

# Antroposfera:

## Hábitos de Consumo

PROJETO  
lagoa  
**VIVCI**

# CRÉDITOS

Este material foi elaborado no âmbito do Convênio de PDI (Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação) celebrado entre a CODEMAR (Companhia de Desenvolvimento de Maricá), Prefeitura Municipal de Maricá e UFF (Universidade Federal Fluminense).

## **PREFEITO MUNICIPAL DE MARICÁ**

Fabiano Horta

## **PRESIDENTE DA CODEMAR**

Hamilton Lacerda

## **COORDENADOR DO PROJETO LAGOA VIVA - CODEMAR**

Eduardo Britto

## **REITOR DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE**

Dr. Antônio Cláudio Lucas da Nóbrega

## **PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO EUCLIDES DA CUNHA**

Dr. Alberto Di Sabatto

## **COORDENADOR DO PROJETO LAGOA VIVA - UFF**

Dr. Eduardo Camilo da Silva

## **COORDENADORA DO PPGAD/UFF**

Dra. Ana Raquel Coelho Rocha

## **GERENTE DO PROJETO LAGOA VIVA – UFF**

Marcio Soares da Silva

## **COORDENADORA CIENTÍFICA DO PROJETO LAGOA VIVA UFF**

Dra. Evelize Folly das Chagas

## **AUTORES CONTEUDISTAS**

Renan Amorim, Mahathma Aguiar Barreto, Pedro da Silva Sant'Anna, Lucas Gaudie-Ley, Joel de Mattos Junior, Victor Aleluia da Silva, Beatriz Freitas dos Santos Gonçalves, Carolina Waite, Lara Pompermayer, Danniela Scott, Khauê Vieira e Fabiana Pompermayer

## **ORGANIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS**

Anna Clara Waite

## **REVISOR E EDITOR**

Jefferson Lopes Ferreira Junior

## **DIAGRAMAÇÃO**

Julia Braghetto Moreira

PROJETO  
lagoa  
**VIVAI**

# ENCICLOPÉDIA

1a edição, volume I. Rio de Janeiro, Eduk.AI Ltda., 2024  
© 2024 Eduk.AI Ltda.

produção:

EDUK.AI | Transformação  
Inovação educacional  
Inteligência Artificial



# APRESENTAÇÃO

A **Plataforma LAGOA VIVA** de Maricá é uma Comunidade Educacional que visa a Aprendizagem Ambiental desenvolvida com recursos tecnológicos de inteligência artificial para identificar índices de maturidade ambiental da população e para fornecer trilhas de aprendizagem. A proposta é identificar o perfil comportamental ambiental do indivíduo para o desenvolvimento de autopercepção e fornecer trilhas de aprendizagem com o intuito de ampliar a consciência ambiental e proporcionar uma maior eficácia de práticas cotidianas de preservação do meio ambiente.

Esta Comunidade Educacional de Aprendizagem Ambiental também se dedica à disponibilização de cartilhas e ebooks para que docentes, discentes e público em geral possam obter conteúdo de qualidade e de fácil acesso nas diversas temáticas sobre o meio ambiente. A educação ambiental é uma ferramenta importante para o desenvolvimento sustentável, contribuindo para a construção de uma cidade mais justa, igualitária e ambientalmente responsável. Por isso, cientes da importância e urgência desta questão, a CODEMAR (Companhia de Desenvolvimento de Maricá), UFF (Universidade Federal Fluminense) e Prefeitura de Maricá, desenvolveram a Plataforma LAGOA VIVA, uma iniciativa pioneira que utiliza tecnologia de ponta e tem potencial de revolucionar o âmbito da Educação Ambiental.

