



Universidade Federal do Rio Grande - FURG

Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental

Revista do PPGA/FURG-RS

ISSN 1517-1256

Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental

O padrão de consumo na esfera universitária: paradigma para a educação ambiental

Dalésio Ostrovski¹

Crizieli Silveira Ostrovski²

Amanda Gasparin³

Resumo: A relação consumo e meio ambiente reflete a influência e o impacto que os diversos padrões de consumo exercem na forma de consumir e apropriar-se do meio. Somos uma “sociedade de consumo” que impulsiona o capitalismo e o consumo exacerbado. O artigo apresenta contribuições teóricas e investigativas que analisam o tema e conferem suporte as discussões relacionadas aos impactos que os padrões de consumo, aferidos em acadêmicos de uma instituição de ensino superior federal, podem motivar no espaço natural. Pesquisadores como Campbell (2006), Ribas (2006), Costa (2011), Barbosa (2006), Pereira (2017), Freitas (2017), confirmados com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE e pesquisa de campo quanti/qualitativa fundamentam as conexões e análises da relação padrão de consumo e meio ambiente, sendo colaboradores na introdução da educação ambiental como uma das principais ferramentas para a recriação do ato de consumir.

Palavras-chave: consumismo; endividamento; sensibilização.

Consumption patterns in the university sphere: Paradigm for environmental education

Abstract: The relation between consumption and the environment reflects the influence and the impact that the different consumption patterns exert in the act of consuming and appropriate the environment. We are a "consumer society" that promotes the capitalism and exacerbated consumption. The article presents theoretical and investigative contributions that analyze the theme and support the discussions related to the impacts that consumption patterns, measured in academics of a federal higher education institution, can motivate in the natural space. Researchers like Campbell (2006), Ribas (2006), Costa (2011), Barbosa (2006), Pereira (2017), Freitas (2017), confirmed with data from the Brazilian Institute of Geography and Statistics – IBGE, they base the connections and analysis about the relation of consumption and environment, being collaborators in

¹Doutor em Geografia. Professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. E-mail: dalesio@utfpr.edu.br

²Doutora em Educação. Pedagoga da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. E-mail: crizieli@utfpr.edu.br

³Graduanda. Acadêmica do curso superior de Tecnologia em Gestão Ambiental. E-mail: amanda-gasparin@hotmail.com

the introduction of environmental education as one of the main tools for the recreation of the act of consuming.

Keywords: consumerism; indebtedness; awareness.

El patrón de consumo en la esfera universitaria: Paradigma para la educación ambiental

Resumen: La relación consumo y medio ambiente refleja la influencia y el impacto que los diversos patrones de consumo ejercen en la forma de consumir y apropiarse del medio. Somos una "sociedad de consumo" que impulsa el capitalismo y el consumo exacerbado. El artículo presenta contribuciones teóricas e investigativas que analizan el tema y dan soporte a las discusiones relacionadas a los impactos que los patrones de consumo, aferidos en académicos de una institución de enseñanza superior federal, pueden motivar en el espacio natural. Investigadores como Campbell (2006), Ribas (2006), Costa (2011), Barbosa (2006), Pereira (2017), Freitas (2017), confirmados con datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística - IBGE, que fundamentan las conexiones y análisis de la relación estándar de consumo y medio ambiente, siendo colaboradores en la introducción de la educación ambiental como una de las principales herramientas para la recreación del acto de consumir.

Palabras clave: consumismo; endeudamiento; sensibilización.

1. Introdução

Ao relacionar consumo e meio ambiente na sociedade capitalista atual identifica-se que a problemática ambiental, desde a década de 1960, está diretamente pautada na maneira como a sociedade se relaciona com a natureza. Gomes (2006, p.20) apresenta a crise de valores que desencadeia problemas em diferentes setores e diz:

Não é o meio ambiente natural que se encontra em crise. Vive-se uma crise de valores, que desencadeiam os problemas presentes em diferentes setores de nossa sociedade – e geram a ameaça ao meio ambiente (GOMES, 2006, p.20).

Ao abordar o tema Fernandes e Sampaio (2008, p. 89), afirmaram que “[...] a natureza não tem problemas e, se os tem, são inerentes a sua dinâmica e resolvidos por ela” Assim, a problemática ambiental está relacionada com a forma como as atividades sociais impactam o meio ambiente e as consequências geralmente negativas causada por essa relação.

Nessa relação, muitas vezes desequilibrada, entre a sociedade e o meio ambiente vislumbrou-se o objetivo desse artigo. Relacionar o consumo e o meio ambiente, e a forma como as atividades sociais impactam o meio ambiente, adotando como ponto amostral os acadêmicos de um campus de interior de uma universidade federal.

A relação desequilibrada entre meio e sociedade, apontada por Fernandes e Sampaio (2008) é confirmada por Bedante (2004). Que afirma:

Nos últimos anos presenciou-se um crescimento substantivo da população mundial e a disseminação e popularização do estilo de vida e de consumo dos países desenvolvidos do ocidente. Em função disto, vivemos hoje em um mundo repleto de facilidades que foram promovidas pelo desenvolvimento tecnológico ocorrido nos últimos 100 anos. Estas facilidades (para os que têm acesso) podem ser traduzidas em produtos e serviços que, a preços acessíveis, nos ajudam a levar uma vida mais confortável. No entanto, o resultado cumulativo deste desenvolvimento econômico e tecnológico tem sido o responsável pela destruição sistemática do meio-ambiente (BEDANTE, 2004, p. 24).

