

COMPORTAMENTO PRÓ-AMBIENTAL DE CIDADÃOS

WALLAU, Gilmar¹; SANTOS, Rozali Araujo dos²;

Palavras- Chave: Consumo. Comportamento. Desenvolvimento Sustentável.

INTRODUÇÃO

O mundo atual qual a sociedade de maneira geral esta inserida tem por característica mudanças ambientais constantes e significativas, decorrente em boa parte de catástrofes naturais e escassez de recursos. Estes fatos, entre outros tem ressaltado a importância de que os consumidores se tornem cada vez mais socialmente responsáveis, tal fato tem causado mudanças no mercado consumidor e relacionados. Os métodos que podem solucionar problemas ambientais, ou ao menos amenizar a degradação do meio comum a todos requer atenção tanto no âmbito individual e doméstico, quanto em uma escala maior (EBREO E VINING, 2001).

Dentre as maneiras existentes para a colaboração em prol da sustentabilidade ambiental aliadas as características do mundo globalizado, o consumo sustentável tem papel importante na consolidação da ideia de desenvolvimento sustentável como alicerce de uma serie de ações que afetam o ambiente. Desta forma existe a necessidade trabalhar a questão de consumo para que possa alcançar aspectos de desenvolvimento sustentável, assim uma questão complementa a outra na medida em que dentre as relações de complexidade que o mesmo assume visualizam-se mudanças significativas (DINATO; NASCIMENTO, 2003).

Atualmente o mercado nacional de sustentabilidade apresenta certa resistência por parte dos brasileiros quais não demonstram atitudes de consumo sustentável, correspondendo apenas 0,8% do mercado mundial. Em contrapartida com aumento da popularização e conscientização das pessoas quanto a sustentabilidade este indicie tem por estimativas apresentar um crescimento constante dentro dos próximos anos. Assim o objetivo deste resumo é realizar um levantamento bibliográfico acerca do consumo sustentável e comportamento pró ambiental de cidadãos.

¹ Discente do curso de Administração, Universidade de Cruz Alta, Bolsista PIBIC. E-mail: annacarolinepicasso@gmail.com.

² Docente do curso de Administração, Universidade de Cruz Alta. Coordenadora do Projeto Profissão Catador. E-mail: rozali@unicruz.edu.br

METODOLOGIA

A pesquisa bibliográfica consiste a revisão de literatura sobre as principais teorias que direcionam o estudo. Trata-se desta forma um trabalho investigativo em busca de conhecimento. Desta forma este estudo enquadra-se como uma pesquisa bibliográfica por ser baseado em estudos referente ao desenvolvimento regional, através de leitura, análise e interpretação de livros, periódicos, e artigos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

CONSUMO SUSTENTAVEL

Com a proliferação das questões ecológicas nos meios de comunicação em massa na internet, observa-se uma contribuição a consciência ambiental da sociedade, ou seja, cada vez mais estão surgindo novas preocupações por parte do consumidor, as quais mudam o foco individualista de seu consumo para uma visão mais ampla em termos de consciência do mesmo. Surge, portanto, o movimento na sociedade por um consumo mais responsável (SANTOS, LEITE, TACCONI E ALEXANDRE, 2008).

No entanto, não são todos os cidadãos que desenvolvem uma consciência ambiental positiva, sendo a consciência ambiental uma tendência de um individuo em se posicionar perante os assuntos ambientais de uma maneira a favor ou contra (BEDANTE; SLONGO, 2004). Ou seja, é pertinente o entendimento que o individual pode desenvolver diferentes papeis na sociedade como a escolha por empresas que possuam antecedentes positivos e que não gerem um impacto negativo sobre o meio ambiente, a tomada de decisão correta no momento do voto em uma eleição, um comportamento consciente no momento de sua compra, entre outros, o mesmo pode ser assumido como os mais importante nesse processo de mudança para um novo paradigma de desenvolvimento, no entanto, diante das muitas pressões e barreiras que lhe são oferecidas, o mesmo prefere se acomodar, em sua maioria, e seguir as tendências que são apresentadas, sem uma preocupação com futuro (OLIVEIRA, SILVA, GÓMEZ, 2012).

Assim que o consumo sustentável possa praticado, Gonçalves-Dias e Moura (2007) e Jackson (2004, 2007) indicam ser necessária uma adequação dos padrões de consumo a nova realidade social, entendendo que a partir da redução no consumo de boa parte dos materiais, bem como um redirecionamento das práticas até então desenvolvidas facilitam seu alcance, um mudança torna-se possível, além disso, Capelini (2007), coloca que para estimular o consumo sustentável é essencial conhecer as características do consumidor.

