



CONSUMO SUSTENTÁVEL NO BRASIL: UMA ANÁLISE DE 10 ANOS DE PUBLICAÇÕES

CAROLINA MAPURUNGA AZEVEDO

MINELLE ENÉAS DA SILVA

Artigo aceito para publicação em 21/12/2022
DOI: 10.5433/2318-9223.2022v10n1p99-118

RESUMO

O consumo sustentável tem recebido cada vez mais atenção como tema de pesquisa. No entanto, pouco se sabe sobre a evolução da temática no Brasil. Com esta perspectiva, este artigo analisa como a temática do consumo sustentável está sendo abordada nos principais periódicos brasileiros. Por meio de uma revisão de literatura foram selecionados 54 artigos publicados em português e inglês, no período de 2009 a 2018. Para a análise foram considerados: (1) quantidade de publicações; (2) autoria; (3) método de investigação; (4) tipologias de consumo; e (5) resultados dos artigos, com ênfase nas limitações e proposições (o que gerou uma agenda de pesquisa). Os resultados deixam evidente o avanço do tema no país, no entanto pouca consistência teórica em comparação com outros tipos de consumo voltados à sustentabilidade. Propõe-se uma agenda de pesquisa com foco em três elementos: aprofundamento teórico, abrangência de escopo e diversificação de contexto. Com isso, esta pesquisa contribui ao debater sobre o avanço da temática deixando claro quais são os novos caminhos para a pesquisa de consumo sustentável.

PALAVRAS-CHAVE. Consumo sustentável. Publicações Nacionais. Revisão de Literatura.

SUSTAINABLE CONSUMPTION IN BRAZIL: AN ANALYSIS OF 10 YEARS OF PUBLICATIONS

ABSTRACT

Sustainable consumption has received increasing attention as a research topic. However, little is known about the evolution of the topic in Brazil. With this perspective, this research aims to analyze how the theme of sustainable consumption is being addressed in the main Brazilian journals. Through a literature review, 54 articles with a focus on sustainable

consumption published in Portuguese and English, from 2009 to 2018 were selected. For the analysis were considered: (1) number of publications; (2) authorship; (3) investigation method; (4) types of consumption; and (5) results of the articles, with an emphasis on limitations and propositions (which generated a research agenda). The results make evident the progress of the theme in the country, however little theoretical consistency in comparison with other types of consumption aimed at sustainability. A research agenda is proposed with a focus on three elements: theoretical deepening, scope increasing and context diversification. Thus, this research contributes to the debate on the progress of the theme, making it clear which are the new paths to research sustainable consumption.

KEYWORDS. Sustainable consumption. National publications. Literature review.

INTRODUÇÃO

As mudanças observadas nos comportamentos e práticas de diversos atores sociais por um consumo sustentável estão relacionadas principalmente aos impactos ao meio ambiente; no entanto, tais mudanças geram constantes questões sobre sua efetividade (Nascimento et al., 2014). Segundo Anantharaman (2018), o consumo sustentável em sua essência é caracterizado como um conceito normativo que demanda que indivíduos, empresas e nações diminuam suas pegadas de recursos em prol da proteção ambiental (e social) e da integridade ecológica (e humana). Mesmo com o destaque recebido ao longo dos anos durante as conferências mundiais do clima e do meio ambiente (por exemplo, a Rio+20), o consumo sustentável recebe menor destaque do que deveria. Atualmente, isto tem ocorrido porque existe bastante preocupação com os novos governos e decisões anti-sustentabilidade em todo o mundo, incluindo Brasil e Estados Unidos (Lidegaard, 2017).

Os desafios atuais, relacionados às mudanças climáticas e à escassez de recursos (IPCC, 2022; UN 2017a), estão vinculados às decisões de governos com baixo foco em sustentabilidade, mas também acelerados pelos padrões de consumo e desenvolvimento focados essencialmente no EU em detrimento ao NÓS. Considerando que a população e afluência previstas para 2050 demandariam três planetas se as condutas atuais de consumo forem excedidas (UN, 2017b), torna-se imprescindível ampliar o debate sobre consumo sustentável. Tal debate deve considerar tanto como a preocupação ambiental impacta o modo de pensar e agir, influenciando as relações de consumo (Tódero et al., 2011), como outros elementos da sustentabilidade, por exemplo questões econômicas e sociais no uso de produtos (Silva, 2012).

Neste sentido, vale salientar que o estudo do consumo sustentável não se limita a um processo de compra (por exemplo, compra de dispositivos de economia de água) ou mesmo sua simples

efetivação por meio de atividades (por exemplo, reciclagem) (Royo, 2019). De fato, o consumo sustentável pode ser considerado como um "padrão de consumo resultante da inter-relação de atores sociais, numa perspectiva de interação política" (Silva, 2012, p. 225). Ou seja, para que se possa falar no tema é necessário observar outras visões que não apenas a do consumidor. Considera-se ainda que tal perspectiva cria uma nova forma de ética (Efing & Geromini, 2016), na qual se busca não apenas uma redução de consumo, mas a utilização mais eficiente dos recursos alinhada à nova realidade social (Jackson, 2007). Sob esta perspectiva, tem-se que a busca pelo consumo sustentável contribui diretamente para a sustentabilidade (Nascimento et al., 2014).

No Brasil, diversas pesquisas vêm sendo realizadas para entender sustentabilidade nas publicações brasileiras (Junqueira et al., 2011; Machado JR. et al., 2012; Silva et al., 2011). No entanto, são escassas as pesquisas com foco no consumo sustentável. Foram identificadas três revisões publicadas nos últimos anos. Neste caso, Araújo et al. (2021) e Costa Filho et al. (2021) analisando publicações internacionais e Melo et al. (2021) investigando o contexto brasileiro, com foco no Turismo, o que complementa a proposta deste artigo. Como indicado por Costa Filho et al. (2021), mapear a produção científica sobre uma temática ajuda na expansão sobre seu entendimento. Portanto, pesquisar o tema consumo sustentável no Brasil estimula a realização de estudos que considerem as especificidades do tema no país. No contexto internacional, consumo sustentável vem sendo debatido em conjunto com produção sustentável, uma vez que possui uma relação intrínseca e indissociável (Roy & Singh, 2017). De acordo com Wang et al. (2019), práticas de consumo sustentável dependem tanto do contexto econômico quanto do sociocultural nos países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Com esta visão, a presente pesquisa tem o objetivo de analisar como a temática do consumo sustentável está sendo abordada nos principais periódicos brasileiros. Para tanto, por meio de uma revisão da literatura, a pesquisa examinou trabalhos publicados no período entre 2009 e 2018, esboçando o panorama do campo durante este período e buscando observar este como um tema atual e em crescimento no Brasil. Essa área de estudo ainda é considerada como emergente, mas também caracterizada como campo multifacetado, multidisciplinar, desafiador e em crescimento, que vem atraindo pesquisadores experientes pertencentes às mais diversas áreas das ciências sociais e comportamentais (Reisch et al. 2016). Justifica-se ainda o foco da pesquisa, pelo potencial de contribuição aos objetivos do desenvolvimento sustentável, especialmente o número 12, consumo e produção sustentável.