Uma sociedade tecnológica, que procura nos avanços tecnológicos proporcionar facilidades, mas que gera problemas ambientais. As interações socioeconômicas são participantes das problemáticas da desestruturação ambiental e podem ser irreversíveis. Serres (2000, p.17) aponta que o “[...] desequilíbrio social e desequilíbrio ambiental são problemas que têm a mesma origem: a racionalidade predominantemente econômica”. Fernandes e Sampaio, em 2008, evidenciam que:

A relação desequilibrada que se mantém com a natureza – na medida que se retira dela mais do que a sua capacidade de regeneração e se lança a ela mais do que a sua capacidade de absorção – nada mais é do que o resultado da relação desequilibrada que se estabeleceu entre os seres humanos (FERNANDES e SAMPAIO, 2008 , p. 89).

Fato confirmado com a divulgação da pesquisa realizada pela Global Footprint Network, o “Earth Overshoot Day”, que no ano de 2018 ocorreu em 1º de agosto. Que:

(...) marca a data em que a humanidade esgotou o orçamento da natureza para o ano. Para o resto do ano, estamos mantendo nosso déficit ecológico atraindo estoques de recursos locais e acumulando dióxido de carbono na atmosfera. Estamos operando em overshoot. (G.F.N, 2018, sp)

Focados nesta problemática a pesquisa realizada com acadêmicos universitários busca identificar neste microuniverso os padrões de consumo e renda, coletando informações que permitam a compreensão da relação entre os padrões de consumo e renda dos estudantes universitários.

A escolha do campo investigativo justifica-se pelo fato deste ser um ambiente propício a temática ambiental, pois apresenta cursos que estão diretamente ligados ao meio ambiente, como tecnologia em Gestão Ambiental e Engenharia Ambiental, aliado a relevância da temática. O tema é atual e não se esgota. Somente com a mudança

comportamental da sociedade, eliminando a “sociedade do consumo” e evoluindo para uma economia pautada na sustentabilidade é que os recursos naturais serão suficientes para o bom funcionamento da humanidade. Discutir e pesquisar esses elementos em um ambiente de formação é indispensável.

A pesquisa aplicada identifica o padrão de consumo dos acadêmicos, referindo-se ao auxílio estudantil, gasto mensal e englobando vários aspectos como alimentação, saúde, higiene pessoal, habitação, educação, lazer, transporte, cultura entre outros.

Dessa maneira, o artigo realiza uma discussão inicial embasada na contextualização histórica do processo de consumo no Brasil confrontando com a realidade estudantil do campus, sendo base para a fundamentação de uma argumentação clara e plausível que leve o educando a sensibilização ambiental plena.

A pesquisa enquadra-se no grupo de trabalho “Fundamentos da Educação”, atendendo um de seus pré-requisitos estabelecidos pelo evento, que é buscar:

... subsídios para tentar compreender o atual cenário socioambiental no sentido de minimizar ou solucionar aspectos que direcionam à crise ambiental, buscando fortalecer as relações do ser humano com a natureza. (EDEA, 2018, sp)

Somente mudar-se-á a sociedade, se mudarmos os paradigmas existentes. Para tanto a discussão sobre consumo e suas interações faz-se presente.

2. Estratégia investigativa

A pesquisa foi realizada na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), campus Medianeira, um dos 13 campus localizados nas cidades de Apucarana, Campo Mourão, Cornélio Procópio, Dois Vizinhos, Francisco Beltrão, Guarapuava, Londrina, Pato Branco, Ponta Grossa, Santa Helena e Toledo, com sede em Curitiba – PR. A UTFPR campus Medianeira, fundada em 1987, foi inaugurada oficialmente em 1991, com 2 turmas, na época como uma Unidade de Ensino Descentralizada (UNED) do então CEFET-PR e ofertava somente os Cursos Técnicos de Nível Médio nas áreas de Alimentos e Mecânica. Em 1996, implantou-se o primeiro curso de nível superior: O Curso de Tecnologia em Alimentos, na modalidade Industrialização de Carnes.

Em 2005, após ter sido promovida à Universidade Tecnológica, a primeira do Brasil, novos cursos foram implantados no Campus e o primeiro foi o de Engenharia de Produção, chegando mais tarde os cursos de Engenharia de Alimentos e Ambiental. Outros cursos foram modificados para atender os requisitos do MEC, como o de Tecnologia em

Informática, que foi rebatizado para Análise de Desenvolvimento de Sistemas e o de Eletromecânica, reformulado e transformado em Manutenção Industrial.

Atualmente, em nível de graduação, o campus Medianeira oferece os cursos de Tecnologia em Alimentos, Tecnologia em Gestão Ambiental e Tecnologia em Manutenção Industrial, e cinco cursos de bacharelado, sendo: Engenharia de Alimentos, Engenharia Ambiental, Engenharia Elétrica, Engenharia de Produção, Ciência da Computação e Licenciatura em Química, totalizando 2.050 alunos matriculados.

