

## **CONSCIÊNCIA, COMPORTAMENTO E CONHECIMENTO AMBIENTAL: UMA ANÁLISE COM UNIVERSITÁRIOS DO CURSO DE DIREITO.**

Claudia Maria Da Silva Bezerra

Amanda De Mesquita Sales - UNINOVE – Universidade Nove de Julho

Heidy Rodriguez Ramos - UNINOVE – Universidade Nove de Julho

Magela Romero Almodóvar - Universidad de la Habana

Eloisa Elena Shinohara - UNINOVE – Universidade Nove de Julho

Anderson Antônio De Lima - UNINOVE – Universidade Nove de Julho

### **Resumo**

A consciência ambiental e a conseqüente busca por produtos ambientalmente menos impactantes ao meio ambiente, têm se consolidado nos últimos anos. Influências pessoais e do meio, influenciam o comportamento ambiental das pessoas, dentre elas a educação ambiental. É fundamental identificar como o conhecimento acerca de questões ambientais pode ser considerado um indicador da ação consciente do consumidor. Para tanto, nada melhor do que focar estes estudos nos futuros formadores de opinião, os estudantes universitários. O objetivo desta pesquisa foi analisar a consciência e os hábitos de consumo dos alunos do curso de Direito, antes e após cursarem disciplina com conteúdo ambiental, por meio escala validada ao contexto brasileiro de Comportamento do Consumidor Ecologicamente Consciente (ECCB) desenvolvida por Roberts (1996). Assim, uma pesquisa quantitativa foi realizada por meio de uma Survey com universitários do curso de Direito. A amostra foi composta de 350 respondentes e as análises foram realizadas por meio do software RStudio Team (2015). Os resultados indicam diferenças de comportamento ambiental entre os grupos de alunos que cursaram disciplina com conteúdo ambiental e aqueles que não cursaram, contudo não foram identificadas diferenças na consciência ambiental, sugerindo que existe influência positiva de disciplinas ambientais no comportamento de compra dos universitários.

**Palavras-chave:** Consumos Consciente, Comportamento Ambiental, Consciência Ambiental, Sustentabilidade, Escala ECCB.

### **Abstract**

Environmental awareness and the consequent search for environmentally less impactful products have been consolidated in recent years. Personal and environmental influences influence people's environmental behavior, including environmental education. It is essential to identify how knowledge about environmental issues can be considered an indicator of conscious consumer action. Therefore, nothing better than focusing these studies on future opinion makers, university students. The objective of this research was to analyze the awareness and consumption habits of law students, before and after taking a course with environmental content, through a scale validated in the Brazilian context of Ecologically Conscious Consumer Behavior (ECCB) developed by Roberts (1996). Thus, quantitative research was carried out through a Survey with university students in the Law course. The sample consisted of 350 respondents and the analyzes were performed using the RStudio Team (2015) software. The results indicate differences in environmental behavior between groups of students who took courses with environmental content and those who did not, however, no differences were identified in environmental awareness, suggesting that there is a positive influence of environmental courses on the purchasing behavior of university students.

**Keywords:** Conscious Consumption, Environmental Behavior, Environmental Awareness, Sustainability, ECCB Scale.

## **CONSCIÊNCIA, COMPORTAMENTO E CONHECIMENTO AMBIENTAL: UMA ANÁLISE COM UNIVERSITÁRIOS DO CURSO DE DIREITO.**

### **Resumo:**

A consciência ambiental e a conseqüente busca por produtos ambientalmente menos impactantes ao meio ambiente, têm se consolidado nos últimos anos. Influências pessoais e do meio, influenciam o comportamento ambiental das pessoas, dentre elas a educação ambiental. É fundamental identificar como o conhecimento acerca de questões ambientais pode ser considerado um indicador da ação consciente do consumidor. Para tanto, nada melhor do que focar estes estudos nos futuros formadores de opinião, os estudantes universitários. O objetivo desta pesquisa foi analisar a consciência e os hábitos de consumo dos alunos do curso de Direito, antes e após cursarem disciplina com conteúdo ambiental, por meio escala validada ao contexto brasileiro de *Comportamento do Consumidor Ecologicamente Consciente* (ECCB) desenvolvida por Roberts (1996). Assim, uma pesquisa quantitativa foi realizada por meio de uma Survey com universitários do curso de Direito. A amostra foi composta de 350 respondentes e as análises foram realizadas por meio do software RStudio Team (2015). Os resultados indicam diferenças de comportamento ambiental entre os grupos de alunos que cursaram disciplina com conteúdo ambiental e aqueles que não cursaram, contudo não foram identificadas diferenças na consciência ambiental, sugerindo que existe influência positiva de disciplinas ambientais no comportamento de compra dos universitários.

**Palavras-chave:** Consumos consciente, comportamento ambiental, consciência ambiental, sustentabilidade, Escala ECCB.

Environmental awareness and the consequent search for environmentally less impactful products have been consolidated in recent years. Personal and environmental influences influence people's environmental behavior, including environmental education. It is essential to identify how knowledge about environmental issues can be considered an indicator of conscious consumer action. Therefore, nothing better than focusing these studies on future opinion makers, university students. The objective of this research was to analyze the awareness and consumption habits of law students, before and after taking a course with environmental content, through a scale validated in the Brazilian context of Ecologically Conscious Consumer Behavior (ECCB) developed by Roberts (1996). Thus, quantitative research was carried out through a Survey with university students in the Law course. The sample consisted of 350 respondents and the analyzes were performed using the RStudio Team (2015) software. The results indicate differences in environmental behavior between groups of students who took courses with environmental content and those who did not, however, no differences were identified in environmental awareness, suggesting that there is a positive influence of environmental courses on the purchasing behavior of university students.

