



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

REBEKA MARIA SOTERO SILVA

**“CONVERSÃO ECOLÓGICA”: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA
RELIGIOSIDADE NA FORMAÇÃO DO COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL DE
INDIVÍDUOS CATÓLICOS**

FORTALEZA

2020

REBEKA MARIA SOTERO SILVA

“CONVERSÃO ECOLÓGICA”: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA
RELIGIOSIDADE NA FORMAÇÃO DO COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL DE
INDIVÍDUOS CATÓLICOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração e Controladoria. Área de Concentração: Gestão Organizacional. Linha de Pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a Cláudia Buhamra Abreu Romero.

FORTALEZA

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- S583" Silva, Rebeka Maria Sotero.
"Conversão ecológica" : um estudo sobre a influência da religiosidade na formação do comportamento sustentável de indivíduos católicos / Rebeka Maria Sotero Silva. – 2020.
106 f. : il.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza, 2020.
Orientação: Profa. Dra. Cláudia Buhama Abreu Romero.
1. Religiosidade. 2. Atitude sustentável. 3. Normas subjetivas relacionados ao meio ambiente. 4. Comportamento sustentável. I. Título.

CDD 658

REBEKA MARIA SOTERO SILVA

“CONVERSÃO ECOLÓGICA”: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA
RELIGIOSIDADE NA FORMAÇÃO DO COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL DE
INDIVÍDUOS CATÓLICOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração e Controladoria. Área de Concentração: Gestão Organizacional. Linha de Pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Cláudia Buhamra Abreu Romero (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. José Carlos Lázaro da Silva Filho
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Dr.^a Danielle Miranda de Oliveira Arruda
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

Aos meus pais, Zaldo e Maria do Carmo.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por Sua presença e zelo em todos os momentos da minha vida.

Aos meus pais, Zaldo e Maria do Carmo, que são meus exemplos de dedicação, cuidado e amor e que representam a motivação para concretização de todos os projetos que me proponho a realizar.

Aos meus irmãos, Zaldo Filho e Priscilla, por serem verdadeiramente meus companheiros de todas as horas.

À minha orientadora, Professora Cláudia Buhamra, pela tranquilidade e entusiasmo contagiante e por fazer dessa jornada uma experiência que sempre será lembrada com alegria. Sua dedicação como docente e sua parceria como orientadora são exemplos inspiradores que levarei por toda minha vida.

Ao Professor José Carlos Lázaro, que é para mim uma referência desde a graduação, pelos ensinamentos e pela participação enriquecedora em minha banca.

À Professora Danielle Arruda, pelas valiosas contribuições e participação em minha banca desde a fase da qualificação.

Ao Professor Serafim Ferraz, pelas incontáveis vezes que insistiu para que eu fizesse um mestrado e por ser uma das pessoas que mais incentiva e verdadeiramente apoia meu crescimento acadêmico.

À Professora Tereza Lima, por ir além dos ensinamentos acadêmicos e sempre disponibilizar em suas aulas (e fora delas) espaço para que pudéssemos compartilhar as alegrias e as preocupações cotidianas.

Aos meus amigos, Lívia, Paula e Wellington, pela escuta sempre acolhedora e pelos inúmeros momentos de felicidade que temos dividido ao longo de tantos anos de amizade.

Aos amigos do PPAC, Ana Paula, Geison, Hyane, Larissa, Priscila e Rafael, por cada fase do mestrado que vivenciamos e superamos juntos e, em especial, à Érica, Melina, Nicolas e Tiago por todas as revigorantes conversas e pelos sorrisos compartilhados.

Aos amigos da Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas da UFC, Bruno, Gládia, Lígia, Luana, Luzimar, Mariana, Shirley e Sylvana, pelo suporte no cumprimento da minha dupla jornada de servidora estudante e por toda alegria que trazem para os meus dias.

Se quisermos, de verdade, construir uma ecologia que nos permita reparar tudo o que temos destruído, então nenhum ramo das ciências e nenhuma forma de sabedoria pode ser transcurada, nem sequer a sabedoria religiosa com a sua linguagem própria (FRANCISCO, 2015, p. 50).

RESUMO

Diante do esforço da Igreja Católica de promover acentuadas discussões em torno da temática sustentabilidade, e de incentivar seus fiéis a buscarem uma verdadeira “conversão ecológica”, o objetivo desta pesquisa é analisar a influência da religiosidade na formação do comportamento sustentável de indivíduos católicos. O estudo parte da premissa de que compreender os fatores que conduzem os indivíduos a ações sustentáveis tem sido cada vez mais relevante. Tendo como base a Teoria da Ação Racional (TAR), desenvolvida por Fishbein e Ajzen (1975), esta dissertação caracteriza-se como quantitativa, conduzida por meio de *survey* com indivíduos católicos que residem na cidade de Fortaleza - CE. Como técnica de coleta, utilizou-se um questionário estruturado. Os dados desta investigação foram submetidos a procedimentos estatísticos referentes a estatística descritiva e análise multivariada. Os resultados evidenciaram que a religiosidade apresenta uma influência negativa sobre as atitudes, e positiva sobre as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, e que atitude e normas subjetivas possuem efeito positivo sobre a formação do comportamento sustentável. Verifica-se, portanto, que a influência da religiosidade sobre a formação de comportamentos sustentáveis perpassa a formação das normas subjetivas, uma vez que não foi verificada uma relação positiva entre a religiosidade e as atitudes pró-ambientais. Espera-se que este estudo possa contribuir para aprofundar a compreensão e fomentar as discussões em torno das conexões existentes entre religiosidade e comportamento sustentável.

Palavras-chave: Religiosidade. Atitude sustentável. Normas subjetivas relacionados ao meio ambiente. Comportamento sustentável.

ABSTRACT

Faced with the Catholic Church's effort to promote strong discussions around the theme of sustainability, and to encourage its faithful to seek a true "ecological conversion", the objective of this research is to analyze the influence of religiosity in the formation of sustainable behavior of Catholic individuals. The study starts from the premise that understanding the factors that lead individuals to sustainable actions has been increasingly relevant. Based on the Theory of Reasoned Action (TRA), developed by Fishbein and Ajzen (1975), this dissertation is characterized as quantitative, conducted through a survey with Catholic individuals who reside in the city of Fortaleza - CE. As a collection technique, a structured questionnaire was used. The data of this investigation were submitted to statistical procedures regarding descriptive statistics and multivariate analysis. The results showed that religiosity has a negative influence on attitudes, and a positive influence on subjective norms related to the environment, and that attitudes and subjective norms have a positive effect on the formation of sustainable behavior. Therefore, the influence of religiosity on the formation of sustainable behaviors is reflected in the formation of subjective norms, since a positive relationship between religiosity and pro-environmental attitudes has not been verified. This study is expected to contribute to deepening the comprehension and fostering discussions around the existing connections between religiosity and sustainable behavior.

Keywords: Religiosity. Sustainable attitude. Subjective norms related to the environment. Sustainable behavior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Conexão das dimensões da religiosidade com o comportamento do consumidor.....	26
Figura 2 – Ligação entre as dimensões religiosas e o desenvolvimento sustentável.....	29
Figura 3 – Diagrama esquemático das escalas em que os valores religiosos para sustentabilidade podem ser expressos.....	33
Figura 4 – Teoria da Ação Racional.....	47
Figura 5 – Modelo proposto.....	48
Quadro 1 – Campanhas da Fraternidade com temática ambiental.....	34
Quadro 2 – Escala de Orientação Religiosa.....	53
Quadro 3 – Escala de Crenças Ambientais.....	54
Quadro 4 – Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente.....	56
Quadro 5 – Escala de Comportamento Ecologicamente Consciente.....	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Comunalidades da Escala de Orientação Religiosa.....	59
Tabela 2 – Comunalidades da Escala de Atitudes Sustentáveis.....	60
Tabela 3 – Comunalidades da Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente.....	61
Tabela 4 – Comunalidades da Escala de Comportamento Sustentável.....	62
Tabela 5 – Perfil dos respondentes.....	64
Tabela 6 – Tempo de participação em grupos religiosos.....	65
Tabela 7 – Análise descritiva do construto religiosidade.....	66
Tabela 8 – Análise descritiva do construto atitude sustentável.....	68
Tabela 9 – Análise descritiva do construto normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente.....	69
Tabela 10 – Análise descritiva do construto comportamento sustentável.....	70
Tabela 11 – Componentes extraídos para a Escala de Orientação Religiosa.....	72
Tabela 12 – Consistência interna dos fatores da Escala de Orientação Religiosa.....	72
Tabela 13 – Componentes extraídos para a Escala de Atitudes Sustentáveis.....	74
Tabela 14 – Consistência interna dos fatores da Escala de Atitudes Sustentáveis.....	75
Tabela 15 – Componentes extraídos para a Escala de Atitudes Sustentáveis após análise da consistência interna.....	76
Tabela 16 – Adequação da análise fatorial em relação às normas subjetivas.....	77
Tabela 17 – Análise Fatorial da Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente.....	78
Tabela 18 – Análise Fatorial da Escala de Comportamento Sustentável.....	78
Tabela 19 – Correlação entre religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente.....	80
Tabela 20 – Correlação entre atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável.....	81
Tabela 21 – Correlação entre religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente quanto ao indivíduo possuir filhos.....	82
Tabela 22 – Correlação entre atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável quanto ao indivíduo possuir filhos.....	82

Tabela 23 – Regressão entre religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente.....	83
Tabela 24 – Regressão entre atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável.....	85

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFE	Análise Fatorial Exploratória
CF	Campanha da Fraternidade
ECA	Escala de Crenças Ambientais
ECCB	Escala de Comportamento Ecologicamente Consciente
EOR	Escala de Orientação Religiosa
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
NPE	Novo Paradigma Ecológico
NS	Normas Subjetivas
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
PRC	Pew Research Center
RI	Religiosidade Intrínseca
RE	Religiosidade Extrínseca
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
TAR	Teoria da Ação Racional
VIF	<i>Variance Inflation Factor</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 RELIGIOSIDADE	21
2.1 Definições e dimensões	21
2.2 Religiosidade e comportamento	24
2.3 Religiosidade e sustentabilidade.....	27
2.3.1 <i>Ações da Igreja Católica</i>	31
3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR VERDE	37
3.1 Atitude sustentável	37
3.2 Normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente	40
3.3 Comportamento sustentável	42
3.4 Modelo estudado	46
4 METODOLOGIA	49
4.1 Tipologia da pesquisa	49
4.2 Universo e amostra	50
4.3 Coleta de dados.....	52
4.3.1 <i>Pré-testes</i>	57
4.3.1.1 <i>Pré-teste para Escala de Orientação Religiosa</i>	58
4.3.1.2 <i>Pré-teste para Escala de Atitudes Sustentáveis</i>	60
4.3.1.3 <i>Pré-teste para Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente</i>	61
4.3.1.4 <i>Pré-teste para Escala de Comportamento Sustentável</i>	61
4.4 Tratamento e análise dos dados	62
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	64
5.1 Perfil dos respondentes	64
5.2 Análise descritiva dos construtos	66
5.2.1 <i>Análise descritiva: religiosidade</i>	66
5.2.2 <i>Análise descritiva: atitude sustentável</i>	67
5.2.3 <i>Análise descritiva: normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente</i>	69
5.2.4 <i>Análise descritiva: comportamento sustentável</i>	70
5.3 Análise Fatorial dos Construtos	71

<i>5.3.1 Extração dos fatores para Escala de Orientação Religiosa</i>	71
<i>5.3.2 Extração dos fatores para Escala de Atitudes Sustentáveis</i>	73
<i>5.3.3 Extração dos fatores para Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente</i>	77
<i>5.3.4 Extração dos fatores para Escala de Comportamento Sustentável</i>	78
5.4 Correlação entre os construtos	79
5.5 Regressão entre os construtos	83
6 CONCLUSÕES	87
REFERÊNCIAS	90
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO FINAL	103

1 INTRODUÇÃO

O crescimento populacional tem sido acompanhado por uma maior conscientização dos indivíduos acerca do impacto que o consumo desequilibrado pode acarretar sobre o meio ambiente (ARLI; TJIPTONO, 2017). Assim, tem-se observado o surgimento de grupos de consumidores que, baseados na percepção de que os recursos naturais da terra são escassos, vêm buscando a adoção de hábitos mais sustentáveis em suas práticas diárias de consumo (PERERA; AUGER; KLEIN, 2016).

Entretanto, apesar dessas transformações, observa-se que as ações praticadas pelos seres humanos ainda apresentam um descompasso em relação às necessidades ecossistêmicas, sendo um dos desafios da atualidade conciliar a satisfação pessoal com os efeitos ambientais do comportamento de cada indivíduo, sem que isso comprometa as necessidades das gerações futuras (ZANIRATO; ROTONDARO, 2016).

Nesse contexto, o entendimento acerca dos fatores motivacionais que conduzem os indivíduos a comportamentos sustentáveis tem despertado, cada vez mais, o interesse do poder público, de pesquisadores da área de marketing e de profissionais (MARTIN; BATEMAN, 2014; MINTON; KAHLE; KIM, 2015, LI *et al.*, 2019). Não obstante, um fator relevante que tem sido frequentemente negligenciado nessa compreensão é a religiosidade, uma vez que as investigações acadêmicas têm sido voltadas principalmente para a busca de soluções e inovações políticas e tecnológicas (ARLI; TJIPTONO, 2017; GHAZALI; MUTUM; ARISWIBOWO, 2018; LEAL FILHO; DAHMS; MC-CREA, 2019).

Apesar de aproximadamente 84% da população mundial ter uma afiliação religiosa, a religiosidade ainda representa um tema ignorado por muitas empresas que não percebem ou simplesmente resistem à ideia de que a religião é um fator que influencia os valores centrais de um consumidor e assim afeta suas decisões de compra (MINTON; KAHLE, 2013; PRC, 2017). Altmann, Bunta e Mazimpaka (2012) afirmam que, tendo em vista o número significativo de indivíduos religiosos existentes na sociedade, as comunidades religiosas apresentam um potencial significativo para promoção da sustentabilidade.

Em muitas sociedades as crenças religiosas serviram de base para códigos morais e práticas de governança e têm sido instrumento primordial na formação de valores, atitudes e comportamentos de seus adeptos (LACKRITZ; SINGH, 2008; KALAMAS; CLEVELAND;

LAROCHE, 2014). Nesse contexto, Mokhlis (2009) ressalta ainda que a religiosidade pode ser vista como um preditor confiável e determinante do comportamento do consumidor.

Observa-se que a quantidade de estudos que tratam da relação entre religiosidade e comportamento tem sido substancial nos últimos anos, sendo relevante que se considerem os desdobramentos relativos a esse relacionamento e que se discutam os rumos de futuras investigações na área (AGARWALA, MISHRA; SINGH, 2018).

Minton, Kahle e Kim (2013) ressaltam que muitas pesquisas têm buscado investigar a influência do altruísmo no comportamento sustentável, mas poucos buscam examinar a relação entre religião e comportamentos ligados ao consumo sustentável. Destaca-se, assim, a importância de investigações que envolvam a interdependência entre sustentabilidade e religião, uma vez que a inclusão de valores religiosos nos esforços de conservação e desenvolvimento sustentável pode ser capaz de facilitar as relações entre pessoas com diferentes estruturas de valores (JOHNSTON, 2013).

No que concerne às ações concretas já desenvolvidas pelas comunidades religiosas em prol da sustentabilidade, destaca-se a realização, em março de 2019, da conferência internacional “As Religiões e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável: ouvir o grito da terra e dos pobres”. Esse evento reuniu especialistas de várias religiões e buscou discutir as maneiras pelas quais as comunidades religiosas poderiam contribuir na implementação dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), formulados pela Organização das Nações Unidas (ONU) (GUERRA; JAGURABA, 2019). Os ODS estabelecem práticas a serem adotadas pelos países membros da ONU e visam fomentar o desenvolvimento econômico, social e ambiental de forma integrada no mundo.

Ao analisar de forma isolada as ações empreendidas por cada das uma comunidades religiosas, ressalta-se a atuação da Igreja Católica que vem abordando a questão ambiental em documentos e discursos recentes. Um dos exemplos dessa atuação envolve a publicação em 2015 da Carta Encíclica *Laudato si*, a primeira da história voltada para questão ambiental (IVES; KIDWELL, 2019). Nesse documento, o Papa Francisco, atual líder da Igreja Católica e Chefe de Estado do Vaticano, abordou como temática central a importância do cuidado com a “casa comum”, numa referência à preservação do planeta Terra (FRANCISCO, 2015).

Na Carta, o pontífice destacou o desafio urgente de unificação global na busca de um desenvolvimento sustentável e integral e convidou a sociedade a refletir sobre a maneira como está

sendo construído o futuro do planeta (FRANCISCO, 2015). O Papa realizou, ainda, um apelo para que as pessoas busquem uma verdadeira “conversão ecológica”, ou seja, reconheçam os problemas ambientais e mudem concretamente suas atitudes e estilos de vida. O texto do documento deixa claro que essa conversão não deve ocorrer somente no nível individual, sendo necessária uma conversão comunitária, uma vez que as raízes e os impactos dos desafios ambientais atualmente enfrentados são globais (FRANCISCO, 2015).

A divulgação da Carta Encíclica *Laudato si* representou um enorme passo na aproximação entre as temáticas religiosidade e sustentabilidade, uma vez que esse documento, tendo como base a perspectiva cristã, forneceu uma análise aprofundada do conceito de desenvolvimento sustentável, sendo elogiado por sua capacidade de conduzir e estimular uma mudança de direção entre os católicos em relação aos valores pró-ambientais (IVES; KIDWELL, 2019; GAS-AIZENDRI; ALBAREDA-TIANA, 2019).

A convocação pela busca de uma “conversão ecológica integral” voltou a ser abordada em outros eventos da Igreja Católica, como, por exemplo, na mensagem de paz divulgada em 2019 pelo Papa, na qual o pontífice criticou a exploração abusiva dos recursos naturais e ressaltou, mais uma vez, a importância de cultivar e manter as formas de vida e a própria Terra para as gerações futuras (AFP, 2019).

Considerando, assim, o potencial efeito que a religiosidade pode exercer sobre o comportamento e, ainda, o recente foco que a Igreja Católica tem atribuído à questão sustentável, este estudo propõe-se a responder a seguinte questão: **Qual a influência da religiosidade na formação do comportamento sustentável de indivíduos católicos?**

A pesquisa teórica e empírica desta investigação encontra-se embasada na estrutura conceitual apresentada por Fishbein e Ajzen (1975), a chamada Teoria da Ação Racional (TAR). Esse modelo teórico, que buscou apresentar as variáveis preditoras do comportamento humano individual, baseia-se na noção de que os indivíduos, enquanto seres racionais, utilizam as informações disponíveis e avaliam as consequências de seus comportamentos para então decidirem pela sua execução ou não (AJZEN; FISHBEIN, 1980).

O modelo da TAR envolve quatro variáveis principais na predição do comportamento, sendo elas: as crenças, que representam julgamentos subjetivos, baseados na percepção dos indivíduos sobre os atributos e características de um objeto; atitudes, que se referem ao grau em que uma pessoa avalia de maneira favorável ou desfavorável um dado comportamento; normas

subjetivas, definidas como a pressão social percebida pelos sujeitos para realização ou não de uma ação, e intenção comportamental, que representa a motivação individual para exercer esforços visando a realização de um comportamento específico (FISHBEIN; AJZEN, 1975; AJZEN, 1991; PAUL; MODI; PATEL, 2016).

O objetivo geral desta pesquisa é, portanto, analisar a influência da religiosidade na formação do comportamento sustentável de indivíduos católicos. Visando atender esse objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar a influência da religiosidade sobre a atitude sustentável;
2. Identificar a influência da religiosidade sobre as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente;
3. Identificar a influência da atitude sustentável sobre o comportamento sustentável;
- e
4. Identificar a influência da norma subjetiva relacionada ao meio ambiente sobre o comportamento sustentável.

Com efeito, ressalta-se que a mudança de hábitos dos indivíduos em busca de comportamentos ambientalmente mais conscientes é fundamental para que se possam alcançar níveis mais altos de sustentabilidade. Assim, a fim de que práticas sustentáveis sejam incentivadas, é importante que se compreendam as motivações que tornam os indivíduos mais propensos a adotar um comportamento sustentável. Nesse sentido, as pesquisas mais recentes têm buscado ir além do entendimento da relação entre atitudes e comportamentos sustentáveis e procurado compreender as estruturas subjacentes às visões de mundo dos indivíduos (MARTIN; BATEMAN, 2014).

Tendo em vista essa tendência, Jurdi, Batat e Jafari (2016) apontam que a religiosidade representa uma variável com potencial ainda subutilizado, apesar de poder atuar como um meio eficaz para dar início à transformação cultural em direção ao desenvolvimento sustentável. O estudo do impacto da espiritualidade e da religiosidade sobre a sustentabilidade vem ganhando espaço nas pesquisas acadêmicas (ADÃO, 2007; SILVA, 2010; OGBONNAYA, 2012; JOHNSTON, 2013; SARKAWI; ABDULLAH; DALI, 2016), porém observa-se que poucas pesquisas buscam investigar os possíveis papéis e a influência da religiosidade sobre o comportamento sustentável (MINTON; KAHLE; KIM, 2015; ARLI; TJIPTONO, 2017; ERANZA; HIUNG, 2017), especialmente quando se trata do cenário nacional.

Ademais, observa-se que as pesquisas sobre sustentabilidade no âmbito do macromarketing têm sido limitadas à investigação de aspectos socioculturais e econômicos e, apesar da noção de valores aparecer com frequência na literatura dessa área, ainda tem sido direcionada pouca atenção para as perspectivas religiosas (JURDI; BATAT; JAFARI, 2016).

Assim, espera-se que este estudo possa trazer contribuições significativas à comunidade científica em geral ao fornecer informações e fomentar discussões sobre a influência da religiosidade na formação do comportamento sustentável dos indivíduos, tendo como base aspectos do contexto nacional. Além disso, tendo em vista que esta dissertação se baseia na Teoria da Ação Racional, busca-se ainda contribuir para o desenvolvimento desse modelo teórico.

No que concerne à escolha de indivíduos católicos como público-alvo desta pesquisa, destaca-se que a análise histórica da postura assumida pela Igreja Católica frente às questões ambientais representa um campo de investigação relevante. Nesse sentido, é interessante notar que, apesar de estudos indicarem que a origem da crise ambiental está ligada ao axioma amplamente difundido pelo cristianismo de dominação do homem sobre a natureza, observa-se que o catolicismo vêm procurando estimular comportamentos mais sustentáveis entre seus seguidores (WHITE, 1967; FRANCISCO, 2015).

Harmannij (2019) ressalta a importância de investigações que busquem avaliar até que ponto a publicação da Carta Encíclica *Laudato si*, escrita pelo líder máximo do catolicismo, é capaz de impactar as atitudes pró-ambientais dos indivíduos. Assim, espera-se que esta investigação contribua ao avaliar se as recentes ações desenvolvidas têm de fato influenciado a adoção de comportamentos mais sustentáveis entre os fiéis.

Em relação às contribuições para a esfera social, destaca-se que os resultados desta pesquisa podem ser úteis para atuação de líderes religiosos que podem ter um importante papel como agentes de mudança, capazes de incentivar atitudes mais positivas das comunidades em que atuam e estimular a adoção de estilos de vida mais sustentáveis. Martin e Bateman (2014) lembram que algumas visões de mundo relacionadas ao aspecto ambiental estão enraizadas em um sistema de crenças que pode ser moldado e amadurecido através de mecanismos educacionais e de conscientização.

Nesse sentido, Hwang (2018) afirma que compreender a influência da religiosidade sobre os valores e comportamentos pró-ambientais dos indivíduos é importante para que se possam desenvolver programas de educação mais bem direcionados. Ademais, o entendimento sobre os

aspectos ligados ao comportamento ecológico pode ser relevante na elaboração de estratégias de intervenção mais eficazes, assim como na definição de políticas ambientais mais adequadas (PATO, 2004; LI *et al.*, 2019).

Acrescenta-se, ainda, que os resultados da investigação realizada podem incentivar o estabelecimento de parcerias do Estado com instituições religiosas, tendo em vista que a participação de comunidades religiosas em campanhas ligadas à sustentabilidade pode traduzir-se em efetivo ativismo ambiental e assim, consequentemente, contribuir para o desenvolvimento de cidades mais sustentáveis. Leal Filho, Dahms e Mc-Crea (2019) alertam que a crise ambiental que a sociedade atualmente enfrenta não poderá ser solucionada somente por meio da ciência, da política ou da economia, sendo necessárias a cooperação e a integração de comunidades diversas, inclusive de grupos religiosos. Gas-Aixendri e Albareda-Tiana (2019), por sua vez, afirmam que problemas sociais como a pobreza e a desnutrição apresentam relação direta com as mudanças ambientais, sendo relevante a adoção de uma abordagem holística, que envolva aspectos intelectuais e morais, na construção de um planeta mais sustentável.

Do ponto de vista organizacional, destaca-se que muitos profissionais de marketing encontram-se hesitantes diante da inconsistência de informações e da falta de conhecimento consolidado sobre as maneiras pelas quais o consumo de produtos verdes pode ser incentivado para o segmento de mercado formado por consumidores religiosos (MINTON *et al.*, 2018a). Assim, esta investigação poderá auxiliar ao clarificar o entendimento sobre a relação existente entre religiosidade e comportamento sustentável desses consumidores. Além disso, Minton *et al.* (2018a) ressaltam que a compreensão sobre os valores dos indivíduos, incluindo os religiosos, é fundamental para que as organizações possam elaborar seus planos de marketing e definir políticas que de fato conduzam a práticas sustentáveis.

Dessa maneira, este trabalho busca contribuir com informações relevantes para as esferas acadêmica, social e organizacional. O comprometimento com essa busca norteou as estratégias traçadas nesta investigação para o alcance do objetivo proposto.

Em relação à estrutura, esta pesquisa é composta por seis seções. Na primeira, tem-se a apresentação dos aspectos gerais do trabalho, com a exposição do problema de pesquisa, dos objetivos geral e específicos e da justificativa, que evidencia a relevância da investigação.

A segunda seção, relativa à primeira parte do referencial teórico, apresenta os principais aspectos relacionados à religiosidade, expondo as definições existentes na literatura, suas

dimensões constituintes, sua influência sobre o comportamento dos indivíduos, além de abordar as relações entre esse construto e a sustentabilidade. Nessa seção são apresentadas ainda as ações desenvolvidas no âmbito da Igreja Católica em prol do meio ambiente.

Já a terceira seção apresenta aspectos relacionados ao comportamento do consumidor verde, sendo a discussão baseada na exposição de três eixos centrais: atitudes, normas subjetivas e comportamento sustentável. Ao final desta seção, é realizada uma revisão da literatura sobre a Teoria da Ação Racional (TAR), que embasou a pesquisa teórica e empírica desta investigação, e apresentado o modelo estudado.

A quarta seção discorre sobre o método de pesquisa utilizado e expõe a classificação da pesquisa, a população e a amostra, a coleta de dados realizada e o tratamento e a análise dos dados. A quinta seção traz os resultados da pesquisa para que assim se possa responder ao questionamento realizado no início deste trabalho.

Por fim, na sexta seção são apresentadas as conclusões da pesquisa, seguida das referências e do apêndice contendo o questionário utilizado na coleta de dados.

2 RELIGIOSIDADE

Esta seção tem por objetivo apresentar atributos ligados à temática da religiosidade, evidenciando a convergência existente entre esse construto e as variáveis comportamento do consumidor e sustentabilidade. Assim, o item 2.1 aborda a definição de religiosidade, expondo sua diferença em relação a outros conceitos correlatos, e apresenta suas dimensões componentes, conforme a percepção de diferentes autores. O item 2.2 expõe a influência da religiosidade sobre o comportamento dos indivíduos.

Já o item 2.3 evidencia as maneiras pelas quais a religiosidade pode contribuir para promoção da sustentabilidade e apresenta os estudos empíricos que trataram da ligação entre esses dois construtos. Além disso, esse item apresenta um resgate histórico das ações desenvolvidas pela Igreja Católica em prol da sustentabilidade.

2.1 Definições e dimensões

A religiosidade é um conceito complexo e de difícil definição. Holdcroft (2006) afirma que um dos motivos para essa complexidade está relacionado ao fato de que o interesse pela religiosidade perpassa diferentes disciplinas acadêmicas e cada uma apresenta um ponto de vista diferente. Assim, como resultado, observa-se que distintas teorias e definições sobre religião costumam estar presentes na literatura (MOKHLIS, 2009).

