

AS PERSPECTIVAS DOS COLABORADORES SOBRE O CONSUMO RESPONSÁVEL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

THE PERSPECTIVES OF EMPLOYEES ON RESPONSIBLE CONSUMPTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

LAS PERSPECTIVAS DE LOS COLABORADORES RESPECTO AL CONSUMO RESPONSABLE A LO LARGO DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19

Ananias Francisco dos Santos¹

Resumo

Este artigo teve como objetivo analisar as percepções, por gênero, dos professores, graduandos e pessoal administrativo de uma Instituição de Ensino Superior (IES) sobre o consumo responsável durante a pandemia da covid-19. 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 IES, diferenciando por gênero, para compreender os comportamentos diante de situações anormais causadas pela pandemia. 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; colaboradores.

Abstract

The objective of this article is to analyze the perceptions of responsible consumption held by professors, undergraduate students, and administrative staff of a higher education institution (HEI) during the ongoing pandemic. To gain a deeper understanding of these perceptions, the article aims to examine how these groups of individuals, classified by gender, perceive and engage with the concept of responsible consumption. The new habits driven by the covid-19 pandemic have led to increasingly visible societal attitudes, which vary according to individual needs. Therefore, in studying responsible consumption, it becomes essential to evaluate the perception of employees of a HEI towards responsible consumption, with a particular focus on gender differences, to gain insight into their behavioral responses to the exceptional circumstances brought about by the pandemic. The research is classified as applied, qualitative, descriptive, and a case study. The results elucidate the positions of the employees, which are directly related to issues such as the effects of global warming on the environment, the importance of environmental awareness, and respect for the environment. An example is raising awareness among friends and family to purchase products with biodegradable packaging and avoiding buying from companies that do not respect the environment. Additionally, there are distinct positions between genders, such as the importance of preserving the Amazon by Brazil and the assertion that the covid-19 pandemic has brought global consequences that require constant concern for the future of humanity and the environment. Finally, the importance of sustainable management is emphasized to develop continuous and balanced practices in the use of resources, avoiding waste.

Keywords: responsible consumption; covid-19; higher education institution; collaborators.

Resumen

¹ Doutorando do Programa de Pós-graduação de Administração da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). <https://orcid.org/0000-0002-3848-2565>. E-mail: ananias.francisco@ufms.br.

El objetivo de ese artículo es analizar las percepciones, por género, de profesores, alumnos de grado académico y personal administrativo, de una Institución de Enseñanza Secundaria (IES), acerca del consumo responsable a lo largo de la pandemia de la covid-19. Los nuevos hábitos desarrollados por la pandemia de la covid-19 han provocado, en la sociedad, actitudes cada vez más visibles que varían según las necesidades individuales. Por lo tanto, al estudiar el consumo responsable, es necesario hacer la evaluación de la percepción de los colaboradores de una IES, diferenciando por género, para comprender los comportamientos ante situaciones anormales ocasionadas por la pandemia. La investigación es clasificada como aplicada, cualitativa, descriptiva y de estudio de caso. Los resultados reflejan los posicionamientos de los colaboradores que están directamente relacionados con dichos puntos, como el efecto del calentamiento global en el medioambiente, la importancia de la conciencia ambiental y el respeto por el medioambiente. Un ejemplo es la concientización sobre amigos y familiares al obtener productos en embalajes biodegradables, evitando la compra por empresas que no respetan el medioambiente. Asimismo, hay distintos posicionamientos entre los géneros, como la importancia de la preservación de la Amazonia por Brasil y la afirmación de que la pandemia de la covid-19 trajo consecuencias globales que exigen preocupaciones constantes para el futuro de la humanidad y del medioambiente. Finalmente, se resalta sobre la importancia de una gestión sostenible para el desarrollo de prácticas continuas y equilibradas en el uso de los recursos, evitando derroche.

Palabras clave: consumo responsable; covid-19; colaboradores.

1 Introdução

O objetivo desta pesquisa foi analisar as percepções, por gênero, dos professores, graduandos e pessoal administrativo de uma IES sobre o consumo responsável durante a pandemia da covid-19.

Presti e Mendes (2023) e o Ministério da Saúde (Covid..., 2023) afirmam que 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 e o aumento de óbitos.

Segundo o Ministério da Saúde (Covid..., 2023), os números referentes à covid-19 no Brasil totalizam 37.789.040 casos confirmados, dos quais 5.185 foram registrados durante a semana epidemiológica 36. Quanto aos óbitos, o país registra 705.494 mortes relacionadas ao coronavírus, com 322 óbitos ocorridos durante a semana epidemiológica 36. Essas estatísticas são derivadas das informações fornecidas pelas secretarias de saúde dos estados, municípios e do Distrito Federal.

Jones *et al.* (2020) e Costa e Loiola (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 instante em que o isolamento social começou a ser implementado no país, por volta de março de 2020, emergiram novas exigências e prioridades de compra em um

contexto de consideráveis 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 *et al.*, 2020; Doria *et al.*, 2021).

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; Guimarães; Dorion, 2018; Lima; Ribeiro, 2023; Afonso *et al.*, 2016).

Bittencourt *et al.* (2023) 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 (Brasil, 1996), que determina que essas instituições são responsáveis por formar profissionais comprometidos com o meio social, sinalizando para a responsabilidade social dessas instituições.

