

NEGE

Documentos de Trabalho
Working Papers

11/2002

**Análise da Preocupação Ambiental: Uma Revisão
Bibliográfica das Primeiras Três Correntes de
Investigação**

Minoo Farhangmehr
Maria Teresa Soares Pereira

Dezembro 2002
December 2002

Núcleo de Estudos em Gestão
Management Research Unit
Universidade do Minho

Com o apoio da
Sponsored by
FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia

RESUMO

O estudo da preocupação dos indivíduos com o ambiente natural tem suscitado o desenvolvimento de diversas investigações acerca do tema. De acordo com Kilbourne e Beckmann (1998), estas pesquisas podem considerar-se organizadas em quatro correntes ou gerações, sendo que, as três primeiras têm um enfoque de micro marketing e a quarta já considera aspectos relacionados com o contexto cultural em que os indivíduos se inserem, assumindo uma macro abordagem. Neste trabalho, iremos abordar as três primeiras correntes de pesquisa, as quais, em grande parte dos casos, se focalizam na análise das atitudes e comportamentos dos indivíduos face ao ambiente, procurando relacionar estas duas dimensões e determinar o perfil do indivíduo que revela preocupações ambientais. Apresentaremos as investigações que se consideram incluídas nestas correntes, as dimensões usadas para analisar o conceito de “preocupação ambiental” e os principais resultados alcançados de uma forma global e comparativa.

ABSTRACT

The study of individuals' environmental concern has aroused the development of several researches on the subject. According to Kilbourne and Beckmann (1998), these researches can be categorized within four research streams, having the first three a micro marketing focus while the fourth encompass items related with the cultural context in which the individuals are inserted, assuming, then, a macro approach. In this work, we shall consider the first three research streams, which, in most cases, have their focus on the attitudes and behavior of individuals towards the environment, aiming to study the association between these two dimensions and to determine the profile of the individual with environmental concerns. We will present these researches, the dimension used to analyze the concept of “environmental concern”, and the main results achieved on a global and comparative form.

ÍNDICE

RESUMO E ABSTRACT	2
1. PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL	4
1.1 - Primeira Corrente de Pesquisa	5
1.2 - Segunda Corrente de Pesquisa	7
1.3 - Terceira Corrente de Pesquisa	8
1.4 - Síntese dos Resultados Alcançados no Âmbito das Três Correntes de Pesquisa	12
2. IMPULSO PARA A QUARTA CORRENTE DE PESQUISAS DA PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL: RECONHECIMENTO DA NECESSIDADE DE ABORDAGEM MAIS ABRANGENTE	14
3. CONCLUSÃO	17
BIBLIOGRAFIA	18
APÊNDICES	24

1. PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL

Nas últimas décadas tem-se assistido a uma degradação global do ambiente, marcada por “desastres” ecológicos, como sejam, o acidente de *Chernobyl*, a erosão da camada de ozono, o aquecimento global do ambiente, a extinção de milhares de espécies, a destruição das florestas, as chuvas ácidas, a poluição das águas e dos solos, entre muitos outros. O reconhecimento desta realidade, irrefutável pelas evidências científicas, e o intenso interesse e divulgação que os meios de comunicação social lhe dedicam, têm motivado o crescimento de alguma preocupação ambiental no seio da opinião pública e entre os consumidores, conduzindo à intensificação de grupos de pressão e de legislação específica com vista a minorar os impactos ambientais (Peattie e Charter, 1994). Estes factores têm impulsionado a consideração do ambiente natural nas práticas e decisões empresariais e, em particular, nas actividades de marketing.

Assim, vários investigadores na área de marketing, têm analisado a preocupação dos indivíduos com o mesmo. Encarada como os sentimentos detidos acerca de vários aspectos relacionados com o ambiente natural (Zimmer *et al*, 1994), a preocupação ambiental é reconhecida como uma condição necessária para a adopção de comportamentos menos prejudiciais ao ambiente (Maloney e Ward, 1973; Krause, 1993; Grasso *et al*, 1997).