As cartilhas e ebooks estão organizadas nos principais temas que envolvem todas as esferas planetárias. Os conteúdos perpassam os seguintes eixos (esferas):

- **PLANETA TERRA**
- **ATMOSFERA**
- **GEOSFERA**
- **HIDROSFERA**
- **BIOSFERA**
- **ANTROPOSFERA**

# HÁBITOS DE CONSUMO



Figura 1: Consumo  
Fonte: Imagem do Freepik

Os **HÁBITOS DE CONSUMO** são um reflexo das escolhas que fazemos como indivíduos em relação aos produtos e serviços que adquirimos e utilizamos no nosso dia a dia. O **COMPORTAMENTO DE CONSUMO** tem um impacto significativo no meio ambiente, na economia e na sociedade em geral, pois afeta o uso dos recursos naturais, a produção de resíduos e a distribuição de renda.

O **CONSUMO EXCESSIVO** e desenfreado é um problema global que afeta a sustentabilidade do planeta. A cada ano, a demanda por recursos naturais cresce em proporções alarmantes, e a produção de resíduos e poluentes se torna cada vez mais preocupante. Além disso, a **DISTRIBUIÇÃO DESIGUAL DE RENDA** leva a uma situação em que apenas uma pequena parcela da população consome de forma exagerada, enquanto a grande maioria sofre com a falta de acesso a bens básicos.

O conceito de **SUSTENTABILIDADE** propõe um equilíbrio entre o desenvolvimento econômico, a preservação ambiental e o bem-estar social. Algumas ações que podem ser tomadas incluem:

- **REDUÇÃO DO CONSUMO:** é preciso repensar a necessidade de adquirir determinados produtos e serviços. É possível reduzir o consumo de energia, água e outros recursos, por meio da utilização de tecnologias mais eficientes e da adoção de hábitos mais sustentáveis.
- **REUTILIZAÇÃO E RECICLAGEM:** é importante dar destino adequado aos resíduos produzidos, por meio da separação do lixo e da reciclagem de materiais. Além disso, é possível reutilizar produtos e embalagens, reduzindo a necessidade de produzir novos materiais.

- **CONSUMO CONSCIENTE:** ao adquirir produtos e serviços, é preciso levar em consideração o impacto ambiental e social da sua produção e utilização. É importante escolher produtos de empresas que tenham responsabilidade ambiental e social, e priorizar produtos sustentáveis e duráveis.
- **COMPARTILHAMENTO:** a economia compartilhada propõe uma alternativa ao consumo excessivo, por meio do compartilhamento de bens e serviços. Plataformas de compartilhamento de carros, bicicletas, ferramentas e outros objetos podem ser uma opção sustentável e econômica.
- **AGRICULTURA SUSTENTÁVEL:** o consumo de alimentos também tem um grande impacto ambiental. A adoção de práticas de agricultura sustentável, como o uso de técnicas de cultivo orgânico e a valorização da produção local, pode contribuir para reduzir o impacto ambiental da produção de alimentos.

É importante lembrar que a **MUDANÇA DE HÁBITOS DE CONSUMO** não deve ser apenas individual, mas também coletiva e estrutural. É necessário repensar os modelos de produção e consumo em larga escala, buscando uma economia mais circular e sustentável. Para isso, é fundamental o engajamento da sociedade, das empresas e dos governos em busca de um futuro mais justo e sustentável para todos.

## **A FORMAÇÃO DOS HÁBITOS DE CONSUMO: INFLUÊNCIAS CULTURAIS, ECONÔMICAS, TECNOLÓGICAS E SOCIAIS**

Os **HÁBITOS DE CONSUMO** são moldados pela interação complexa de vários fatores, incluindo a cultura, a economia, a tecnologia, a psicologia e a sociedade em geral. Algumas das principais formas pelas quais os **HÁBITOS DE CONSUMO** se formam nas sociedades são:

- **INFLUÊNCIAS CULTURAIS:** A cultura tem um papel importante na formação dos hábitos de consumo, uma vez que os valores, crenças e tradições de uma sociedade afetam a maneira como as pessoas consomem.
- **INFLUÊNCIAS ECONÔMICAS:** O poder aquisitivo de uma pessoa é um fator importante na determinação dos seus hábitos de consumo. Fatores como a renda, os preços dos produtos, a disponibilidade de crédito e as políticas governamentais podem influenciar a decisão das pessoas de gastar ou economizar.
- **INFLUÊNCIAS TECNOLÓGICAS:** O avanço da tecnologia pode influenciar a maneira como as pessoas consomem. Por exemplo, o surgimento da internet e das mídias sociais mudou a forma como as pessoas compram produtos e serviços, permitindo que elas pesquisem e

comparem preços antes de tomar uma decisão.

