

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

CONSUMO CONSCIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: RELAÇÃO ENTRE ENTENDIMENTO E COMPORTAMENTO

**CONSCIOUS CONSUMPTION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT:
THE RELATIONSHIP BETWEEN UNDERSTANDING AND BEHAVIOR**

Daniele Nespolo, Valter Marcos Monteiro Fortes, Verena Alice Borelli, Maria Emilia Camargo e Pelayo Munhoz Olea

RESUMO

Este estudo teve como objetivo analisar por meio das heurísticas, a relação entre o entendimento e o comportamento na tomada de decisão dos indivíduos, relacionada à preservação do meio ambiente. Desenvolveu-se uma pesquisa de natureza aplicada, com abordagem quantitativa, tendo objetivo exploratório e utilizando os procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica e levantamento de dados. O questionário estruturado foi desenvolvido baseado na Escala Likert, com cinco pontos. Na análise dos dados, com utilização do software IBM SPSS Statistics 22, aplicou-se a estatística descritiva, correlação simples e ANOVA. Evidenciou-se que as maiores correlações estão relacionadas ao entendimento e compreensão dos temas abordados neste estudo e os menores estão relacionadas ao comportamento dos indivíduos quanto às questões ambientais. Deste modo, pode-se afirmar que há o entendimento das questões ambientais e sustentáveis que emergem no contexto atual, entretanto ainda são necessárias atitudes voltadas às ações ambientais. O presente estudo evidenciou que as decisões dos indivíduos diante de questões referentes à sustentabilidade (desenvolvimento sustentável), são estruturadas em padrões, valores, crenças, percepções e preconceitos.

Palavras-chave: Meio ambiente, desenvolvimento sustentável, consumo consciente, tomada de decisão.

ABSTRACT

This study aimed to analyze through heuristics, the relationship between knowledge and behavior in decision making of individuals, related to environmental preservation. We developed a kind of applied research with a quantitative approach, taking exploratory objective and the methodological procedures: literature search and data collection. The structured questionnaire was developed based on the Likert scale, with five points. In analyzing the data, using IBM SPSS Statistics 22 software, applied descriptive statistics, simple correlation, multiple linear regression and ANOVA. It was evident that the highest correlations are related to the understanding and comprehension of the issues addressed in this study and minors are related to the behavior of individuals on environmental issues. Thus, it can be stated that there is an understanding of the environmental and sustainability issues that emerge in the current context, but they are still necessary actions aimed at environmental actions. This study showed that individuals' decisions on issues related to sustainability (sustainable development), are structured, standards, values, beliefs, perceptions and prejudices.

Keywords: Environment, sustainable development, conscious consumption, decision making.

1 INTRODUÇÃO

O início do século XXI é marcado por um crescimento exponencial de consciência ecológica do consumidor devido à Associação dos impactos negativos do consumo em uma série de problemas ambientais como o aquecimento global e poluição (SVENSSON e WAGNER, 2012). Da mesma forma Ha-Brookshire e Norum (2011) acreditam que o interesse do consumidor referente a questões associadas a sustentabilidade aumentou, pois há mais problemas ambientais e sociais relacionados em nossa sociedade. Questões atuais de sustentabilidade têm incentivado a discussão em termos dos efeitos da consciência ambiental sobre o consumo (CARRINGTON et al, 2010).

O consumo sustentável aumentou de forma não convencional para ser uma tendência corrente nas sociedades das principais nações (Shaw et al., 2006) e os consumidores estão adquirindo consciência de produtos ambientalmente amigáveis (PHILIP, 2013). Para Harper (2001), a questão do consumo tem chamado à atenção dos cientistas sociais e vem sendo estudada conjuntamente ao fenômeno da desigualdade social, dado que este vem ocorrendo de forma crescente entre as nações e também entre as classes sociais de um mesmo país. Ainda, segundo o autor, tanto os altos quanto os baixos níveis de consumo, associados à alta ou baixa concentração de renda, seriam capazes de impactar o meio ambiente, pois, de um lado, os mais ricos tendem a consumir quantidades desproporcionais de comida, energia e bens industrializados e do outro, os mais pobres tendem a ocupar e super explorar os recursos naturais locais como forma de subsistência. Sublinha que a modificação das atitudes e dos padrões atuais de consumo sofre ainda uma série de resistências por parte dos indivíduos, principalmente pelo fato de que estes muitas vezes não visualizam uma relação convergente entre as suas decisões e ações voltadas às questões pró-ambientais e a melhoria nas condições do meio ambiente de modo geral, da mesma forma, o consumidor consciente pode eventualmente se sentir prejudicado ao supor que seus esforços não são compartilhados por outros consumidores que não estejam dispostos a privar-se de determinados recursos ou benefícios.

