PERCEPÇÕES DOS COLABORADORES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR SOBRE O CONSUMO RESPONSÁVEL NA PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE POR GÊNERO

Ananias Francisco dos Santos (UNEMAT) - prof.ananias@gmail.com

Claudiane da Silva dos Santos (UFMS) - claudiane1479@gmail.com

Claiton Pazzini Goulart (UNEMAT) - claiton.pazzini@unemat.br

Giancarlo Fernandes Soares (UFU) - giancarlo.soares@ufu.br

Resumo:

Os novos hábitos impulsionados pela pandemia da Covid-19 têm provocado na sociedade atitudes cada vez mais visíveis, as quais variam conforme as necessidades individuais. Portanto, ao estudar o consumo responsável, torna-se fundamental avaliar a percepção dos colaboradores de uma Instituição de Ensino Superior (IES), diferenciando por gênero, para compreender os comportamentos diante de situações anormais causadas pela pandemia. Nesse contexto, o objetivo desta pesquisa é analisar as percepções, por gênero, dos professores, graduandos e pessoal administrativo de uma IES sobre o consumo responsável durante a pandemia da Covid-19. A pesquisa é classificada como aplicada, qualitativa, descritiva e estudo de caso. Os resultados evidenciam os posicionamentos dos colaboradores, os quais estão diretamente relacionados com questões como os efeitos do aquecimento global no meio ambiente, a importância da consciência ambiental e o respeito pelo meio ambiente. Um exemplo é a conscientização sobre amigos e familiares adquirirem produtos com embalagens biodegradáveis, evitando comprar de empresas que não respeitam o meio ambiente. Além disso, há posicionamentos distintos entre os gêneros, como a importância da preservação da Amazônia pelo Brasil e a afirmação de que a pandemia da Covid-19 trouxe consequências globais que exigem preocupações constantes para o futuro da humanidade e do meio ambiente. Por fim, destaca-se a importância de uma gestão sustentável para o desenvolvimento de práticas contínuas e equilibradas no uso dos recursos, evitando desperdícios.

Palavras-chave: *Consumo Responsável; Covid-19; Instituição do Ensino Superior.*

Área temática: *Controladoria e Contabilidade Gerencial*

PERCEPÇÕES DOS COLABORADORES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR SOBRE O CONSUMO RESPONSÁVEL NA PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE POR GÊNERO

Resumo

Os novos hábitos impulsionados pela pandemia da Covid-19 têm provocado na sociedade atitudes cada vez mais visíveis, as quais variam conforme as necessidades individuais. Portanto, ao estudar o consumo responsável, torna-se fundamental avaliar a percepção dos colaboradores de uma Instituição de Ensino Superior (IES), diferenciando por gênero, para compreender os comportamentos diante de situações anormais causadas pela pandemia. Nesse contexto, o objetivo desta pesquisa é analisar as percepções, por gênero, dos professores, graduandos e pessoal administrativo de uma IES sobre o consumo responsável durante a pandemia da Covid-19. A pesquisa é classificada como aplicada, qualitativa, descritiva e estudo de caso. Os resultados evidenciam os posicionamentos dos colaboradores, os quais estão diretamente relacionados com questões como os efeitos do aquecimento global no meio ambiente, a importância da consciência ambiental e o respeito pelo meio ambiente. Um exemplo é a conscientização sobre amigos e familiares adquirirem produtos com embalagens biodegradáveis, evitando comprar de empresas que não respeitam o meio ambiente. Além disso, há posicionamentos distintos entre os gêneros, como a importância da preservação da Amazônia pelo Brasil e a afirmação de que a pandemia da Covid-19 trouxe consequências globais que exigem preocupações constantes para o futuro da humanidade e do meio ambiente. Por fim, destaca-se a importância de uma gestão sustentável para o desenvolvimento de práticas contínuas e equilibradas no uso dos recursos, evitando desperdícios.

Palavras-chave: Consumo Responsável; Covid-19; Instituição do Ensino Superior.

Área temática do evento: Contabilidade para Usuários.

1 INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2021), a Covid-19 é uma doença causada pelo vírus SARS-CoV-2, popularmente conhecido como Coronavírus. Os primeiros casos foram identificados em dezembro de 2019 e se espalharam pelo mundo em poucas semanas. Em fevereiro de 2020, a quantidade de casos, principalmente na Itália, já chamava a atenção global, assim como a rápida propagação dos casos e o aumento de óbitos.

Jones et al. (2020) afirmam que medidas como o uso obrigatório de máscaras de proteção facial, o fechamento de estabelecimentos não essenciais e de fronteiras aéreas, além do cancelamento de eventos sociais e atividades públicas, foram adotadas com o objetivo de evitar aglomerações, novos focos de contágio e garantir a distância mínima recomendada entre as pessoas.

A partir do momento em que o isolamento social passou a ser adotado no país, em meados de março, surgiram novas necessidades e prioridades de compra em um cenário de grandes incertezas. Como consequência, a sociedade brasileira e mundial precisou mudar radicalmente seus hábitos de consumo para se adaptar aos novos modelos de negócio diante dessa nova realidade (PEREIRA, 2020).

Além disso, o crescimento populacional descontrolado e o aumento do consumo de alimentos e produtos têm gerado uma grande quantidade de resíduos domésticos e industriais, resultando em diversos impactos ambientais que comprometem a manutenção dos recursos naturais para um futuro sustentável.

Percebe-se, portanto, que a pandemia da Covid-19 obrigou a sociedade a refletir sobre a necessidade de mudanças urgentes, adotando um sistema de produção mais limpo, com responsabilidade social e inovação ambiental, buscando a sustentabilidade. A consciência ambiental e o consumo responsável passaram a fazer parte dos princípios e valores relacionados às questões ambientais, contribuindo para um futuro sustentável (SEVERO et al., 2018).

Scarpinelli e Ragassi (2003) reforçam que a preocupação com a conservação ambiental decorre tanto do aumento dos problemas ecológicos quanto das visões individualistas das empresas. Além disso, a pressão da educação ambiental tem desempenhado um papel importante na conscientização ambiental, destacando ações relevantes nesse contexto.

Nesse contexto, é importante destacar o papel desempenhado pelas Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil, conforme o inciso IV do Art. 43 das Diretrizes e Bases da Educação Nacional (1996), que determina que essas instituições são responsáveis por formar profissionais comprometidos com o meio social, sinalizando para a responsabilidade social dessas instituições.