Essa 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 (Caixeta; Souza, 2013; Sobral; Passos; Ribeiro, 2021)

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 *et al.*, 2015; Lopes; Leal, 2017).

Com base no exposto, adotou-se a seguinte problemática de pesquisa: quais 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, 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.

Este trabalho 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 e, posteriormente, são descritos e analisados os resultados obtidos. Por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2 Desenvolvimento

Nesta seção será apresentado um texto organizado, com conteúdo conectado de maneira lógica, com o objetivo de 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 Desenvolvimento sustentável e consumo responsável

O conceito de desenvolvimento sustentável, conforme apontado por Barbieri (2020) e Silva (2021), diz respeito à capacidade de satisfazer as demandas da presente geração sem comprometer a habilidade de atender às necessidades das gerações futuras de maneira viável. Em outras palavras, trata-se de um desenvolvimento que não esgota os recursos naturais e preserva o equilíbrio ambiental para as próximas gerações.

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 à preservação de um planeta saudável, onde as pessoas encontram condições necessárias para a sobrevivência de geração em geração.

Os objetivos do desenvolvimento sustentável incluem: erradicar a pobreza e a fome em todas as suas formas e em qualquer lugar; alcançar a segurança alimentar e melhorar a nutrição; promover a agricultura para garantir o acesso aos alimentos; e assegurar a gestão sustentável da água e do saneamento para todos (Almeida, 2012; Silva; Miranda, 2021).

De acordo com Pinsk e Kruglianskas (2018), em 2002, foram estabelecidas três vertentes do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental. Os autores destacam que a representação do tripé é altamente descritiva para conceituar a sustentabilidade, já que seu propósito reside em preservar o equilíbrio entre esses elementos, visando à preservação contínua do planeta, da natureza e da sociedade através 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; Lima *et al.*, 2019).

De acordo com as observações de Silva (2021) e Costa e Ferezin (2021), avaliar o desenvolvimento muitas vezes envolve a utilização de indicadores, os quais tradicionalmente se concentram principalmente em aspectos econômicos. Todavia, ao buscar promover um caminho em direção ao desenvolvimento sustentável, é imperativo que os indicadores levem em conta não apenas a dimensão econômica, mas também as esferas social e ambiental. Essa abordagem multifacetada é fundamental para uma avaliação mais abrangente e equilibrada do progresso humano e do bem-estar coletivo.

No contexto brasileiro, a ONU e seus parceiros têm colaborado de forma conjunta na busca pelos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS). Compreendendo um conjunto de 17 objetivos interligados e ambiciosos, essas metas visam enfrentar os principais desafios de desenvolvimento enfrentados não apenas pelo Brasil, mas também pelo mundo, que incluem desde a erradicação da pobreza até a proteção do meio ambiente e do clima, além de assegurar paz e prosperidade para todos. Essa convocação global para ação reflete a urgência de implementar medidas que fomentem o desenvolvimento sustentável e abordem questões socioambientais em âmbito internacional.

Nesse contexto, o ODS n.º 12 (consumo e produção responsável) emerge como uma resposta direta a esses desafios. Esse objetivo visa garantir padrões de consumo e produção sustentáveis, reconhecendo que tanto a produção quanto o consumo desempenham um papel crucial na economia global. Quando realizados com responsabilidade socioambiental, o consumo e a produção podem impulsionar uma economia verde, inclusiva e responsável, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável em escala local e global.

Assim, é fundamental promover o consumo responsável que, de acordo com Alves (2017), envolve um conjunto de práticas e hábitos que sustentam um modelo de progresso empenhado em reduzir a desigualdade social e os impactos ambientais. O consumo responsável busca melhorar a produção, distribuição e aquisição de produtos e serviços, incentivando práticas colaborativas.

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; Cardoso; Barbosa, 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; Mira *et al.*, 2018).

Portanto, é importante compreender o comportamento do consumidor. Conforme Mowen e Minor (2007) e Freitas *et al.* (2022), 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. Frederico *et al.* (2017) e Reck e Basso (2018) destacam que, com a globalização e o fim das barreiras entre mercados, juntamente com os avanços tecnológicos proporcionados pelo comércio on-line, 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.

Severo *et al.* (2023) e Caletti, Stelzer e Etges (2022) destacam diversas razões que motivam os consumidores a adotarem comportamentos de consumo responsável. Entre essas motivações estão a perspectiva da racionalidade econômica, a visão do zelo ambiental e o enfoque social. Consumidores influenciados pela ótica ambiental buscam vantagens concretas para o meio ambiente em suas escolhas de consumo, enquanto aqueles motivados pela perspectiva da racionalidade econômica valorizam os benefícios econômicos do consumo. Por outro lado, consumidores influenciados pelo ambiente social buscam ganho de imagem e status pessoal por meio do consumo.

Paralelamente, a crise ambiental resultante da exploração desenfreada do meio ambiente tem gerado impactos negativos tanto no desenvolvimento econômico quanto na qualidade de vida da sociedade. A negligência em preservar o meio ambiente conduziu à sua devastação em prol do progresso humano, destacando a finitude dos recursos naturais como uma preocupação central. Esses estudos enfatizam a complexidade e a urgência em repensar nossos padrões de consumo e desenvolvimento, reconhecendo a interdependência entre a preservação ambiental, o bem-estar econômico e a qualidade de vida social (Menuci; Flores, 2017).

