



# Colóquio Nacional Henri Lefebvre

Produção e Reprodução do Espaço Urbano nas Cidades Brasileiras

30, 31 de Out. e 1 de Nov. de 2013

---

## O CONSUMO E O CONSUMERISMO UNIVERSITÁRIO: UMA REALIDADE PARA ANÁPOLIS/GO.

Joana D'arc Bardella Castro<sup>1</sup>  
Isabela Raissa B. Arcanjo<sup>2</sup>

### INTRODUÇÃO

O ato do consumo é inseparável da vida humana, pois baliza as relações sociais e faz parte da dinâmica da economia. Muitos são os parâmetros que permitem conhecer os caminhos trilhados pelo consumo, mas não existe uma teoria sociocultural do consumo.

Os consumidores utilizam bens e serviços para expressar quem e como são, reafirmando sua identidade, status e poder. O objetivo desse estudo é apresentar a dinâmica do consumo sustentável no âmbito universitário.

O consumo que depende do estilo de vida, e é determinado pelas características: individual, porém, segundo o contexto familiar, social ou ambiental ou, ainda, de acordo com características tecnológicas Kunz, Schmitt; Meyer (2010). Uma distinção detalhada foi usada por Jackson e Marks (1999), e abrange os seguintes componentes de consumo: alimentação, habitação, consumo de combustível, saúde, vestuário, manutenção, eletrodomésticos, comunicação, livros e jornais, fumo e álcool, móveis, recreação e entretenimento, viagens e outros.

### METODOLOGIA

Foram pesquisados 843 universitários no município de Anápolis/ GO através da pesquisa de campo, exploratória e descritiva. A pesquisa contou com 18 questões objetivas. Os questionários foram aplicados aos universitários, nos meses de agosto e setembro de 2013.

---

<sup>1</sup> Economista, Doutoranda em Economia pela UNB e Mestre em Economias de Empresas pela UCB- Brasília. Professora pesquisadora da UEG unidade UnUCSEH.

<sup>2</sup> Graduada em Farmácia. Técnica no Laboratório de Química Experimental da UEG.



# Colóquio Nacional Henri Lefebvre

Produção e Reprodução do Espaço Urbano nas Cidades Brasileiras

30, 31 de Out. e 1 de Nov. de 2013

---

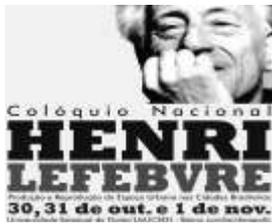
## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa entrevistou 325 estudantes da universidade pública e 563 de faculdades privadas. Na universidade pública participou: 66,67% de mulheres. A faixa etária predominante foi entre 21 a 25 anos (45,4%). Quanto a renda disponível possuíam renda até 1 salário mínimo 63,33%. Mais de um salário até 3 salários, 30,67%. Pouco mais de 12% ganham mais de 4 salários. Eram estagiários 15,15%. O meio mais utilizado para locomoção é o carro próprio, 48,5%. Usam a moto, 15,2% dos estudantes. A condução popular é usada por 18,2% e o restante vão a pé ou de bicicleta. Para se alimentar 54,55% dos estudantes consomem *fest food*. Para se vestir 80% se preocupam com a marca e 72,7% consumiram calçados nos últimos três meses. 17,64% já procurou o PROCON. Dos estudantes universitários 58% afirmam consumir por impulso e na mesma proporção, não se preocupam com o descarte dos produtos que compram.

Nas faculdades particulares: 43,18% de mulheres. A faixa etária predominante foi entre 16 a 20 anos (75%). Quanto a renda disponível possuíam renda até 1 salário mínimo 79,54%. Mais de um salário até 3 salários 13,49%. Pouco mais de 6,8% ganham mais de 4 salários. Eram estagiários 13,96%. O meio mais utilizado para locomoção é o carro próprio, 20,45%. Usam a moto, 26,18% dos estudantes. A condução popular é usada por 6,82% e o restante vão a pé ou de bicicleta. Para se alimentar 47,73% dos estudantes consomem *fest food*. Para se vestir 50,89% se preocupam com a marca e 81,83% consumiram calçados nos últimos três meses. 16,67% já procurou o PROCON. Dos estudantes universitários 39% afirmam consumir por impulso e 50% não se preocupam com o descarte dos produtos que compram.