**Keywords:** Conscious consumption, environmental behavior, environmental awareness, sustainability, ECCB scale.

# CONSCIÊNCIA, COMPORTAMENTO E CONHECIMENTO AMBIENTAL: UMA ANÁLISE COM UNIVERSITÁRIOS DO CURSO DE DIREITO.

## 1. Introdução

A consciência ambiental e a consequente busca por produtos ambientalmente menos impactantes têm se consolidado nos últimos anos. Após a década de 80, correntes em defesa do meio ambiente passaram a ser divulgadas nos meios de comunicação em massa, popularizando o conceito de *marketing* verde (Straughan & Roberts, 1999). Essa ampliação na divulgação trouxe benefícios ambientais, consolidando nos consumidores o reconhecimento da necessidade de preservação do meio ambiente, por meio da redução do consumo excessivo (Roberts, 1996). Essas correntes estimularam a preferência dos consumidores por produtos que causam menores impactos ambientais, influenciando o comportamento e as atitudes do consumidor (Aguiar et al., 2018; Finisterra do Paço & Raposo, 2010; Lange & Dewitte, 2019)

Diante desse contexto, múltiplos estudos têm determinado, por meio de escalas validadas, indicadores de consciência e comportamento do indivíduo em relação a questões ambientais ligadas ao consumo. (Roberts, 1996; Straughan; Roberts, 1999; Zimmer; Stafford; Stafford, 1994). Dentre as escalas utilizadas, destaca-se a de Roberts (1996), denominada *Ecologically Conscious Consumer Behavior* (ECCB), com dimensões associadas a consciência e comportamento do consumidor ecologicamente consciente. Esta analisa as práticas de consumo sustentável e tem sido utilizada para capturar a consciência ecológica ou a preocupação ambiental, como antecedentes do consumo e engajamento ambiental (Freire et al., 2021).

As mudanças nos padrões de consumo, em virtude do estilo de vida, consistem em importantes fatores que influenciam a degradação ambiental. Nesse sentido, a Educação Ambiental (EA) tem especial importância no processo de mudança para uma sociedade sustentável (Leef, 2005). A Educação Ambiental consiste em um instrumento fundamental para uma alteração do padrão de degradação ambiental atual. Dessa forma, práticas educativas pertinentes às questões ambientais podem assumir uma função transformadora, permitindo que os indivíduos, possam tornar-se essenciais para a promoção do desenvolvimento sustentável (Segura, 2001). Assim sendo, a educação ambiental deve ser considerada como fator estratégico para mudança das percepções e práticas na relação estabelecida entre a sociedade e o meio ambiente (Tzortis et al., 2017).

Um dos aspectos importantes da formação dos consumidores é a educação ambiental, que de acordo com a lei a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, deve estar presente em todos os

níveis da educação formal, inclusive no ensino superior (L9795, 1999). A universidade torna-se um propulsor da reflexão, desenvolvimento e propagação de novas visões ambientais, com o intuito de estimular o aluno a desenvolver senso crítico e capacidade de compreensão e atuação na sociedade (Martins, 2011). Tzortis et al. (2017) observaram práticas de sustentabilidade, incluindo ações de Educação Ambiental, em Instituições de Ensino Superior (IES) públicas e privadas foram observadas por Tzortis et al. (2017). Para os autores as IES exercem um papel fundamental na formação da percepção ambiental dos estudantes.

Uma das estratégias possíveis para a resolução de problemas ambientais, a fim de que a sociedade se torne mais sustentável, está relacionada às ações individuais conscientes de pessoas informadas e atentas as questões ambientais (Brandalise et al., 2009). Atividades simples e cotidianas, como ir às compras, já podem ser percebidas como comportamentos e escolhas que afetam a qualidade do meio ambiente (Freire et al., 2021).

Influências pessoais e do meio em que convivem os indivíduos influenciam o comportamento ambiental das pessoas. Nesta perspectiva, Brandalise et al. (2009) afirmam que a partir do conhecimento e da percepção ambiental, o comportamento do consumidor pode ser modificado. Busca-se, portanto, saber como o conhecimento acerca de questões ambientais pode ser considerado um indicador da possibilidade de ação consciente do consumidor.

Desta forma a questão que orientou esta pesquisa foi: “Qual a diferença em relação a consciência e o comportamento ambiental entre estudantes universitários de Direito que estão cursando disciplina relacionada a questões ambientais e aqueles que ainda não a cursaram?” O objetivo foi analisar a consciência e os hábitos de consumo dos alunos do curso de Direito, antes e após cursarem disciplina com conteúdo ambiental. Para tal, foi conduzida um *survey* com uma amostra de 350 estudantes do curso de Direito de uma universidade na Cidade de São Paulo.