De acordo com Kilbourne e Beckmann (1998), as investigações acerca da preocupação ambiental dos consumidores podem considerar-se organizadas em quatro correntes de pesquisa, sendo que, as três primeiras têm um enfoque de micro marketing, centrando-se fundamentalmente nas atitudes e comportamentos dos indivíduos face ao ambiente natural, e a quarta, considerando aspectos relacionados com o contexto cultural em que os indivíduos estão inseridos, assume uma macro abordagem. Neste trabalho, iremos atender às três primeiras correntes de pesquisa.

De facto, são vários os autores que sugerem que a preocupação ambiental deve ser percebida de acordo com duas dimensões principais, uma relacionada com as atitudes ambientais e outra associada aos comportamentos específicos dos indivíduos

relativamente ao ambiente, quer enquanto cidadãos, quer enquanto consumidores (Kinneer e Taylor, 1973; Kinneer *et al*, 1974; Webster, 1975; Arbuthnot, 1977; Balderjahn, 1988; Schwepker e Cornwell, 1991; Grunert e Juhl, 1995; Stanley e Lasonde, 1996; Schelgelmilch *et al*, 1996; Li, 1997, entre outros). Depois de uma breve introdução dos tópicos que os autores usaram para medir estas duas dimensões através da aplicação de questionários, discutir-se-ão, comparativamente, os resultados encontrados nas três correntes de pesquisa. Procurar-se-á, também, delinear o perfil do indivíduo que demonstra preocupações ambientais, em termos das suas variáveis sócio-demográficas.

Nas Tabelas A.1, A.2 e A.3 em Apêndice (pág. 24) apresentam-se, respectivamente e de uma forma sucinta, as principais pesquisas contempladas nas três correntes, a forma como abordaram a preocupação ambiental dos indivíduos e os principais resultados alcançados.

1.1 - Primeira Corrente de Pesquisa

A década de setenta testemunha o surgimento e o crescimento do interesse do marketing no ambiente natural.

Procura-se operacionalizar e medir a consciência social ou a preocupação ambiental dos indivíduos e estabelecer relacionamentos entre estas variáveis, traduzidas muitas vezes pelo conceito de atitudes ambientais, e variáveis destinadas a analisar o comportamento ambiental das pessoas, associado, por exemplo, à participação em acções de reciclagem, e à preferência por produtos menos prejudiciais ao ambiente (Kilbourne e Beckmann, 1998).

Quanto ao primeiro aspecto, as atitudes em relação ao ambiente, os principais tópicos apreciados têm um enfoque muito expressivo na poluição, que, embora sendo aludida em todos os estudos mencionados, tem um carácter dominante em Kassarian (1971), Kinneer e Taylor (1973), Kinneer *et al* (1974) e Weigel e Weigel (1978). Outros tópicos igualmente tratados incluem a percepção do papel e responsabilidade do governo face aos problemas ambientais (Maloney e Ward, 1973; Kinneer e Taylor,

1973; Kinnear *et al*, 1974; Maloney *et al*, 1975; Weigel e Weigel, 1978, entre outros), e das actuações e responsabilidade das empresas face aos problemas ambientais (Maloney e Ward, 1973; Kinnear e Taylor, 1973; Kinnear *et al*, 1974; Maloney *et al*, 1975; Webster, 1975; Weigel e Weigel, 1978).

O grau de interesse ou de preocupação que os indivíduos afirmam ter para com os problemas ambientais constitui um assunto igualmente discutido em algumas pesquisas (Kassarjian, 1971; Kinnear e Taylor, 1973; Kinnear *et al*, 1974).

Um importante aspecto a destacar nestas pesquisas consiste na introdução do conceito de “percepção da eficácia do consumidor” por Kinnear *et al* (1974), sendo depois também estudado por Webster (1975) e Arbuthnot (1977). Pode definir-se como a “extensão pela qual o inquirido acredita que um consumidor individual pode ser eficaz na diminuição da poluição” (Kinnear *et al*, 1974: 21), sendo analisada pelos autores através da afirmação “É inútil ao consumidor individual tentar fazer algo acerca da poluição”. Arbuthnot (1977) utiliza a designação de “impotência ambiental” para se referir a um conceito muito semelhante ao da “percepção da eficácia do consumidor”, uma vez que pretende avaliar a opinião dos inquiridos sobre se “vale ou não a pena” preocuparem-se com a poluição, uma vez que são, supostamente, as grandes organizações as responsáveis por ela.