Contudo, notavelmente, os consumidores hoje mais que nunca estão mais conscientes sobre questões relacionadas à sustentabilidade, daí, pesquisadores tentam entender esta mudança social investigando os efeitos de vários aspectos, tais como o conhecimento ambiental ou atitudes sobre os comportamentos ambientais dos consumidores (CHEN; CHAI, 2010). O comportamento de “consumo *green*” é influenciado pelo compromisso e confiança (MCDONALD; OATES, 2006; PEATTIE, 2001). Por um lado, o compromisso está relacionado à disposição do consumidor para o *trade-off* entre benefícios ambientais e os custos individuais. Isso se traduz em disposição dos consumidores para: pagar preços *premium*; aceitar produtos com baixos níveis de desempenho e/ou aparência; saber mais sobre as questões ambientais e produtos em particular; e ainda gastar mais tempo e esforço à procura de produtos verdes com reduzida disponibilidade nas lojas de grande distribuição.

De acordo com Kaushik (2016) muitas vezes o motivo que levam os consumidores a consumir de forma socialmente responsável é principalmente com base na consciência de ter feito algo de bom para os outros. Ressalta que um consumidor socialmente responsável irá comprar produtos e serviços que são éticos, principalmente sem a exploração dos animais, dignidade humana e, sem prejuízo para o ambiente natural ou que promove o bem estar das pessoas, na parte inferior da pirâmide. Por exemplo, um consumidor responsável escolherá comprar *Lijjat papad* vendido pela SEWA (*Self Employed Women's Association*)¹ que garante

¹ Disponível em <http://www.sewa.org/> acesso Janeiro 2016

preço justo e ajuda a melhorar a vida das mulheres rurais, em vez de *papad*² provenientes de empresas multinacionais.

Dito isto, o estudo teve como objetivo geral o objetivo do estudo foi de analisar por meio das heurísticas, a relação entre o entendimento e o comportamento na tomada de decisão dos indivíduos, relacionada à preservação do meio ambiente. Os dados para a pesquisa de natureza quantitativa foram obtidos por meio questionário estruturado baseado na Escala de *Likert*, com cinco pontos, total de 386 respondentes. A utilização do *software* IBM SPSS Statistics 22 proporcionou a análise e interpretação dos dados por meio dos resultados de estatísticas descritivas, correlação simples e regressão linear múltipla.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SUSTENTABILIDADE

Durante os últimos 40 anos, o clamor mundial para soluções de resolução do estado de agravamento do ambiente natural tem aumentado e sido mais ousado. A definição no dicionário de sustentabilidade é “ser um método de colheita e utilização de um recurso para que este não seja esgotado ou permanentemente danificado³”. Neste estudo, o termo sustentabilidade está associado ao debate dos padrões de consumo e convergente a idéia de preservação dos recursos naturais.

Desde a década de 1970, houve tentativas para desenvolver políticas e estruturas em escala global para promover um crescimento econômico mais sustentável em meio à diminuição dos recursos em um ambiente natural rapidamente degradante (CASTANEDA et. al, 2015). As cimeiras internacionais, os acordos, protocolos e programas, tais como a Conferência das Nações Unidas sobre o ambiente humano (conhecido como a conferência de Estocolmo), em 1972, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, popularmente conhecida como Comissão *Brundtland* em 1983, a Agenda 21 da Cimeira da terra em 1992 e a Cimeira Mundial sobre desenvolvimento sustentável em 2002, todos ecoaram a preocupação global sobre os impactos negativos do desenvolvimento econômico na capacidade do ambiente ecológico para sustentar a vida para as próximas gerações. O seu objetivo estratégico primordial é a promoção do desenvolvimento sustentável – um caminho de desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem privar as gerações futuras a oportunidade de também satisfazer as suas necessidades.⁴

Há uma consciência crescente que a necessidade de avançar no sentido de padrões mais sustentáveis de consumo. As questões relacionadas ao meio ambiente e desenvolvimento sustentável buscam respostas sobre até que ponto os recursos naturais e a humanidade suportarão o modelo hegemônico de produção, trabalho e consumo.

