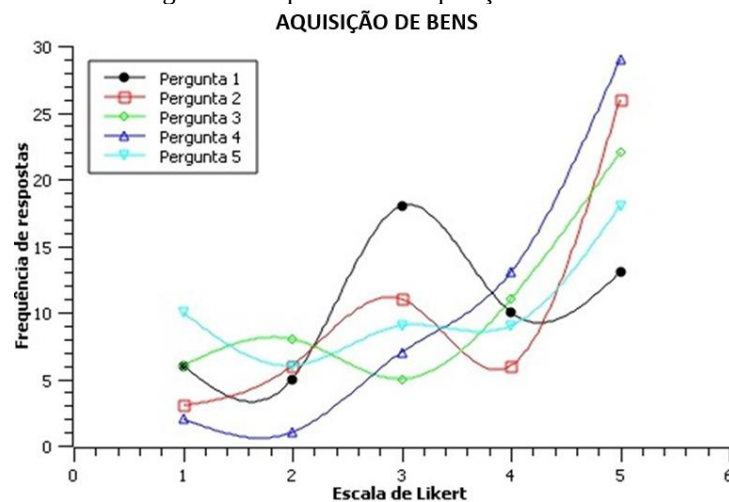


Fonte: autores, 2024.



A categoria "*Aquisição de Bens*" apresentou uma maior preocupação sustentável, principalmente nas perguntas 4 e 2, com alta concentração de respostas no ponto 5 da escala. Destaca-se que, enquanto os participantes demonstram interesse em evitar empresas que realizam testes em animais, a preocupação com a poluição gerada pelas marcas foi menos pronunciada (Figura 3). Isso reflete uma seletividade nas atitudes sustentáveis, reforçando a ideia de que algumas práticas são mais internalizadas que outras.

Figura 3: Frequências na Aquisição de Bens

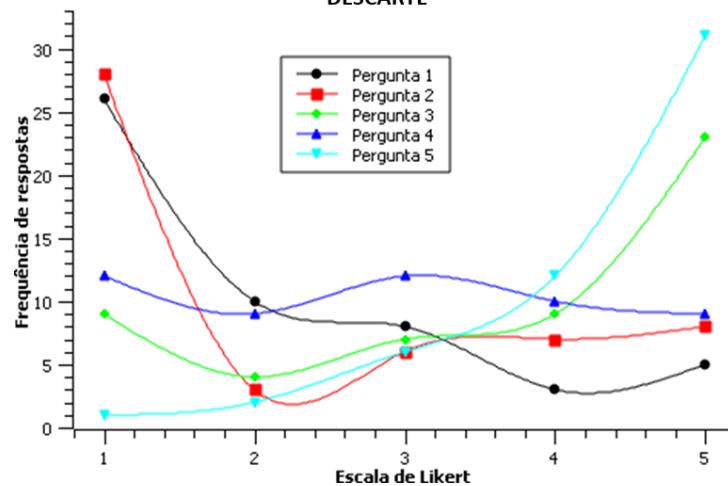


Fonte: autores, 2024.

A categoria "*Descarte*" mostrou baixa adesão a práticas de separação de resíduos para coleta seletiva e reutilização de matéria orgânica para compostagem, indicando que o tratamento de resíduos ainda não é uma prioridade entre os estudantes (Figura 4). As respostas às perguntas sobre descarte em lixeiras apropriadas e repasse de itens reutilizáveis evidenciam a dissociação entre a consciência ambiental e a prática efetiva de descarte sustentável, o que corrobora a afirmação de Cardoso e Cairrão (2007) sobre as dificuldades do público jovem em adotar ações de consumo sustentável.



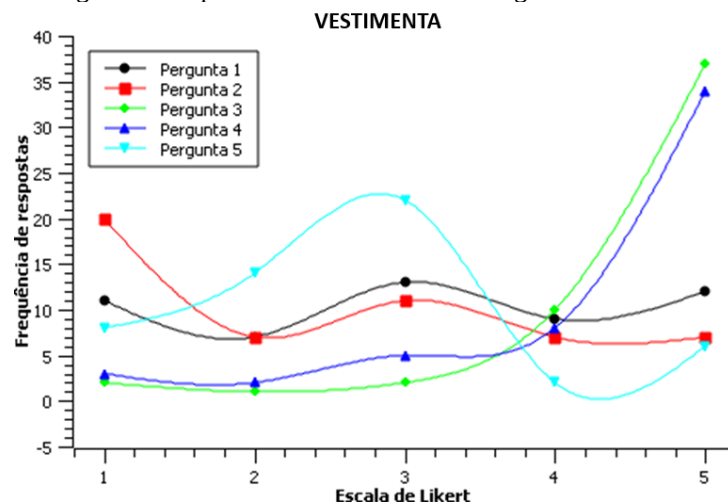
Figura 4: Frequências nas Práticas de Descarte



Fonte: autores, 2024.