A religiosidade representa um fenômeno que vai além dos limites da racionalidade científica e não deve ser reduzida a uma única compreensão ou interpretação proposta por sistemas religiosos institucionalizados (BALTAZAR, 2003). Terpstra e David (1991, p. 73) afirmam que a religiosidade pode ser vista como: “um conjunto socialmente compartilhado de crenças, ideias e ações que se relacionam com uma realidade que não pode ser verificada empiricamente, sendo capaz de afetar o curso de eventos naturais e humanos”.

Eranza e Hiung (2017) definem a religiosidade como a qualidade do indivíduo que é religioso, piedoso e apresenta forte comprometimento com uma causa ou crença, sendo afetado ou excessivamente devoto a uma religião. Assim, um indivíduo pode ser descrito, ou pode descrever a si mesmo, como religioso quando adere a crenças, práticas e preceitos de uma determinada religião (MILLER; THORESEN, 2003).

Cruz, Seo e Buchanan-Oliver (2018), ao analisarem a interseção existente entre religião, consumo e marketing, afirmam que a religião pode ser vista como um sistema de crenças duradouro capaz de influenciar a psicologia e o comportamento de diversos atores do mercado. Aquino *et al.* (2009, p. 241) acrescentam que a atitude religiosa representa “a expressão ou o ato de possuir crença em algo superior, de forma a encontrar sentidos na vida na relação sujeito-mundo”.

O compromisso religioso representa, muitas vezes, o cerne do senso de identidade de um indivíduo (MINKLER; COSGEL, 2004). Cada religião fornece, fundamentalmente, aos seus seguidores um conjunto de normas, tradições e valores morais que constituem a base para que o indivíduo estabeleça e mantenha sua identidade (MINKLER; COSGEL, 2004).

Os conceitos de religiosidade e espiritualidade têm sido considerados sinônimos em diversas pesquisas empíricas (MILLER; THORESEN, 2003). Esses dois construtos representam fenômenos complexos e multidimensionais e podem ser vistos como construções latentes, ou seja, embora não possam ser mensurados diretamente, podem ser inferidos a partir da observação de algumas de suas dimensões componentes (MILLER; THORESEN, 2003).

Miller e Thoresen (2003) destacam que embora as definições de religiosidade e espiritualidade apresentem sobreposição, esses dois conceitos são distinguíveis. Assim, enquanto a religiosidade é conceituada em termos da sua relação com a religião, a espiritualidade, ao menos no nível individual, pode ou não estar enraizada em uma religião.

Minton, Kahle e Kim (2015) ampliam o debate sobre a delimitação conceitual da religiosidade ao afirmarem que a definição de cultura pode parecer semelhante à de religião, embora esses sistemas de valores apresentem diferenças essenciais. Assim, pode-se destacar que enquanto a cultura é oriunda de uma localização geográfica específica, a religião é capaz de transcender os limites geográficos. Acrescenta-se ainda que os valores religiosos se encontram fundamentados em escrituras religiosas, as quais fornecem uma visão consistente do sistema de crenças, enquanto na cultura tem-se um conjunto de crenças transitórias que incorporam as crenças religiosas (MINTON; KAHLE; KIM, 2015).

Mas afinal, quais são as dimensões constituintes da religiosidade? A natureza multidimensional da religiosidade representa objeto de intensa investigação e debate no campo da sociologia, tendo em vista que a religião, na visão de muitos pesquisadores, não pode ser concebida como um fenômeno único (JONG; FAULKNER; WARLAND, 1976).

Fukuyama (1960) defende que a religiosidade seria formada por quatro dimensões principais: cognitiva, culto, credo e devocional. A dimensão cognitiva abrange o conhecimento religioso, ou seja, o aprendizado que os indivíduos têm sobre sua religião (CARDWELL, 1980). A dimensão do culto diz respeito às práticas religiosas, enquanto as dimensões do credo e devocional referem-se, respectivamente, às crenças religiosas pessoais e aos sentidos e experiências vivenciados pelo indivíduo (CARDWELL, 1980).

Já Stark e Glock (1968) estabelecem que a religiosidade é formada por cinco dimensões centrais: intelectual, ideológica, prática pública, prática privada e experiencial. Essas dimensões podem ser vistas como canais ou modos a partir dos quais as construções religiosas individuais são ativadas ou moldadas. Huber e Huber (2012) destacam que as dimensões intelectual e ideológica referem-se ao pensamento, mas enquanto a primeira abrange os conhecimentos que os indivíduos possuem acerca dos dogmas que fundamentam sua fé, a segunda está relacionada a crenças e convicções inquestionáveis. Já as dimensões das práticas pública e privada estão relacionadas à ação e referem-se, respectivamente, à participação pública em rituais e atividades comuns e à transcendência em atividades individualizadas e rituais no espaço privado (HUBER; HUBER, 2012). A última dimensão, a experiencial, refere-se à vivência religiosa pessoal e abrange a emoção e a percepção individuais (BORGES, 2010).

Allport (1963) contribuiu para os avanços nesse campo ao identificar duas orientações religiosas individuais distintas: a intrínseca e a extrínseca. A classificação proposta por esse autor representa a mais utilizada no âmbito acadêmico para orientação religiosa e tem evidenciado sua aplicabilidade em estudos que tratam do comportamento do consumidor (MOKHLIS, 2009; MELO *et al.*, 2015). Antes de discutir a diferença entre essas duas dimensões, é importante ressaltar que a maioria das pessoas que se declara religiosa encontra-se em algum ponto entre esses dois polos e que raramente haverá algum tipo puro (ALLPORT; ROSS, 1967).

Dessa maneira, pode-se afirmar que pessoas com orientação intrínseca vivem sua religião e esforçam-se para internalizá-la e segui-la totalmente (ALLPORT; ROSS, 1967). Melo *et al.* (2015) acrescentam que, nesse caso, os indivíduos apresentam uma fé amadurecida e buscam viver segundo os princípios doutrinários que acreditam, compatibilizando as necessidades e interesses pessoais às suas crenças. A religião representa, nesse contexto, o princípio motivador das atitudes dos indivíduos e atribui significado às suas vidas, sendo suas demais necessidades pessoais harmonizadas com as crenças religiosas (HOLDCROFT, 2006; MELO *et al.*, 2015).

As pessoas com orientação religiosa extrínseca, por sua vez, usam a religião para alcançar os próprios objetivos e a veem como um meio capaz de fornecer segurança, consolo e conforto pessoal (ALLPORT; ROSS, 1967). Drucker (2005) afirma que a prática extrínseca está presente entre os indivíduos cujas crenças religiosas são herdadas e representa uma forma de alcance de desejos impulsivos ou egocêntricos. A religião, nesse caso, possui um significado apenas instrumental na vida dos indivíduos e representa um meio para melhorar o *status*, aumentar a autoestima e conquistar amigos, poder ou influência (ALLPORT, 1963).

Observa-se, portanto, que a religiosidade intrínseca apresenta forte significância na vida dos indivíduos, não estando subordinada a nenhuma outra motivação pessoal, enquanto a extrínseca serve como meio para o atendimento de outras necessidades e desejos individuais (ALLPORT, 1963). Em resumo, pode-se dizer que “os extrínsecos usam sua religião enquanto os intrínsecos a vivem” (HILLS *et al.*, 2004, p. 63).

Kirkpatrick (1989), por sua vez, ao revisar a classificação proposta por Allport e Ross (1967), sugeriu que a orientação religiosa estaria relacionada à existência de três dimensões: intrínseca, extrínseca pessoal e extrínseca social, sendo essas duas últimas ligadas, respectivamente, à religião como fonte de conforto e como meio para obtenção de ganhos no âmbito social.

Destaca-se, por fim, que não há um consenso entre os pesquisadores em relação ao número de dimensões que formam o construto da religiosidade, sendo cada uma das dimensões existentes capaz de influenciar distintos aspectos do comportamento dos indivíduos (MOKHLIS, 2009; AGARWALA, MISHRA; SINGH, 2018). Essas relações serão abordadas no tópico a seguir.

2.2 Religiosidade e comportamento

Pesquisas empíricas têm evidenciado que a religiosidade apresenta uma forte influência tanto sobre as atitudes quanto sobre o comportamento dos indivíduos (ENGELLAND, 2014; MURTINHO, URDAN, 2018). Essa influência pode manifestar-se de forma direta, quando as escolhas pessoais são afetadas por códigos de conduta existentes, ou indireta, quando a religião é capaz de influenciar a formação dos valores individuais (HARRELL, 1986).

Nesse sentido, alguns estudos têm buscado explicar os distintos padrões de comportamento resultantes das religiões, cujas prescrições podem exercer influência sobre

questões como alimentação, vestuário, arte, caridade e frugalidade (MINKLER; COSGEL, 2004). Como exemplo dessa influência pode-se citar a prática do jejum que é realizada por hindus, muçulmanos e cristãos (AGARWALA; MISHRA; SINGH, 2018).

Mokhlis (2009), entretanto, ressalta que aspectos culturais têm sido objeto de intensa investigação em pesquisas que tratam do comportamento do consumidor e que a religião, em contrapartida, apesar de ser vista como um elemento da cultura, tem recebido pouca atenção da literatura de marketing. Assim, ainda que sejam necessários avanços, Islam e Chandrasekaran (2016) afirmam que os estudos que tratam da convergência entre religião e comportamento do consumidor costumam seguir duas abordagens principais: a primeira envolve pesquisas que buscam comparar o impacto de distintas afiliações religiosas sobre o comportamento dos consumidores e a segunda abrange estudos sobre o papel da religiosidade no comportamento de consumo de forma mais abrangente.

Qualquer que seja o tipo de análise realizada, Mokhlis (2009) afirma que os efeitos da religião sobre o comportamento do consumidor podem variar de acordo com o grau de comprometimento religioso que os indivíduos apresentam ou com base na importância que a religião possui em suas vidas. Segundo o autor, esses aspectos mostram-se mais relevantes do que a própria afiliação religiosa, ou seja, a fé particular à qual um indivíduo encontra-se ligado.

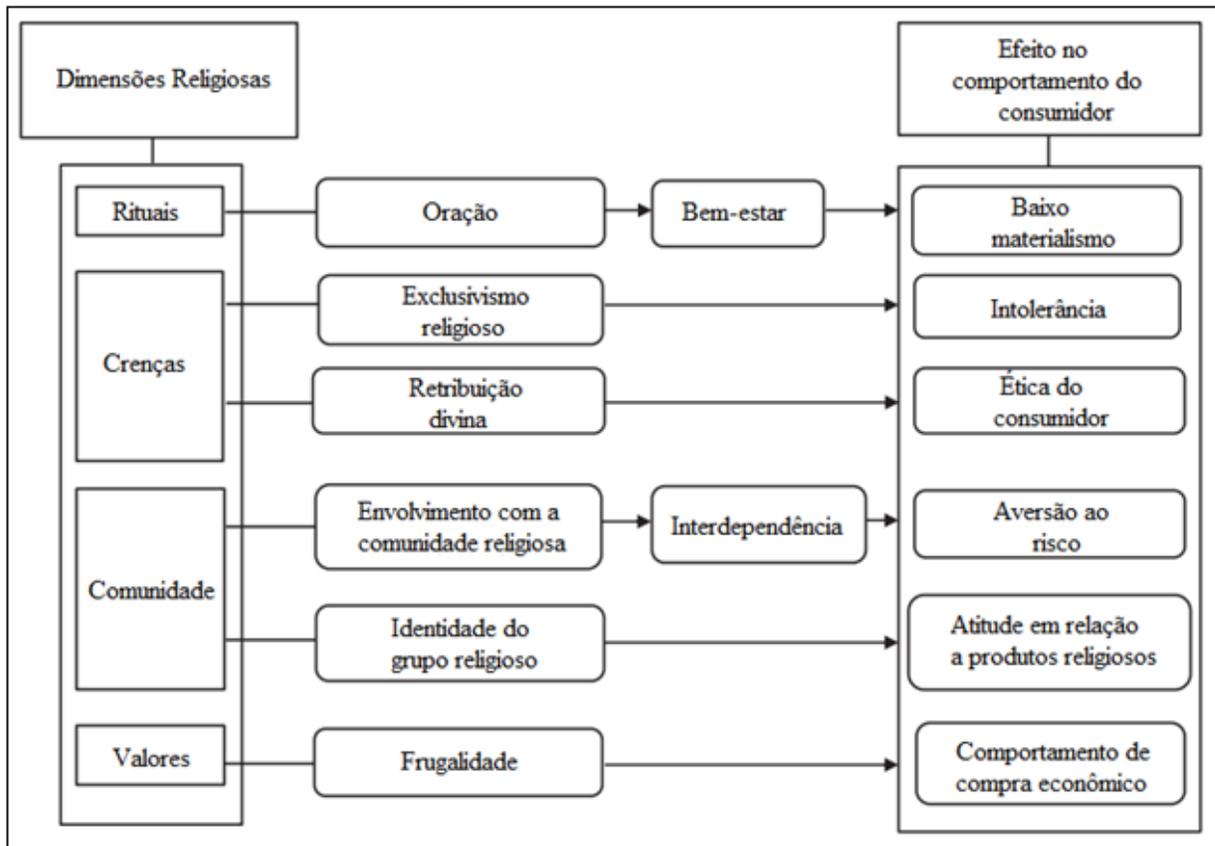
Ressalta-se que alguns estudos têm sido conduzidos com base nessa premissa. Em 2009, por exemplo, Mokhlis realizou uma investigação com consumidores muçulmanos, budistas, hindus e cristãos e identificou que distintos níveis de religiosidade resultam em diferenças significativas do comportamento de compra desse grupo de indivíduos. Assim, segundo a pesquisa realizada, pessoas altamente religiosas mostram-se mais propensas a se preocupar com o preço dos produtos, buscam qualidade quando realizam suas compras e apresentam menor probabilidade de tomar uma decisão de compra impulsiva.

Agarwala, Mishra e Singh (2018) realizaram uma revisão dos estudos empíricos que relacionaram a religiosidade e o comportamento do consumidor, publicados entre 1990 e 2016, buscando evidenciar como quatro distintas dimensões da religiosidade - rituais, crenças, comunidade e valores – são capazes de afetar o comportamento dos indivíduos, conforme ilustrado na Figura 1. É importante que a influência de cada uma dessas dimensões seja analisada para que se compreendam os processos subjacentes a cada um dos efeitos identificados no comportamento dos consumidores.

Em relação à primeira dimensão, os autores propuseram que o ritual da oração é capaz de afetar de maneira positiva o humor das pessoas e conseqüentemente conduzi-las a níveis mais elevados de bem-estar. Tendo em vista que o materialismo costuma ter relação com o estresse e a insatisfação, sugeriram que o bem-estar gerado pela oração reflete-se em comportamentos de baixo materialismo pelos consumidores (AGARWALA; MISHRA; SINGH, 2018).

Já em relação à segunda dimensão, Agarwala, Mishra e Singh (2018) defendem que o exclusivismo religioso leva ao fundamentalismo, que pode se traduzir em comportamentos de intolerância e que o medo de condenações divinas pode representar um impedimento à prática de ações imorais e assim direcionar os consumidores a ações mais éticas.

Figura 1 – Conexão das dimensões da religiosidade com o comportamento do consumidor



Fonte: Agarwala, Mishra e Singh (2018).

A terceira dimensão, por sua vez, representada pela influência da comunidade religiosa é constituída de dois fatores principais: envolvimento e identidade do grupo. O primeiro fator leva à noção de que quanto mais ativo for um indivíduo em sua comunidade religiosa, maior será sua interdependência e maior sua aversão ao risco, ou seja, sua percepção de risco em situações de

compra, com menor aceitação de novos produtos e menor predisposição a mudar de marca ou loja. Já o segundo fator caracteriza pessoas que estão emocionalmente comprometidas com sua fé e das quais pode-se esperar atitudes mais positivas em relação à aquisição de produtos religiosos (AGARWALA; MISHRA; SINGH, 2018).

A última dimensão foca no valor da frugalidade e indica que tal característica leva os consumidores a compras mais conscientes em relação ao preço e diminui a probabilidade de que sejam realizadas aquisições por impulso.

Assim, tendo em vista o aspecto universal e influente que a religião apresenta, ressalta-se a relevância da sua consideração em estudos que tratam do comportamento do consumidor, uma vez que seu impacto nas atitudes, valores e comportamentos dos indivíduos, nos níveis social e individual, é significativo (MOKHLIS, 2009).

Observa-se, portanto, que a influência da religiosidade sobre determinados comportamentos ligados ao consumo já é conhecida. Entretanto, pesquisas que buscam investigar seu impacto sobre questões ambientais, foco da presente pesquisa, ainda têm produzido resultados divergentes (MARTIN; BATEMAN, 2014). Assim, enquanto alguns estudos indicam que há uma relação positiva entre religião e atitudes pró-ambientais dos indivíduos, outros apontam a religião, em geral, como responsável pela promoção de visões e culturas capazes de estimular a ocorrência de danos ambientais (TAYLOR, 2004).

O tópico a seguir apresenta as relações existentes entre a religiosidade e a sustentabilidade.

2.3 Religiosidade e sustentabilidade

O papel da religiosidade no desenvolvimento sustentável foi, durante muitos anos, negligenciado pelos pesquisadores (NARAYANAN, 2013). Entretanto, tendo em vista a influência construtiva ou destrutiva que a religião pode apresentar, tem-se defendido, cada vez mais, a ideia de que a religião deve ser considerada como uma categoria de análise na agenda do desenvolvimento sustentável (NARAYANAN, 2013).

Observa-se assim que, nas últimas décadas, a preocupação em relação às questões ambientais tem se equiparado ao interesse dos pesquisadores em investigar as conexões existentes entre as temáticas religião e sustentabilidade, sendo os estudos no campo da eco teologia crescentes

(GAS-AIZENDRI; ALBAREDA-TIANA, 2019; HARMANNIJ, 2019). Nesse contexto, Ives e Kidwell (2019) argumentam que a religião, enquanto instituição que envolve crenças e práticas, é capaz de influenciar um percentual elevado da população mundial e, portanto, apresenta um grande potencial para efetuar mudanças em prol da sustentabilidade.

Numa perspectiva histórica, destaca-se que o conceito de sustentabilidade pode ser encontrado em escrituras de todas as religiões do mundo, embora não exista uma denominação universal capaz de abranger os ensinamentos de todas as elas (ALTMANN; BUNTA MAZIMPAKA, 2012). Segundo Narayanan (2013), o interesse das distintas religiões pelo desenvolvimento sustentável tem sido marcante desde a primeira vez que o conceito foi apresentado no relatório de Brundtland em 1987 e se encontra presente até os dias atuais.

Entretanto, apesar desse interesse, alguns fatores apresentam-se como entraves para o estabelecimento de conexões entre a fé e o meio ambiente, sendo eles: a polarização em relação às questões ambientais entre os membros da própria igreja e a atenção limitada aos efeitos das ações individuais em detrimento das contribuições que podem ser geradas a partir de ações comunitárias (HARMANNIJ, 2019). Assim, um dos questionamentos que tem sido realizado é como a crença religiosa é capaz de contribuir na transição para sustentabilidade (LEAL FILHO; DAHMS; MCCREA, 2019). Koehrsen (2015) indica três caminhos possíveis, sendo eles:

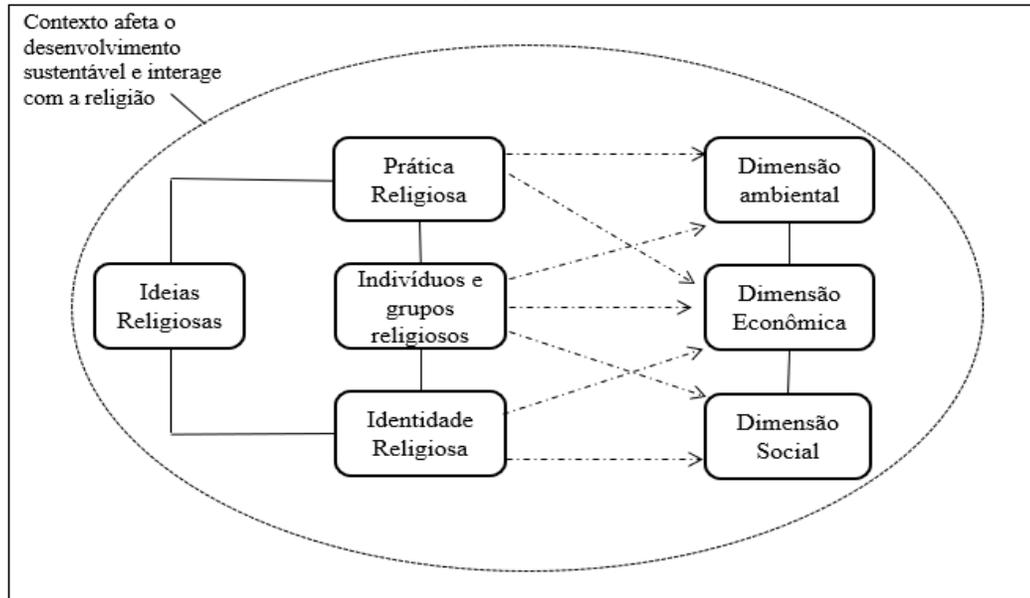
- promoção de campanhas que estimulem mudanças no âmbito da esfera pública;
- participação efetiva da comunidade religiosa em projetos que estejam ligados à sustentabilidade; e
- disseminação de valores religiosos e visões de mundo que apoiem atitudes e comportamentos pró-ambientais, em especial, através do compartilhamento de seus ensinamentos éticos.

Basedau, Gobien e Prediger (2017) sugerem que as distintas dimensões da religiosidade são capazes de estimular ou dificultar de maneira significativa o processo de desenvolvimento sustentável, tendo em vista que cada dimensão poderá exercer diferentes efeitos em torno da predisposição e da motivação dos indivíduos para agir em prol da sustentabilidade. Esses autores propõem assim que a religiosidade e o desenvolvimento sustentável relacionam-se conforme exposto na figura 2.

Os autores destacam que as relações causais entre a religiosidade e o desenvolvimento sustentável são complexas em virtude da multidimensionalidade desses construtos. Ressalta-se,

ainda, que tais relações podem ocorrer de forma direta ou indireta e variar tanto em termos da força quanto da direção que apresentam (BASEDAU; GOBIEN; PREDIGER, 2017).

Figura 2 - Ligação entre as dimensões religiosas e o desenvolvimento sustentável



Fonte: Adaptado de Basedau, Gobien e Prediger (2017).

Já Leal Filho, Dahms e McCrea (2019) afirmam que a sustentabilidade está diretamente atrelada aos valores humanos e que, sendo a religião um importante preditor na formação dos valores pessoais, pode-se inferir que as crenças religiosas apresentam potencial para conduzir os indivíduos a comportamentos sustentáveis.

No que concerne às pesquisas que envolvem as temáticas religiosidade e sustentabilidade, destaca-se o estudo desenvolvido por Schultz, Zelezny e Dalrymple (2000), que buscaram investigar a relação existente entre crenças religiosas e preocupações ambientais. A investigação teve uma perspectiva multinacional e envolveu uma amostra de 2.160 estudantes universitários de 14 países de língua hispânica e inglesa das Américas do Norte, Central e Sul e da Espanha. Os resultados do estudo indicaram uma associação entre as crenças cristãs e preocupações ambientais antropocêntricas, que se baseiam na noção de dominação do homem sobre a natureza. Os autores ressaltam que tais achados não significam que indivíduos com crenças cristãs são antiambientais, mas sim que suas preocupações estão voltadas para os efeitos que a degradação ambiental terá para os seres humanos. Os resultados encontrados na investigação mostraram-se ainda consistentes para variedade de países estudados.

Kalamas, Cleveland e Laroche (2014), por sua vez, conduziram uma pesquisa com 263 consumidores canadenses que teve como objetivo mensurar em que medida a atribuição de responsabilidade ambiental a forças externas influencia o comportamento pró-ambiental dos indivíduos. Uma das dimensões investigadas no estudo envolveu a alocação de responsabilidade a um poder superior / Deus. Os resultados indicaram que consumidores protestantes, quando comparados aos católicos, relacionam em maior grau as questões ambientais à dimensão divina e que, no geral, os indivíduos que atribuem responsabilidade ambiental ao destino pouco se envolvem em comportamentos pró-ambientais.

Já Hwang (2018) realizou uma pesquisa com consumidores da Coreia do Sul, cujas conclusões revelaram que indivíduos religiosos, em oposição aos não religiosos, estariam mais dispostos a pagar valores adicionais e reduzir seus padrões de vida para proteger o meio ambiente. Adicionalmente, o autor comparou o comportamento pró-ambiental de consumidores ligados a religiões de base comunitária (protestantes e católicos) e religiões de base individual (budistas), tendo como critério para essa diferenciação o grau em que os consumidores interagem com outros membros e participavam de atividades de suas comunidades religiosas. Os resultados evidenciaram que os indivíduos religiosos apresentam maior intenção de adotar comportamentos pró-ambientais quando se relacionam de forma mais intensa com uma comunidade religiosa.

Numa perspectiva mais ampla Leal Filho, Dahms e Mc-Crea (2019) argumentam que as pesquisas já realizadas no campo da sustentabilidade e da religiosidade sugerem que indivíduos adeptos a religiões orientais como o budismo e o hinduísmo participam mais ativamente de comportamentos sustentáveis do que aqueles que aderem a religiões ocidentais como o cristianismo e o judaísmo. Esse fato, segundo os autores, é atribuído à visão mais panteísta das religiões orientais, em oposição à crença das religiões ocidentais de que humanidade estaria em uma posição superior à natureza.

Apesar das investigações já realizadas nessa área, os resultados encontrados ainda são pouco conclusivos e indicam a existência de uma heterogeneidade de perspectivas entre distintos grupos religiosos (PONIN, 2019). Assim, entender as especificidades de cada comunidade, considerando a localidade onde estão inseridas, é fundamental para que se possa maximizar a eficácia das campanhas desenvolvidas para promoção de comportamentos pró-ecológicos.

Tendo em vista que o foco desta pesquisa é voltado para investigação dos efeitos da religiosidade na formação do comportamento sustentável de indivíduos católicos, o subtópico

abaixo visa apresentar as ações desenvolvidas no âmbito da Igreja Católica que apresentam conexão com a temática sustentável.

2.3.1 Ações da Igreja Católica

Um dos primeiros estudos que abordou o impacto das religiões cristãs sobre o meio ambiente foi o artigo intitulado “As raízes históricas de nossa crise ecológica” (1967) escrito pelo historiador Lynn White. Nesse documento, o autor atribui às religiões de origem judaico-cristã a responsabilidade pelos problemas ambientais. Para defender essa hipótese, White (1967) argumenta que a crença difundida pelo cristianismo de que a natureza existe para servir aos propósitos do homem teria sido a base para estabelecer uma postura de superioridade e exploração dos indivíduos frente aos recursos naturais.

Além desse argumento, esse autor destaca que, tendo em vista a origem essencialmente religiosa da crise ambiental, a solução dos problemas ecológicos não deve envolver somente o uso da ciência e da tecnologia, sendo preciso que as antigas religiões cristãs sejam repensadas, uma vez que enquanto a visão de dominação do homem sobre a natureza persistir, a degradação ambiental irá continuar (WHITE, 1967; KONISKY, 2018).

Considerando essa perspectiva, a Igreja Católica, que representa a afiliação religiosa mais ampla do cristianismo, passou, durante cerca de um século, por um processo de reflexão e amadurecimento em relação às questões de ordem ambiental (RODRIGUES, 2010; MINTON *et al.*, 2016). Nesse contexto, importantes figuras cristãs se envolveram em ações e debates que visavam integrar valores religiosos e valores ambientais ou, mais especificamente, buscavam demonstrar a relação de dependência dos últimos em relação aos primeiros (CLEMENTS; McCRIGHT; XIAO, 2014).

Uma das figuras que teve participação nesse processo foi João Paulo II, líder da Igreja Católica no período de 1978 a 2005, uma vez que seu pontificado representou a mudança do discurso oficial propagado pelo catolicismo em relação ao meio ambiente (RODRIGUES, 2010). Assim, durante sua papado, a temática ambiental recebeu maior destaque, ficando evidente a posição defendida pela Igreja de que a devastação ambiental não era resultado somente da exploração dos recursos naturais e que havia uma questão moral a ser resolvida (RODRIGUES, 2010).

