



RELISE

## A PERCEPÇÃO DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL, ATRAVÉS DO CONSUMO CONSCIENTE, PELOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE NATAL<sup>1</sup>

*PERCEPTION OF SUSTAINABLE INNOVATION, THROUGH  
CONSCIENT CONSUMPTION, BY UNIVERSITY STUDENTS OF NATAL*

*Jorge Assef Lutfi Jr<sup>2</sup>*

*Gilson Luiz da Silva<sup>3</sup>*

*Tiago do Amaral Rocha<sup>4</sup>*

*Eliana Andrea Severo<sup>5</sup>*

### RESUMO

O planeta clama pela adoção de práticas sustentáveis em busca de se obter um meio ambiente equilibrado. Neste cenário, as inovações sustentáveis surgem como uma importante alternativa para o alcance desse propósito. Sob este viés, a presente pesquisa objetiva verificar, através de um estudo quantitativo e descritivo, a percepção dos estudantes universitários do curso de gestão da cidade de Natal no tocante a responsabilidade ambiental, além de averiguar o respectivo comportamento frente ao consumo de inovações que visem a preservação do meio ambiente, partindo desde uma prévia influência sobre consciência e educação ambiental até o seu efetivo consumo com responsabilidade socioambiental. Os resultados da pesquisa mostram que os estudantes universitários apresentam um relevante percentual de representatividade de consciência e educação ambiental, bem como de responsabilidade ambiental. A pesquisa respalda, ainda, através dos resultados, que os estudantes estão dispostos a pagar, inclusive, mais caro na compra de inovações quando sustentáveis para o meio ambiente.

**Palavras-chave:** desenvolvimento sustentável, consciência ecológica, educação ambiental, inovação sustentável.

---

<sup>1</sup> Recebido em 19/08/2020. Aprovado em 02/09/2020.

<sup>2</sup> Universidade Potiguar. lutfijr@gmail.com

<sup>3</sup> Universidade Potiguar. gilson2003@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Universidade Potiguar. tiago.amara.rocha@gmail.com

<sup>5</sup> Centro Universitário UniFBV. elianasevero@hotmail.com



RELISE

78

## ABSTRACT

Today, the planet calls for the adoption of sustainable practices in search of a balanced environment. In this scenario, sustainable innovations appear as an important alternative to achieve this purpose. Under this bias, this research aims to verify, through a quantitative and descriptive study, the perception of the undergraduate students of the Natal management course regarding environmental responsibility, as well as to verify their behavior regarding the consumption of innovations aimed at preservation, from the previous influence on environmental awareness and education to their effective consumption with social and environmental responsibility. The survey results show that college students have a relevant percentage of environmental awareness and education, as well as environmental responsibility. The research also supports, through the results, that students are willing to pay even more for the purchase of innovations when sustainable for the environment.

**Keywords:** sustainable development, ecological awareness, environmental education, sustainable innovation.

## INTRODUÇÃO

De acordo com dados da Organização das Nações Unidas - ONU (2015), apurou-se, a partir de um relatório unificado por mais de 120 países membros, que o conceito de desenvolvimento sustentável concebido em 1987 pela Comissão Brundtland ainda deve ser encarado como o desenvolvimento que atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades, conceito este ainda extremamente atual.

Desde então, tem sido repetidamente desafiado o argumento de que o crescimento econômico não é sustentável porque é acompanhado por um esgotamento dos recursos naturais e pela deterioração do serviço ambiental. Segundo Vargas (2015), o desenvolvimento sustentável é uma forma de oximoro que disfarça o conflito inerente aos sistemas humano e natural. A natureza do desenvolvimento econômico está condicionada a uma arquitetura



RELISE

do pensamento contemporâneo do desenvolvimento que se encontra contra a natureza.

Apesar desse desafio não ter sido suficientemente enfrentado, o mundo agora se prepara para cumprir os ambiciosos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) atualizados pela ONU (2018), cujo significados respaldam em essência o contexto da pesquisa sobre inovação sustentável e consumo consciente pela população de estudantes norte rio-grandenses.

Considerando a finitude dos recursos naturais e a imperiosa necessidade do uso racional e duradouro destes por gerações futuras, exsurge a problemática de averiguar a percepção do consumidor Natalense, em especial dos estudantes universitários dos cursos de gestão, acerca do consumo inteligente e ecologicamente correto.

Sendo assim, o **problema de pesquisa** é identificar a percepção do estudante universitário dos cursos de gestão da cidade de Natal/RN no que diz respeito a sua responsabilidade ambiental, bem como averiguar a influência dessa atual postura frente ao uso ou consumo de inovações sustentáveis.

Nesse contexto, esse estudo tem como **objetivo geral** analisar o comportamento dos estudantes universitários quanto ao consumo das inovações sustentáveis, partindo desde a influência de sua consciência e educação ambiental até o seu consumo com responsabilidade socioambiental.

Como **objetivos específicos**, o estudo visa avaliar fatores de compreensão associado à responsabilidade ambiental dos estudantes universitários; evidenciar a percepção destes sobre a economia de recursos e o seu uso adequado, através da inovação sustentável; demonstrar a relação dos estudantes e o perfil de encorajamento aos eixos: consciência ecológica, educação ambiental, responsabilidade sócio ambiental e consumo sustentável.



RELISE

80

Face ao exposto, este trabalho **justifica-se** ante uma crescente necessidade da adoção de práticas sustentáveis em busca de obter um meio ambiente sustentável. Nesse cenário, as inovações sustentáveis passam a ser uma importante alternativa para o alcance dessa transformação (ROVIRA; PATIÑO; SCHAPER, 2017). É urgente, cada vez mais, que não somente os universitários, mas toda a sociedade perceba que a inovação sustentável busca reduzir os custos da empresa através de um uso eficiente dos recursos naturais (KEMP; PEARSON, 2007; HORBACH; RAMMER; RENNINGS, 2012), trazendo produtos ou processos produtivos mais limpos (ROVIRA; PATIÑO; SCHAPER, 2017). Face ao exposto, surge a relevante preocupação de averiguar como caminham alguns fatores de repercussão ambiental, como a consciência ecológica, a educação ambiental e a responsabilidade socioambiental das pessoas, e, em especial, no caso deste estudo, dos estudantes universitários de Natal. A justificativa em utilizar a cidade de Natal está em considerar segundo dados recente da ONU (2015) e do IBGE (2016) como uma das cidades mais avançadas do Brasil no quesito de preocupações e ações que mitiguem as questões ambientais, e nada melhor do que validar essa preocupação associada aos estudantes universitários.

## REFERENCIAL TEÓRICO

### *Desenvolvimento sustentável*

Urge informar que, segundo a ONU (2018), os ODS vão além do programa dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), pois, além de abordar a pobreza extrema, também se concentram na inclusão socioeconômica e na sustentabilidade ecológica. Dezesete metas dos ODS foram definidas pela ONU para os próximos 15 anos, com os países em desenvolvimento e com a relação dos países responsáveis por cumprir essas



RELISE

81

metas (Conselho de Liderança da Rede de Soluções de Desenvolvimento Sustentável 2015, Indicadores e uma estrutura de monitoramento para as metas de desenvolvimento sustentável Nações Unidas).

Já, conforme pesquisas realizadas por Schneider (2015), o conceito de desenvolvimento sustentável pode ser interpretado de várias maneiras diferentes, mas, em sua essência, é uma abordagem ao desenvolvimento que busca equilibrar necessidades diferentes e, muitas vezes concorrentes, contra a consciência das limitações ambientais, sociais e econômicas que enfrentamos como sociedade.

Silva (2015) traz também informações que o desenvolvimento sustentável é impulsionado por uma necessidade específica, sem considerar plenamente os impactos mais amplos ou futuros. Segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2018), as metas nacionais dos objetivos de desenvolvimento sustentável estão cada vez mais retratando ações que reduzem os danos que esse tipo de abordagem pode causar, desde crises financeiras em larga escala causadas por bancos irresponsáveis, até mudanças no clima global resultantes de nossa dependência de fontes de energia baseadas em combustíveis fósseis. Quanto mais se busca um desenvolvimento insustentável, mais frequentes e severas são suas consequências, e é por isso que precisamos agir agora.