Saleh (2019) destaca que os consumidores tendem a escolher produtos que correspondam ao conceito que têm ou gostariam de ter de si mesmos, abrangendo tanto as motivações relacionadas às necessidades quanto aos desejos. Nesse contexto, Herrera *et al.* (2020) corroboram essa perspectiva, ressaltando que o comportamento de consumo reflete as escolhas dos consumidores, muitas vezes influenciadas pela busca de produtos que estejam alinhados com suas identidades como, por exemplo, o consumo verde.

O consumo verde envolve a escolha de produtos e serviços que minimizam o impacto ambiental, promovem a sustentabilidade e refletem a consciência ecológica dos consumidores. Portanto, a decisão de adotar práticas de consumo verde pode ser moldada não apenas pelas aspirações individuais do consumidor, mas também por uma crescente consciência ambiental, influenciando as escolhas em direção a produtos mais sustentáveis (Souza; Miyazaki; Enoque, 2019).

A intenção de adotar um consumo verde, segundo Arruda Filho, Cardoso e Barboza (2019), pode ser motivada tanto por aspectos altruístas quanto egoístas. Enquanto a intenção altruísta reflete valores coletivistas voltados para o bem-estar da sociedade em geral, a intenção

egoísta considera principalmente os custos e benefícios individuais. Nesse sentido, a motivação por trás do consumo verde pode variar, refletindo tanto preocupações sociais quanto considerações pessoais, o que destaca a complexidade e as diversas facetas do comportamento de consumo sustentável.

Todavia, Menuci e Flores (2017) afirmam que é urgente a necessidade de desenvolver um novo modelo econômico que promova um crescimento sustentável, evitando a destruição irreversível da população mundial e dos ecossistemas. As mudanças climáticas severas e a degradação ambiental são resultados diretos das práticas predatórias da humanidade, intensificadas pela falta de informação sobre suas consequências significativas para a saúde pública. Nesse contexto, a educação ambiental emerge como uma ferramenta fundamental para estimular uma mudança comportamental que priorize a preservação do meio ambiente, reconhecendo a responsabilidade global de cada indivíduo em suas ações cotidianas. As próximas gerações merecem habitar um mundo em que o meio ambiente seja saudável e sustentável, exigindo ações urgentes e colaborativas em todos os níveis da sociedade.

2.2 Panorama da covid-19 no Brasil

Segundo informações da Organização Pan-Americana da Saúde (Chegada..., 2021), a covid-19 é uma doença provocada pelo vírus SARS-CoV-2, comumente conhecido como coronavírus. Os primeiros casos foram identificados em dezembro de 2019 e rapidamente se espalharam pelo mundo em poucas semanas. Já em fevereiro de 2020, o aumento significativo de casos, principalmente na Itália, chamou a atenção global, assim como a velocidade alarmante com que os óbitos se multiplicavam.

No Brasil, o Ministério da Saúde - MS (2021) 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 (Costa; Loiola, 2020).

Segundo Costa *et al.* (2022), 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. Diante do aumento de casos, foram adotadas medidas

preventivas para combater a transmissão do Coronavírus, como a higienização das mãos, o uso de máscaras de proteção e o distanciamento social, entre outras práticas enfatizadas.

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 (Rocha *et al.*, 2021). No entanto, dados do Ministério da Saúde (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.

Durante o início da pandemia, o Ministério da Economia (ME) (2020) alertava para a possibilidade de interrupção na cadeia produtiva de determinados setores e na paralisação da produção e distribuição de bens intermediários chineses, essenciais para a indústria brasileira. Esse cenário poderia resultar em uma diminuição nos estoques e ser interpretado como um impacto temporário na produtividade da economia (Freitas *et al.*, 2022).

Além disso, vários setores da economia foram afetados pela pandemia, desde a linha de produção até os prestadores de serviços. O distanciamento social, 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 (Sá *et al.*, 2020).

Segundo Gullo (2020), houve uma queda no movimento de pessoas e mercadorias devido à epidemia. Isso gerou uma mudança nos comportamentos da população, incluindo a redução de viagens, a diminuição das horas de trabalho e a adoção do trabalho remoto. Com a redução das viagens, diversos setores, como o hoteleiro, turismo, bares, restaurantes e eventos, enfrentaram queda nas receitas, resultando em demissões em massa e agravando o desemprego e a insegurança 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 panamericana da saúde (Chegada..., 2021). Segundo Ferreira Junior e Rita (2020), 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.

Freitas, Napimoga e Donalisio (2020) afirmam que, 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, conseqüentemente, reduzirmos o número de pessoas infectadas (Lima; Almeida; Kfoury, 2021).

Segundo o Ministério de Saúde (2022), 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 (Lana *et al.*, 2021; Rocha *et al.*, 2021).

A Pandemia da covid-19 trouxe mudanças significativas no comportamento do consumidor, impulsionando uma abordagem mais responsável em relação à sustentabilidade e ao meio ambiente. As restrições impostas pela pandemia, como lockdowns, distanciamento social e interrupção de atividades econômicas, levaram as pessoas a repensarem seus hábitos de consumo e a considerarem mais cuidadosamente o impacto de suas escolhas no meio ambiente (Medeiros; Vasconcellos, 2023).