Mont e Plepys (2008) afirmam que o consumo requer ação individual relacionada a hábitos e estilo de vida. Em países desenvolvidos existe uma preocupação de compra dos produtos e serviços mais compatíveis com o meio ambiente. Isso significa que o consumo sustentável na sua forma mais ampla requer uma renegociação entre as instituições e a grande sociedade.

Akenji (2013) registra que o distanciamento entre o consumidor e a extração dos recursos naturais para a produção e na outra extremidade o descarte (lixo) dos produtos



## Colóquio Nacional Henri Lefebvre

Produção e Reprodução do Espaço Urbano nas Cidades Brasileiras

30, 31 de Out. e 1 de Nov. de 2013

---

consumidos cria no consumidor uma acomodação na dinâmica do consumo que leva ao desperdício, e ao uso irracional dos produtos.

Entre os objetos de consumo pelos estudantes universitários no qual 84,8% dos que frequentam a faculdade pública tem note boock, 72,7% celular, 42,4% usam pen drive. Os que frequentam as faculdades particulares 70,45% tem note boock, 93,12% celular e 34,09% usam pen drive.

A maioria dos estudos ambientais sobre o consumo sugerem como solução as novas tecnologias, por melhorar o uso dos recursos e conseqüentemente o aumento da produtividade mas isso não é suficiente pra reduzir o impacto ambiental dos efeitos do consumo principalmente em países em desenvolvimento e subdesenvolvidos. A grande proposta esta em reduzir os padrões de consumo e os níveis de consumo baseados em níveis de suficiência.

Os programas preferido pelos estudantes que frequentam faculdades públicas são: encontros na casa dos amigos 45,4% e idas ao cinema ou barzinhos 27,3%. Para os que frequentam faculdades particulares são: 52,27% encontros na casa dos amigos e cinema 34,09% e shopping 25%.

Para o período de férias ou finais de semanas prolongados a opção de viagem perto da cidade de Anápolis são: descansar em hotel fazenda e banhos de cachoeiras 36,36% para os dois tipos de universitários, 21,21% fazer trilha para estudantes de faculdades públicas e ir a uma grande cidade fazer compras 22,73% para estudantes de faculdades particulares.

Os estudantes estão preocupados com a qualidade do que consomem (82,35% publica e 86,4% particular) seguido de preço (58% pública e 54,65particular). Os itens como produto sustentável e embalagem reciclável são inexpressíveis pelos alunos universitários das faculdades públicas principalmente. Isso pode ser sinônimo e cultura local. Mas também o é falta de educação ambiental ou inserção de matérias correlatas nos currículos das Instituições de Ensino Superior - IES

É importante notar que a televisão (82,35%), a internet (90,5%) e revistas (17,64%) são os meios mais utilizados pelos estudantes da Universidade pública para conhecer novos produtos em quanto os estudantes das faculdades particulares são os amigos (34,09%), a televisão (50%) e a internet (79,55%).



## Colóquio Nacional Henri Lefebvre

Produção e Reprodução do Espaço Urbano nas Cidades Brasileiras

30, 31 de Out. e 1 de Nov. de 2013

---

Comprar faz parte do comportamento cotidiano de todo indivíduo. O enfoque principal é a conscientização no ato da compra. O grande desafio está em consumir de forma sustentável, e para isso, deve se levar em conta os diversos impactos ambientais, sociais e econômicos das inúmeras empresas.

### REFERÊNCIAS

- AKENJI, L. Consumer scapegoating and limits to green consumerismo. *Journal of Cleaner Production* . n.30. 2013. p. 1 – 11.
- JACKSON, T.; MARKS, N. Consumption, sustainable welfare, and human needs – with reference to UK expenditures patterns between 1954 and 1994. *Ecological Economics* . n.28. 1999. p. 421-441.
- KUNZ,W.SCHMITT,B.MEYER,A. How does perceived firm innovativeness affect the consumer? *Journal of Business Research* . n.64, 2011, p.816-822.
- MONT, O.;PLEPYS, A. sustainable Consumption progress: Should we be proud or alarmed? *Journal of Cleaner Production*. N. 16.2008. p. 531 – 537.