Segundo Zelezny e Schultz (2000), é indiscutível que os problemas ambientais são questões de ordem social, sendo que tais problemas são criados em larga escala por um conjunto de comportamentos humanos e, portanto, a solução destes demandará uma ampla mudança de comportamento, sobretudo de caráter individual, uma vez que o entendimento das atitudes, motivações, crenças, intenções ou valores em nível individual ajudarão a dar

² Papad é freqüentemente associada com o empoderamento das mulheres na Índia. Muitas empresas individuais e organizado por mulheres produzem *papad*, *pickles*, e outros petiscos. Isso lhes dá um rendimento regular de investimentos financeiros mínimos

³ Disponível em < <http://www.merriam-webster.com/dictionary/sustainably> > acesso Jan. 2016

⁴ World Commission on Environment and Development (1987), *Our Common Future*, Oxford University Press, Oxford.

subsídios para o desenvolvimento de programas ambientais e também a explicar porque um programa em específico está ou não produzindo as mudanças necessárias.

Ressalta-se que no Painel Intergovernamental publicado no relatório de mudanças climáticas (IPCC) "clima 2014: impactos, adaptação e vulnerabilidade" (IPCC, 2014) foi apresentado uma agenda para a mudança global e levantou-se importantes questões de desenvolvimento econômico e social como pode ser avançado sem pôr em perigo as condições de vida da humanidade. Propõe que as organizações e indivíduos devem implementar ações para mitigar e adaptar às realidades das alterações climáticas.

Este processo de adaptação deve ser consciente de interesses diversos, expectativas e contextos socioculturais. Portanto, debates sobre sustentabilidade e responsabilidade social corporativa muito se encaixam nos debates em torno que indivíduos (consumidores) e organizações devem fazer e como ambos possam se adaptar para garantir que suas ações tenham a mais positiva influência sobre os recursos naturais e sociais (EHNERT e HARRY, 2012).

Questões referente a sustentabilidade devem incluir alterações de comportamento que implicam capacitação dos indivíduos e uma ação concertada de todos os atores da sociedade, incluindo governos, empresas, organizações não-governamentais, mídia e educação, moldando estilos de vida. Exige alterações ao nível cultural, social, ambiental e econômico por meio de estratégias de sensibilização e do desenvolvimento de novos valores, visões, atitudes e comportamentos para sociedades sustentáveis⁵. Portanto, o desenvolvimento sustentável é visto como o reflexo do "desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades.

Ainda que, há certa confusão sobre o que "desenvolvimento sustentável" significa (Colby, 1991; Byrch, Kearins et al., 2007), há, no entanto, um consenso sobre os temas que compõem o conceito de desenvolvimento sustentável. Por exemplo, é comumente aceite que desenvolvimento sustentável inclui dimensões econômicas, sociais e ambientais (Elkington, 1997; Stead et al, 2004, Byrch, Kearins et al., 2007). Fica também acordado entre muitos acadêmicos e decisores políticos que o desenvolvimento sustentável deve incluir questões relacionadas com a justiça, equidade intra-geracional e intergeracional, um trade-off entre antropocentrismo e ecocentrismo e um componente temporal (Farrell e Hart, 1998; Hukkinen, 1999a,; Tregidga, 2002). No entanto, há uma considerável variação na interpretação destes temas que a literatura sugere diferentes "visões de mundo" ambiental dos indivíduos (SCHULTZ; BLOCK, 2015).

2.2 TOMADA DE DECISÃO: HEURÍSTICA E JULGAMENTO

De maneira antagônica, é cada vez menor o tempo para pensarmos e fazermos a melhor opção durante o processo de escolha/ tomada de decisão. Tomamos decisões diariamente e em diferentes contextos e situações. Para Freeman (1992) as pessoas utilizam princípios heurísticos para simplificar a tomada de decisão. As Heurísticas são baseadas no senso comum e experiências anteriores. As três Heurísticas clássicas na tomada de decisão e julgamento são: Representatividade, Disponibilidade e Ajuste e Ancoragem (KAHNEMAN e TVERSKY, 2000; KAHNEMAN, 2012).

Entende-se por Heurística de Representatividade - acreditar que os resultados aleatórios sejam mais prováveis do que os ordenados. As pessoas desconsideram informações estatísticas e o tamanho da amostra, orientando-se pela 'falácia das amostras pequenas' ou pela 'lei de pequenos números.' As decisões e julgamentos estão baseados em similaridades e

⁵ Disponível em < http://esa.un.org/marrakechprocess/pdf/Issues_Sus_Lifestyles.pdf > acesso Jan. 2016

estereótipos, por exemplo, acreditar que falta água no planeta porque este ano esta tendo seca em sua cidade.