Buscando contribuir com o pouco conhecimento sobre o tema no Brasil, esta pesquisa demonstra sua contribuição para a literatura ao (a) ratificar a existência de diferentes tipos de consumo de acordo com a ênfase utilizada; (b) caracterizar o perfil atual das publicações no país; e (c) apresentar uma agenda de pesquisa para o avanço do tema no país. Em

complemento este artigo apresenta um mapeamento de quais são as principais áreas de pesquisa no país sobre a temática. Como forma de melhor apresentar o que foi desenvolvido nesta pesquisa, o artigo apresenta quatro seções além desta introdutória. Na próxima seção será debatida as principais abordagens sobre o Consumo Sustentável. A seção três apresenta os procedimentos metodológicos utilizados, seguidos dos resultados e discussões. Finalmente, a conclusão ratifica as contribuições centrais desta pesquisa para o estudo da temática.

CONSUMO SUSTENTÁVEL

Para o entendimento do consumo sustentável, existem diversas vertentes que podem ser consideradas. Enquanto paradigma de pesquisa pode estar relacionado à relação próxima entre produção e consumo (Roy & Singh, 2017; Silva & Pedrozo, 2016; Wang et al., 2019), a qual considera a dinâmica entre múltiplos atores. Enquanto movimento político, o consumo sustentável enfatiza as ações coletivas e as mudanças institucionais (mais do que apenas as tecnológicas, econômicas e comportamentais), o que considera uma visão ampla de vida social (Portilho, 2005). Já enquanto segmentação de mercado, o consumo sustentável pode representar a existência de consumidores propensos a (re)pensar sua forma de consumo (Nascimento et al., 2014). Desta forma, retoma-se a reflexão sobre o consumo sustentável levando em consideração os fatores econômicos, ambientais e sociais no seu momento de compra, consumo e descarte, o que não se limita ao papel do indivíduo.

De acordo com Liu et al. (2017), o consumo sustentável tem sido analisado sob várias perspectivas; tendo em vista sua existência como uma área de conhecimento que por quase duas décadas teve investigações desenvolvidas em um campo mais sistemático e diverso. Para Lim (2017), o consumo sustentável deve ser visualizado a partir de uma visão mais macro como um processo adaptativo, equilibrado cuja abordagem se contextualiza no consumo que atenda às necessidades básicas da geração atual, não empobreça as gerações futuras, não cause danos irreversíveis ao meio ambiente, não crie uma perda de função nos sistemas naturais (valor ecológico e humano sistemas), melhore a eficiência no uso de recursos e a qualidade de vida, e evite o consumismo e hiperconsumo moderno. Tais elementos precisam considerar desde o contexto para consumidores de classe média, como para os de baixa renda cada vez mais envolvidos com o mercado (Silva et al., 2012).

Neste sentido, entende-se que o consumo excessivo e o crescimento econômico se encontram beneficentemente correlacionados entre si. À proporção que o nível de consumo geral de produtos e serviços aumenta, é gerado um estímulo de uma produção maior para satisfazer o nível crescente de vontades, necessidades ou demanda, o que influencia dentre outras questões a posição social dos indivíduos (Salimath & Chandna, 2018). À medida que a sustentabilidade

se destaca nas agendas de discussão acadêmicas e políticas, bem como no repertório mercadológico, amplia-se a abrangência de questões relacionadas à necessidade não apenas de processos produtivos sustentáveis, mas também de um consumo sustentável. Tal fato ratifica a dinâmica em torno do paradigma de produção e consumo sustentável.

O estudo sobre consumo em relação à sustentabilidade ao longo dos anos move sua ênfase no meio ambiente por meio das noções básicas de “consumo verde”, e evolui no sentido mais ampla do termo em que se tem múltiplos elementos sendo considerados. Surgem tipologias, e estas precisam ser mais bem delineadas nas pesquisas de acordo com sua ênfase. Para Silva et al. (2013), o consumo sustentável assume uma perspectiva macro e complexa, englobando tanto o consumo consciente quanto o consumo verde. Seria uma espécie de hierarquia na contribuição de indivíduos para a sustentabilidade. Promover o consumo sustentável é, portanto, um dos objetivos do desenvolvimento sustentável, que visa alcançar eficiência energética e de recursos, acesso a serviços básicos, desenvolver infraestruturas sustentáveis e melhorar a qualidade de vida para todos (Dubey et al., 2016). Buscar entender como o tema vem sendo abordado com contexto brasileiro ao longo dos anos é relevante no sentido de deixar claro os entendimentos e, se houver, as inconsistências relacionadas com o tema. Muitas vezes o uso da expressão é equivocado; com isso, na medida em que se busca esclarecer o uso dos conceitos, percebe-se a possibilidade de maiores avanços na literatura.

METODOLOGIA

Com o objetivo de identificar o perfil de publicações sobre consumo sustentável no período de uma década, a presente pesquisa possui caráter qualitativo, já que se caracterizou pela busca e análise de artigos em relação ao conteúdo por este apresentado. Para tanto, o método utilizado foi a revisão da literatura, que ao contrário da revisão narrativa, é uma revisão planejada para responder a uma pergunta específica e que utiliza métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos, e para coletar e analisar dados desses estudos incluídos na revisão (Botelho et al., 2011).

A revisão da literatura utilizada baseou-se em Clarke e Oxman (2001) e está dividida em três etapas: 1) planejamento de revisão; 2) realização da revisão e 3) comunicação e divulgação. Com esta perspectiva, para o desenvolvimento da pesquisa foi iniciado o processo de planejamento. Para tanto, foram pesquisados os periódicos indexados nas bases de dados online SPELL (*Scientific Periodicals Eletronic Library*), o qual considera diversos estratos da classificação do sistema CAPES (Qualis 2013-2016) para a área de Administração, Contabilidade e Turismo. A pesquisa buscou artigos na língua portuguesa e inglesa. Para tanto, utilizou-se como palavra-chave o termo "Consumo Sustentável". Como o foco desta

pesquisa está em entender o conceito em si, outras combinações não foram utilizadas. Buscou-se a presença dessa expressão no título e/ou palavras-chave. Como período para o levantamento das publicações, optou-se por delimitar o período de 2009-2018, uma década, de modo a abranger apenas os estudos mais recentes já realizados sobre o assunto durante este período. Desse modo, a pesquisa foi realizada em dois momentos, agosto de 2018 e abril de 2019, no intuito de realizar *double-check* das publicações e observar se foram realizadas atualizações por parte das revistas.

