



**REUNIR:**  
**Revista de Administração, Ciências Contábeis e**  
**Sustentabilidade**

[www.reunir.revistas.ufcg.edu.br](http://www.reunir.revistas.ufcg.edu.br)



ARTIGO ORIGINAL: Submetido em: 05.07.2022. Avaliado em: 06.04.2023. Apto para publicação em: 02.06.2023. Organização Responsável: UFCG.

**Consciência, comportamento e conhecimento ambiental: uma análise com universitários do curso de Direito**

*Environmental awareness, behavior, and knowledge: an analysis with Law school students.*

*Conciencia, comportamiento y saber ambiental: un análisis con estudiantes de Derecho.*

**Claudia Maria da Silva Bezerra**  
Universidade Nove de Julho - UNINOVE.  
Rua Vergueiro, 235/249 - Liberdade, São Paulo,  
SP, 01525-000

 <https://orcid.org/0000-0002-0315-1694>  
e-mail: [claudiamsbezerra@gmail.com](mailto:claudiamsbezerra@gmail.com)

**Heidy Rodriguez Ramos**  
Universidade Nove de Julho - UNINOVE.  
Rua Vergueiro, 235/249 - Liberdade, São Paulo,  
SP, 01525-000

 <https://orcid.org/0000-0002-3757-5196>  
e-mail: [heidvrr@uni9.pro.br](mailto:heidvrr@uni9.pro.br)

**Eloisa Elena Shinohara**  
Universidade Nove de Julho - UNINOVE.  
Rua Vergueiro, 235/249 - Liberdade, São Paulo,  
SP, 01525-000

 <http://orcid.org/0000-0002-9303-3092>  
e-mail: [eloisa.elena@hotmail.com](mailto:eloisa.elena@hotmail.com)

**Magela Romero Almodóvar**  
Universidade de La Habana  
Endereço: Freyre Andrade 104 entre Juan Delgado y  
Dstrampes. Sevillano. Diez de Octubre. La Habana

 <https://orcid.org/0000-0003-0888-9126>  
e-mail: [torcaza1982@gmail.com](mailto:torcaza1982@gmail.com)



**PALAVRAS-CHAVE**  
Educação Ambiental  
Sustentabilidade  
ECCB.

**Resumo:** A consciência ambiental e a consequente busca por produtos ambientalmente menos impactantes ao meio ambiente, têm se consolidado nos últimos anos. Influências pessoais e do meio, motivam 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.

#### KEYWORDS

Environmental Education  
Sustainability  
ECCB.

---

**Abstract:** *Environmental awareness and the consequent search for environmentally fewer impacting products have been consolidated in recent years. Personal and environmental influences motivate 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, there is 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, using a scale validated to 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 of the Law course. The sample consisted of 350 respondents and the analyzes were performed using the RStudio Team software (2015). The results indicate differences in environmental behavior between the groups of students who took a course with environmental content and those who did not, however differences in environmental awareness were not identified, suggesting that there is a positive influence of environmental courses on the purchasing behavior of university students.*

---

#### PALAVRAS-CHAVE

Educación Ambiental  
Sustentabilidad  
ECCB.

**Resumen:** *La conciencia ambiental y la consecuente búsqueda de productos de menor impacto ambiental se han consolidado en los últimos años. Las influencias personales y ambientales motivan el comportamiento ambiental de las personas, incluida la educación ambiental. Es fundamental identificar cómo el conocimiento sobre temas ambientales puede ser considerado un indicador de la acción consciente del consumidor. Por ello, nada mejor que centrar estos estudios en los futuros formadores de opinión, los estudiantes universitarios. El objetivo de esta investigación fue analizar la conciencia y los hábitos de consumo de los estudiantes de derecho, antes y después de tomar un curso con contenido ambiental, utilizando una escala validada para el contexto brasileño de Comportamiento del Consumidor Ecológicamente Consciente (ECCB) desarrollada por Roberts (1996). Así, se realizó una investigación cuantitativa a través de una Encuesta con estudiantes universitarios de la carrera de Derecho. La muestra estuvo compuesta por 350 encuestados y los análisis se realizaron utilizando el software RStudio Team (2015). Los resultados indican diferencias en el comportamiento ambiental entre los grupos de estudiantes que tomaron un curso con contenido ambiental y los que no, sin embargo, no se identificaron diferencias en la conciencia ambiental, lo que sugiere que existe una influencia positiva de los cursos ambientales en el comportamiento de compra de la universidad. estudiantes.*