Na última categoria, "*Vestimenta*", observou-se uma alta frequência no ponto 5 da escala para as perguntas sobre o uso de roupas e calçados somente quando necessário, sugerindo um comportamento de consumo menos impulsivo nesta categoria (Figura 5). Essa prática reflete um comportamento mais sustentável, que pode estar associado à crescente conscientização sobre o impacto ambiental da indústria da moda e do *fast fashion*.

Figura 5: Frequências de Consumo na Categoria Vestimenta



Fonte: autores, 2024.

O Quadro 1 apresenta uma síntese dos achados da pesquisa.



Quadro 1: Síntese

| Categoria           | Principais resultados                                                                                                                                   | Análise                                                                                                                                 |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Economia de Energia | Alta adesão à economia de energia, especialmente no uso de lâmpadas e utensílios eficientes, com elevada frequência de respostas "concordo totalmente". | Indica que os estudantes veem a economia de energia como uma prática sustentável e economicamente benéfica, fácil de implementar.       |
| Lazer/Diversão      | Baixa identificação com práticas sustentáveis, com respostas mais neutras.                                                                              | Sugere uma desconexão entre lazer e sustentabilidade, indicando que esse contexto não é prioritário para práticas sustentáveis.         |
| Aquisição de Bens   | Alta preocupação com marcas que não realizam testes em animais, mas menor preocupação com o impacto ambiental das marcas.                               | Reflete uma seletividade ética no consumo, onde questões de bem-estar animal são mais priorizadas que impactos ambientais diretos.      |
| Descarte            | Baixa adesão à coleta seletiva e ao reaproveitamento de resíduos orgânicos para compostagem.                                                            | Aponta que a prática de descarte sustentável ainda não é uma prioridade, possivelmente devido à falta de infraestrutura e conveniência. |
| Vestimenta          | Consumo mais sustentável, com preferência por roupas e calçados comprados por necessidade e evitando compras impulsivas.                                | Indica uma conscientização quanto ao impacto ambiental da moda rápida, refletindo um consumo mais racional e menos impulsivo.           |

Fonte: autores, 2024.

## 5. Conclusões

O objetivo da pesquisa foi analisar o comportamento dos estudantes universitários da UFAM em relação ao consumo sustentável. Diante dos achados, conclui-se que os estudantes apresentam um comportamento de consumo sustentável moderado, com práticas em algumas áreas específicas, mas que não se traduz de maneira uniforme em ações cotidianas.

É possível afirmar que os universitários da UFAM incorporam práticas de consumo sustentável em seu cotidiano, mas de forma seletiva, variando conforme a categoria de consumo analisada. Conforme Bedante (2004), a consciência ambiental tem ganhado força entre os jovens brasileiros, o que também se reflete nos achados desta pesquisa ao evidenciar que os estudantes possuem uma certa sensibilidade às questões ambientais.

Na categoria “Economia de Energia”, a adesão significativa à prática de uso consciente de energia, principalmente no uso de lâmpadas e utensílios, indica uma combinação de motivações ecológicas e econômicas, como sugerido por Pereira, Silva e Carbonari (2011), que apontam que a economia de recursos além de benéfica ao meio ambiente também gera impacto financeiro positivo. Este comportamento comum pode refletir uma tendência de práticas sustentáveis quando estas oferecem benefícios econômicos imediatos.



Em contraste, a categoria “Lazer/Diversão” revelou um baixo nível de identificação com práticas sustentáveis. Como Cardoso e Cairrão (2007) argumentam, pode haver uma desconexão entre a consciência ambiental e a prática quando o tema é menos abordado ou não integrado ao cotidiano, evidenciando uma área potencial para ações de sensibilização.