Esta pesquisa tem como base o estudo de Roberts (1996) e busca analisar como a consciência ambiental influencia os hábitos de consumo das pessoas e conseqüentemente seus futuros comportamentos de compra, com foco principal na relação entre consciência e comportamento ambiental.

Espera-se com este estudo poder contribuir para compreensão da consciência e comportamento ambiental a partir do conhecimento, por meio da discussão dos conceitos teóricos e fluxos de ações dos estudantes universitários identificados com a aplicação da escala validada de *Comportamento do Consumidor Ecologicamente Consciente* (ECCB) desenvolvida por Roberts (1996, bem como fornecendo evidências empíricas no

desenvolvimento de políticas públicas de incentivo à inclusão de disciplinas com conteúdo ambiental na grade de cursos em todos os níveis, especialmente no ensino superior.

Além das contribuições citadas, a presente pesquisa pode abrir caminhos para a relação universidade-empresa para que trabalhem de forma holística as questões do comportamento de consumo ambiental dos alunos universitários, fomentando a sustentabilidade e responsabilidade socioambiental em ambos os contextos (organizações e IES), tais ações poderão promover o desenvolvimento sustentável de ambas as organizações.

O estudo está estruturado da seguinte forma, esta primeira seção introdutória, a próxima seção apresenta uma visão geral sobre os fundamentos da consciência e comportamento ambiental bem como sustentabilidade. Seguido por uma seção sobre metodologia, que descreve o processo de coleta, organização e análise dos dados. A seção subsequente apresenta os achados empíricos e uma análise crítica deles. A parte final do artigo apresenta as conclusões, limitações e sugestões para trabalhos futuros.

## **2. Referencial Teórico**

### **2.1 Consciência e sustentabilidade**

A consciência ambiental é desenvolvida ao longo da vida com base nas crenças, conhecimentos e valores de cada indivíduo. Esta consiste na parte cognitiva da atitude e está relacionada ao nível de conhecimento recebido, acrescido das lembranças e das informações que o consumidor recebe sobre marcas e produtos ecológicos. Desta forma no momento da compra de produtos ambientalmente corretos, os conhecimentos e as experiências podem ser decisivos. Assim ao adquirir este tipo de produto, o consumidor ratifica que seus valores estão em conformidade com as questões ambientais e que se preocupa com o meio ambiente (Gomes; Gorni; Dreher, 2011; Tambosi et al., 2014)

A consciência ambiental é destacada por Butzke et al (2001) como o conjunto de conceitos obtidos pelas pessoas mediante as informações percebidas no ambiente. Assim, o comportamento ambiental e as respostas ao meio ambiente sofrem influência dos conceitos nele adquiridos.

O consumidor consciente é aquele, atento aos seus hábitos de consumo e como estes podem impactar as relações entre a economia, sociedade e a natureza; buscando difundir o conceito e a prática do consumo consciente e disseminando que pequenos gestos de consumos realizados por um grande número de pessoas podem promover grandes transformações (Yang et al., 2021). O consumidor consciente é aquele que busca a paridade entre a sua satisfação

pessoal e a sustentabilidade do planeta, em que, sustentabilidade é um modelo ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável (Instituto Akatu, 2010).

Na visão de Mourão (2005) o consumidor consciente preocupa-se com o impacto da produção e do consumo sobre o meio ambiente, além de buscar o equilíbrio na relação entre qualidade, preço e atitude social em produtos e serviços oferecidos no mercado. Para Coltro (2006), consumir com consciência é uma questão de cidadania, já que o consumo de um grande número de pessoas, mesmo que por um curto período de tempo, causa impactos ambientais. Um exemplo é o caso do perfil dos consumidores da feira de produtos orgânicos do Parque Água Branca em São Paulo, em que muitos evidenciam a importância do consumo de alimentos orgânicos para minimizar o impacto produtivo negativo para o meio ambiente (Gonçalves et al., 2017).

Para compreender o consumidor consciente, faz-se necessário entender o contexto dos produtos com vantagens ambientais e as possíveis definições envolvidas. Por exemplo, Araújo (2010) define como “produtos ecologicamente corretos”, todo aquele que, artesanal, manufaturado ou industrializado, de uso pessoal, alimentar, residencial, comercial, agrícola e industrial, não seja: poluente ou tóxico e que seja totalmente benéfico ao meio ambiente e à saúde das pessoas, cooperando para o desenvolvimento econômico e socialmente sustentável. Waldman e Schneider (2000) acrescentam que os produtos ecológicos são os que geram pouca ou nenhuma poluição ou então são originários da reciclagem, sem impactar significativamente o ambiente.

A conscientização das pessoas em relação aos problemas ambientais é decisiva para a sensibilização e, conseqüentemente, o comportamento ecológico, fazendo com que elas optem por produtos ecologicamente corretos e tornando-as consumidores ecológicos (Aguirre et al., 2003; Yang et al., 2021). Desta forma, Fraj e Martinez (2006) relatam que o comportamento do consumidor, consciente dos problemas ambientais, tem sido avaliado não somente pela conduta de compra, reciclagem ou eliminação do produto, mas também por meio da observação de atitudes ativas e positivas, que demonstram o posicionamento do consumidor consciente.