## Introdução

A consciência ambiental e a consequente busca por produtos com menos impacto ao meio ambiente 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). A ampla divulgação deste conceito trouxe benefícios ambientais, consolidando nos consumidores o reconhecimento da necessidade de preservação do meio ambiente, por meio do consumo consciente (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 escala 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, Quevedo-Silva, Frederico, Vils & Braga Junior, 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; Yang, Tang, Cheung & Zhang, 2021). A EA 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 (Mondini, Rosa Borges, Mondini & Dreher, 2018; Segura, 2001). Assim sendo, a EA deve ser considerada um fator estratégico para mudança das percepções e práticas na relação estabelecida entre a sociedade e o meio ambiente (Tzortis, Kniess, Lopes, Ferreira & Junior, 2017; Yang et al., 2021).

Um dos aspectos importantes da formação dos consumidores é a EA, que de acordo com 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). O tema sustentabilidade tem sido incluído no ambiente acadêmico especialmente no ensino superior em virtude das demandas da sociedade, com o objetivo de capacitar os futuros profissionais a lidar com estes novos desafios nas mais diversas áreas (Kuzma, Doliveira, Gonzaga & Novak, 2016; Warner & Elser, 2015).

Práticas de sustentabilidade, incluindo ações de EA, 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. Além deles, Cortese (2003) e Sloan, Davila e Malbon (2013), sugerem em suas pesquisas que as IES são fundamentais na formação das gerações futuras, e que cabe a essas IES promover mudanças na sociedade contemporânea relacionadas às questões de Sustentabilidade.

Cumprido destacar, que no Brasil a Constituição Federal (CF) por meio do artigo 207, garante às universidades, autonomia

didático-científica (Brasil, 1988), e que embora as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) delineiem as disciplinas de cunho obrigatório, a CF permite que a estrutura curricular dos Cursos de Direitos não sejam idênticas, de modo que cada curso define sua estrutura de acordo com o perfil do aluno que se quer formar, as peculiaridades locais, dentre outros elementos (Leher, 2019).

Assim questões ambientais podem ser tratadas de forma interdisciplinar nas atividades de ensino em diversas disciplinas do curso de direito incluindo-se aquelas relacionadas à pesquisa e extensão (Souza & Stohrer, 2020). Contudo o que se observou, com base nas ementas do curso analisado é que somente na disciplina Direito Ambiental foi possível evidenciar de forma direta a abordagem de questões ambientais efetivamente na grade curricular do curso de Direito.

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 às questões ambientais (Brandalise, Bertolini, Rojo, Lezana & Possamai, 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 podem motivar o comportamento ambiental das pessoas. Nesta perspectiva, estudos evidenciaram que a partir do conhecimento e da percepção ambiental, o comportamento do consumidor pode ser modificado (Brandalise et al., 2009; Tzortis et al., 2017; Yang et al., 2021). 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: “Existe diferença em relação a consciência e o comportamento ambiental entre estudantes universitários do curso de

Direito que estão cursando a disciplina Direito Ambiental 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 a disciplina Direito Ambiental. Para tal, foi conduzida um *survey* baseada na escala validada de Comportamento do Consumidor Ecologicamente Consciente (ECCB) desenvolvida por Roberts (1996), com uma amostra de 350 estudantes do curso de Direito de uma universidade na Cidade de São Paulo.

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 de tais estudantes, 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 de consciência e 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 quarta seção apresenta os achados empíricos e uma análise crítica deles. A sessão subsequente sugere implicações práticas e gerenciais e última seção do artigo apresenta as considerações finais, limitações e sugestões para trabalhos futuros.

## 1. Elementos teóricos da pesquisa

### 1.1. Consciência ambiental 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; Silva et al., 2022; Tambosi, Mondini, da Rosa Borges & Hein, 2014).

A consciência ambiental é destacada por Butzke, Pereira e Noebauer (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. A consciência ambiental é uma condição fundamental para que os consumidores atentem-se aos atributos ambientais mais relevantes dos produtos (Costa, Ramos, Vils & Cunha, 2021).

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; busca difundir o conceito e a prática do consumo consciente, 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).

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 (Mourão, 2005). 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. Song, Qin e Yuan (2019) evidenciaram, em sua pesquisa, que a consciência ambiental exerce um papel mediador na relação entre a preocupação ambiental e aquisição de produtos considerados ambientalmente adequados.