A categoria “Aquisição de Bens” mostrou que os universitários demonstram uma maior preocupação em consumir de empresas que não realizam testes em animais, destacando uma dimensão ética do consumo. Contudo, a seletividade quanto à poluição das marcas foi menos expressiva, o que indica que fatores emocionais podem pesar mais do que critérios ambientais diretos, alinhando-se com as constatações de Straughan e Roberts (1999) sobre a predominância de variáveis psicográficas sobre as demográficas no comportamento sustentável.

Em “Descarte” e “Vestimenta”, observa-se que, enquanto a prática de descarte seletivo e a reutilização de resíduos orgânicos não se mostraram como prioridades entre os estudantes, o consumo sustentável na compra de roupas e calçados se destaca, sugerindo uma possível sensibilização relacionada ao impacto ambiental do *fast fashion*. Essas escolhas refletem a visão de Cardoso e Cairrão (2007), que destacam as diferenças entre a consciência do problema e a implementação de práticas ecológicas devido a fatores de conveniência e hábito.

Em síntese, observa-se que práticas sustentáveis são mais frequentes quando há um benefício econômico, como no caso da economia de energia, ou quando há forte apelo ético, como a escolha de marcas que evitam testes em animais. Em áreas onde as práticas sustentáveis requerem maior esforço, como o descarte adequado de resíduos, a adesão ainda é limitada. Os achados corroboram com estudos de Bedante (2004), Cardoso e Cairrão (2007) e Straughan e Roberts (1999), que também identificaram entre os jovens uma consciência sobre a importância da sustentabilidade, ainda que nem sempre acompanhada por ações consistentes.

As dificuldades encontradas ressaltam a necessidade de políticas estruturais, conforme observado por Zanirato e Rotondaro (2016), que defendem que práticas sustentáveis mais complexas requerem infraestrutura e apoio institucional. De forma complementar, Telocken *et al.* (2017) apontam que a educação para a sustentabilidade é relevante para preparar os estudantes para lidar com as práticas no cotidiano, promovendo o desenvolvimento de uma consciência crítica e prática sobre o consumo sustentável.

A pesquisa revela uma compreensão geral sobre consumo sustentável, mas destaca a necessidade de ampliar e aprofundar essa prática, especialmente nas categorias onde a ação não corresponde ao conhecimento. Reconhece-se que há limitações, como no tamanho da amostra, que, embora representativa de diversos cursos, oferece um panorama inicial do comportamento sustentável entre os estudantes da UFAM, podendo ser expandida em estudos futuros para abranger um público ainda mais amplo. O formato de questionário fechado foi útil para obter dados quantitativos claros, mas abre oportunidades para abordagens que incluam entrevistas ou observações diretas, proporcionando uma visão mais aprofundada das motivações e desafios enfrentados pelos estudantes. Em estudos futuros, a aplicação de um censo que abarque toda a população universitária poderia fornecer um panorama mais representativo e sólido para o embasamento de políticas e práticas sustentáveis.



## 7. Referências bibliográficas

ANTÓNIO, L. A. D.; MANUEL, J. A. da C. A influência do consumo sustentável no comportamento dos estudantes universitários de Angola-Brasil. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 4, p. 5-23, 2018.

ARAÚJO, A. C. M.; OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. E. N. Sustainable consumption: thematic evolution from 1999 to 2019. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 22, n. 2, p. eRAMG210209, 2021.

BLANK, D. M. P. O contexto das mudanças climáticas e as suas vítimas. **Mercator** (Fortaleza), v. 14, n. 2, p. 157–172, maio 2015.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente; Ministério da Educação. **Consumo sustentável: manual de educação**. Brasília: Consumers International, MMA, MEC e IDEC, 2005. Disponível em: <<https://idec.org.br/publicacao/manual-de-educacao-para-o-consumo-sustentavel-2a-ed-2005>>. Acesso em: 2 fev. 2023.

CARDOSO, A. J. M.; CAIRRÃO, Á. M. C. L. Os jovens universitários e o consumo sustentável: a sua influência na compra de produtos ecológicos. **Revista da Faculdade de Ciência e Tecnologia**, n. 4, p. 124-135, 2007. Disponível em: <[https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/10390/1/Revista\\_FCT-04\\_2007-124-135.pdf](https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/10390/1/Revista_FCT-04_2007-124-135.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2022.