## **2.2 Comportamento do consumidor e sustentabilidade**

Compreender o perfil do consumidor é vital para seguir qualquer estratégia em direção ao consumo sustentável. Contudo, não é tão simples, visto que o comportamento humano é complexo, sendo influenciado pelo modo de vida, pelas condições sociais, pelos valores da sociedade, crenças pessoais, cultura, entre outros. Nessa lógica, o estudo do comportamento do

consumidor envolve muitas áreas de conhecimento, principalmente as ciências sociais e psicologia (Capelini, 2007).

Segundo Churchill Jr. (2000) o comportamento do consumidor compreende os pensamentos, sentimentos e ações dos consumidores e também as influências em relação a eles que causam mudança. Solomon (2016) completa esse conceito e afirma que o comportamento do consumidor é o ato de os indivíduos ou grupos selecionarem, comprarem, usarem ou descartarem produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos.

Para Brandalise et al. (2009) a partir do conhecimento e da percepção ambiental, o comportamento do consumidor também pode ser modificado. Dado que o processamento de informação define um ciclo de aprendizagem. Para Solomon (2016) é de acordo com a abordagem cognitiva, que a aprendizagem é refletida por mudanças no conhecimento, e o foco está centrado no entendimento dos processos mentais os quais determinam o modo como as pessoas aprendem a informação.

Assim, entende-se que o comportamento ambiental e as respostas ao meio ambiente também são influenciadas pelos conceitos adquiridos no próprio ambiente (Butzke et al. (2001). O consumo sustentável é definido como sendo o consumo de bens e serviços que respeitam os recursos ambientais, de forma a garantir o suprimento das necessidades das gerações atuais, sem comprometer o atendimento das gerações futuras (Matharu et al., 2020). Para os autores, de acordo com essa lógica, pode-se chegar ao consumo sustentável.

O consumo sustentável é destacado como o tipo de consumo que envolve redução de impactos ambientais adversos, tais como: o aumento do uso de fontes de energias renováveis, a minimização da produção de lixo, de uma perspectiva de ciclo de vida que leve em conta a dimensão equitativa, etc., (Joshi & Rahman, 2019; Paavola, 2001).

### **3. Metodologia**

Para responder à questão proposta neste trabalho, foi realizada uma pesquisa *Survey* em uma população amostral de 350 estudantes pertencentes ao curso de Direito de uma Instituição de Ensino Superior (IES) na cidade de São Paulo. Trata-se de uma instituição privada com diversos campus espalhados pelo Estado de São Paulo, estabelecida há mais de 60 anos no mercado educacional. A IES possui mais de 150 mil alunos em cursos de diversas áreas em níveis de graduação e pós graduação Lato e Stricto Senso.

A escolha por este tipo de amostra (universitários) foi intencional e por conveniência. Segundo Creswell (2010) nesse tipo de amostragem, o pesquisador somente obtém os dados a que possui maior facilidade de acesso, acolhendo efetivamente que eles possam representar a

população de forma adequada. Deve-se ainda ao argumento de Straughan e Roberts (1999) sobre a importância de mensurar o futuro do consumo consciente e, para tanto, nada melhor do que focar estes estudos nos futuros formadores de opinião.

Dentre os 350 estudantes prospectados, 128 estão no 9º semestre, cursando a disciplina Direitos Difusos e Coletivos, em que Direito Ambiental faz parte do conteúdo programático, período em que os alunos estudam conceitos relacionados ao meio ambiente, responsabilidade ambiental, zoneamento e licenciamento ambiental entre outros. Outros 222 alunos respondentes estão cursando entre o 1º e 8º semestres e a referida disciplina ainda não os foi ministrada, tendo em vista que faz parte da grade curricular do 9º semestre.

Para a construção da ferramenta de pesquisa, foi utilizada a escala já validada, ECCB (*Ecologically Conscious Consumer Behavior*), tal como apresentada em Roberts (1996), que procura analisar a consciência e o comportamento ambiental de consumidores. A escala ficou estruturada em 26 itens, 15 de consciência e 11 de comportamento, além das perguntas: gênero, idade, escolaridade, renda e semestre que está cursando. A avaliação consistiu em uma escala do tipo Likert de 0 a 10, em que zero representa discordo totalmente e dez representa concordo totalmente. Por se tratar de uma escala já validada não houve realização de pré-teste.

Os questionários foram aplicados durante os meses de outubro e novembro de 2017, período este em que a disciplina Direitos Difusos e Coletivos era oferecida aos estudantes do 9º semestre pela primeira vez no curso de Direito.

Para isso, primeiro os dados foram separados nas amostras já citadas: alunos que estão cursando a disciplina Direitos Difusos e Coletivos, em que Direito Ambiental faz parte do conteúdo programático; e alunos que ainda não cursaram a respectiva disciplina.

Em um segundo momento, separou-se as assertivas relacionadas a consciência e as de comportamento. Os dados foram analisados; e comparando-se as respostas sobre consciência dos alunos do nono semestre e dos semestres anteriores, e as respostas sobre comportamento dos alunos do nono semestre e dos semestres anteriores.

As comparações entre os grupos basearam-se no teste “t” de diferença de médias quando a amostra resultou distribuição normal, o teste não paramétrico de Mann-Whitey quando a amostra resultou não-normal, de acordo com o teste de Kolmogorov-Smirnov (Spiegel; Stephens, 2000). O *software* utilizado foi o pacote RStudio (RStudio Team, 2015). O nível de significância foi de 5%.