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, Aldamiz-Echevarría, Charterina & Vicente, 2003; Mondini et al., 2018; Nguyen & Johnson, 2020; Paul, Modi & Patel, 2016; 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 corretamente, mas também por meio da observação de atitudes ativas e positivas, que demonstrem o posicionamento do consumidor consciente.

Algumas pesquisas evidenciaram que a medida que os consumidores se conscientizam do quanto seu consumo influencia o meio ambiente, eles tendem a mudar suas atitudes e comportamentos em benefício das gerações futuras (Costa et al., 2021; Paço, Shiel & Alves, 2019; Paul et al., 2016). Neste sentido, a EA parece ser uma importante ferramenta na formação de atitudes de consumo sustentável. Pesquisas sugerem que a EA é capaz de influenciar positivamente na conscientização ambiental (Aguirre et al., 2003; Mondini et al., 2018; Nguyen & Johnson, 2020; Paul, Modi & Patel, 2016; Yang et al., 2021), em contrapartida Olsson, Gericke, Boeve-de Pauw, Berglund e Chang (2019) em sua pesquisa, identificou que não houve melhora na consciência de sustentabilidade dos alunos do projeto *Green School Partnership Project in Taiwan* (GPPT), promovido pelo Ministério da Educação de Taiwan. Com base nestas evidências este estudo propõe a seguinte hipótese:

H1. Educação Ambiental por meio da Disciplina Direito Ambiental influencia positivamente a consciência ambiental dos alunos do curso Direito.

## **1.2. 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 (Paço et al., 2019). 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 estes comportamentos que causam mudança. Solomon (2016) completa esse conceito e afirma que o comportamento do consumidor é o ato de indivíduos ou grupos selecionarem, comprarem, usarem ou descartarem produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos. Neste sentido Kotler e Armstrong (2007), evidenciam que o comportamento do consumidor sofre influência de fatores distintos, dentre eles, fatores sociais, pessoais, culturais e psicológicos. Por isso, o estudo do comportamento do consumidor, especialmente entre estudantes do ensino superior é importante para a elaboração de estratégias de marketing mais efetivas, visando atender e satisfazer as necessidades de seu público-alvo, especialmente para compreender como acontece o processo de decisão de compra desse público (Schinaider, Fagundes & Schinaider, 2016; Solomon, Dahl, White, Zaichkowsky & Polegato, 2014), bem como promover as crenças e comportamentos pró-ambientais dos estudantes do ensino superior (Nguyen & Johnson, 2020).

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, Pereira & Noebauer, 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, Jain & Kamboj, 2020). 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).

Segundo Efig e Resende (2015), para que o consumo consciente possa contribuir com o desenvolvimento sustentável, é fundamental que haja programas de educação que permitam às pessoas conhecimento acerca dos impactos ambientais negativos que suas decisões de consumo podem provocar na sociedade e no meio ambiente. Somente a educação voltada ao consumo consciente é capaz de promover uma mudança eficaz no comportamento dos consumidores (Mattia & Becker, 2021).

Alterações de comportamento necessitam de mudanças sociais e institucionais que encorajem comportamentos de consumo ambientalmente corretos. Para isso, é fundamental que políticas culturais de estímulo ao consumo sustentável sejam instituídas tanto em nível acadêmico quanto político (Mondini et al., 2018). Estas evidências ancoram a proposta da seguinte hipótese:

H2. Educação Ambiental por meio da Disciplina Direito Ambiental influencia positivamente o comportamento de consumo sustentável dos alunos do curso Direito.

## 2. Elementos metodológicos da pesquisa

Para responder à questão proposta neste estudo, 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. Deveu-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 em 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 semestre em que, a referida disciplina, ainda não os foi ministrada, pois faz parte da grade curricular do 9º semestre.

Para a construção da ferramenta de pesquisa, foi utilizada a escala já validada, *Ecologically Conscious Consumer Behavior* (ECCB), tal como apresentada por 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 escala do tipo *Likert* de 0 a 10 foi utilizada como opção de resposta, 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.

Um questionário eletrônico foi aplicado 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. Com a devida autorização da coordenação da universidade, as pesquisadoras transitaram pelas salas de aula solicitando aos alunos que respondessem o questionário de forma remota.

O *software* utilizado para análise dos dados foi o pacote *RStudio* (Team, 2015). Após a imputação dos dados dos questionários aceitos, o primeiro passo foi separar os dados das amostras em dois grupos: 1) alunos que estão cursando a disciplina Direitos Difusos e Coletivos, em que Direito Ambiental faz parte do conteúdo programático e; 2) alunos que ainda não cursaram a respectiva disciplina. O segundo passo, separou as assertivas em dois grupos: 1a) relacionadas a consciência e; 2a) comportamento. O próximo passo foi a análise dos dados, com a realização de um cruzamento dos dois grupos, ou seja, da amostra de alunos e das assertivas.