O processo de codificação para cada categoria poderia ter sido afetado pela subjetividade, por isso, para assegurar a objetividade do processo de pesquisa, as diretrizes de dupla baseadas em Roy e Singh (2017) e Wang et al. (2019) foram utilizadas. O processo de codificação foi realizado pelos pesquisadores de forma independente. Se um desacordo surgiu ou algum dos pesquisadores estava incerto sobre como codificar melhor um artigo, foi realizado um debate para criação de consenso. Com todas essas delimitações, foram selecionados 54 artigos que atendem aos critérios citados anteriormente e conseguem de uma forma clara representar o que vem sendo publicado sobre o tema. Os limites definidos neste artigo consideram as características de outras pesquisas sistemáticas realizadas.

Após a seleção, os artigos selecionados foram catalogados, com o uso do software Excel, com a extração dos dados que buscava responder ao objetivo de pesquisa. Para melhor apresentar os resultados, uma lista foi criada a partir de uma codificação realizada considerando a evolução temporal (Ver Apêndice A). Nesta pesquisa, os dados foram analisados inicialmente as seguintes categorias: (1) quantidade de publicações; (2) autoria; (3) método de investigação; (4) tipologias de consumo; e (5) resultados dos artigos, com ênfase nas limitações e proposições (o que gerou a agenda de pesquisa). Para tanto, foi realizada a análise do conteúdo dos artigos seguindo os critérios de Bardin (2009). Para garantir a confiabilidade dos resultados, a análise foi realizada de forma interativa entre os pesquisadores como apresentado anteriormente, no sentido de garantir o entendimento sobre o tema e os desdobramentos da pesquisa.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Considerando as etapas da revisão da literatura, esta seção busca comunicar o que foi identificado. É importante destacar que o foco esteve em todo o momento no termo consumo sustentável e que as variações possíveis não foram consideradas, pois apresentam diferentes direcionamentos para o estudo do consumo. Alguns critérios foram usados: a) apenas artigos de periódicos, excluindo-se possível casos de ensino identificados; b) ênfase na área de Administração, Contabilidade e Turismo; e c) optou-se por delimitar o período de 2009-2018.

O ano de 2011 assume destaque com o maior número de artigos publicados sobre a temática Consumo Sustentável totalizando 09 artigos publicados no ano (Ver Apêndice B). Com o passar dos anos a quantidade de artigos produzidos obteve certa variação. No entanto, não é possível afirmar a existência de estabilidade, uma vez que seria necessário um movimento de crescimento a cada ano. Tal aspecto é importante de ser relatado já que isto tem acontecido nas produções internacionais (Araújo et al., 2021; Costa Filho et al., 2021; Wang et al., 2019). A partir dos resultados pode-se concluir que as pesquisas realizadas em Consumo Sustentável estão mais presentes nas seguintes revistas: Revista de Gestão Social e Ambiental (RGSA), Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), Revista das Ciências Contábeis e Sustentabilidade (REUNIR) e Amazônia, Organizações e Sociedade que totalizam juntas 21 publicações, ou seja, 39% das publicações centradas em quatro revistas. O restante está vinculado à apenas uma ou duas revistas publicadas durante o período na temática. Também fica evidente que as publicações se concentram quase de maneira geral nos periódicos que apresentam qualificação B2 Qualis/Capes e que apenas três publicações foram realizadas em revistas com qualificação A2 Qualis/Capes. Fazendo uma análise por autoria, foram selecionados dez autores com mais de uma publicação sobre o tema durante o período analisado. Estes foram posicionados por ordem de artigos publicados e contribuições. São eles em ordem sequenciada: (a) Minelle E. Silva (13 artigos); (b) Carla Pasa Gómez (10 artigos); (c) Verônica M. De Oliveira (6 artigos); (d) Suzanne N. Correia (6 artigos); (e) Vanessa E. Mondini (3 artigos); (f) Gustavo da Rosa Borges (3 artigos); (g) Marialva T. Dreher (3 artigos); (h) Giancarlo Gomes (2 artigos); (i) Patricia M. Gorni (2 artigos) e (j) Ricardo T. Veiga (2 artigos). As demais publicações tiveram apenas um autor.

Características metodológicas e tipologia de consumo

Após uma visão macro sobre as publicações, o Quadro 1 demonstra quais foram as metodologias utilizadas nas pesquisas. Como se observa, os artigos foram classificados em cinco tipos de pesquisa (ou seja, Revisão, Estudo de Caso, *Survey*, Teórico e Qualitativo) de acordo com o que se apresentou nos artigos analisados. Quando não estava claro quais eram as classificações, esta foi definida pelos pesquisadores a partir da leitura detalhada. Além disso, definiu-se a categoria "Outros" para indicar os artigos que possuem diferentes tipologias (Ver detalhe no Apêndice A). Vale salientar que no tipo Revisão, artigos bibliométricos ou de revisão sistemática também foram considerados. No tipo Teórico, considera-se os artigos que tiveram o foco em ensaios teóricos e, por fim, o tipo Qualitativo, se refere aos artigos que não possuem um método claro, mas que utilizaram técnicas qualitativas como entrevistas, por exemplo.

QUADRO 1

CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DOS ARTIGOS SELECIONADOS

Tipo de Pesquisa	Códigos
Revisão	6,14,22
Estudo de caso	7,29,30,36,39,42
Survey	2,4,5,9,10,12,13,16,18,19,27,34,37,38,43,45,46,48,49,50,51,52
Teórico	1,11,25,31,32,35,40,54
Qualitativo	7,15,21,24,26,28,29,30,33,36,37,41,44,53
Outros	3,8,17,20, 23,44,47

FONTE: DADOS DA PESQUISA (2019).

Como se observa no Quadro 1, a maioria dos artigos (22 dos 54) apresentam uma abordagem quantitativa baseada em survey. Tal fato pode se justificar pela ênfase utilizada – como por exemplo a análise do consumo sob uma perspectiva individual, uma vez que no estudo do comportamento do consumidor este é um método bastante utilizado. Em seguida, são observados estudos qualitativos (14 dos 54), os teóricos (08 dos 54), os estudos de caso (06 dos 54) e, por último, foram identificadas 03 revisões, o que demonstra ainda mais a relevância desta pesquisa para a literatura e novos pesquisadores. Os demais artigos pesquisados (07 dos 54) apresentaram diferentes métodos, a exemplo do experimento. Com esta visão, percebe-se que há uma tendência para a utilização de diversas metodologias, o que é bastante positivo para o desenvolvimento do tema. Apesar desta discussão, é necessário refletir sobre o conceito que está sendo utilizado para o desenvolvimento das pesquisas.