Já Castro Filho (2018) retrata que viver dentro dos limites ambientais é um dos princípios centrais do desenvolvimento sustentável. Uma implicação de não fazer isso é a mudança climática. Mas o foco do desenvolvimento sustentável é muito mais amplo do que apenas o meio ambiente (ALVES, 2015). É também garantir uma sociedade forte, saudável e justa. Isso significa atender às diversas necessidades de todas as pessoas nas comunidades existentes e futuras, promovendo bem-estar pessoal, coesão e inclusão social e criando oportunidades iguais (OKADO, 2016).



RELISE

De acordo com Silva (2015) e Allard (2017), se o desenvolvimento sustentável se concentra no futuro, não significa que está tudo perdido, haja vista que, por desenvolvimento sustentável, entende-se a possibilidade de encontrar maneiras melhores de fazer as coisas, tanto para o futuro quanto para o presente. Pode-se precisar mudar a maneira como os indivíduos trabalham e vivem agora, mas isso não significa que a qualidade de vida será reduzida.

A maneira como é abordado o desenvolvimento afeta a todos. Os impactos das decisões como sociedade têm consequências muito reais para a vida das pessoas. Um mau planejamento das comunidades, por exemplo, reduz a qualidade de vida das pessoas que nelas vivem (LOURENÇO, 2016).

De acordo com Araújo (2016), o desenvolvimento sustentável fornece uma abordagem para tomar melhores decisões sobre os problemas que afetam todas as nossas vidas. Ao incorporar planos de saúde no planejamento de novas comunidades, por exemplo, podemos garantir que os residentes tenham fácil acesso aos serviços de saúde e lazer.

Segundo Silva (2015), a Declaração de Joanesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável e o Plano de Implementação, adotados na Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável na África do Sul em 2002, reafirmaram os compromissos da comunidade global com a erradicação da pobreza e com o meio ambiente, e se basearam na Agenda 21 e na Declaração do Milênio, incluindo mais ênfase em parcerias multilaterais.

Compagnom (2017) traz informações sobre a relação de desenvolvimento sustentável e os três pilares iniciais - a economia, o social e o meio ambiente - identificados pelo Relatório Brundtland, a UNESCO (2014) propôs acrescentar diversidade cultural em 2002, que é um verdadeiro ser humano.



RELISE

Raworth (2017) explica que o sucesso é ainda mais importante, pois a questão do desenvolvimento sustentável é inegavelmente consoante com as relacionadas à erosão da biodiversidade ou à crise ecológica. Certamente, o desaparecimento de espécies e a evolução da natureza atraíram a atenção dos cientistas há muito tempo. Mas a construção da erosão da biodiversidade como um problema político e científico começou na década de 1980 em fases sucessivas, para finalmente ser apoiada por um número crescente de instituições em todas as escalas (COMPANHEIRO, 2017).

Já de acordo com Peiró (2017), o sucesso das políticas de desenvolvimento sustentável depende da apropriação local, além dos tomadores de decisão e dos mecanismos implementados. Essa apropriação é geralmente o resultado de uma alquimia complexa que envolve tanto a ação dos tomadores de decisão quanto as mobilizações do movimento associativo e das ONGs: como parte de um processo de coprodução ou cogestão, ou para preservar ou promover uma ação específica.

Diferente de Guichard (2013) que segundo dados da pesquisa vai depender também da capacidade desses diferentes atores de dar sentido às intervenções, colocando-a em uma narrativa nacional, na qual o componente histórico-colonial ocupa frequentemente um lugar importante, às vezes a ponto de reativar velhas divisões e exacerbar tensões difíceis de conciliar com o processo de apropriação sobre a concepção do desenvolvimento sustentável.

Inúmeras abordagens estratégicas para o desenvolvimento sustentável ou o desenvolvimento a partir da percepção ecológica são desenvolvidas. Alguns dizem respeito a energias alternativas, da energia solar à humana; fornecimento de materiais e processos locais; em objetos dobráveis para otimizar o espaço; no gerenciamento da cadeia de suprimentos; no conceito de zero emissões; em produtos comportáveis; ou no campo de embalagens cujo interesse está crescendo (KEOLEIAN; MENEREY 2012, ALLARD ,2017).



RELISE

### *Consumo sustentável*

Segundo Nogueira (2014), o consumo e produção sustentáveis têm como objetivo fazer mais e melhor com menos promovendo a eficiência de recursos e energia e infraestruturas sustentáveis. Segundo dados da ONU (2015), a implementação do consumo sustentável fornece soluções para aumentar os ganhos líquidos de bem-estar das atividades econômicas, reduzindo o uso de recursos, a degradação e a poluição ao longo de todo o ciclo de vida, aumentando a qualidade de vida, criando empregos verdes e decentes e reduzindo a pobreza. De acordo com Valentim (2012), um conceito chave para atingir o consumo sustentável é a circularidade, que explora oportunidades para promover loops de material fechados e maior eficiência de recursos ao longo das cadeias de valor. Representa uma mudança sistemática que gera oportunidades de negócios e econômicas e fornece benefícios ambientais e sociais, como equidade social, segurança de recursos, prevenção de poluição e criação de empregos.

Consumo e produção sustentáveis, a economia circular implica desenvolver novos modelos de negócios, como pagar pelo desempenho, projetar produtos para usá-los o máximo possível, reutilizar e remanufaturar produtos no final da vida útil e recuperar e reciclar um máximo de recursos para evitar desperdícios na produção, fornecimento, uso e descarte (WILLEMS, 2013).

A chave de uma transição para padrões de consumo e produção sustentáveis e para a economia circular é desenvolver políticas, tecnologias e soluções de financiamento que nos permitam dissociar o desenvolvimento econômico e o bem-estar humano do esgotamento de recursos e produção de resíduos (ARAÚJO, 2016).



RELISE

Segundo Vargas (2015), os padrões de consumo insustentáveis que eram a norma por muitos anos foram um fator importante na destruição do meio ambiente, esgotando drasticamente os estoques de recursos naturais, contribuindo para problemas sociais como a pobreza e dificultando os esforços de desenvolvimento sustentável.

Já segundo Lourenço (2014), o consumo responsável e sustentável são dois conceitos intimamente relacionados e, portanto, podem ser unificados como o mesmo tipo de consumo. Ainda conforme o autor, existem várias definições do que é um consumo responsável muito completo, a principal está em afirmar que é uma atitude dos consumidores que implica fazer um consumo consciente e crítico com a situação ambiental e de recursos, isto é, uma visão mais incisiva de consumo é realizada tanto na compra de produtos quanto na contratação de serviços.

De acordo com Valentim (2012), como não pode ser de outro modo, é um tipo de consumo intimamente ligado à produção sustentável, já que é incentivado pelo uso de recursos e energia que não agredem o meio ambiente, melhora o acesso a serviços básicos e a criação de empregos ecológicos com boas condições de trabalho.

Vargas (2015) detalha que outro aspecto que sempre tem o foco de atenção prioritária das organizações internacionais é o uso de recursos, pois para conseguir uma transição para uma economia sustentável e eficiente estão se mostrando ambiciosas várias nações.

Segundo Okado (2016), em um mundo globalizado, o objeto que se compra é despersonalizado e marcado por marcas de personalidade e entidade por meio do marketing. O consumo é um símbolo de status, de estilo de vida, no qual a maneira de consumir, o estilo de vida, a finalidade do progresso e a realização profissional/pessoal acabaram tendo efeitos



RELISE

ambientais, que são sentidos no nível planetário, a necessidade de agir e pensar de um modo ecologicamente correto é global.