A necessidade de preservação do meio ambiente também foi ressaltada pelo sucessor de João Paulo II, o Papa Bento XVI, que destacou em seus discursos a responsabilidade coletiva no cuidado com os recursos naturais (ARLI; TJIPTONO, 2017). Além das contribuições desses Papas, um dos mais proeminentes líderes religiosos cujas ações e debates têm sido relevantes para os avanços em torno da temática sustentável é o Papa Francisco, eleito como chefe da Igreja Católica em 2013 (GAS-AIZENDRI; ALBAREDA-TIANA, 2019; NELSON; LUETZ, 2019).

Antes de conduzir qualquer análise em relação às ações por ele empreendidas, é relevante destacar que esse Papa foi o primeiro da história a utilizar o nome “Francisco”, escolhido em homenagem a São Francisco de Assis, que é considerado o patrono celeste daqueles que promovem a ecologia (RODRIGUES, 2010; NELSON; LUETZ, 2019). Diante dessa significativa escolha, fica evidente a aproximação do Papa Francisco com a temática ambiental desde o início do pontificado (NELSON; LUETZ, 2019).

Dois anos após sua eleição, esse pontífice publicou a Carta Encíclica *Laudato si*, a primeira da história que teve o meio ambiente como tema principal (IVES; KIDWELL, 2019). A publicação de encíclicas é um evento importante, que ocorre com pouca frequência e que apresenta forte caráter normativo, tendo em vista que se trata de comunicação formal emitida por papas (IVES; KIDWELL, 2019).

Assim, tendo como base argumentos científicos e teológicos, essa Carta tratou de questões de ordem ambiental, social e econômica e representou, em especial, um convite à reflexão sobre os cuidados com o meio ambiente e a preservação do planeta Terra, considerado como a “casa comum” (JURDI; BATAT; JAFARI, 2016; PALETTA, 2019). Nesse documento, o Papa ressaltou também a necessidade de união das famílias na busca de um desenvolvimento sustentável, criticando a cultura do consumismo e defendendo a necessidade de as pessoas adotarem um novo estilo de vida (FRANCISCO, 2015).

Uma das mensagens relevantes transmitida pelo pontífice através da Carta Encíclica é a de que os cristãos, algumas vezes, realizaram uma interpretação equivocada das escrituras e que é preciso, nos dias atuais, que as pessoas rejeitem a ideia de que ser criado à imagem de Deus e ter domínio sobre a terra pode justificar um domínio absoluto sobre todas as criaturas (FRANCISCO, 2015; ARLI; TJIPTONO, 2017). Ao contrário, o Papa aponta que os textos bíblicos devem lidos sob um dado contexto e que eles, na realidade, representam um convite à proteção, ao cuidado e a

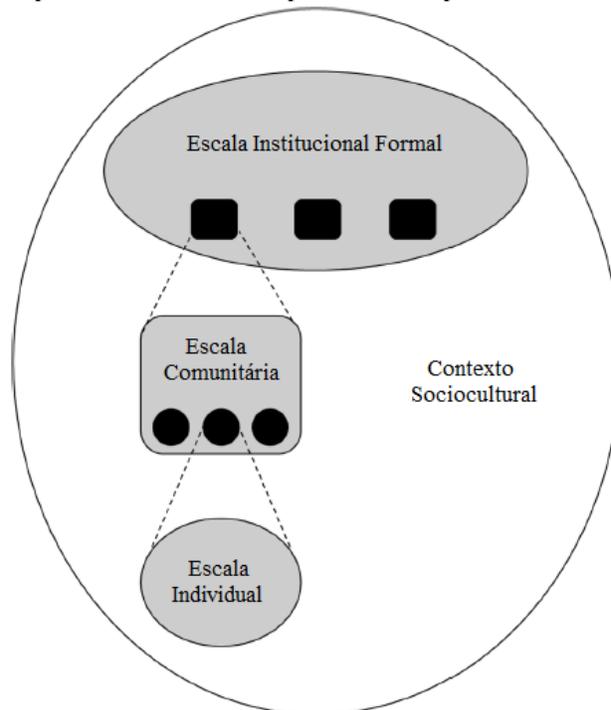
preservação do meio ambiente, o que deve resultar, portanto, em uma relação responsável entre os indivíduos e a natureza (FRANCISCO, 2015).

O Papa Francisco incentiva, ainda, a busca por uma “conversão ecológica”, que se caracteriza pelo reconhecimento dos efeitos das ações e da negligência humana sobre a natureza e pela consequente busca por uma mudança concreta de hábitos (FRANCISCO, 2015). Nesse sentido, o pontífice alerta que, diante da complexa crise ecológica que a sociedade enfrenta, os esforços individuais podem não ser capazes de fornecer as soluções necessárias para resolução dos problemas ambientais. Assim, é preciso que se busque uma conversão comunitária, que seja capaz de congrega o conjunto de contribuições individuais (FRANCISCO, 2015).

Uma pesquisa realizada logo após a publicação da Encíclica *Laudato si* mostrou que 35% dos católicos americanos afirmam que a posição do Papa sobre o aquecimento global influenciou suas opiniões sobre o tema (MAIBACH *et al.*, 2015).

Para ilustrar de que forma documentos oficiais, como a Carta Encíclica, impactam na formação de valores religiosos orientados para a sustentabilidade, Ives e Kidwell (2019) apresentam um modelo esquemático, conforme exposto na figura 3.

Figura 3 – Diagrama esquemático das escalas em que os valores religiosos para sustentabilidade podem ser expressos



Fontes: Ives e Kidwell (2019).

Esses autores ressaltam que os valores religiosos estão presentes em três níveis: institucional formal, comunitário e individual, sendo todos eles influenciados pelo contexto sociocultural. O nível institucional abrange assim os documentos e declarações públicas das principais entidades religiosas do mundo, enquanto o comunitário envolve as visões e ensinamentos de igrejas e templos. Já o individual diz respeito aos valores defendidos por cada um dos membros das comunidades. Essa interação entre escalas é complexa, podendo existir conflitos entre os valores propagados em cada um desses níveis (IVES; KIDWELL, 2019).

A temática da “conversão ecológica” voltou a ser discutida em um evento oficial realizado pela Igreja Católica em Roma no mês de outubro de 2019, o qual teve como tema: “Amazônia: novos caminhos para a Igreja e para uma ecologia integral”. Uma das questões discutidas nesse encontro foi a necessidade de defesa do bioma amazônico e dos povos que vivem em seu território. Como resultado, a Assembleia Especial do Sínodo dos Bispos (2019) produziu um documento que tratou, dentre outros assuntos, da importância da promoção de uma ecologia integral, que seja capaz de conectar o cuidado com a natureza e a justiça social. A Igreja reconheceu, ainda, seu papel dentro da comunidade internacional no desenvolvimento de uma economia centrada no ser humano e que também cuide dos recursos naturais.

No cenário nacional, a Igreja Católica tem buscado fomentar a conscientização da sociedade através da realização chamadas Campanhas da Fraternidade (CFs). Essas campanhas são promovidas anualmente e tem por objetivo fomentar a reflexão em torno de temas relevantes para a vida dos seres humanos e assim gerar mudanças concretas no comportamento dos indivíduos (NAHRA *et al.*, 2014). Ressalta-se que a temática ambiental esteve presente nos textos-base de seis edições, conforme exposto no quadro 1.

Quadro 1 – Campanhas da Fraternidade com temática ambiental

Ano	Tema	Lema
1979	Por um mundo mais humano	Preserve o que é de todos
2004	A fraternidade e a água	Água, fonte de vida
2007	Fraternidade e Amazônia	Vida e missão neste chão
2011	Fraternidade e a vida no planeta	A criação geme como em dores de parto
2016	Casa comum, nossa responsabilidade	Quero ver o direito brotar como fonte e correr a justiça qual riacho que não seca
2017	Fraternidade: Biomas Brasileiros e a Defesa da Vida	Cultivar e guardar a criação

Fonte: Adaptado de CNBB (2019).

Observa-se que a primeira CF a propor uma discussão acerca da questão ambiental foi realizada no ano de 1979. Moraes, Moraes e Battistelle (2017) destacam o pioneirismo dessa campanha ao tratar e antecipar, no âmbito nacional, a reflexão em torno de uma temática que não havia sido abordada em momento anterior sequer através de ações governamentais do país (NAHRA *et al.*, 2014). Os esforços desenvolvidos na época através da campanha visavam incentivar o desenvolvimento de um novo pensamento ecológico por meio da superação da ganância e do incentivo à preservação e à conservação dos elementos da natureza como o ar, a água, a fauna e a flora (MORAES; MORAES; BATTISTELLE, 2017).

A segunda campanha que tratou do tema ambiental foi realizada no ano de 2004 e, portanto, 25 anos após à primeira. O texto-base dessa campanha expôs uma análise abrangente da crise da água, tendo como base informações técnicas (NAHRA *et al.*, 2014). Após o seu lançamento, algumas ações práticas foram realizadas como a produção e distribuição de questionários para preenchimento que visavam fomentar o conhecimento sobre a realidade hídrica do Brasil e a participação na constituição da Defensoria das Águas, em uma ação conjunta com o Ministério Público Federal (NANDI, 2015).

Já a CF de 2007 trouxe um apelo ecológico para o cuidado com a Amazônia e seus habitantes, tendo como objetivo geral a preservação da sociobiodiversidade desse território (NAHRA *et al.*, 2014). O texto base dessa campanha propôs uma reflexão acerca da necessidade de realização de ações concretas que fossem capazes de conciliar o desenvolvimento econômico, social, político, cultural e ambiental da Amazônia (BASTOS; BASTOS, 2016).

A campanha realizada em 2011, por sua vez, teve como temática central a questão do aquecimento global e das mudanças climáticas e abordou outros temas correlatos como o desmatamento, a questão energética e o consumismo. As estratégias desenvolvidas no âmbito dessa campanha focaram na proposição de atitudes e comportamentos de defesa da vida e no incentivo à mobilização dos indivíduos e de instituições para que buscassem conjuntamente alternativas capazes de auxiliar na superação dos problemas socioambientais decorrentes do aquecimento global (NANDI, 2015).

No ano de 2016, a CF voltou a discutir sobre as questões ambientais, porém diferentemente das que já haviam sido realizadas, esta apresentou um caráter ecumênico, ou seja, envolveu a participação de outras denominações cristãs e de uma entidade episcopal da Igreja Católica da Alemanha, ultrapassando assim as fronteiras nacionais (NANDI, 2015). Essa

campanha teve como temática central a questão do saneamento básico e gerou debates em torno de ações que fossem capazes de estimular a diminuição, separação e reciclagem de resíduos e o reuso da água (MORAES; MORAES; BATTISTELLE, 2017).

A mais recente CF que tratou da questão ambiental foi a realizada em 2017. Nesse ano, a Igreja Católica propôs uma reflexão sobre os desafios inerentes à preservação de seis importantes biomas do território brasileiro: Mata Atlântica, Amazônia, Caatinga, Pantanal, Cerrado e Pampas (CNBB, 2016). O texto base dessa campanha apontou ainda ações que fossem capazes de contribuir para construção de um novo paradigma econômico ecológico (CNBB, 2016).

O diálogo inter-religioso também se mostra presente em algumas situações como na conferência internacional “Religiões e Objetivos do Desenvolvimento Sustentável: ouvindo o grito da terra e dos pobres” realizada em março de 2019. O evento contou com a participação de especialistas e representantes de diversas instituições religiosas e teve como objetivo avaliar a contribuição das religiões no alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos em 2015 pela Assembleia Geral das Nações Unidas (GUERRA; JAGURABA, 2019). Ponin (2019) assim ressalta que as ações, individuais ou coletivas, das religiões do mundo inteiro mostram ter um papel cada vez mais crucial à medida que os problemas ambientais se agravam.

Observa-se, portanto, que instituições religiosas de diversas partes do planeta têm conduzido esforços na promoção de aspectos relacionados ao desenvolvimento sustentável e que o número de organizações religiosas que repensam suas teologias e desenvolvem campanhas voltadas à promoção da consciência ecológica dentro e fora de suas comunidades tem sido crescente (LEAL FILHO; DAHMS; MC-CREA, 2019).

Stubblefield e Bouma (2019) destacam a necessidade de líderes religiosos buscarem conhecimentos empíricos e científicos para verdadeiramente avançarem em suas ações de sustentabilidade. Ressalta-se, ainda, que muitos críticos têm cobrado que as campanhas realizadas se reflitam em ações efetivas que sejam capazes de reduzir a crise ambiental (LEAL FILHO; DAHMS; MC-CREA, 2019).

Buscou-se, nesta seção, apresentar-se o conceito da religiosidade e evidenciar como esse construto se relaciona com o comportamento do consumidor e com a sustentabilidade. No intuito de aprofundar as discussões sobre comportamento e a questão sustentável será abordado na próxima seção o comportamento do consumidor verde.

3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR VERDE

Esta seção tem como objetivo apresentar aspectos relacionados ao comportamento do consumidor verde. Assim, seus itens estão baseados na discussão de três eixos centrais: atitudes sustentáveis, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável. Ao final da seção, é realizada uma revisão da literatura sobre a Teoria da Ação Racional (TAR), que embasou a pesquisa teórica e empírica desta investigação, e apresentado o modelo estudado nesta dissertação.

3.1 Atitude sustentável

O conceito de atitude passou por diversas transformações ao longo dos anos, tendo sofrido influência de distintas áreas do conhecimento (FISHBEIN, AJZEN, 1975). Para se ter uma noção, em meados da década de 1970, existiam mais de 500 diferentes pesquisas que buscavam medidas adequadas para mensuração desse construto, as quais utilizavam desde escalas do tipo Likert, diferenciação semântica, declaração de sentimentos e opiniões até índices que envolviam medidas fisiológicas dos indivíduos (FISHBEIN; AJZEN, 1972; FISHBEIN; AJZEN, 1975).

Wilkie (1994), ao sintetizar as mudanças conceituais que a definição de atitude sofreu ao longo das décadas afirma que, originalmente, esse termo costumava ser usado para referir-se à inclinação do corpo ou à posição física de uma pessoa diante de um objeto ou situação. “A noção geral era a de que atitudes físicas de um corpo sugeriam o tipo de ação na qual uma pessoa se engajaria” (WILKIE, 1994, p. 281). Ao longo dos anos, entretanto, segundo esse autor, o conceito de atitude evoluiu para noção de uma posição de ordem mental e passou a abranger assim a maneira como os indivíduos enfrentavam certas situações.

A atitude pode então ser definida como a predisposição individual para avaliar algum objeto de maneira favorável ou desfavorável, podendo esse objeto ser concreto ou abstrato e referir-se a uma pessoa, local, entidade ou ideia (KATZ, 1960; GIFFORD; SUSSMAN, 2012). Pode ainda ser vista como o conjunto de crenças e cognições acerca de um objeto social específico e que predispõe os indivíduos a se comportarem de maneira coerente com os afetos relativos a ele (RODRIGUES, 1981). Hawkins e Mothersbaugh (2019, p. 244), por sua vez, acrescentam que a atitude representa “uma organização duradoura de processos motivacionais, emocionais, perceptivos e cognitivos em relação a algum aspecto de nosso ambiente”.

Além dessas definições, uma maneira eficiente de compreender o conceito de atitude é através do conhecimento das suas dimensões componentes – cognição, comportamento e afeto (SOLOMON, 2011). Assim, a esfera cognitiva da atitude abrange o conjunto de conhecimentos, crenças e pensamentos dos indivíduos, ou seja, envolve o que as pessoas acreditam ser verdadeiro em relação a um objeto (BRECKLER, 1984; SOLOMON, 2011). A dimensão comportamental, por sua vez, diz respeito às tendências de reação e às intenções de ação das pessoas em relação a um objeto ou questão, apesar de nem sempre tais tendências ou intenções resultarem em um comportamento efetivo (HAWKINS; MOTHERSBAUGH, 2019). Já a dimensão afetiva envolve os sentimentos e emoções dos indivíduos sobre um objeto ou situação, sendo a intensidade de uma atitude determinada pela força desse componente (KATZ, 1960; SOLOMON, 2011) .

Esses três elementos da atitude estão inter-relacionados e tendem a ser coerentes, ou seja, a alteração em um deles tende a provocar mudanças nos demais, sendo, portanto, relevante que os profissionais de marketing identifiquem as relações existentes entre o sentir, o conhecer e o fazer na formação das atitudes dos consumidores (SOLOMON, 2011; HAWKINS; MOTHERSBAUGH, 2019). Ao discutir a relação entre as três dimensões componentes da atitude e o aspecto religioso, Aquino *et al.* (2009) exemplificam que, nesse caso, as crenças religiosas compõem o aspecto cognitivo, os rituais praticados pelos indivíduos formam o aspecto comportamental e as emoções experienciadas nesses rituais representam a esfera afetiva.

Já Park (2000) afirma que a atitude é constituída por dois fatores principais. O primeiro refere-se às crenças individuais acerca dos resultados que um dado comportamento pode gerar e o segundo às avaliações pessoais sobre as consequências favoráveis ou desfavoráveis desses resultados.

No que concerne ao aspecto ecológico, Schultz *et al.* (2004, p. 31) afirma que a atitude ambiental pode ser vista como “o conjunto de crenças, afetos e intenções comportamentais que uma pessoa possui em relação a atividades ou problemas relacionados ao meio ambiente”. Nesse sentido, as atitudes pró-ambientais podem ser definidas como preocupações com o meio ambiente ou com as questões ambientais em geral (GIFFORD; SUSSMAN, 2012).

Ademais, apesar das pessoas demonstrarem preocupação em relação ao ambiente natural, ressalta-se que os indivíduos podem apresentar atitudes diversas em relação à natureza. Assim, enquanto alguns buscam viver em harmonia com ela, outros acreditam estar numa posição superior e assim procuram dominá-la (KOTLER; ARMSTRONG, 2015). Tendo em vista essas

perspectivas, Thompson e Barton (1994) identificaram dois tipos de motivações subjacentes à atitude pró-ambiental dos indivíduos: ecocentrismo e antropocentrismo.

Assim, pessoas com motivação ecocêntrica valorizam a natureza e defendem sua conservação em virtude do próprio valor intrínseco que ela apresenta, preocupando-se com o efeito dos danos ambientais sobre todos os seres vivos. Já os antropocêntricos incentivam a preservação do meio ambiente em virtude da importância que os recursos naturais têm para manutenção e melhoria da qualidade de vida na terra, sendo suas preocupações voltadas para as consequências que os danos ambientais podem ter sobre outros seres humanos (THOMPSON; BARTON, 1994; SCHULTZ; ZELEZNY; DALRYMPLE, 2000).

Acrescenta-se, ainda, que os indivíduos com crenças ecocêntricas levam em consideração a interdependência entre o homem e a natureza, reconhecendo uma dimensão espiritual e buscando alinhar suas ações de acordo com essa visão, enquanto as pessoas com crenças antropocêntricas percebem o valor da natureza a partir dos benefícios materiais que ela é capaz de ofertar, sendo caracterizados por uma visão que prioriza o ser humano em detrimento da natureza (PINHEIRO *et al.*, 2014). Thompson e Barton (1994) ressaltam, ainda, a existência de uma outra categoria de atitude constituída por indivíduos denominados apáticos, os quais não demonstram interesse pelas questões sustentáveis e acreditam que há uma supervalorização na forma como os problemas ambientais são apresentados.

Ao analisar essa classificação sob a ótica religiosa, White (1967) afirma que o cristianismo é a religião mais antropocêntrica que se conhece, tendo em vista a noção de dominação do homem sobre a natureza difundida entre os seguidores das religiões cristãs. Entretanto, ao contrário da afirmação desse autor, Konisky (2018) aponta que outros pesquisadores têm defendido a ideia de que, ao longo das últimas décadas, o cristianismo passou por processo de “esverdeamento”, o que indica uma mudança em direção a atitudes mais ambientais.

Assim, com base na revisão bibliográfica realizada até o momento, nas ações empreendidas pela comunidade religiosa católica em prol da sustentabilidade e considerando, ainda, o argumento de Tucker (2003) de que as religiões apresentam um potencial único no desenvolvimento de estruturas morais e éticas que podem conduzir os indivíduos à proteção da terra (ARLI; TJIPTONO, 2017), apresenta-se a primeira hipótese desta pesquisa:

H1. A religiosidade exerce influência positiva sobre a atitude sustentável de indivíduos católicos.

Gifford e Sussman (2012) destacam a relevância de pesquisas que envolvem o estudo de atitudes pró-ambientais dos indivíduos, tendo em vista que essa variável frequentemente, porém nem sempre, pode ser capaz de influenciar comportamentos que aumentam ou diminuem a qualidade ambiental do planeta.

Assim, apesar da atitude apresentar-se como uma das variáveis mais populares no estudo do comportamento pró-ambiental, ressalta-se que além dela outros fatores podem ser relevantes na formação e compreensão do comportamento do consumidor (FISHBEIN, AJZEN, 1975; LACERDA, 2007; LI *et al.*, 2019). Dessa maneira, com o objetivo de apresentar uma variável que, ao contrário das atitudes, possui caráter social, o tópico a seguir discorrerá sobre as normas subjetivas.

3.2 Normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente

As normas subjetivas (NS) referem-se à pressão social percebida por um indivíduo para execução ou não de determinados comportamentos (AJZEN, 1991). Essa pressão costuma ser exercida por membros da sociedade que são significativos para pessoa como, por exemplo, cônjuge, pais, colegas de trabalho e amigos mais próximos, sendo a opinião desses agentes um fator capaz de aumentar ou diminuir a probabilidade de os indivíduos se envolverem ou não em determinados comportamentos (AJZEN, 1991; PARK, 2000).

Em termos matemáticos, as NS podem assim ser vistas como o produto de dois componentes básicos. O primeiro seria formado pela aprovação ou desaprovação de indivíduos ou grupos de referência em relação a um comportamento e o segundo seria composto pela motivação de uma pessoa para realizá-lo (AJZEN, 1991). Dessa maneira, uma medida global das NS poderia ser encontrada ao se solicitar aos entrevistados de uma investigação que classificassem até que nível indivíduos relevantes para eles são favoráveis ou não a um comportamento específico (AJZEN, 1991).

A lógica subjacente às normas subjetivas reside no fato de que “para muitas pessoas, apresentar uma imagem positiva de si mesmo é muito importante e isso encoraja os indivíduos a se conformarem às normas do grupo ao qual desejam pertencer” (GADENNE *et al.*, 2011, P. 7686). Pode-se afirmar, assim, que as NS apresentam um caráter essencialmente social, uma vez que envolvem um conjunto de informações externas ao indivíduo, que são disponibilizados por pessoas

que o rodeiam, e a expectativa social percebida para se envolver em um comportamento (PARK, 2000). Ham, Jeger e Ivković (2015), por sua vez, defendem a noção de que, além da dimensão social, as NS apresentam ainda uma dimensão descritiva, constituída pelo conjunto de atividades e comportamentos que outras pessoas estão de fato realizando. Esses autores argumentam que considerar as dimensões social e descritiva em conjunto auxilia na predição da intenção comportamental dos consumidores.

Ao analisar as diferenças existentes entre as NS e as atitudes, pode-se afirmar que, enquanto a primeira envolve a forma como os grupos de referência avaliam determinados comportamentos, a segunda refere-se a resultados comportamentais específicos que são capazes de afetar outros indivíduos (PARK, 2000). Assim, ao contrário das normas subjetivas, as atitudes apresentam um caráter pessoal, uma vez que são geradas internamente (PARK, 2000). Ham, Jeger e Ivković (2015) acrescentam ainda que, em estudos anteriores, a variável atitude tem apresentado uma influência mais significativa sobre a intenção comportamental dos consumidores do que as normas subjetivas.

No que concerne à questão sustentável, as normas subjetivas podem ser definidas como as pressões sociais que conduzem os indivíduos a comportamentos orientados para proteção ambiental e para racionalização dos recursos naturais, desempenhando assim um papel positivo e relevante na adoção de ações ambientalmente amigáveis (GADENNE *et al.*, 20011; FARIAS, 2019). As motivações para adoção desse tipo de comportamento podem variar. Assim, hábitos como o consumo de produtos verdes, por exemplo, podem ser usados pelos indivíduos como um meio para projetar uma imagem positiva de si perante os outros e ainda melhorar o status social (LEE, 2008; STEG *et al.*, 2014; KOHLOVÁ; URBAN, 2020).

Minton *et al.* (2018b), ao discutirem a relação entre consumo sustentável e normas subjetivas, acrescentam que a cultura representa um fator mediador relevante a ser considerado nesse contexto. Os autores afirmam assim que as chances de um consumidor praticar ações voltadas para sustentabilidade dependerá do que os outros indivíduos pensam sobre esse tipo de comportamento e ainda da importância que a opinião pública apresenta dentro da cultura étnica em que os indivíduos estão inseridos.

A adoção de comportamentos pró-ambientais a nível individual pode ainda ser influenciada pela pressão advinda de instituições e comunidades religiosas (IVES; KIDWELL, 2019). Assim, considerando que, a exemplo da encíclica *Laudato si*, a Igreja Católica vem

realizando ações que buscam incentivar hábitos mais sustentáveis entre seus fiéis, conforme exposto no capítulo anterior, apresenta-se a segunda hipótese desta pesquisa:

H2. A religiosidade exerce influência positiva sobre as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente de indivíduos católicos.

Ademais, ressalta-se que previsão do comportamento sustentável perpassa pelo conhecimento das variáveis – atitudes e normas subjetivas – envolvidas nesse processo. Entretanto, para que se compreendam os vínculos que podem ser estabelecidos entre esses construtos, é fundamental que sejam delimitados os conceitos relativos ao comportamento sustentável do consumidor, os quais serão apresentados no tópico a seguir.

3.3 Comportamento sustentável

Os conceitos de comportamento do consumidor foram, durante muitos anos, associados à área econômica e somente a partir do ano de 1950 as pesquisas realizadas passaram a relacionar essa terminologia com o campo do marketing (LACERDA, 2007). Assim, a definição de comportamento do consumidor é hoje associada aos múltiplos processos envolvidos com a satisfação dos desejos e necessidades dos indivíduos, que abrangem desde a seleção, compra e uso de produtos e serviços até o seu descarte (SOLOMON, 2011).

Tendo como base essa perspectiva, fica cada vez mais evidente que as ações humanas possuem um impacto direto e indireto sobre o meio ambiente (PATO, 2004; LI *et al.*, 2019). Nesse contexto, as evidências inequívocas em relação à degradação ambiental vêm suscitando debates no âmbito público e despertando nos consumidores a percepção de que seus comportamentos são variáveis relevantes na promoção do desenvolvimento sustentável (WAHID; RAHBAR; SHYAN, 2011; LI *et al.* 2019). Entretanto, apesar dessa percepção, observa-se que as ações individuais nem sempre tem se convertido em comportamentos que sejam de fato ecologicamente corretos (FERRAZ *et al.*, 2016).

O comportamento pró-ambiental representa assim uma resposta a demandas individuais e sociais e pode ser definido como o conjunto de ações dirigidas, deliberadas e efetivas que beneficiam o meio ambiente ou que, no caso de prejudicá-lo, buscam causar o mínimo de dano (CORRAL-VERDUGO, 2000; STEG; VLEK, 2009). Acrescenta-se, ainda, que esse tipo de comportamento pode ser visto como uma ação altruísta, sendo assim caracterizado como um

fenômeno que é motivado por valores internos e que não gera expectativas de retorno (SHULTZ; ZELEZNY, 1998).

Apesar da maioria dos estudos que tratam do comportamento pró-ambiental focarem em apenas um tipo de ação, uma grande variedade de atividades pode ser associada a essa variável, como, por exemplo, comprar produtos verdes, separar o lixo, utilizar centros de reciclagem, apoiar organizações ambientais e utilizar lâmpadas mais econômicas (LEE, *et al.*, 2014; CASALÓ; ESCARIO; SANCHEZ, 2019). Segundo Li *et al.* (2019), os diferentes tipos de comportamentos pró-ambientais podem assim ser categorizados em três grandes grupos: redução de resíduos, reutilização e reciclagem. Compreender as relações existentes entre os diferentes tipos de comportamentos é relevante, uma vez que os indivíduos podem estar envolvidos em atividades diversas (LEE, *et al.*, 2014).

Ao olhar para os fatores que moldam o comportamento pró-ambiental, Li *et al.* (2019) afirmam que fatores demográficos, econômicos, sociais e culturais, além de aspectos ligados aos valores e ao nível de conhecimento e consciência ambiental dos indivíduos podem desempenhar um papel significativo na previsão desse tipo de comportamento. Nesse contexto, destaca-se, ainda, que a revisão de estudos anteriores, apontam as variáveis atitudinais como elementos úteis na explicação de comportamentos ambientais (LEE *et al.*, 2014).