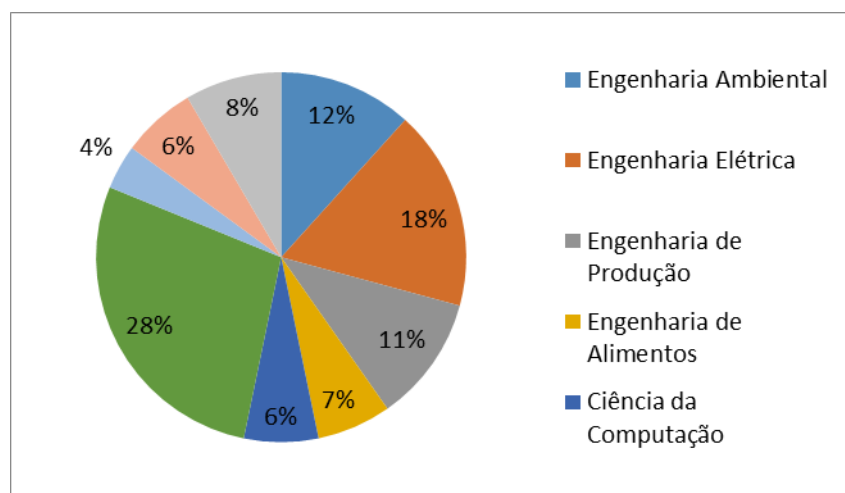
A pesquisa foi disponibilizada a todo o corpo discente dos nove cursos via google drive, em um período de 15 dias, sendo sua aplicação feita na segunda quinzena do mês de junho do ano de 2018 e as respostas foram obtidas de forma voluntária.

De acordo com Ruiz (1996, p. 31), o método é “[...] o conjunto de etapas e processos a serem vencidos ordenadamente na investigação dos fatos ou na procura da verdade”. Concordando com Ruiz, a escolha do método de aplicação do questionário visou atingir um grande público em um intervalo de tempo mais curto e diminuir possíveis custos provenientes da aplicação.

O questionário enviado aos acadêmicos foi intitulado “Padrão de consumo e renda”. Composto de nove questões, que objetivavam coletar informações acerca da discussão do padrão de consumo e renda dos universitários da UTFPR campus Medianeira. Aferiu-se o curso do acadêmico, a renda pessoal, se possui auxílio estudantil, quais os gastos mensais com alimentação, saúde, higiene pessoal, habitação, educação, lazer, transporte, cultura e outros, se possui casa própria e automóvel. No quesito comportamento do entrevistado como consumidor, questionou-se sobre seu endividamento e os principais fatores que influenciam suas compras.

Como pode-se perceber na figura 1, a distribuição da amostra foi relativamente homogênea, não ocorrendo grandes variações. Com 28%, o curso de Tecnologia em Gestão Ambiental foi o que mais retornou com respostas os formulários eletrônicos com respostas, seguidos de engenharia elétrica com 18% e engenharia ambiental com 12%.

Figura 1: Cursos investigados



Fonte: Pesquisa de campo.

3. Resultados e discussões

O processo desconexo de consumo e preservação perpassa por significados e abordagens relacionadas ao consumo e por sua vez a indiscutível ambiguidade. Se constrói uma sociedade baseada em um consumo considerado moderno, cujo ato de consumir ultrapassa os limites objetivos da necessidade e da subsistência e passa a valorizar excessivamente os estados emocionais, psicológicos, sóciointerativos, ou seja, a subjetividade onde o ter está acima do ser.

Notadamente este indicativo de consumo não é novo. Na primavera de 1955 o economista Victor Lebow disserta seu artigo “Price Competition in 1955” e coloca um novo conceito de consumo:

Our enormously productive economy demands that we make consumption our way of life, that we convert the buying and use of goods into rituals, that we seek our spiritual satisfactions, our ego satisfactions, in consumption. The measure of social status, of social acceptance, of prestige, is now to be found in our consumptive patterns. The very meaning and significance of our lives today expressed in consumptive terms. The greater the pressures upon the individual to conform to safe and accepted social standards, the more does he tend to express his aspirations and his individuality in terms of what he wears, drives, eats-his home, his car, his pattern of food serving, his hobbies. (LEBOW, 1955)

Esta estratégia econômica cria consumidores que se preocupam única e exclusivamente com a satisfação imediata de desejos em detrimento do impacto ambiental causado por suas ações. Determinam um padrão de consumo que dificilmente será capaz de se manter por muito tempo, em função da limitação dos recursos existentes no planeta (BEDANTE, 2004).

Esclarecer a sociedade como seu modo de consumo impacta o equilíbrio socioambiental e o impulsiona à reestruturação de um processo consumista é necessário. Uma progressão de ideias embasadas na sustentabilidade do consumo possibilita a longo prazo suporte ao desenvolvimento físico e social de qualquer sociedade humana, mesmo que as ações se processem na individualidade e na subjetividade, uma vez que consumir é um ato social colaborativo, mas que ocorre de modo individual, pessoal e por vezes internos aos gostos desenvolvidos em nosso ser consciente.

