

**ANÁLISE COMPORTAMENTAL DE CONSUMO SUSTENTÁVEL:  
perspectiva dos alunos técnicos integrado do IFSULDEMINAS -  
Campus Pouso Alegre**

**Camille V. BARBOSA<sup>1</sup>; Ana C. A. CRISPIM<sup>2</sup>; Beatriz G. da S. PIRES<sup>3</sup>; Letícia S. da ROCHA<sup>4</sup>;  
Thiago A. de SOUZA<sup>5</sup>; Donizeti L. de SOUZA<sup>6</sup>**

**RESUMO**

O consumismo é incentivado pela moda, pois ela renova as tendências em uma velocidade acelerada, com o intuito de despertar desejo nos consumidores. Entretanto, esta temática é pouco abordada na sociedade, em especial, nos adolescentes. O objetivo deste estudo é analisar as práticas comportamentais caracterizadas pelo consumismo durante a adolescência. O arcabouço teórico está pautado em moda sustentável e consumismo. O trabalho consiste em um levantamento com abordagem quantitativa. Foram aplicados questionários aos alunos do curso técnico integrado ao ensino médio de administração, edificações, informática e química, do IFSULDEMINAS - Campus Pouso Alegre. Os resultados evidenciaram que os hábitos consumistas, muitas vezes, não são auto identificados por quem os pratica. Tal estudo dá ênfase à repercussão sobre o assunto, incentivando boas práticas de sustentabilidade, consumismo consciente e reutilização. Portanto, o estudo contribui para que os adolescentes tenham mais discernimento e, em virtude disso, ajudem o meio ambiente.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Consumismo; Reutilização.

**1. INTRODUÇÃO**

A moda contribui com a economia, gerando empregos, renda e desenvolvimento para o país. Esse setor gera, aproximadamente, 8 milhões de empregos indiretos e as regiões com maior destaque são Sul e Sudeste, com, respectivamente, 940 mil trabalhadores (AMARAL et al., 2019). A moda conta com um grande potencial de crescimento, sendo o maior segmento em faturamento global no e-commerce B2C (direto ao consumidor), representando, anualmente, US\$ 525 bilhões em vendas. Ademais, esse setor cresce, em média, 11,4% por ano, tendo como estimativa de faturamento para 2025 de US\$ 1 trilhão.

Entretanto, a moda também pode ser prejudicial à sustentabilidade, no quesito de incentivo ao consumismo e descarte inadequado, visto que, segundo dados da ONU Meio Ambiente, são

<sup>1</sup>Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: camillevictoriabarbosa@gmail.com.

<sup>2</sup>Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: anacarolinaandradecrispim@gmail.com.

<sup>3</sup>Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: beatriz.geo19@gmail.com.

<sup>4</sup>Discente, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: leticia.silveriorocha08@gmail.com.

<sup>5</sup>Orientador, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: thiago.souza@ifsuldeminas.edu.br.

<sup>6</sup>Orientador, IFSULDEMINAS – *Campus* Pouso Alegre. E-mail: donizeti.souza@ifsuldeminas.edu.br.

liberados nos oceanos mais de 500 mil toneladas anuais de microfibras sintéticas, sendo responsável por 10% das emissões de gases estufa (TROIANI; SEHNEM; CARVALHO, 2022). Em virtude disso, o artigo aborda o consumismo nos adolescentes, em função desse setor caracterizar 37% do consumismo nessa faixa etária, segundo dados do Mundo do Marketing. Diante desse cenário, faz-se presente a seguinte questão: os adolescentes têm consciência dos problemas que o consumismo pode causar à sustentabilidade?

Buscando respostas ao problema proposto, o objetivo deste estudo consiste em identificar as características comportamentais em relação à moda sustentável durante a adolescência. Além disso, pretende-se apontar meios de diminuição dessa estatística e como auxiliar a redução de descarte (OSTERMANN; NASCIMENTO, 2021), uma vez que com o consumismo restringido, os descartes também sofrerão alterações.

Será analisado diante dessa realidade o fator que mais desencadeia o grande consumo de roupas, para assim identificar os aspectos que despertam o consumismo nos jovens (LOPES, 2019), uma vez que eles podem não conseguir se auto identificar como consumistas.

O estudo se justifica pela incompreensão da sociedade em relação aos problemas que a moda apresenta à sustentabilidade (SCHULTE et al., 2013), dando ênfase aos adolescentes. Tais ações podem contribuir com a formação de um corpo social mais consciente e menos poluente.