Por outro lado, a Heurística da Disponibilidade refere-se a julgar a ocorrência de um fato não por sua probabilidade, mas pela capacidade de lembrar-se de algo e generalizá-lo. Como exemplo pode-se dizer que há mais solteiros do que casados por trazer a memória mais pessoas solteiras que casadas. "... a recenticidade e a familiaridade – dois fatores que influem na memória – poderão, potencialmente, distorcer a Disponibilidade" (MATLIN, 2004). Da mesma forma distingue-se a Heurística de Ajuste e Ancoragem, na qual: são ideias preconcebidas, crenças que ao confronto em algumas situações servem de base para julgamentos (âncora), e depois se ajusta com base em informações extras. Geralmente são feitos pequenos ajustes. Muitas vezes alicerçada na Heurística de Disponibilidade, mantém o indivíduo preso a estereótipos como achar que os germânicos são pessoas rígidas e que brasileiros são malandros, entre outros.

Para Heuer (1999) e Tholt (2006) as pessoas só percebem o que querem ver, ou seja, sua atenção está focada em um aspecto ou objeto deixando todos os outros acontecimentos sem análise. Rumelt (2011) usa a metáfora da lanterna para exemplificar esta questão quando explica que nossa percepção é como um foco de luz que quando está iluminando algo deixa todo resto do cenário na escuridão.

Os autores sugerem 07 ferramentas para evitar os erros de julgamento: Tente negar suas Hipóteses: buscar pessoas que pensem diferente do tomador de decisão ou julgador, buscando negar a hipótese e não confirmar sua escolha; Identificar modelos alternativos: pensar em modelos não usuais, fora do padrão que o julgador costuma utilizar; Ver sobre perspectivas diferentes; Pensar retrospectivamente (imaginar uma decisão como já implantada no futuro e fazer uma retrospectiva até o presente verificando suas conseqüências); Fazer uma simulação – teatralizar a situação para prever as conseqüências; Ser advogado do diabo: pensar em todas as questões contrárias a decisão ou hipótese. Pensar em tudo que pode dar errado em considerar tal situação; usar a expressão "Se fosse eu, faria [...]" para criar empatia e colocar-se no lugar do outro para ver possibilidades no ponto de vista diferente.

Essas ferramentas servem para auxiliar os julgadores a evitarem as predisposições cognitivas que o ser humano está sujeito. Os erros mais comuns das pessoas são os seguintes: lembrar-se mais de palavras do que dos números, desconsiderando avaliações numéricas; dar ênfase nas experiências vividas como, por exemplo, se o julgador conhece muitas pessoas que fumam e têm boa saúde tende a achar que cigarro não faz mal mesmo que a ciência diga o contrário; não conseguir pensar em evidências para explicar um fato, ou seja, quando não se é conhecedor formal de uma especialidade (leigo), ao deparar-se com o carro que não liga julga não ter motivo para tal situação.

O processo de julgamento e tomada de decisão envolve aspectos cognitivos do processo decisório; o processo mental de formar opinião ou avaliar, através de discernimento ou comparação; e a capacidade de julgar, ou seja, o poder e/ou habilidade de decidir com base em evidências (BAZERMAN, 1994). As "representações internas" ou "o objeto mental" refletem o conteúdo do conhecimento da pessoa e são a base da cognição. A Cognição é muito complexa e ainda largamente inexplicada. Simplista, definido como "saber sobre algo; ou o ato de saber" (STYLES, 2005). A cognição é um campo extremamente grande e diversificado de estudo, abrangendo essencialmente pensamento e aprendizagem. Para aprender um novo campo, de acordo com a abordagem de ciência cognitiva, é necessário "construir estruturas cognitivas adequadas; e aprender a realizar cálculos que irá transformar o que é conhecido em que ainda não é conhecido" (POSNER, 1991, BYRCH, KEARINS et al., 2007).

A estrutura de conhecimento subjetivo de uma pessoa é chamada de sua imagem, e esta imagem em grande parte governa o comportamento. Mensagens, consistindo de

"experiências estruturadas" são recebidas como informação e filtradas através de um sistema de valor mutável. Ainda que de forma incipiente entende-se que as decisões dos indivíduos diante de questões referentes à sustentabilidade (desenvolvimento sustentável) ainda que tenham posições antagônicas, são estruturadas em padrões e valores que refletem a forma que os julgadores enxergam a realidade ou pensam; suas crenças; percepções e preconceitos; na qual induzem suas análises e decisões.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este estudo tem como objetivo o objetivo do estudo foi de analisar por meio das heurísticas, a relação entre o entendimento e o comportamento na tomada de decisão dos indivíduos, relacionada à preservação do meio ambiente.