As comparações entre os grupos basearam-se no teste “t” de diferença de médias, e a amostra resultou distribuição normal, como resultado do teste não paramétrico de Mann-Whitey. Quanto ao resultado do teste de Kolmogorov-Smirnov (Spiegel & Stephens, 2000), o resultado foi não-normal. O nível de significância foi 5%.

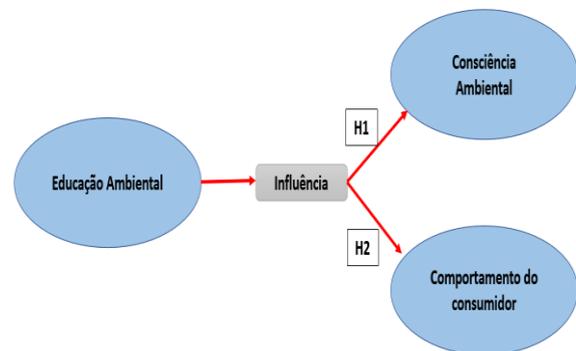
### 3. Apresentação e discussão dos resultados

#### 3.1. Análise dos Resultados

Com base no levantamento bibliográfico foi possível evidenciar pesquisas que sugerem que práticas educativas pertinentes à questões ambientais podem assumir uma função transformadora, permitindo que os indivíduos, possam tornar-se essenciais para a promoção do desenvolvimento sustentável (Mondini et

al., 2018; Segura, 2001). Tais pesquisas sugerem que a EA deve ser considerada um fator estratégico para mudança das percepções e práticas na relação estabelecida entre a sociedade e o meio ambiente.

A EA é capaz de influenciar positivamente tanto a conscientização ambiental (Aguirre et al., 2003; Mondini et al., 2018; Nguyen & Johnson, 2020; Paul et al., 2016; Yang et al., 2021) quanto o comportamento de consumo ambientalmente corretos (Mattia & Becker, 2021; Mondini et al., 2018). Com base nisso, foram definidas as hipóteses desta pesquisa, que estabeleceu a EA como variável independente e a consciência ambiental e o comportamento do consumidor como variáveis dependentes, a Figura 1 ilustra essa relação.



**Figura 1: Configuração das Hipóteses**  
Fonte: Elaborado pelos autores.

Para contextualizar os achados desta pesquisa, o próximo capítulo apresenta análise do perfil dos estudantes, seguido pelas avaliações da consciência e do comportamento ambiental dos mesmos.

#### 3.2. Análise do perfil dos estudantes

A primeira parte do questionário apresentou o perfil da amostra dos estudantes, e com os dados coletados foi possível um comparativo entre os alunos. Conforme os dados da Tabela 1, observa-se que 128 (36,6%) dos respondentes estavam cursando o nono semestre e 222 (63,4%) cursavam os

semestres anteriores, perfazendo um total de 350 respondentes.

**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%		
Escolaridade	2º Grau médio	39,06 %	Escolaridade	2º Grau médio	51,35%		
	Superior	53,13 %		Superior	40,54%		
	Pós-Graduação	5,47%		Pós-Graduação	5,86%		
	Mestrado	1,56%		Mestrado	0,9%		
	Doutorado	1%		Doutorado	1%		
Renda	Até salário-mínimo	5%	Renda	Até 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, a média é de 32,7 anos e dos alunos dos semestres anteriores a média da idade é de 32,41 anos. Quanto ao sexo dos alunos do nono semestre, mais de 60% eram do sexo feminino. Quanto aos estudantes universitários dos semestres anteriores nota-se que os percentuais são muito semelhantes, ou seja, também mais de 60% eram do sexo feminino. Estes resultados não representam, portanto, diferença significativa.

Quanto ao nível de escolaridade, os dois grupos de alunos, também apresentaram resultados semelhantes, ou seja, mais de 90% estão apenas em dois dos cinco grupos: 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.

### 3.3. 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 Gonçalves, Lamano-Ferreira e Ribeiro (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 EA 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.