## **2. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS**

A pesquisa de campo proposta foi realizada de maio a julho de 2022, nos cursos Técnicos Integrado ao Ensino Médio do IFSULDEMINAS - Campus Pouso Alegre, tendo como público alvo os discentes dos cursos de administração, edificações, informática e química, com o intuito de identificar o comportamento dos adolescentes em relação à moda sustentável. A abordagem se caracteriza pelo enfoque quantitativo. Utilizando para a coleta de dados o estudo de caso mediante pesquisa e-survey. A pesquisa é de natureza aplicada, com objetivo descritivo; apresentando o gênero empírico. A população da aplicação do questionário consiste em 336 discentes dos 4 cursos integrados, obtendo como amostra 147 respostas, o que representa 44%. Os resultados foram analisados com a técnica de estatística descritiva, compilando os dados em planilha Excel e com a elaboração de tabelas.

## **3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

As características dos respondentes se dão, inicialmente, pela série do estudo, no qual aponta que, das 147 respostas obtidas, 47,6% são do 1º ano; 30% são do 2º ano; e 22,4% são do 3º ano. Desses, 59,2% são do sexo feminino, 36,7% do sexo masculino e 4,1% identificam-se como não

binário. Tendo como público-alvo os adolescentes de 14 à 19 anos, o maior número de respondentes foi da faixa etária 16 e 17 anos, que representam 63,3%. Também foram obtidas as respostas dos adolescentes de 14 e 15 anos (33,3%) e 18 e 19 anos (3,4%).

Foi analisado como comportamento consumista nos jovens, principalmente, a escassez de conhecimento, visto que eles apresentam esse comportamento e não se identificam. Isso se evidencia no resultado do questionário, o qual apontou que 63,9% dos respondentes não se consideram consumistas; entretanto, em discordância, 61,9% se arrependem de terem realizado compras em excesso. Conclui-se que, para 87,8% dos respondentes, o importante é a qualidade de suas roupas, independente de preço ou originalidade.

Em congruência com as decorrências do questionário aplicado, 74,8% compram peças falsificadas, o que, de acordo com a legislação é considerado crime, além de vincular-se, muitas vezes, à mão de obra escrava.

De acordo com os resultados da pesquisa realizada, visto que 85,7% dos respondentes não usufruem das roupas que não são mais utilizadas pelos mesmos como fonte de renda, pretende-se incentivá-los a utilizar este recurso para a reutilização, dado que 45,1% não realizam essa ação, para assim diminuir os descartes inadequados e, conseqüentemente, a poluição causada pelos resíduos têxteis. A tabela a seguir apresenta uma síntese das perguntas e respostas obtidas.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O objetivo deste estudo foi analisar as práticas comportamentais dos adolescentes em relação à moda sustentável e apresentar os impactos ambientais causados. Conclui-se que a falta de informações sobre o assunto faz com que as conseqüências geradas não sejam de conhecimento da população, conforme apontado pelos discentes.

Embora o consumismo ainda seja praticado, o estudo tem como relevância social ajudá-los a identificar estas práticas, para assim terem consciência de que podem estar efetivando hábitos não sustentáveis e prejudiciais ao meio ambiente.

Entretanto, o consumismo não é o único quesito contraproducente na moda, mas o fim dado às roupas também é algo alarmante para a sustentabilidade. Pode-se incentivar, como solução para esta questão, a reutilização, que irá estimular a criatividade dos adolescentes, além deles poderem usufruir disso como fonte de renda. Portanto, a estatística de descartes inadequados irá diminuir, assim como os impactos à sustentabilidade.

#### **REFERÊNCIAS**

AMARAL, W. A. N.; OMETTO, A. R.; IRITANI, D. R.; MOREIRA, N.; GOMES, G. M.; IWASAKA, F. I. **Moda circular no Brasil**. Piracicaba, SP: Esalq/USP, 2019.

LOPES, B. **Moda Sustentável e Consumo Consciente: Desconstruindo Padrões**. Univates, Lajeado, julho, 2019. Disponível em: <<https://www.univates.br/bdu/handle/10737/2602>>, acesso em 15 de agosto de 2022.

OSTERMANN, C. M.; NASCIMENTO, L. S. Consumo sustentável de moda sob a ótica da economia circular: uma agenda para pesquisas futuras, **RACEF - Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**. v.12, n.2, p. 166-184, 2021.

SCHULTE, N. K.; LOPES, L.; ALESSIO, M. A.; FREITAS, B. A moda no contexto da sustentabilidade. **ModaPalavra e-periódico**, n. 12, 2013, p. 194-210.

TROIANI, L.; SEHNEM, S.; CARVALHO, L. Moda sustentável: uma análise sob a perspectiva do ensino de boas práticas de sustentabilidade e economia circular, **Cad. EBAPE.BR**, v.20, n.1, Rio de Janeiro, jan./fev. 2022.