Caixeta e Souza (2013) afirmam que a responsabilidade social não pode ser observada como uma atividade separada da educação, pois ela se estende para o espaço de vida e ação dos estudantes e dos demais membros da comunidade acadêmica. Esses indivíduos realizam práticas e projetos não apenas para sua própria promoção, mas também para a promoção de outros e da comunidade como um todo. Dessa forma, a responsabilidade social pode ser vista e executada como uma forma de analisar o mundo, as pessoas e suas relações, tanto entre si quanto com o meio ambiente.

Portanto, é fato que os gestores das IES reconhecem a importância de uma gestão responsável, aderindo à sustentabilidade ambiental, social e econômica em suas diversas dimensões. Isso resultará na formação de profissionais capazes de promover a sustentabilidade não apenas em suas vidas profissionais, mas também na sociedade em que estão inseridos, contribuindo para um meio ambiente saudável para as futuras gerações (PONTES, 2015).

Com base no exposto, adotou-se a seguinte problemática de pesquisa: quais são as percepções dos professores, graduandos e técnicos da administração de uma Instituição de Ensino Superior, por gênero, sobre o consumo responsável em plena pandemia da Covid-19? Para responder a essa problemática de pesquisa, estabeleceu-se a seguinte hipótese: não há diferença substancial nas percepções sobre o consumo sustentável em plena pandemia da Covid-19 quando comparadas por gênero dos participantes da pesquisa.

O objetivo desta pesquisa foi evidenciar as percepções dos professores, graduandos e técnicos da administração de uma IES, diferenciadas por gênero, sobre o consumo responsável em plena pandemia da Covid-19.

Este trabalho de pesquisa se justifica pela sua relevância, permitindo que os pesquisadores aprofundem um tema de grande importância para a academia e a sociedade brasileira, uma vez que o consumo responsável é uma necessidade real durante a pandemia da Covid-19. Torna-se fundamental entender como o consumo responsável, se nada for feito a respeito, pode comprometer o consumo das gerações futuras, considerando a situação que está sendo desenhada pela pandemia do Covid-19.

Também se deve ao fato de ampliar o conhecimento sobre esse tema. Nesta pesquisa, pretende-se evidenciar uma realidade que pode provocar reflexões adicionais sobre essa temática, contribuindo para repensar o comportamento da sociedade consumista no futuro.

O estudo está estruturado em cinco seções. Inicia-se com esta introdução, seguida pelo referencial teórico, que aborda conteúdos relacionados ao panorama da Covid-19, Desenvolvimento Sustentável e consumo responsável. Em seguida, são apresentados os aspectos metodológicos utilizados no desenvolvimento da pesquisa. Posteriormente, são descritos e analisados os resultados obtidos. Por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção será apresentado um texto organizado, com conteúdo conectado de maneira lógica, com o objetivo favorecer o entendimento do tema da pesquisa por meio da revisão de textos, artigos, livros e todo o material pertinente da área ou do assunto estudado.

2.1 Panorama da covid-19 no Brasil

De acordo com a OMS (2021), a Covid-19 é uma doença causada pelo vírus SARS-CoV_2, popularmente conhecido como Coronavírus, tendo os primeiros casos identificados em dezembro de 2019 e se espalhando pelo mundo em poucas semanas. Em fevereiro de 2020, a quantidade de casos, principalmente na Itália, já chamava a atenção do mundo, assim como a velocidade com que os casos e óbitos aumentavam.

No Brasil, o Ministério da Saúde - MS (2020) agiu imediatamente após a detecção dos rumores sobre a doença emergente. Em 22 de janeiro, o Centro de Operações de Emergência (COE) do Ministério da Saúde foi acionado, sob coordenação da Secretaria de Vigilância em Saúde (SVS/MS), para harmonizar, planejar e organizar atividades com os envolvidos e monitorar a situação epidemiológica. Vários setores do governo foram mobilizados e várias ações foram implementadas, incluindo a elaboração de um plano de contingência. Em 3 de fevereiro de 2020, a infecção humana pelo novo coronavírus foi declarada Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN).

Segundo a UNA-SUS (2020), o primeiro caso de Covid-19 no Brasil ocorreu no estado de São Paulo, envolvendo um homem de 61 anos que havia viajado para a Itália, onde o surto do vírus estava em grande escala. A partir do aumento de casos, foram adotadas medidas de prevenção no combate e na transmissão do Coronavírus, destacando-se a higienização das mãos, o uso de máscaras de proteção, o distanciamento social, entre outros. O Brasil foi considerado o novo epicentro da doença no mundo, causando várias vítimas e levando o sistema de saúde, tanto público quanto privado, ao colapso, com ocupação total dos leitos destinados ao tratamento do vírus.

No entanto, dados do MS (2022) indicam que há 33.076.779 casos confirmados do novo Coronavírus e 674.482 óbitos, números expressivos que geram insegurança pessoal e instabilidade financeira, uma vez que muitos brasileiros perderam poder econômico devido às medidas de prevenção e distanciamento social.

No início da pandemia, o Ministério da Economia – ME (2020) já alertava que a interrupção da cadeia produtiva de alguns setores e a paralisação da produção e do escoamento de bens intermediários chineses, importantes para a indústria brasileira, poderiam afetar a produção de manufaturados em alguns setores, causando uma redução nos estoques. Isso pode ser interpretado como um choque temporário de produtividade na economia.

Além disso, vários setores da economia foram afetados pela pandemia, desde a linha de produção até os prestadores de serviços. O distanciamento social, que foi um dos principais fatores para desacelerar a transmissão do vírus, causou atrasos na linha de produção devido ao

revezamento de funcionários, afetando o abastecimento no mercado interno. Os prestadores de serviços também sentiram o impacto, com cancelamentos ou adiamentos de serviços, resultando na diminuição do trabalho e dos ganhos financeiros.

De acordo com informações do ME (2020), houve uma redução no fluxo de pessoas e mercadorias. A epidemia provocou comportamentos precaucionais na população, como a diminuição de viagens, redução de jornadas de trabalho e adoção do home office. Com a diminuição das viagens, o setor hoteleiro, turismo, bares, restaurantes e todo o setor de festas e eventos tiveram suas receitas prejudicadas, muitos tiveram que dispensar seus funcionários, aumentando o desemprego e a instabilidade financeira.