De acordo com Silva (2015), todas as ideias relacionadas à sustentabilidade e ao consumo sustentável estão presentes na sociedade, mas parecem grandes e imbatíveis problemas. É verdade que 33,5% dos brasileiros já tomam decisões de consumo por razões éticas ou de sustentabilidade, mas não há os critérios para unificar uma infinidade de informações muito diversas (NOGUEIRA, 2014).

#### *Consciência ecológica: responsabilidade socioambiental*

A conscientização ecológica do ser humano surge a partir do século XX incentivada por acontecimentos de grande relevância para o meio ambiente, bem como por regulamentações internacionais que visam a proteção do meio ambiente, o que a doutrina chama de fontes materiais e formais (SILVA, 2019).

Para Silva (2015), refletem as fontes materiais, os eventos ambientais decorrentes da atividade humana que geram efeitos negativos para o planeta, a exemplo do buraco da camada de ozônio causado principalmente pelo uso do gás sintético clorofluorcarbono (CFC); o aquecimento global e mudanças climáticas ocasionadas pelo efeito estufa decorrentes do aumento da emissão de gases como o dióxido de carbono – CO<sub>2</sub>, metano – CH<sub>4</sub>, e óxido nitroso – N<sub>2</sub>O; a destinação irregular de dejetos e resíduos sólidos, líquidos e gasosos provenientes da ação humana; a perda da biodiversidade com a contaminação da água, solo e atmosfera através dos poluentes; e os acidentes e catástrofes ambientais que muito sensibilizam a opinião pública quanto à proteção ambiental. Por outro lado, refletem as fontes formais, as normas internacionais de proteção ambiental formuladas em Conferências com vários países, a exemplo da Conferência de Estocolmo sobre o meio ambiente humano (Estocolmo, 1972); Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o



RELISE

87

Desenvolvimento - ECO 92 (Rio de Janeiro, 1992); Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (Joanesburgo, 2002) e a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio de Janeiro, 2012).

O consumidor com consciência ecológica se preocupa com o impacto ambiental, com o consumo sem agressão ao meio ambiente, com o descarte, com a diminuição do seu próprio consumo, bem como com a redução do desperdício (PORTILHO, 2005; DAHLSTROM, 2012). Por outro lado, valoriza a utilização de tecnologias limpas, o consumo reduzido de energias e com o uso de embalagens recicláveis (PORTILHO, 2005; DAHLSTROM, 2012).

Noutro viés, a organização com consciência ecológica reconhece que agindo com responsabilidade socioambiental atingirá vários resultados positivos. Nesse sentido, algumas empresas estão buscando estratégias mais proativas, a exemplo de uma produção mais limpa, ou seja, uma estratégia ambiental com resultados positivos na gestão ambiental corporativa (BHUPENDRA; SANGLE, 2016), como a redução do consumo de matérias primas (SEVERO et al., 2015), a reutilização e reciclagem (KHALILI et al., 2015), a minimização do impacto ambiental (OLIVEIRA NETO et al., 2016b) e ganhos econômicos (SEVERO et al., 2015; BHUPENDRA; SANGLE, 2016).

A consciência ecológica está intimamente ligada com a responsabilidade de preservação do meio ambiente, a qual passou a ser preocupação mundial e nenhum país pode se eximir desse desiderato (SIRVINSKAS, 2018).

A responsabilidade socioambiental, tem fundamento no art. 225 da Constituição Federal (BRASIL, 1988), que dispõe que todos (Governo, empresa e cada cidadão) são responsáveis pela defesa e preservação do meio ambiente ecologicamente equilibrado para as presentes e futuras gerações. Deste modo, todas as condutas ou atividades que visem o crescimento econômico devem ser conciliadas com a preservação do meio ambiente. Trata-



RELISE

se de um direito e um dever fundamental de todos, imprescindível para a sadia qualidade da vida do planeta (SILVA, 2019).

A efetivação da responsabilidade socioambiental entre a geração presente e as gerações futuras converge finalisticamente para uma responsabilidade ética Inter geracional, o que implica, em termos imediatos, o diálogo com o futuro, com os nossos filhos e netos, de modo a viabilizar um meio ambiente equilibrado (OLIVEIRA, 2017).

#### *Educação para a sustentabilidade*

O gatilho para pensar-se na intersecção entre a Educação e Sustentabilidade ou, simplesmente, na Educação para a Sustentabilidade surgiu a partir de um dos vieses da chamada sociedade de risco, definida por Beck (1992). Em particular, a partir do risco ambiental.

Essa importante conferência definiu *Principles for Responsible Management Education* (PRME), no campo da Administração de Empresas, que, até dezembro de 2010, já tinham sido assinados por mais de 300 instituições de ensino superior de Administração em todo o mundo (ZELEM; BLANCHARD; LECOME, 2010).

Nos últimos anos, a consciência sobre questões ambientais assumiu importância significativa entre consumidores e produtores. Os indivíduos estão cada vez mais conscientes do impacto negativo das atividades produtivas e mercadológicas para o meio ambiente (BALDERJAHN; PEYER; PAULSEN, 2013).

#### *Inovação sustentável ou eco-inovação*

Atualmente, em face da realidade ambiental em que o planeta vem vivenciando, onde muito se ressoa por mudanças nos padrões atuais de produção e consumo e por uma economia verde, a inovação sustentável passa



RELISE

89

a ser uma alternativa para o alcance dessa transformação (ROVIRA; PATIÑO; SCHAPER, 2017).

Nesse contexto, cada vez mais se exige das empresas que a inovação em produtos e processos, bem como a oferta de soluções satisfaçam os consumidores, entretanto, torna-se imprescindível a observância da preservação ambiental (KRUTER; BARCELOS; SILVA, 2012). Busca-se um equilíbrio entre o desenvolvimento da atividade econômica e a preservação do meio ambiente, de modo que seja possível alcançar um crescimento sustentável.

Sob este viés, “a ciência e a tecnologia podem ser grandes aliadas nesta jornada sustentável” (CAMARGO; EHRHARDT; ZUCCA, 2011, p. 29). A inovação é um dos principais fatores que influenciam o crescimento econômico dos países. A difusão de novas tecnologias é essencial para o crescimento dos resultados e aumento da produtividade (KRUGLIANSKAS, 2017). No entanto, com a inovação tecnológica sob o direcionamento da sustentabilidade há uma nova alternativa de contribuição com o capitalismo que se forma, onde considera a unidade entre a sociedade e a natureza, a economia e a ética (ABRAMOVAY, 2012).

A inovação sustentável, também denominada pela literatura de inovação verde, inovação ambiental ou eco inovação, foca na melhoria ambiental e na perspectiva de resultado, a exemplo da redução de custo por meio do uso eficiente de recursos naturais (KEMP; PEARSON, 2007; HORBACH; RAMMER; RENNINGS, 2012).

Sob este aspecto, muitas empresas estão adotando uma abordagem mais proativa no gerenciamento do desempenho ambiental, auferindo com isso maiores benefícios da sustentabilidade, a exemplo da redução do consumo de energia e de matérias-primas que resultam em um menor desperdício/poluição ou um melhor desempenho no mercado (RAMANATHAN et al., 2017). Além de



RELISE

90

gerar novas demandas por serviços e produtos, o que repercute em novas fontes de emprego e empreendedorismo (ALVAREZ; FERNÁNDEZ; ROMERA, 2014). Deste modo, tem-se que a eco inovação leva a uma economia mais competitiva, redistributiva e sustentável.

Nessa perspectiva, dentre vários casos de sucesso, cita-se o exemplo da BMW (marca automobilística), que introduzindo novas tecnologias, criou, em 2007, a Strategy Number ONE voltada a fabricação de veículos com zero emissão de poluentes e reduzido consumo de recursos ambientais, resultando conseqüentemente em uma diminuição do impacto sobre a natureza (IONESCU-SOMERS; SZEKELY, 2019).

Igualmente, há também o exemplo da eletrificação dos veículos, cujas fábricas apresentam novos modelos elétricos ou híbridos com crescente autonomia que permite a redução das emissões poluentes e o aumento pela procura por energias renováveis (LEMOS, 2018).