COSTA, M. I. L.; MENDES, M. L. G. C. A publicidade como ferramenta de consumo: uma reflexão sobre a produção de necessidades. **BOCC: Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, p. 01-10, 2012. Disponível em: <<http://bocc.ufp.pt/pag/costa-mendes-a-publicidade-como-ferramenta-de-consumo.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2023.

BEDANTE, G. N. **A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de produtos ecologicamente embalados**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3904/000450535.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 19 nov. 2022.

SIGNORI, S.; FORNO, F. Closing the Attitude-Behaviour Gap: The case of Solidarity Purchase Groups. **Agriculture and Agricultural Science Procedia**, v. 8, 2016, p. 475-481.

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. DOI: <https://doi.org/10.5329/RECADM.20111002006>.

PEREIRA, A. C.; SILVA, G. Z.; CARBONARI, M. E. E. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011.



PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – PNUD. **Consumo sustentável**. Tradução Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/IDEC/Consumers International, 1998.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RONCHI, L.; OLIVEIRA, P. R. V. de; PARISOTTO, I. R. dos S.; GOMES, G. A prática do consumo sustentável entre estudantes universitários / The practice of sustainable consumption among college students. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 118-138, 2016. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/933>>. Acesso em: 10 out. 2024.

SERTORI, B. R. P. **How green is Z showing to be?** Social factors for sustainable purchase among young adults. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2021.

SILVA-SOUZA, L. D. Z. da; MATOS, B. G. P.; FERRARI, A.; FELIPE, D. F. Consumo consciente de produtos e de recursos naturais por estudantes universitários. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA UNICESUMAR, XII, 2021, Maringá. **Anais [...]**. Maringá: Unicesumar, 2021.

SOUZA, L. A. S. de; LINS, S. L. B. Pensar, sentir e agir: análise do comportamento de consumo consciente de universitários brasileiros e portugueses em relação a produtos com apelo ecológico. **Revista Brasileira de Meio Ambiente**, v. 10, n. 2, p. 297-318, 2022.

STRAUGHAN, R. D.; ROBERTS, J. A. Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium. **Journal of Consumer Marketing**, v. 16, n. 6, p. 558-575, 1999. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/Robert-Straughan/Environmental\\_segmentation\\_alternatives\\_A\\_look\\_at\\_green\\_consumer\\_behavior\\_in\\_the\\_new\\_millennium/](https://www.researchgate.net/profile/Robert-Straughan/Environmental_segmentation_alternatives_A_look_at_green_consumer_behavior_in_the_new_millennium/)>. Acesso em: 15 out. 2022.

SUTHERLAND, A.; THOMPSON, B. K. **The Marketer's Guide to Understanding and Reaching Generation Y – Kids, Tweens and Teens**. New York: McGraw-Hill, 2003.

TELOCKEN, S. G.; GARLET, V.; FAVARIN, R.; MADRUGA, L. R.; TREVISAN, M. O consumo consciente entre os alunos de administração de uma universidade federal brasileira sob a ótica da educação para a sustentabilidade. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 14, n. 1, p. 100-113, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.25112/rgd.v14i1.1124>>. Acesso em: 10 out. 2024.

ZANIRATO, S. H.; ROTONDARO, T. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade. **Estudos Avançados**, v. 30, n. 88, p. 77-92, set. 2016.



Workshop Internacional

# SUSTENTARE & WIPIS 2024

Sustentabilidade, Indicadores  
e Gestão de Recursos Hídricos[www.sustentarewipis.com.br](http://www.sustentarewipis.com.br)**18 a 22**  
de novembro