Neste estudo quantitativo-descritivo (MALHOTRA, 2010), realizado com auxílio do *software* IBM SPSS *Statistics* 22, analisou-se, por meio das heurísticas, a tomada de decisão das pessoas relacionada à preservação do meio ambiente. De caráter descritivo, a fase quantitativa, utilizou um questionário estruturado para a coleta dos dados, validado por um *expert* da área de gestão ambiental. Realizada em janeiro de 2015, a fase de coleta de dados ocorreu por meio de um instrumento de coleta dos dados com 15 questões fechadas, sendo que três questões tinham o propósito de identificar perfil social dos respondentes, e as afirmações de 1 a 12 foram utilizadas para identificar o entendimento e comportamento ambiental dos respondentes.

Para a coleta destas 12 afirmações utilizou-se Escala *Likert* com cinco pontos, utilizada em estudos nos quais os respondentes apontam o grau de concordância ou discordância sobre as afirmações apresentadas que, neste caso, são expressas pelas desde “discordo totalmente” até “concordo totalmente”.

Enfim, procedeu-se a correlação simples e a regressão linear múltipla entre as afirmações do instrumento de coleta de dados, utilizando-se do *software* IBM SPSS *Statistics* 22, por meio do qual foi possível realizar a análise e a interpretação dos resultados. Assim, de acordo com Malhotra (2010), identificou-se quais são os critérios que refletem significativa importância na ocorrência dos demais, se existe relação entre eles e o grau em que suas variações estão relacionadas.

Neste estudo, também foi verificada a relação existente entre a variável dependente, Afirmativa 1 “Eu me preocupo com os problemas ambientais no planeta” comparada às demais afirmativas, como variáveis independentes. Esta análise foi realizada por meio da Análise de Variância (ANOVA), que tem o intuito de comparar a relevância das variações entre dois ou mais grupos.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Evidenciam-se, nesta seção, os dados relativos à pesquisa realizada, iniciando-se com a caracterização da amostra, onde são avaliadas as informações relativas ao seu perfil. Analisando-se o item gênero dos respondentes, verificou-se que a grande maioria dos respondentes, isto é, 70,2%, é composta do sexo feminino (271 mulheres), e 29,8% dos entrevistados são do sexo masculino (115 homens).

Neste estudo, a idade dos 386 respondentes analisados foi avaliada em faixas etárias. Aproximadamente metade da amostra (46,9% ou 181 respondentes) encontra-se na faixa etária de entre 25 e 35 anos. Na sequência, as faixas etárias mais frequentes foram de 15 a 24 anos (22,0% ou 85), seguida da faixa etária de 36 a 45 anos (17,1% ou 66), de 46 a 55 anos (10,1% ou 39) e, por último, os respondentes acima de 56 anos (3,9% ou 15).

Dos 386 respondentes da pesquisa, 49,7% (192) possuem Ensino Superior Completo, 23,1% (89) possuem Ensino Superior Incompleto, 18,4% (71) possuem Ensino Médio Completo, 6,7% (26) possuem Ensino Médio Incompleto e, por último, 2,1% (8) possuem Ensino Fundamental Incompleto.

Descrito o perfil da amostra, a Tabela 1 apresenta os resultados obtidos através da técnica estatística de regressão linear múltipla, tendo-se como variável dependente a Afirmativa 1 “Eu me preocupo com os problemas ambientais no planeta”. Os resultados indicaram que as Afirmativas 2, 4, 6, 9 e 10 (variáveis independentes) ajudam a explicar a Afirmativa 1 (variável dependente).

A Afirmativa 9 “Eu acredito que a água potável vai acabar no planeta”, quando analisada como variável independente da Afirmativa 1 “Eu me preocupo com os problemas ambientais no planeta”, apresentou um coeficiente de determinação (r^2) de 0,224. Isto é, 22,4% da Afirmativa 1 é explicada pela Afirmativa 9.

A Afirmativa 6 “Na minha casa eu procuro economizar água”, quando analisada como variável independente da Afirmativa 1, apresentou coeficiente de determinação (r^2) de 0,213. Isto é, 21,3% da Afirmativa 1 é explicada pela Afirmativa 6.

A Afirmativa 10 “Eu acredito que atividade de reciclar o lixo preserva a natureza”, quando analisada como variável independente da Afirmativa 1, apresentou coeficiente de determinação (r^2) de 0,203. Isto é, 20,3% da Afirmativa 1 é explicada pela afirmativa 10.

A Afirmativa 4 “Concordo que é necessário preservar as áreas verdes para manter o ecossistema equilibrado”, quando analisada como variável independente da Afirmativa 1, apresentou coeficiente de determinação (r^2) de 0,188. Isto é, 18,8% da Afirmativa 1 é explicada pela Afirmativa 4.