Os constrangimentos que os consumidores afirmam estar dispostos a assumir para proteger o ambiente, ou seja, as suas intenções comportamentais, são também analisados neste âmbito, quer de um modo global (Weigel e Weigel, 1978), quer numa perspectiva específica, em relação à disponibilidade para, pagar mais por uma gasolina menos poluente (Kassarjian, 1971), contribuir monetariamente para a protecção do ambiente (Maloney e Ward, 1973; Maloney *et al*, 1975; Weigel e Weigel, 1978), aceitar um desempenho inferior de um produto menos prejudicial ao ambiente (Kinnear e Taylor, 1973; Maloney e Ward, 1973; Kinnear *et al*, 1974; Maloney *et al*, 1975), limitar a utilização do automóvel (Maloney e Ward, 1973; Maloney *et al*, 1975; Webster, 1975; Weigel e Weigel, 1978), entre outros aspectos.

No que concerne aos comportamentos em relação ao ambiente, estes versam, em grande parte dos casos, em comportamentos de consumo, analisados numa perspectiva

global (Kinneer e Taylor, 1973; Kinneer *et al*, 1974; Maloney e Ward, 1973; Maloney *et al*, 1975; Weigel e Weigel, 1978), e, especificamente, em relação a alguns bens como detergentes (Kinneer e Taylor, 1973; Kinneer *et al*, 1974), ou gasolina (Kassarjian, 1971). A consideração das embalagens dos produtos, é outro comportamento de consumo contemplado em pesquisas como as de Maloney e Ward (1973), Maloney *et al* (1975) e Webster (1975). Para além disso, estudam-se também os comportamentos de reciclagem dos indivíduos (nomeadamente em, Maloney e Ward, 1973; Webster, 1975; Arbuthnot, 1977; Weigel e Weigel, 1978). Analisa-se, ainda, a modificação de certos comportamentos de compra em benefício do ambiente, nomeadamente, tendo em consideração no processo de decisão de compra, à poluição causada pelos produtos (Kinneer e Taylor, 1973; Kinneer *et al*, 1974; Maloney e Ward, 1973; Maloney *et al*, 1975), e à extinção de espécies associada ao consumo de certos bens (Weigel e Weigel, 1978).

1.2 - Segunda Corrente de Pesquisa

Os anos oitenta assistem a uma segunda corrente de pesquisa, marcada pela continuação das pesquisas na área e pelo facto da “poupança ou preservação de energia” passar a dominar algumas das investigações (Kilbourne e Beckmann, 1998).

Os estudos incluídos nesta corrente prosseguem os esforços em analisar a relação entre as atitudes e os comportamentos adoptados face ao ambiente. As primeiras são estudadas através de aspectos como, a poluição (Van Liere e Dunlap, 1981; Balderjahn, 1988; Samdhal e Robertson, 1989), a posição dos indivíduos face à legislação ambiental e às actuações do governo em matéria ambiental (Van Liere e Dunlap, 1981; Allen, 1982; Samdhal e Robertson, 1989), o crescimento populacional (Van Liere e Dunlap, 1981), a energia nuclear (Balderjahn, 1988), o uso de fertilizantes e produtos químicos na agricultura (Samdhal e Robertson, 1989), entre outros.

A análise dos comportamentos de consumo em relação ao ambiente incide amplamente em questões relacionadas com a diminuição do consumo. Neste âmbito, discute-se a necessidade de restringir bens como a energia, especialmente a eléctrica (Allen, 1982; Anderson e Claxton, 1982; Balderjahn, 1988; Samdhal e Robertson, 1989), e o automóvel (Cowles e Crosby, 1986; Balderjahn, 1988; Samdhal e Robertson,

1989). A diminuição do consumo em geral é ainda sugerida em alguns itens da escala de Balderjahn (1989), no conceito de “simplicidade voluntária” (Leonard-Barton, 1981; Cowles e Crosby, 1982) e nas medidas de comportamento ecológico de Samdhal e Robertson (1989). Neste último trabalho, à semelhança do que ocorreu com algumas pesquisas da primeira geração, analisa-se o comportamento de consumo relativamente aos detergentes, no que concerne à preocupação com o nível de fosfatos dos mesmos. Os comportamentos de reciclagem são ainda estudados na pesquisa de Cowles e Crosby (1986).