No que se refere ao conteúdo em si apresentado nos textos, o Quadro 2 apresenta a classificação realizadas pelos autores deste artigo para o banco de dados selecionado. Em muitos momentos os autores dos artigos estudados mencionam falar sobre consumo sustentável, o que não se alinha com a base teórica aqui considerada. Tal resultado foi também identificado por Melo et al. (2021). Neste caso, muitas vezes o termo consumo sustentável é utilizado para se falar de consumo verde, o que, de acordo com a literatura, são questões totalmente diferentes. O mesmo se observa quando se fala em consumo consciente. Desse modo, a presente pesquisa ressalta a necessidade de diferenciar os tipos de consumo no sentido de melhor aderência a uma perspectiva teórica como indicado por Silva et al. (2013). Assim sendo, a classificação aqui realizada busca um sentido de trazer maiores reflexões sobre o uso dos termos e do uso desta abordagem teórica, que ainda carece de pesquisas.

**QUADRO 2**

TIPOLOGIAS DE CONSUMO IDENTIFICADAS

Tipo de Consumo	Códigos
Consumo sustentável	1,2,4,5,6,10,11,12,19,21,22,24,25,26,28,29,30,32,33,35,36,39,40,41,42,43,46,47,50
Consumo consciente	7,27,49,51,53
Consumo verde	3,8,9,13,14,15,16,17,18,20,23,31,34,37,38,44,45,48,52,54

FONTE: DADOS DA PESQUISA (2019).

Como se observa no quadro, apesar da prevalência dos estudos definidos como Consumo Sustentável, há a distribuição dos artigos nos três tipos de consumo considerados. Esta visão sugere que ainda existem muitas inconsistências e confusão sobre a temática, o que demonstra necessidade de maior aprofundamento dos autores numa visão teórica. Como estudado por Silva et al. (2014), pesquisas relacionadas com o tema desenvolvimento sustentável precisam se aprofundar e refletir sobre uma contribuição macro para a sociedade. Mais importante ainda de ser comentado, Lim (2016) argumenta que não existe uma solução universal para a sustentabilidade e que, em vez disso, a sustentabilidade e seus conceitos relacionados como o Consumo Sustentável precisam ser continuamente alimentados por uma abordagem adaptativa, equilibrada e contextualizada. Portanto, é necessário que as pesquisas busquem aprofundar sobre o que se entende sobre este tema e então avançar na construção do conhecimento com contribuição para a sustentabilidade e seus conceitos afins.

Características dos resultados: limitações e proposições

As pesquisas apresentam em seu desenvolvimento, algumas características específicas sobre as suas limitações e possibilidades para novas pesquisas e estudos. Neste contexto, foi desenvolvido um panorama dos artigos no que concerne suas limitações e proposições. Com a análise, foi identificada que a maioria dos artigos apresentou discussões sobre possíveis limitações que as pesquisas tenham apresentado (38 dos 54 artigos pesquisados). Tais pontos abordam relacionadas à dificuldade de generalização dos resultados encontrados, ao tamanho das amostras, à pouca literatura, à reduzida base de dados, às escalas e teorias usadas, ao uso de alguns métodos que dificultam a eficácia da pesquisa e o tempo utilizado para a pesquisa. Um ponto que chamou atenção envolve a dificuldade de coletar dados, pois os respondentes não apresentam motivação ou disponibilidade para suportar a pesquisa. Tais elementos podem ser inerentes a diferentes conceitos, no entanto, ao se entender que o consumo sustentável carece de avanço teórico e metodológico, tal resultado ratifica a carência de avanços no tema no sentido de pensar não apenas o resultado, mas o processo de pesquisa.

No que se refere às proposições, percebe-se que a maioria dos trabalhos também indica que novos estudos e futuras pesquisas sejam desenvolvidos (48 dos 54 artigos da base). Tais elementos ratificam o debate sobre limitações no sentido de expor com consistência a necessidade de criar teorias e meios de operacionalização para o tema. Este aspecto pode ser identificado também em revisões de literatura com foco em pesquisas internacionais (Roy & Singh, 2017; Wang et al., 2019), que discutem dentre outros aspectos a necessidade de observar as especificidades de diferentes contextos como é o caso do Brasil que pode ser considerado país em desenvolvimento, mas, ao mesmo tempo, concentra possíveis múltiplas facetas dentro do próprio país, o que influencia a maneira de pesquisar sobre o tema e de como fazer negócios (lidando com consumidores, por exemplo). O estudo das limitações e proposições levam a criação de uma agenda de pesquisa no tema.

Uma agenda de pesquisa no Brasil

A partir da análise das limitações e proposições, foram identificados diversos temas que representam caminhos que podem ser percorridos por novas pesquisas, dentre as quais: estudos sobre práticas de resistência ao consumo, a aplicação de pesquisas em diferentes tipos de amostras, exploração de outros métodos e técnicas de pesquisas. Apesar desses destaques, é importante criar uma agenda mais pontual que demonstre exatamente como pesquisas podem avançar no sentido de inserir melhor elementos de consumo sustentável. De acordo com algumas pesquisas (Roy & Singh, 2017; Silva & Pedrozo, 2016; Wang et al., 2019), o tema deve ser observado de forma interdependente com a produção sustentável. no entanto, entende-se que a complexidade em torno do tema cresce exponencialmente. Baseando-se na análise dos artigos, podem ser considerados como principais pontos que formam a agenda de pesquisa sobre consumo sustentável no Brasil:

1- Aprofundamento teórico. Como identificado ao longo da presente pesquisa, ainda existe limitada consistência teórica nas pesquisas desenvolvidas sobre o consumo sustentável no Brasil. Consumo sustentável não se refere apenas ao ato de consumir, mas envolve outros elementos que merecem atenção e podem ser melhor delineados se houver tal aprofundamento. Silva (2012) apresentou um conjunto de teorias que podem ser utilizadas para entender o tema. Desse modo, retoma-se esta discussão no sentido de ressaltar que ainda são necessários avanços no tema. Para o autor, o consumo sustentável pode ser estudo a partir das teorias: "Teoria Institucional, Teoria dos Stakeholders, Abordagem de Redes, além de se trabalhar com o estudo da Governança nas interações, Capital Social, Responsabilidade Socioambiental, Estratégia organizacional pelos atores na rede de influências, a Prática dentro do contexto de Teoria Social, Abordagem da Troca Social" (Silva, 2012, p. 227).

2- Abrangência de escopo. É comum as pesquisas em consumo sustentável estarem limitadas a entender o tema sob a perspectiva do comportamento do consumidor, o que é necessário e relevante no contexto da disciplina de Marketing. No entanto, a disciplina está focada em temas como consumo consciente e consumo verde. Para discutir consumo sustentável, pode-se ampliar o escopo de pesquisa buscando utilizar outros elementos como o comprometimento de atores com a sustentabilidade (ou projetos de consumo sustentável), o ceticismo em torno da implantação de sustentabilidade no contexto público e privado, o engajamento de diversos atores em torno da construção de produção e consumo sustentável, bem como a prática do consumo sustentável, o que indica que a prática em si deve ser entendida como unidade de análise. Ao mesmo tempo, deve-se sair de um foco específico no consumidor e considerar um conjunto amplo de atores sociais em torno do tema. Tal aspecto se refere ainda a diversificar a amostra de pesquisa para além de estudantes universitários para a população.

