

# VOZES DIVERSAS

# DIFERENTES SABERES

Samantha Silva dos Santos



## SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA XXX SIC

15 A 19  
OUTUBRO  
CAMPUS DO VALE



## Consumo sob as perspectivas éticas e/ou morais – análise da produção científica no período de 2008 – 2018

Samantha Silva dos Santos<sup>1</sup>

Esta investigação integra uma pesquisa maior intitulada “**Publicidade sob as perspectivas éticas e/ou morais – análise da produção científica no período de 2008 – 2018**” sob a orientação da Professora Dra. Mariângela Machado Toaldo, realizada na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação.

### Objetivo

Analisar a produção científica sobre o consumo, enfocada a partir das perspectivas éticas e/ou morais através da publicação de artigos em periódicos científicos nacionais e internacionais no período de 2008 – 2018.

Analisar a produção científica sobre o consumo, enfocada a partir das perspectivas éticas e/ou morais através da publicação de artigos em periódicos científicos nacionais e internacionais no período de 2008 – 2018.

### Base Teórica

#### Consumo:

Trindade e Rodrigues (2016)  
Canclini (2005)  
Douglas e Isherwood (2004)

#### Ética/Moral:

Vázquez (2010)  
Marcondes (2007)

### Etapas

Pesquisa documental (SciELO, Web of Science, Capps, Springer e Google Academics);  
Classificação a partir dos resumos.

#### Cultura de consumo

**Perspectiva Organizacional:** focam em análises voltadas à relação da organização, geralmente, com o público externo, problematizam valores morais, sociais e culturais atrelados ao consumo de produtos e das mensagens emitidas.

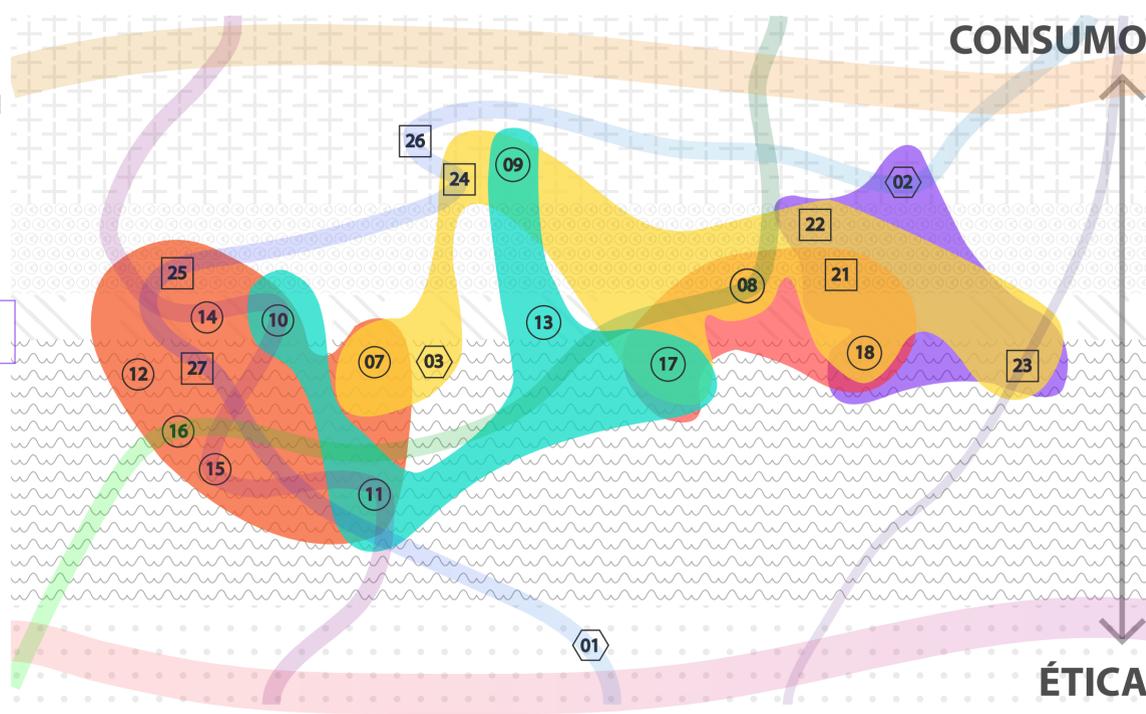
**Perspectiva do Consumidor:** focam em questões relativas à compreensão do comportamento, das motivações e dos contextos de vivência dos consumidores em relação às questões éticas e/ou morais das marcas e empresas.