A partir do dia 21 de março de 2021, chegaram as primeiras cargas de vacinas contra a Covid-19, trazendo a crença de que a vacinação desaceleraria a contaminação do vírus e diminuiria as internações de casos graves, conforme a Organização Pan-Americana da Saúde (2021). Isso representa um grande passo para salvar vidas, conter a propagação da COVID-19 e retornar a uma nova normalidade. Portanto, é importante continuar os trabalhos realizados dia e noite, em conjunto com as autoridades de saúde do Brasil e parceiros, para viabilizar a chegada de mais vacinas e fortalecer as medidas de saúde pública, a fim de enfrentarmos juntos a COVID-19.

Com o início da vacinação, surge o sentimento de esperança de que as coisas voltem ao normal, que a economia volte a crescer e que surjam novas vagas de emprego. No entanto, isso demanda tempo e a contribuição da população é fundamental. Cada indivíduo deve fazer a sua parte, tomar a vacina e se proteger, a fim de alcançarmos um número significativo de pessoas vacinadas e, consequentemente, reduzirmos o número de pessoas infectadas.

Segundo o MS (2021), mais de 350 milhões de vacinas contra a Covid-19 foram distribuídas às unidades da Federação. As vacinas percorreram a menor distância possível, seja por terra, ar ou água, dos centros de armazenamento do Ministério até os braços do povo brasileiro. Com a vacinação em massa, os índices de pessoas infectadas e internações diminuíram, embora os riscos ainda não tenham sido completamente eliminados. No entanto, já é possível voltar a uma vida "quase normal", mantendo certos cuidados nas atividades comerciais e sociais.

Além disso, 126,2 milhões de pessoas já completaram seus ciclos vacinais, tendo recebido as duas doses ou a dose única da vacina. Os números da vacinação refletem uma melhora significativa no cenário epidemiológico (MS, 2021).

Portanto, com o início da vacinação, surge o sentimento de esperança de que as coisas voltem ao normal, que a economia cresça novamente e que novas vagas de emprego surjam. No entanto, isso demanda tempo e a contribuição da população é fundamental. Cada indivíduo deve fazer a sua parte, tomar a vacina e se proteger, a fim de reduzir o número de pessoas infectadas.

2.2 Desenvolvimento Sustentável

A ideia de desenvolvimento sustentável surgiu a partir do conceito de ecodesenvolvimento, proposto durante a Primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1972, realizada na cidade de Estocolmo, Suécia (Organização das Nações Unidas [ONU], 2022).

Segundo Barbieri (2020), esse conceito refere-se à capacidade de suprir as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das futuras gerações de forma sustentável. Em outras palavras, trata-se de um desenvolvimento que não esgota os recursos naturais no futuro.

Teixeira (2021) afirma que esse conceito está relacionado à manutenção ou conservação de um cenário a longo prazo, lidando de forma adequada com as possíveis ameaças. A sustentabilidade, frequentemente empregada no contexto ambiental, visa a preservação de um planeta saudável, onde as pessoas encontram condições necessárias para a sobrevivência de geração em geração.

O conceito de desenvolvimento sustentável deve incluir a preocupação com a manutenção, renovação e recuperação dos recursos naturais, mas, principalmente, deve incorporar uma dimensão ética de integridade para equilibrar as pressões econômicas atuais e as necessidades ambientais futuras (WILKINSON et al., 2001).

Almeida (2012) afirma que os objetivos do desenvolvimento sustentável são: eliminar a pobreza e a fome em todas as suas formas e em todos os lugares; alcançar a segurança alimentar e melhorar a nutrição; promover a agricultura, garantindo a disponibilidade de alimentos; e assegurar a gestão sustentável da água e saneamento para todos.

Com base nos conceitos mencionados, percebe-se que alcançar o tão desejado desenvolvimento sustentável requer o reconhecimento de que os recursos naturais são finitos e depende de um planejamento adequado. Muitas vezes, esse conceito é confundido com um crescimento econômico mal planejado. Um dos obstáculos apontados pelos especialistas para a sustentabilidade é a falta de vontade política (World Wildlife Fund [WWF], 2022).

Outro desafio, na opinião de Costa (2012), em relação ao desenvolvimento sustentável, está em conseguir trazer as considerações ambientais para o centro das tomadas de decisões econômicas e do planejamento, em níveis locais, regionais e globais, considerando o futuro.

A partir dessa discussão, em 1992, foi realizada no Rio de Janeiro a segunda Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio-92 ou ECO-92. Essa conferência teve como objetivo estabelecer uma agenda de cooperação internacional, chamada de Agenda 21, para a implementação do desenvolvimento sustentável ao longo do século XXI. Foi nesse momento que ocorreu a promoção efetiva de discussões sobre problemas ambientais globais com a participação ativa de organizações não governamentais internacionais. Novos temas de política ambiental foram redefinidos globalmente, e surgiu a necessidade de um novo pacto entre as nações (CHAVES e CASTELLO, 2013).

Pinsky e Kruglianskas (2018) afirmam que, em 2002, foram definidas três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental. Segundo os autores, a imagem do tripé é perfeita para compreender a sustentabilidade, pois seu objetivo é manter a harmonia entre esses componentes para garantir a integridade do planeta, da natureza e da sociedade ao longo das gerações.

O tripé da sustentabilidade é utilizado como uma ferramenta para medir o desempenho das organizações e compará-lo com os critérios econômicos, ambientais e sociais. Dessa forma, esse termo é empregado para estabelecer valores e processos que as empresas devem adotar com o objetivo de reduzir os impactos nas esferas social, ambiental e econômica (SPERS et al., 2014).

Segundo a ONU (2020), uma forma de medir o desenvolvimento é por meio de indicadores, que normalmente estão relacionados apenas a questões econômicas. No entanto, ao buscar um caminho para o desenvolvimento sustentável, os indicadores devem considerar as dimensões econômica, social e ambiental.

No Brasil, a ONU e seus parceiros têm trabalhado em conjunto para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Ao todo, são 17 objetivos considerados ambiciosos e interconectados, que abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados pelas pessoas no Brasil e no mundo.

Na prática, trata-se de um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima, além de garantir que as pessoas em todos os lugares possam desfrutar de paz e prosperidade. Esses são os objetivos para os quais as Nações Unidas estão contribuindo para alcançar a Agenda 2030 no Brasil (ONU, 2020).