A “eficácia percebida pelo consumidor” é novamente estudada por Allen (1982) que, à semelhança de Kinnear *et al* (1974) define este conceito como a “extensão pela qual a pessoa acredita que o seu consumo individual está relacionado com ou afecta um problema *societal*...” (p. 381).

1.3 - Terceira Corrente de Pesquisa

O interesse do marketing e de outras áreas de saber na temática ambiental marca profundamente a década de noventa, a ponto desta merecer o título de “Década do Ambiente” (Zaman *et al*, 1996; Stanley e Lasonde, 1996; Peattie, 1999) ou de “Década Verde” (Fuller, 1999), justificando a consideração de uma terceira corrente de pesquisa.

No âmbito desta corrente, prosseguem-se os esforços em estudar o relacionamento entre as atitudes e os comportamentos em relação ao ambiente. Os aspectos considerados na análise das primeiras relacionam-se com uma grande variedade de aspectos ambientais como, a poluição (Schwepker e Cornwell, 1991; Krause, 1993; Zimmer *et al*, 1994; Grunert e Juhl, 1995; Stone *et al*, 1995; Stanley e Lasonde, 1996; Zaman *et al*, 1996; Bhate e Lawer, 1997; Li, 1997), o excesso de lixo (Schwepker e Cornwell, 1991; Zimmer, 1994; Stanley e Lasonde, 1996), os resíduos tóxicos (Krause, 1993; Zimmer *et al*, 1994), o crescimento populacional (Krause, 1993; Zimmer *et al*, 1994), o papel do governo face aos problemas ambientais (Grunert e Juhl, 1995), entre outros. Para além destes, as descobertas amplamente divulgadas neste período acerca da erosão da camada de ozono e do aquecimento global do planeta são também sentidas nas investigações da preocupação ambiental dos indivíduos,

reflectindo-se nas pesquisas de Krause (1993), Zimmer *et al*, (1994) e Stone *et al* (1995).

O estudo de conceitos semelhantes à “eficácia percebida pelo consumidor”, é novamente tratado nas pesquisas de Schwepker e Cornwell (1991), Stone *et al* (1995) e Zaman *et al* (1996). Os autores estudam esta dimensão avaliando a percepção dos indivíduos da sua capacidade de controlar o destino e de ajudar a salvar o ambiente. Para o efeito, Stone *et al* (1995) utilizam afirmações como “Não há nada que o cidadão comum possa fazer para acabar com a poluição ambiental” e “O meu envolvimento de hoje nas actividades ambientais irá ajudar a salvar o ambiente para as futuras gerações” (Stone *et al*, 1995: 604).

Por sua vez, os comportamentos em relação ao ambiente estão associados a acções ou intenções comportamentais como, a consideração da embalagem do produto no processo de decisão de compra (Schwepker e Cornwell, 1991; Roper Organization, 1992 em Ottman, 1994; Stanley e Lasonde, 1996; Zaman *et al*, 1996; Tarrant e Cordell, 1997) e a contribuição monetária para causas ambientais (Li, 1997; Tarrant e Cordell, 1997). Neste âmbito, é também novamente investigada a disposição demonstrada para reduzir o consumo em geral (Stanley e Lasonde, 1996), e especificamente o consumo da água (Krause, 1993; Stanley e Lasonde, 1996), da electricidade (Krause, 1993; Zimmer *et al*, 1994; Zaman *et al*, 1996; Stanley e Lasonde, 1996), e a utilização do automóvel (Krause, 1993; Roper Organization, 1992 em Ottman, 1994; Zimmer *et al*, 1994; Stanley e Lasonde, 1996; Zaman *et al*, 1996; Tarrant e Cordell, 1997). Os detergentes, com ou sem fosfatos, constituem um bem de consumo novamente investigado (Giannelloni, 1995; Zaman *et al*, 1996; D’Astous *et al*, 1997; Schlegelmilch *et al*, 1996), bem como as pilhas (D’Astous *et al*, 1997), os produtos não testados em animais (Schlegelmilch *et al*, 1996), entre outros. Ainda no âmbito do comportamento de consumo, analisa-se a disposição dos indivíduos para deixar de comprar produtos ou para trocar produtos habitualmente comprados por razões ambientais (Grunert e Juhl, 1995; Stone *et al*, 1995; Schlegelmilch *et al*, 1996; Tarrant e Cordell, 1997; Li, 1997).