A Afirmativa 2 “Na minha casa há consumo consciente de energia”, quando analisada como variável independente da Afirmativa 1, apresentou coeficiente de determinação (r^2) de 0,110. Isto é, 11,0% da Afirmativa 1 é explicada pela Afirmativa 2.

Tabela 1 - Resultados do modelo

Variáveis Independentes*	r^2	Alteração F	B
Afirmativa 2	0,110	47,331	0,229
Afirmativa 4	0,188	37,008	0,218
Afirmativa 10	0,203	7,288	0,107
Afirmativa 6	0,213	4,820	0,122
Afirmativa 9	0,224	5,226	0,105

*Variável Dependente: Afirmativa 1.

Fonte: Dados da pesquisa.

Verificou-se, então, que as cinco variáveis independentes que explicam a variável dependente (Afirmativa 1), estão, em sua maioria, relacionadas ao entendimento do indivíduo quanto às ações relacionadas ao meio-ambiente, visto que os resultados indicaram que as Afirmativas 2 (comportamento), 4 (entendimento), 6 (comportamento), 9 (entendimento) e 10 (entendimento) são as variáveis independentes que explicam estatisticamente a Afirmativa 1 (variável dependente), conforme apresentado na Tabela 1.

Deste modo, dentre as afirmações testadas pelo instrumento de pesquisa, seis variáveis independentes foram excluídas: Afirmativa 3 (entendimento), 5 (entendimento), 7

(entendimento), 8 (comportamento), 11 (comportamento) e 12 (comportamento), conforme apresentado na Tabela 2.

Tabela 2 - Variáveis excluídas

Variáveis Independentes*	B	T	Significância	Correlação Parcial	Colinearidade
Afirmativa 3	0,087	1,799	0,073	0,092	0,862
Afirmativa 5	0,089	1,821	0,069	0,093	0,842
Afirmativa 7	-0,018	-0,372	0,710	-0,019	0,869
Afirmativa 8	0,057	1,206	0,229	0,062	0,920
Afirmativa 11	0,080	1,635	0,103	0,084	0,859
Afirmativa 12**	0,021	0,462	0,645	0,024	0,974

*Variável Dependente: Afirmativa 1. **Variável com escala reversa.

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao analisar a variável dependente, Afirmativa 1 “Eu me preocupo com os problemas ambientais no planeta”, e sua relação com as variáveis independentes relacionadas ao entendimento, Afirmativas 2, 3, 5, 7 e 9, os resultados apresentaram significância estatística ($p < 0,05$) para todas as cinco variáveis, conforme apresentado na Tabela 3.

A Tabela 4 apresenta a análise da variável dependente, Afirmativa 1, relacionada com as variáveis independentes relacionadas ao comportamento, Afirmativas 4, 6, 8, 10 11 e 12. Os resultados apresentaram significância estatística ($p < 0,05$) para quatro das seis variáveis analisadas, não confirmando a relação entre a Afirmativa 1 e as Afirmativas 8 e 12.

Tabela 3 - Variáveis de entendimento *versus* Afirmativa 1

Variáveis Independentes*		Soma dos Quadrados	Df	Quadrados Médios	F	Sig.
Afirmativa 2	Entre grupos	38,447	4	9,612	14,224	0,000
	Nos grupos	257,459	381	0,676		
	Total	295,907	385			
Afirmativa 3	Entre grupos	11,046	4	2,761	5,471	0,000
	Nos grupos	192,312	381	0,505		
	Total	203,358	385			
Afirmativa 5	Entre grupos	21,992	4	5,498	8,859	0,000
	Nos grupos	236,443	381	0,621		
	Total	258,435	385			
Afirmativa 7	Entre grupos	27,571	4	6,893	7,302	0,000
	Nos grupos	359,644	381	0,944		
	Total	387,215	385			
Afirmativa 9	Entre grupos	18,814	4	4,704	3,640	0,006
	Nos grupos	492,256	381	1,292		
	Total	511,070	385			

*Variável Dependente: Afirmativa 1

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 4 - Variáveis de comportamento *versus* Afirmativa 1

Variáveis Independentes*		Soma dos Quadrados	Df	Quadrados Médios	Z	Sig.
Afirmativa 4	Entre grupos	20,299	4	5,075	25,260	0,000
	Nos grupos	76,541	381	0,201		
	Total	96,839	385			
Afirmativa 6	Entre grupos	27,609	4	6,902	10,803	0,000
	Nos grupos	243,437	381	0,639		
	Total	271,047	385			
Afirmativa 8	Entre grupos	16,857	4	4,214	2,174	0,071
	Nos grupos	738,514	381	1,938		
	Total	755,370	385			
	Entre grupos	14,682	4	3,670	9,010	0,000

Afirmativa 10	Nos grupos	155,207	381	0,407		
	Total	169,889	385			
Afirmativa 11	Entre grupos	32,646	4	8,162	8,535	0,000
	Nos grupos	364,953	381	0,956		
Afirmativa 12	Total	396,953	385			
	Entre grupos	2,077	4	0,519	0,666	0,616
Afirmativa 12	Nos grupos	297,097	381	0,780		
	Total	299,174	385			

*Variável Dependente: Afirmativa 1. **Variável com escala reversa.