O *gap* existente entre atitude e comportamento ambientalmente responsável representa uma questão desafiadora no contexto atual, uma vez que tal lacuna pode ter consequências diretas sobre a sustentabilidade e indiretas no processo de produção de alternativas sustentáveis (SHARMA; RANI, 2014). Nesse contexto, Ferraz *et al.* (2016) ressaltam que a atitude sem a prática não conduz a resultados concretos, assim como o comportamento sem uma atitude consolidada pode perecer caso ocorra alguma inferência.

Outro antecedente relevante na predição do comportamento pró-ambiental é a norma subjetiva. Para exemplificar o papel dessa variável na formação desse tipo de comportamento, destaca-se a pesquisa realizada por Leeuw *et al.* (2015). Esses autores identificaram que as normas descritivas, componentes das NS, apresentam um efeito significativo na intenção de estudantes do ensino médio de praticar comportamentos ecologicamente corretos. Portanto, qualquer intervenção baseada em normas para amostra pesquisada deve focar no comportamento de pessoas consideradas importantes para esses adolescentes como pais, família e, em certa medida, celebridades (LEEUEW, 2015).

Assim, tendo em vista que tanto variáveis atitudinais quanto sociais são relevantes na determinação do comportamento ambiental dos indivíduos (BERENGUER *et al.*, 2001), a terceira e quarta hipóteses desta pesquisa emergem:

H3. A atitude sustentável exerce influência positiva sobre o comportamento sustentável de indivíduos católicos; e

H4. A norma subjetiva relacionada ao meio ambiente exerce influência positiva sobre o comportamento sustentável de indivíduos católicos.

Outro aspecto relevante acerca do comportamento sustentável refere-se aos diferentes perfis de consumidores que podem ser identificados na análise da relação homem-natureza. Nesse sentido, Dahlstrom (2011) destaca que diversos profissionais da área de marketing verde têm utilizado as bases da segmentação psicográfica em suas análises do comportamento de compra dos indivíduos. O autor aponta que uma pesquisa conduzida pela Roper Organization (1990) identificou assim cinco distintos segmentos de mercado ligados à sustentabilidade.

O primeiro é constituído por indivíduos denominados de verdes verdadeiros e abrange os consumidores ambientalmente ativos e que apresentam maior probabilidade de evitar a compra junto a empresas que não são ecologicamente corretas. O segundo grupo, verdes do dinheiro, é formado por indivíduos que estão propensos a gastar mais na aquisição de produtos verdes, embora não sejam politicamente engajados. Já o terceiro segmento, quase verdes, envolve os consumidores que valorizam as questões ambientais, mas não as levam em consideração em suas decisões de compra (DAHLSTROM, 2011).

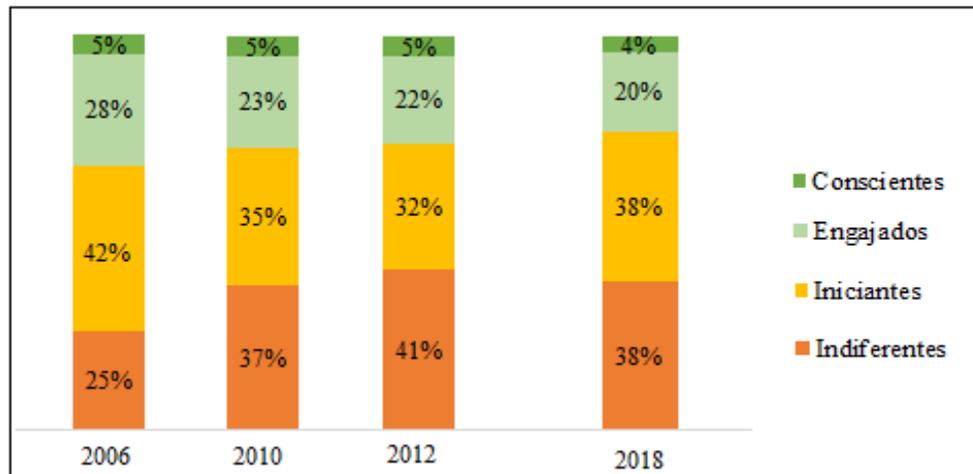
O quarto segmento, por sua vez, foi denominado de resmungões e é formado por indivíduos que não acreditam na sua capacidade de gerar mudanças e possuem pouco conhecimento sobre as questões ambientais. O último segmento, apáticos, são aqueles consumidores que não apresentam qualquer preocupação em relação à sustentabilidade (DAHLSTROM, 2011).

No contexto nacional, é relevante destacar o trabalho realizado pelo Instituto Akatu (2018), que desde 2003 realiza pesquisas com o objetivo de mensurar a evolução do consumo e do comportamento conscientes dos consumidores brasileiros. A ferramenta utilizada no estudo baseia-se na avaliação de 13 tipos de comportamentos, os quais são agrupados em quatro áreas temáticas: economia, planejamento, reciclagem e compra sustentável. Tendo como parâmetro o quantitativo de comportamentos adotados pelos consumidores, os entrevistados da investigação são também

categorizados em quatro distintos grupos: indiferentes, iniciantes, engajados e conscientes, sendo o primeiro grupo composto por indivíduos que praticam até 4 dos comportamentos listados na pesquisa e o último constituído por aqueles que aderem de 11 a 13 comportamentos.

A análise dos dados obtidos nos anos de 2006, 2010, 2012 e 2018, conforme mostrado no gráfico 1, permite constatar um decréscimo contínuo no número total de consumidores engajados no Brasil. Já no comparativo entre os dois últimos anos apresentados, o resultado que mais se destaca é o crescimento significativo do quantitativo de indivíduos classificados como iniciantes, sendo necessário incentivar os consumidores indiferentes para que se tornem mais conscientes.

Gráfico 1 – Nível de consciência dos consumidores brasileiros



Fonte: Instituto Akatu (2018).

Além desses dados, a pesquisa revela ainda que o segmento formado pelos consumidores conscientes e engajados é constituído majoritariamente por mulheres mais velhas e concentra-se nas classes sociais mais altas e no grupo de maior escolaridade (INSTITUTO AKATU, 2018). Ademais, a análise específica dos comportamentos praticados pelos brasileiros permitiu constatar que ações ligadas ao grupo economia permanecem sendo as que apresentam adesão mais comum e que aquelas relacionados à reciclagem e à compra de produtos orgânicos mostraram um crescimento nos últimos anos (INSTITUTO AKATU, 2018).

Buscou-se neste tópico apresentar os conceitos relacionados ao comportamento pró-ambiental e evidenciar como esse construto relaciona-se com as variáveis anteriormente expostas.

O tópico a seguir discorrerá sobre a teoria que embasou esta pesquisa e apresentará o modelo estudado nesta dissertação.

3.4 Modelo estudado

A estruturação da pesquisa teórica e empírica deste estudo teve como base a Teoria da Ação Racional (TAR), proposta por Fishbein e Ajzen (1975). Esse modelo teórico foi desenvolvido com o objetivo de explicar e prever o comportamento humano individual e baseia-se em dois pressupostos básicos. O primeiro envolve a noção de que os seres humanos são racionais e, a fim de decidirem pela execução ou não de determinados comportamentos, utilizam as informações disponíveis e avaliam as consequências de suas ações (AJZEN; FISHBEIN, 1970, 1980). Já o segundo pressuposto envolve a ideia de que os comportamentos devem estar sob controle volitivo, ou seja, serem resultante da vontade dos indivíduos e que, portanto, a intenção para realizar uma ação representa o determinante imediato do comportamento (AJZEN; FISHBEIN, 1980; AJZEN, 1991; ZHIKUN; FUNGFAL, 2009).

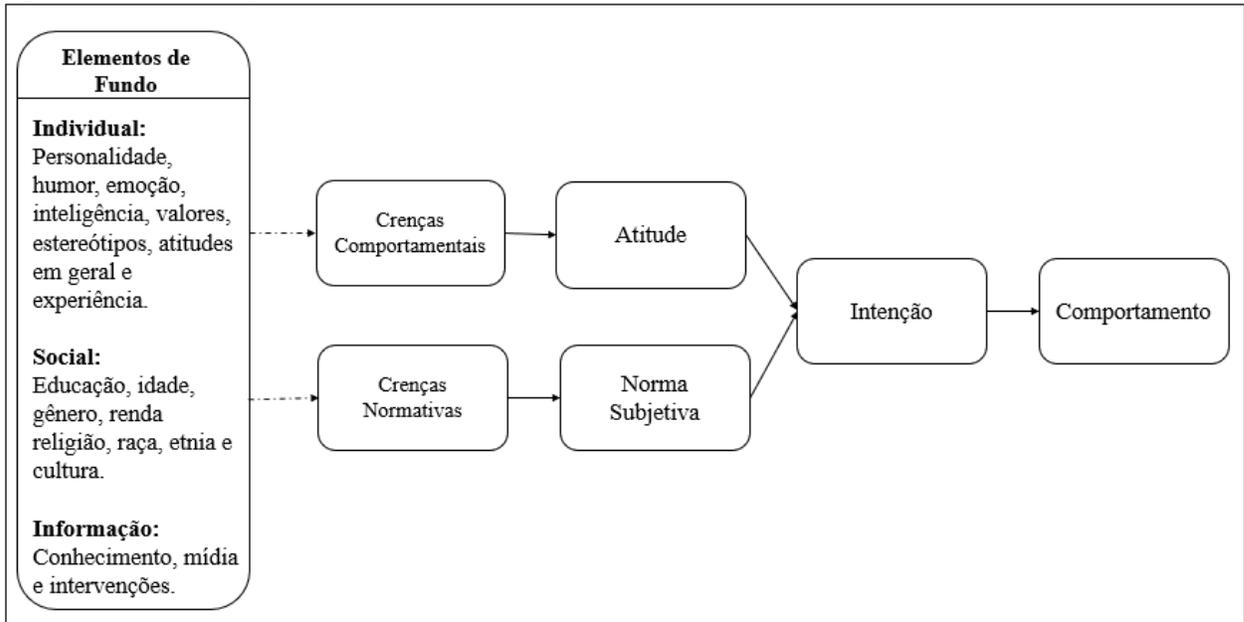
Além desses pressupostos básicos, a TAR abrange quatro variáveis centrais na predição do comportamento humano: crenças, atitudes, normas subjetivas e intenção comportamental. Assim, tendo como base os fundamentos da TAR, pode-se afirmar que as crenças envolvem as informações que os indivíduos têm sobre determinado objeto, sendo responsáveis pela ligação que se estabelece entre o objeto em questão e um valor, conceito ou atributo (FISHBEIN; AJZEN, 1975). Segundo Moutinho e Roazzi (2010), as crenças representam a base conceitual da TAR e podem ser vistas como elementos subjacentes às atitudes e às normas subjetivas. Essas duas variáveis, por sua vez, conforme exposto nos subtópicos anteriores, referem-se, respectivamente, ao aspecto pessoal e à influência social para realização de uma ação.

Importante salientar que as atitudes em relação a um comportamento e as normas subjetivas, de maneira conjunta, levam à formação da intenção comportamental (MOUTINHO; ROAZZI, 2010). Segundo o modelo proposto na TAR, a intenção comportamental, definida como a motivação individual para exercer esforços visando a realização de um comportamento, representa a variável que exerce influência direta sobre o comportamento dos indivíduos (AJZEN, 1991; PAUL; MODI; PATEL, 2016).

Ajzen e Fishbein (2005) acrescentam, ainda, que os elementos preditores do comportamento podem ser influenciados por uma grande variedade de aspectos culturais, pessoais e situacionais. Dessa maneira, é possível que sejam encontradas diferenças entre o conjunto de crenças de homens e mulheres, jovens e idosos e indivíduos tímidos e extrovertidos, por exemplo. Ressalta-se que o ambiente físico e social, além de aspectos ligados aos valores e ao nível de exposição à informação, também são capazes de afetar as crenças individuais e devem, portanto, ser considerados na previsão do comportamento (AJZEN; FISHBEIN, 2005).

Assim, as variáveis componentes da TAR relacionam-se conforme *framework* exposto na figura 4.

Figura 4 – Teoria da Ação Racional

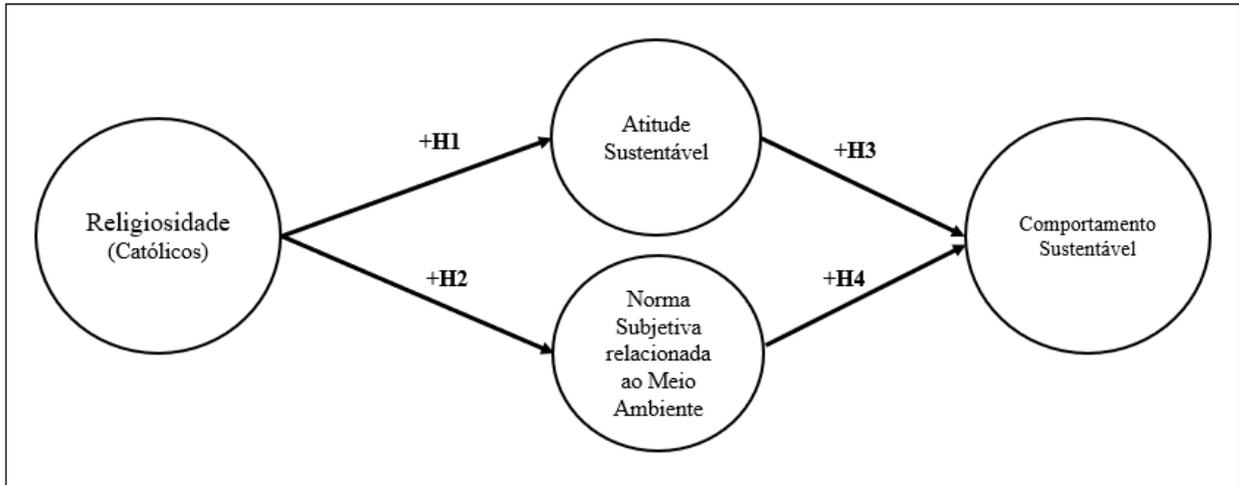


Fonte: Adaptado de Ajzen e Fishbein (2005).

Destaca-se que a grande relevância da TAR reside no fato que essa teoria foi capaz de ir além da distinção conceitual de variáveis diversas, apresentando uma estrutura conceitual que evidencia a relação entre diferentes elementos e assim clarifica a compreensão e a previsão acerca do comportamento dos indivíduos (LIMA; D'AMORIM, 1986). Nesse contexto, Berenguer *et al.* (2001) salientam que a compreensão do comportamento ambiental perpassa tanto a determinação das variáveis que o predizem quanto o estabelecimento das relações existentes entre elas.

Assim, considerando o referencial teórico apresentado e tendo a TAR como base, o modelo a ser testado nesta investigação foi delineado conforme apresentado na figura 5.

Figura 5 - Modelo proposto



Fonte: elaborado pela autora (2020).

Ressalta-se que esta pesquisa não pretende avaliar o efeito da religiosidade sobre a intenção comportamental dos indivíduos, mas sim sua influência sobre as atitudes e as normas subjetivas dos consumidores. Ademais, tendo em vista a necessidade de revisitar os modelos teóricos propostos na literatura, optou-se por isolar o construto da religiosidade na estrutura clássica da TAR, a fim de testá-lo como uma dimensão capaz de influenciar a formação do comportamento sustentável dos indivíduos. O modelo apresenta, portanto, a relação direta entre o construto da religiosidade com a atitude sustentável e a norma subjetiva relacionada ao meio ambiente, e a conexão desses dois construtos (atitude sustentável e norma subjetiva) com o comportamento sustentável.

Buscou-se nesta seção a apresentação das variáveis predictoras do comportamento verde dos consumidores, bem como a evidenciação da maneira como essas variáveis se relacionam com o modelo proposto para esta investigação. Na seção seguinte, são abordados os procedimentos metodológicos que caracterizam a presente pesquisa.

4 METODOLOGIA

Esta seção descreve os procedimentos metodológicos adotados para o alcance do objetivo geral proposto. Inicialmente, é apresentada a tipologia da pesquisa, seguida pela descrição da população e amostra da investigação. Posteriormente, tem-se a apresentação dos métodos e instrumentos de coleta e, por fim, são expostos os procedimentos estatísticos usados para tratamento e análise dos dados.

4.1 Tipologia da pesquisa

A classificação desta pesquisa baseia-se na taxionomia proposta por Collis e Hussey (2005), que propõem os seguintes critérios: quanto ao objetivo, quanto ao processo, quanto à lógica e quanto ao resultado da pesquisa.

Assim, esta investigação classifica-se, quanto à natureza do objetivo, como pesquisa analítica, porque vai além da descrição da religiosidade, das atitudes, das normas subjetivas e do comportamento sustentável de uma amostra de consumidores brasileiros, buscando analisar a relação entre essas variáveis. “A pesquisa analítica tem como objetivo entender fenômenos, descobrindo e mensurando relações causais entre eles” (COLLIS; HUSSEY, 2005, p. 24).

Quanto ao processo adotado, trata-se de uma pesquisa quantitativa tendo em vista que envolve a quantificação dos dados coletados em forma de questionário e a submissão deles à análise estatística para resolução do problema de pesquisa. De acordo com Richardson (2012), o método quantitativo visa a precisão dos resultados e busca evitar distorções relacionadas à análise e interpretação, proporcionando assim maior segurança para a realização de inferências finais.

Em relação à lógica, este trabalho classifica-se como dedutivo, pois parte de uma estrutura conceitual e teórica já existente sobre religiosidade e comportamento do consumidor verde e busca testá-la em uma realidade empírica. Collis e Hussey (2005) ressaltam que esse tipo de pesquisa caracteriza-se pela dedução de casos particulares a partir de inferências gerais.

Quanto ao resultado, trata-se de uma pesquisa aplicada, uma vez que, a partir da revisão teórica e da observação empírica, tem como objetivo utilizar e aplicar os conhecimentos gerados para responder à questão de pesquisa proposta (GIL, 2008).

Acrescenta-se, ainda, que esta investigação é classificada como uma pesquisa de campo, porque ocorreu em situação real, por meio da aplicação de questionários, nos locais que dispõem dos elementos para explicar o fenômeno estudado, sendo conduzida por meio de *survey*, que é caracterizada pela retirada de uma amostra de uma população para que sejam feitas inferências. O formato de pesquisa *survey* permite o desenvolvimento de um pensamento lógico capaz de clarificar o sistema determinístico de causa e efeito da investigação (BABBIE, 2005). Segundo May (2004), esse tipo de método utiliza uma amostra representativa para descrever ou explicar as opiniões de uma população.

Por fim, o presente estudo configura-se como transversal, uma vez que envolve uma única coleta de dados junto à amostra e permite assim analisar o fenômeno investigado em um ponto específico no tempo (MALHOTRA, 2012).

4.2 Universo e amostra

O universo deste estudo foi composto por consumidores brasileiros que se declaram católicos. Uma pesquisa realizada pelo Pew Research Center (PRC, 2018) revelou que 72% da população brasileira adulta considera que a religião é muito importante em suas vidas diárias, o que evidencia, portanto, a relevância desse construto no contexto nacional. É válido ressaltar também que o Brasil apresenta a maior população católica do mundo (PRC, 2019), o que denota a significância desse grupo religioso no país.

Após a delimitação do universo, definiu-se que a amostra desta pesquisa seria composta por indivíduos católicos que residem na cidade de Fortaleza, capital do Estado do Ceará. A escolha dessa unidade federativa foi motivada por dois critérios principais.

O primeiro está relacionado à representatividade religiosa que o Estado do Ceará possui no contexto nacional. O Ceará abrange, atualmente, importantes polos religiosos e é famoso pelo turismo religioso que promove, sendo a religião uma dimensão importante na cultura da maior parte dos cearenses (O POVO, 2019). No que concerne aos dados locais, segundo pesquisa sobre a Religiosidade no Ceará, realizada pelo Instituto Opnus em todas as regiões do território cearense, 66% dos indivíduos entrevistados se declararam católicos, 21% evangélicos e 4% afirmam ser religiosos, apesar de não seguirem religiões específicas. Religiões como as afro-brasileiras, as orientais e a espírita alcançaram 2% do total e somente 6% dos entrevistados se consideraram ateus

(MADEIRA, 2018). Observa-se, assim, a significativa presença de indivíduos religiosos no Estado e, em especial, dos católicos, que representam o grupo religioso majoritário.

O segundo fator relacionado especificamente à escolha da cidade de Fortaleza envolve a acessibilidade, considerando a maior facilidade de acesso aos indivíduos componentes da população amostral. Nesse sentido, Mattar (2003) ressalta que a acessibilidade às unidades amostrais, a disponibilidade de tempo e de suporte humano e financeiro são elementos essenciais que devem ser considerados pelo pesquisador no processo de amostragem. A cidade de Fortaleza, conforme valores estimados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019), é a maior cidade do Estado, sendo o percentual de católicos da capital cearense de 54% (MADEIRA, 2018).

Em relação à técnica de amostragem, neste estudo utilizou-se uma amostragem não probabilística, na qual a chance de seleção de um elemento amostral é desconhecida, sendo a definição dos elementos componentes da amostra baseada na avaliação pessoal do pesquisador (HAIR JR. *et al.*, 2005; MALHOTRA, 2012). Segundo Malhotra (2012), amostras não probabilísticas são capazes de indicar boas estatísticas sobre as características de determinada população.

Assim, uma das unidades amostrais desta pesquisa foi constituída por indivíduos que participam de grupos religiosos católicos (ex.: grupo de jovens, de estudos bíblicos, encontro de casais) na cidade de Fortaleza, sendo esses grupos selecionados por julgamento. Esse tipo de método tem como base as experiências pessoais do pesquisador e envolve a escolha de elementos considerados representativos da população ou apropriados para o estudo (COLLIS; HUSSEY, 2005; MALHOTRA, 2012). Adicionalmente, a outra unidade amostral foi selecionada por conveniência e envolveu indivíduos católicos que não estão vinculados a nenhum grupo.

É relevante destacar, ainda, que escolha de indivíduos religiosos como público-alvo desta pesquisa decorre do fato de o objetivo central desta investigação residir na avaliação da influência da religiosidade sobre o comportamento sustentável. Assim, não se pretende realizar análises comparativas entre indivíduos religiosos e não religiosos, mas sim verificar se indivíduos que se declaram religiosos praticam comportamentos sustentáveis.

Deve-se justificar também a escolha de uma amostra composta exclusivamente por indivíduos católicos para o estudo. A Igreja Católica, conforme dados expostos no referencial teórico desta dissertação, já desenvolve há alguns anos campanhas voltadas para conscientização

dos indivíduos em torno da preservação ambiental. O Papa Francisco, que deseja ser reconhecido como um pontífice ambientalista, tem constantemente realizado apelos para que as pessoas busquem uma “conversão ecológica”, a qual deve se manifestar através de ações concretas (AFP, 2020). Assim, tendo em vista que a temática ambiental tem estado presente em discussões recentes, eventos e documentos oficiais da Igreja Católica de forma acentuada, torna-se relevante investigar se as ações empreendidas têm exercido, de fato, influência sobre o comportamento sustentável dos indivíduos. Ademais, ressalta-se outra motivação para escolha do segmento católico reside na grande representatividade que esse grupo possui no cenário nacional e local.

Após conhecer o universo e amostra da pesquisa, no tópico a seguir são apresentados os instrumentos utilizados na coleta de dados e as informações relativas à aplicação da pesquisa de campo.

4.3 Coleta de dados

Como método de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado constituído de escalas previamente validadas na literatura. Esse tipo de instrumento apresenta como vantagem a precisão dos registros, a possibilidade de comparar dados e de explorar relações entre variáveis (GRAY, 2012; MALHOTRA, 2012). Assim, nesta pesquisa, o questionário aplicado foi dividido em cinco blocos:

- a) escala de orientação religiosa;
- b) escala de atitudes sustentáveis;
- c) escala de normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente;
- d) escala de comportamento sustentável; e
- e) itens referentes a dados sociodemográficos dos respondentes.

Para mensurar a orientação religiosa, foi utilizada a Escala de Orientação Religiosa (EOR) de Allport e Ross (1967). Esse instrumento é formado por 20 assertivas, sendo 9 relativas à dimensão intrínseca e 11 à dimensão extrínseca da religiosidade. Tendo em vista que indivíduos que participam de grupos religiosos constituem uma das unidades amostrais desta pesquisa, procedeu-se à exclusão do item “se eu fosse para um grupo religioso [...], componente da dimensão intrínseca, e assim a escala final totalizou 19 assertivas, conforme exposto no quadro 2.

Quadro 2 – Escala de Orientação Religiosa

Nº	Itens da Escala de Orientação Religiosa	Dimensão	Código
1	Gosto de ler sobre a minha religião.	Intrínseca	RI1
2	Minha igreja é mais importante como um local para formular boas relações sociais.	Extrínseca	RE1
3	Minhas crenças religiosas estão por trás de toda a minha abordagem da vida.	Intrínseca	RI2
4	Oro principalmente porque fui ensinado a orar.	Extrínseca	RE2
5	As orações que digo quando estou sozinho(a) têm tanto significado e emoções pessoais quanto as que eu digo durante as missas.	Intrínseca	RI3
6	Ocasionalmente, para proteger meu bem-estar social e econômico posso comprometer (pôr em risco) minhas crenças religiosas.	Extrínseca	RE3
7	O principal objetivo da oração é obter alívio e proteção.	Extrínseca	RE4
8	É importante para mim dedicar tempo à meditação e à oração pessoal.	Intrínseca	RI4
9	Não importa tanto em que acredito, desde que leve uma vida moral. (i)	Extrínseca	RE5i
10	Embora eu seja uma pessoa religiosa, eu me recuso a deixar que considerações religiosas influenciem meus assuntos cotidianos. (i)	Extrínseca	RE6i
11	A religião é especialmente importante para mim porque responde a muitas perguntas sobre o significado da vida.	Intrínseca	RI5
12	O objetivo da oração é garantir uma vida feliz e pacífica.	Extrínseca	RE7
13	A principal razão do meu interesse pela religião é que ir para minha igreja representa uma atividade social agradável.	Extrínseca	RE8
14	Se não for impedido por circunstâncias inevitáveis, frequento minha igreja.	Intrínseca	RI6
15	Eu sempre tento levar minha religião para todas as minhas outras relações na vida.	Intrínseca	RI7
16	O que a religião mais me oferece é o conforto quando as tristezas e o infortúnio me atingem.	Extrínseca	RE9
17	Uma razão para eu ser membro de uma congregação é que esse tipo de associação me ajuda a ser parte da comunidade.	Extrínseca	RE10
18	Embora acredite em minha religião, sinto que há muitas coisas mais importantes na vida. (i)	Extrínseca	RE11i
19	Muitas vezes, tenho uma percepção forte da presença de Deus.	Intrínseca	RI8

Fonte: Traduzido de Allport e Ross (1967).

Nota: (i) Item invertido.

Considerando-se que não há na literatura consenso sobre o número de dimensões que compõem a religiosidade, Mokhlis (2009) destaca que tais medidas podem variar de acordo com a natureza da pesquisa, seu objetivo e contexto. A relevância da Escala de Orientação Religiosa, desenvolvida por Allport e Ross (1967), tem sido reconhecida em outros estudos, sendo observada sua aplicabilidade em pesquisas de marketing em geral e em investigações que tratam do comportamento do consumidor (MOKHLIS, 2009; MANSORI; SAMBASIVAN; MD-SIDIN, 2015). Ademais, tendo em vista que essa escala foi projetada para tratar de assuntos relacionados a religiões cristãs (MOKHLIS, 2009), destaca-se sua validade para mensuração do nível de religiosidade de indivíduos católicos, que representam o foco desta pesquisa.

Ressalta-se, ainda, que esse instrumento já foi utilizado em outros estudos (ISLAM; CHANDRASEKARAN, 2016; ARLI; TJIPTONO, 2017; RAGGIOTTO; MASON; MORETTI, 2018) que trataram da convergência entre as temáticas religiosidade e sustentabilidade, o que ratifica sua adequação para esta dissertação. Tendo em vista que a escala original encontrava-se na língua inglesa, procedeu-se, inicialmente, à tradução e adaptação da língua original para o português, sendo, posteriormente, a escala retraduzida por um nativo da língua inglesa. Houve, em seguida, uma checagem das versões para que o instrumento final fosse então conduzido ao pré-teste.