Para auxiliar em nossa escolha individual e pessoal é necessário que se defina consumo sustentável. Segundo o Ministério do Meio Ambiente – MMA (2018), o consumo sustentável envolve:

[...] escolha de produtos que utilizaram menos recursos naturais em sua produção, que garantiram o emprego decente aos que os produziram, e que serão facilmente reaproveitados ou reciclados. Significa comprar aquilo que é realmente necessário, estendendo a vida útil dos produtos tanto quanto possível.

O consumo sustentável perpassa pelo consumo consciente, que segundo o MMA é:

[...] amplo e simples de aplicar no dia a dia: basta estar atento à forma como consumimos – diminuindo o desperdício de água e energia, (...) – e às nossas escolhas de compra – privilegiando produtos e empresas responsáveis.

Desta forma, a partir do consumo consciente a sociedade envia um recado ao setor produtivo: a necessidade da oferta de produtos e serviços que tragam impactos positivos ou reduzam significativamente os impactos negativos.

Sabendo-se que todo consumo gera impacto, a sustentabilidade relacionada ao consumo visa prioritariamente à minimização deste. Como contributo, pode-se adotar em nosso cotidiano o reduzir, reutilizar e o reciclar; refletir, analisar e não deixar-se influenciar por mensagens midiáticas; realizar um orçamento familiar que contemple os aportes financeiros bem como as despesas; ao ir às compras, fazer e cumprir uma lista, evitando as aquisições compulsivas; ponderar sobre a necessidade das aquisições, perguntando-se a real necessidade da aquisição do produto; informar-se sobre os seus direitos enquanto consumidor, possibilitando a troca de produtos; evitar empréstimos com juros abusivos; e dar preferência, sempre que possível, a produtos e empresas consideradas "amigas" do ambiente.

Este pensamento conflita com o modelo de consumo vigente, que pauta-se, no padrão americano de viver, o “*American way of life*”, que segundo Cunha (2017) teve como incentivos os:

(...) operários iam para o trabalho em seus próprios carros; em que as casas não possuíam muros e que dispunham de diversos aparelhos eletrodomésticos para a maior comodidade de seus moradores; que disponibilizava para a sociedade cerca de duas mil instituições de Ensino Superior; em que, à época, 90% das residências já contavam com televisores (mostrando-se exuberante na exibição de filmes e reportagens) e com o mercado editorial interno aquecido tornara-se, assim, alvo projetivo do interesse e da admiração dos demais países. (p.17)

Esta admiração levou a busca de uma hegemonização americana no formato comportamental da família americana e posteriormente em outros espaços globais. No entanto, este modelo só foi possível pela midiaticização, pela reorganização geopolítica global e pela importância do consumo em massa, como nos mostra Cunha (2017) que afirma:

(...) o simbolizar uma forma de viver e de traduzir valores que mantém íntima relação com o consumo. O que foi midiaticizado através dos diversos veículos de comunicação para além das fronteiras dos Estados Unidos. Para que esta construção obtivesse consistência, foram necessários três fatores-chave: a reorganização geopolítica e econômica do mundo no momento pós-Segunda Guerra Mundial, o papel que o consumo adquiriu neste cenário de crescente industrialização e expansão internacional, concomitante à midiaticização oriunda do avanço das tecnologias de comunicação que passaram a compor a vida cotidiana – e que difundiria suas imagens modelares. p. 20

Este modelo se transfere para o Brasil e nos obriga a contextualizar historicamente à consagração do consumo, suas ambiguidades e a contribuição para o equilíbrio, onde consumo e preservação unam-se da melhor forma possível para a manutenção um do outro.

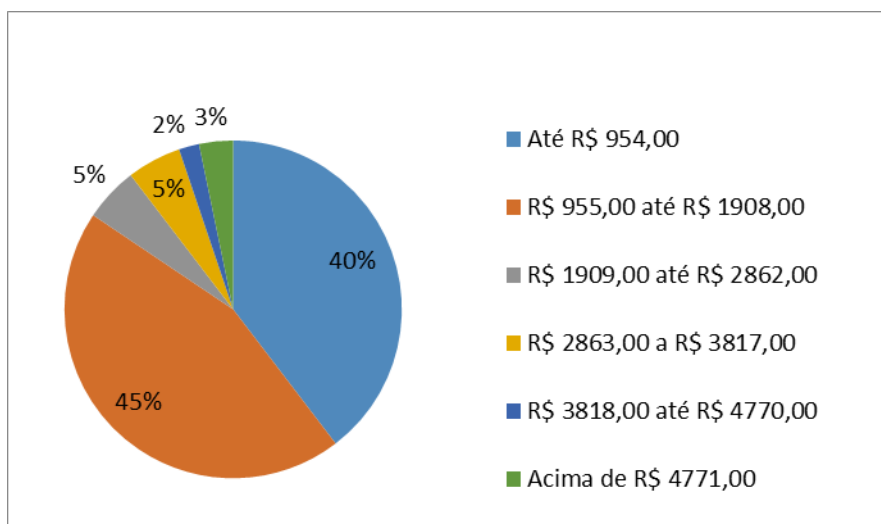
Pensar no padrão de consumo de um acadêmico perpassa por conhecer a sua renda. Na pesquisa percebeu-se (figura 2) que 85% dos acadêmicos tem renda de um a dois salários mínimos. Esta renda é usada para suprir suas necessidades alimentares, habitacionais, de saúde, cultura e lazer. No entanto, em virtude da alteração do quadro econômico global e por conseguinte o brasileiro, Barbosa Filho (2017) afirma que:

A economia brasileira encontra-se formalmente em recessão desde o segundo trimestre de 2014 (...). O produto per capita brasileiro caiu cerca de 9% entre 2014 e 2016. Essa situação cria um ambiente de forte pressão para uma pronta recuperação da economia brasileira.