Primeiramente, a crise da covid-19 evidenciou a interdependência entre a saúde humana e a saúde do planeta. Com a disseminação do vírus amplamente atribuída à destruição de habitats naturais e ao comércio de animais selvagens, ficou claro que a preservação ambiental é fundamental para prevenir futuras pandemias e proteger a saúde pública (Souza, 2020).

Além disso, Aguiar, Trindade e Policarpo (2023) afirmam que as medidas de distanciamento social e restrições de viagens resultaram em uma diminuição significativa das emissões de poluentes e na recuperação de ecossistemas anteriormente degradados. Isso

ressaltou o impacto positivo que a redução da atividade humana pode ter sobre o meio ambiente e a urgência de adotar práticas mais sustentáveis em diversos setores, desde transporte até produção de alimentos.

A pandemia também estimulou uma mudança nos padrões de consumo, com um aumento na preferência por produtos locais, orgânicos e sustentáveis. O foco na autossuficiência e na resiliência levou muitos consumidores a valorizarem mais os recursos naturais e apoiarem empresas e marcas comprometidas com práticas éticas e ambientalmente responsáveis. Dessa forma, o trabalho remoto e as compras on-line intensificaram a conscientização sobre o desperdício de recursos, levando as pessoas a buscarem alternativas mais amigáveis ao meio ambiente e a reduzirem o consumo desnecessário (Severo *et al.*, 2023).

Em resumo, a pandemia da covid-19 desempenhou um papel crucial na promoção do consumo responsável, ao destacar a importância da sustentabilidade e do cuidado com o meio ambiente para a saúde e o bem-estar de toda a sociedade. Essa conscientização crescente pode servir como um impulso para a adoção de práticas mais sustentáveis no futuro, contribuindo para a construção de um mundo mais equilibrado e resiliente.

3 Metodologia

A pesquisa é categorizada como qualitativa. De acordo com Medeiros (2019), a abordagem qualitativa é exploratória, visando compreender o comportamento dos participantes da amostra, examinando suas singularidades e experiências individuais, entre outros elementos. Nesse método, as respostas tendem a ser subjetivas, ou seja, os resultados não são expressos em números precisos.

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.

Conforme Barros e Lehfeld (2014), na pesquisa aplicada, o investigador é impulsionado pela urgência de adquirir conhecimento para a aplicação direta dos resultados. Isso colabora com propósitos práticos, com o intuito de resolver de forma mais ou menos imediata os desafios encontrados 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 abordagem de pesquisa que permite uma investigação intensiva e sistemática sobre uma instituição, comunidade ou indivíduo. Esse método é especialmente útil para examinar fenômenos complexos em contextos específicos.

No presente estudo, a população definida inclui os professores, o pessoal da administração e os graduandos de diversos cursos oferecidos por uma Instituição privada de Educação Superior em Campo Grande, Mato Grosso do Sul (Silveira, 2009).

A escolha dessa população específica é crucial para capturar as características desejáveis para a pesquisa em questão. Para preservar questões éticas, a denominação empresarial da instituição não será divulgada.

Além disso, a escolha de uma Instituição de Ensino Superior (IES) para a pesquisa sobre consumo sustentável pode ser resumida pelas seguintes razões:

- a) Relevância do tema: as IES promovem discussões sobre questões sociais, como consumo sustentável, tornando-se ambientes propícios para o estudo desse tema;
- b) Diversidade de opiniões: professores, estudantes e funcionários administrativos das IES possuem diferentes perspectivas e experiências, enriquecendo as análises da pesquisa;
- c) Potencial de impacto: as IES podem influenciar comportamentos sustentáveis na sociedade, tornando importante compreender a percepção desses grupos sobre o consumo sustentável durante a pandemia;
- d) Facilidade de acesso: pesquisadores frequentemente encontram mais facilidade de acesso e colaboração dentro de instituições acadêmicas.

Em resumo, estudar o consumo sustentável em uma IES oferece uma oportunidade valiosa para entender como a comunidade acadêmica percebe e responde a questões ambientais e sociais. Acrescentam-se ainda, que na época da pesquisa, havia a presença de uma campanha de conscientização sobre consumo responsável em uma instituição de ensino superior (IES) pelos seguintes motivos:

- a) Compromisso institucional com a sustentabilidade: muitas IES têm um compromisso declarado com a sustentabilidade e a responsabilidade social. Como centros de educação e pesquisa, essas instituições frequentemente procuram liderar pelo exemplo, promovendo iniciativas e campanhas que incentivam práticas sustentáveis entre sua comunidade acadêmica;
- b) Papel educativo e formativo: as IES têm o papel fundamental de educar e formar cidadãos conscientes e responsáveis. Integrar campanhas de conscientização sobre consumo responsável não apenas reforça valores sustentáveis, mas também educa

e capacita os membros da comunidade acadêmica a adotarem comportamentos mais responsáveis em relação ao consumo.

- c) Resposta à crise da pandemia: durante a pandemia da covid-19, questões relacionadas à sustentabilidade e ao consumo responsável podem ter se destacado ainda mais. A crise pode ter aumentado a conscientização sobre a necessidade de práticas sustentáveis e respostas responsáveis aos desafios ambientais e sociais;
- d) Alinhamento com valores éticos e morais: muitas IES são guiadas por valores éticos e morais que incluem a promoção da justiça social, o respeito ao meio ambiente e a responsabilidade para com as gerações futuras. Uma campanha de conscientização sobre consumo responsável está alinhada com esses valores e pode ser vista como uma extensão do compromisso ético da instituição.