## 4. Análise dos Resultados

### 4.1 Análise do perfil dos estudantes e descrição das respostas

Na primeira parte do questionário buscou-se o perfil dos estudantes universitários. Sendo possível um comparativo entre os alunos do nono semestre, que representam 36,6% com 128 alunos, com os estudantes dos semestres anteriores ao nono que representam 63,4% com 222 alunos. Conforme Tabela 1.

**Tabela 1** – Perfil dos Estudantes

Alunos do 9º semestre			Alunos anteriores ao 9º semestre		
128 alunos: 36,6%			222 alunos: 63,4%		
Média da idade		32,7	Média da idade		32,41
Gênero	Masculino	39,84%	Gênero	Masculino	37,38%
	Feminino	60,15%		Feminino	62,62%
Escolariedade	2º Grau médio	39,06%	Escolariedade	2º Grau médio	51,35%
	Superior	53,13%		Superior	40,54%
	Pós Graduação	5,47%		Pós Graduação	5,86%
	Mestrado	1,56%		Mestrado	0,90%
	Doutorado	1%		Doutorado	1%
Renda	Até 1 salário mínimo	5%	Renda	Até 1 salário mínimo	5%
	Entre 1 e 2 salários mínimos	21%		Entre 1 e 2 salários mínimos	23%
	Entre 2 e 3 salários mínimos	20%		Entre 2 e 3 salários mínimos	24%
	Entre 3 e 5 salários mínimos	21%		Entre 3 e 5 salários mínimos	16%
	Acima de 5 salários mínimos	20%		Acima de 5 salários mínimos	21%
	Prefiro não responder	13%		Prefiro não responder	11%

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Em relação à idade dos alunos do nono semestre, tem-se que a média da idade é 32,7 anos e dos alunos dos semestres anteriores tem-se que a média da idade é de 32,41 anos. Quanto ao sexo dos alunos do nono semestre registra-se que o feminino representa 20,31% a mais do que o sexo masculino. Quanto ao sexo dos estudantes universitários dos semestres anteriores nota-se que a porcentagem que representa tanto o sexo feminino quanto o masculino é muito próxima da porcentagem representada pelos alunos do nono semestre. Não representa, portanto, diferença significativa.

Quanto ao nível de escolaridade concluído dos alunos do nono semestre nota-se que quase a totalidade, 92,07%, estão apenas em dois dos cinco grupos: Ensino Médio Completo e Ensino Superior. Ao analisar o nível de escolaridade concluído pelos alunos anteriores ao nono semestre tem-se que quase totalidade, 91,88%, também estão nos mesmos dois grupos dos alunos do nono semestre: Ensino Médio Completo e Ensino Superior.

No entanto, pressupõem-se que nesta assertiva a *survey* induziu a um erro, já que não havia entre as respostas a opção de nível superior completo e nível superior incompleto. Resultando num percentual elevado de estudantes que responderam ter nível superior completo.

No que tange a renda dos alunos, tanto os universitários do nono semestre quanto dos semestres anteriores, observa-se a semelhança dos percentuais de cada opção de renda bem como certo equilíbrio desses percentuais na distribuição. Com a análise do percentual das respostas a respeito do perfil dos estudantes, sugere-se que não há diferença significativa no perfil dos dois grupos de alunos universitários analisados.

## 4.2 Avaliação da consciência ambiental

A segunda parte do questionário versava sobre a consciência ambiental e continha 15 assertivas relacionadas a preferência de consumo de produtos sustentáveis ou considerados ambientalmente corretos, como uma das formas de minimizar os impactos negativo para o meio ambiente. Algumas perguntas versavam sobre o consumo de alimentos orgânicos ou sem agrotóxicos e sua contribuição para o meio ambiente e para a saúde, como é destacado por Lamano-Ferreira et al. (2017), conforme evidenciado na Tabela 2.

**Tabela 2.** Assertivas ECCB – Consciência Ambiental

Item	Assertiva
1	Eu prefiro produtos e alimentos sem agrotóxicos porque eles respeitam o meio ambiente.
2	Eu compro produtos orgânicos porque são mais saudáveis.
3	Eu estou disposto(a) a pagar um pouco mais por produtos e alimentos que estão livres de elementos químicos e que prejudicam o meio ambiente.
4	Quando eu compro produtos e alimentos as preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra.
5	Eu não compro produtos e alimentos que podem causar a extinção de algumas espécies animais e vegetais.
6	Eu evito comprar produtos com embalagens que não são biodegradáveis.
7	Sempre que possível, eu procuro comprar produtos com embalagens reutilizáveis.
8	Eu sempre faço um esforço para reduzir o uso de produtos feitos de recursos naturais escassos.
9	Eu procuro comprar eletrodomésticos que consomem menos energia.
10	Eu sempre tento usar eletrodomésticos (por exemplo: máquina de lavar, chuveiros elétricos e secadoras) fora do horário de pico de consumo, que ocorre entre as 18h30 e as 21h30.
11	Eu procuro não comprar produtos que possuem grande quantidade de embalagem.
12	Quando possível, eu sempre escolho produtos que causam menor poluição.
13	Eu procuro, insistentemente, reduzir o consumo de energia elétrica.
14	Quando eu conheço os possíveis danos que um produto pode causar ao meio ambiente, eu não compro este produto.
15	Eu já troquei ou deixei de usar produtos por razões ecológicas.