Questionou-se sobre a situação financeira do acadêmico. Investigou-se os

seguintes elementos: muito melhor que o ano anterior, a situação esta melhor que o ano anterior, pior que a do ano anterior, igual ao ano anterior ou muito pior que o ano anterior.

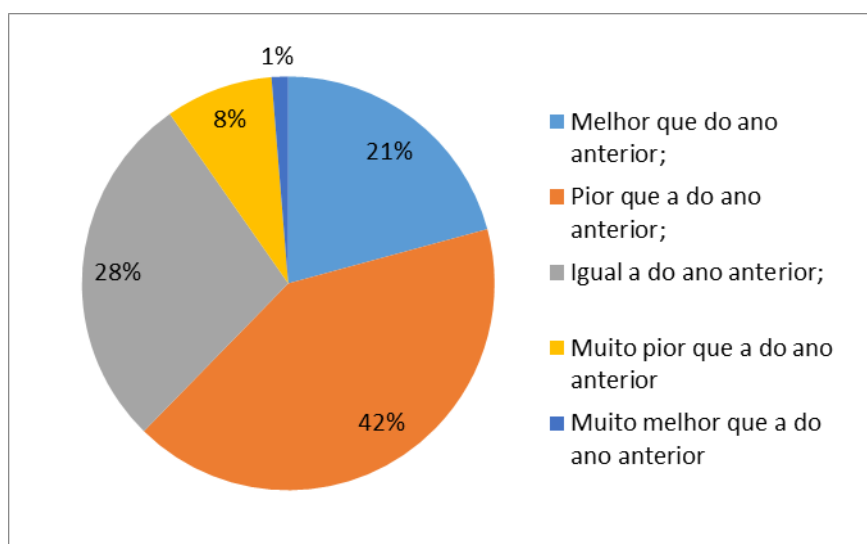
Figura 2: Renda do Acadêmico



Fonte: Pesquisa de campo.

Segundo dados representados na figura 3, 42% dos entrevistados afirmam que sua situação esta pior que a do ano anterior, seguidos de 28% que apontam como estável sua condição financeira e 21% apontam como melhor que a do ano anterior.

Figura 3: Situação financeira



Fonte: Pesquisa de campo.

Diante deste quadro situacional, foi proposto aos entrevistados que

descompusessem seus gastos, distribuindo em valores monetários os gastos com alimentação e habitação, com faixas valorativas que variaram de R\$200,00 e os gastos com saúde, lazer, higiene, transporte, cultura e vestuário, com faixas de R\$ 50.

Com base na pesquisa percebeu-se que cerca de 43% do grupo investigado (tabela 1) tem um gasto médio mensal variando de R\$ 200,00 a R\$ 400,00 em alimentação, seguidos de 38%, com R\$200,00.

Segundo Borges (2015), no artigo “Quanto custa para as famílias de baixa renda obterem uma dieta saudável no Brasil?”, esta implicaria num custo diário de R\$ 3,47, valor de 2009, ano de referencia de sua pesquisa. Se corrigirmos este valor pela inflação anual acumulada no período, que segundo o Índice de Preços ao Consumidor – IPCA, corresponde a 50,46%, o valor gasto, atualmente para alimentar-se ‘saudavelmente’ é de aproximadamente R\$ 5,22, totalizando no final do mês R\$ 156,60.

Desta forma, pode-se comprovar que o gasto médio/mensal dos acadêmicos é considerado satisfatório e atinge em valores monetários descritos como de uma alimentação saudável.

No tocante a habitação, o gasto descrito (tabela 1) apresenta os valores bem distribuídos. Onde 26% gastam até R\$ 200,00, 30% de R\$ 201,00 até R\$ 400,00 e outros 30% figuram na faixa até R\$ 600,00.

Os valores possuem uma variabilidade significativa, pois os acadêmicos, em muitos casos compartilham espaços e despesas. Segundo a Secretária Nacional da Casa do Estudante, apontados por (ANDRADE e GRAÇA, 2017, p. 0) existem 3 tipos de residências estudantis:

- 1 – Residência Estudantil: é a moradia de propriedade das Instituições de Ensino Superior e/ou das Instituições de Ensino Secundaristas Públicas;
- 2 - Casas Autônomas de Estudantes: é a moradia estudantil administrada de forma autônoma, segundo estatutos de associação civil com personalidade jurídica própria, sem vínculo com a administração de Instituição de Ensino Superior ou Secundarista;
- 3 - República Estudantil: é o imóvel locado coletivamente para fins de moradia estudantil.