Assim, a presença de uma campanha de conscientização sobre consumo responsável, em uma IES, durante a época da pesquisa, reflete não apenas um compromisso com a sustentabilidade, mas também uma resposta às necessidades e desafios contemporâneos, incluindo a crise da pandemia. A Tabela 1 fornece informações detalhadas sobre a população e a amostra utilizada no estudo, delineando os parâmetros e o escopo da pesquisa em andamento.

Tabela 1: População e Amostra da Pesquisa

Colaboradores	População		Amostra	
	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: elaborado 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.

O instrumento utilizado para coleta de dados foi um questionário. Segundo Tarcísio 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 questão 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".

De acordo com Lunardi, Castro e Monat (2008), a nuvem de texto, também conhecida como nuvem de palavras, é uma representação visual de dados linguísticos que exibe a frequência de ocorrência das palavras em um contexto específico.

Por fim, foi utilizada a técnica do discurso do sujeito coletivo (DSC) que, segundo Marinho (2015), 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 Lefèvre e Lefèvre (2009) como uma forma de organizar e sintetizar os dados coletados.

4 Posicionamento sobre o consumo responsável

Nesta seção, exploramos o posicionamento dos participantes em relação ao "consumo responsável" durante a pandemia da covid-19. Utilizamos uma abordagem de análise de nuvem de palavras para identificar os principais elementos e termos mais frequentemente mencionados pelos professores, graduandos e pessoal da administração da instituição de ensino superior.

Foram coletadas e analisadas 86 palavras distintas, totalizando 273 menções devido às repetições, o que nos permitiu compreender a variedade e a frequência dos termos relacionados ao consumo responsável durante a pandemia da covid-19. Por meio desse método, pudemos capturar os significados e as percepções mais relevantes associadas ao tema em questão.

A Figura 1 apresenta visualmente os termos mais proeminentes, oferecendo uma representação tangível do posicionamento coletivo dos participantes em relação ao consumo sustentável durante o contexto desafiador da pandemia.

ambos os gêneros, foram representados pelas palavras citadas na Figura 1, sendo evidenciada pelo discurso do sujeito coletivo da seguinte maneira:

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.

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.

Percebe-se que os participantes do gênero masculino demonstram uma consciência sobre os impactos ambientais decorrentes do consumo desenfreado e enfatizam a necessidade

de adotar práticas de consumo consciente. Eles destacam a importância de evitar produtos que contribuam para danos ambientais e ressaltam a responsabilidade individual e coletiva na preservação dos recursos naturais.

Por sua vez, as participantes do gênero feminino também compartilham essa preocupação com o meio ambiente, priorizando a utilização de produtos sustentáveis e promovendo a conscientização sobre práticas que favoreçam a natureza. Elas evidenciam a responsabilidade social e ambiental, reconhecendo a importância de preservar ecossistemas como a Amazônia e promovendo a substituição de produtos prejudiciais ao meio ambiente por alternativas sustentáveis.

Ambos os discursos demonstram um compromisso com a sustentabilidade e ressaltam a necessidade de mudanças de comportamento e conscientização para a preservação do meio ambiente, destacando a importância da responsabilidade individual e coletiva nesse processo.

5 Considerações finais

O presente estudo teve como objetivo 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, foram entrevistados 141 participantes, incluindo docentes, discentes e técnicos administrativos da IES, respondendo a uma única questão aberta relacionada ao tema da pesquisa. Utilizando o método do discurso do sujeito coletivo, identificamos as representações coletivas construídas pelos participantes, refletindo posicionamentos interligados por gênero.

Os resultados evidenciaram a compreensão dos problemas ambientais relacionados ao aquecimento global, a importância da conscientização ambiental e o respeito pelo meio ambiente. Destacou-se também a conscientização sobre a escolha de produtos com embalagens biodegradáveis e materiais recicláveis, além da necessidade de evitar a compra de produtos fabricados por empresas que não respeitam o meio ambiente.

Outro aspecto relevante foi a ênfase na importância da preservação da Amazônia pelo Brasil, reconhecendo 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 gestão sustentável na IES, promovendo práticas que equilibrem o uso dos recursos e evitem desperdícios. Por meio de iniciativas sustentáveis, a instituição pode servir de exemplo para seus colaboradores e parceiros, motivando mudanças de hábitos e promovendo a conscientização sobre o consumo consciente na sociedade em geral.

Quanto à hipótese levantada, a pesquisa não identificou diferenças substanciais nas percepções sobre consumo sustentável durante a pandemia da covid-19 entre os participantes por gênero, respondendo assim à problemática da pesquisa.

A principal limitação do estudo reside na amostra relativamente pequena de participantes, o que sugere a necessidade de futuras pesquisas com um número maior de participantes para uma visão mais ampla sobre o tema.

Espera-se que os resultados deste estudo contribuam para o desenvolvimento de novas pesquisas sobre os efeitos da covid-19 no consumo sustentável e que os pesquisadores realizem estudos futuros visando uma compreensão mais abrangente desse tema tão relevante.

Referências

AFONSO, T. *et al.* Consciência Ambiental, Comportamento Pró-Ambiental e Qualidade de Gerenciamento de Resíduos em Serviços de Saúde. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 106–119, 2016. DOI: 10.5585/geas.v5i3.631. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/geas/article/view/10015>. Acesso em: 25 dez. 2022.