Ao contrário do que ocorre na geração de pesquisas anterior, os comportamentos de separação do lixo para reciclagem assumem, na terceira corrente de pesquisa, um elevado realce, sendo investigados por autores como Schwepker e Cornwell (1991),

Roper Organization (1992) em Ottman, 1994, Jackson *et al* (1993), Zimmer *et al* (1994), Grunert e Juhl (1995); Schlegelmilch *et al* (1996), Stanley e Lasonde (1996), Zaman *et al* (1996) e Tarrant e Cordell (1997). Outro tópico relativo a comportamentos também investigado traduz-se no interesse demonstrado pelos assuntos ambientais, designadamente através da leitura de livros ou assistência a documentários acerca do ambiente (Grunert e Juhl, 1995; Tarrant e Cordell, 1997).

Nas tabelas seguintes (Tabela 1 e Tabela 2) sintetizam-se os principais tópicos considerados nestas correntes no que concerne ao estudo das atitudes e comportamentos dos indivíduos.

Tabela 1 – Atitudes face ao Ambiente: Principais Tópicos Considerados no Âmbito das Três Correntes de Pesquisa

Tópicos Considerados	Autores
Poluição	Kassarjian (1971); Kinnear e Taylor (1973); Maloney e Ward (1973); Kinnear <i>et al</i> (1974); Maloney <i>et al</i> (1974); Weigel e Weigel (1978); Van Liere e Dunlap (1981); Balderjahn (1988); Samdahl e Robertson (1989); Schwepker e Cornwell (1991); Krause (1993); Zimmer <i>et al</i> (1994); Stone <i>et al</i> (1995); Stanley e Lasonde (1996)
Excesso de lixo	Schwepker e Cornwell (1991); Zimmer <i>et al</i> (1994); Stanley e Lasonde (1996)
Percepção do Papel dos Governos/Legislação face aos Problemas Ambientais	Maloney e Ward (1973); Kinnear e Taylor (1973); Kinnear <i>et al</i> (1974); Maloney <i>et al</i> (1975); Webster (1975); Weigel e Weigel (1978); Val Liere e Dunlap (1981); Allen (1982); Samdahl e Robertson (1989); Grunert e Juhl (1995)
Percepção do Papel e Responsabilidade das Empresas face aos Problemas Ambientais	Maloney e Ward (1973); Kinnear e Taylor (1973); Kinnear <i>et al</i> (1974); Maloney <i>et al</i> (1975); Webster (1975); Weigel e Weigel (1978); Zaman <i>et al</i> (1996)
Grau de interesse/preocupação para com os Problemas Ambientais	Kassarjian (1971); Kinnear e Taylor, 1973; Kinnear <i>et al</i> (1974)
Crescimento Populacional	Van Liere e Dunlap (1981)
Destruição da Camada de Ozono/Aquecimento do Planeta	Krause (1993); Zimmer <i>et al</i> (1994); Stone <i>et al</i> (1995); Zaman <i>et al</i> (1996)
Resíduos Tóxicos/ Energia Nuclear	Balderjahn (1988); Krause (1993); Zimmer <i>et al</i> (1994)
Preocupações com Energia	Allen (1982); Anderson e Claxton (1982); Balderjahn (1988); Samdhal e Robertson (1989); Zimmer <i>et al</i> (1994)
Percepção da Eficácia Individual (ou conceitos semelhantes)	Kinnear <i>et al</i> (1974); Webster (1975); Arbuthnot (1977); Allen (1982); Schwepker e Cornwell (1991); Stone <i>et al</i> (1995); Zaman <i>et al</i> (1996)

Tabela 2 – Intenções Comportamentais e Comportamentos face ao Ambiente: Principais Tópicos Considerados no Âmbito das Três Correntes de Pesquisa