No campus da UTFPR – Medianeira, local da pesquisa, o mais corriqueiro é a “república”, locado coletivamente, onde os acadêmicos residem e dividem equitativamente as despesas de aluguel, água, luz, telefone, internet, condomínio e demais despesas presentes na administração e manutenção do espaço de moradia.

Tabela 1: Decomposição dos gastos

Faixas monetárias	Alimentação	Habitação
R\$ 0 - R\$ 200,00	38%	26%
R\$ 201,00 - R\$ 400,00	43%	30%
R\$ 401,00 - R\$ 600,00	15%	30%
R\$ 601,00 - R\$ 800,00	4%	14%

Fonte: Pesquisa de campo.

Os demais gastos investigados referem-se a saúde, lazer, higiene pessoal, transporte, cultura e vestuário, descritos numericamente na tabela 2. Para decomposição e demonstração dos gastos utilizou-se a escala de R\$ 50,00.

O valor gasto com saúde, lazer e higiene pode ser considerado baixo. Cerca de 76% dos acadêmicos gastam menos que R\$100,00 com saúde. Onde 54% gastam até R\$ 50,00 e 22% até R\$ 100,00. A principal justificativa levantada com o grupo pesquisado é a restrição do cuidado com o tratamento de sintomas de viroses e resfriados, não acarretando gastos de grande significância.

No quesito higiene, 49% do grupo investigado tem um gasto de até R\$ 50,00, seguidos de 36% que gastam de R\$ 51,00 a R\$ 100,00. Este comportamento vem de encontro com o pesquisado pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e divulgado por Mota (2013, sp):

... o brasileiro gasta mais com beleza do que com comida. Segundo o levantamento, dos R\$ 43,4 bilhões que os brasileiros gastaram comprando produtos de higiene, beleza e cuidados pessoais em 2011, R\$ 19,8 bilhões foram desembolsados pela classe C. Brasileiros com renda entre dois e dez salários mínimos gastam 1,3% do que ganham mensalmente para cuidar dos cabelos e das unhas. É quase o dobro da despesa com arroz e feijão (0,68%). Os gastos com shampoo, condicionador, maquiagem (1,46 do salário) chegaram a ser quase a mesma coisa que se gasta com carne (1,73%).

No que tange o fator cultura, percebe-se que 83% dos entrevistados gastam até R\$ 50,00 para suas atividades. Segundo Rezende 2017, os hábitos de consumo cultural são os seguintes: 56% dos brasileiros afirmaram ter realizado alguma atividade cultural ao longo do ano de 2016, sendo que a principal atividade mencionada é a leitura de livro, mencionada por 37% dos entrevistados. Na sequência, aparece o cinema (34%), seguido de shows de música (29%), espetáculo teatral (11%), espetáculo de dança (11%), exposição de arte (11%) e museu (10%).

Tabela 2: Decomposição dos gastos

Faixas monetárias	Saúde	Lazer	Higiene	Transporte	Cultura	Vestuário
R\$ 0,00 - R\$ 50,00	54%	31%	49%	51%	83%	51%
R\$ 51,00 - R\$ 100,00	22%	29%	36%	10%	13%	24%
R\$ 101,00 - R\$ 150,00	9%	10%	4%	5%	3%	18%
R\$ 151,00 -R\$ 200,00	15%	18%	11%	15%	1%	7%
R\$ 201,00 ...	0%	12%	0%	19%	0%	0%

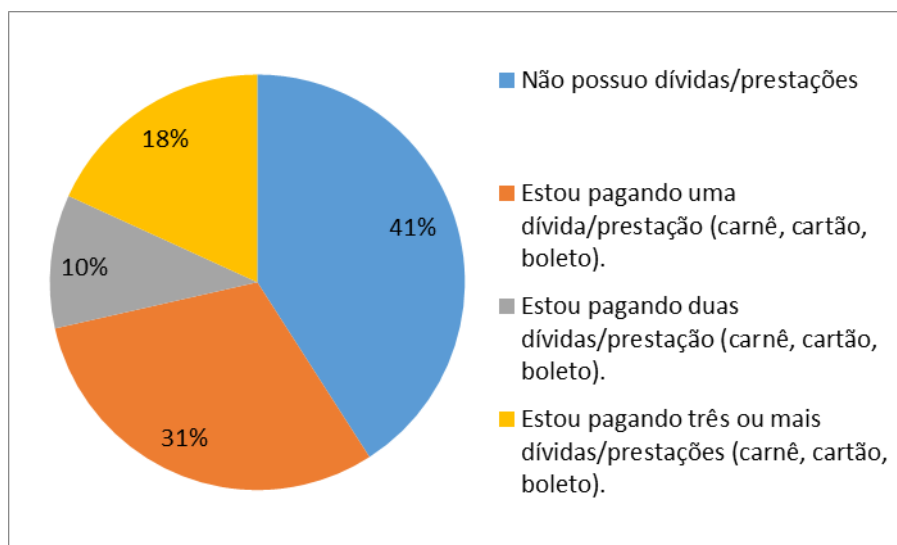
Fonte: Pesquisa de campo.

Diante do cenário de decomposição dos gastos, percebeu-se a necessidade de diagnosticar o nível de endividamento do entrevistado. Questionou-se sobre a existência e a quantidade de dívidas existentes.