AGUIAR, E. C.; TRINDADE, J. R.; POLICARPO, M. C. Aglomeração, distanciamento social e uso de máscara: efeitos na percepção de risco e comportamento de afastamento no varejo. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 91-111, jan. 2023. DOI: <https://doi.org/10.21529/RECADM.2023004>. Disponível em: <https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/3609>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

ALVES, R. R. **Consumo Consciente: Por que isso nos diz respeito?** 2. ed. São Paulo: Editora Cultura, 2017

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. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395171699>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/333487487_Intencao_de_consumo_verde_no_conte_xto_das_caracteristicas_egoistas_ou_altruistas_do_produto_versus_a_consciencia_ambiental_do_usuario. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

BITTENCOURT, F. T. R. *et al.* Negócios Sociais e Desenvolvimento Sustentável. **Desenvolvimento em Questão**, [S. l.], v. 21, n. 59, p. e11185, 2023. DOI: 10.21527/2237-6453.2023.59.11185. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/11185>. Acesso em: 25 dez. 2022.

BRASIL. Lei n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, v. 124, n. 248, p. 1, 23 dez. 1996. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=LEI&numero=9394&ano=1996&ato=3f5o3Y61UMJpWT25a>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1413-85572013000100014>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pee/a/XkXhhgRHwH5kKScVZg4jHkF/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 25 dez. 2022.

CALETTI, L.; STELZER, J.; ETGES, E. Agenda 2030 da ONU e consumo responsável: alcance segundo a regra de comércio justo brasileira. **Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 298–316, 2022. DOI: 10.59306/rgsa.v11e22022298-316. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/gestao_ambiental/article/view/9024. Acesso em: 25 dez. 2022.

COSTA, M. D.; LOIOLA, E. A. C. Aspectos éticos e legais relacionados ao atendimento dos fisioterapeutas durante a Emergência de Saúde Pública de Importância Nacional (ESPIN) em decorrência da pandemia de COVID-19. **ASSOBRAFIR Ciência**, v. 11, n. Suplemento 1, p. 241-246, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.47066/2177-9333.AC20.covid19.023>. Disponível em: <https://assobrafirciencia.org/article/doi/10.47066/2177-9333.AC20.covid19.023>. Acesso em: 25 dez. 2022.

COSTA, E.; FERREZIN, N. B. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) e a comunicação: o tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas. **Revista Alterjor**, v. 24, n. 2, p. 79-95, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v24i2p79-95>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/353963220_ESG_Environmental_Social_and_Corporate_Governance_e_a_comunicacao_o_tripe_da_sustentabilidade_aplicado_as_organizacoes_globalizadas. Acesso em: 25 dez. 2022.

COSTA, C. P. N. *et al.* Paradigmas da gestão de imunizantes: o uso de métodos quantitativos como suporte à decisão em tempos de Covid-19 no estado do Rio de Janeiro. **Revista de Gestão e Secretariado**, [S. l.], v. 13, n. 4, p. 2197–2225, 2022. DOI: 10.7769/gesec.v13i4.1469. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1469>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

- DORIA, T. S. *et al.* Dimensões dos riscos nas políticas de combate à violência contra a mulher durante a pandemia de covid-19 em Aracaju (Sergipe). **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 10, n. 2, p. 168-192, julho-dezembro, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.17648/aos.v10i2.2472>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/357711007_Dimensoes_dos_Riscos_nas_Politicass_de_Combate_a_Violencia_Contra_a_Mulher_Durante_a_Pandemia_de_COVID-19_em_Aracaju_Sergipe_Risk_Dimensions_in_Policies_to_Combat_Violence_Against_Women_During_COVID-19. Acesso em: 25 dez. 2022.
- FERREIRA JUNIOR, R. R.; SANTA RITA, L. P. Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas. **Cadernos de Prospecção**, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 459, 2020. DOI: 10.9771/cp.v13i2.36183. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/36183>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- FREDERICO, E. *et al.* Determinantes da lealdade aos sites de compras coletivas (SCCs). **REGE - Revista de Gestão**, [S. l.], v. 24, n. 3, p. 281-290, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rege.2016.08.004>. Disponível em: <https://revistas.usp.br/rege/article/view/135329>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- FREITAS, I. *et al.* Comércio justo e solidário na prática: a experiência do grupo de consumo responsável jerivá. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 17, n. 2, p. 101-111, 2022. DOI: <https://doi.org/10.33240/rba.v17i2.23559>. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbagroecologia/article/view/49898>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- FREITAS, A. R. R.; NAPIMOGA, M.; DONALISIO, M. R. Análise da gravidade da pandemia de Covid-19. **Epidemiologia e serviços de saúde**, v. 29, p. e2020119, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5123/S1679-49742020000200008>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ress/a/TzjkrLwNj78YhV4Bkxg69zx/>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- GULLO, M. C. R. A economia na pandemia Covid-19: algumas considerações. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. Esp. 3, p. 1-8, 2020. DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i3a05>. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473564229005/html/>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- HERRERA, A. V. *et al.* O poder público na fraterna rota do desenvolvimento sustentável: por um clima estável e consumo responsável. **Revista Jurídica**, [S. l.], v. 4, n. 61, p. 91 - 122, out. 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.26668/revistajur.2316-753X.v4i61.4498>. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/4498>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- JONES, N. R. *et al.* Two metres or one: what is the evidence for physical distancing in covid-19? **BMJ**, v. 370, m3223, 2020. DOI: 10.1136/bmj.m3223. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32843355/>. Acesso em: 25 dez. 2022.
- LANA, R. M. *et al.* Identificação de grupos prioritários para a vacinação contra COVID-19 no Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 37, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-311x00049821>. Disponível em: <https://cadernos.ensp.fiocruz.br/ojs/index.php/csp/article/view/7840>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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. DOI: <https://doi.org/10.1590/s1413-81232009000400025>. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001793971>. Acesso em: 25 dez. 2022.