## **METODOLOGIA**

O contexto da presente pesquisa se insere na atual necessidade da adoção de práticas sustentáveis em busca de se obter um meio ambiente equilibrado. Sob esta perspectiva, as inovações sustentáveis surgem como uma importante alternativa para o alcance dessa transformação.

Nesse cenário, o estudo busca analisar o comportamento dos estudantes universitários do curso de Gestão da cidade de Natal, quanto ao consumo das inovações sustentáveis, partindo desde a sua consciência e educação ambiental até o consumo com responsabilidade socioambiental.

Esta pesquisa foi classificada como uma pesquisa quantitativa, do tipo descritiva que, segundo Gil (2017), descreve características de uma população ou fenômeno, além de identificar possíveis relações entre variáveis. São exemplos, o estudo das características de um grupo por idade, procedência,



RELISE

91

sexo, nível de escolaridade etc. Compreendem nesse grupo de pesquisa, àquelas que tem por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Por sua vez, o estudo adotou uma abordagem de natureza quantitativa, vez que é possível mensurar todos os dados da coleta, convertendo em números as opiniões e informações para depois classificá-las e analisá-las (GIL, 2017).

A pesquisa quantitativa é definida por Hair Jr. et al. (2010), como agregação de fatores investigados em uma população heterogênea sobre o olhar investigativo através de questionamentos diretos.

A pesquisa foi realizada no município de Natal, Rio Grande do Norte, tendo como amostra estudantes universitários dos cursos de Bacharelados em Administração e Ciências Contábeis, com idades entre 18 a 60 anos. Para a realização desta pesquisa, no tocante à amostra, optou-se pela técnica de amostragem não-probabilística por conveniência que, conforme Marconi e Lakatos (2017), a seleção das unidades amostrais é feita em grande parte a cargo do entrevistador. Seguem os critérios do pesquisador, como cotas ou julgamentos.

Segundo dados do Portal do Ministério da Educação (2018), atualmente estima-se 6 mil alunos em cursos presenciais e EAD de diversas Instituições de Ensino Superior dos Cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis. A pesquisa como fator delimitador centra-se nos 2.850 estudantes apenas dos cursos presenciais de Administração e Ciências Contábeis em 2 (duas) únicas universidades em Natal, sendo 1 (uma) pública e outra privada cujo cenário serviu de base para a coleta de dados. Neste cenário, a amostra é constituída por 140 respondentes.

Para a coleta de dados, foi aplicada a técnica do tipo levantamento (*surveys*), que de acordo com Marconi e Lakatos (2017), objetiva descrever e



RELISE

92

explorar um fenômeno sob estudo, bem como conhecer como se comportam as pessoas, indagando-as diretamente.

Como instrumento de coleta de dados utilizou-se questionários fechados, elaborados conforme o modelo da escala Likert, que segundo Malhotra (2011), é uma medida de escala contendo cinco categorias: 1 – Discordo totalmente; 2 – Discordo parcialmente; 3 – Não concordo, nem discordo (Indiferente); 4 – Concordo parcialmente; e 5 – Concordo totalmente.

Os questionários foram aplicados tanto via internet, como por meio de aplicativo obtido no Google Apps denominado: WhatsApp, uma das redes sociais mais utilizadas no ambiente universitário. Utilizou-se também 2 Web softwares online denominado: Google Forms e Bitly, assim como “*in loco*” de forma presencial nos dias 05 a 20 de outubro de 2019.

## **ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Em um cenário de profunda turbulência social e ambiental no país, acometidos em especial por um problema com desvios do erário público entre os anos de 1991 a 2018 que afetou significativamente o sistema financeiro do governo federal ao longo dos anos, assim teve que reduzir drasticamente diversos programas sociais, inclusive programas ligados ao meio ambiente. Diante deste cenário de 2019, a pesquisa tem interesse em investigar na cidade de Natal, como os universitários da escola de gestão pensam sobre o tema ambiental e suas atitudes que mitigam melhorias neste campo relacionado a inovações já existentes de melhoria na redução dos danos ambientais.

O questionário com três temas centralizadores: Consciência Ecológica e Educação Ambiental, Responsabilidade Socioambiental, Aquisição de Inovações Sustentáveis e dados sociais dos respondentes foram enviados



RELISE

93

inicialmente para 340 alunos/as regularmente matriculados nos cursos de Administração e Ciências Contábeis de ambas as universidades.

Ao todo foram 186 respondentes, dos quais foram excluídos inicialmente 10 questionários que serviram de Pré-Teste aplicado entre os docentes e alunos do curso de Mestrado em Administração da Universidade Potiguar para servir de avaliação da qualidade dos questionamentos e da métrica a ser avaliada, e posteriormente retirados mais 36 outliers, devido a erros no preenchimento ou que não faziam parte do público a ser investigado. Sendo assim, a quantidade final de respondentes devidamente validados foi de 140 respondentes.

Dos 140 respondentes, 68% (94 alunos) são do Curso de Ciências Contábeis, 9% (13 alunos) de Administração e 23% (33 alunos) de outros cursos de Gestão e Ciências Sociais como: Tecnólogos em RH, MKT e Bacharelados em Direito. Neste cenário, tem-se 78% (107 alunos) de Universidade Privada, e 22% de Universidade Pública conforme Figura 1.

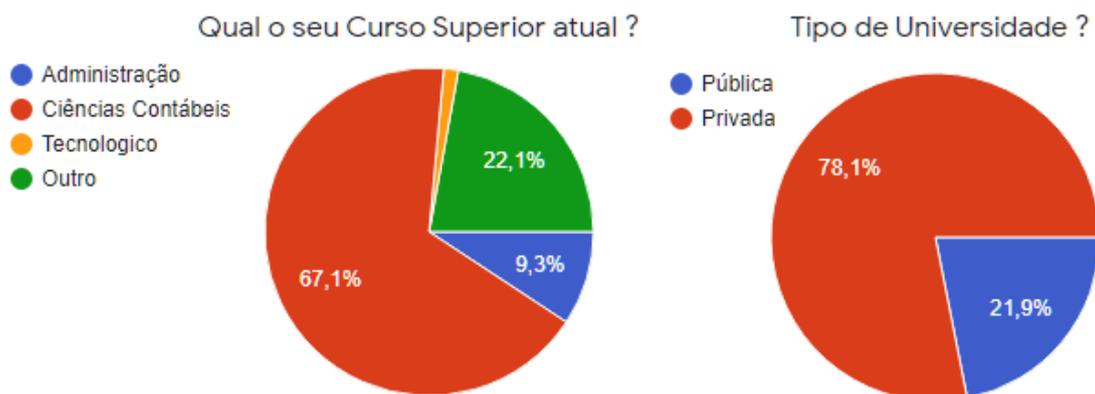


Figura 1 – Curso e Universidade  
Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Destes 140 respondentes, 56% (78 alunos) declararam que são mulheres e 44% (62 alunos) declararam como homens. Neste universo amostral, a grande maioria dos respondentes 70% (98 alunos) tem entre 22 a 40 anos, e os demais 22% (31 alunos) com faixa etária de 18 a 21 anos; e 8%



RELISE

(11 alunos) acima de 40 anos. Neste cenário tem-se 60% (84 alunos) são solteiros, 27% casados (38 alunos) e os demais como união estável ou divorciado conforme Figura 2.