Fonte: Elaborado pelos autores com base na ECCB (Roberts, 1996)

Quando realizado o teste para a curva normal, Kolmogorov-Smirnov, tem-se que os dados são aderentes a curva normal, logo o teste de diferença de médias realizado é paramétrico. Constatou-se que não há diferença significativa entre esses alunos, uma vez que p-valor ficou acima de 0,05 (Tabela 3).

**Tabela 3-** Dados da consciência ambiental

Média dos que estavam cursando	6,66
Média dos que não cursaram	6,38
t de Student	1,3761
p-valor	0,1699

**Fonte:** Dados da pesquisa.

Medeiros, Ribeiro e Ferreira (2011) apontam que é importante que ocorra um processo participativo permanente, de maneira que não seja apenas e exclusivamente informativa, é imprescindível a prática, de modo a desenvolver e estabelecer uma consciência crítica sobre os problemas ambientais. A educação ambiental pode ser contemplada no curso de Direito nos componentes transversais das disciplinas Direito Penal, Direito Administrativo, Direito do Trabalho, Direito Empresarial, Ciência Política, Atualização Legislativa e Direito Constitucional.

No entanto, de acordo com os achados desta pesquisa sugere-se que a prática da interdisciplinaridade nos cursos superiores, especificamente no curso de Direito, ainda é incipiente, uma vez que os dados não apresentaram diferenças expressiva na consciência ambiental dos alunos após cursarem disciplinas relacionadas a questões ambientais. Segundo Tauchen e Brandli (2006) são poucas as práticas observadas nas instituições de ensino superior com o objetivo de qualificar e conscientizar os cidadãos formadores de opinião.

A conscientização das pessoas em relação aos problemas ambientais é decisiva para a sensibilização e conseqüente comportamento ambientalmente positivo, contribuindo para que optem por produtos ecologicamente corretos e tornam-se consumidores ecologicamente conscientes (Aguirre et al., 2003; Yang et al., 2021). Nesse sentido, tem-se a possibilidade de um projeto pedagógico que incentive a formação de cidadãos conscientes de sua realidade socioambiental mediante a obtenção de vários tipos de conhecimento sobre ela (Zitzke, 2002).

### **4.3 Avaliação do Comportamento Ambiental**

A terceira parte do questionário evidenciada na Tabela 4, versava sobre o comportamento ambiental e continha 11 assertivas. Essa etapa tem a pretensão de medir o

comportamento de consumo dos respondentes, representadas por suas ações consumeristas ao selecionarem, comprarem, usarem ou descartarem produtos ou serviços para satisfazerem suas necessidades e desejos (Peter & Churchill Jr, 2000; Solomon, 2016).

**Tabela 4.** Assertivas ECCB – Comportamento Ambiental

Item	Assertiva
1	Na minha residência eu separo o lixo seco do lixo orgânico.
2	Eu procuro comprar produtos feitos papel reciclado.
3	Eu já convenci amigos ou parentes a não comprar produtos que prejudicam o meio ambiente.
4	Eu troquei as lâmpadas da minha casa por lâmpadas de menor potência para reduzir o consumo de energia elétrica.
5	Sempre que possível, eu compro produtos feitos com material reciclado.
6	Quando eu tenho que escolher entre dois produtos iguais, eu sempre escolho o que é menos prejudicial as outras pessoas e ao meio ambiente.
7	Eu não compro produtos fabricados ou vendidos por empresas que prejudicam ou desrespeitam o meio ambiente.
8	Eu comprei lâmpadas mais caras, mas que economizam mais energia elétrica.
9	Eu tento comprar apenas produtos que podem ser reciclados.
10	Eu normalmente compro o produto com preço mais baixo, mesmo sabendo que ele prejudica o meio ambiente.
11	Eu não compro produtos para minha casa que prejudicam o meio ambiente.

**Fonte:** Elaborado pelos autores, com base na ECCB (Roberts, 1996).

Quando realizado o teste para a curva normal, Kolmogorov-Smirnov, tem-se que os dados não são aderentes a normalidade, logo o teste de diferença de médias realizado é não paramétrico ( $p\text{-value} = 0,004262$ ). Realizado o teste não paramétrico, Kruskal-Wallis, obteve-se que há diferença significativa entre alunos do nono semestre e dos demais semestres quanto ao comportamento ambiental declarado, uma vez que o  $p\text{-valor}$  ficou abaixo de 0,05 (Hair et al., 2009), evidenciados na Tabela 5.

**Tabela 5** – Dados do Comportamento Ambiental.

Média das respostas dos alunos que estão cursando a disciplina	6,42
Média dos alunos que não estão cursando a disciplina	5,99
Estatística de Kruska-Wallis	5,9038
$p\text{-valor}$	0,01511

**Fonte:** Dados da pesquisa.

O resultado é consistente com a literatura que sustenta que o comportamento ambiental nem sempre está associado necessariamente a consciência ambiental. Por exemplo, em pesquisa realizada por Gorni et al. (2016), os resultados também forneceram evidência empírica de que

a consciência ambiental não apresentou relação significativa com o comportamento de compra num grupo de estudantes universitários.