Com base nos resultados dos testes estáticos realizados, a H1 da pesquisa de que a EA por meio da Disciplina Direito Ambiental influencia positivamente a consciência ambiental dos alunos do curso Direito, foi refutada. Os achados desta pesquisa sugerem que a prática da interdisciplinaridade no que tange à questões ambientais nos cursos superiores, especificamente no curso de Direito, ainda é incipiente, corroborando com os achados da pesquisa de Souza e Stohrer (2020), que sugerem a falta e empenho das IES na criação de um novo paradigma de ensino jurídico prospectivo e transformador, comprometido com as gerações futuras, com a preservação dos recursos naturais e melhoria da qualidade de vida.

Embora haja um esforço por parte da IES objeto da pesquisa em incluir o debate de questões ambientais em disciplinas distintas, os dados não apresentaram diferenças expressiva na consciência ambiental dos alunos após cursarem disciplinas relacionadas a questões ambientais, esses achados são congruentes com os achados da pesquisa de Olsson et al. (2019), em Taiwan, que não evidenciou melhoras na consciência ambiental dos alunos após participarem de programa de escolas verdes no país. 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, especialmente nos cursos de direito (Souza & Stohrer, 2020).

De acordo com algumas pesquisas 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; Mondini et al., 2018; Nguyen & Johnson, 2020; Paul et al., 2016; 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).

### 3.4. 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)

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

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, Gomes, Wojahn e Padilha (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.

**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-valor	0,01511

**Fonte:** Dados da pesquisa

Sendo assim, os resultados deste 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. Desta forma, foi possível confirmar a H2 deste estudo de que a EA por meio da Disciplina Direito Ambiental influencia positivamente o comportamento de consumo sustentável dos alunos do curso Direito. 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).

#### 4. Implicações práticas e gerenciais

Os resultados acima reforçam a importância de se implementar a Política Nacional de EA 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).

Neste sentido, algumas ações efetivas podem ser adotadas pelas IES no curso de Direito como forma de contribuir para o desenvolvimento da conscientização ambiental dos alunos, bem como envolvê-los em outras questões relacionadas às questões de sustentabilidade como por exemplo economia de recursos, gestão e minimização de resíduos, dentre elas destacam-se:

- Promover programas de Educação Ambiental para os discentes, bem como para o corpo docente, funcional e comunidade externa à IES.
- Reduzir a produção de resíduos sólidos, por meio de programas de segregação e reciclagem dos resíduos produzidos na IES.
- Desenvolver políticas e ações que visem à utilização racional da água e energia.
- Realizar, a partir das iniciativas apresentadas nos itens anteriores, pesquisas que permitam a avaliação da efetividade das ações e possibilitem fomento à publicação acadêmica.
- Desenvolver parcerias estratégicas com ONG's e outros Organismos (Público e Privado) para ampliar o escopo do programa.

Dessa forma, além das ações efetivas descritas, sugere-se que possam ser incluídas

nas disciplinas, diretrizes para o desenvolvimento da conscientização dos alunos, por meio por exemplo de campanhas e programas educativos que possam contribuir para o aumento da conscientização ambiental, para em momento posterior, influenciar positivamente os hábitos de intenção e comportamento de compra dos discentes e docentes da IES (Nguyen & Johnson, 2020; Paul et al., 2016).

#### 5. 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.

A EA 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. Dessa forma, sugere-se que possam ser incluídas nas disciplinas, diretrizes para o desenvolvimento da conscientização dos alunos, por meio de campanhas e programas educativos que possam contribuir para o aumento da conscientização ambiental dos alunos da IES (Nguyen & Johnson, 2020).

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.

Embora esta pesquisa apresente contribuições teóricas e gerenciais, ela possui limitações. Uma delas é o fato de o estudo ter sido realizado com universitários de uma única IES. 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 as disciplinas ambientais no curso de Direito, podem exercer influência positiva no desempenho do comportamento ambiental dos alunos participantes deste estudo, e futuros estudos poderiam investigar os fatores que influenciam o desenvolvimento do comportamento ambiental, bem como, apontar novos olhares a respeito da relação entre a EA 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.

Este estudo foi financiado no Brasil pelo CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Bolsa de Produtividade em Pesquisa.

## 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.

Brasil. (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal. Recuperado de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)

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*.