**Teóricos:** têm abordagens mais amplas, tendo como foco questões ligadas às relações intra e interpessoais do sujeito, Teóricos sobre a Cultura de Consumo têm abordagens mais amplas, tendo como foco questões ligadas às relações intra e interpessoais do sujeito,

Leitura e classificação individual dos artigos (para confirmação da classificação anterior).

Elaboração do mapa cartográfico:

### Resultados



#### Zonas

- Comportamento do consumidor
- Responsabilidade do consumidor
- Práticas de consumo
- Construção de Identidade
- Consequências ao consumidor

#### Campo de proximidade às Vias Expressas

- + Consumo
- + Meio/Consumo
- + Meio
- + Meio/Ética
- + Ética

#### Vias Expressas

- Consumo
- Ética

#### Vias Estruturais

- Consumo Responsável
- Consumo Ético
- Discursos

#### Via Perimetral

- Consequências ao Consumidor

- 04 19 Artigos não analisados por falta de disponibilidade gratuita.
- 05 20
- 06

#### Perspectiva Organizacional

- 1 Closer to Nature? A Critical Discussion of the Marketing of "Ethical" Animal Products
- 2 Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability
- 3 Pague e Peque: Uma Arqueologia do Discurso do Adulterio Mercadorizado
- 4 Corporate social responsibility as cultural meaning management: a critique of the marketing of "ethical" bottled water
- 5 Marketing's Consequences: Stakeholder Marketing and Supply Chain Corporate Social Responsibility Issues
- 6 The Effectiveness of Reconstructing Strategies for Consumer Trust under the Negative Publicity: Apology, Denial, or Reticence?

#### Perspectiva Teórica

- 21 A moralidade da globalização
- 22 Bienestar subjetivo del consumidor y concepto de felicidad
- 23 Consumo e obediência: a desarticulação da liberdade
- 24 Consumo responsável: um passo além do aspecto ambiental
- 25 El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura
- 26 O ELEMENTO FINANCEIRO E A EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO RESPONSÁVEL
- 27 El consumo en la encrucijada ética

#### Perspectiva do Consumidor

- 7 A ética no consumo: qual a percepção da juventude?
- 8 Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities
- 9 Blame it on marketing: consumers' views on unsustainable consumption
- 10 Caring and Conflicted: Mothers' Ethical Judgments about Consumption
- 11 Consumer Response to Unethical Corporate Behavior: A Re-Examination and Extension of the Moral Decoupling Model
- 12 Do Ethical Social Media Communities Pay Off? An Exploratory Study of the Ability of Facebook Ethical Communities to Strengthen Consumers' Ethical Consumption Behavior
- 13 Strengthen Consumers' Ethical Consumption Behavior
- 14 Ethics and consumption: a difficult balance
- 15 Exploring the 'ethical everyday': An ethnography of the ethics of family consumption
- 16 Market Processes and the Ethics of Consumption
- 17 Motivações para o ciberativismo anticonsumo em comunidades virtuais antimarca
- 18 Narrativas éticas, simbólicas e políticas associadas ao consumo de alimentos agroecológicos, um estudo de caso Pluralismo moral y bienestar subjetivo del consumidor
- 19 Examining the Impact of Brand Transgressions on Consumers' Perceptions of Celebrity Endorsers
- 20 An investigation of Egyptian consumers' attitudes toward ethical issues in advertising