LIMA, A. A., & RIBEIRO, T. L. S. Análise Bibliométrica da Responsabilidade Social Corporativa no Campo das Ciências Sociais Aplicadas. **RGC - Revista de Governança Corporativa**, 10 (Fluxo Contínuo), p. 1-14, 2023. DOI: <https://doi.org/10.21434/IberoamericanJCG.v10igc.135>. Disponível em: <https://www.rgc.org.br/Journals/article/view/135/98>. Acesso em: 25 dez. 2022.

LIMA, M. M. *et al.* A quarta revolução industrial sob o tripé da sustentabilidade. **Semioses**, v. 13, n. 3, p. 76-86, 2019. DOI: <https://doi.org/10.15202/1981996x.2019v13n3p76-86>. Disponível em: <https://revistas.unisuam.edu.br/index.php/semioses/article/view/392>. Acesso em: 25 dez. 2022.

LIMA, E. J. F.; ALMEIDA, A. M.; KFOURI, R. Á. Vacinas para COVID-19-o estado da arte. **Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil**, v. 21, p. 13-19, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9304202100S100002>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbsmi/a/hF6M6SFrhX7XqLPmBTwFfVs/?lang=pt>. Acesso em: 25 dez. 2022.

LOPES, A.; LEAL, S. Responsabilidade social numa organização de economia social: o caso do centro social da quinta do anjo. **Revista da UI_IPSantarém**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 15–30, 2017. DOI: 10.25746/ruiips.v5.i2.14492. Disponível em: <https://revistas.rcaap.pt/uiips/article/view/14492>. Acesso em: 25 dez. 2022.

LUNARDI, M. S.; DE CASTRO, J. M. F.; MONAT, A. S. Visualização dos resultados do Yahoo em nuvens de texto: uma aplicação construída a partir de web services. **InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 21–35, 2010. DOI: 10.51358/id.v5i1.47. Disponível em: <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/47>. Acesso em: 25 dez. 2022.

COSTA-MARINHO, M. L. O discurso do sujeito coletivo: uma abordagem quali quantitativa para a pesquisa social. **Trabajo Social Global-Global Social Work**, [S. l.], v. 5, n. 8, p. 90–115, 2015. DOI: 10.30827/tsg-gsw.v5i8.3093. Disponível em: <https://revistaseug.ugr.es/index.php/tsg/article/view/3093>. Acesso em: 25 dez. 2022.

MEDEIROS, A. A.; VASCONCELLOS, M. P. Ambiente, saúde e covid-19: da crise global à existência sustentável. **Saúde Soc.**, São Paulo, v. 32, n. 1, e220601pt, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902023220601pt>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sausoc/a/dZmGpDf996FqMzhZqrFL7dN/?lang=pt>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

MENUCCI, J. M.; FLORES, L. G. G. A crise ambiental e seus aportes: da necessidade de sustentabilidade e do desenvolvimento consciente. **Revista Meio Ambiente e Sustentabilidade**, [S. l.], v. 12, n. 6, p. 100–119, 2017. DOI: 10.22292/mas.v12i6.616.

Disponível em:

<https://www.revistasuninter.com/revistameioambiente/index.php/meioAmbiente/article/view/616>. Acesso em: 25 dez. 2022.

COVID-19: situação epidemiológica do Brasil até a SE 36 de 2023. **GOV.BR**, Brasília, 20 set. 2023, 17h54min. Disponível em: www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/coronavirus/informes-semanais-covid-19/covid-19-situacao-epidemiologica-do-brasil-ate-a-se-36-de-2023

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

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

MIRA, P. M. *et al.* Consumo responsável e economia solidária como estratégia de comercialização para agricultura familiar. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 2, p. 10-10, 2018. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/2356>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

CHEGADA das primeiras vacinas contra a Covid-19. **OPAS**, Brasília, 21 mar. 2021. Disponível em: [https://www.paho.org/pt/noticias/21-3-2021-brasil-recebera-primeiras-vacinas-contracovid-19-por-meio-do-mecanismo-covax#:~:text=Brasília%2C%20Brasil%2C%202021%20de%20março,\(Gavi\)%2C%20do%20Fundo%20das](https://www.paho.org/pt/noticias/21-3-2021-brasil-recebera-primeiras-vacinas-contracovid-19-por-meio-do-mecanismo-covax#:~:text=Brasília%2C%20Brasil%2C%202021%20de%20março,(Gavi)%2C%20do%20Fundo%20das) Acesso em: 15 ago. 2023

PEREIRA, M. D. *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**, [S. l.], v. 9, n. 7, p. e652974548, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i7.4548. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/4548>. Acesso em: 25 dez. 2022.