Sendo assim, os resultados do estudo evidenciam que possivelmente os alunos que estão cursando a disciplina Direito Ambiental com o conteúdo: Classificação do meio ambiente, normas de cooperação em matéria ambiental e responsabilidade ambiental (civil, administrativa e penal), foram influenciados positivamente em seu comportamento ambiental. A literatura sugere que a partir do conhecimento e da percepção ambiental, o comportamento do consumidor também pode ser modificado. (Brandalise et al., 2009; Joshi & Rahman, 2019; Matharu et al., 2020; Solomon, 2016).

Isso reforça a importância de se implementar a Política Nacional de Educação Ambiental no ambiente de educação formal, inclusive no ensino superior, para formação de cidadãos com atuação mais consistente com o desenvolvimento sustentável (Leef, 2005; Segura, 2001; Tzortis et al., 2017), estimulando o consumo sustentável, com o objetivo de contribuir na mitigação dos impactos ambientais adversos (Joshi & Rahman, 2019; Paavola, 2001).

## **5. Conclusões / Considerações finais**

Esta pesquisa cumpre seu objetivo de comparar a consciência e o comportamento ambiental de alunos do curso de Direito que estavam cursando a disciplina de Direito Ambiental com alunos que ainda não cursaram.

Quando analisados os dados da pesquisa, observou-se que a consciência ambiental dos alunos não apresentou diferenças significativas entre os semestres, mesmo considerando o conteúdo programático da grade curricular. Como decorrência desta análise levantou-se a hipótese de que é necessário um processo de sensibilização e conscientização dos universitários quanto à importância da preservação do meio ambiente. Já que grande parte da literatura indica que quanto maior a consciência ambiental, maior poderá ser o comportamento ambiental de consumo. Dessa forma, sugere-se que possam ser incluídas nas disciplinas diretrizes para o desenvolvimento da conscientização dos alunos.

No que tange à questão comportamental a pesquisa aponta que há diferença significativa entre os grupos. Os alunos do nono semestre que estavam cursando disciplina com conteúdo relacionado a questões ambientais possuem comportamento ambiental superior ao dos alunos dos semestres anteriores ao nono, que não cursaram tal disciplina. Desta forma, é possível evidenciar que a universidade está no caminho certo e que um dos principais fatores que podem

influenciar o comportamento de compra dos universitários do curso de Direito relaciona-se à informação.

Assim sendo, devido a sua delimitação, esta pesquisa retrata apenas um viés de uma problemática complexa, que dada a sua importância requer novos estudos que possam ampliar seu conhecimento. Visto que este estudo fornece evidência empírica de que a ministração de disciplinas ambientais no curso de Direito, pode exercer influência positiva no desempenho do comportamento ambiental destes alunos, uma sugestão de pesquisa futura poderia ser a investigação dos fatores que influenciam o desenvolvimento do comportamento ambiental. Este entre outros, poderiam apontar novos olhares a respeito da relação entre a educação ambiental e o consumo sustentável.

### **Agradecimentos**

"O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001”.

### **Referências**

- Aguiar, F. H. O. de, Barrichello, A., Morano, R. S., Amadeu, M. V., Pontes, T. C., Gatto, T. A., & Melo, W. (2018). Comportamento de compra sustentável: qual o grau de influência de seus antecedentes? *South American Development Society Journal*, 4(10), 18–37. <https://doi.org/10.24325/10.24325/issn.2446-5763.v4i10p18-37>
- Aguirre, M. S., Aldamiz-Echevarría, C., Charterina, J., & Vicente, A. (2003). El consumidor ecológico. Un modelo de comportamiento a partir de la recopilación y análisis de la evidencia empírica. *Distribución y Consumo*, 67, 41–54.
- Araújo, M. (2010). Produtos ecológicos para uma sociedade sustentável. *IDHEA–Instituto para o Desenvolvimento da Habitação Ecológica. Artigo publicado em.*
- Brandalise, L. T., Bertolini, G. R., Rojo, C. A., Lezana, Á. G., & Possamai, O. (2009). A percepção e o comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação ambiental. *Revista Gestão & Produção*, 16(2), 286–300.
- Butzke, I. C., Pereira, G. R., & Noebauer, D. (2001). Sugestão de indicadores para avaliação do desempenho das atividades educativas do sistema de gestão ambiental–SGA da Universidade Regional de Blumenau–FURB. *Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, 13.