O Quadro 1 apresenta os 17 principais objetivos de Desenvolvimento Sustentável e suas características, com atenção especial para o Objetivo nº 12, que está diretamente relacionado ao tema em estudo.

Quadro 1 – Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para 2030

ODS	Descrição	Objetivos
1	Erradicação da Pobreza	Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.
2	Fome Zero e Agricultura Sustentável	Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável.
3	Saúde e bem-estar	Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades.
4	Educação de qualidade	Assegurar a educação inclusiva, equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.
5	Igualdade de gênero	Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.
6	Água Potável e Saneamento	Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos.
7	Energia Limpa e Acessível	Garantir acesso a fontes de energia confiáveis, sustentáveis e modernas para todos.
8	Trabalho decente e crescimento econômico.	Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todos
9	Indústria, inovação e infraestrutura	Construir infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável, e fomentar a inovação.
10	Redução das desigualdades	Reduzir as desigualdades dentro dos países e entre eles.
11	Cidades e Comunidades Sustentáveis	Tornar as cidades e comunidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis.
12	Consumo e Produção Responsáveis	Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis.
13	Ação contra a mudança global do clima	Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos.
14	Vida na água	Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.
15	Vida terrestre	Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da Terra e deter a perda da biodiversidade.
16	Paz, justiça e instituições eficazes	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

17	Parcerias e meios de implementação	Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: ONU (2022)

O ODS nº 12 (Consumo e Produção Responsável) tem como objetivo garantir padrões de consumo e produção sustentáveis, sendo impulsionadores importantes da economia verde, inclusiva e responsável. Tanto a produção quanto o consumo desempenham um papel significativo na economia e, quando realizados com foco na responsabilidade socioambiental, contribuem positivamente para o desenvolvimento sustentável.

Portanto, é fundamental promover o consumo responsável, que, de acordo com Alves (2017), envolve um conjunto de práticas e hábitos que sustentam um modelo de desenvolvimento comprometido com a redução da desigualdade social e dos impactos ambientais. O consumo responsável busca melhorar a produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, incentivando práticas colaborativas.

2.3 O consumo responsável

Nas últimas décadas, os consumidores têm sido expostos a cenários tecnológicos relacionados à sustentabilidade e ao meio ambiente, o que tem aumentado a percepção da consciência ambiental. Isso tem levado os consumidores a valorizar produtos com características verdes (ARRUDA FILHO et al., 2019).

Essa conscientização gerou uma demanda no mercado por consumidores engajados e responsáveis, que buscam por produtos ecológicos. De acordo com Lee (2000), essa mudança de prática começou com a ênfase no consumo, em que os consumidores passaram a valorizar, além da qualidade e do preço, a variável ambiental em seu processo de escolha, preocupando-se com a agressão ao meio ambiente.

Dessa forma, o consumo responsável sugere uma mudança de comportamento e preocupações ambientais, incluindo os impactos do consumo e seus efeitos sociais. Isso abrange todos os atores sociais envolvidos desde o início da cadeia produtiva até o consumo e descarte (SILVA, 2012).

Portanto, é importante compreender o comportamento do consumidor. Conforme Mowen e Minor (2007), isso envolve o estudo das unidades compradoras e dos processos de satisfação do cliente, suas necessidades e a relação entre desejo e decisão de compra, considerando diversos aspectos culturais e psicológicos. A educação desempenha um papel fundamental para promover um novo significado de consumo consciente nas novas gerações.

Alguns fatores importantes devem ser considerados para entender esse comportamento. Samara e Morsch (2005) destacam que, com a globalização e o fim das barreiras entre mercados, juntamente com os avanços tecnológicos proporcionados pelo comércio online, houve um impulso para compras compulsivas devido à facilidade de acesso. Alguns sites de compras em grupo oferecem produtos com grandes descontos, o que incentiva a compra de itens que nem sempre são necessários, sem considerar o consumo consciente ou algum nível de consciência socioambiental. Muitas vezes, o foco é apenas na vantagem financeira ou no prazer de consumir produtos associados a outra classe ou grupo social.

Além disso, é importante considerar os aspectos que caracterizam as diferentes gerações, conforme descrito por Group (2019):

- Baby Boomers: Também conhecidos como Veteranos, são aqueles nascidos após o término da Segunda Guerra Mundial e atualmente têm entre 55 e 75 anos. Em geral, eles buscavam e alguns ainda buscam estabilidade na família e no emprego, o que lhes garante uma

boa renda em comparação com as gerações anteriores. O consumo não era um fator relevante para eles no passado, mas atualmente são consumidores com poder de compra significativo.

- Geração X: Com idades entre 30 e 55 anos hoje, os indivíduos dessa geração cresceram cercados de tecnologia e com boa liberdade para o consumo. No entanto, foram marcados por crises financeiras, o que manteve o consumo, de certa forma, sob controle. Essa geração começou a se preocupar com o consumo acelerado de recursos naturais e a poluição ambiental à medida que a densidade populacional mundial aumentava.

- Geração Y: Jovens com idades entre 20 e 30 anos, cresceram durante um período de prosperidade econômica e avanços tecnológicos significativos. Estão constantemente conectados por meio de comunicação e têm acesso a grandes volumes de informações. A facilidade de compras online e a disponibilidade de crédito, aliadas a uma boa renda, tornam-nos consumidores fiéis a marcas e tendências. Embora tenham alguma preocupação com os aspectos ecológicos e ambientais, essa preocupação é leve em comparação com outros fatores.

- Geração Z: Essa geração não conhece um mundo sem tecnologia. São multifuncionais, inquietos e imprevisíveis. Eles têm um forte apelo por produtos sustentáveis, uma vez que perceberam que serão eles que pagarão o preço pelo uso irresponsável dos recursos naturais.

Arruda Filho et al. (2019) também mencionam outras razões que motivam os consumidores a adotar comportamentos de consumo responsável, tais como a perspectiva da racionalidade econômica, a perspectiva da preocupação ambiental e a perspectiva social. Consumidores influenciados pela perspectiva da preocupação ambiental buscam benefícios reais para o meio ambiente em suas escolhas de consumo, enquanto aqueles influenciados pela perspectiva da racionalidade econômica valorizam os benefícios econômicos do consumo. Já os consumidores motivados pelo ambiente social buscam ganho de imagem e status pessoal por meio do consumo.