- **INFLUÊNCIAS SOCIAIS:** As pessoas muitas vezes são influenciadas pelos comportamentos de seus amigos, familiares e colegas de trabalho. As tendências de consumo podem se espalhar rapidamente entre grupos sociais, tornando-se uma norma cultural ou uma moda passageira.

Em resumo, os **HÁBITOS DE CONSUMO** são formados pela interação complexa de fatores culturais, econômicos, tecnológicos, psicológicos e sociais. Esses fatores moldam a maneira como as pessoas consomem e podem mudar ao longo do tempo em resposta a mudanças na sociedade.

As empresas têm um grande impacto sobre os nossos **HÁBITOS DE CONSUMO**, pois elas utilizam diversas estratégias de marketing para persuadir as pessoas a comprarem seus produtos e serviços. Algumas das principais estratégias utilizadas pelas empresas para influenciar os nossos **HÁBITOS DE CONSUMO** incluem:

- **PUBLICIDADE:** As empresas investem grandes quantias de dinheiro em publicidade para chamar a atenção dos consumidores e promover seus produtos. A publicidade pode ser veiculada em diversos meios, como televisão, rádio, jornais, revistas, mídias sociais e outdoors.
- **PROMOÇÕES E DESCONTOS:** As empresas frequentemente oferecem promoções, descontos e cupons para incentivar as pessoas a comprarem seus produtos. Essas ofertas podem criar um senso de urgência e levar as pessoas a comprarem coisas que talvez não precisem imediatamente.
- **MARKETING DE INFLUÊNCIA:** O marketing de influência envolve a utilização de celebridades ou influenciadores digitais para promover um produto ou serviço. Essas pessoas têm um grande número de seguidores e podem influenciar as opiniões e comportamentos dos consumidores.
- **EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:** As empresas procuram oferecer uma experiência de compra agradável para os clientes, a fim de fidelizá-los e incentivá-los a retornar para novas compras. Isso pode incluir a oferta de serviços de atendimento ao cliente de qualidade, a personalização de produtos e serviços, e o fornecimento de ambientes de compra agradáveis e confortáveis.
- **EMBALAGEM E DESIGN:** A embalagem e o design dos produtos também podem influenciar os nossos hábitos de consumo. Uma embalagem atrativa e um design bem pensado podem fazer com que um produto se destaque nas prateleiras e desperte o interesse dos consumidores.
- **LANÇAMENTOS DE NOVOS PRODUTOS:** As empresas frequentemente lançam novos produtos e serviços para chamar a atenção dos consumidores e mantê-los interessados

em sua marca. Esses lançamentos podem incluir a introdução de novas tecnologias, novas fórmulas de produtos ou novos designs.

- **CRIAÇÃO DE NECESSIDADES:** As empresas podem criar a sensação de necessidade em relação a um determinado produto ou serviço, através de campanhas publicitárias bem elaboradas que destacam as vantagens e benefícios do produto. Elas podem, por exemplo, criar uma campanha publicitária mostrando que um determinado produto é essencial para a vida moderna ou para manter um estilo de vida saudável.
- **POSICIONAMENTO DA MARCA:** O posicionamento da marca é um fator importante na influência dos hábitos de consumo. As empresas procuram criar uma imagem positiva de sua marca, por meio da associação com valores e estilos de vida específicos. Essa imagem pode influenciar as escolhas dos consumidores e fidelizar os clientes.
- **PESQUISA DE MERCADO:** As empresas investem em pesquisa de mercado para conhecer melhor os hábitos e preferências dos consumidores, bem como identificar tendências emergentes. Essa informação é utilizada para criar produtos e serviços que atendam às necessidades dos consumidores e para desenvolver estratégias de marketing eficazes.
- **INFLUÊNCIA EM GRUPOS SOCIAIS:** As empresas também podem influenciar os hábitos de consumo por meio de grupos sociais, como família, amigos e colegas de trabalho. As recomendações e avaliações dessas pessoas podem ser importantes para os consumidores na tomada de decisões de compra.