Transmissão online • Evento gratuito

Realização



Apoio Institucional



## APÊNDICE A: FREQUÊNCIAS DAS PRÁTICAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL

| ITENS DAS ESCALAS                                                                                                                                          |                       |       |    |       |    |       |    |       |                       |       |      |     |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|----|-------|----|-------|----|-------|-----------------------|-------|------|-----|------|
| CATEGORIA LAZER/DIVERSÃO                                                                                                                                   | Discordo Totalmente 1 |       | 2  |       | 3  |       | 4  |       | Concordo Totalmente 5 |       | M    | Md  | DP   |
|                                                                                                                                                            | F                     | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F                     | %     |      |     |      |
| Busco comprar livros em formato e-book, ou usados no lugar de livros físicos novos.                                                                        | 7                     | 0,134 | 9  | 0,173 | 18 | 0,346 | 7  | 0,134 | 11                    | 0,211 | 3,11 | 3   | 1,31 |
| Geralmente compro produtos ou serviços de empresas que tenham postura ecológica                                                                            | 6                     | 0,115 | 6  | 0,115 | 19 | 0,365 | 10 | 0,192 | 11                    | 0,211 | 3,27 | 3   | 1,25 |
| Faço uso de aparelhos como consoles para vídeo games por tempo delimitado para economizar energia.                                                         | 11                    | 0,211 | 14 | 0,269 | 15 | 0,288 | 3  | 0,057 | 9                     | 0,173 | 2,71 | 3   | 1,35 |
| Tenho preferência por comprar itens de lazer em versão digital (jogos) por não necessitar de produto físico para utilizá-lo                                | 5                     | 0,096 | 2  | 0,038 | 14 | 0,269 | 14 | 0,269 | 17                    | 0,326 | 3,69 | 4   | 1,25 |
| Se vou programar viagens, busco opções de turismo sustentável.                                                                                             | 12                    | 0,23  | 7  | 0,134 | 23 | 0,442 | 2  | 0,038 | 8                     | 0,153 | 2,75 | 3   | 1,3  |
| CATEGORIA AQUISIÇÃO DE BENS                                                                                                                                | Discordo Totalmente 1 |       | 2  |       | 3  |       | 4  |       | Concordo Totalmente 5 |       | M    | Md  | DP   |
|                                                                                                                                                            | F                     | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F                     | %     |      |     |      |
| Escolho produtos de marcas que se comprometem em poluir menos.                                                                                             | 6                     | 0,115 | 5  | 0,096 | 18 | 0,346 | 10 | 0,192 | 13                    | 0,25  | 3,37 | 3   | 1,28 |
| Procuro comprar cosméticos que não façam testes em animais.                                                                                                | 3                     | 0,057 | 6  | 0,115 | 11 | 0,211 | 6  | 0,115 | 26                    | 0,5   | 3,88 | 4,5 | 1,3  |
| Compro apenas o que vou usar, evitando comprar por impulso itens que não tenho certeza se vou usar.                                                        | 6                     | 0,115 | 8  | 0,153 | 5  | 0,096 | 11 | 0,211 | 22                    | 0,423 | 3,67 | 4   | 1,45 |
| Se vou presentear alguém, procuro comprar algo que a pessoa está precisando ou que pode ser útil para ela.                                                 | 2                     | 0,038 | 1  | 0,019 | 7  | 0,134 | 13 | 0,25  | 29                    | 0,557 | 4,27 | 5   | 1,03 |
| Quando faço compras levo bolsas reutilizáveis, para evitar precisar de sacolas descartáveis                                                                | 10                    | 0,192 | 6  | 0,115 | 9  | 0,173 | 9  | 0,173 | 18                    | 0,346 | 3,37 | 4   | 1,53 |
| CATEGORIA VESTIMENTA                                                                                                                                       | Discordo Totalmente 1 |       | 2  |       | 3  |       | 4  |       | Concordo Totalmente 5 |       | M    | Md  | DP   |
|                                                                                                                                                            | F                     | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F                     | %     |      |     |      |
| Compro itens em brechós com a finalidade de utilizar peças ainda utilizáveis.                                                                              | 11                    | 0,211 | 7  | 0,134 | 13 | 0,25  | 9  | 0,173 | 12                    | 0,23  | 3,07 | 3   | 1,45 |