Karsaklian (2000) relata que os consumidores tendem a escolher produtos que correspondam ao conceito que eles têm ou gostariam de ter de si mesmos. Assim, o comportamento de consumo abrange tanto a motivação relacionada às necessidades quanto aos desejos dos consumidores.

A intenção de adotar um consumo verde pode ter motivações altruístas ou egoístas: a intenção altruísta envolve valores coletivistas voltados para a sociedade, enquanto a intenção egoísta considera os custos e benefícios individuais (ARRUDA FILHO et al., 2019).

2.4 Estudos anteriores que serviram de base na realização da pesquisa

Villiers & Dumay (2013), afirmam que os estudos anteriores têm por objetivo conectar a narrativa do artigo com as pesquisas que a precedem, de modo a enfatizar sua relevância, demarcando as limitações da pesquisa anterior que são atacadas no relato da pesquisa. Neste caso, serão abordados alguns trabalhos de pesquisas que tratam do tema. O Quadro 2 a seguir, traz os trabalhos científicos que serviram de base de leitura e como referência para a elaboração da presente pesquisa.

Quadro **2** – Trabalhos de pesquisas relacionados ao tema

Título	Objetivo	Publicação
Consumo responsável: um passo além do aspecto ambiental	Contribuir para o desenvolvimento de uma visão crítica da noção de consumo responsável, observando-se os papéis desempenhados pelas empresas, produtos e serviços, pois o consumidor exerce a sua cidadania distinguindo e escolhendo empresas ou fornecedores que optem por uma conduta que respeite princípios de um consumo responsável	Educar em Revista, Curitiba, Brasil, n. 44, p. 167-179, abr./jun. 2012. Editora UFPR
A prática do consumo consciente como mecanismo de densificação do dever fundamental ao meio ambiente	Apresentar as contribuições que a prática do consumo consciente pode oferecer para a implementação deste dever.	Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Curso II, da Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES, como parte da exigência para obtenção do título de Bacharela em Direito.
O consumo Consciente no Contexto do Consumismo Moderno: Algumas Reflexões	Discutir o tema do consumo consciente tendo por base questões envolvendo o entendimento do consumo como um fato social.	Revista Gestão. Org, v. 14, Edição Especial, 2016. p 30-43
Repensando o Consumismo: uma reflexão sobre a necessidade do consumo responsável.	Demonstrar se os jovens distinguem o que é consumo responsável e se o praticam como conduta pessoal.	Monografia apresentada ao Curso de Especialização do Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).
Comportamento de Compra e Consumo Consciente: um estudo com o público jovem	Analisar o comportamento de compra e consumo consciente de jovens na Cidade de Cuiabá-MT a partir das escalas ECCB e Akatu.	Apresentado no Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente na USP em 2017.
Sustainable Consumption Research and the Role of Marketing: A Review of the Literature (1976–2021)	Visar uma compreensão teórica e estrutural da literatura para identificar futuros caminhos para o marketing, para explorar e aumentar sua contribuição para pesquisa em sustentabilidade do consumo.	Sustainability 2022, 14, 3999. https://doi.org/10.3390/su14073999 https://www.mdpi.com/journal/sustainability
Sustainable Consumption and Production in Emerging Markets	Analisar os esforços de sustentabilidade de cima para baixo, bem como os esforços de baixo para cima em empresas, redes de suprimentos, regulamentos governamentais e redes de cadeia de suprimentos.	International Journal of Production Economics, Volume 181, Part B, November 2016, Pages 257-261

Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

As informações presentes nos artigos foram utilizadas como suporte de leitura e também para verificar o que já foi publicado sobre consumo responsável. Embora haja diversos outros trabalhos de pesquisa publicados, os selecionados são aqueles que mais se relacionaram com o tema abordado no artigo.

3 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa descreve o caminho a ser seguido para explicar como será realizada e quais métodos serão utilizados para alcançar o resultado desejado. O pesquisador deve descrever a classificação dos objetivos da pesquisa, a natureza da pesquisa, a escolha do objeto de estudo, bem como as técnicas de coleta e análise de dados (APPOLINÁRIO, 2004).

3.1 Classificação da pesquisa

A classificação da pesquisa quanto ao tipo é considerada qualitativa. Segundo Medeiros (2019), a pesquisa qualitativa é uma metodologia de caráter exploratório, que busca compreender o comportamento dos participantes da amostra, estudando suas particularidades e experiências individuais, entre outros aspectos. Nesse método, as respostas costumam ser subjetivas, ou seja, os resultados obtidos não são contabilizados em números exatos.

Quanto ao objetivo proposto da pesquisa, que é analisar a percepção dos professores, graduandos e pessoal da administração de uma IES, por gênero, sobre o consumo sustentável em plena pandemia da Covid-19, a pesquisa é classificada como aplicada quanto à natureza.

Segundo Barros e Lehfeld (2014), na pesquisa aplicada, o pesquisador é motivado pela necessidade de conhecer para a aplicação imediata dos resultados. Contribui para fins práticos, visando à solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade.

Quanto ao objetivo, a pesquisa se classifica como descritiva, que visa identificar e descrever as características de determinada população, indivíduo, local, máquina, empresa ou fenômeno, ou estabelecer relações entre variáveis (PEREIRA, 2016).

Classifica-se ainda como um estudo de caso em relação aos procedimentos técnicos. Segundo Medeiros (2019), o estudo de caso é uma investigação intensiva e sistemática sobre uma instituição, comunidade ou indivíduo que permite examinar fenômenos complexos.

3.2 População e Amostra

Segundo Silveira (2009), a população é compreendida como um conjunto de elementos que possuem as características desejáveis para o estudo. Nesse caso, adotou-se como população os professores, o pessoal da administração e os graduandos dos vários cursos oferecidos por uma Instituição privada de Educação Superior, com limite territorial de atuação na cidade de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Por questões éticas, a denominação empresarial da instituição será preservada. A Tabela 1 apresenta informações sobre a população e a amostra da pesquisa.

Tabela 1 - População e Amostra da Pesquisa

	População		**Amostra**	
Colaboradores	**Masculino**	**Feminino**	**Masculino**	**Feminino**
Docentes	37	25	23	13
Pessoal da Administração	15	12	11	9
Graduandos	49	52	38	47
Total	101	89	72	69

Fonte: Elaborados pelos autores com base na pesquisa (2022)

A amostra é uma parte selecionada, com base em critérios de representatividade, da população (CRESWELL, 2010). Foi composta por 141 participantes, o que corresponde a 74,2% da população. É relevante mencionar que a participação dos graduandos correspondeu a 84,2%, sendo assim, a maior representação em relação aos demais grupos.