PINSK, V. C.; KRUGLIANSKAS, I. **Gestão Estratégica da Sustentabilidade: Experiências Brasileiras**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

PONTES, A. S. M. *et al.* Sustentabilidade e educação superior: 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. DOI: 10.5902/1983465916298. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/download/16298/pdf/89504>. Acesso em: 25 dez. 2022.

PRESTI, M. J.; MENDES, D. C. Qual o impacto da pandemia de Covid-19 na gestão de pessoas e no trabalho? Uma revisão integrativa da literatura. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, [S. l.], v. 63, n. 6, p. e2022–0483, 2023. DOI: 10.1590/S0034-

759020230604. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/90083>. Acesso em: 25 dez. 2022.

RECK, D.; BASSO, K. Comportamento de compra por impulso em sites de compras coletivas/*impulsive purchase behavior in collective shopping sites*. **Revista Gestão Organizacional**, v. 11, n. 1, 2018. DOI: <https://doi.org/10.22277/rgo.v11i1.3881>. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/3881>. Acesso em: 25 dez. 2022.

ROCHA, T. A. H. *et al.* Plano nacional de vacinação contra a COVID-19: uso de inteligência artificial espacial para superação de desafios. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 26, p. 1885-1898, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232021265.02312021>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/Lf4jZDM4d7KGkrLRTgYcMpG/#>. Acesso em: 25 dez. 2022.

SÁ, C. S. C. *et al.* Distanciamento social covid-19 no Brasil: efeitos sobre a rotina de atividade física de famílias com crianças. **Revista Paulista de Pediatria**, v. 39, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1590/1984-0462/2021/39/2020159>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rpp/a/rp7gw57vXhQ5vG899PKMXJ/?lang=pt#>. Acesso em: 25 dez. 2022.

SALEH, A. M. Agronegócio: uma visão do consumo responsável. **Terra**, v. 1, n. 2, p. 3, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.29327/14941.15-26>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/337146404_AGRONEGOCIO_UMA_VISAO_DO_CONSUMO_RESPONSAVEL. Acesso em: 25 dez. 2022.

SEVERO, E.A.; GUIMARÃES, J.C.F.; DORION, E.C. Cleaner production, social responsibility and eco-innovation: Generations' perception for a sustainable future. **Journal Clean Production**. v. 186, p. 91-103, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.03.129>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/323752281_Cleaner_production_social_responsibility_and_eco-innovation_Generations'_perception_for_a_sustainable_future. Acesso em: 25 dez. 2022.

SEVERO, E. A. *et al.* O impacto da pandemia COVID-19 no comportamento do consumidor em isolamento social e o consumo sustentável: Uma perspectiva no Brasil e Portugal. **Revista Gestão Organizacional**, v. 16, n. 3, p. 6-21, 2023. DOI: <https://doi.org/10.22277/rgo.v16i3.7287>. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/7287>. Acesso em: 25 dez. 2022.

SILVA, C. A. A. C.; MIRANDA, M. R. S. Desenvolvimento sustentável. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 5, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/13786>. Acesso em: 25 dez. 2022.

SILVA, H. M. M. A sustentabilidade como vantagem competitiva: um olhar sobre o tripé da sustentabilidade. **Revista Multidisciplinar de Educação e Meio Ambiente**, v. 2, n. 3, p. 80-80, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.51189/rema/2104>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/354946012_A_SUSTENTABILIDADE_COMO_V

ANTAGEM_COMPETITIVA_UM_OLHAR_SOBRE_O_TRIPE_DA_SUSTENTABILIDADE. Acesso em: 25 dez. 2022.

SILVA, M. E. D. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)**. 2012. DOI: <https://doi.org/10.5329/RECADM.20121102004>. Disponível em: <https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/1052>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

SOUZA, J. S.; MIYAZAKI, V. K.; ENOQUE, A. G. Reflexões acerca do consumo verde e sustentável na sociedade contemporânea. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 17, p. 403-413, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1679-395167434>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/3mndB5MWfzmLggcMjmc76MP/#>. Acesso em: 25 dez. 2022.

SOUZA, L. P. A pandemia da COVID-19 e os reflexos na relação meio ambiente e sociedade. **Revista Brasileira de Meio Ambiente**, v. 8, n. 4, p. 68-73, 2020. Disponível em: <https://revistabrasileirademeioambiente.com/index.php/RVBMA/article/view/540>. Acesso em: 25 dez. 2022.

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

SOBRAL, S.; PASSOS, C.; RIBEIRO, C. Responsabilidade social das organizações: uma revisão aos principais modelos. **Gestão e Desenvolvimento**, n. 29, p. 261-290, 2021. DOI: <https://doi.org/10.34632/gestaoedesenvolvimento.2021.10033>. Disponível em: <https://revistas.ucp.pt/index.php/gestaoedesenvolvimento/article/view/10033>. Acesso em: 25 dez. 2022.

SPERS, V. R. E.; MOTA, M. G. M.; MARTINELLI, P. P. H. **Conversando sobre Administração: Foco na Responsabilidade Social**. Campo Grande: Life., 2014.

TEIXEIRA, J. **Sustentabilidade: o que é, como funciona, benefícios e exemplos**. 23 nov. 2021. Disponível em: <https://www.fia.com.br/blog/sustentabilidade/>. Acesso em: 25 dez. 2022.