| Se preciso de roupas ou calçados, que sei que usarei pouco, busco emprestar de conhecidos ou alugar, no lugar de comprar itens novos.                      | 20                    | 0,384 | 7  | 0,134 | 11 | 0,211 | 7  | 0,134 | 7                     | 0,134 | 2,5  | 2   | 1,46 |
| Quando roupas ou calçados, não me servem mais e ainda estão em bom estado, busco doar, ou vender, e não descartar.                                         | 2                     | 0,038 | 1  | 0,019 | 2  | 0,038 | 10 | 0,192 | 37                    | 0,712 | 4,51 | 5   | 0,96 |
| Compro roupas e calçados apenas quando estou precisando.                                                                                                   | 3                     | 0,057 | 2  | 0,038 | 5  | 0,096 | 8  | 0,153 | 34                    | 0,653 | 4,3  | 5   | 1,16 |
| Evito comprar em lojas que fabricam peças no modelo fast fashion (moda rápida) por conta do grande impacto negativo no meio ambiente.                      | 8                     | 0,154 | 14 | 0,269 | 22 | 0,423 | 2  | 0,038 | 6                     | 0,115 | 2,74 | 3   | 1,22 |
| CATEGORIA ECONOMIA DE ENERGIA                                                                                                                              | Discordo Totalmente 1 |       | 2  |       | 3  |       | 4  |       | Concordo Totalmente 5 |       | M    | Md  | DP   |
|                                                                                                                                                            | F                     | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F                     | %     |      |     |      |
| Seleciono um dia na semana para lavar e passar roupas visando economizar energia.                                                                          | 5                     | 0,096 | 4  | 0,076 | 11 | 0,211 | 8  | 0,153 | 24                    | 0,461 | 3,8  | 4   | 1,36 |
| Desligo lâmpadas e outros utensílios quando saio de um ambiente, seja em casa, ou outros lugares.                                                          | 1                     | 0,019 | 2  | 0,038 | 4  | 0,076 | 6  | 0,115 | 39                    | 0,75  | 4,53 | 5   | 0,94 |
| Tiro carregadores da tomada quando meus eletrônicos já estão carregados.                                                                                   | 9                     | 0,173 | 5  | 0,096 | 8  | 0,153 | 5  | 0,096 | 25                    | 0,48  | 3,61 | 4   | 1,57 |
| Quando percebo eletrodomésticos, ou quaisquer aparelhos eletrônicos, ligados sem ninguém fazendo uso, desligo, mesmo que não os tenha ligado.              | 1                     | 0,019 | 4  | 0,076 | 11 | 0,211 | 8  | 0,153 | 28                    | 0,538 | 4,12 | 5   | 1,11 |
| Faço uso reduzido de aparelhos que consomem muita energia, como ar-condicionado, aspirador de pó, secador de cabelo.                                       | 4                     | 0,076 | 7  | 0,134 | 11 | 0,211 | 9  | 0,173 | 21                    | 0,4   | 3,69 | 4   | 1,37 |
| CATEGORIA DESCARTE                                                                                                                                         | Discordo Totalmente 1 |       | 2  |       | 3  |       | 4  |       | Concordo Totalmente 5 |       | M    | Md  | DP   |
|                                                                                                                                                            | F                     | %     | F  | %     | F  | %     | F  | %     | F                     | %     |      |     |      |
| Separo os resíduos que produzo em casa (papel, materiais metálicos, plásticos e orgânicos) para descartá-los em pontos de coleta seletiva.                 | 26                    | 0,5   | 10 | 0,192 | 8  | 0,153 | 3  | 0,057 | 5                     | 0,096 | 2,05 | 1,5 | 1,33 |
| Utilizo as sobras de comida e outros resíduos orgânicos para fazer compostagem, transformando em adubo natural.                                            | 28                    | 0,538 | 3  | 0,057 | 6  | 0,115 | 7  | 0,134 | 8                     | 0,153 | 2,3  | 1   | 1,59 |
| Quando não estou em casa e tenho itens para descarte, procuro jogá-los em lixeiras de coleta seletiva.                                                     | 9                     | 0,173 | 4  | 0,076 | 7  | 0,134 | 9  | 0,173 | 23                    | 0,442 | 3,63 | 4   | 1,53 |
| Descarto eletroeletrônicos e eletrodomésticos (baterias, pilhas, máquinas de lavar, celulares) quebrados, ou sem uso, em pontos de coletas especializados. | 12                    | 0,23  | 9  | 0,173 | 12 | 0,23  | 10 | 0,19  | 9                     | 0,173 | 2,9  | 3   | 1,42 |
| Evito descartar itens que ainda podem ser utilizados, pois posso disponibilizá-los para outras pessoas.                                                    | 1                     | 0,02  | 2  | 0,04  | 6  | 0,115 | 12 | 0,23  | 31                    | 0,596 | 4,35 | 5   | 0,97 |

Nota: os valores foram arredondados para duas casas decimais para melhor visualização.