3.3 Procedimentos para coleta e análise dos dados

O instrumento utilizado para coleta de dados foi um questionário. Segundo Leite (2014), o questionário é a forma mais comumente utilizada para coletar dados, permitindo medir com maior precisão um conjunto de questões relacionadas logicamente ao problema central. Uma das vantagens da aplicação do questionário é sua natureza pessoal, garantindo a conformidade na avaliação de uma situação. Entre as vantagens, destaca-se o fato de que os respondentes se sentem mais confiantes devido ao anonimato, o que possibilita a coleta de informações mais autênticas.

Foi elaborada uma pergunta aberta no Google Forms, abordando o tema da pesquisa: "Sr. (a) colaborador (a), considerando o seu conhecimento sobre o tema, qual é a sua percepção sobre as consequências provocadas pela Covid-19 no consumo sustentável?" Em seguida, foi enviado um link para os e-mails institucionais e também compartilhado nos grupos de WhatsApp formados pelos professores, graduandos e pessoal da administração.

Após a obtenção dos dados da pesquisa, foi realizada uma análise de todas as respostas, selecionando as palavras relacionadas à pergunta respondida, com o objetivo de aplicar a ferramenta "nuvem de palavras".

A nuvem de texto, ou nuvem de palavras, é uma forma de visualização de dados linguísticos que mostra a frequência com que as palavras aparecem em um determinado contexto (LUNARDI et al., 2008).

Por fim, será utilizada a técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) que é uma técnica utilizada na análise de dados qualitativos, especialmente em pesquisas que envolvem depoimentos, entrevistas, questionários, artigos de jornal, cartas, entre outros. Essa técnica permite sintetizar os dados qualitativos de forma a capturar as principais percepções, opiniões e visões compartilhadas pelos participantes, buscando encontrar um discurso coletivo que represente a diversidade de vozes e experiências. É uma forma de analisar e apresentar os resultados de maneira mais clara e objetiva, facilitando a interpretação e a comunicação dos achados da pesquisa. Essa técnica foi proposta por Lefévre e Lefévre (2009) como uma forma de organizar e sintetizar os dados coletados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, serão apresentadas as evidências encontradas por meio da nuvem de palavras e por fim, o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).

4.1 Posicionamento sobre o consumo responsável por meio da Nuvem de Palavras

O posicionamento dos participantes em relação ao "consumo responsável" foi composto por 86 palavras, que foram citadas e identificadas como os principais elementos portadores de significado relacionados ao tema analisado, sendo repetidas um total de 273 vezes. O objetivo dessa seção foi apresentar o posicionamento dos professores, graduandos e pessoal da administração, por gênero, sobre o consumo sustentável durante a pandemia da Covid-19. A Figura 1 ilustra os principais termos identificados.

Figura 1 - Posicionamento de ambos os gêneros sobre consumo sustentável na COVID-19

Fonte: Elaborados pelos autores a partir dos dados pesquisados (2022)

Do total dos 46 vocábulos identificados nos posicionamentos dos colaboradores, os mais citados foram: consumo (25), economia (24), reciclados (22), reaproveitados (20), distanciamento (19), contaminação (18), vacinação (18), água (17), preservação (16), máscara (15), Covid-19 (13).

Ao analisar essas palavras, pode-se identificar três características do consumo responsável em plena pandemia da Covid-19 pontuadas pelos colaboradores. Primeiro, há uma preocupação com o consumo de produtos que podem ser reciclados, demonstrada pelos termos "reciclados" e "reaproveitados". Em segundo lugar, destaca-se a importância da utilização de máscaras, o distanciamento e a vacinação para evitar a contaminação da Covid-19, evidenciados pelos termos "distanciamento", "contaminação", "vacinação" e "máscara". Por último, há uma ênfase no reaproveitamento da água e na economia de energia elétrica, representados pelos termos "água" e "economia".

É importante ressaltar que essa interpretação da nuvem de palavras foi feita considerando o contexto em que ela está inserida, levando em conta o conhecimento prévio sobre o assunto, o contexto da análise e outras informações disponíveis. Esses elementos foram considerados para uma interpretação mais completa e precisa dos significados atribuídos pelos colaboradores.

4.1 Posicionamento sobre o consumo responsável por meio do Discurso do Sujeito Coletivo

Com base nas respostas dos participantes da pesquisa, elaborou-se, por gênero, os seguintes discursos dos sujeitos coletivos no qual foi retratado as percepções dos colaboradores de uma IES, tendo por base o seguinte questionamento: na sua opinião, a pandemia da Covid-19 influenciou o consumo sustentável? Em seguida, foi solicitado aos respondentes que respondessem e justificassem as suas opiniões. No geral, os discursos dos colaboradores de ambos os gêneros, foi representado pelas palavras citadas na Figura 1, sendo evidenciada pelo discurso do sujeito coletivo da seguinte maneira:

O discurso do sujeito coletivo masculino revela algumas percepções e posicionamentos dos colaboradores em relação ao consumo sustentável. A partir das respostas dos participantes do gênero masculino, podemos identificar os seguintes pontos de vista:

"O colaborador reconhece que o planeta Terra possui recursos limitados e destaca a preocupação com o limite populacional suportável, principalmente devido ao aquecimento global e seus impactos ambientais ao longo do tempo. Ele também ressalta que a situação atual foi agravada pela pandemia da Covid-19, que trouxe consequências globais que exigem preocupações constantes em relação ao futuro da humanidade e do meio ambiente. Ao longo da história, o colaborador observa que a relação entre o ser humano e a natureza tem sido desarmônica, resultando em problemas ambientais, como a abertura de buracos na camada de ozônio, poluição dos recursos hídricos e do solo, e mudanças climáticas. O consumo desenfreado de produtos naturais é apontado como uma das causas do desmatamento e impactos no meio ambiente. Para preservar o meio ambiente, o colaborador acredita que a sociedade deve adotar práticas de consumo consciente, como optar por produtos em embalagens não tradicionais, que reduzam a geração de resíduos (lixo), e priorizar a compra de produtos em embalagens biodegradáveis. Por fim, ele ressalta a importância de evitar comprar produtos fabricados por empresas que não respeitam o meio ambiente, sugerindo que a conscientização e a escolha responsável do consumidor podem contribuir para a preservação do meio ambiente. Essas percepções e sugestões refletem o discurso do sujeito coletivo masculino em relação ao consumo sustentável, expressando preocupações com os problemas ambientais e destacando a importância de mudanças de comportamento individuais e coletivas para a preservação do meio ambiente."