Já a mensuração do construto atitude sustentável envolveu itens relativos à Escala de Crenças Ambientais (ECA), proposta por Pato em 2004. Essa escala foi desenvolvida diante da necessidade de elaboração de um instrumento de medida adequado à realidade socioambiental brasileira (PATO, 2004). A ECA teve como base para sua elaboração a escala do Novo Paradigma Ecológico (NPE), originalmente desenvolvida por Dunlap e Van Liere (1978) e posteriormente atualizada por Dunlap *et al.* (2000), e baseou-se, ainda, na versão em português utilizada na pesquisa de Bechtel, Verdugo e Pinheiro (1999).

A ECA é composta por 26 itens, sendo 16 variáveis relacionadas ao fator crenças ecocêntricas e outros 10 ligados ao fator denominado crenças antropocêntricas, conforme apresentado no quadro 3. Ressalta-se que esse instrumento já serviu de base para mensuração da atitude sustentável dos indivíduos em outros estudos nacionais (CAIXETA, 2010; PAIVA *et al.*, 2017; OLIVEIRA; ROMERO, 2018). Nesta dissertação, todos os itens da escala original foram conduzidos para fase de pré-teste.

Quadro 3 – Escala de Crenças Ambientais

Nº	Itens da Escala de Crenças Ambientais	Dimensão	Código
1	Evitar desperdícios dos recursos naturais deve ser um compromisso de todos nós brasileiros.	Ecocêntrica	EC1
2	A natureza tem uma capacidade inesgotável de se recuperar dos danos provocados pelas ações humanas. (i)	Antropocêntrica	AN1i
3	Os homens estão abusando do meio ambiente.	Ecocêntrica	EC2
4	Os problemas ambientais são consequência da vida moderna.	Ecocêntrica	EC3
5	As pessoas exageram os problemas ambientais provocados pelo uso do automóvel. (i)	Antropocêntrica	AN2i
6	O governo deveria se preocupar mais com os problemas sociais do que com os ambientais. (i)	Antropocêntrica	AN3i
7	Se existissem mais campanhas esclarecendo a população sobre os problemas ambientais, a situação brasileira estaria melhor.	Ecocêntrica	EC4

8	Alimentos produzidos organicamente são melhores para a saúde humana.	Ecocêntrica	EC5
9	É possível manter o equilíbrio ecológico e ter uma boa qualidade de vida.	Ecocêntrica	EC6
10	O equilíbrio da natureza é forte o suficiente para se ajustar aos impactos das nações industriais modernas. (i)	Antropocêntrica	AN4i
11	Os ecologistas estão preocupados demais com as plantas e os animais e se esquecem das pessoas. (i)	Antropocêntrica	AN5i
12	O consumismo agrava os problemas ambientais.	Ecocêntrica	EC7
13	Reciclar latas de alumínio é uma fonte de economia para as indústrias.	Ecocêntrica	EC8
14	O Brasil é um país com muitas riquezas naturais e é impossível que essas riquezas acabem apenas pelas ações humanas. (i)	Antropocêntrica	AN6i
15	Se as coisas continuarem como estão, vivenciaremos em breve uma catástrofe ecológica.	Ecocêntrica	EC9
16	A nossa qualidade de vida depende diretamente dos bens de consumo que possuímos. (i)	Antropocêntrica	AN7i
17	Usar muito papel causa problemas sérios, mas eu não posso fazer nada sobre isso. (i)	Antropocêntrica	AN8i
18	A luta dos ambientalistas ajuda a melhorar a nossa qualidade de vida.	Ecocêntrica	EC10
19	A reciclagem contribui para a diminuição dos problemas ambientais gerados pelo uso abusivo de papéis .	Ecocêntrica	EC11
20	Os recursos naturais estão aí para servir ao homem. (i)	Antropocêntrica	AN9i
21	As pessoas deveriam boicotar as empresas que poluem o meio ambiente para exigir produtos ecologicamente corretos.	Ecocêntrica	EC12
22	Evitar a compra de produtos poluentes faz com que as empresas se preocupem mais com o meio ambiente.	Ecocêntrica	EC13
23	O lixo é responsabilidade apenas do órgão de limpeza urbana. (i)	Antropocêntrica	AN10i
24	Separar o lixo conforme o tipo ajuda na preservação do meio ambiente.	Ecocêntrica	EC14
25	A interferência dos seres humanos na natureza frequentemente produz consequências desastrosas.	Ecocêntrica	EC15
26	O homem é o responsável pelo desequilíbrio na natureza.	Ecocêntrica	EC16

Fonte: Pato (2004).

Nota: (i) Item invertido.

As assertivas ligadas às normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, por sua vez, foram propostas por Octav-Ionut (2015) e adaptadas por esse autor a partir das pesquisas de Fishbein e Ajzen (1975), Ajzen (1991) e Fielding, McDonald e Louis (2008). A escala foi composta por três itens e assim como a EOR passou pelo processo de tradução e retradução por um nativo da língua inglesa, ficando estruturada conforme apresentado no quadro 4.

Quadro 4 – Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente

Nº	Itens da Escala de Normas Subjetivas	Código
1	As pessoas que são importantes para mim se comportam de uma maneira ecologicamente correta.	NS1

2	As pessoas que são importantes para mim aprovariam se eu me comportasse de uma maneira ecologicamente correta.	NS2
3	As pessoas que são importantes para mim me incentivam a me comportar de uma maneira ecologicamente correta.	NS3

Fonte: Traduzido de Octav-Ionut (2015).

A última dimensão mensurada, referente ao comportamento sustentável, teve como base a Escala de Comportamento Ecologicamente Consciente do Consumidor (ECCB), proposta originalmente por Roberts (1996) e adaptada ao contexto brasileiro por Grohmann *et al.* (2012). Essa escala contém um total de 17 itens, que se encontram divididos em três fatores : reciclagem (8 itens), saúde (3 itens) e mudança de hábito (6 itens). A ECCB já foi usada na condução das pesquisas desenvolvidas por Lira (2018), Raggiotto, Mason e Moretti (2018) e Nascimento, Lima e Melo (2018).

Antes de qualquer teste estatístico, procedeu-se à análise qualitativa das assertivas componentes deste instrumento de medida, como realizado nas escalas anteriores. Assim, tendo como base a revisão teórica realizada nesta investigação acerca do comportamento do consumidor verde, foram identificadas 8 assertivas (R1, R2, S1, R3, R4, R5, R6 e R7) presentes na ECCB que estavam relacionadas a atitudes e intenções comportamentais dos indivíduos. Dessa maneira, tendo em vista que a utilização dessa escala nesta pesquisa tem por objetivo mensurar a variável comportamento sustentável, procedeu-se à exclusão desses 8 itens da escala original, que ficou então composta por 9 assertivas, conforme dados expostos no quadro 5.

Quadro 5 – Escala de Comportamento Ecologicamente Consciente

Nº	Itens da Escala de Comportamento Ecologicamente Consciente	Dimensão	Código
1	Eu tento comprar apenas produtos que possam ser reciclados.*	Reciclagem	-
2	Sempre que possível, eu compro produtos feitos com material reciclado.*	Reciclagem	-
3	Quando eu conheço os possíveis danos que um produto pode causar ao meio ambiente, eu não compro esse produto.	Mudança de Hábito	MH1
4	Eu prefiro alimentos sem agrotóxicos porque eles respeitam o meio ambiente.*	Saúde	-
5	Quando possível, eu sempre escolho produtos que causam menos poluição.*	Reciclagem	-
6	Eu não compro produtos e alimentos que podem causar a extinção de algumas espécies animais e vegetais.	Mudança de Hábito	MH2
7	Eu já troquei ou deixei de usar produtos por razões ecológicas.	Mudança de Hábito	MH3
8	Eu compro produtos orgânicos porque são mais saudáveis.	Saúde	S1
9	Eu procuro não comprar produtos que possuem grande quantidade de embalagens.*	Reciclagem	-

10	Quando eu tenho que escolher entre dois produtos iguais, eu sempre escolho o que é menos prejudicial às outras pessoas e ao meio ambiente.	Mudança de Hábito	MH4
11	Eu não compro produtos fabricados ou vendidos por empresas que prejudicam ou desrespeitam o meio ambiente.	Mudança de Hábito	MH5
12	Eu sempre faço um esforço para reduzir o uso de produtos feitos de recursos naturais escassos.*	Reciclagem	-
13	Eu procuro comprar produtos feitos de papel.*	Reciclagem	-
14	Eu já convenci amigos ou parentes a não comprar produtos que prejudicam o meio ambiente.	Mudança de Hábito	MH6
15	Eu evito comprar produtos com embalagens que não são biodegradáveis.*	Reciclagem	-
16	Eu não compro produtos para minha casa que prejudicam o meio ambiente.	Reciclagem	R1
17	Quando eu compro produtos e alimentos as preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra.	Saúde	S2

Fonte: Grohmann *et al.* (2012).

Nota: (*) item excluído.

Ressalta-se que o questionário de auto aplicação utilizado nesta pesquisa foi constituído por afirmações que se baseiam em uma escala *Likert* de cinco pontos em que 1 significa discordo totalmente e 5 concordo totalmente. Collis e Hussey (2005) afirmam que a vantagem de utilização desse método reside na possibilidade de reunir distintas afirmações em uma lista que não ocupa muito espaço e que facilita o preenchimento pelos respondentes.

Após as escalas, seguiu-se o bloco de perguntas sociodemográficas, contendo questões como gênero, idade, renda mensal familiar, estado civil, escolaridade e afiliação religiosa dos respondentes, para que se pudesse traçar o perfil da amostra pesquisada. Os intervalos utilizados para mensuração da faixa etária e da renda familiar dos participantes desta pesquisa tiveram como base, respectivamente, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) e a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), ambas realizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dessa maneira, o questionário inicial da presente pesquisa ficou composto por 67 itens.

Após a definição do instrumento de pesquisa a ser utilizado, foram realizados pré-testes de caráter qualitativo e quantitativo, conforme exposto no subtópico a seguir.

4.3.1 Pré-testes

O questionário proposto foi aplicado, como forma de pré-teste, no mês de novembro de 2019 com 14 indivíduos católicos. Essa etapa teve como objetivo verificar a adequação da

tradução das escalas de orientação religiosa e de normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente. Buscou-se, ainda, identificar a compreensão dos respondentes diante dos demais itens do instrumento de pesquisa. A partir dos comentários e apontamentos realizados pelos participantes, foram realizados pequenos ajustes que visavam facilitar a compreensão do questionário.

Após essa etapa inicial, com o objetivo de verificar o ajustamento quantitativo dos construtos investigados, o instrumento de pesquisa foi aplicado pessoalmente junto a 3 grupos católicos (Face de Cristo, Igreja de Fátima e Cristo Rei) de Fortaleza, sendo a escolha desses grupos motivada pelo critério de acessibilidade, uma vez que a autora desta pesquisa possuía facilidade de acesso a eles. Ademais, buscou-se a disponibilização *online* do questionário, através da plataforma *Google Forms*, nas redes sociais da autora desta pesquisa e de seus contatos.

O uso de redes sociais tem sido explorado pelos acadêmicos em diversas etapas da pesquisa, tendo em vista que esse tipo de plataforma favorece a criação colaborativa e a disseminação de conhecimento (NÁNDEZ; BORREGO, 2013). Malhotra (2012) ressalta, ainda, que a realização de investigações acadêmicas em meio eletrônico apresenta como vantagem o fato de os entrevistados poderem completar a pesquisa de acordo com suas conveniências. Além disso, segundo esse autor, levantamentos realizados na internet caracterizam-se por serem uma forma de coleta mais rápida e barata.

Nesta fase, foram obtidas um total de 103 respostas válidas, que compuseram a amostra desta etapa do pré-teste. Conforme Hair Jr. *et al.* (2009), o tamanho mínimo da amostra para condução da análise fatorial é de 50 observações, sendo o ideal que a amostra seja composta por um número maior ou igual a 100.

Os subtópicos abaixo apresentam a análise fatorial e os testes estatísticos realizados para cada uma das escalas utilizadas nesta pesquisa.

4.3.1.1 Pré-teste para Escala de Orientação Religiosa

A fim de verificar a adequação da Análise Fatorial Exploratória (AFE), foram realizados, inicialmente, o teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de esfericidade de Bartlett para as quatro escalas componentes do instrumento de pesquisa. Segundo Malhotra (2012), uma medida de KMO superior a 0,50 é geralmente considerada desejável. Em relação ao teste de esfericidade de Bartlett, espera-se que ele apresente significância estatística aceitável para que se possa conduzir a análise (HAIR JR. *et al.* 2009)

Assim, verificou-se que a Escala de Orientação Religiosa (EOR) apresentou o valor de 0,765 para o teste KMO e p-valor inferior a 0,001 para o teste de esfericidade de Bartlett, indicando adequação relativa à análise fatorial. Em seguida, foram analisadas as comunalidades de cada uma das variáveis componentes da escala, conforme dados expostos na tabela 1.

Tabela 1 - Comunalidades da Escala de Orientação Religiosa

Comunalidades	
Itens	Extração
RI1	,630
RE1	,675
RI2	,573
RE2	,701
RI3	,651
RE3	,473
RE4	,674
RI4	,517
RE5i	,555
RE6i	,546
RI5	,493
RE7	,720
RE8	,734
RI6	,485
RI7	,507
RE9	,711
RE10	,507
RE11i	,621
RI8	,602

Fonte: dados da pesquisa.

Tendo como base a afirmação de Hair Jr. *et al.* (2009) de que comunalidades maiores que 0,5 são consideradas de fato significantes, optou-se por manter o nível de significância mais elevado e assim três variáveis (RE3 – Ocasionalmente, para proteger meu bem-estar social e econômico posso comprometer (pôr em risco) minhas crenças religiosas; RI5 – A religião é especialmente importante para mim porque responde a muitas perguntas sobre o significado da vida e RI6 – Se não for impedido por circunstâncias inevitáveis, frequento minha igreja) da escala original foram excluídas, ficando o modelo final da EOR constituído por 16 itens.

Ademais, com o objetivo de mensurar a consistência interna do instrumento de pesquisa após a exclusão desses itens, procedeu-se o cálculo do *alfa de Cronbach*, que apresentou o valor de 0,737, indicando assim boa intensidade de associação entre as variáveis que mensuram construto (HAIR JR. *et al.*, 2005).

4.3.1.2 Pré-teste para Escala de Atitudes Sustentáveis

A análise da Escala de Atitudes Sustentáveis revelou um KMO de 0,730 e o teste de Esfericidade de Bartlett apresentou significância de 0,000, o que denotou nível de correlação entre os itens suficiente para a execução da análise fatorial. Conforme dados da tabela 2, verificou-se que somente a variável EC5 – Alimentos produzidos organicamente são melhores para a saúde humana – apresentou comunalidade abaixo de 0,5, sendo excluída da versão original da escala.

Tabela 2 - Comunalidades da Escala de Atitudes Sustentáveis

Comunalidades	
Itens	Extração
EC1	,639
AN1i	,550
EC2	,640
EC3	,561
AN2i	,671
AN3i	,588
EC4	,709
EC5	,474
EC6	,556
AN4i	,650
AN5i	,578
EC7	,531
EC8	,591
AN6i	,543
EC9	,614
AN7i	,536
AN8i	,608
EC10	,601
EC11	,747
AN9i	,528
EC12	,745
EC13	,604
AN10i	,653
EC14	,568
EC15	,568
EC16	,717

Fonte: dados da pesquisa.

Em seguida, verificou-se que o valor do *alfa de Cronbach* para esse conjunto de variáveis foi de 0,785, o que indica confiabilidade de coerência interna satisfatória para utilização desse escala no instrumento de pesquisa desta dissertação (MALHOTRA, 2012).

4.3.1.3 Pré-teste para Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente

Conforme procedimentos estatísticos realizados para as escalas anteriores, a análise da Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente revelou um KMO de 0,563 e significância inferior ao nível de 1% para o teste de esfericidade Bartlett. Assim, comprovada a adequação da análise fatorial, buscou-se, em seguida, a extração das comunalidades de cada um dos itens componentes da escala, conforme dados da tabela 3.

Tabela 3 - Comunalidades da Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente

Comunalidades	
Itens	Extração
NS1	,519
NS2	,433
NS3	,707

Fonte: dados da pesquisa.

Tendo em vista o reduzido número de itens que compõem essa escala e considerando a afirmação de Hair Jr. *et al.* (2009) de que para serem consideradas aceitáveis as comunalidades devem estar acima de 0,4, nenhum dos 3 itens foi excluído. Ressalta-se, ainda, que essa escala apresentou um *alfa de Cronbach* de 0,594, considerado aceitável para condução da pesquisa.

4.3.1.4 Pré-teste para Escala de Comportamento Sustentável

A análise da Escala de Comportamento Sustentável evidenciou um índice de KMO de 0,921, considerado excelente por Hutcheson e Sofroniou (1999), e p-valor inferior a 0,001 para o teste de esfericidade de Bartlett, denotando assim nível adequado de correlação entre os itens para condução da AFE. Diante desses resultados, foram analisadas, em seguida, as comunalidades associadas aos itens da escala, conforme dados apresentados na tabela 4.

Tabela 4 - Comunalidades da Escala de Comportamento Sustentável

Comunalidades	
Itens	Extração
MH1	,456
MH2	,595
MH3	,538

S1	,408
MH4	,598
MH5	,647
MH6	,517
R1	,706
S2	,699

Fonte: dados da pesquisa.

Com base na análise fatorial, foram excluídos dois itens (MH1 – Quando eu conheço os possíveis danos que um produto pode causar ao meio ambiente, eu não compro esse produto e S1 – Eu compro produtos orgânicos porque são mais saudáveis) que apresentaram comunalidades abaixo de 0,5. Após a exclusão dessas variáveis, buscou-se analisar o *alfa de Cronbach* que apresentou valor igual a 0,899, indicando assim boa consistência interna da escala (HAIR JR. *et al.*, 2009).

Após a realização do pré-teste e exclusão dos itens que não apresentaram significância estatística em cada uma das escalas analisadas, foi realizada uma nova etapa de coleta de dados. Tendo em vista a suspensão de encontros religiosos como medida para prevenir a disseminação da Covid-19, nesta fase, a pesquisa de campo foi realizada exclusivamente no meio eletrônico. Assim, o questionário foi disponibilizado nos meses de março e abril de 2020 nas redes sociais da autora desta pesquisa e de seus contatos. Buscou-se, ainda, a divulgação junto a fundadores de grupos religiosos católicos, solicitando-se a divulgação entre os membros participantes de seus grupos.

A versão final e completa do questionário encontra-se disponível no apêndice A.

4.4 Tratamento e análise dos dados

Para o tratamento e análise dos dados foram realizados procedimentos estatísticos referentes à estatística descritiva e à análise multivariada. Assim, inicialmente, foram extraídos os dados descritivos das variáveis sociodemográficas, visando identificar o perfil da amostra da pesquisa.

Tendo em vista que o questionário utilizado nesta dissertação se baseia em uma escala ordinal e com o intuito de analisar as variáveis presentes nesta investigação, foi realizado ainda o cálculo da mediana e da distribuição de frequência para cada uma das assertivas do questionário. Busca-se, assim, a identificação da concentração de respostas e obtenção do número percentual de

concordância dos participantes do estudo em relação aos itens do instrumento de pesquisa (MALHOTRA, 2012).

Em seguida, foi calculado o coeficiente *alfa de Cronbach* que tem por objetivo mensurar a confiabilidade da coerência interna dos construtos do questionário. Conforme Hair Jr. *et al.* (2009), os itens de uma escala devem apresentar coeficientes a partir de 0,7. Entretanto, dependendo dos objetivos da investigação, valores a partir de 0,6 são considerados aceitáveis

Posteriormente, com o objetivo de verificar o número de fatores de cada um dos construtos pesquisados, tendo como base as propostas originais dos autores de cada escala, foi utilizada a Análise Fatorial Exploratória. Nesta etapa, foram analisados os valores da medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), do teste de esfericidade de Bartlett e o percentual de variância explicada por cada fator.

A medida de KMO representa um índice que tem como objetivo avaliar a adequação da análise fatorial, sendo os valores entre 0,5 e 1,0 indicativos dessa adequação (MALHOTRA, 2012). O teste de esfericidade de Bartlett, por sua vez, é uma medida de mesma natureza voltado para identificar a presença de correlações entre as variáveis (HAIR JR. *et al.*, 2009).

Ademais, para o alcance do objetivo geral proposto, foi utilizado o teste de correlação de Spearman, a fim de verificar a relação entre os construtos religiosidade, atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável. O coeficiente de correlação de Spearman é uma estatística não-paramétrica que permite mensurar o grau do relacionamento entre variáveis (FIELD, 2009).

Adicionalmente, foi realizada uma Regressão Linear, com o objetivo de identificar os efeitos da religiosidade sobre as atitudes e normas subjetivas, bem como o efeito dessas duas últimas variáveis sobre o comportamento sustentável. A análise de regressão representa uma forma de analisar as relações associativas entre uma variável dependente a partir de uma ou mais variáveis previsoras (FIELD, 2009; MALHOTRA, 2012).

O software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 22.0 foi usado para o tratamento estatístico dos dados.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados e discutidos os resultados obtidos a partir da realização da pesquisa. Inicialmente, tem-se a análise descritiva, que permite a caracterização da amostra quanto ao perfil sociodemográfico e a identificação dos dados relacionados a cada um dos construtos investigados. Na sequência, são avaliadas as estruturas fatoriais dos construtos, tendo como base a Análise Fatorial Exploratória. Por fim, visando o alcance dos objetivos geral e específicos propostos no início desta dissertação, são apresentadas as correlações e regressões do estudo.

5.1 Perfil dos respondentes

A amostra desta pesquisa é constituída por 170 indivíduos que se declaram católicos e que residem na cidade de Fortaleza – CE. A escolha do Ceará deve-se à representatividade religiosa que o Estado possui, sendo a cidade de Fortaleza selecionada em virtude da maior facilidade de acesso aos componentes da população amostral. A tabela 5 apresenta o perfil dos respondentes no que se refere ao gênero, faixa etária, estado civil, existência de filhos, escolaridade e renda mensal familiar.

Tabela 5 – Perfil dos respondentes

	Categorias	Frequências (absoluta e relativa)	
		n	%
Gênero	Feminino	123	72,4
	Masculino	47	27,6
Faixa etária	14 a 17 anos	1	0,6
	18 a 24 anos	16	9,4
	25 a 39 anos	113	66,5
	40 a 59 anos	33	19,4
	60 anos ou mais	7	4,1
Estado Civil	Solteiro(a)	76	44,7
	Casado(a)	86	50,6
	Divorciado(a)	6	3,5
	Separado(a)	2	1,2
Filhos	Possui filhos	65	38,2
	Não possui filhos	105	61,8
Escolaridade	Ensino Fundamental	1	0,6

	Ensino Médio	8	4,7
	Graduação	57	33,5
	Pós-Graduação	104	61,2
Renda Mensal Familiar	Até R\$ 1.996,00	9	5,3
	De R\$ 1.996,01 a R\$ 3.992,00	31	18,2
	De R\$ 3.992,01 a R\$ 5.988,00	32	18,8
	De R\$ 5.988,01 a R\$ 9.980,00	52	30,6
	De R\$ 9.980,01 a R\$ 19.960,00	35	20,6
	Acima de R\$ 19.960,01	11	6,5

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se que a maioria dos respondentes desta pesquisa é do gênero feminino (72,4%), casada (50,6%) e não possui filhos (61,8%). Em relação à faixa etária, verificou-se que o grupo majoritário tem de 25 a 39 anos (66,5%). Esse resultado encontra-se em consonância com os dados divulgados pelo Pew Research Center (2015), que estimou que a idade média dos brasileiros cristãos em 2020 estaria em torno de 34 anos.

No que diz respeito à escolaridade, verificou-se ainda que maior parte da amostra possui nível de pós-graduação (61,2%) e que o número de indivíduos com renda mensal familiar na faixa de R\$ 5.988,01 a R\$ 9.980,00 foi o mais significativo (30,6%).

Além desses dados, ressalta-se que 49,4% dos respondentes é composta por indivíduos que participam de grupos religiosos, o que indica um equilíbrio da amostra desta pesquisa entre indivíduos que estão envolvidos em grupos e aqueles que não estão. Ademais, ressalta-se que o tempo de participação nos grupos varia, conforme dados expostos na tabela 6.

Tabela 6 – Tempo de participação em grupos religiosos

Períodos	Frequências (absoluta e relativa)	
	n	%
Até 1 ano	3	1,8
De 1 a 3 anos	10	5,9
De 3 a 5 anos	13	7,6
De 5 a 10 anos	26	15,3
Mais de 10 anos	32	18,8

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se, assim, que do total de 84 indivíduos ligados a grupos religiosos católicos, a maioria (18,8%) possui mais de 10 anos de participação, seguidos por aqueles (15,3%) que

apresentam de 5 a 10 anos, sendo, ainda, o conjunto de indivíduos com até 1 ano de envolvimento com grupos religiosos o minoritário (1,8%) desta pesquisa.

5.2 Análise descritiva dos construtos

A estatística descritiva tem por objetivo sintetizar um conjunto de valores de mesma natureza, permitindo uma melhor visualização das informações. Buscou-se assim, nesta seção, a apresentação, em forma de tabela, dos dados relativos aos quatro construtos investigados. Tendo em vista que o instrumento de pesquisa utilizado nesta dissertação se baseia em uma escala ordinal, os subtópicos a seguir apresentam o valor da mediana e a distribuição de frequência associadas à cada uma das variáveis do questionário.

5.2.1 Análise descritiva: religiosidade

A análise dos valores associados às variáveis que compõem o construto da religiosidade, após ajuste dos itens inversos, permite identificar que a maioria das sentenças apresentou mediana com valores iguais a 3 ou 4 e que a variável RE8 (A principal razão do meu interesse pela religião é que ir para minha igreja representa uma atividade social agradável) foi a que apresentou mediana de menor valor (2), conforme dados da tabela 7.

Tabela 7 – Análise descritiva do construto religiosidade

Item		Escala Likert					Mediana
		1	2	3	4	5	
RI1	n	4	12	22	57	75	4
	%	2,4	7,1	12,9	33,5	44,1	
RE1	n	24	47	33	43	23	3
	%	14,1	27,6	19,4	25,3	13,5	
RI2	n	3	10	26	69	62	4
	%	1,8	5,9	15,3	40,6	36,5	
RE2	n	29	36	26	48	31	3
	%	17,1	21,2	15,3	28,2	18,2	
RI3	n	5	22	17	51	75	4
	%	2,9	12,9	10	30	44,1	
RE4	n	32	37	23	45	33	3
	%	18,8	21,8	13,5	26,5	19,4	
RI4	n	0	9	19	42	100	5

	%	0	5,3	11,2	24,7	58,8	
RE5i	n	18	43	17	41	51	4
	%	10,6	25,3	10	24,1	30	
RE6i	n	21	36	30	40	43	3
	%	12,4	21,2	17,6	23,5	25,3	
RE7	n	13	35	31	67	24	4
	%	7,6	20,6	18,2	39,4	14,1	
RE8	n	72	49	25	18	6	2
	%	42,4	28,8	14,7	10,6	3,5	
RI7	n	10	15	24	66	55	4
	%	5,9	8,8	14,1	38,8	32,4	
RE9	n	13	19	31	62	45	4
	%	7,6	11,2	18,2	36,5	26,5	
RE10	n	35	31	49	36	19	3
	%	20,6	18,2	28,8	21,2	11,2	
RE11i	n	13	31	24	46	56	4
	%	7,6	18,2	14,1	27,1	32,9	
RI8	n	0	4	9	25	132	5
	%	0	2,4	5,3	14,7	77,6	

Fonte: dados da pesquisa.

Ademais, verifica-se que duas variáveis RI4 (É importante para mim dedicar tempo à meditação e à oração pessoal) e RI8 (Muitas vezes, tenho uma percepção forte da presença de Deus) apresentaram alta concentração de respostas no valor 5 da escala e que para essas sentenças nenhum dos respondentes desta pesquisa assinalou o valor 1. A análise da distribuição de frequência dessas variáveis permite assim perceber a importância que indivíduos religiosos atribuem à oração, além da forte percepção que possuem da presença Deus em suas vidas.

Em relação à análise das dimensões intrínseca e extrínseca, considerando a classificação proposta por Allport e Ross (1967), observa-se que as variáveis associadas à orientação religiosa intrínseca apresentaram, em geral, valores de mediana superiores aos itens relacionados à orientação religiosa extrínseca, indicando assim que a amostra pesquisada tem uma maior tendência a, de fato, viver de acordo com os princípios de sua religião (MELO *et al.*, 2015).