3- Diversificar o contexto. Talvez seja o aspecto mais desafiador, assim como o que melhor representa a necessidade de pensar pesquisas que realmente demonstrem a existência e o desenvolvimento do tema no país. É constante as pesquisas que buscam entender o consumo no contexto de cidades, universidades e bairros. Seria interessante ampliar esta discussão para contextos mais complexos como é o caso de inter-regiões, interculturais, inter-territórios. Tal diversificação poderá melhor ressaltar a multiplicidade de elementos no Brasil e deixar claro que o consumo sustentável requer envolvimento de diversos atores a partir de suas características. Deve-se considerar as diferentes demandas de acordo com os diversos locais do país. Quando se fala em diversificar deve-se considerar ainda como se dá a dinâmica de atuação entre atores no contexto on-line e off-line, o que pode sugerir características bem peculiares a depender de onde se pesquisa.

A agenda de pesquisa aqui apresentada se limita a três pontos principais, no entanto ao se observar o detalhamento de cada ponto seria possível criar um conjunto amplo de elementos de pesquisa, o que demonstra com mais ênfase qual o potencial de pesquisa em torno desse tema. Vale salientar de forma transversal que o uso de diferentes técnicas e métodos de pesquisa são chamados a tornar possível a pesquisa sobre o tema, o que pode envolver intervenções, *laddering*, experimentos, observação *shadowing*, análises *zoom-in* e *zoom-out*. Ou seja, existe um conjunto de emergentes pesquisas sobre o tema que podem tomar lugar e demonstrar o potencial que o tema tem em contribuir com a sustentabilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa analisou como a temática sobre o consumo sustentável está sendo abordada nos periódicos do Brasil. A partir deste estudo, foi constatado que o consumo sustentável vem

sendo investigado no período de dez anos de forma crescente, mas ainda com um conjunto de limitações que demonstram o seu potencial. Os resultados demonstram que ao longo dos anos o tema perdeu um pouco de ênfase, no entanto, com a agenda de pesquisa apresentada, entende-se ser possível o estímulo de pesquisa para novos pesquisadores. Verificou-se que a maior parte da produção foi realizada com mais de dois autores, deixando claro a diversificação de grupos de pesquisadores sobre a temática. Conclui-se também que os artigos em sua maioria apresentaram em seus resultados a comprovação e identificação de ações, de estudos e focos de interesse em consumo sustentável e que outro grupo de artigos relacionou assuntos relacionados como consciência ambiental, produtos sustentáveis, consumo ecológico, ideologia verde e preservação do meio ambiente.

Como limitação do presente estudo, ressalta-se a seleção de artigos que se restringiu ao período de 2009 a 2018 com foco somente nas publicações realizadas na base de dados SPELL. Sugere-se para pesquisas futuras que possam seguir a agenda de pesquisa apresentada e então buscar novas formas de avançar e reconhecer o tema no país. No contexto de revisão de literatura sobre a perspectiva de consumo para a sustentabilidade, seria interessante ampliar as palavras-chave para consumo consciente, consumo verde, consumo responsável, caso o foco esteja em identificar o contexto de publicação neste âmbito, não entender profundamente um deles, como realizado nesta pesquisa sobre consumo sustentável. Da mesma maneira, sugere-se o desenvolvimento de novas pesquisas em Consumo Sustentável, com diferentes focos de pesquisa, comparando publicações nacionais e internacionais.

REFERÊNCIAS

- Anantharaman, M. (2018). Critical sustainable consumption: a research agenda. *Journal of Environmental Studies and Sciences*, 8(4), 553-561.
- Araújo, A., Oliveira, V. M.; Correia, S. E. (2021). Consumo sustentável: Evolução temática de 1999 a 2019. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 22.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.
- Botelho, L. L. R., Cunha, C. C. D. A., & Macedo, M. (2011). O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade*, 5(11), 121-136
- Clarke, M.; Oxman, A. D. (2001). Formulating the problem. In Clark M., & Oxman, A. D. (Eds.). *Cochrane Reviewer's Handbook Section 4*. Cochrane Collaboration, 2001.
- Costa Filho, F. C., Oliveira, L. V. C., Lima, D. S. V. R., & Moreira da Silva, C. R. (2021). Consumo sustentável: evolução da produção científica e agenda de pesquisa. *REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 11(1), 56-67.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S. J., Papadopoulos, T., Wamba, S. F., & Song, M. (2016). Towards a theory of sustainable consumption and production: constructs and measurement. *Resources, Conservation and Recycling*, (106), 78-89.
- Efing, A. C., & Geromini, F. P. (2016). Crise ecológica e sociedade de consumo. *Revista Direito Ambiental e Sociedade*, 6(2), 2016.

- Intergovernmental Panel on Climate Change [IPCC] (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/>
- Jackson, T. (2007). Sustainable consumption: In Atkinson, G., Dietz, S., & Neumayer, E. (Eds.). *Handbook of Sustainable Development*. Edward Elgar Publishing.
- Junqueira, L. A. P., Maior, J. S., & Pinheiro, F. P. (2011). Sustentabilidade: A produção científica brasileira entre os anos de 2000 e 2009. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 5(3), 36-52.
- Lidegaard, B. (2017). *Sustentabilidade na era Trump*. <http://www.jornaldenegocios.pt/opiniaoeconomistas/detalhe/sustentabilidade-na-era-trump>.
- Lim, W. M. (2016). A blueprint for sustainability marketing: Defining its conceptual boundaries for progress. *Marketing Theory*, 16(2), 232–249.
- Lim, W. M. (2017). Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. *Journal of Business Research*, 78, 69–80.
- Liu, Y., Qu, Y., Lei, Z., & Jia, H. (2017). Understanding the evolution of sustainable consumption research. *Sustainable Development*, 25(5), 414-430.
- Machado J. R. C., Souza, M. T. S., & Ribeiro, H.C. M. (2012). A contribuição dos 15 anos do SIMPOI ao estudo da sustentabilidade ambiental: Um estudo bibliométrico. In *Anais do XV Simpósio de Administração da Produção, Logísticas e Operações Internacionais – SIMPOI*. São Paulo, SP.
- Melo, S. R. M., Silva, M. E., & Melo, F. V. S. (2021). Consumo e Sustentabilidade em Turismo: panorama, conceitos e métodos aplicados no contexto de pesquisas no Brasil. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(2), 215-229.
- Nascimento, L. F. M., Silva, M. E., Jappe, M. L. M., & Alves, A. P. F. (2014). Ecologicamente Correto Para Aliviar a Consciência ou Para Mudar o Mundo? Uma Discussão Sobre Padrões de Consumo. *Revista em Agronegócio e Meio Ambiente*, 7(1), 173-194.
- Portilho, F. (2005). Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. *Cadernos EBAPE.BR, Ed. Temática*.
- Reisch, L. A., Cohen, M. J., Thorgersen, J. B., & Tukker, A. (2016). *Sustainable consumption*. Research challenges.
- Roy, V., & Singh, S. (2017). Mapping the business focus in sustainable production and consumption literature: Review and research framework. *Journal of Cleaner Production*, 150, 224-236.
- Royo, G. M. (2019). Sustainable consumption and wellbeing: Does on-line shopping matter? *Journal of Cleaner Production*, 229(20), 1112-1124.
- Salimath, M. S., & Chandna, V. (2018). Sustainable consumption and growth: Examining complementary perspectives. *Management Decision*, 59(6), 1288-1248.
- Silva, M. E. (2012). Consumo Sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)*, 11(2), 217-232.
- Silva, M. E., Alves, A. P. F., & Volkmer, G. (2014). Está chovendo no molhado? A visão acadêmica sobre o desenvolvimento sustentável em um contexto de crise. *Revista de Administração da UFSM*, 7(Ed. Especial), 70-87.
- Silva, M. E., Balbino, D. P., & Gómez, C. P. (2012). Consumo Sustentável na base da pirâmide: definindo papéis e obrigações para a efetivação do desenvolvimento sustentável. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 5(2), 18-33.