Tópicos Considerados	Autores
Disponibilidade para Pagar mais por Produto Menos Poluente/ Contribuição Monetária para Causas Ambientais	Kassarjian (1971); Li (1997); Tarrant e Cordell (1997)
Aceitar um Desempenho Inferior de um Produto Menos Prejudicial ao Ambiente	Kinnear e Taylor (1973); Maloney e Ward (1973); Kinnear <i>et al</i> (1974); Maloney <i>et al</i> (1975)
Deixar de comprar produtos por razões ambientais;	Kinnear e Taylor, 1973; Kinnear <i>et al</i> , 1974 Maloney e Ward, 1973; Maloney <i>et al</i> , 1975; Weigel e Weigel, 1978; Grunert e Juhl, 1995; Stone <i>et al</i> , 1995; Schlegelmilch <i>et al</i> , 1996; Tarrant e Cordell, 1997; Li, 1997
Contribuir Monetariamente para a Protecção do Ambiente	Maloney e Ward (1973); Maloney <i>et al</i> (1975); Weigel e Weigel (1978)
Limitar a utilização do automóvel	Maloney e Ward (1973); Maloney <i>et al</i> (1975); Webster (1975); Weigel e Weigel (1978); Cowles e Crosby (1986); Balderjahn (1988); Samdhal e Robertson (1989); Krause (1993); Roper Organization (1992) em Ottman (1994); Zimmer <i>et al</i> (1994); Stanley e Lasonde (1996); Zaman <i>et al</i> (1996); Tarrant e Cordell (1997).
Limitar o consumo da energia eléctrica	Allen (1982); Anderson e Claxton (1982); Balderjahn (1988); Samdhal e Robertson (1989); Krause (1993); Zimmer <i>et al</i> (1994); Zaman <i>et al</i> (1996); Stanley e Lasonde (1996)
Limitar o Consumo de Água	Krause (1993); Stanley e Lasonde (1996)
Limitar o Consumo em Geral	Balderjahn (1989); Leonard-Barton (1981); Cowles e Crosby (1982); Samdhal e Robertson (1989); Stanley e Lasonde (1996)
Consumo de Detergentes	Kinnear e Taylor (1973); Kinnear <i>et al</i> (1974); Samdhal e Robertson (1989); Giannelloni (1995); Zaman <i>et al</i> , (1996); D'Astous <i>et al</i> (1997); Schlegelmilch <i>et al</i> , (1996);
Consideração da Embalagem nas Decisões de Compra	Maloney e Ward (1973), Maloney <i>et al</i> (1975); Webster (1975); Schwepker e Cornwell (1991); Roper Organization (1992) em Ottman (1994); Stanley e Lasonde (1996); Zaman <i>et al</i> (1996); Tarrant e Cordell, (1997)
Comportamentos de Reciclagem	Maloney e Ward (1973); Webster (1975); Arbuthnot (1977); Weigel e Weigel (1978); Cowles e Crosby (1986), Schwepker e Cornwell (1991), Roper Organization (1992) em Ottman (1994), Jackson <i>et al</i> (1993), Zimmer <i>et al</i> (1994), Grunert e Juhl (1995); Schlegelmilch <i>et al</i> (1996), Stanley e Lasonde (1996), Zaman <i>et al</i> (1996) e Tarrant e Cordell (1997).

1.4 Síntese dos Resultados Alcançados nas Três Correntes de Pesquisa

A percepção que os indivíduos têm da relevância das suas acções individuais face ao ambiente revela ser uma dimensão importante para a compreensão dos seus comportamentos “ambientais”. Constatou-se que, quanto mais confiança os indivíduos têm de que as suas actuações individuais terão algum impacto no ambiente, mais provável é que adoptem comportamentos “amigos” do ambiente (Kinnear *et al*, 1974; Webster, 1975; Arbuthnot, 1977; Allen, 1982; Balderjahn, 1988; Schwepker e Cornwell, 1991; Stone *et al*, 1995; Straughan e Roberts, 1999). A relevância deste resultado reside na constatação de que é necessário comunicar aos indivíduos que as suas actuações são significativas, de forma a que estes considerem “útil” a adopção de comportamentos favoráveis ao ambiente. O estudo de Zaman *et al* (1996) é o único que, tendo estudado a relação entre estas variáveis, não detectou qualquer associação entre elas.