Cortese, A. D. (2003). The critical role of higher education in creating a sustainable

- future. *Planning for higher education*, 31(3), 15–22.
- Costa, T., Ramos, H., Vils, L., & Cunha, J. (2021). Altruístas são Ambientalmente Responsáveis e Materialistas são Ambientalmente Irresponsáveis? Uma Análise Sobre a Moderação da Desejabilidade Social e da Mediação da Consciência Ambiental. *BBR. Brazilian Business Review*, 18, 585–604. <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.18.5.6>
- Creswell, J. W. (2010). Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. Em *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto*.
- Efing, A. C., & de Resende, A. C. L. (2015). Educação para o consumo consciente: Um dever do Estado. *Revista de Direito Administrativo*, 269, 197–224.
- 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>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Princípios de marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kuzma, E. L., Doliveira, S. L. D., Gonzaga, C. A. M., & Novak, M. A. L. (2016). A Inserção da Sustentabilidade na Formação de Administradores. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 5(2), 146–165. <https://doi.org/10.5585/geas.v5i2.430>
- 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*.
- Leher, R. (2019). Autonomia universitária e liberdade acadêmica. *Revista Contemporânea de Educação*, 14(29), 208–226. <https://doi.org/10.20500/rce.v14i29>
- 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>
- Mattia, A., & Becker, L. L. B. (2021). Consumo consciente e sustentabilidade: Impactos relacionados à Educação Ambiental e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. *Revista Direito Ambiental e Sociedade*, 11(1), Article 1. <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/direitoambiental/article/view/10048>
- 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.
- Mondini, V. E. D., da Rosa Borges, G., Mondini, L. C., & Dreher, M. T. (2018). Influência dos fatores consciência ambiental e hábitos de consumo sustentável sobre a intenção de compra de produtos ecológicos dos indivíduos. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(2), 117–129.
- 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.
- Nguyen, N., & Johnson, L. W. (2020). Consumer behaviour and environmental sustainability. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(6), 539–541. <https://doi.org/10.1002/cb.1892>
- Olsson, D., Gericke, N., Boeve-de Pauw, J., Berglund, T., & Chang, T. (2019). Green schools in Taiwan – Effects on student sustainability consciousness. *Global Environmental Change*, 54, 184–194. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2018.11.011>
- 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>
- Paço, A. do, Shiel, C., & Alves, H. (2019). A new model for testing green consumer behaviour. *Journal of Cleaner Production*, 207, 998–1006. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.105>
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.11.006>
- 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.
- Schinaider, A. D., Fagundes, P. de M., & Schinaider, A. D. (2016). Comportamento do Consumidor Educacional: Seu Perfil e o Processo de Decisão de Compra. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies*, 8(2), 144–164. <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2016.v8i2.252>
- Segura, D. de S. B. (2001). *Educação ambiental na escola pública: Da curiosidade ingênua à consciência crítica* (Vol. 158). Annablume.
- Silva, W. F. da, Brito, M. M. de L. L., França, K. D. L. de, & Batista, R. F. de M. N. (2022). Pensar globalmente e agir institucionalmente: Um estudo da consciência, do comportamento e das competências pró-ambientais dos Secretários-Executivos da Reitoria de um Instituto Federal de Ensino Superior. *Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)*, 13(3), 408–430. <https://doi.org/10.7769/gesec.v13i3.1310>
- Sloan, T., Davila, F., & Malbon, E. (2013). Student-Facilitators as University Tutors: An Effective Approach to Sustainability Education. *Australian Journal of*

- Environmental Education*, 29(1), 80–96. <https://doi.org/10.1017/aee.2013.16>
- Solomon, M. R. (2016). *O Comportamento do Consumidor-: Comprando, Possuindo e Sendo*. Bookman Editora.
- Solomon, M. R., Dahl, D. W., White, K., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2014). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (Vol. 10). Pearson.
- Souza, M. C. S. A. de, & Stohrer, C. M. S. (2020). A ECOALFABETIZAÇÃO NO ENSINO JURÍDICO: Novos desafios á consciência ambiental. *Relações Internacionais no Mundo Atual*, 2(23), Article 23. <https://doi.org/10.21902/Revrima.v2i23.4012>
- Song, Y., Qin, Z., & Yuan, Q. (2019). The Impact of Eco-Label on the Young Chinese Generation: The Mediation Role of Environmental Awareness and Product Attributes in Green Purchase. *Sustainability*, 11(4), 973. <https://doi.org/10.3390/su11040973>
- 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.
- TEAM, RStudio et al. RStudio: integrated development for R. RStudio. Inc., Boston, MA, v. 700, p. 879, 2015.
- 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.
- Warner, B. P., & Elser, M. (2015). How do sustainable schools integrate sustainability education? An assessment of certified sustainable K–12 schools in the United States. *The Journal of Environmental Education*, 46(1), 1–22.
- 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.