- Silva, M. E.; Pedrozo, E. Á. (2016). Consumo sustentável: um olhar a partir da teoria da complexidade. *Revista eletrônica de gestão organizacional*, 14, 1-15.
- Silva, M. E., Oliveira, A.P., & Gomez, C. R. P. (2013). Can collaboration between firms and stakeholders stimulate sustainable consumption? Discussing roles in the Brazilian electricity sector. *Journal of Cleaner Production*, 47, 236-244.
- Silva, M. Z., Dani, A. C., Beuren, I. M., & Kloeppe, N. R. (2011). Características bibliométricas e sociométricas de publicações da área ambiental em congressos e periódicos nacionais. In *Anais do XIII Encontro Nacional de Gestão Empresarial e Meio Ambiente*. São Paulo, SP.
- Todero, M., Macke, J., & Biasuz, T. S. (2011). O Consumo Consciente e sua relação com as ações de responsabilidade social empresarial. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 5(1), 158-175.
- United Nations [UN]. (2017a). Sustainable Development Goals: 17 Goals to transform our world. [Online]. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- United Nations [UN]. (2017b). Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns. [Online]. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- Wang, C., Ghadimi, P., Lim, M. K., & Tseng, M. L. (2019). A literature review of sustainable consumption and production: A comparative analysis in developed and developing economies. *Journal of Cleaner Production*, 206, 741-754.

Apêndice A – Lista e referências dos artigos analisados

1. Oliveira, V. de, Correia, S.E., & Gomez, C.R. (2018). Inovações Sociais como Meio de Promoção do Consumo Sustentável: Possibilidades e Desafios. *Revista Desenvolvimento em Questão*, 16(44), 383-416. [Consumo Sustentável; Teórico]
2. Oliveira, V.M. de, Correia, S.E.N., & Gomez, C.R.P. (2018). O policy delphi como método de pesquisa para o desenvolvimento de framework: o caso dos papéis de promoção do consumo sustentável no contexto brasileiro. *Revista Capital Científico*, 16(2), 39-52. [Consumo Sustentável; Outros: Delphi]
3. Oliveira, V. de, Gomez, C.R., Correia, S.E., & Nobrega, E. (2018). Papéis das empresas e o Consumo Sustentável na visão de especialistas brasileiros. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 12(2), 55-70. [Consumo Sustentável; Outros: Delphi]
4. Zwicker, M. A. A., & Lobler, L.M. (2018). Construção de um modelo de predição para o consumo de tecnologia da informação verde. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 8(3), 47-57. [Consumo Verde; Outros: Experimento]
5. Oliveira, V. de, Gomez, C.R., & Correia, S.E. (2018). Os papéis da sociedade civil como protagonista no processo de promoção do consumo sustentável: uma análise baseada na percepção de especialistas brasileiros. *Revista Organizações & Sociedade*, 25(85), 229-246. [Consumo Verde; Outros: Delphi]
6. Martins, H. et al. (2018). Variáveis demográficas e o Comportamento do Consumidor de água: Estudo de uma população Universitária. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 8(1), 56-72. [Consumo Verde; Survey]
7. Mondini, V. E. D. et al. (2018). Influência dos fatores consciência ambiental e hábitos de consumo sustentável sobre a intenção de compra de produtos ecológicos dos

- indivíduos, *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(2), 117-129. [Consumo Verde; Survey]
8. Mueller, A., Damacena, C., & Vaz, V.F. (2018). Dissonância Cognitiva e Consumo Sustentável: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Gestão e Tecnologia*, 18(1), 171-196. [Consumo Verde; Revisão]
 9. Severo, E. A., DE Guimarães, J. C. F., Brito, L. M. P., & Dellarmelien, M. L. (2017). Environmental Sustainability and Sustainable Consumption: The Perception of Baby Boomers, Generation X and y in Brazil. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 11(3), 92-110. [Consumo Verde; Survey]
 10. Silva, V.B.M. da, Santos, A.C.M.Z. dos, & Petrini, M. (2017). Promovendo o consumo Sustentável: Um estudo de Caso. *Revista Pretexto*, 18(3), 50-66. [Consumo Consciente; Estudo de Caso]
 11. Andreoli, P.T., Lima A.V., & Prearo C.L. (2017). A ineficácia dos selos verdes sobre o comportamento do consumidor. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 16(1), 62-79. [Consumo Verde; Outros: Experimento]
 12. Kist, V.L., Werlang, B.N., Flach, O.R., & Favretto, F. (2016). Inovatividade Organizacional, Consumo Sustentável e Desempenho Evidências Empíricas no Setor do Agronegócio. *Revista Desenvolvimento em Questão*, 14(37), 64-88. [Consumo Verde; Survey]
 13. Ribeiro, D.A.J., Veiga, T.R., & Higuch, K.A. (2016). Personality traits and Sustainable Consumption. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(3), 297-313. [Consumo Verde; Survey]
 14. Silva, M.E., & Pedrozo, E.A. (2016). Consumo Sustentável: Um olhar a partir da Teoria da Complexidade. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 14(Edição Especial), 1- 15. [Consumo Sustentável; Teórico]
 15. Afonso et al. (2016). Comportamento de Consumo Sustentável: Mensuração com o Uso da Teoria da Resposta. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 14, 16-29. [Consumo Verde; Survey]
 16. Mendes, J.N.S., Oliveira., V.M. de, Correia, S.E.N., & GOMEZ, C.R.P. (2016). Consumo e Sustentabilidade: Um levantamento das práticas cotidianas de consumidores na Cidade de Campina Grande - PB. *Revista Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 5(1), 21-38. [Consumo Verde; Survey]
 17. França, S.L., Turano, M.L., & Cherman, A. (2016). Conhecimento Científico sobre Comércio Justo: Um estudo Bibliométrico de 2001 a 2013. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, 10(1), 41-57. [Consumo Consciente; Revisão]
 18. Hohenberger, V., Tonin, S., & Costa, V.M.F. (2016). Consumo sustentável: comportamento consumidor de alunos de graduação em Administração. *Revista Amazônia Organizações e Sociedade*, 5(2), 73-90. [Consumo Consciente; Survey]
 19. Lacerda, J.O.S. et al. (2016). "Antropocêntricos ou ecocêntricos?": As motivações dos consumidores para a compra de alimentos orgânicos em uma feira de Recife/PE. *Revista da Gestão e Sociedade*, 10(25), 1255-1273. [Consumo Verde; Qualitativo]
 20. Tambosi, V.S.S. et al. (2015). Proposta de redimensionamento de escalas sobre consumo sustentável, consciência ambiental e intenção de compra de produtos ecológicos, a partir da ótica de universitários brasileiros. *Revista de Administração de Santa Maria*, 8(1), 1-14. [Consumo verde; Survey]
 21. Rozzet, K. et al. (2015). Atitude e intenção de compra de têxtil feito a partir de material reciclado: um estudo sobre a influência de atributo ecológico. *Revista Capital Científico*, 13(4), 45-61. [Consumo Verde; Outros: Experimento]