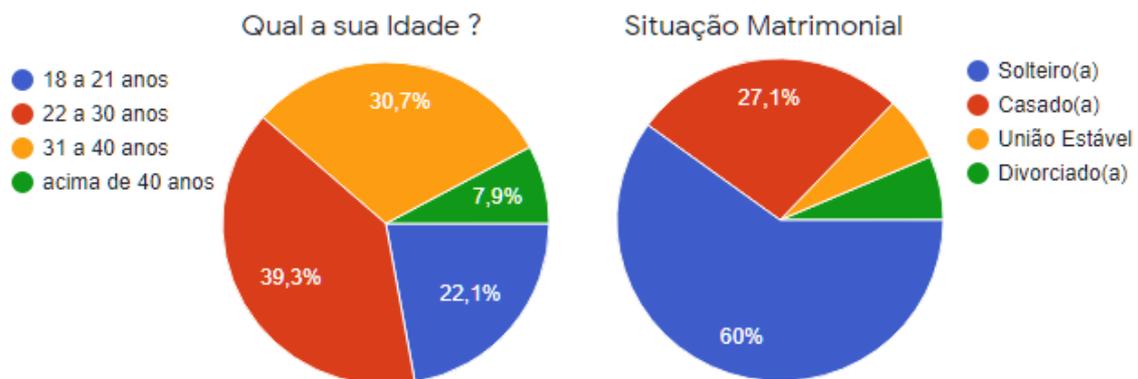


Figura 2 – População respondente – Idade e Situação Matrimonial  
Fonte: Dados da Pesquisa (2019)

Neste cenário, a grande maioria dos respondentes (60%), correspondente a 84 alunos, estão entre o 6º e 10 período do curso, isto é, estão há mais de 3 anos dentro da IES, sendo assim considerados veteranos por ter passado por diversas disciplinas acadêmicas que possam envolver reflexão em diversos cenário do cotidiano. Ressalta-se que 65% (92 alunos) estão trabalhando. Outro fato que merece ênfase é que a grande maioria dos respondentes (60% - 84 alunos) tem uma faixa de renda individual de R\$ 1,00 a R\$ 3 Mil reais conforme Figura 3.

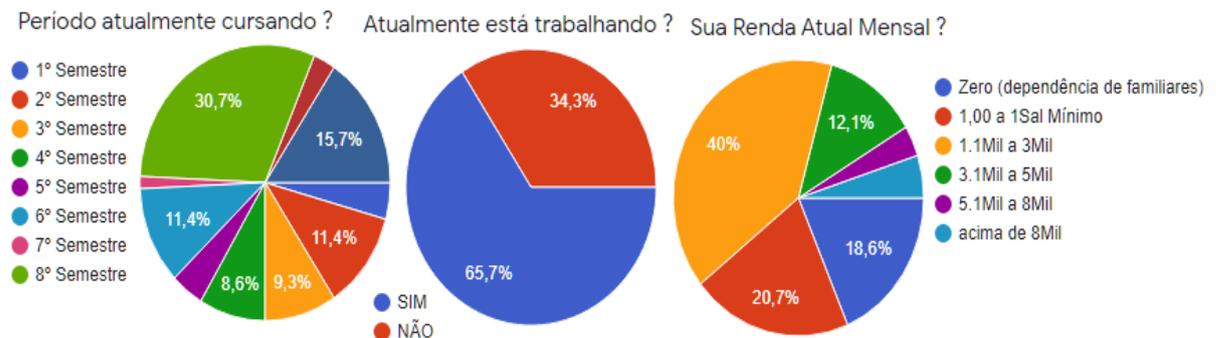


Figura 3 – População respondente – Período, Trabalho e Renda  
Fonte: Dados da Pesquisa (2019)



RELISE

95

### *Consciência ecológica e educação ambiental*

No primeiro bloco foram utilizadas quatro questões para analisar a Consciência Ecológica e Educação Ambiental dos universitários. Consoante isso, os resultados demonstram que a Questão 1 “Tenho consciência que os recursos ambientais são limitados e que devem ser protegidos” apresentou o maior percentual na escala Likert (4 e 5), sendo de 76% (Tabela 1). Estes resultados estão de acordo com as pesquisas de Bedante e Slongo (2011), pois a consciência ecológica e educação ambiental estão em acordo com a consciência ambiental versus o comportamento pró-ambiental.

Tabela 1: Consciência Ecológica e Educação Ambiental

Itens da Escala	Discordo Totalmente		Discordo		Indiferente		Concordo		Concordo Totalmente	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
I - Tenho consciência que os recursos ambientais são limitados e que devem ser protegidos	3	2	2	1	2	1	27	19	106	76
II - A proteção ambiental é um dever de todos, sendo assim em minha casa realizo a separação de resíduo, uso consciente da água e de energia.	4	3	8	6	15	11	68	49	45	32
III - Minha IES tem contribuído para a minha formação em educação ambiental e práticas sociais responsáveis já que participo sempre que possível de ações ambientais.	11	8	18	13	49	35	41	29	21	15
IV - Costumo fazer com que outras pessoas tenham hábitos socialmente responsáveis relacionado ao meio ambiente quando me deparo com situações contrárias.	4	3	3	2	21	15	63	45	49	35



RELISE

Sendo assim, nesta fase foi feita a verificação dos resultados com as quatro dimensões criadas a partir das teorias supracitadas na pesquisa.

Com relação ao objetivo principal da pesquisa, avaliar a relação existente entre a consciência ecológica e o consumo dos universitários entrevistados, foram avaliados quatro indicadores similares ao utilizado pela escala de Straughan e Roberts (1999).

Os resultados obtidos associam-se a padrões já investigados em outros trabalhos cujo comportamento encontrado são similares (LAGES; VARGAS NETO, 2002; OKADA, 2010; STRAUGHAN; ROBERTS, 1999). Esses autores identificaram a exposição direta ao problema ambiental como um dos fatores relevantes para a conscientização e o desenvolvimento de uma atitude ecológica avançada por parte dos indivíduos.

O quesito consciência ecológica, conforme já citado anteriormente, é uma maneira de avaliar se o indivíduo está disposto em optar pela racionalidade em perceber da importância da proteção do meio ambiente ou se ele prefere atender seus interesses individuais futuros (BEDANTE; SLONGO, 2004). Já que pode ser elucidado pela ideia de que, para o respondente universitário, os interesses pessoais podem estar acima dos valores ambientais conforme outros estudos já apontados neste cenário (FOLLOWS; JOBBER, 2000). Para Seiffert (2011), essa situação é típica em regiões em desenvolvimento, onde a velha cultura ainda é prevalecente, e a necessidade de autossatisfação torna-se um bloqueio para tal envolvimento, pois, para ele suprir suas necessidades, é mais urgente e preciso.

O Censo da Educação Superior de 2013, aponta que 54,7% dos ingressantes no ensino superior são do público feminino. Nas universidades de Natal onde a pesquisa foi realizada, não é diferente do restante do país, ficando ligeiramente acima da média. Assim, foi caracterizado nível de consciência alta para o curso de Ciências Contábeis e moderado para os



RELISE

97

demais. Segundo Bedante e Slongo (2004), quanto maior a percepção, mais elevado o nível de consciência do indivíduo. Como já citado anteriormente na pesquisa, a percepção é um quesito relevante na concepção para tomada de consciência ecológica. Isso porque ela é uma manifestação de vontade que parte dos valores intrínsecos do indivíduo (SCHLEGELMILCH; BOHLEN; DIAMANTOPOULOS, 1996).

Para a pergunta (1) “Tenho consciência que os recursos ambientais são limitados e que devem ser protegidos” a maioria 95% (133 alunos) dos respondentes afirmaram que concordam ou concordam plenamente que os recursos ambientais são limitados; já para a (2) - A proteção ambiental é um dever de todos, sendo assim em minha casa realizo a separação de resíduo, uso consciente da água e de energia seguiu a mesma preocupação sobre o dever de todos na proteção e na separação dos resíduos, ficando com 80% (113 alunos) concordam ou concordam plenamente, porém 8% (12 alunos) dos respondentes entendem que não é dever de todos.

Já para pergunta (3) que trata sobre a contribuição da Universidade na formação em educação ambiental, 21% (29 alunos) entendem que a IES na qual estudam não contribui com essa formação e os outros 35% (49 alunos) são indiferente, não percebem essa ação de forma clara dentro da universidade, ficando 44% (62 alunos) que compreende que houve oferecimento de formação ambiental pela IES na qual o aluno participa.

Neste cenário, a pergunta (4) trata sobre o poder do aluno em conduzir colegas a hábitos responsáveis, e neste quesito 80% (112 alunos) concordam ou concordam plenamente que costuma fazer com que outras pessoas tenham hábitos socialmente responsáveis.