Por sua vez, o discurso do sujeito coletivo feminino revela as percepções e posicionamentos das colaboradoras em relação ao consumo sustentável. Com base nas respostas das participantes do gênero feminino, podemos identificar os seguintes pontos de vista:

"As colaboradoras afirmam que é fundamental priorizar produtos mesmo que sejam mais caros, desde que sejam livres de fertilizantes, como uma forma de demonstrar respeito ao meio ambiente. Acreditam que quando a necessidade de preservação ambiental se sobrepõe à necessidade de consumo, a conscientização sobre a importância ambiental se torna evidente para o mundo. Elas destacam a responsabilidade social e a preservação ambiental como compromissos com os recursos naturais. Reconhecem que é nossa responsabilidade cuidar do meio ambiente, já que, de alguma forma, contribuímos para sua destruição. Nesse sentido, ressaltam a importância do Brasil na manutenção da Amazônia, que abriga um terço das florestas tropicais do mundo e representa 49% do território brasileiro. Destacam a necessidade de preservar a qualidade do solo, da água doce, combater o desmatamento e proteger a biodiversidade presente no território brasileiro. Além disso, enfatizam a importância de conscientizar amigos e familiares sobre a substituição de produtos que não favorecem a natureza por produtos sustentáveis. Também destacam que o consumo de produtos naturais, embalados com materiais recicláveis ou biodegradáveis, é uma forma de promover o consumo sustentável, além de serem considerados mais saudáveis. Essas percepções e sugestões refletem o discurso do sujeito coletivo feminino em relação ao consumo sustentável. Elas demonstram uma preocupação em priorizar produtos que respeitem o meio ambiente, reconhecem a responsabilidade individual e coletiva na preservação dos recursos naturais e valorizam a conscientização e a promoção de práticas sustentáveis no cotidiano."

Em suma, percebe-se que em ambos os discursos, todas as palavras contidas nas respostas de cada um dos participantes, por gênero, apresentam sentidos semelhantes ou complementares, consubstanciando uma síntese do depoimento. Os discursos do sujeito

coletivo apresentados pelos colaboradores dos gêneros masculino e feminino revelam diferentes perspectivas e abordagens em relação ao consumo sustentável.

Em ambos os discursos, é evidente a consciência sobre a importância da preservação ambiental e a necessidade de adotar práticas sustentáveis no consumo. Os colaboradores expressam preocupação com o meio ambiente, destacando ações que podem ser tomadas individualmente e coletivamente para promover a sustentabilidade. Esses posicionamentos refletem uma maior conscientização em relação aos desafios ambientais e uma disposição para contribuir para a preservação do meio ambiente, cada um dentro de sua perspectiva de gênero.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar a percepção dos professores, graduandos e pessoal da administração de uma Instituição de Ensino Superior (IES) sobre o consumo sustentável durante a pandemia da Covid-19, considerando as diferenças de gênero. Para isso, foi realizada uma entrevista com 141 participantes, incluindo docentes, discentes e técnicos administrativos da IES, que responderam a uma única questão aberta relacionada ao tema da pesquisa.

Para alcançar o objetivo proposto, utilizou-se o método do Discurso do Sujeito Coletivo, que busca identificar as representações coletivas construídas por indivíduos participantes de grupos sociais, como os colaboradores de uma Instituição de Ensino Superior.

Os resultados da pesquisa evidenciaram as percepções dos participantes em relação ao consumo sustentável, refletindo posicionamentos interligados por gênero. Isso incluiu a compreensão dos problemas ambientais relacionados ao aquecimento global, a importância da conscientização ambiental e o respeito pelo meio ambiente. Além disso, houve destaque para a conscientização de amigos e familiares na escolha de produtos com embalagens biodegradáveis e materiais recicláveis, bem como a necessidade de evitar a compra de produtos fabricados por empresas que não respeitam o meio ambiente.

Outro aspecto relevante diz respeito à importância da preservação da Amazônia pelo Brasil e ao reconhecimento de que a pandemia da Covid-19 trouxe consequências globais que demandam preocupações constantes para o futuro da humanidade e do meio ambiente.

Diante dessas percepções, ressalta-se a importância de uma boa gestão sustentável na IES, ou seja, o desenvolvimento de boas práticas que promovam uma gestão sustentável contínua e equilibrada no uso dos recursos, evitando desperdícios.

Através de uma gestão sustentável de qualidade, a IES pode desempenhar um papel importante ao servir de exemplo para seus colaboradores e parceiros. Por meio de iniciativas sustentáveis, eles são motivados a mudar seus hábitos, tornando-se mais conscientes em relação ao meio ambiente e à sociedade, e disseminando a importância do consumo consciente na sociedade em geral.

Quanto à hipótese levantada, a pesquisa mostrou que não há diferenças substanciais nas percepções sobre consumo sustentável durante a pandemia da Covid-19 quando comparadas entre os participantes por gênero. Portanto, a problemática da pesquisa foi respondida, revelando o posicionamento dos professores, graduandos e técnicos administrativos da IES em relação ao consumo sustentável durante a pandemia da Covid-19.

A principal limitação da pesquisa reside na obtenção de uma amostra relativamente pequena de participantes. No entanto, espera-se que os resultados deste estudo possam contribuir para o desenvolvimento de novas pesquisas sobre os efeitos da Covid-19 no consumo sustentável.

Recomenda-se, portanto, que os pesquisadores realizem futuros estudos com um número maior de participantes, a fim de obter uma visão mais ampla sobre esse tema tão importante.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. Desenvolvimento Sustentável 2012-2050: Visão, Rumos e Contradições. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

ALVES, Ricardo Ribeiro. **Consumo Consciente:** Por que isso nos diz respeito? São Paulo: Editora Cultura, 2017

APPOLINÁRIO, Fábio. **Dicionário de Metodologia Científica:** um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004.

ARRUDA FILHO, E. J. M; CARDOSO, B. L.; BARBOZA, M. N. L. Intenção de consumo verde no contexto das características egoístas ou altruístas do produto versus a consciência ambiental do usuário. **Caderno EBAPE.** Rio de Janeiro. v. 17, n. 2, p. 414–434, 2019.