Ribeiro e Veiga (2011) ressaltam que a preocupação em investigar quem é o consumidor de produtos ecologicamente responsáveis, quais são suas características e como a consciência ambiental dos indivíduos vem mudando ao longo do tempo tem sido frequente nos estudos de marketing, na década de 1970 os estudos visavam identificar e analisar os valores, atitudes e comportamentos dos consumidores ecologicamente conscientes, e influenciá-los efetivamente.

O comportamento do consumidor consciente dos problemas ambientais tem sido analisado não somente por meio da conduta de compra, reciclagem ou eliminação do produto, mas também por meio dos modos que refletem o consumidor ecológico consciente com atitudes ativas e positiva, pois acredita-se que o consumidor consciente também busca disseminar o conceito e a prática do consumo consciente com atitudes ativas e positivas, pois acredita-se que o consumidor consciente busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal e a sustentabilidade do planeta, o consumidor consciente também busca disseminar o conceito e a prática do consumo consciente, fazendo com que pequenos gestos de consumo realizados por um número muito grande de pessoas promovam grandes transformações (FRAJ; MARTINEZ, 2006; GORNI, GOMES, DREHER, 2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Visto que não haverá desenvolvimento sustentável pela simples mudança dos modos de produção e consumo se persistir a mesma maneira de olhar e tratar à natureza, ou seja, apenas como recurso, já que estas mudanças não são factíveis se não se realizam alterações, ao mesmo tempo, nos níveis ecológico, econômico e sociocultural. Os modelos culturais, que incluem estilos de vida e padrões de consumo, devem ser transformados num processo interativo com a procura de novas tecnologias afins e harmoniosas com os ecossistemas. O sistema atual de produção e consumo aparece como um obstáculo importante para atingir os níveis propostos de eficiência, isto porque, o sistema econômico atual não considera muitas vezes os fatores sociais, éticos e ambientais do consumo e da produção. Hoje o conceito e a maneira de desenvolver o CS faz parte de um campo em construção. Explicitar os termos usados, definir as dimensões e o alcance, é tarefa dos distintos organismos e investigadores. É este um dos seus grandes desafios. Um estudo profundo sobre CS deve considerar não apenas uma definição conceitual, mas também analisar as dimensões e os aspectos que dela fazem parte. É preciso abrir o olhar para uma visão, simultaneamente, econômica e social.

REFERÊNCIAS

BEDANTE, G. N. ; SLONGO, L. A. O comportamento de consumo sustentável e suas relações com a consciência ambiental e a intenção de compra de produtos ecologicamente embalados. **Anais do Encontro de Marketing da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, Porto Alegre, RS, Brasil, 2004.

CAPELINI, M. Potencialidade e aplicação da prevenção de resíduos de embalagens: abordagem sobre o projeto do produto e o consumo. **TESE**. Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo. Universidade de São Paulo, 2007.

FRAJ, E.; MARTINEZ, E.. Influence of personality on ecological consumer behavior. **Journal of consumer behavior**, London, v. 5, n. 3, p. 167-182, maio. 2006.

GORNI, P. M.; GOMES, G.; DREHER, M. T. Consciência ambiental e gênero: os universitários e o consumo sustentável. **SIMPOI**, 2011.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F. & MOURA, C. Consumo Sustentável: muito além do consumo "verde". In Anais... XXXI Encontro da ANPAD - **EnANPAD**. Rio de Janeiro: FGV-EBAPE, 2007.

JACKSON, T. & MICHAELIS, L. Policies for sustainable consumption. A Report to the sustainable development commission, 2003.

JACKSON, T. Sustainable Consumption. In: ATKINSON, G.; DIETZ, S.; NEUMAYER, E. (editors). **Handbook of Sustainable Development**. Edward Elgar Publishing, 2007.

OLIVEIRA, A. P. M. ; SILVA, M. E.; GÓMEZ, C. R. P Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do Recife sob a ótica do consumo sustentável. **SIMPOI**, 2012.

SANTOS, T. C.; LEITE, A. P. R.; TACCONI, M. F. F. S. ; ALEXANDRE, M. L. Movimento do Consumo Consciente: do Cidadão Consumidor ao Consumidor Cidadão? **Anais do Encontro de Administração Pública e Governança – EnAPG**. Salvador: UFBA, 2008.