5.2.2 Análise descritiva: atitude sustentável

A análise descritiva da escala de atitude sustentável, após o ajustamento quantitativo dos itens inversos, permitiu constatar que a maioria das variáveis do construto apresentou medianas centralizadas em 4 ou 5, conforme dados expostos na tabela 8.

Tabela 8 – Análise descritiva do construto atitude sustentável

Item		Escala Likert					Mediana
		1	2	3	4	5	
EC1	n	0	0	1	10	159	5
	%	0	0	0,6	5,9	93,5	
AN1i	n	2	8	9	32	119	5
	%	1,2	4,7	5,3	18,8	70	
EC2	n	2	1	1	22	144	5
	%	1,2	0,6	0,6	12,9	84,7	
EC3	n	7	6	17	59	81	4
	%	4,1	3,5	10	34,7	47,6	
AN2i	n	16	26	33	41	54	4
	%	9,4	15,3	19,4	24,1	31,8	
AN3i	n	14	29	59	45	23	3
	%	8,2	17,1	34,7	26,5	13,5	
EC4	n	2	15	32	65	56	4
	%	1,2	8,8	18,8	38,2	32,9	
EC6	n	0	1	5	56	108	5
	%	0	0,6	2,9	32,9	63,5	
AN4i	n	4	15	8	41	102	5
	%	2,4	8,8	4,7	24,1	60	
AN5i	n	3	18	28	46	75	4
	%	1,8	10,6	16,5	27,1	44,1	
EC7	n	1	4	5	51	109	5
	%	0,6	2,4	2,9	30	64,1	
EC8	n	2	6	38	64	60	4
	%	1,2	3,5	22,4	37,6	35,3	
AN6i	n	11	9	6	29	115	5
	%	6,5	5,3	3,5	17,1	67,6	
EC9	n	3	7	10	58	92	5
	%	1,8	4,1	5,9	34,1	54,1	
AN7i	n	16	36	31	54	33	4
	%	9,4	21,2	18,2	31,8	19,4	
AN8i	n	0	7	14	60	89	5
	%	0	4,1	8,2	35,3	52,4	
EC10	n	0	3	19	75	73	4
	%	0	1,8	11,2	44,1	42,9	
EC11	n	0	4	6	50	110	5
	%	0	2,4	3,5	29,4	64,7	
AN9i	n	19	33	30	48	40	4
	%	11,2	19,4	17,6	28,2	23,5	
EC12	n	8	17	27	58	60	4
	%	4,7	10	15,9	34,1	35,3	

EC13	n	6	7	10	64	83	4
	%	3,5	4,1	5,9	37,6	48,8	
AN10i	n	0	1	3	16	150	5
	%	0	0,6	1,8	9,4	88,2	
EC14	n	0	2	7	37	124	5
	%	0	1,2	4,1	21,8	72,9	
EC15	n	2	11	16	60	81	4
	%	1,2	6,5	9,4	35,3	47,6	
EC16	n	0	8	15	63	84	4
	%	0	4,7	8,8	37,1	49,4	

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se, ainda, que a variável com menor valor de mediana (3) foi o item invertido AN3i (O governo deveria se preocupar mais com os problemas sociais do que com os ambientais), cuja porcentagem acumulada correspondente ao valor 2 da escala foi de 25,3%, o que indica que 43 respondentes, do total de 170 que compuseram a amostra, concordam com a sentença.

Ademais, por meio da análise geral do construto, verificou-se que, em média, os indivíduos religiosos que participaram desta pesquisa apresentaram atitudes sustentáveis, tendo em vista os altos valores de mediana observados para cada uma das sentenças relacionadas a essa escala.

5.2.3 Análise descritiva: normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente

Em relação à análise do construto normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, os dados obtidos são apresentados na tabela 9.

Tabela 9 – Análise descritiva do construto normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente

Item	Escala Likert					Mediana	
	1	2	3	4	5		
NS1	n	18	38	57	49	8	3
	%	10,6	22,4	33,5	28,8	4,7	
NS2	n	2	10	28	64	66	5
	%	1,2	5,9	16,5	37,6	38,8	
NS3	n	13	33	56	45	23	3
	%	7,6	19,4	32,9	26,5	13,5	

Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se que a variável que a variável NS2 (As pessoas que são importantes para mim aprovariam se eu me comportasse de uma maneira ecologicamente correta) apresentou uma mediana elevada, enquanto as demais variáveis (NS – As pessoas que são importantes para mim se comportam de uma maneira ecologicamente correta e N3 – As pessoas que são importantes para mim me incentivam a me comportar de uma maneira ecologicamente correta) apresentaram medianas centralizadas em 3.

Assim, tendo como base a revisão teórica realizada, esses resultados indicam que, apesar da dimensão social das normas subjetivas, que envolve as expectativas sociais em relação ao comportamento dos indivíduos, ser percebida com forte intensidade, as ações efetivamente praticadas pelos grupos de referência, assim como o incentivo relacionado à execução de comportamentos ecologicamente corretos, não são percebidos no mesmo grau pelos respondentes desta pesquisa.

5.2.4 Análise descritiva: comportamento sustentável

A mediana e as frequências associadas às variáveis que compõem o construto comportamento sustentável podem ser observadas na tabela 10.

Tabela 10 – Análise descritiva do construto comportamento sustentável

Item		Escala Likert					Mediana
		1	2	3	4	5	
MH2	n	6	24	41	55	44	4
	%	3,5	14,1	24,1	32,4	25,9	
MH3	n	6	21	29	57	57	4
	%	3,5	12,4	17,1	33,5	33,5	
MH4	n	7	18	43	52	50	4
	%	4,1	10,6	25,3	30,6	29,4	
MH5	n	6	34	44	62	24	4
	%	3,5	20	25,9	36,5	14,1	
MH6	n	24	26	35	55	30	3,5
	%	14,1	15,3	20,6	32,4	17,6	
R1	n	6	38	53	52	21	3
	%	3,5	22,4	31,2	30,6	12,4	
S2	n	9	20	38	69	34	4
	%	5,3	11,8	22,4	40,6	20	

Fonte: dados da pesquisa.

Os dados indicam que a maioria das variáveis apresentou mediana de valor 4, sendo as assertivas MH6 (Eu já convenci amigos ou parentes a não comprar produtos que prejudicam o meio ambiente) e R1 (Eu não compro produtos para minha casa que prejudicam o meio ambiente) as que apresentaram os menores valores.

A análise dos dados da tabela permite, ainda, verificar que, no geral, a amostra pesquisada apresenta comportamentos sustentáveis, tendo em vista a maior parte das respostas concentrou-se entre os itens 3 e 4 da escala.

5.3 Análise Fatorial dos Construtos

A análise fatorial é uma técnica multivariada que envolve um conjunto de procedimentos e que fornece as ferramentas para redução e resumo de um conjunto de dados em grupo menor de fatores (HAIR JR. *et al.*, 2009; MALHOTRA, 2012). Assim, com o objetivo de definir a estrutura inerente às variáveis investigadas nesta pesquisa e viabilizar as análises subsequentes, procedeu-se a AFE para cada uma das escalas presentes no instrumento de pesquisa.

5.3.1 Extração dos fatores para Escala de Orientação Religiosa

A primeira escala analisada foi a Escala de Orientação Religiosa (EOR), que teve como objetivo fornecer uma medida quantitativa relacionada ao construto da religiosidade entre os participantes da pesquisa. Assim, a fim de analisar a estrutura inerente às variáveis que a compõem, foi verificado, inicialmente, o coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), o qual apresentou valor igual a 0,782. Em seguida, foi realizado o teste de esfericidade de Bartlett, que apresentou significância inferior ao nível de 1%, denotando, portanto, nível de correlação entre os itens suficiente para a execução da análise fatorial.

Dessa maneira, conduziu-se a Análise Fatorial Exploratória (AFE) para os 16 itens componentes do construto, tendo em vista que 3 itens da escala original já haviam sido excluídos na fase de pré-teste desta pesquisa. Após esse procedimento, considerando a indicação de Hair Jr. *et al.* (2009), somente uma variável (RI2 – Minhas crenças religiosas estão por trás de toda a minha abordagem da vida) foi excluída, uma vez que apresentou comunalidade abaixo de 0,4.

Após a exclusão desse item, realizou-se uma segunda análise dos dados, obtendo-se cargas fatoriais acima 0,50 para todas as variáveis. O resultado dessa nova análise apresentou 3

componentes que obedeceram ao critério Kaiser superior a 1, obtendo-se ainda bom índice de adequação da amostra ($KMO=0,772$) com boa confiabilidade dos itens ($Alfa\ de\ Cronbach = 0,635$).

A tabela 11 apresenta os dados gerados a partir dessa análise.

Tabela 11 - Componentes extraídos para a Escala de Orientação Religiosa

Itens	Componentes		
	1	2	3
RI1 - Gosto de ler sobre a minha religião.	,771	,208	-,045
RI4 - É importante para mim dedicar tempo à meditação e à oração pessoal.	,646	,010	,368
RE5i - Não importa tanto em que acredito, desde que leve uma vida moral. (i)	,679	-,049	-,232
RE6i - Embora eu seja uma pessoa religiosa, eu me recuso a deixar que considerações religiosas influenciem meus assuntos cotidianos. (i)	,650	-,124	-,201
RI7 - Eu sempre tento levar minha religião para todas as minhas outras relações na vida.	,706	,078	,205
RE11i - Embora acredite em minha religião, sinto que há muitas coisas mais importantes na vida. (i)	,723	-,093	-,068
RE1 - Minha igreja é mais importante como um local para formular boas relações sociais.	,262	,627	-,036
RE4 - O principal objetivo da oração é obter alívio e proteção.	-,516	,454	,254
RE7 - O objetivo da oração é garantir uma vida feliz e pacífica.	-,167	,501	,377
RE8 - A principal razão do meu interesse pela religião é que ir para minha igreja representa uma atividade social agradável.	-,098	,678	,148
RE9 - O que a religião mais me oferece é o conforto quando as tristezas e o infortúnio me atingem.	-,137	,677	,041
RE10 - Uma razão para eu ser membro de uma congregação é que esse tipo de associação me ajuda a ser parte da comunidade.	,360	,526	-,085
RE2 - Oro principalmente porque fui ensinado a orar.	-,169	,405	,519
RI3 - As orações que digo quando estou sozinho(a) têm tanto significado e emoções pessoais quanto as que eu digo durante as missas.	-,082	,076	,754
RI8 - Muitas vezes, tenho uma percepção forte da presença de Deus.	,465	-,116	,532

Fonte: dados da pesquisa.

Em seguida, buscou-se analisar a consistência interna de cada fator (tabela 12). Essa análise permitiu verificar que o componente 3, formado por três variáveis (RE2, RI3 e RI8), apresentou um *alfa de Cronbach* de 0,413, abaixo do limite de aceitabilidade, enquanto os outros dois componentes apresentaram um valor de *alfa* considerado satisfatório (HAIR Jr. *et al.* 2009). Dessa forma, optou-se pela exclusão do terceiro fator no modelo final.

Tabela 12 – Consistência interna dos fatores da Escala de Orientação Religiosa

Componentes	<i>Alfa de Cronbach</i>
1	0,800
2	0,639
3	0,413

Fonte: dados da pesquisa.

Assim, observa-se que, após a exclusão do fator 3, os itens da EOR nesta pesquisa ficaram agrupadas em 2 fatores. Posteriormente, após esse agrupamento final das sentenças, realizou-se uma análise qualitativa dos itens, tendo como base a fundamentação teórica desenvolvida nesta investigação.

Ressalta-se que a Escala de Orientação Religiosa, proposta originalmente por Allport e Ross (1967), divide o construto da religiosidade em dois componentes: religiosidade intrínseca e religiosidade extrínseca, sendo essa bidimensionalidade adotada na condução de outros estudos que utilizaram essa escala (ARLI; TJIPTONO, 2017; RAGGIOTTO; MASON; MORETTI, 2018).

A análise da tabela 11 permite assim identificar que o fator 1 nesta pesquisa envolveu variáveis originalmente classificadas como intrínsecas e mais três variáveis (RE5i, RE6i, RE11i), que se encontram na ordem inversa e foram consideradas como extrínsecas na escala original. Já o fator 2 agrupou exclusivamente itens relacionados à dimensão extrínseca da religiosidade.

Assim, diante do que foi exposto e considerando que em outros estudos empíricos (LINARES, 2012; COUTINHO, 2018; SOUSA, 2020), os itens RE5i, RE6i, RE11i foram tratados como componentes da dimensão intrínseca da religiosidade, optou-se nesta dissertação pela manutenção da classificação original e, portanto, o fator 1, que explica 29,33% da variância total, foi denominado de religiosidade intrínseca (RI) e o fator 2, que apresentou uma explicação de 18,90% da variância, foi denominado de religiosidade extrínseca (RE).

Por fim, ressalta-se que a versão final da escala apresentou um *alfa de Cronbach* de 0,619, indicando boa intensidade de associação entre os itens que mensuram o construto (HAIR JR. *et al.*, 2005) e evidenciando a aplicabilidade da EOR como instrumento de pesquisa desta dissertação.

5.3.2 Extração dos fatores para Escala de Atitudes Sustentáveis

A análise inicial da Escala de Atitudes Sustentáveis revelou um KMO de 0,697 e p-valor $< 0,001$, indicando adequação relativa à análise fatorial. Assim, com o objetivo de verificar o agrupamento dos itens da escala, conduziu-se uma análise fatorial exploratória utilizando o método de extração pela análise dos componentes principais, com rotação Varimax e normalização de Kaiser.

Após esses procedimentos, foram excluídas 4 variáveis (EC4 – Se existissem mais campanhas esclarecendo a população sobre os problemas ambientais, a situação brasileira estaria melhor; AN7i – A nossa qualidade de vida depende diretamente dos bens de consumo que possuímos; EC10 – A luta dos ambientalistas ajuda a melhorar a nossa qualidade de vida; e AN9i – Os recursos naturais estão aí para servir ao homem) que apresentaram cargas fatoriais abaixo de 0,4, conforme indicação de Hair Jr. *et al.* (2009).

Em seguida, realizou-se nova análise fatorial com os 21 itens mantidos na escala e considerados significantes para esta pesquisa. Essa segunda análise apontou a necessidade de exclusão de uma variável (EC14 – Separar o lixo conforme o tipo ajuda na preservação do meio ambiente) que apresentou comunalidade abaixo de 0,4 e indicou, ainda, a retenção de 8 fatores que explicam 66,86 % da variância para esse construto. A tabela 13 apresenta a segunda versão da AFE com os itens alocados nos componentes gerados.

Tabela 13 - Componentes extraídos para a Escala de Atitudes Sustentáveis

Itens	Componentes							
	1	2	3	4	5	6	7	8
EC2 - Os homens estão abusando do meio ambiente.	,665	-,028	,091	,168	,075	,076	,032	,157
EC3 - Os problemas ambientais são consequência da vida moderna.	,733	-,037	-,074	-,032	-,056	-,149	,127	-,151
EC9 - Se as coisas continuarem como estão, vivenciaremos em breve uma catástrofe ecológica.	,584	,089	,225	-,263	,090	,089	,185	,141
EC15 - A interferência dos seres humanos na natureza frequentemente produz consequências desastrosas.	,632	,083	,021	,151	,162	,265	-,374	,075
EC16 - O homem é o responsável pelo desequilíbrio na natureza.	,796	,075	,052	,086	,008	,074	,021	-,086
AN1i - A natureza tem uma capacidade inesgotável de se recuperar dos danos provocados pelas ações humanas. (i)	-,053	,568	,554	,052	,041	,149	-,028	,183
AN6i - O Brasil é um país com muitas riquezas naturais e é impossível que essas riquezas acabem apenas pelas ações humanas. (i)	,089	,729	,165	-,208	,074	-,022	,040	-,095
AN10i - O lixo é responsabilidade apenas do órgão de limpeza urbana. (i)	-,016	,680	-,043	,466	,080	,106	-,051	-,050
AN4i - O equilíbrio da natureza é forte o suficiente para se ajustar aos impactos das nações industriais modernas. (i)	-,008	,185	,713	,145	,282	,096	-,065	,045
EC7 - O consumismo agrava os problemas ambientais .	,354	-,087	,700	,125	-,126	,025	,173	,018
EC6 - É possível manter o equilíbrio ecológico e ter uma boa qualidade de vida.	,193	-,164	,034	,675	-,033	,043	,349	,156
AN8i - Usar muito papel causa problemas sérios, mas eu não posso fazer nada sobre isso. (i)	,023	,129	,209	,776	,077	,012	-,086	-,019

AN2i - As pessoas exageram os problemas ambientais provocados pelo uso do automóvel. (i)	-,037	,256	,289	-,195	,503	,046	,127	,068
AN3i - O governo deveria se preocupar mais com os problemas sociais do que com os ambientais. (i)	-,001	-,134	-,075	,069	,821	,118	-,098	,024
AN5i - Os ecologistas estão preocupados demais com as plantas e os animais e se esquecem das pessoas . (i)	,288	,313	,155	,152	,667	-,141	,063	,035
EC12 - As pessoas deveriam boicotar as empresas que poluem o meio ambiente para exigir produtos ecologicamente corretos.	,081	-,009	,158	-,106	,204	,761	,072	-,022
EC13 - Evitar a compra de produtos poluentes faz com que as empresas se preocupem mais com o meio ambiente.	,056	,116	-,004	,145	-,121	,795	-,013	,032
EC8 - Reciclar latas de alumínio é uma fonte de economia para as indústrias.	,100	,055	,066	,066	,021	,051	,880	-,082
EC1 - Evitar desperdícios dos recursos naturais deve ser um compromisso de todos nós brasileiros.	-,010	-,065	,139	,022	,069	-,030	-,117	,899
EC11 - A reciclagem contribui para a diminuição dos problemas ambientais gerados pelo uso abusivo de papéis .	,134	,507	-,219	,171	,024	,206	,351	,489

Fonte: dados da pesquisa.

Nota: (i) Item invertidos.

Após a análise do agrupamento dos itens componentes da escala, buscou-se mensurar a consistência interna de cada fator, conforme dados expostos na tabela 14. Foi verificado assim que os componentes 3, 4, 6 e 8 apresentaram um *alfa de Cronbach* abaixo do limite de aceitabilidade, sendo realizada a exclusão desses fatores do modelo final. Ressalta-se que o item 7 ficou composto por uma única variável, porém, optou-se por sua manutenção, tendo em vista que esse item apresenta alta carga fatorial (0,880) e representa 5,53% da variância total.

Tabela 14 – Consistência interna dos fatores da Escala de Atitudes Sustentáveis

Componentes	<i>Alfa de Cronbach</i>
1	0,725
2	0,538
3	0,434
4	0,459
5	0,524
6	0,472
7	-
8	0,259

Fonte: dados da pesquisa.

Tendo como base a revisão teórica realizada nesta pesquisa, procedeu-se, em seguida, a análise qualitativa dos 4 fatores resultantes da análise fatorial, conforme dados da tabela 15. Ressalta-se que a escala originalmente proposta por Pato (2004) divide o construto analisado em duas dimensões: crenças ecocêntricas, caracterizadas pela interdependência entre o homem e o meio ambiente e; crenças antropocêntricas, que envolvem a visão de domínio do homem sobre a natureza (PATO, 2004).

Assim, compreende-se que, nesta pesquisa, os itens que formam os fatores 1 e 4 estão ligados a aspectos ecocêntricos, sendo o primeiro fator voltado para ação humana e o quarto relacionado à reciclagem. Já os fatores 2 e 3 dizem respeito a aspectos antropocêntricos e enquanto o fator 2 abrange a origem e destinação de recursos, o fator 3 refere-se à supremacia do homem sobre a natureza.

Tabela 15 - Componentes extraídos para a Escala de Atitudes Sustentáveis após análise da consistência interna

Itens		Componentes			
		1	2	3	4
EC- AH	EC2 - Os homens estão abusando do meio ambiente.	,683	,051	,100	-,044
	EC3 - Os problemas ambientais são consequência da vida moderna.	,705	-,152	-,108	,205
	EC9 - Se as coisas continuarem como estão, vivenciaremos em breve uma catástrofe ecológica.	,588	,122	,143	,279
	EC15 - A interferência dos seres humanos na natureza frequentemente produz consequências desastrosas.	,675	,136	,129	-,382
	EC16 - O homem é o responsável pelo desequilíbrio na natureza.	,807	,035	,008	,045
AN - ODR	AN1i - A natureza tem uma capacidade inesgotável de se recuperar dos danos provocados pelas ações humanas. (i)	,002	,794	,127	,029
	AN6i - O Brasil é um país com muitas riquezas naturais e é impossível que essas riquezas acabem apenas pelas ações humanas. (i)	,056	,664	,101	,210
	AN10i - O lixo é responsabilidade apenas do órgão de limpeza urbana. (i)	,043	,730	,024	-,176
AN - SHN	AN2i - As pessoas exageram os problemas ambientais provocados pelo uso do automóvel. (i)	-,042	,238	,601	,257
	AN3i - O governo deveria se preocupar mais com os problemas sociais do que com os ambientais. (i)	,014	-,125	,811	-,248
	AN5i - Os ecologistas estão preocupados demais com as plantas e os animais e se esquecem das pessoas. (i)	,300	,305	,654	,076
EC - R	EC8 - Reciclar latas de alumínio é uma fonte de economia para as indústrias.	,120	,030	,019	,842

Fonte: dados da pesquisa.

Nota: (i) Item invertidos.

Acrescenta-se, ainda, que a pesquisa desenvolvida por Oliveira e Romero (2018) também identificou 4 fatores associados à Escala de Atitude Sustentável, como ocorreu nesta dissertação, sendo, entretanto, 3 fatores ligados à dimensão ecocêntrica e somente 1 à dimensão antropocêntrica.

Ademais, é possível afirmar, com base na AFE realizada nesta pesquisa, que as dimensões ecocêntrica e antropocêntrica são cada uma formadas por 6 variáveis e divididas em 2 fatores, sendo a primeira dimensão responsável pela explicação de 32,77% da variância total e a segunda por 26,2%.

Por fim, após a exclusão dos fatores que apresentavam baixa consistência interna, procedeu-se novo cálculo do *alfa de Cronbach*, com o objetivo de verificar a confiabilidade dos itens finais da escala. O valor obtido foi de 0,659, indicando boa intensidade de associação entre as variáveis que mensuram construto e confirmando assim a aplicabilidade da escala utilizada.

5.3.3 Extração dos fatores para Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente

A aplicação da AFE para as variáveis referentes às Normas Subjetivas revelou-se adequada, tendo-se obtido um KMO de 0,594, considerado aceitável por Malhotra (2012), com p-valor inferior a 0,001 para o teste de esfericidade de Bartlett, conforme apresentado na Tabela 16.

Tabela 16 – Adequação da análise fatorial em relação às normas subjetivas

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem		0,594
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	83,497
	df	3
	Sig.	0,000

Fonte: dados da pesquisa.

Em seguida, foram analisadas as comunalidades de cada variável, conforme exposto na tabela 17. Tendo como base a afirmação de Hair Jr. *et al.* (2009) de que para serem consideradas aceitáveis tais cargas devem estar acima de 0,4, optou-se pela manutenção dos 3 itens componentes da escala, assim como havia sido proposta em sua versão original. Ressalta-se, ainda, que a análise

da matriz de componente indicou a existência de um único fator, que explica 59,48% da variância dos dados.

Tabela 17 - Análise Fatorial da Escala de Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente

Comunalidades	
Itens	Extração
NS1	0,646
NS2	0,411
NS3	0,727

Fonte: dados da pesquisa.

Por fim, com o objetivo de mensurar a consistência interna dos itens que compõem a escala, realizou-se o cálculo do *alfa de Cronbach*. O valor obtido foi 0,658, portanto, superior ao limite de aceitabilidade de 0,60 (HAIR JR. *et al.*, 2009), comprovando a confiabilidade dos dados utilizados.

5.3.4 Extração dos fatores para Escala de Comportamento Sustentável

Adotados os mesmos procedimentos estatísticos das escalas anteriores, os itens da escala de comportamento sustentável foram, inicialmente, submetidos à análise de componentes principais. Obteve-se um KMO com valor igual a 0,875 e o teste de Bartlett apresentou significância inferior ao nível de 1%, indicando assim grau de correlação entre os itens suficiente para a realização da análise fatorial.

Segundo Hair Jr. *et al.* (2009), cargas fatoriais maiores que 0,5 são consideradas de fato significantes. Assim, optou-se nessa escala por manter o nível de significância mais elevado e obter uma melhor redução dos itens componentes desse construto. Dessa maneira, apenas um item (MH2 – Eu não compro produtos e alimentos que podem causar a extinção de algumas espécies animais e vegetais) ligado à dimensão mudança de hábito foi excluído por apresentar comunalidade de 0,424. As comunalidades obtidas nos demais itens, após a exclusão dessa variável, são apresentadas na tabela 18.

Tabela 18 - Análise Fatorial da Escala de Comportamento Sustentável

Comunalidades	
Itens	Extração
MH3	,503

MH4	,517
MH5	,693
MH6	,578
R1	,653
S2	,708

Fonte: dados da pesquisa.

A Escala de Comportamento Ecologicamente Consciente (ECCB), proposta originalmente por Roberts (1996) e adaptada para o contexto brasileiro por Grohmann *et al.* (2012), divide o construto em três fatores: reciclagem, mudança de hábito e saúde. Destaca-se que, a partir da AFE realizada, os itens da escala foram agrupados em somente 1 componente, o qual explica 60,85% da variância dos dados. Esse resultado já era esperado tendo em vista a revisão qualitativa e consequente exclusão de alguns itens da escala original, realizada antes da etapa de pré-teste desta dissertação.

Ademais, procedeu-se o cálculo do *alfa de Cronbach*, a fim verificar a consistência interna da escala. O valor obtido foi de 0,867, o que denota elevada confiabilidade dos itens utilizados (HAIR JR. *et al.*, 2009) e aplicabilidade da escala.

5.4 Correlação entre os construtos

A correlação é uma medida que mensura a intensidade de associação entre variáveis. Dessa maneira, em busca de responder aos objetivos geral e específicos desta pesquisa, foi realizada uma análise de correlação, a partir das médias entre os itens dos quatro construtos investigados nesta dissertação. Para isto, tendo em vista que as escalas utilizadas no instrumento de pesquisa se baseiam em dados ordinais, utilizou-se a correlação de Spearman.

O coeficiente de correlação de Spearman (ρ) representa uma medida não paramétrica, podendo seu valor variar de -1,0 a +1,0. Assim, valores iguais a +1 representam um relacionamento positivo perfeito entre as variáveis e, de forma inversa, um coeficiente -1 está ligado a um relacionamento negativo perfeito. Já valores iguais a 0 indicam ausência de relacionamento linear (FIELD, 2009). Acrescenta-se, ainda, que coeficientes de $\pm 0,1$ estão ligados a um efeito pequeno, $\pm 0,3$, a um efeito médio e $\pm 0,5$, a um efeito grande (FIELD, 2009).

Tendo como base esses parâmetros e o modelo proposto nesta pesquisa, inicialmente, buscou-se analisar a relação entre a religiosidade, a atitude sustentável e as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, conforme dados apresentados na tabela 19.

Tabela 19 – Correlação entre religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente

	Religiosidade	Atitudes Sustentáveis	Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Religiosidade	1	-,370**	0,173*
Sig. (2 extremidades)		,000	,024

Fonte: dados da pesquisa.

* A correlação é significativa ao nível de 5% (duas extremidades).

** A correlação é significativa ao nível de 1% (duas extremidades).

A análise dos dados indica que há uma correlação negativa e moderada entre a religiosidade e as atitudes sustentáveis ($\rho = -0,370$) com nível de significância $p < 0,001$. Esse resultado evidencia assim que, para amostra de indivíduos que fazem parte desta pesquisa, à medida que o grau de religiosidade aumenta, o nível de atitudes em prol do meio ambiente diminui.

Os dados encontrados nessa análise mostram-se consistentes com os resultados obtidos em outros estudos (CLEMENTS; McCRIGHT; XIAO, 2014; MUÑOZ-GARCÍA; 2014; MORRISON; DUNCAN; PARTON, 2015; SHAO, 2017; PONIN, 2019), os quais também identificaram uma relação negativa entre as teologias cristãs e as atitudes pró-ambientais dos indivíduos (HARMANNIJ, 2019).