22. Silva, Q.F., Lima Filho, O.D., & Freire, O. (2015). A influência da consciência ambiental e das atitudes em relação ao consumo sustentável na intenção de compra de carne bovina. *Revista de Administração de Santa Maria*, 8(3), 463-481. [Consumo verde; Survey]
23. Back, L. et al. (2015). A Consciência Ambiental e as Atitudes de Consumo Sustentável de estrangeiro. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 5(2), 25-42. [Consumo Verde, Survey]
24. Nascimento, R.E. do, Costa, F.M. da, & Oliveira, K.K. de. (2015). Comunicação Persuasiva na Internet por meio do Youtube: é possível aumentar a preocupação ambiental e o envolvimento do consumidor com a sustentabilidade? *Revista Teoria e Prática em Administração*, 5(1), 1-24. [Consumo Verde; Outros: Experimento]
25. Silva, M.E., & Nascimento, L.F.M. (2015). Atuação responsável ou jogo de mercado? Entendendo a relação empresa-mídia para a efetivação do consumo sustentável. *Revista de Administração de Santa Maria*, 8(1), 73-88. [Consumo Sustentável; Qualitativo]
26. Bergel, E. et al. (2015). Relação entre Marketing e RSAE nos congressos da ANPAD: Estudo Bibliométrico de 1998-2012. *Revista de Administração da UNEP*, 13(1), 189-219. [Consumo Consciente; Revisão]
27. Sacramento, V.R.S. et al. (2014). O efeito da consciência ecológica e do framing de perda e ganho no comportamento do consumidor. *Revista de Administração da UNIMEP*, 12(3), 184-206. [Consumo Verde, Outros: Experimento]
28. Oliveira, V. M., Correia, S. É. N., & Gomez, C. R. P. (2014). Escala de consumo sustentável: um estudo comparativo entre alunos e professores da Universidade Federal de Campina Grande – PB. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, 8(3), 89-105. [Consumo Consciente; Survey]
29. Silva, M.E., & Slongo, L.A. (2014). A estratégia do marketing de relacionamento para o consumo sustentável: Um estudo no varejo. *Revista da Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 3(2), 153-173. [Consumo Sustentável, Qualitativo].
30. Silva, M.E., & Cândido, G.A. (2014). The Business Contribution for Sustainable Consumption: a proposal of theoretical categories and analytical parameters, *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)*, 13(1), 74-88. [Consumo Sustentável, Teórico]
31. Tambosi, S. S. V. et al. (2014). Consciência ambiental, hábitos de consumo sustentável e intenção de compra de produtos ecológicos de alunos de uma IES de Santa Catarina. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 5(3), 454-468. [Consumo Verde; Survey]
32. Peixoto, A. F., & Pereira, R. C. F. (2013). Discurso versus Ação no Comportamento Ambientalmente Responsável. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 2(2), 72-100. [Consumo Verde; Qualitativo]
33. Cordeiro, A. T. et al. (2013). Consumidora consciente?! Paradoxos do discurso do consumo sustentável de moda. *Revista Brasileira de Marketing*, 12(3), 01-22. [Consumo Consciente; Qualitativo]
34. Terres, M. S., & Branchi, I. H. (2013). Going Green: consumo sustentável e as estratégias de marketing verde. *Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar*, 5(1), 33-41. [Consumo Verde; Teórico]
35. Silva, M.E., Oliveira, A.P., & Gómez, C.R.P. (2013). Indicadores de Consumo Consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 12(1), 39-56. [Consumo consciente; Survey]

36. Silva, M.E. (2013). A contribuição do varejo para o consumo sustentável: Uma análise das práticas do Walmart Brasil junto aos seus stakeholders. *Revista Estratégia e Negócios*, 6(2), 66-93. [Consumo Sustentável; Estudo de Caso]
37. Silva, M.E. (2013). Inovação Organizacional para o Consumo Sustentável: A Inserção de Novas Práticas e Tecnologias nos Negócios do Walmart Brasil. *REUNIR – Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 3(2), 66-89. [Consumo Sustentável; Estudo de Caso]
38. Silva, M.E. (2013). As práticas empresariais responsáveis no Walmart Brasil e o consumo sustentável no varejo de supermercados. *Revista Organizações em Contexto*, 9(17), 155-181. [Consumo Sustentável; Estudo de Caso]
39. Dias, S.F.L.G., & Teodósio, A.S.D.S. (2012). Controvérsias em torno do Consumo e da Sustentabilidade: uma análise exploratória da literatura. *Revista Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 1(2), 61-77. [Consumo Verde; Teórico]
40. Silva, M.E. (2012). Consumo Sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)*, 11(2), 217-232. [Consumo Sustentável; Teórico]
41. Kraemer, F., Silveira, T., & Rossi, C.A.V. (2012). Evidências cotidianas de resistência ao consumo como práticas individuais na busca pelo desenvolvimento sustentável *Caderno EBAPE.BR*, 10(3), 677-700. [Consumo Consciente; Qualitativo]
42. Gorni, P.M., Gomes, G., & Dreher, M.T. (2012). Consciência ambiental e gênero: os universitários e o consumo sustentável. *Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA*, 6(2), 165-179. [Consumo Verde; Survey]
43. Silva, M.E., Corrêa, A.P.M., & Gómez, C.P. (2012). Inovando para o consumo sustentável: O desafio na construção de um novo paradigma organizacional. *Revista de Negócios*, 17(2), 21–40. [Consumo Sustentável; Teórico]
44. Silva, M.E., & Oliveira, A.P.G. (2012). Mapeando as Inter-relações para a Efetivação do Consumo Sustentável sob a Perspectiva Governo-Empresa-Sociedade. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade, REUNIR*, 2(2), 94-112. [Consumo Sustentável; Estudo de Caso]
45. Kruter, G. E., Barcellos, M. D., & Silva, V. S. (2012). As Atitudes dos Consumidores em Relação ao Plástico Verde. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS*, 1(1), 19-46. [Consumo Verde; Survey]
46. Gomes, G., Gorni, P.M., & Dreher, M.T. (2011). Consumo sustentável e o comportamento de universitários: discurso e práxis!. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 10(2), 80 -92. [Consumo Verde; Survey]
47. Silva, M.E., & Gómez, C. R. P. (2011). O papel do governo e a prática do consumo sustentável: como esse stakeholder atua no setor elétrico? *Revista eletrônica da Ciência administrativa*, 10(2), 107-123. [Consumo Sustentável; Estudo de caso]
48. Silva, M.E., Balbino, D.P., & Gómez, C.R.P. (2011). Consumo sustentável na base da pirâmide: Definindo papéis e obrigações para a efetivação do desenvolvimento sustentável. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 5(2), 18-33. [Consumo Sustentável; Teórico]
49. Costa, V.D., & Teodosio, S.S.A. (2011). Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da Comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. *Revista de Administração da Mackenzie*, 12(3), 114-145. [Consumo Consciente; Qualitativo]