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento Sustentável:** das origens à agenda de 2030. São Paulo: Editora Vozes, 2020.

BARROS, Adil Jesus. da Silveira.; LEHFELD, Neide Aparecida de S. **Fundamentos de metodologia científica.** 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

BRASIL. **Lei de diretrizes e bases da educação: l**ei nº 9.394/96: Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília, DF, 1996.

CAIXETA, J. E.; SOUSA, M. A. Responsabilidade social na educação superior: contribuições da psicologia escolar. **Psicologia Escolar e Educacional**. v. 17, n. 1, p. 133–140, jun. 2013. Diponível em: https://www.scielo.br/j/pee/a/XkXhhgRHwH5kKScVZg4jHkF/abstract/?lang=pt#

CHAVES, D. A.; CASTELLO, R. D. N. *O* Desenvolvimento Sustentável e a Responsabilidade Socioambiental Empresarial. **SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.** 2013. Resende, p. 1-14.

COSTA, Carlos Alexandre Gehm da. **Contabilidade ambiental - Mensuração, Evidenciação e Transparência.** São Paulo: Atlas, 2012.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** Tradução Magda Lopes. 3ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2010.

GROUP, Sbcoaching. **As gerações e suas formas de aprender.** 2019. Disponível em https://www.sbcoaching.com.br/blog/conflitos-entre-geracoes/.

JONES, N. R. et al. Two metres or one: what is the evidence for physical distancing in covid-19? **BMJ.** v. 370, m3223, 2020. Disponível em: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32843355/

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2020.

LEE, M. J. **The consumer society reader**. Oxford: Blackwell, 2000.

LEFÉVRE, F; LEFÉVRE, A.M.C.; MARQUES M.C.C. Discurso do Sujeito Coletivo, complexidade e auto-organização. **Ciências e Saúde Coletiva.** v.14, n. 4, p.1193-1204, 2009.

LEITE, Francisco Tarcísio. **Metodologia científica:** Métodos e técnicas de pesquisa (Monografias, dissertações, teses e livros). São Paulo: Editora Ideias & Letras, 2014.

LUNARDI, M. S; CASTRO, J. M. F. C; MONAT, A. S. Visualização dos resultados do Yahoo em nuvens de texto: uma aplicação construída a partir de web services. **Info Design Revista Brasileira de Design da Informação.** v. 5, n. 1, p. 21-35, 2008. Disponível em: https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/47

MEDEIROS, J. B. **Redação científica: Prática de Fichamentos, Resumos, Resenhas.** 13 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Vacinas contra a Covid-19.** [on-line]. 2021. Disponivel em*:* https://www.covid-saude.gov.br.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Números da Covid-19**. [on-line]. 13 jul 2022. Disponivel em: https://www.covid-saude.gov.br

MOWEN, J. C.; MINOR, M. S. **Comportamento do Consumidor.** São Paulo: Pearson, 2007.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Folha informativa COVID-19 - Escritório da OPAS e da OMS no Brasil**. [on-line]. 11 jan. 2021. Disponível em: https://www.paho.org/pt/covid19.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE - OPAS/OMS. (2021, Out 01). **A primeira carga de vacinas contra a Covid-19**. https://www.gov.br/saude/pt-br.

PEREIRA, José Matias. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2016.

PEREIRA, Mara Dantas et al. A pandemia de COVID-19, o isolamento social, consequências na saúde mental e estratégias de enfrentamento: uma revisão integrativa. **Research, Society and development**, v. 9, n. 7, p. e652974548-e652974548, 2020.

PINSK, Vanessa Cuzziol; KRUGLIANSKAS, Isak. Gestão Estratégica da Sustentabilidade: Experiências Brasileiras. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

PONTES, A. S. M., CARNEIRO, C., PETRY, D. R., PILATTI, C. A., & SEHNEM, S. Sustentabilidade e educação superiore: análise das ações de sustentabilidade de duas instituições de ensino superior de Santa Catarina. **Revista de Administração da UFSM**. v. 8, Edição Especial, p. 84-103, AGO. 2015

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor: conceitos e casos.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SCARPINELLI, M.; RAGASSI, G. F. Marketing verde: ferramenta de gestão ambiental nas empresas. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Contábeis**. v.2, n.1, p, 1-6, 2003.

SEVERO, E.A.; GUIMARÃES, J.C.F.; DORION, E.C**.** Cleaner production, social responsibility and eco-innovation: Generations' perception for a sustainable future. J**ournal Clean Production**. v.186, p. 91–103, 2018. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S095965261830790X

SILVA, M. E. D. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM).** Disponível em: DOI: https://doi.org/10.5329/RECADM.20121102004

SILVEIRA, A. (coord.). **Roteiro básico para apresentação e editoração de teses, dissertações e monografias.** 3. ed. Blumenau: Edifurb, 2009

SISTEMA UNIVERSIDADE ABERTA DO SUS. **Coronavírus: Brasil confirma primeiro caso da doença.** 27 fev. 2020. [on-line]. Disponível em: https://www.unasus.gov.br/noticia/coronavirus-brasil-confirma-primeiro-caso-da-doenca

SPERS, Valéria Rueda Elias; MOTA, Marília Gabriela Mosca; MARTINELI, Pedro Paulo Holtz. **Conversando sobre Administração: Foco na Responsabilidade Social**. Campo Grande: Life., 2014.

TEIXEIRA, Júlio. **Sustentabilidade: o que é, como funciona, benefícios e exemplos.** 23 nov. 2021. [on-line]. Disponivel em: https://www.fia.com.br/blog/sustentabilidade/.

VILLIERS, C., & DUMAY, J. Construction of research articles in the leading interdisciplinary accounting journals. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v.26, n.6, p. 876-910, 2013. Disponível em: https://doi.org/10.1108/AAAJ-Apr-2012-01000

WILKINSON, A.; HILL, M.; GOLLAN, P. The sustainability debate. **International Journal of Operations & Production Management.** *L*ondon, v. 21, n.12, p. 1492-1500, 2001. Disponível em: https://doi.org/10.1108/01443570110410865

WORLD WILDLIFE FUND (2022). **Vontade política x Recursos naturais.** 13 fev. 2022. [on-line]. Disponivel em: https://www.wwf.org.br.