Em relação à associação entre a religiosidade e as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, verifica-se que há um relacionamento significativo e positivo, ainda que com um efeito pequeno ($\rho = 0,173$). Assim, pode-se concluir que à medida que a religiosidade aumenta, há um aumento na pressão social percebida pelos indivíduos para execução de ações sustentáveis. Nesse sentido, a pesquisa conduzida por Harmannij (2019) indica que um dos caminhos capaz de facilitar o estabelecimento de conexões entre a fé e o meio ambiente é o engajamento dos membros da igreja por outros frequentadores próximos, que sejam conhecidos e confiáveis, e que estejam, de fato, preocupados com as questões ambientais.

Após a análise das relações entre os construtos religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, buscou-se, em seguida, verificar as associações

existentes entre esses dois últimos construtos e o comportamento sustentável. Os dados resultantes da análise de correlação são apresentados na tabela 20.

Verifica-se assim que, nesse caso, ambas correlações apresentaram coeficientes positivos e significativos, indicando, portanto, que quanto maior os níveis de atitude sustentável e da pressão social percebida, mais favorável será o comportamento dos indivíduos em relação ao meio ambiente. Observa-se, ainda, que a relação entre atitudes e comportamentos sustentáveis apresentou um efeito pequeno ($\rho = 0,179$), enquanto a associação entre as normas e o comportamento apresentou um efeito médio ($\rho = 0,465$).

Tabela 20 – Correlação entre atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável

	Comportamento Sustentável	Atitudes Sustentáveis	Normas Subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Comportamento Sustentável	1	0,179*	,465**
Sig. (2 extremidades)		,019	,000

Fonte: dados da pesquisa.

* A correlação é significativa ao nível de 5% (duas extremidades).

** A correlação é significativa ao nível de 1% (duas extremidades).

Esses resultados estão alinhados com a Teoria da Ação Racional (TAR), que apresentou as atitudes e normas subjetivas como preditoras do comportamento humano individual (FISHBEIN; AJZEN, 1975). Destaca-se, ainda, que os dados encontrados nesta pesquisa convergem com o estudo conduzido por Graafland (2015), que identificou também uma relação positiva entre atitudes e normas subjetivas e a compra de produtos socialmente responsáveis, tendo como base para sua investigação uma amostra constituída por indivíduos de diversas denominações cristãs.

Adicionalmente, ressalta-se que, apesar das correlações positivas entre os dados da tabela 20, verifica-se um *gap* entre os construtos atitude e normas subjetivas ambientais em relação ao construto comportamento sustentável. Assim, ainda que os indivíduos que compõem a amostra deste estudo possuam sentimentos favoráveis em relação às questões ambientais e sintam a pressão oriunda de outras pessoas relevantes, a prática de ações orientadas para proteção do meio ambiente não refletem, na mesma proporção, tais aspectos.

Ademais, com o objetivo de comparar as correlações entre os diferentes perfis de respondentes, realizou-se, ainda, o tratamento de dados subcategorizados em variáveis sociodemográficas. Dentre o conjunto de dados analisados, verificou-se que as correlações relativas às categorias de indivíduos com e sem filhos apresentaram resultados que permitiriam comparações relevantes e assim optou-se por sua exposição, conforme tabelas 21 e 22.

Tabela 21 – Correlação entre religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente quanto ao indivíduo possuir filhos

Possui Filhos			
	Religiosidade	Atitudes Sustentáveis	Normas subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Religiosidade	1	-,263*	,260*
Não possui filhos			
	Religiosidade	Atitudes Sustentáveis	Normas subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Religiosidade	1	-,413**	,078

Fonte: dados da pesquisa.

* A correlação é significativa ao nível de 5% (duas extremidades).

** A correlação é significativa ao nível de 1% (duas extremidades).

De acordo com os dados da tabela 21, verifica-se uma correlação negativa e significativa entre as variáveis religiosidade e atitudes sustentáveis para ambos os grupos. Entretanto, para o conjunto formado por indivíduos sem filhos, verifica-se uma correlação mais forte ($\rho = -0,413$). Esse resultado indica assim que, para esse segmento, a relação entre suas crenças religiosas e suas atitudes pró-ambientais apresenta um maior distanciamento, quando comparado ao grupo de indivíduos que têm filhos, cuja correlação apresentou um efeito pequeno ($\rho = -0,263$).

Tabela 22 – Correlação entre atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável quanto ao indivíduo possuir filhos

Possui Filhos			
	Comportamento Sustentável	Atitudes Sustentáveis	Normas subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Comportamento Sustentável	1	,176	,644**
Não possui filhos			
	Comportamento Sustentável	Atitudes Sustentáveis	Normas subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Comportamento Sustentável	1	,211*	,296**

Fonte: dados da pesquisa.

* A correlação é significativa ao nível de 5% (duas extremidades).

** A correlação é significativa ao nível de 1% (duas extremidades).

Já relação aos dados da tabela 22, verifica-se que para o conjunto de indivíduos que possuem filhos a relação entre pressão social percebida e às ações relacionadas à proteção do meio ambiente é positiva e forte ($\rho = 0,644$), enquanto para aqueles que não possuem filhos esse relação apresenta um efeito pequeno ($\rho = 0,296$). Esse resultado pode indicar, assim, que a aprovação ou desaprovação dos filhos é capaz de gerar uma pressão social mais significativa no que concerne à prática de ações voltadas para sustentabilidade ou ainda que, para o grupo de indivíduos com filhos, essa pressão é consequência de uma maior preocupação em relação ao mundo que se quer deixar para as gerações futuras.

Tendo como objetivo o avanço nas análises dos construtos investigados nesta dissertação, no tópico a seguir são apresentados os procedimentos estatísticos relativos à análise de regressão.

5.5 Regressão entre os construtos

A fim de compreender a natureza e o grau de associação entre as variáveis investigadas nesta pesquisa, realizou-se uma análise de regressão, tendo como base o *framework* proposto para esta dissertação. Assim, para a estimação do modelo de regressão, alocou-se, inicialmente, como variáveis dependentes a atitude sustentável e a norma subjetiva relacionada ao meio ambiente e como variável explicativa a religiosidade.

Tendo sido atendidas as suposições na estimativa dos parâmetros e no teste de significância (MALHOTRA, 2012), os dados obtidos a partir das análises de regressão realizadas são apresentados na tabela 23.

Tabela 23 – Regressão entre religiosidade, atitude sustentável e normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente

Variável Independente	Variáveis Dependentes	
	Atitudes Sustentáveis	Normas subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente
Religiosidade	-0,335**	0,175*
R ²	0,112	0,031
F	21,168**	5,285*

Fonte: dados da pesquisa.

Níveis de significância: * < 0,05; ** < 0,01.

No que concerne à influência da religiosidade sobre a atitude sustentável, observou-se que o teste F apresentou significância estatística ao nível de 1% (sig.= 0,000), indicando assim que a variável independente é diferente de zero e tem efeito sobre a variável dependente. A análise dos dados permitiu assim verificar que a religiosidade teve efeito negativo ($\beta = -0,335$) sobre as atitudes pró-ambientais, demonstrando que, para o conjunto de indivíduos católicos que compõem a amostra desta pesquisa, quanto maior o nível de crença religiosa, menor será a predisposição dos fiéis para agir de modo favorável em relação às questões ambientais. Ressalta-se, ainda, que o valor de R^2 obtido indicou que 11,20% da variação das atitudes sustentáveis é explicada pela variação da religiosidade.

Os resultados encontrados indicam, portanto, a **rejeição** da hipótese **H1**, que afirmava que a religiosidade exerce uma influência positiva sobre a atitude sustentável de indivíduos católicos. Observa-se assim que, apesar da temática ambiental vir sendo abordada com maior frequência e ênfase em documentos e eventos recentes da Igreja Católica, ainda não se verifica uma conexão positiva entre as crenças religiosas dos indivíduos e suas preocupações acerca da necessidade de preservação do ambiente natural. Esse resultado pode indicar, assim, que as recentes ações desenvolvidas pela Igreja Católica em torno da temática ambiental ainda não foram capazes de exercer uma influência positiva sobre o conjunto de afetos e preocupações dos fiéis sobre o meio ambiente.

Destaca-se que os dados obtidos nesta análise estão alinhados com a pesquisa desenvolvida por Konisky (2018), que buscou investigar o grau em que o cristianismo é uma influência positiva ou negativa nas atitudes dos indivíduos em relação ao meio ambiente. A pesquisa utilizou dados provenientes de uma série histórica (1990-2015) e teve como resultado a indicação de que, considerando diferentes níveis de religiosidade, os cristãos, incluindo os católicos, tendem a mostrar menor preocupação com o meio ambiente ao longo dos anos, o que apoia a tese de que não tem havido um esverdeamento do cristianismo no nível individual (KONISKY, 2018). Nesse sentido, tendo em vista que algumas pesquisas têm apontado para uma influência negativa da religiosidade sobre as atitudes pró-ambientais, Harmannij (2019) alerta que incentivar a participação das instituições religiosas, como forma de contribuir para o desenvolvimento sustentável pode ser prematuro.

Em relação à associação entre a religiosidade e as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, foi observada uma influência positiva e significativa a 5% da primeira variável

sobre a última. Esse resultado indica assim que indivíduos mais religiosos percebem com maior intensidade a pressão social para que pratiquem comportamentos voltados para proteção ambiental. Ademais, verifica-se que a capacidade explicativa da variável religiosidade em relação às normas subjetivas, conforme o valor de R^2 , foi de 3,1%. Portanto, a hipótese **H2**, que afirma que a religiosidade exerce uma influência positiva sobre as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente de indivíduos católicos foi **confirmada**.

Em seguida, procedeu-se uma análise de regressão linear múltipla, alocando-se no modelo de regressão o comportamento sustentável como variável dependente e a atitude sustentável e as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente como variáveis explicativas. Ressalta-se que todos os pré-requisitos da análise de regressão foram atendidos, inclusive no que concerne à ausência de multicolinearidade, tendo em vista que o valor do *Variance Inflation Factor* (VIF) foi inferior a 10, denotando, portanto, que não há alta correlação entre as variáveis independentes (HAIR JR. *et al.*, 2009).

Os dados resultantes da análise de regressão realizada são apresentados na tabela 24.

Tabela 24 – Regressão entre atitude sustentável, normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente e comportamento sustentável

Variável Dependente = Comportamento Sustentável			
Variáveis Independentes	Coefficiente Padronizado (Beta)	R ²	F
Atitudes Sustentáveis	0,149*		
Normas subjetivas relacionadas ao Meio Ambiente	0,465**	0,252	28,062**

Fonte: dados da pesquisa.

Níveis de significância: * < 0,05; ** < 0,01.

Os dados expostos na tabela acima permitem verificar que a análise resultou em um modelo estatisticamente significativo (sig. = 0,000), sendo as atitudes e as normas subjetivas consideradas capazes de prever o comportamento pró-ambiental do conjunto de indivíduos católicos que compõem a amostra desta pesquisa.

Ademais, observa-se que as duas variáveis explicativas apresentaram uma influência positiva na formação de ações sustentáveis. Entretanto, tendo como base os valores do coeficiente padronizado (β), verifica-se que a aprovação ou desaprovação de amigos e familiares apresentou-se como um preditor mais forte quando comparado às crenças e aos afetos que os indivíduos

possuem em relação às questões ambientais. Vale ressaltar ainda que o valor de R^2 , observado para esta análise, foi de 25,20%, indicando o quanto a variável dependente é explicada pelas variáveis independentes componentes do modelo de regressão.

Os dados obtidos permitiram assim testar as hipóteses **H3**, que afirma que a atitude sustentável exerce influência positiva sobre o comportamento sustentável de indivíduos católicos, e **H4**, que afirma que a norma subjetiva relacionada ao meio ambiente exerce influência positiva sobre o comportamento sustentável de indivíduos católicos. Portanto, tendo em vista a relação estatisticamente significativa entre os construtos analisados, e considerando que os valores dos coeficientes de regressão obtidos para influência das atitudes e normas subjetivas sobre o comportamento sustentável ($\beta = 0,149$ e $\beta = 0,465$, respectivamente) foram positivos, pode-se afirmar que as hipóteses **H3** e **H4** foram **confirmadas**.

Ademais, destaca-se que os resultados obtidos convergem com o estudo realizado por Arli e Tjiptono (2017) que, ao analisar a influência das atitudes pró-ambientais e das normas subjetivas em relação a intenção de compra de produtos verdes, com uma amostra formada por 414 consumidores cristãos, também identificaram um impacto positivo dessas duas primeiras variáveis sobre a última. Na pesquisa conduzida por esses autores os valores obtidos para influência da atitude e das normas subjetivas foram, respectivamente, de 0,212 e 0,341, ambos com significância inferior ao nível de 1%, sendo, portanto, próximos aos obtidos nesta dissertação.

Os achados desta pesquisa estão alinhados, ainda, com os resultados encontrados por Felix e Braunsberger (2016). Esse autores realizaram uma pesquisa junto a uma amostra de 242 consumidores mexicanos católicos e verificaram também uma influência positiva e estatisticamente significativa ($\beta = 0,41$; $p < 0,001$) na relação entre as variáveis atitude sustentável e compra de produtos verdes. Por fim, pode-se afirmar que os resultados encontrados reforçam a Teoria da Ação Racional, proposta por Fishbein e Ajzen (1975), que apresenta as atitudes e normas subjetivas como preditoras do comportamento individual.

6 CONCLUSÕES

A busca pelas motivações que conduzem os indivíduos a praticar ações mais sustentáveis tem incentivado a realização de diversas pesquisas acadêmicas. Nesse contexto, a religiosidade vem ganhando destaque, em virtude, principalmente, do foco que o líder máximo da Igreja Católica, o Papa Francisco, tem atribuído à sustentabilidade. Tendo em vista essa realidade, esta dissertação buscou ir além da descrição das ações e declarações oficiais da Igreja Católica e teve como objetivo geral analisar a influência da religiosidade na formação do comportamento sustentável de indivíduos católicos. Para isso, buscou-se investigar a influência direta da religiosidade sobre as atitudes e normas subjetivas, bem como a conexão entre essas duas últimas variáveis com o comportamento sustentável.

O suporte teórico da pesquisa baseou-se em dois grandes tópicos. O primeiro envolveu aspectos ligados à religiosidade, ressaltando como a questão ambiental vem sendo tratada no âmbito do catolicismo, e o segundo abrangeu o comportamento do consumidor verde, sendo sua exposição baseada na discussão de três eixos centrais: atitudes, normas subjetivas e comportamentos sustentáveis. Para atender aos objetivos estabelecidos nesta pesquisa, foi realizada estatística descritiva para caracterização da amostra e de cada um dos construtos analisados, bem como análise fatorial exploratória para validação das escalas utilizadas e, ainda, análise de correlação e de regressão para análise das hipóteses traçadas ao longo do estudo.

Assim, em relação ao primeiro objetivo específico, que buscou identificar a influência da religiosidade sobre a atitude sustentável, verificou-se um efeito significativo e negativo das crenças religiosas em relação à predisposição que os indivíduos manifestam para agir a favor da preservação do meio ambiente. Esse resultado acarretou, portanto, a rejeição da hipótese H1 e indicou que, apesar das campanhas empreendidas pela Igreja Católica, não se verifica a existência de um vínculo positivo entre a religiosidade dos fiéis e suas crenças e preocupações em torno da questão ambiental.

A análise relativa ao segundo objetivo específico, que buscou identificar a influência da religiosidade sobre as normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, revelou um efeito significativo e positivo da orientação religiosa em relação à pressão social percebida pelos indivíduos para execução de ações sustentáveis, sendo assim confirmada a hipótese H2. Os

resultados obtidos indicam, portanto, que fortalecer a relação entre essas duas variáveis pode ser caminho favorável a ser utilizado pela Igreja Católica na busca pelo desenvolvimento sustentável.

Em relação ao terceiro objetivo específico, que buscou identificar a influência da atitude sustentável sobre o comportamento sustentável, foi verificado, para o conjunto de indivíduos católicos que compuseram a amostra desta pesquisa, um efeito positivo da atitude sobre as ações pró-ambientais realizadas pelos indivíduos, ainda que a correlação entre essas variáveis tenha apresentado um efeito pequeno. Os dados obtidos indicaram a confirmação da hipótese H3.

Já a análise relativa ao quarto objetivo específico, que buscou identificar a influência da norma subjetiva relacionada ao meio ambiente sobre o comportamento sustentável, revelou um efeito significativo e positivo das normas sobre as ações sustentáveis, o que acarretou a confirmação da hipótese H4. Adicionalmente, verificou-se que para o conjunto de indivíduos que possuem filhos a relação entre pressão social percebida e às ações relacionadas à proteção do meio ambiente é mais significativa do que para aqueles que não possuem filhos. Esses dados podem indicar que a aprovação ou desaprovação dos filhos apresenta um peso significativo no que concerne à prática de ações voltadas para sustentabilidade ou que, para o grupo de indivíduos com filhos, a pressão social percebida é consequência de uma maior preocupação em relação ao mundo que se quer deixar para as gerações futuras.

Assim, diante dos resultados obtidos nesta pesquisa, verifica-se que, apesar de a Igreja Católica estar buscando estabelecer conexões, no âmbito global e nacional, entre as questões religiosas e ambientais, o conjunto de crenças e preocupações dos fiéis em relação ao meio ambiente parece ainda não ter sido influenciado por esse movimento. Esse fato pode ser justificado em virtude de as ações desenvolvidas ainda serem recentes e, portanto, não terem sido capazes de influenciar os afetos e as preocupações dos frequentadores da igreja em relação às questões ambientais.

Tendo como base as relações observadas entre os construtos investigados nesta dissertação, pode-se afirmar, portanto, que o caminho para a influência da religiosidade sobre a formação de comportamentos sustentáveis perpassa a formação das normas subjetivas relacionadas ao meio ambiente, uma vez que não foram verificados efeitos positivos em torno da influência direta que a religiosidade apresenta sobre as atitudes pró-ambientais. Ademais, para a amostra desta pesquisa, constituída por indivíduos católicos, as atitudes e normas mostraram-se como previsores positivos e significantes na formação do comportamento sustentável.

Em relação às contribuições deste estudo para a esfera acadêmica, espera-se que o arcabouço teórico e empírico apresentados sejam relevantes para aprofundar a compreensão e fomentar as discussões em torno das relações existentes entre as temáticas religiosidade e sustentabilidade.

Além disso, espera-se que este estudo tenha contribuído ao ir além da investigação de aspectos sociais e econômicos já explorados na literatura, buscando analisar a influência da religiosidade, uma variável com potencial ainda subutilizado, sobre o comportamento sustentável. Nesse sentido, espera-se que os conhecimentos consolidados nesta dissertação contribuam e incentivem a realização de outras pesquisas, em especial no âmbito nacional, que busquem analisar as estruturas subjacentes à formação do comportamento sustentável de indivíduos religiosos.

Do ponto de vista social, espera-se que haja uma reflexão das comunidades religiosas em geral sobre o impacto e a relevância que as ações empreendidas por seus membros possuem para a promoção do desenvolvimento sustentável. Ademais, no que concerne à esfera organizacional, espera-se que os resultados apresentados possam clarificar a visão da Igreja Católica acerca da influência que as crenças religiosas podem exercer sobre a formação do comportamento sustentável de seus fiéis, auxiliando assim no desenvolvimento de programas e ações mais bem direcionados.

Dentre as limitações do estudo estão a abordagem transversal para coleta de dados que impossibilita a realização de análises comparativas ao longo do tempo e a composição da amostra da pesquisa que foi restrita a indivíduos católicos que residem na cidade de Fortaleza – CE.

Dessa forma, para investigações futuras, sugere-se a realização de estudos longitudinais que busquem analisar se o conjunto de ações empreendidas pela Igreja Católica tem gerado concretamente uma mudança de hábitos dos indivíduos. Além disso, sugere-se a condução de investigações que envolvam indivíduos ligados a variadas afiliações religiosas, sendo relevante ainda que sejam realizadas pesquisas em outros estados / municípios do Brasil, tendo em vista que as convergências entre as temáticas religiosidade e sustentabilidade ainda são poucos exploradas na literatura nacional.

REFERÊNCIAS

ADÃO, N. Religiosidade e educação ambiental: a visão do ser no todo. **Revista Didática Sistemática**, v. 5, jan./jul. 2007.

AFP. Papa defende “conversão ecológica”, em mensagem de paz anual. **Exame**, 12 dez. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/mundo/papa-defende-conversao-ecologica-em-mensagem-de-paz-anual/>. Acesso em: 05 jan. 2020.

_____. Para o papa, chegou a hora de parar de poluir e depredar a Terra. **G1**, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/04/22/para-o-papa-chegou-a-hora-de-parar-de-poluir-e-depredar-a-terra.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2020.

AGARWALA, R.; MISHRA, P.; SINGH, R. Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. **Journal of Management, Spirituality & Religion**. 2018.

AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behavior and human decision process**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M. The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 6, n. 4, p. 466-487, 1970.

_____. **Understanding attitudes and predicting social behavior**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1980.

_____. The influence of attitudes on behavior. *In*: ALBARRACÍN, D; JOHNSON, B. T.; ZANNA, M. P. (Eds.). **The handbook of attitudes**. Mahwah, NJ: Erlbaum. 2005. p. 173-221.

ALLPORT, G. Behavioral science, religion, and mental health. **Journal Religion and Health**, v. 2, n.3, p. 187-197, 1963.

_____.; ROSS, M. Personal religious orientation and prejudice. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 5, n. 4, p. 432-443, 1967.

ALTMANN, M.; BUNTA, A.; MAZIMPAKA, O. **Religion & Sustainability: the contribution of religious belief in moving society towards sustainability**. 2012. 92 f. Dissertação (Master of Strategic Leadership towards Sustainability). Blekinge Institute of Technology, Suécia. 2012.

AQUINO, T.; CORREIA, A.; MARQUES, A.; SOUZA, C.; FREITAS, H.; ARAÚJO, I.; DIAS, P.; ARAÚJO, W. Atitude Religiosa e Sentido da Vida: um estudo correlacional. **Psicologia Ciência e Profissão**, n. 29, n. 2, p. 228-243, 2009.

ARLI, D.; TJIPTONO, F. God and green: investigating the impact of religiousness on green marketing. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 22, n. 3, 2017.

ASSEMBLEIA ESPECIAL DO SÍNODO DOS BISPOS PARA A REGIÃO PAN-AMAZÔNICA. **Amazônia: novos caminhos para a Igreja e para uma Ecologia Integral**. Vaticano, 2019. Disponível em: <http://www.sinodoamazonico.va/content/sinodoamazonico/pt/documentos/documento-final-do-sinodo-para-a-amazonia.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2019

BABBIE, F. **Métodos de pesquisa de survey**. 3.ed. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

BALTAZAR, D. **Crenças religiosas no contexto dos projetos terapêuticos em saúde mental: impasse ou possibilidade?** 2003. 138 f. Dissertação. Escola Nacional em Saúde Pública. 2003.

BASEDAU, M; GOBIEN, S. PREDIGER, S. The Ambivalent Role of Religion for Sustainable Development: a review of the empirical evidence. **Giga Working Papers**, n. 297, 2017.

BASTOS, A.; BASTOS, L. As campanhas da fraternidade da Igreja Católica: um contributo para formação de um pensamento ecológico integral no Brasil. **Gaia Scientia**, v. 10, n. 4, p. 482-496, 2016.

BECHTEL, R. B.; VERDUGO, V. C.; PINHEIRO, J. Q. Environmental belief systems: United States, Brazil, and Mexico. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 30, n. 1, p. 122-128, 1999.

BERENGUER, J.; CORRALIZA, J.; MARTIN, R.; OCEJA, L. Preocupación ecológica y acciones ambientales. Un proceso interactivo. **Estudios de Psicología**, v. 22, n. 1, p. 37-52, 2001.

BORGES, A. **Religião e diálogo inter-religioso: estado da arte**. Imprensa da Universidade de Coimbra: Coimbra University Press, 2010.

BRECKLER, S. J. Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 47, n. 6, p. 1191-1205, 1984.

CAIXETA, D. M. **Atitudes e comportamentos ambientais: um estudo comparativo entre servidores de instituições públicas federais**. 2010. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações) - Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

CARDWELL, J. **The social context of religiosity**. Lanham, MD: University Press of America. 1980.

CASALÓ, L.; ESCARIO, J.; SANCHEZ, C. Analyzing differences between different types of pro-environmental behaviors: Do attitude intensity and type of knowledge matter? **Resources, Conservation & Recycling**, v. 149, p. 56-64, 2019.

CLEMENTS, J.; McCRIGHT, A.; XIAO, C. Green Christians? An Empirical Examination of Environmental Concern Within the U.S. General Public. **Organization & Environment**, v. 27, n. 1, p. 85-102, 2014.

CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. CNBB. Campanha da Fraternidade 2017. **Fraternidade: biomas brasileiros e defesa da vida**. Manual. Brasília/DF: Edições CNBB, 2016.

_____. **Pastorais do Meio Ambiente conscientizam a população diante da realidade atual do planeta**, 2019. Disponível em: <http://www.cnbb.org.br/pastorais-ecologicas-e-do-meio-ambiente-realizam-acoes-para-conscientizar-a-populacao-diante-da-realidade-atual-do-planeta/>. Acesso em: 16 jul. 2019.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CORRAL-VERDUGO, V. La definición del comportamiento pró-ambiental. **La Psicología Social en México**, v. 8, p. 466-472, 2000.

COUTINHO, V. **O papel da orientação religiosa, da qualidade de vida e do bem-estar no sentido da vida na adultez avançada: um estudo no Distrito de Coimbra**. 2018. Dissertação (Mestrado em Temas em Psicologia do Desenvolvimento) – Faculdade de Psicologia e Ciência da Educação, Universidade de Coimbra, 2018.

CRUZ, A.; SEO, Y.; BUCHANAN-OLIVER, M. Religion as a Field of transcultural practices in multicultural marketplaces. **Journal of Business Research**, v. 91, p. 317-325, 2018.

DAHLSTROM, R. **Gerenciamento de marketing verde**. Tradução de EZ2 Translate. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

DRUCKER, C. **Religiosidade, crenças e atitudes em idosos deprimidos: em um serviço de saúde mental de São Paulo, Brasil**. 2005. 174 f. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas, 2005.

DUNLAP, R. E.; VAN LIERE, K.D. The “New Environmental Paradigm. **Journal of Environmental Education**, v. 9, n.4, p. 10-19, 1978.

DUNLAP, R. E.; VAN LIERE, K.D; MERTIG, A.G.; JONES, R.E. Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A revised NEP Scale. **Journal of Social Issues**, v. 56, n. 3, p. 425-442, 2000.

ENGELLAND, B. Religion, humanism, marketing, and the consumption of socially responsible products, services, and ideas: Introduction to a special topic section. **Journal of Business Research**, v. 67, 2014.

ERANZA, D.; HIUNG, A. The impact of religiosity and sustainability awareness on campus impact sustainability. **Journal of BIMP-EAGA Regional Development**, v. 3, n. 1, 2017.

- FARIAS, F. **Consciência ambiental, consumo saudável, atitude do consumidor e normas subjetivas como determinantes da intenção de recompra de alimentos orgânicos**. 2019. 107 f. Dissertação (Administração) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2019.
- FELIX, R.; BRAUNSBERGER, K. I believe therefore I care. **International Marketing Review**, v. 33, n.1, p. 137–155, 2016.
- FERRAZ, S. B.; ROMERO, C. B. A.; REBOUÇAS, S. M. D. P.; COSTA, J. S. Produtos Verdes: um Estudo sobre Atitude, Intenção e Comportamento de Compra de Universitários Brasileiros. **Revista de Administração da UFSM**, v. 9, n. 4, p. 605-623, 2016.
- FIELD, A. **Descobrendo a estatística usando o SPSS**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FIELDING, K., McDONALD, R.; LOUIS, W. Theory of planned behaviour, identity and intentions to engage in environmental activism. **Journal of Environmental Psychology**, v. 28, n. 4, p. 318-326, 2008.
- FISHBEIN, M.; AJZEN, I. Attitudes and opinions. **Annual Review of Psychology**, v. 23, p. 487–544, 1972.
- _____. **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- FRANCISCO, P. **Laudato sí: sobre os cuidados da casa comum**. Canção Nova, 2015.
- FUKUYAMA, Y. The major dimensions of church membership. **Review of Religious Research**, v. 2, p. 154-161, 1960.
- GADENNE, D.; SHARMA, B.; KERR, D.; SMITH, T. The influence of consumers' environmental beliefs and attitudes on energy saving behaviours. **Energy Policy**, v. 39, n. 12, p. 7684-7694, 2011.
- GAS-AIZENDRI, M.; ALBAREDA-TIANA, S. The Role of Religion in Global Sustainability: A Study on Catalonia's Contribution to Sustainable Development Goals. *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A (Ed.) **Sustainability and the Humanities**. Springer, p. 1-18, 2019.
- GHAZALI, E.; MUTUM, D.; ARISWIBOWO, N. Impact of Religious Values and Habit on an Extended Green Purchase Behaviour Model. **International Journal of Consumer Studies**, v. 42, n. 6, p. 639-654, 2018.
- GIFFORD, R; SUSSMAN, R. Environmental attitudes. *In*: CLAYTON, S. D. (Ed.). **The Oxford handbook of environmental and conservative psychology**, p. 65-80, Oxford: Oxford University Press, 2012.
- GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GORSUCH, R. L.; MCPHERSON, S. E. Intrinsic/extrinsic measurement: I/E-revised and

single-item scales. **Journal for the Scientific Study of Religion**, v. 28, n. 3, p. 348-354, 1989.