Fonte: Dados da pesquisa.

Portanto, mediante as análises executadas pela ANOVA, a qual tem a função de identificar as diferenças entre as médias dos construtos analisados, este estudo conclui que as questões relacionadas à preocupação com o meio ambiente e com a sustentabilidade possuem mais relação com o entendimento que com o comportamento dos indivíduos.

5 CONCLUSÃO

Verificou-se que nas afirmações 01, 03, 05, 09 e 10, referentes à preocupação sobre o meio ambiente, os sujeitos apresentaram estar constantemente preocupados com o tema, com índices superiores a 70% somando-se as respostas Frequentemente e Sempre. Os resultados encontrados sugerem que os respondentes acreditam que o planeta está aquecendo (67,4%), que é preciso preservar áreas verdes (80,6 %), que os espaços urbanos contribuem para o aquecimento global (66,8) e que reciclar o lixo preserva a natureza (75,06%).

Contudo, na questão 09: “Eu acredito que a água potável vai acabar no planeta” somente 31,1% responderam Sempre. Não pode ser afirmado que as pessoas tenham certeza que a água potável acabará tendo por princípio que este ainda não é um recurso escasso nas casas das pessoas pesquisadas. Estas questões sugerem que a tomada de decisão sobre o tema meio ambiente são respondidas utilizando o sistema 01 (SIMON, 1989), em que são utilizados processos de pensamentos involuntários e rápidos e tomada decisões sem o uso da racionalidade e lógica. A heurística de Ajuste e Ancoragem parece ter sido utilizada para essas respostas.

Nas questões que envolviam a ação do respondente para preservar a natureza como reciclar o lixo, economizar energia e utilizar água da chuva, os índices de respostas ficam menores que 50%, com exceção da questão 11 “Eu separo o lixo” com 65,5% de respostas sempre. Uma conclusão possível é de que há uma distância entre a preocupação com o meio ambiente e práticas individuais de preservação. Desta forma, cabe apontar as considerações de Zelezny e Schultz (2000), ao afirmarem que as soluções para os problemas ambientais devem ser investigadas a partir de uma mudança de comportamento individual, trabalhando não só as crenças a atitudes das pessoas mais uma consciência social ampliada que evitem as respostas rápidas, com tomadas de decisões e julgamentos inconscientes, levados por senso comum (heurísticas).

Por meio da realização deste estudo, foi possível evidenciar que as maiores correlações estão relacionadas ao entendimento e compreensão dos temas abordados neste estudo, enquanto as correlações que apresentaram resultados menores estão relacionadas ao comportamento dos indivíduos quanto às questões ambientais. Fica claro que há o entendimento das questões ambientais e sustentáveis que emergem no contexto atual, entretanto ainda são necessárias ações voltadas à preservação e à sustentabilidade do meio-ambiente.

No que tange à análise da relação entre o entendimento e o comportamento na tomada de decisão dos indivíduos, relacionada à preservação do meio ambiente, verificou-se, então,

que as cinco variáveis independentes que explicam a variável dependente (Afirmativa 1), estão, em sua maioria, relacionadas ao entendimento do indivíduo quanto às ações relacionadas ao meio-ambiente.

Dessa maneira, evidencia-se que o comportamento do indivíduo em situações relacionadas ao meio-ambiente, depende de maneira significativa do seu entendimento sobre as mesmas. O presente estudo evidenciou que as decisões dos indivíduos diante de questões referentes à sustentabilidade (desenvolvimento sustentável), são estruturadas em padrões, valores, crenças, percepções e preconceitos.