RELISE

98

### *Responsabilidade socioambiental*

Para analisar a Responsabilidade Socioambiental foi utilizado o Bloco 2, composto por 4 questões (Tabela 2).

**Tabela 2:** Responsabilidade Socioambiental

Itens da Escala	Discordo Totalmente		Discordo		Indiferente		Concordo		Concordo Totalmente	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
I - Deixo de comprar em uma empresa que desrespeita o meio ambiente.	5	4	12	9	41	29	55	39	27	19
II - Mudo de marca para comprar os produtos de empresa que apresente maior cuidado com o meio ambiente.	2	1	14	10	38	27	57	41	29	21
III - Quando tenho 2 ou mais produtos similares, escolho sempre o que é menos prejudicial ao meio ambiente.	5	4	7	5	41	29	56	40	31	22
IV - Compro determinado produto ou serviço mesmo que seja prejudicial ao meio ambiente, motivado pelo preço.	32	23	30	21	33	24	37	26	8	6

Em relação à pergunta 1 do Bloco 2 “Deixo de comprar em uma empresa que desrespeita o meio ambiente”, 39% dos respondentes afirmaram que Sim, o que configura uma resposta animadora em relação à responsabilidade socioambiental. No entanto, 29% dos participantes se mostraram indiferente ao quesito, isto é, não consideram a responsabilidade socioambiental não hora de comprar algum produto.

Sobre a pergunta 2 “Mudo de marca para comprar os produtos de empresa que apresente maior cuidado com o meio ambiente”, obteve-se resultados bem parecidos com os da primeira questão, em números: 41% afirmaram que mudam de marca na hora de suas escolhas de comprar, considerando o grau de responsabilidade socioambiental do Fornecedor. Um



RELISE

99

dado preocupante é que 10% das respostas apontam que não haveria mudança de marca em função de uma maior ou menor responsabilidade socioambiental do Fornecedor.

Em análise à pergunta 3, “Quando tenho 2 ou mais produtos similares, escolho sempre o que é menos prejudicial ao meio ambiente”, do item responsabilidade socioambiental, obtém-se que 22% dos respondentes são radicais, ao afirmarem que concordam totalmente com essa atitude. Ainda preocupa o fato de que 9% das respostas assinalaram que discordam ou discordam totalmente com uma escolha baseada em produtos menos prejudicial ao meio ambiente.

Coerentemente, no que tange a pergunta 4 “Compro determinado produto ou serviço mesmo que seja prejudicial ao meio ambiente, motivado pelo preço”, 6% das respostas apontam que, com certeza, o fator preço é mais importante do que o fator preservação ambiental. Já 94% dos respondentes ficaram divididos entre os que discordam totalmente, discordam, são indiferentes ou, simplesmente, concordam que o preço é mais relevante do que a responsabilidade socioambiental dos fornecedores de produtos e serviços.

#### *Aquisição de inovações sustentáveis*

Quanto a análise da aquisição de Inovações Sustentáveis foi utilizado o Bloco 3, destacando 4 questões (Tabela 3).

Nesta fase, foi realizada a verificação dos resultados sob a ótica de quatro perguntas, criadas com base nas disposições de inovação sob o prisma da proteção ambiental, conforme Rovira, Patino, Schaper (2017). Sob esta vertente, de acordo com Kemp e Pearson (2007), a inovação sustentável foca na melhoria ambiental e na perspectiva de resultado.

Para Ramanathan et al. (2017), empresas com maior gerenciamento no desempenho ambiental obtêm maiores benefícios, que, além da redução de



RELISE

100

custos e menor dano ambiental, possui também melhor desempenho no mercado.

**Tabela 3:** Aquisição de Inovações Sustentáveis

Itens da Escala	Discordo Totalmente		Discordo		Indiferente		Concordo		Concordo Totalmente	
	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%	Q	%
I - Pagaria mais caro por um produto inovador por saber que ela ajuda a proteger o meio ambiente.	4	3	18	13	29	21	64	46	25	18
II - Pagaria mais por uma inovação que além de proteger o meio ambiente gera economia financeira, como por exemplo a que reduz o valor da conta de energia ou a que reduz o consumo do combustível.	2	1	8	6	10	7	55	39	65	46
III - O fator de proteção ambiental é preponderante ao fator da marca da inovação, isto é, independente da marca o que determina meu consumo é o respeito ao meio ambiente.	2	4	17	12	33	24	65	46	23	16
IV - Já convenci colegas a comprarem ou mudarem a forma de consumo em razão da marca associada ao meio ambiente.	8	6	22	16	48	34	50	36	12	9

Ante este panorama de proteção ambiental através das inovações ambientais, buscou-se analisar a influência ou alcance deste cenário na consciência e consumo das pessoas, em especial dos estudantes universitários objeto desta pesquisa.

Deste modo, conforme Tabela 3, tem-se que para a pergunta (1) “Pagaria mais caro por um produto inovador por saber que ela ajuda a proteger o meio ambiente”, a maioria, ou seja 64% (89 alunos) dos respondentes, afirmaram que concordam ou concordam totalmente em pagar mais caro na



RELISE

101

compra de inovações quando sustentáveis para o meio ambiente; já para a questão (2) “Pagaria mais por uma inovação que além de proteger o meio ambiente gera economia financeira, como por exemplo a que reduz o valor da conta de energia ou a que reduz o consumo do combustível”, a maioria 85% (120 alunos) dos respondentes afirmaram que pagariam mais caro na compra de inovações quando, além de sustentáveis para o meio ambiente, proporciona vantagem para o consumidor.

Para a questão (3) “O fator de proteção ambiental é preponderante ao fator da marca da inovação, isto é, independente da marca o que determina meu consumo é o respeito ao meio ambiente”, 63% (88 alunos) dos respondentes concordam que na hora da compra, o fator de proteção ambiental prepondera ao fator da marca da inovação.

Na questão (4) “Já convenci colegas a comprarem ou mudarem a forma de consumo em razão da marca associada ao meio ambiente”, o percentual de 45% (62 alunos) dos respondentes afirmou que concordam ou concordam plenamente em já ter influenciado de forma positiva na consciência ambiental de pessoas quanto ao consumo de inovações associadas à sustentabilidade.

Desse modo, verifica-se que o percentual de compra sobe proporcionalmente quando se adiciona estímulos externos que venha de alguma forma proporcionar benefício aos consumidores.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa buscou identificar a percepção do estudante universitário de cursos de graduação da cidade de Natal no que diz respeito à responsabilidade ambiental, bem como verificar o seu comportamento frente ao consumo de inovações sustentáveis, partindo desde a influência de sua



RELISE

102

consciência e educação ambiental prévia até o seu consumo com responsabilidade socioambiental.

Deste modo, os respondentes, estudantes universitários dos cursos de gestão, mais especificamente alunos de Administração e de Ciências Contábeis de Natal, colaboraram com a pesquisa, respondendo ao questionário com base na sua consciência ecológica e no papel da IES na educação ambiental, através de três dimensões de análises: Consciência Ecológica e Educação Ambiental; Responsabilidade Socioambiental e Aquisição de Inovações Sustentáveis.

A análise das dimensões propostas identificou que há uma relação entre a consciência ecológica e o comportamento pró-ambiental dos jovens pesquisados, como mostra a Tabela 1.

Neste cenário, o estudo constatou que os estudantes de Administração e Ciências Contábeis, possuem bons níveis de consciência ecológica, que estão inclusive relacionados à educação ambiental proposto pelas IES. Entretanto, há um grupo significativo de respondentes que entendem que há um distanciamento desta prática educacional em sua IES. Merece destaque o fato de que os respondentes manifestam disposição para compreensão sobre seu papel de consciência ecológica.

Dessa forma, é necessário que a educação ambiental receba maiores incentivos por parte do governo e das universidades, a fim de contribuir efetivamente para um comportamento cidadão ambientalmente responsável, fortalecendo a consciência crítica, para uma ação social comprometida com o desenvolvimento ambiental sustentável.