50. Oliveira, L.G.L., & Costa, J.F. (2011). Produção e consumo Sustentável: Um estudo de caso Adao. *Revista de Administração da Mackenzie*, 16(2), 31-46. [Consumo Sustentável; Estudo de Caso]
51. Ribeiro, J. A., & Veiga, R T. (2011). Proposição de uma escala de consumo sustentável. *Revista de Administração da USP*, 46(1), 45-60. [Consumo Consciente; Survey]
52. Rocha, A.L. (2011). Intenções e ações em relação a escolhas de produtos ecológicos: estudos sobre o comportamento do consumidor carioca. *Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 9(11), 49-65. [Consumo Verde; Qualitativo]
53. Romeiro, M.C., Prearo, L.C., & Cordeiro, M.S. (2011). O comportamento de descarte seletivo do lixo domiciliar: Um estudo exploratório para selecionar fatores de influência da adoção desse comportamento. *Revista Gestão & Regionalidade*, 27(79), 108-123. [Consumo Verde; Survey]
54. Borinelli, B. et al. (2010). Regulação Ambiental e Consumo Sustentável: uma discussão a partir da percepção dos consumidores de Londrina-PR. *Revista Capital Científico*, 8(1), 77-91. [Consumo Verde; Survey]

Apêndice B – Total da Amostra conforme palavra-chave pesquisada

Revista	Qualis Capes (2013-2016)	ANO										Total por revista
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Revista de Gestão Social e Ambiental	B1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	6
Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)	B1	0	0	2	1	1	1	0	0	1	0	6
Revista de Administração, Ciências Contábeis e Sustentabilidade (REUNIR)	B2	0	0	0	1	1	0	1	0	0	2	5
Amazônia, Organizações e Sustentabilidade	B3	0	0	0	1	0	1	0	2	0	0	4
Revista de Administração da UFSM	B1	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	3
Revista Brasileira de Marketing (ReMARK)	B1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2
Revista de Negócios	B1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2
Revista Gestão.Org	B2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
Desenvolvimento em Questão	B2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
Revista de Administração da UNIMEP	B2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade (GEAS)	B2	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Revista Capital Científico (RCCE)	B3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2

Cadernos Ebape.Br	A2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Revista de Administração - São Paulo	A2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Organizações e Sociedade	A2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
RAM - Rev. Adm. Mackenzie	B1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão	B1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Revista Gestão e Tecnologia - Faculdade Pedro Leopoldo	B2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Revista PRETEXTO	B2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Teoria e Prática em Administração	B2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Estratégia e Negócios	B2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Revista Organizações em Contexto	B2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Gestão e Regionalidade	B2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (RPCA)	B2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Revista Eletrônica Gestão e sociedade	B3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Revista Capital Científico	B3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar (RAUNP)	B3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Revista Eletrônica de Administração e Turismo (REAT)	B3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Número Total de Publicações	-	0	0	9	7	7	5	7	8	4	7	54



INFORMAÇÕES ACADÊMICAS E PROFISSIONAIS DA AUTORIA

CAROLINA MAPURUNGA AZEVEDO

Doutora em Administração, Universidade de Fortaleza, Brasil.
ORCID iD: 0000-0001-6348-4581 | ID Lattes: 3011630470951846
E-mail: carolmapurunga@gmail.com (autor correspondente)

MINELLE ENÉAS DA SILVA

Doutor em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.
Docente na Excelia Business School, França.
ORCID iD: 0000-0003-2074-6478 | ID Lattes: 3329329091837689
E-mail: minele.adm@gmail.com

CONTRIBUIÇÃO E ATUAÇÃO EM ATIVIDADES DE AUTORIA

CAROLINA MAPURUNGA AZEVEDO

Contribuiu e atuou igualmente, em relação à equipe de autoria, nas atividades envolvidas com Definições / Conceitos / Teorias, Pesquisa / Seleção / Organização / Administração dos Dados, Exame Pormenorizado / Avaliação Crítica / Validação dos Dados, Descrição e Delimitação dos Procedimentos Metodológicos, Responsabilização na Pesquisa Documentada no Artigo Submetido e Redação do Texto.

MINELLE ENÉAS DA SILVA

Orientou atividades envolvidas com Pesquisa / Seleção / Organização / Administração dos Dados, Descrição e Delimitação dos Procedimentos Metodológicos.
Contribuiu e atuou igualmente, em relação à equipe de autoria, nas atividades envolvidas com Definições / Conceitos / Teorias, Exame Pormenorizado / Avaliação Crítica / Validação dos Dados, Responsabilização na Pesquisa Documentada no Artigo Submetido e Redação do Texto.

DECLARAÇÃO DE CONFLITOS DE INTERESSES DA AUTORIA

CAROLINA MAPURUNGA AZEVEDO

Declarou não possuir conflitos de interesse verdadeiro (factual), possível (potencial), de ordem financeira, de ordem pessoal, de ordem acadêmica, relacionado à afiliação institucional, de ordem política e de ordem religiosa. Além dos questionados, declarou não possuir outros conflitos de interesses.

MINELLE ENÉAS DA SILVA

Declarou não possuir conflitos de interesse verdadeiro (factual), possível (potencial), de ordem financeira, de ordem pessoal, de ordem acadêmica, relacionado à afiliação institucional, de ordem política e de ordem religiosa. Além dos questionados, declarou não possuir outros conflitos de interesses.