- Capelini, M. (2007). *Potencialidade e aplicação da prevenção de resíduos de embalagens: Abordagem sobre o projeto do produto e o consumo* [PhD Thesis]. Universidade de São Paulo.
- Churchill Jr, G. A. (2000). *Marketing: Criando valor para os clientes*. Saraiva.
- Coltro, A. (2006). O comportamento do consumidor consciente como fonte de estímulos de mercado às ações institucionais socioambientais. *Conselho Latino-Americano de Escolas de Administração, Montpellier*.
- Creswell, J. W. (2010). Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto*.
- Finisterra do Paço, A. M., & Raposo, M. L. B. (2010). Green consumer market segmentation: Empirical findings from Portugal. *International Journal of Consumer Studies*, 34(4), 429–436.
- Fraj, E., & Martinez, E. (2006). Influence of personality on ecological consumer behaviour. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(3), 167–181.
- Freire, O., Quevedo-Silva, F., Frederico, E., Vils, L., & Braga Junior, S. S. (2021). Effective scale for consumers' environmental concerns: A competing scales study between NEP and ECCB. *Journal of Cleaner Production*, 304, 126801. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126801>
- Gomes, G., Gorni, P. M., & Dreher, M. T. (2011). Consumo Sustentável E O Comportamento De Universitários: Discurso E Práxis! *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 10(2), 80.
- Gonçalves, K. S., Lamano-Ferreira, A. P. do N., & Ribeiro, A. P. (2017). Feiras Orgânicas: Agronegócio e práticas sustentáveis na cidade de São Paulo. *Periódico Eletrônico Fórum Ambiental da Alta Paulista*, 13(3), Article 3. <https://doi.org/10.17271/1980082713320171656>
- Gorni, P. M., Gomes, G., Wojahn, R. M., & Padilha, C. K. (2016). Consciência ambiental e sua influência sobre o comportamento de compra com vistas à preocupação ambiental. *Contextus-Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 14(1), 7–31.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman Editora.
- Instituto Akatu. (2010). *Instituto Akatu | Consumo consciente e sustentabilidade*. <https://akatu.org.br/>

- Joshi, Y., & Rahman, Z. (2019). Consumers' Sustainable Purchase Behaviour: Modeling the Impact of Psychological Factors. *Ecological Economics*, 159, 235–243. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.01.025>
- L9795. (1999). [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19795.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm)
- Lange, F., & Dewitte, S. (2019). Measuring pro-environmental behavior: Review and recommendations. *Journal of Environmental Psychology*, 63, 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.04.009>
- Leef, E. (2005). Saber Ambiental: Sustentabilidade, racionalidade, complexibilidade e poder. *Petrópolis: Vozes*.
- Martins, L. M. S. (2011). Educação ambiental-uma perspectiva transdisciplinar no ensino superior. *MII SEAT-Simpósio de Educação Ambiental e Transdisciplinaridade UFG/IESA/NUPEAT-Goiânia*, 4.
- Matharu, M., Jain, R., & Kamboj, S. (2020). Understanding the impact of lifestyle on sustainable consumption behavior: A sharing economy perspective. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32(1), 20–40. <https://doi.org/10.1108/MEQ-02-2020-0036>
- Medeiros, M. C. S., Ribeiro, M. da C. M., & Ferreira, C. M. de A. (2011). Meio ambiente e educação ambiental nas escolas públicas. *Âmbito Jurídico, Rio Grande*, XIV, 92.
- Mourão, E. (2005). Guia do consumo consciente. *Núcleo BRDE Responsabilidade Social coordenado por Denise Weinreb*. Disponível em: <http://www.brde.com.br>. Acesso em, 22.
- Paavola, J. (2001). Towards Sustainable Consumption: Economics and Ethical Concerns for the Environment in Consumer Choices. *Review of Social Economy*, 59(2), 227–248. <https://doi.org/10.1080/00346760110036175>
- Peter, J. P., & Churchill Jr, G. A. (2000). Marketing: Criando valor para os clientes. *São Paulo: Saraiva*, 290.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of business research*, 36(3), 217–231.
- Segura, D. de S. B. (2001a). *Educação ambiental na escola pública: Da curiosidade ingênua à consciência crítica* (Vol. 158). Annablume.
- Segura, D. de S. B. (2001b). *Educação ambiental na escola pública: Da curiosidade ingênua à consciência crítica*. Annablume.
- Solomon, M. R. (2016). *O Comportamento do Consumidor-: Comprando, Possuindo e Sendo*. Bookman Editora.

- Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2000). *Estatística: Coleção Schaum*. Bookman.
- Straughan, R. D., & Roberts, J. A. (1999). Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of consumer marketing*, 16(6), 558–575.
- Tambosi, S. S. V., Mondini, V. E. D., da Rosa Borges, G., & Hein, N. (2014). Consciência Ambiental, Hábitos de Consumo Sustentável e Intenção de Compra de Produtos Ecológicos de Alunos de uma IES de Santa Catarina. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo-ReAT*, 5(3), 454–468.
- Tauchen, J., & Brandli, L. L. (2006). A gestão ambiental em instituições de ensino superior: Modelo para implantação em campus universitário. *Gestão & Produção*, 13(3), 503–515.
- Tzortis, P. S., Kniess, C. T., Lopes, E. L., Ferreira, A. P. do N. L., & Junior, J. C. G. (2017). A study of the environmental level of awareness among business administration students in São Paulo, Brazil. *Journal on Innovation and Sustainability RISUS*, 8(4), 147–163. <https://doi.org/10.24212/2179-3565.2017v8i4p147-163>
- Waldman, M., & Schneider, D. (2000). *Guia ecológico doméstico*. Editora Contexto.
- Yang, M. X., Tang, X., Cheung, M. L., & Zhang, Y. (2021). An institutional perspective on consumers' environmental awareness and pro-environmental behavioral intention: Evidence from 39 countries. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 566–575.
- Zimmer, M. R., Stafford, T. F., & Stafford, M. R. (1994). Green issues: Dimensions of environmental concern. *Journal of business research*, 30(1), 63–74.
- Zitzke, V. A. (2002). Educação ambiental e ecodesenvolvimento. *Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, 9, 175–188.