O levantamento demonstrou (figura 4) que 41% dos entrevistados não possuem dívidas, seguindo de 31% que afirma possuir uma dívida a ser paga via carnê, boleto ou cartão. Já 10% possuem duas prestações e 18% possuem três ou mais compromissos financeiros a serem pagos.

Estes dados, se comparados com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), apurada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), são muito próximos. Segundo a CNC, 2018, o percentual de famílias com dívidas alcançou 59,6% em julho. Sendo que a proporção das famílias com dívidas ou contas em atraso se manteve estável em 23,7% e as que declararam não ter condições de pagar suas contas ou dívidas em atraso foi de 9,4% em julho de 2018.

Figura 4: Endividamento

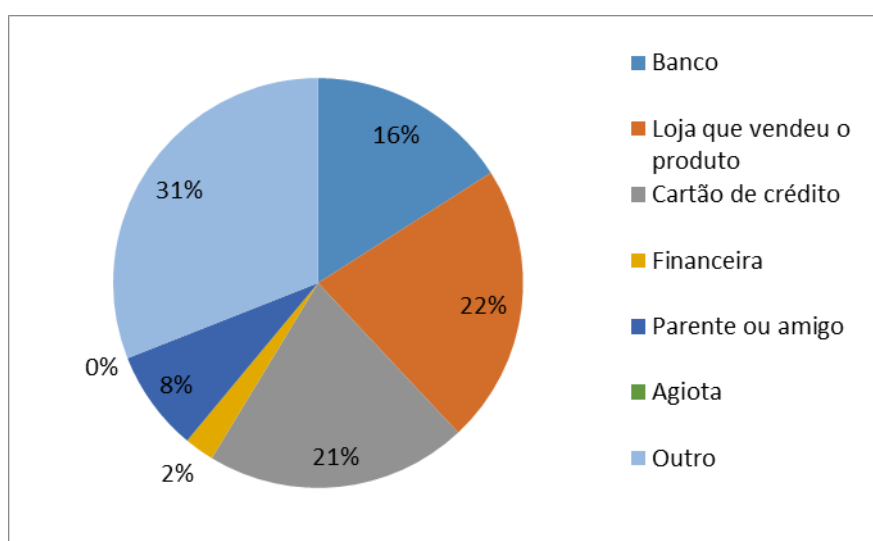


Fonte: Pesquisa de campo.

Quando questionado “para quem você deve”, obteve-se o seguinte resultado: 31% possui dívidas com parentes e amigos, seguidos de 22% com o cartão de crédito, e 21% com a loja que vendeu o produto.

Comparativamente com o cenário nacional o comportamento é semelhante. Muitos endividados. Segundo BOUDON (2018), em publicação do jornal do Brasil, a região com maior percentual de pessoas com dívidas, e dívidas atrasadas é a Sudeste, com participação de 45,1%. Na sequência está o Nordeste com 25,2%, o Sul com 12,7%, o com Norte, 8,9% e o Centro-Oeste com 8,1%.

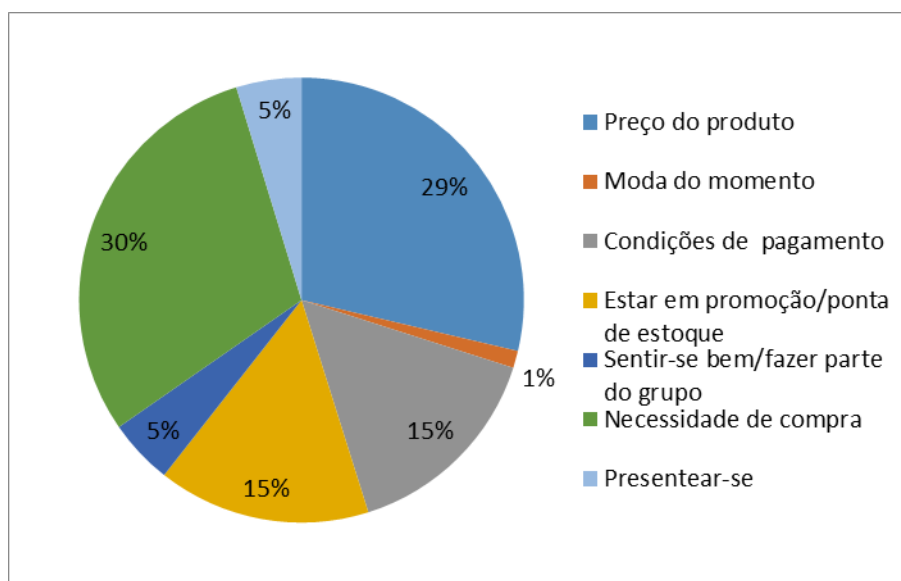
Figura 5: Para quem você deve



Fonte: Pesquisa de campo.

Mas para ficarmos endividados devemos consumir. Para buscar o entendimento do processo de compra, questionou-se aos entrevistados, quais os fatores que influenciavam sua decisão de compra. Para 30% o que mais importa é a necessidade da compra. Logo em seguida com 29%, o preço do produto é levado em consideração. Empatados com 15% aparecem as condições de pagamento e o fato do produto estar em promoção.