Verifica-se, também, que as preocupações expressas pelas atitudes ambientais dos indivíduos influenciam positivamente os seus comportamentos face ao ambiente natural (Kinnear e Taylor, 1973; Kinnear *et al*, 1974; Maloney e Ward, 1973; Maloney *et al*, 1975; Webster, 1975; Weigel e Weigel, 1978; Allen, 1982; Balderjahn, 1988; Samdahl e Roberts, 1989; Schwepker e Cornwell, 1991; Krause, 1993; Jackson *et al*, 1993; Grunert e Juhl, 1995; Stone *et al*, 1995; Schlegelmilch *et al*, 1996; Stanley e Lasonde, 1996; Zaman *et al*, 1996; D’Astous *et al*, 1997; Grasso *et al*, 1997; Li, 1997).

Todavia, ao mesmo tempo que se encontra esta associação entre as duas dimensões, constatou-se que existe alguma discrepância entre ambas. Assim, enquanto que os níveis de preocupação ambiental, medidos através de diferentes escalas, têm aumentado em muitos casos nos últimos anos (Stone *et al*, 1995), a intensidade desta preocupação não é, em geral, acompanhado por comportamentos “ambientalmente” responsáveis (Samdahl e Roberston, 1989; Thompson e Barton, 1994; Schlegelmilch *et al*, 1996; Kilbourne *et al*, 1997; Beckmann *et al*, 1997; Christensen *et al*, 2000). Vários autores como Maloney e Ward (1973), Van Liere e Dunlap (1981), Krause (1993), Scott e Willits (1994), Ölander e Thøgersen (1995), Zinkhan e Carlson (1995), Laroche *et al* (1996), Zaman *et al* (1996), Beckmann e Kilbourne (1997), Lee e Ahmad (1997), Tarrant e Cordell (1997), entre outros, sugerem existir uma discrepância, conhecida por

gap entre as atitudes e os comportamentos ambientais, traduzido no facto de certas atitudes não conduzirem, necessariamente, a acções “ambientais” concordantes.

Para além desta discrepância encontrada, verifica-se que os resultados das diferentes pesquisas não são consensuais relativamente ao perfil sócio-demográfico do indivíduo preocupado com o ambiente. Assim, alguns estudos referem que tende a tratar-se de alguém do sexo feminino (Webster, 1975; Zaman *et al*, 1996; Grasso *et al*, 1997; Straughan e Roberts, 1999), embora Li (1997) tenha chegado a um resultado contrário. Por seu lado, enquanto que as pesquisas de Van Liere e Dunlap (1980), Giannelloni (1995), Zaman *et al* (1996) e Straughan e Roberts (1999) sugerem tratar-se de uma pessoa mais jovem, Anderson e Cunningham (1972), Balderjahn (1988), Li (1997), Samdahl e Roberston (1989) e Krause (1993) consideram que o indivíduo preocupado com o ambiente tende a ter mais idade. Existe, contudo, algum consenso em que o nível de rendimento ou a classe social do indivíduo mais “amigo” do ambiente tende a ser superior (Kinneer *et al* 1974, Webster, 1975, Arbuthnot, 1977; Balderjahn, 1988; Lee e Ahmad, 1997; Li, 1997; Straughan e Roberts, 1999). De forma semelhante, Anderson e Cunningham (1972), Arbuthnot (1977), Van Liere e Dunlap (1980), Balderjahn (1988), Giannelloni (1995) e Straughan e Roberts (1999), concordam que o seu nível educacional tende a ser mais elevado, pese embora Samdahl e Roberston (1989) tenha chegado a um resultado oposto.

2. IMPULSO PARA A QUARTA CORRENTE DE PESQUISAS DA PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL: RECONHECIMENTO DA NECESSIDADE DE ABORDAGEM MAIS ABRANGENTE

Face às disparidades encontradas entre os resultados das diversas pesquisas tomadas no seu conjunto, vários autores procuraram possíveis explicações para o facto.

A utilização de diferentes escalas nas diversas investigações para medir a preocupação e o comportamento “ambiental” dos consumidores aparece como uma primeira explicação, à partida bastante óbvia, para a falta de consenso verificado entre os vários estudos (Van Liere e Dunlap, 1980, 1981; Allen, 1982; Balderjahn, 1988; Zimmer *et al*, 1994; Roozen e De Pelsmacker, 1997; Tarrant e Cordell, 1997; Peattie e Charter, 1999).