Já no quesito sobre o impacto da IES sobre questões de educação ambiental, os resultados apresentados respondem a um dos objetivos específicos propostos relacionado à educação ambiental, porém com ressalvas de que houve um número significativo de respondentes que desconhecem, e



RELISE

até mesmo não concordam que sua IES tem contribuído para a formação na área de educação ambiental e práticas sociais responsáveis.

No que diz respeito aos resultados sobre as inovações sustentáveis ficou destacado no tocante ao panorama da proteção ambiental, por meio das inovações ambientais, que 64% dos respondentes concordam em pagar mais caro na compra de inovações quando forem sustentáveis ao meio ambiente. De igual modo, conclui-se que os respondentes concordam em pagar mais, quando estas inovações, além de serem sustentáveis, venham a proporcionar algum tipo de vantagem para o consumidor. Ademais, verifica-se que 63% dos respondentes concordam que na hora da compra, o fator de proteção ambiental prepondera ao fator da marca da inovação.

Portanto, as alusões deste trabalho apontaram dois argumentos importantes: acadêmico e mercadológico. Acadêmico, pois visa ampliar ainda mais este campo de estudo através de abordagens sistemáticas e fornece um dado importante, a carência de conhecimento dos acadêmicos sobre esta temática relevante para o cenário ambiental atual. Assim, os resultados desta pesquisa sugerem inclusão de uma disciplina de educação ambiental na grade curricular dos cursos de Administração e Ciências Contábeis que ainda não oferecem, ou que não está coesa a informação que é passada aos alunos.

Já a contribuição de mercado, aponta a viabilidade da elaboração de uma política de consumo verde e de estratégias de usos alternativos de consumo energético que deve ser despertado em bases de pesquisas, bem como nas empresas como estratégia de negócio, para fortalecer a visão socioambiental. Contudo, a exploração desse nicho de mercado, oferecendo às organizações um parecer mercadológico a respeito de quem compraria seus produtos, já que o estudo confirma haver um envolvimento maior dos consumidores com as questões ambientais e a busca destes em consumir produtos de empresas sustentáveis.



RELISE

Como em todo estudo, as limitações para esta pesquisa foram de ordem amostral e situacional. Uma delas refere-se aos que os pesquisadores apenas realizaram a caracterização dos resultados. Outra dificuldade e torna-se limitação ao trabalho é a aplicação dos questionários, de forma a que abrangesse acadêmicos de todos os períodos dos cursos analisados.

Sendo assim, não se pode generalizar esta pesquisa à classe de universitários norte-rio-grandenses, devido à quantidade de respondentes e por esta ter sido realizada em duas universidades de Natal. Por isso, fica sugerida a realização de outras pesquisas em dimensões maiores de representatividade e com acadêmicos de perfis econômicos e sociodemográficas mais distintos.

Observa-se que vale fortalecer também que, apesar das limitações existentes, a pesquisa conseguiu fortalecer ainda mais os caminhos para futuras investigações que tenham enfoque nas questões ambientais e sua relação com o comportamento de consumo sustentável e ecológico, que prefere adquirir produtos de fontes sustentáveis contribuindo, assim, para um consumo consciente.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Desigualdades e limites deveriam estar no centro da Rio+20**. Estudos Avançados, São Paulo, v.26, n.74, p.21-33, 2012.

ALLARD, S. (2017). **Avons-nous besoin d'un autre emballage ? Do We Really Need Another Package ?**. Montréal : Université du Québec à Montréal, École de design. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-sciences-du-design-2019-1-page-17.htm?contenu=article> acessado em: 07/10/2019.

ALVAREZ, M.J., Fernández, R., Romera, R., (2014), **Is Eco-Innovation a Smart Specialization Strategy for Andalusia? One approach from the multivariate analysis**, Revista de Estudios Regionales No. 100, pp. 171-195.



RELISE

105

ALVES, J. E. D. **Os 70 anos da ONU e a agenda global para o segundo quinquênio (2015-2030) do século XXI**. Rev. bras. estud. popul. vol.32 no. 3 São Paulo set./dez. 2015.

ARAÚJO, G. C., BUENO, M. P., SOUZA, A. A., MENDONÇA, P. S. M. **Sustentabilidade empresarial: conceito e indicadores**. XIII CONVIBRA, 2016. Disponível em: [http://www.convibra.com.br/2016/artigos/61\\_pdf.pdf](http://www.convibra.com.br/2016/artigos/61_pdf.pdf) . Acesso em: 06/10/2019.

BALDERJAHN, I., Peyer, M., & Paulssen, M. (2013). **Consciousness for fair consumption: conceptualization, scale development and empirical validation**. International Journal of Consumer Studies, 37(5), 546-555

BECK, U. Risk society. **Towards a new modernity**. Londres: Sage Publications, 1992.

BEDANTE, G. N; SLONGO, L. A. **O comportamento de consumo sustentável e suas relações com a consciência ambiental e a intenção de compra de produtos ecologicamente embalados**, EMA - Encontro de Marketing, 1. Em: Anais, Atibaia, SP: Anpad, 2004.

BHUPENDRA, K. V., Sangle, S., 2016. **Strategy to derive benefits of radical cleaner production, products and technologies: a study of Indian firms**. Journal of Cleaner Production. 126, 236-247.

BRANDÃO, H P, GUIMARÃES, T. A. **Gestão de competências e gestão de desempenho: tecnologias distintas ou instrumentos de um mesmo construto?** In: Anais ENAN RHO, 1999.415p.

CAMARGO PEREIRA, A.; EHRHARDT Carbonari, M. E., & ZUCCA da Silva, G. (2011). **Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Meio Ambiente**. São Paulo: Saraiva.

CASTRO FILHO, C. M. de **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável: Uma Leitura de Política Pública na Clave da Biblioteca Escolar**. RDBCI: Rev. Digit. Bibliotecon. Cienc. Inf. Campinas, SP v.16 n.3 p. 355-372 set./dez. 2018.

CHAPMAN, J., (2015). **Emotionally Durable Design**. 2nd éd. New York: Routledge.



RELISE

106

Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento CMMAD (1987). **Our common future**. Oxford, Oxford University Press.

COMPAGNON, D. et E. Rodary (2017). **Introduction générale**, dans **D. Compagnon et al. (dir.), Les politiques de biodiversité, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.) « Académique »** : 7-16.

DAHLSTROM, R. **Gerenciamento de marketing verde**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

DANIEL, Justin. (2014). **La gouvernance du développement durable dans l'espace caraïbe. Rapport de recherche, programme « Environnement et développement durable dans l'espace caraïbe**. Disponível em: <http://www2.univ-ag.fr/CRPLC/spip.php?article310>. Acessado: 15/10/2019.

DIAS, Genebaldo. F. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 9.ed. São Paulo: Gaia, 2004.

ECLAC. (2016). The European Union and Latin America and the Caribbean vis-à-vis the 2030 **Agenda for Sustainable Development The environmental big push**. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40670/1/S1601015\\_en.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40670/1/S1601015_en.pdf). Acessado em: 19/10/2019.

ELKINGTON, Jonh. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo: Makron Books, 2011.

FOLLOWS, S. B.; JOBBER, D. “**ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE PURCHASE BEHAVIOR: a test of a consumer model**”. European Journal of Marketing, v. 34, n. 5/6, 2000. p. 723-746.

GÓMEZ. **Proposing a sequential comparative analysis for assessing multilateral health agency transformation and sustainable capacity: exploring the advantages of institutional theory**. Globalization and health 2014 10:38. Doi: 10.1186/1744-8603-10-38.

HORBACH, J.; RAMMER, C.; RENNINGS, K. **Determinants of eco-innovations by type of environmental impact – The role of regulatory push/pull, technology push and market pull**. Ecological Economics, v.78, p.112-22, 2012.



RELISE

107

IPEA. ODS - **Metas Nacionais dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Proposta de Adequação**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2018.