Figura 6: Fatores que influenciam a compra



Fonte: Pesquisa de campo.

Diante dos dados levantados e apresentados a situação comportamental no que tange a distribuição das despesas e renda é muito semelhante ao encontrado no contexto nacional. No entanto, consumir sustentavelmente pode ser a chave do processo educativo que eleva um conjunto social ao desenvolvimento equilibrado e contínuo, gerando de fato, a possibilidade de sociedades socialmente justas, economicamente fortes e ambientalmente corretas.

Discutir o consumo e a renda é buscar na essência da educação ambiental o seu fundamento. É discutir os fundamentos da educação ambiental, de estabelecer diálogos abertos dos fundamentos éticos, filosóficos, sociológicos e/ou sócio-históricos da educação ambiental moderna.

Pode-se provocar uma conclusão. Ou mudamos a nossa forma de consumir, ou estaremos fadados ao fracasso socioambiental.

Referências

ANDRADE, Laís de Souza; GRAÇA, Melanie Marian León. Moradia universitária: o âmbito da demanda habitacional de Manhuaçu. In: II Jornada de Iniciação Científica da FACIG., 2017, Munhaçu/MG. Disponível em: <http://pensaracademico.facig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/view/454/382>. Acesso em: 18 abr. 2018.

BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. **A crise econômica de 2014/2017**. Revista Estudos Avançados, v.31, n.89, p. 51-60, abr. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ea/v31n89/0103-4014-ea-31-89-0051.pdf>. Acesso em: 14/06/2018.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. FGV Editora 2006.

BEDANTE, Gabriel Navarro. **A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de produtos ecologicamente embalados**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3904>. Acesso em: 15 mai. 2018.

BORGES, Camila Aparecida; CLARO, Rafael Moreira; MARTINS, Ana Paula Bortoletto; VILLAR Betzabeth Slater. **Quanto custa para as famílias de baixa renda obterem uma dieta saudável no Brasil?** Caderno de Saúde Pública, v. 31, n. 1, p. 137-148, jan. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/csp/2015.v31n1/137-148/pt>. acesso em: 16/07/2018.

BOUDON, Andre. **Quatro em cada dez brasileiros estão endividados**. Jornal do Brasil. 2018. Disponível em: <http://www.jb.com.br/economia/noticias/2018/05/16/quatro-em-cada-dez-brasileiros-estao-endividados/>. Acesso em: 13/08/2018.

CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. **Percentual de famílias com dívidas apresenta a primeira alta do ano**. 2018. Disponível em: <http://cnc.org.br/noticias/economia/percentual-de-familias-com-dividas-apresenta-primeira-alta-do-ano>. Acesso em: 14/08/2018.

CUNHA, Paulo Roberto Ferreira da. **American way of life: representação e consumo de um estilo de vida modelar no cinema norte-americano dos anos 1950**. 2017. 246 f. Tese (Doutorado) - Programa de doutorado em comunicação e práticas de consumo escola superior de propaganda e marketing – ESPM-SP. São Paulo, 2018. Disponível em: <http://tede2.espm.br/handle/tede/277>. Acesso em: 18/05/2018.

1.1 EDEA - Encontro e Diálogos com a Educação Ambiental. Disponível em: <https://edeafurg.wixsite.com/2018/chamadaparaenviodetrabalho>. Acesso em: 16/08/2018.

FERNANDES, Valdecir.; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. **Problemática ambiental ou problemática socioambiental? A natureza da relação sociedade/meio ambiente**. Desenvolvimento e Meio Ambiente, Curitiba, n. 18, p. 87-94, 2008.

G.F.N - Global Footprint Network. (2018) **O Earth Overshoot Day**. Disponível em: <https://www.footprintnetwork.org/our-work/earth-overshoot-day>. Acesso em: 02/08/2018.

GOMES, Daniela Vasconcellos. **Educação para o consumo ético e sustentável**. Rev. eletrônica Mestrado em Educação Ambiental. ISSN 1517-1256, v.16, janeiro junho de 006.

LEBOW, Victor. Price Competition in 1955. disponível em: <https://hundredgoals.files.wordpress.com/2009/05/journal-of-retailing.pdf>. Acesso, 29/05/2018.

MMA – BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **O que é consumo sustentável**. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>. Acesso, 25/05/2018.

MOTA, Hermano. **Beleza não põe mesa, mas Brasil gasta mais com cosméticos que com comida**. 2013. Disponível em: <http://www.hermanomota.com.br/beleza-nao-poe-mesa-mas-brasil-gasta-mais-com-cosmeticos-que-com-comida/>. Acesso em: 13/02/2018.

REZENDE, Sidney. **Pesquisa diz que o hábito de consumo cultural do brasileiro é leitura de livro. Será?**. 2017. Disponível em: <http://www.srzd.com/brasil/pesquisa-diz->

[que-o-habito-de-consumo-cultural-brasileiro-e-leitura-de-livro-sera/](#). Acesso em: 27/04/2017.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1996.

SERRES, Michel. **O contrato natural**. Lisboa: Instituto PIA-GET. 2000.

Submetido em: 23-09-2018.

Publicado em: 15-04-2019.