Em resumo, as empresas utilizam diversas **ESTRATÉGIAS DE MARKETING** para influenciar os **HÁBITOS DE CONSUMO**, incluindo publicidade, promoções, marketing de influência, experiência do cliente, embalagem e design, lançamentos de novos produtos, criação de necessidades, posicionamento da marca, pesquisa de mercado e influência em grupos sociais. Essas estratégias são eficazes na persuasão dos consumidores a comprarem produtos e serviços, e podem moldar a maneira como as pessoas consomem. As empresas utilizam diversas estratégias de marketing para influenciar os nossos hábitos de consumo. Essas estratégias podem ser encontradas em todas as etapas do processo de compra.



# A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NO COMÉRCIO ELETRÔNICO E NOS HÁBITOS DE CONSUMO: TRANSFORMAÇÕES E PERSONALIZAÇÃO NA ERA DIGITAL

A **TECNOLOGIA** tem tido um impacto significativo nos nossos **HÁBITOS DE CONSUMO**, especialmente no que diz respeito ao comércio eletrônico e às redes sociais. No **COMÉRCIO ELETRÔNICO**, a tecnologia tem permitido que as pessoas comprem produtos e serviços online de forma rápida e conveniente, sem precisar sair de casa. Isso tem mudado a forma como as pessoas fazem compras e tem levado a um aumento no comércio eletrônico em todo o mundo. Além disso, a **TECNOLOGIA** também tem permitido a personalização das compras com base em preferências e histórico de compras, o que pode aumentar a satisfação do cliente e a fidelidade.

Já as **REDES SOCIAIS** têm desempenhado um papel importante na influência dos **HÁBITOS DE CONSUMO**, especialmente através da publicidade personalizada e das recomendações de produtos e serviços. As empresas têm usado as redes sociais para alcançar potenciais clientes, e as plataformas de mídia social usam algoritmos para fornecer recomendações de produtos e serviços com base em interesses e comportamentos de navegação. Isso pode levar a comportamentos de compra impulsivos e a uma maior exposição a produtos e serviços que os consumidores não necessariamente precisam.

Além disso, a **TECNOLOGIA** também tem permitido o surgimento de **NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS**, como o compartilhamento de economia e o comércio social. Esses modelos têm o potencial de reduzir o desperdício e aumentar a eficiência no consumo de recursos, mas também podem levar a problemas de segurança e privacidade.

No entanto, apesar dos benefícios, a **TECNOLOGIA** também pode levar a problemas de segurança e privacidade, bem como a um aumento do consumo desnecessário e do desperdício. É importante que os consumidores usem a tecnologia de forma consciente e responsável e que as empresas adotem práticas éticas e sustentáveis em suas operações online. As políticas governamentais também podem desempenhar um papel importante na **REGULAMENTAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO** e na proteção dos direitos do consumidor.

Existem muitas medidas individuais e coletivas que podem ser adotadas para promover **HÁBITOS DE CONSUMO MAIS SUSTENTÁVEIS** e responsáveis. Algumas delas incluem:

- Reduzir o consumo de produtos descartáveis e optar por alternativas duráveis e reutilizáveis, como sacolas de compras reutilizáveis, copos e garrafas reutilizáveis, utensílios de cozinha

duráveis, entre outros.

