



**A CONTEMPORANEIDADE DO CONSUMO SUSTENTÁVEL E AS
POSSIBILIDADES DECORRENTES DE INOVAÇÕES SOCIAIS NO CONTEXTO
BRASILEIRO.**

Lorena Laís Pessoa Costa¹, Verônica Macário de Oliveira²

RESUMO

Ao longo dos anos a sociedade tem enfrentado mudanças significativas nos seus hábitos de consumo e tais práticas interferem diretamente na sociedade e no meio ambiente. Por isso, a implementação de medidas que levem o indivíduo a consumir de forma mais sustentável vem sendo discutida e ampliada, dentre as quais se insere a inovação social que surge a partir de ações *bottom-up* visando auxiliar no processo de satisfazer as necessidades básicas da população não atendida pelo mercado convencional. Sendo assim, este presente trabalho tem o objetivo de mapear as iniciativas de inovação social voltadas à promoção do consumo sustentável no contexto brasileiro, sob a perspectiva do modelo de Jaeger-erben, Ruckert-Jonh e Schafer (2015). A análise deriva-se de uma pesquisa documental e bibliográfica, com cunho qualitativo e de natureza descritiva, abordando a caracterização das iniciativas mapeadas. No que tange as iniciativas de inovação social voltadas para o consumo sustentável percebe-se que existe uma maior concentração na região do nordeste brasileiro e que em sua maioria atende a área de alimentação, além disto, essas iniciativas de inovação social têm como objetivo a atitude de engajamento.

Palavras-chave: Consumo sustentável, Inovação social, Áreas de consumo.

¹Aluno de Administração, CH - UAAC, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: lorenalais7@gmail.com

² Doutora, Professora, CH - UAAC, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: veronicamacario@gmail.com

***THE CONTEMPORANEITY OF SUSTAINABLE CONSUMPTION AND THE
POSSIBILITIES ARISING FROM SOCIAL INNOVATIONS IN THE BRAZILIAN
CONTEXT.***

ABSTRACT

Over the years society has faced significant changes in its consumption habits and such practices directly interferes within itself and in the environment. Therefore, has been discussed and enlarged the implementation of measures that lead the individuals to consume in a more sustainable way, among which is inserted the social innovation that arises from bottom-up actions aimed at assisting in the process of satisfying the basic needs of the population not served by the conventional market. Thus, this paper aims to map social innovation initiatives directed to promoting sustainable consumption in the Brazilian context, from the perspective of the Jaeger-erben, Ruckert-Jonh and Schafer (2015) model. The analysis is derived from a documental and bibliographical research, using a qualitative and a descriptive research methods, approaching the characterization of the initiatives mapped. Regarding the social innovation initiatives aimed at sustainable consumption, it is perceived that there is a greater concentration in the region of the northeast of Brazil and that most of it it's within the food industry. In addition, these social innovation initiatives aims at the act of engagement.

Keywords: Sustainable consumption, Social innovation, Areas of consumption.