Para pesquisas futuras, sugere-se verificar as motivações dos indivíduos em ações para preservação do meio ambiente e quais são os aspectos que representam maior relevância em suas decisões sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- BAZERMAN, M. *Judgment in Managerial Decision Making*. 3ª. ed. New York: Wiley, 1994.
- BYRCH, C.; KEARINS, K.; MILNE, M.; MORGAN, R. Sustainable “what”? A cognitive approach to understanding sustainable development, *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 4 Iss 1 pp. 26 – 5, 2007.
- CARRINGTON, M.J.; NEVILLE, B.A.; WHITWELL, G.J. Why ethical consumers don’t walk their talk: towards a framework for understanding the gap between the ethical purchase intentions and actual buying behaviour of ethically minded consumers, *Journal of Business Ethics*, Vol. 97 No. 1, pp. 139-158, 2010.
- CASTANEDA, M.G.; MARTINEZ, C.P.; MARTE, R.; ROXAS, B. Explaining the environmentally- sustainable consumer behavior: a social capital perspective, *Social Responsibility Journal*, Vol. 11 Iss 4 pp. 658 – 676, 2015.
- CHEN, T.B.; CHAI, L.T. Attitude towards the environment and green products, *Management Science and Engineering*, Vol. 4 No. 2, pp. 27-39, 2010.
- COLBY, M. Environmental management in development: the evolution of paradigms, *Ecological Economics*, Vol. 3, pp. 193-213, 1991.
- SCHULTZ, D.E.; BLOCK, M.P. Beyond brand loyalty: Brand sustainability, *Journal of Marketing Communications*, 21:5, 340-355, 2015.
- EHNERT, I.; HARRY, W. Recent developments and future prospects on sustainable human resource management: introduction to the special issue, *Management Revue*, Vol. 23 No. 3, pp. 221-238, 2012.
- FARRELL, A.; HART, M. What does sustainability really mean? The search for useful indicators, *Environment*, Vol. 40 No. 9, p. 4, 1998.
- GANDHI, M.; KAUSHIK, N. Socially responsive consumption behaviour - an indian perspective, *Social Responsibility Journal*, Vol. 12 Iss 1 pp., 2016.
- HA-BROOKSHIRE, J.E.; NORUM, P.S. Willingness to pay for socially responsible products: case of cotton apparel, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 28 No. 5, pp. 344-353, 2011.
- HEUER, R. J. *Psychology of intelligence analysis*. Lulu. com, 1999.
- HUKKINEN, J. Expert thinking and environmental institutions, *Biodiversity and Conservation*, Vol. 8, pp. 17-27, 1999.

- IPCC. *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation and Vulnerability, Intergovernmental Panel on Climate Change*, Cambridge University Press, Cambridge, New York, NY, 2014.
- KAHNEMAN, D. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Subjective probability: a judgement of representativeness, *Cognitive Psychology*, Vol. 3, pp. 430-54, 2000.
- MALHOTRA, N.K. *Pesquisa de marketing: foco na decisão*. 3.ed. São Paulo: Pearson, 2010.
- MATLIN, M.W. *Psicologia cognitiva*. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, xviii, 403 p, 2004.
- McDONALD, S.; Oates, C.J. Sustainability: consumer perceptions and marketing strategies, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 15 No. 3, pp. 157-170, 2006.
- PEATTIE, K. Golden goose or wild goose? The hunt for the green consumer, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 10 No. 4, pp. 187-199, 2001.
- PHILIP, B. The root and responsibility model: a framework for ethical consumption, *Kybernetes*, Vol. 42 Iss 9/10 pp. 1325 – 1337, 2013.
- POSNER, M.I. Preface, in Posner, M.I. (Ed.), *Foundations of Cognitive Science*, MIT Press, Cambridge, MA, pp. xi-xiv, 1991.
- RUMELT, R. *Estratégia Boa, Estratégia Ruim*. Rio de Janeiro: Elsevier, 302 p., 2011.
- SHAW, D., NEWHOLM, T.; DICKINSON, R. Consumption as voting: an exploration of consumer empowerment, *European Journal of Marketing*, Vol. 40 Nos 9/10, pp. 1049-1067, 2006.
- STEAD, W.E., STEAD, J.G.; STARIK, M. *Sustainable Strategic Management*, ME Sharpe: New York, NY, 2004.
- STYLES, E.A. *Attention, Perception and Memory: An Integrated Introduction*, Psychology Press, Howe, NY, 2005.
- SVENSSON, G.; WAGNER, B. Business sustainability and E-footprints on Earths life and ecosystems: generic models, *European Business Review*, Vol. 24 No. 6, pp. 543-552, 2012.
- THOLT, C. *Decida com Inteligência*. Brasília: Thesaurus, ABRAIC, 246 p., 2006.
- TREGIDGA, H. The shared meaning of sustainability within the New Zealand business context and its implication: A Delphi study, unpublished *Master of Business Management*, University of Otago, Dunedin, 2002.
- ZELEZNY, L. C.; SCHULTZ, P. Promoting environmentalism. *Journal of Social Issues*, v. 56, n. 3, p. 365-371, 2000.