- Comprar produtos e serviços de empresas que adotam práticas sustentáveis e responsáveis em suas operações, como reciclagem de resíduos, uso de materiais sustentáveis e práticas de comércio justo.
- Optar por produtos com certificações ambientais, como selos de certificação de eficiência energética e certificações de gestão ambiental, que indicam que o produto ou serviço foi produzido com práticas sustentáveis.
- Evitar o desperdício de alimentos e reduzir o consumo de carne e produtos de origem animal, que têm um alto impacto ambiental e contribuem para a emissão de gases de efeito estufa.
- Investir em fontes de energia renovável, como painéis solares, turbinas eólicas e sistemas de aquecimento solar.
- Participar de campanhas e movimentos sociais que promovem práticas de consumo sustentáveis, como ações de reciclagem, plantio de árvores e atividades de educação ambiental.
- Usar transporte público, bicicleta ou caminhar em vez de dirigir um carro sozinho, o que pode reduzir as emissões de gases de efeito estufa e melhorar a qualidade do ar.
- Conscientizar e educar a sociedade sobre práticas de consumo sustentáveis, promovendo debates e fóruns de discussão, publicações em redes sociais e outras formas de divulgação.
- Pressionar empresas e governos a adotarem práticas mais sustentáveis em suas operações e políticas, por meio de petições, ações judiciais, manifestações e outras formas de pressão social.
- Comprar produtos usados ou reconicionados, o que ajuda a reduzir a demanda por novos produtos e prolongar a vida útil dos recursos existentes.
- Fazer escolhas conscientes ao consumir energia e recursos, evitando o desperdício de água, eletricidade e outros recursos naturais.
- Participar de programas de coleta seletiva e reciclagem, separando os resíduos e encaminhando-os para a reciclagem correta.
- Apoiar e incentivar a produção e o consumo de produtos locais e de pequenos produtores, o que reduz a pegada de carbono e promove a economia local.
- Buscar informações e se informar sobre as cadeias produtivas dos produtos e serviços que consumimos, desde a extração de matérias-primas até o descarte final, para avaliar o impacto ambiental e social desses processos.
- Promover a economia circular, valorizando a reutilização, reciclagem e reprocessamento de produtos e resíduos, para reduzir a extração de novas matérias-primas e reduzir a quantidade de resíduos enviados para aterros sanitários.

Ao adotar essas medidas, os indivíduos e a sociedade como um todo podem contribuir para a redução do impacto ambiental e social do consumo e promover hábitos mais sustentáveis e responsáveis.

## LEITURAS RECOMENDADAS

### PÚBLICO GERAL

“Hábitos de consumo: como entender o comportamento dos consumidores”

<https://mindminers.com/blog/habitos-de-consumo-como-e-por-que-entender-o-comportamento-dos-consumidores/>

“Hábitos de consumo: antes, durante e pós pandemia”

<https://www.embracon.com.br/blog/habitos-de-consumo-antes-durante-e-pos-pandemia>

“Hábitos de consumo: o que é e como isso pode te ajudar?”

<https://etagdigital.com/habitos-de-consumo-o-que-e-e-como-isso-pode-te-ajudar/>

## VÍDEOS INFORMATIVOS SUGERIDOS

### PÚBLICO GERAL

“Educação Ambiental - Hábitos de Consumo”

[https://www.youtube.com/watch?v=0aW\\_TYLz4ew](https://www.youtube.com/watch?v=0aW_TYLz4ew)

“SOCIEDADE DE CONSUMO e CONSUMISMO”

<https://www.youtube.com/watch?v=Uv3KGDYihCk>

## LINK DA IMAGEM

FIGURA 1:

[https://br.freepik.com/vetores-premium/ilustracao-em-vetor-conceito-abstrato-de-dieta-de-alimentos-crus\\_32395234.htm#page=2&query=h%C3%A1bitos%20de%20consumo&position=12&from\\_view=search&track=ais](https://br.freepik.com/vetores-premium/ilustracao-em-vetor-conceito-abstrato-de-dieta-de-alimentos-crus_32395234.htm#page=2&query=h%C3%A1bitos%20de%20consumo&position=12&from_view=search&track=ais)

PROJETO

# lagoa VIVA

produção:

EDUK.AI | Transformação  
Inovação educacional  
Inteligência Artificial

 Universidade  
Federal  
Fluminense

 **CODEMAR**  
MARICÁ DESENVOLVIMENTO

 PREFEITURA DE  
**MARICÁ**