GRAAFLAND, J. Religiosity, Attitude, and the Demand for Socially Responsible Products. **Journal of Business Ethics**, v. 144, n. 1, p. 121–138, 2015.

GRAY, D. E. **Pesquisa no mundo real**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GROHMANN, M.; BATTISTELLA, L.; VELTER, A.; CASASOLA, F. Comportamento ecologicamente consciente do consumidor: adaptação da escala ECCB para o contexto brasileiro. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 6, n.1, p. 102-116, jan./abr. 2012.

GUERRA, M.; JAGURABA, M. A contribuição das religiões para os objetivos do desenvolvimento sustentável. **Vatican News**, 05 mar. 2019. Disponível em: <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2019-03/contribuicao-religoes-objetivos-desenvolvimento-sustentavel.html>. Acesso em: 14 jul. 2019.

HAIR JUNIOR, J. *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

_____. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HAM, M.; JEGER, M.; IVKOVIC, A. The role of subjective norms in forming the intention to purchase green food. **Economic Research**, v. 28, n. 1, p. 738–748, 2015.

HARMANNIJ, D. Is It Possible to Give Environmental Issues a More Prominent Role in Church Life? *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A (Ed.) **Sustainability and the Humanities**. Springer, p. 97-114, 2019.

HARRELL, G. **Consumer Behavior**. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1986.

HAWKINS, D.; MOTHERSBAUGH, D. **Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing**. Tradução de Paula Santos Diniz 13. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

HILLS, P.; FRANCIS, L.; ARGYLE, M.; JACKSON, C. Primary personality trait correlates of religious practice and orientation. **Personality and Individual Differences**, v. 36, p. 61–73, 2004.

HOLDCROFT, B. What is Religiosity. **Journal of Catholic Education**, v. 10, p. 89-103, 2006.

HUBER, S.; HUBER, O. The Centrality of Religiosity Scale (CRS). **Religions**, v. 3, p. 710-724, 2012.

HUTCHESON, G. D.; SOFRONIOU, N. **The multivariate social scientist: Introductory statistics using generalized linear models**. London: Sage Publications, 1999.

HWANG, H. Do religion and religiosity affect consumers' intentions to adopt pro-environmental behaviours? **International Journal of Consumer Studies**, v. 42, n. 6, p. 664-674, 2018.

IBGE. **Censo**. 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ce/fortaleza/pesquisa/23/25207?tipo=ranking>. Acesso em: 11 set. 2019.

INSTITUTO AKATU. **Pesquisa Akatu 2018** – Panorama do Consumo Consciente no Brasil: desafios, barreiras e motivações. 2018. Disponível em: https://www.akatu.org.br/wp-content/uploads/2018/11/pdf_versao_final_apresenta%C3%A7%C3%A3o_pesquisa.pdf. Acesso em: 02 fev. 2019.

ISLAM, T.; CHANDRASEKARAN, U. Effect of religiosity on ecologically conscious consumption behaviour. **Journal of Islamic Marketing**, v. 7, n. 4, p. 495-507, 2016.

IVES, C.; KIDWELL, J. Religion and social values for sustainability. **Sustainability Science**, v.14, p. 1355–1362, 2019.

JOHNSTON, L. **Religion and Sustainability**: social movements and the politics of the environment. London: Routledge, 2013.

JONG, G.; FAULKNER, J.; WARLAND, R. Dimensions of Religiosity Reconsidered; Evidence from a Cross-Cultural Study. **Social Forces**, v. 54, n. 4, p. 866–889, 1976.

JURDI, H.; BATAT, W.; JAFARI, A. Harnessing the Power of Religion: Broadening Sustainability Research and Practice in the Advancement of Ecology. **Journal of Macromarketing**, p. 1-18, 2016.

KALAMAS, M.; CLEVELAND, M. LAROCHE, M. Pro-environmental behaviors for thee but not for me: Green giants, green Gods, and external environmental locus of control. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 2, p. 12-22, 2014.

KATZ, D. **The functional approach to the study of attitudes**. Public Opinion Quarterly, 24, p. 163–204, 1960.

KIRKPATRICK, L. A psychometric analysis of the Allport-Ross and Feagin measures of Intrinsic-extrinsic religious orientation. In: LYNN, M. L.; MOBERG, D. O. (Eds.). **Research in the social and scientific study of religion**. Greenwich, CT: JAI, 1989. p. 1-31.

KOEHRSEN, J. Does religion promote environmental sustainability? – Exploring the role of religion in local energy transitions. **Social Compass**, v. 62, n. 3, p. 296-310. 2015.

KOHLOVÁ, M; URBAN, J. An Integrated Framework for Encouraging Pro-environmental Behaviour: The role of values, situational factors and goals. **Journal of Environmental Psychology**, v. 38, p. 104-115, 2020.

KONISKY, D. The greening of Christianity? A study of environmental attitudes over time. **Environmental Politics**, v. 27, n. 2, p. 267–291, 2018.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

LACERDA, T. Teoria da ação e o comportamento do consumidor: alternativas e contribuições aos modelos de Fishbein e Ajzen. *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...**Rio de Janeiro, 2007.

LACKRITZ, J.; SINGH, G. Intrinsic Religious Orientation: ethnic differences within a lay sample. *International Journal of Sustainable Society*, v. 1, n. 1, 2008.

LEAL FILHO, W.; DAHMS, L.; MC-CREA, A. Sustainability and Religion: Past Trends and Future Perspectives. *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A (Ed.) **Sustainability and the Humanities**. Springer, p. 611-619, 2019.

LEE, K. Opportunities for green marketing: young consumers. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 26, n. 6, p. 573–586, 2008.

LEE, Y.; KIM, S.; KIM, M. CHOI, J. Antecedents and interrelationships of three types of pro-environmental behavior. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 10, p. 2097-2105, 2014.

LEEuw, A.; VALOIS, P.; AJZEN, I.; SCHMIDT, P. Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. **Journal of Environmental Psychology**, v. 42, p. 128-138, 2015.

LI, D.; ZHAO, L.; MA, S.; SHAO, S. ZHANG, L. What influences an individual's pro-environmental behavior? A literature review. **Resources, Conservation & Recycling**, v. 146, p. 28-34, 2019.

LIMA, V. M. L. M; D'AMORIM, M. A. M. A relação atitude-comportamento à luz da Teoria da Ação Racional. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 38, n. 1, p. 133-142, 1986.

LINARES, R. **O envolvimento religioso e a sintomatologia depressiva em imigrantes brasileiros**. 2012. Tese (Doutorado em Psicologia) - Faculdade de Psicologia, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2012.

LIRA, F. Fatores que influenciam a valorização de produtos ecológicos por consumidores ecologicamente conscientes. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 12, n. 2, 2018.

MADEIRA, V. Pesquisa revela crenças religiosas dos cearenses. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 07 nov. 2018. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/regiao/pesquisa-revela-as-crencas-religiosas-dos-cearenses-1.2022910>. Acesso em: 15 jan. 2019.

MAIBACH, E. *et al.* **The Francis Effect: How Pope Francis Changed the Conversation about Global Warming.** George Mason University and Yale University. Fairfax, VA: George Mason University Center for Climate Change Communication. 2015.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada.** 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARTIN, W.; BATEMAN, C. Consumer religious commitment's influence on ecocentric attitudes and behavior. **Journal of Business Research**, v. 67, p. 5-11, 2014.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing.** Edição Compacta. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAY, T. **Pesquisa social: questões, métodos e processos.** Tradução de Carlos Alberto Silveira Netto Soares. 3. ed., Porto Alegre: Artmed. 2004.

MANSORI, S.; SAMBASIVAN, M.; MD-SIDIN, S. Acceptance of novel products: the role of religiosity, ethnicity and values. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 33, n.1, p. 39–66, 2015.

MELO, C.; SAMPAIO, I.; SOUZA, D.; PINTO, N. Correlação entre religiosidade, espiritualidade e qualidade de vida: uma revisão de literatura. **Estudos e Pesquisa em Psicologia**, v. 15, n. 2, 2015.

MILLER, W.; THORESEN, C. Spirituality, religion, and health: an emerging research field. **American Psychologist**, v. 58, n.1, p. 24-35, 2003.

MINKLER, L; COSGEL, M. Religious Identity and Consumption. **Economics Working Papers.** 2004.

MINTON, E. Religion and Religiosity's Influence on Sustainable Consumption Behaviors: an exploratory study. *In:* KAHLE, L.; GUREL-ATAY, E. (Ed.). **Communicating Sustainability for the green economy.** Routledge, 2013, p. 73-87.

MINTON, E.; KAHLE, L. **Belief systems, religion, and behavioral economics: Marketing in multicultural environments.** New York: Business Expert Press, 2013.

MINTON, E.; KAHLE, L.; KIM, L. Religion and motives for sustainable behaviors: A cross-cultural comparison and contrast. **Journal of Business Research**, v. 68, p. 1937-1944, 2015.

MINTON, E.; JUAN, T.; KAHLE, L.; TAMBYAH, S. Addressing Criticisms of Global Religion Research: A Consumption-Based Exploration of Status and Materialism, Sustainability, and Volunteering Behavior. **Journal for the Scientific Study of Religion**, v. 55, n. 2, p. 365-383, 2016.

MINTON, E.; XIE, H.; GUREL-ATAY, E. KAHLE, L. Greening up because of god: the relations among religion, sustainable consumption and subjective well-being. **International Journal of Consumer Studies**, v. 42, n. 6, p. 655-663, 2018a.

MINTON, E.; SPIELMANN, N. KAHLE, L.; KIM, C. The subjective norms of sustainable consumption: A cross-cultural exploration. **Journal of Business Research**, v. 82, p. 400-408, 2018b.

MOKHLIS, S. Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research. **International Business Research**, v. 2, n. 3, 2009.

MORRISON, M.; DUNCAN, R.; PARTON, K. Religion does matter for climate change attitudes and behavior. **PLoS ONE**, v. 10, n. 8, p. 1–16, 2015.

MUÑOZ-GARCIA, A. Religion and Environmental Concern in Europe. **Archive for the Psychology of Religion**, v. 36, n. 3, p. 323-343, 2014.

MORAES, S.; MORAES, G.; BATTISTELLE, R. Educação Ambiental em espaço não formal: a atuação da Igreja Católica. **Ambiente & Educação**, v. 22, n. 1, 2017.

MOUTINHO, K.; ROAZZI, A. As Teorias da Ação Racional e da Ação Planejada: relações entre intenções e comportamentos. **Avaliação Psicológica**, v. 9, n. 2, p. 279-287, ago. 2010.

MURTINHO, M.; URDAN, A. Ética do consumidor e religiosidade: reflexões e uma revisão da literatura. *In*: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, 7., 2018. **Anais...**São Paulo, 2018.

NAHRA, J.; GALLO, Z.; SOSSAE, F.; BAPTISTA, K. A Igreja Católica e o Meio Ambiente: considerações sobre os textos-base da campanha da fraternidade a partir do concílio vaticano II. **Revista Uniara**, v.17, n.2, dez. 2014.

NÁNDEZ, G.; BORREGO, A. Use of social networks for academic purposes: a case study. **The Electronic Library**, v. 31, n. 6, p. 781-791. 2013.

NANDI, D. Os temas ecológicos nas Campanhas da Fraternidade. **Encontros Teológicos**, v. 30, n. 3, p. 27-36, 2015.

NARAYANAN, Y. Religion and Sustainable Development: Analysing the Connections. **Sustainable Development**, v.21, p. 131-139, 2013.

NASCIMENTO, L; LIMA, L.; MELO, F. Collaborative Consumption: A Quantitative Research in Light of the Conscious Consumption of Car Sharing Users. **Journal of Marketing Management**, v. 6, n. 1, p. 41-54, 2018.

NELSON, W.; LUETZ, J. What Can We Learn from Pope Francis About Change Management for Environmental Sustainability? A Case Study on Success Factors for Leading Change in Change-Resistant Institutional Environments. *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A. (Ed.). **Sustainability and the Humanities**. Springer, p. 503-524, 2019.

O POVO. **Fé e devoção: conheça 5 destinos religiosos no Ceará.** Disponível em: <<https://www.levarti.com.br/blog/fe-e-devocao-conheca-5-destinos-religiosos-no-ceara/>>. Acesso em: 15 dez. 2019.

OCTAV-IONUT, M. Determinants of Consumers' Pro-Environmental Behavior – Toward an Integrated Model. **Journal of Danubian Studies and Research**, v. 5, n. 2, 2015.

OGBONNAYA, J. Religion and Sustainable Development in Africa: The Case of Nigeria. **International Journal of African Catholicism**, v.3, n.2, 2012.

OLIVEIRA, L.; ROMERO, C. “Costume de casa vai à praia?”: um estudo das atitudes e comportamentos sustentáveis do turista. *In*: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 21, 2018, São Paulo. **Anais...**São Paulo, 2018.

PAIVA, M.; OLIVEIRA, L.; ROMERO, C.; GUIMARÃES, D. Consumer myopia: uma análise do gap entre atitude e comportamento sustentável. **Revista de Administração da UFSM**, v. 10, p. 26-43, 2017.

PALETTA, A. Rethinking Economics in a Circular Way in the Light of Encyclical “Laudato Si’”. *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A. (Ed.). **Sustainability and the Humanities**. Springer, p. 339-357, 2019.

PARK, H. Relationships among attitudes and subjective norms: testing the theory of reasoned action across cultures. **Communication Studies**, v. 51, n. 2, p. 162-175, 2000.

PATO, C. M. L. **Comportamento ecológico: relações com valores pessoais e crenças ambientais.** 2004. 163 f. Tese (Doutorado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

PAUL, J.; MODI, A.; PATEL, J. Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 29, p. 123-134, 2016.

PERERA, C.; AUGER, P.; KLEIN, J. Green Consumption Practices Among Young Environmentalists: a practice theory perspective. **Journal of Business Ethics**, v. 52, n. 2, p. 843–864, 2016.

PEW RESEARCH CENTER. **The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050.** 2015. Disponível em: http://www.globalreligiousfutures.org/countries/brazil/religious_demography#/?affiliations_religion_id=0&affiliations_year=2010. Acesso em: 15 jun. 2019.

_____. **The changing global religious landscape.** 2017. Disponível em: <http://www.pewforum.org/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>. Acesso em: 11 fev. 2019.

_____. **The Age Gap in Religion Around the World**. 2018. Disponível em: <https://www.pewforum.org/2018/06/13/the-age-gap-in-religion-around-the-world/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

_____. **Many Catholics in Latin America – including a majority in Brazil – support allowing priests to marry**. 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/20/many-catholics-in-latin-america-including-a-majority-in-brazil-support-allowing-priests-to-marry/>. Acesso em: 20 mar. 2020.

PINHEIRO, L.; MONTEIRO, D.; GUERRA, D.; PEÑALOZA, V. Transformando o discurso em prática: uma análise dos motivos e das preocupações que influenciam o comportamento pró-ambiental. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 3, Edição Especial, p. 83-113, 2014.

PONIN, V. Religion and the Environment: An Exploration of the Connections Among the Hindu and Christian Community in the Republic of Mauritius. *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A. (Ed.). **Sustainability and the Humanities**. Springer, 2019, p. 483-502.

RAGGIOTTO, F.; MASON, M.; MORETTI, A. Religiosity, materialism, consumer environmental predisposition. Some insights on vegan purchasing intentions in Italy. **International Journal of Consumer Studies**, v. 42, n. 6, p. 613-626, 2018.

RICHARDSON, R. *et al.* **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Atlas, 2012.

ROBERTS, J. Green consumers in the 1990: profile and implications for advertising. **Journal of Business Research**, v. 36, p. 217-231, 1996.

RODRIGUES, A. **Psicologia social**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 1981.

RODRIGUES, V. A Igreja Católica e o Desenvolvimento Sustentável. **Revista Ciências da Religião – História e Sociedade**, v. 8, n. 1, p. 198-233, 2010.

SARKAWI, A.; ABDULLAH, A.; DALI, N. The concept of sustainability from the islamic perspectives. **International Journal of Business, Economics and Law**, v. 9, n. 5, 2016.

SCHULTZ, P.; ZELEZNY, L. Values and Proenvironmental Behavior. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, v. 29, n. 4, p. 540–558, 1998.

SCHULTZ, P.; ZELEZNY, L.; DALRYMPLE, N. A Multinational Perspective on The Relation Between Judeo-Christian Religious Beliefs and Attitudes of Environmental Concern. **Environment and Behavior**, v. 32, n. 4, p. 576-591, 2000.

SCHULTZ, P.; SHRIVER, C.; TABANICO, J.; KHAZIAN, A. Implicit connections with nature. **Journal of Environmental Psychology**, v. 24, n. 1, p. 31-42, 2004.

SHAO, W. Weather, climate, politics, or God? Determinants of American public opinions toward global warming. **Environmental Politics**, v. 26, n. 1, p. 71–96, 2017.

SHARMA, M.; RANI, L. Environmentally Sustainable Consumption: a review and agenda for future research. **Global Journal of Finance and Management**. v. 6, n. 4, p. 367- 374, 2014.

SILVA, E. Religiosidade e meio ambiente: das críticas dos ambientalistas à construção de uma ecoteologia. **Revista Eletrônica Espaço Teológico**, v. 4, n.6, p. 132-140, jun./dez. 2010.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Tradução de Luiz Cláudio de Queiroz. 9. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SOUSA, E. **Orientação religiosa, valores pessoais e intenção empreendedora: evidências empíricas no Brasil e em Portugal**. 2020. Tese (Doutorado em Administração e Controladoria) – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

STARK, R.; GLOCK, C. American Piety: **The Nature of Religious Commitment**. Los Angeles: Berkeley University Press, 1968.

STEG, L.; VLEK, C. Encouraging pro-environmental behaviour: an integrative review and research agenda. **Journal of Environmental Psychology**, v. 29, n. 3, p. 309-317, 2009.

STEG, L.; BOLDERDIJK, J. W.; KEIZER, K.; PERLAVICIUTE, G. An Integrated Framework for Encouraging Pro-environmental Behaviour: The role of values, situational factors and goals. **Journal of Environmental Psychology**, v. 38, p. 104–115, 2014.

STUBBLEFIELD, J.; BOUMA, J. Religious Organizations Bringing Sustainability Closer to Reality: Academic Contributions to Environmental Sustainability and Climate Resilience that Can Help Faith Leaders Build Communities that Are Environmentally, Socially and Economically Sustainable: Part 1 — A Literature Review. *In*: LEAL FILHO, W.; MC-CREA, A. (Ed.). **Sustainability and the Humanities**. Springer, p. 141-159, 2019.

TAYLOR, B. A green future for religion? **Futures**, v. 36, n. 9, p. 991-1008, 2004.

TERPSTRA, V.; DAVID, K. **The Cultural Environment of International Business**. 3. ed. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Company, 1991.

THOMPSON, C. G.; BARTON, M. A. Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. **Journal of Environmental Psychology**, v. 14, n. 2, p. 149-157, 1994.

VERGARA, S. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2014.

WAHID, N. A.; RAHBAR, E.; SHYAN, T. S. Factors Influencing the Green Purchase Behavior of Penang Environmental Volunteers. **International Business Management**, v. 5, n. 1, p. 38-49, 2011.

WHITE JÚNIOR, L. The historical roots of our environmental crisis. **Science**, v. 155, n. 3767, p. 1203-1207, 1967.

WILKIE, W. L. **Consumer Behavior**. New York: John Wile & Sons, Inc., 1994.

ZANIRATO, S.; ROTONDARO, T. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade. **Estudos Avançados**, v. 30, n. 88, p. 77-92, 2016.

ZHIKUN, D.; FUNGFAI, N. Knowledge sharing among architects in a project design team: an empirical test of theory of reasoned action in China. **Chinese Management Studies**, v. 3, n 2, p. 130–142, 2009.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO FINAL

Meu nome é Rebeqa Sotero e sou estudante de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará (UFC). Juntamente com minha orientadora, Profa. Cláudia Buhamra, gostaria de convidar você a responder nossa pesquisa sobre religiosidade e sustentabilidade. Estou à disposição para quaisquer esclarecimentos através do e-mail rebeka@ufc.br. A sua participação é voluntária e muito importante. Os dados dos respondentes são confidenciais e serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

Prezado(a) respondente,

Indique, por favor, sua opinião em relação às seguintes afirmativas sobre religiosidade, com base na escala abaixo.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente

1	Gosto de ler sobre a minha religião.	1	2	3	4	5
2	Minha igreja é mais importante como um local para formular boas relações sociais.	1	2	3	4	5
3	Minhas crenças religiosas estão por trás de toda a minha abordagem da vida.	1	2	3	4	5
4	Oro principalmente porque fui ensinado a orar.	1	2	3	4	5
5	As orações que digo quando estou sozinho(a) têm tanto significado e emoções pessoais quanto as que eu digo durante as missas.	1	2	3	4	5
6	O principal objetivo da oração é obter alívio e proteção.	1	2	3	4	5
7	É importante para mim dedicar tempo à meditação e à oração pessoal.	1	2	3	4	5
8	Não importa tanto em que acredito, desde que leve uma vida moral.	1	2	3	4	5
9	Embora eu seja uma pessoa religiosa, eu me recuso a deixar que considerações religiosas influenciem meus assuntos cotidianos.	1	2	3	4	5
10	O objetivo da oração é garantir uma vida feliz e pacífica.	1	2	3	4	5
11	A principal razão do meu interesse pela religião é que ir para minha igreja representa uma atividade social agradável.	1	2	3	4	5
12	Eu sempre tento levar minha religião para todas as minhas outras relações na vida.	1	2	3	4	5
13	O que a religião mais me oferece é o conforto quando as tristezas e o infortúnio me atingem.	1	2	3	4	5
14	Uma razão para eu ser membro de uma congregação é que esse tipo de associação me ajuda a ser parte da comunidade.	1	2	3	4	5

15	Embora acredite em minha religião, sinto que há muitas coisas mais importantes na vida.	1	2	3	4	5
16	Muitas vezes, tenho uma percepção forte da presença de Deus.	1	2	3	4	5

Indique, por favor, sua opinião em relação às seguintes afirmativas sobre sustentabilidade, com base na escala abaixo.

1	2	3	4	5
Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Não concordo nem discordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente

17	Evitar desperdícios dos recursos naturais deve ser um compromisso de todos nós brasileiros.	1	2	3	4	5
18	A natureza tem uma capacidade inesgotável de se recuperar dos danos provocados pelas ações humanas.	1	2	3	4	5
19	Os homens estão abusando do meio ambiente.	1	2	3	4	5
20	Os problemas ambientais são consequência da vida moderna.	1	2	3	4	5
21	As pessoas exageram os problemas ambientais provocados pelo uso do automóvel.	1	2	3	4	5
22	O governo deveria se preocupar mais com os problemas sociais do que com os ambientais.	1	2	3	4	5
23	Se existissem mais campanhas esclarecendo a população sobre os problemas ambientais, a situação brasileira estaria melhor.	1	2	3	4	5
24	É possível manter o equilíbrio ecológico e ter uma boa qualidade de vida.	1	2	3	4	5
25	O equilíbrio da natureza é forte o suficiente para se ajustar aos impactos das nações industriais modernas.	1	2	3	4	5
26	Os ecologistas estão preocupados demais com as plantas e os animais e se esquecem das pessoas .	1	2	3	4	5
27	O consumismo agrava os problemas ambientais .	1	2	3	4	5
28	Reciclar latas de alumínio é uma fonte de economia para as indústrias.	1	2	3	4	5
29	O Brasil é um país com muitas riquezas naturais e é impossível que essas riquezas acabem apenas pelas ações humanas.	1	2	3	4	5
30	Se as coisas continuarem como estão, vivenciaremos em breve uma catástrofe ecológica.	1	2	3	4	5
31	A nossa qualidade de vida depende diretamente dos bens de consumo que possuímos.	1	2	3	4	5
32	Usar muito papel causa problemas sérios, mas eu não posso fazer nada sobre isso.	1	2	3	4	5
33	A luta dos ambientalistas ajuda a melhorar a nossa qualidade de vida.	1	2	3	4	5
34	A reciclagem contribui para a diminuição dos problemas ambientais gerados pelo uso abusivo de papéis .	1	2	3	4	5

35	Os recursos naturais estão aí para servir ao homem.	1	2	3	4	5
36	As pessoas deveriam boicotar as empresas que poluem o meio ambiente para exigir produtos ecologicamente corretos.	1	2	3	4	5
37	Evitar a compra de produtos poluentes faz com que as empresas se preocupem mais com o meio ambiente.	1	2	3	4	5
38	O lixo é responsabilidade apenas do órgão de limpeza urbana.	1	2	3	4	5
39	Separar o lixo conforme o tipo ajuda na preservação do meio ambiente.	1	2	3	4	5
40	A interferência dos seres humanos na natureza frequentemente produz consequências desastrosas .	1	2	3	4	5
41	O homem é o responsável pelo desequilíbrio na natureza.	1	2	3	4	5
42	Eu não compro produtos e alimentos que podem causar a extinção de algumas espécies animais e vegetais.	1	2	3	4	5
43	As pessoas que são importantes para mim se comportam de uma maneira ecologicamente correta.	1	2	3	4	5
44	Eu já troquei ou deixei de usar produtos por razões ecológicas.	1	2	3	4	5
45	Quando eu tenho que escolher entre dois produtos iguais, eu sempre escolho o que é menos prejudicial às outras pessoas e ao meio ambiente.	1	2	3	4	5
46	As pessoas que são importantes para mim me incentivam a me comportar de uma maneira ecologicamente correta.	1	2	3	4	5
47	Eu não compro produtos fabricados ou vendidos por empresas que prejudicam ou desrespeitam o meio ambiente.	1	2	3	4	5
48	Eu já convenci amigos ou parentes a não comprar produtos que prejudicam o meio ambiente.	1	2	3	4	5
49	As pessoas que são importantes para mim aprovariam se eu me comportasse de uma maneira ecologicamente correta.	1	2	3	4	5
50	Eu não compro produtos para minha casa que prejudicam o meio ambiente.	1	2	3	4	5
51	Quando eu compro produtos e alimentos as preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra.	1	2	3	4	5

DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. **Gênero:** () Feminino () Masculino

2. **Faixa etária:** () 14 a 17 anos () 18 a 24 anos () 25 a 39 anos
() 40 a 59 anos () 60 anos ou mais

3. **Estado Civil:** () Solteiro(a) () Casado(a) () Divorciado(a) () Separado(a) () Viúvo(a)

4. **Possui filhos?** () 0 () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 ou mais

5. **Em qual cidade você reside?** _____

6. Escolaridade: () Ensino Fund. () Ensino Médio () Graduação
() Pós-Graduação () Sem escolaridade

7. Renda Mensal Familiar: () Até R\$ 1.996,00 () De R\$ 1.996,01 a R\$ 3.992,00
() De R\$ 3.992,01 a R\$ 5.988,00 () De R\$ 5.988,01 a R\$ 9.980,00
() De R\$ 9.980,01 a R\$ 19.960,00 () Acima de R\$ 19.960,01

8. Qual sua afiliação religiosa? () Católica () Evangélica () Espírita Outra: _____

9. Você participa de algum grupo religioso: () Sim () Não

10. Se sim, há quanto tempo?

() Até 1 ano () De 1 a 3 anos () De 3 a 5 anos () De 5 a 10 anos () Mais de 10 anos