IONESCU-SOMERS, A., SZEKELY, F. **A Inovação para a Sustentabilidade: A Inovação para a Sustentabilidade: Contexto empresarial e fatores-chave. Ideia sustentável**. São Paulo. Disponível em: < <https://ideiasustentavel.com.br/a-inovacao-para-a-sustentabilidade/> >. Acesso em: 18 out. 2019.

JACOBI, P. R. Educação ambiental: **o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo**. Revista Educação e Pesquisa FE-USP, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 302-313, maio/ago. 2005.

KEMP, R.; PEARSON, P. **Final report of the MEI project measuring eco innovation**. Maastricht: UM Merit, v.10, 2007.

KHALILI, N. R., Duecker, S., Ashton, W., Chavez, F., 2015. **From cleaner production to sustainable development: the role of academia**. Journal of Cleaner Production. 96, 30-43.

KRUGLIANSKAS, I.; ALIGLERI, L.; ALIGLERI, L. A. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.

KRUGLIANSKAS, Isak e PINSKY, Vanessa. **Inovação tecnológica para a sustentabilidade: aprendizados de sucessos e fracassos**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 31, nº 90. p. 109-110, 2017.

KRUTER, G. E.; DE BARCELLOS, M. D.; DA SILVA, V. S. **As Atitudes dos Consumidores em Relação ao Plástico Verde**. Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS, v. 1, n. 1, p. 19-46, 2012.

LAGES, N.; NETO, A. V. **Mensurando a consciência ecológica do consumidor: um estudo realizado na cidade de Porto Alegre**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONALDE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD, 26., 2002, Salvador, Anais. Salvador: ANPAD, 2002. p. 1-15.

LEMOS, Paulo. **A Economia Circular como fator de resiliência e competitividade na região de Lisboa e Vale do Tejo: Estudos para uma região RICA, Resiliente, Inteligente, Circular e Atractiva**. Editora CCDRLVT. Lisboa, 2018.



RELISE

LOURENÇO, L.; DENISE, C. **Sustentabilidade social e desenvolvimento sustentável**. RACE, Unoesc, v. 12, n. 1, p. 9-38, jan./jun. 2014 Disponível em: <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race/article/viewFile/2346/pdf>. Acesso em: 06/10/2019.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**. 6º ed. Rio Grande do Sul: Bookman Companhia Editora, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MOURA, L. A. A. **Economia Ambiental: Gestão de Custos e Investimentos**. 2.ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003, p. 1-195.

MULLER, P. (2015 b). **La société de l'efficacité globale**, Paris, Presses universitaires de France. DOI : 10.3917/puf.mulle.2015.02.

NOGUEIRA, L. S. C. et al. **Consumo do simbólico e identidade da marca: um estudo de caso sobre a nova estratégia de produtos da Havaianas**. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA. 2015, Resende. Anais... Resende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2014.

OKADO, G. H. C.; QUINELLI, L. **Megatendências Mundiais 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): Uma Reflexão Preliminar sobre a “Nova Agenda” das Nações Unidas**. Revista Brasileira de Assuntos Regionais e Urbanos. Goiânia, v. 2, n. 2, p. 109-110, jul./dez 2016.

OKADA, E. M.; MAIS, E. L. **Framing the "Green" alternative for environmentally conscious consumers**. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, 1(2), 222-234, 2010.

OLIVEIRA, Fabiano Melo Gonçalves de. **Direito ambiental**. 2 ed., rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense. São Paulo: Método, 2017, Pág. 82.

OLIVEIRA NETO, G. C., Vendrametto, O., Naas, I. A., Palmeri, N. L., Lucato, W. C., 2016b. **Environmental impact reduction as a result of cleaner production implementation: a case study in the truck industry**. Journal of Cleaner Production. 129, 681-692.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável**. 2015.



RELISE

109

Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/> . Acessado em: 20/09/2019.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. 2016.** Disponível em: <http://www.br.undp.org/content/dam/brazil/docs/agenda2030/undp-br-Agenda2030-completo-pt-br-2016.pdf> . Acessado em: 04/10/2019.

PEIRÓ, J. M. (2017). **Sustainable Well-Being at Work. Keynote at the First international cross-cultural conference “Healthier societies fostering healthy organizations: A cross-cultural perspective”** organized by the Department of Education and Psychology, University of Florence, May 26–27, 2017, Florence.

PLATAFORMA AGENDA 2030. **Qual é o seu ODS?** Disponível em: <http://www.agenda2030.com.br/> . Acessado em: 10/10/2019.

PORTILHO, F. **Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo.** Cadernos EBAPE.BR, v. 3, n. 3, p. 1-12, 2005.

RAMANATHAN, R. HE, Q.; BLACK, A.; GHOBADIAN, A.; GALLEAR, D. **Environmental regulations, innovation and firm performance: A revisit of the Porter hypothesis.** Journal of Cleaner Production, v. 155, p. 79-92, 2017.

RAWORTH, K. (2017). **Doughnut Economics : seven ways to think like a 21st century economist.** White River Junction : Chelsea Green Publishing. <https://www.cairn.info/revue-sciences-du-design-2019-1-page-17.htm?contenu=article> acessado em: 14/10/2019.

ROMEIRO, A. R. **Economia ou economia política da sustentabilidade?.** Unicamp, Campinas, n. 102, set. 2001.

ROVIRA, S.; PATIÑO, J.; SCHAPER, M. **Ecoinnovación y producción verde: una revisión sobre las políticas de América Latina y el Caribe.** Santiago: Cepal; CIID, Naciones Unidas, 2017.

SEVERO, E. A., Guimarães, J. C. F., Dorion, E. C. H., Nodari, C. H., 2015. **Cleaner production, environmental sustainability and organizational performance: an empirical study in the Brazilian Metal-Mechanic industry.** Journal of Cleaner Production, 96, 118-125.



RELISE

110

SCHNEIDER, J. O. **Cooperativismo e desenvolvimento sustentável. Otra Economía**, vol. 9, n. 16, enero-junio 2015.

SCHLEGELMILCH, B. B.; BOHLEN, G. M.; DIAMANTOPOULOS, A. **The link between purchasing decisions and measures of environmental consciousness**. European Journal of Marketing, v. 30, n. 5, p. 35-55, 1996

SILVA, D. F. et al. **Direitos Humanos, Desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade**. Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM. v. 10, n. 1 / 2015.

SILVA, Romeu Faria Thomé da. **Manual de direito ambiental**. 9 ed. Rev., atual. e ampl.. Salvador: JusPODIVM, 2019, pág. 115-119.

SIRVINSKAS, Luís Paulo. **Manual de direito ambiental**. 16 ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018, pág. 73.

SEIFFERT, M. E. B. **Gestão Ambiental: Instrumentos, esferas de ação e educação ambiental**. - 1. ed. - 3. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2011.

STRAUGHAN, R. D.; ROBERTS, J. A. **Environmental segmentation alternatives: A look at green consumer behavior in the new millennium**. Journal of Consumer Marketing, v.16, p. 558 - 575, 1999.

UKOTA, (2013). HC 846 **Sustainability in the Overseas Territories**, 14 January 2013.  
<http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201314/cmselect/cmenvaud/writev/332/m02.htm> . Acessado em: 08/10/2019.

VALENTIM, I. et al. **Responsabilidade socioambiental pelo consumo consciente**. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Resende. Anais... Resende, RJ: Associação Educacional Dom Bosco, 2012.

VARGAS, C. B. **Sustentabilidade e consumo consciente: a percepção da evolução do modo de consumir e como isso pode afetar a gestão nos próximos anos**. In: AMOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO, 15., 2015, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul, RS: Universidade de Caxias do Sul, 2015.

WILLEMS, E. **Consumo simbólico**. Plural: Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, v. 20, n. 1, p. 141-144, 2013.



RELISE

111

**ZELEM, M. C.; BLANCHARD, O.; LECOMTE, D. Education pour le développement durable: de l'école au campus. Paris: L'Harmattan, 2010.**