Por outro lado, e especificamente em relação ao *gap* verificado entre as atitudes e os comportamentos dos indivíduos face ao ambiente, este pode ser parcialmente explicado pelo facto da avaliação da preocupação ambiental dos indivíduos ser propensa à obtenção de *respostas socialmente desejáveis*. Este facto, referido entre outros autores, por Krause (1993), Zinkhan e Carlson (1995), Banerjee (1996), Stanley e Lasonde (1996), D’Astous *et al* (1997), Roozen e De Pelsmacker (1997) e Follows e Jobber (2000), pode enviesar os resultados no sentido dos mesmos indicarem erroneamente a existência de uma elevada preocupação ambiental, traduzida pelas variáveis associadas às atitudes ambientais. Quando questionados concretamente acerca dos seus comportamentos, os indivíduos tenderão a reflectir melhor as suas reais actuações (D’Astous, 1997).

O balanço entre custos e benefícios associados aos comportamentos “ambientais” consiste noutro aspecto que pode condicionar os mesmos e assim ajudar a compreender a razão pela qual os indivíduos, embora afirmem e possam realmente sentir preocupação com o ambiente, não se comportem de acordo com aquilo que a mesma faria esperar. É que os comportamentos menos prejudiciais ao ambiente envolvem, em geral, algum tipo de esforço ou sacrifício por parte de quem os pratica, que podem inibir a sua realização (Jackson *et al*, 1993; Krause, 1993; Stanley e

Lasonde, 1996; Peattie e Charter, 1999). Por exemplo, comprar produtos “verdes” pode ser mais caro do que as alternativas não “verdes”, reciclar envolve tempo e esforço, adoptar um comportamento de consumo mais “ambiental” pode obrigar a procurar um distribuidor que tenha o produto “verde”, ou ter que aceitar um desempenho técnico inferior do produto, entre outros aspectos.

A dificuldade na execução de certos comportamentos é agravada pelo facto de que, enquanto que os possíveis custos associados aos mesmos ocorrem a curto prazo (ou de forma imediata) e são imputados unicamente ao indivíduo que os adopta, os seus impactos *societais* apenas se fazem sentir a longo prazo, revertendo para toda a sociedade em geral (Van Dam e Apeldoorn, 1996).

Poderão também existir outros factores externos, para além das atitudes ou preocupação demonstrada pelos indivíduos que interfiram na adopção de determinados comportamentos (Guagnano *et al*, 1995; Laroche *et al*, 1996; Tarrant e Cordell, 1997). Associada a esta explicação encontra-se a necessidade de analisar os aspectos antecedentes e subjacentes à preocupação ambiental. De facto, a grande parte das pesquisas consideradas cingem-se ao estudo do relacionamento entre atitudes e comportamentos, e das características sócio-demográficas associadas aos mesmos, ignorando as razões que estão na base da sua formação. Esta “lacuna”, verificada na maioria das investigações realizadas até à terceira corrente, visa ser colmatada pelos estudos da quarta corrente (Beckmann e Kilbourne, 1997; Kilbourne *et al*, 1997; Beckmann *et al*, 1997, 1998, Christensen *et al*, 2000). Apesar de se tratar de uma abordagem praticamente ausente nas investigações realizadas nas gerações anteriores, já vários autores haviam alertado para esta insuficiência (como por exemplo, Kassarijan, 1971; Arbutnot, 1977; Weigel e Weigel, 1978; Van Liere e Dunlap, 1980, 1981; Samdahl e Robertson, 1989; Jackson *et al*, 1993; Zimmer *et al*, 1994; Zaman *et al*, 1996), apontando a necessidade de incluir variáveis de âmbito mais alargado, como sejam, dimensões associadas aos valores dos indivíduos e às suas percepções acerca da importância relativa do ambiente e da Natureza, face a aspectos económicos e políticos, e face à importância do Homem.

A génese da quarta corrente de pesquisa que emerge em alguns estudos realizados a partir de meados da década de noventa, reside precisamente no

reconhecimento da necessidade de incluir na análise do comportamento ambiental factores externos ao indivíduo relacionados com o contexto social em que o mesmo está inserido. Estes revelar-se-ão extremamente importantes no entendimento da preocupação ambiental.

3. CONCLUSÃO

A preocupação ambiental dos indivíduos foi, durante as três primeiras correntes de pesquisa, analisada, fundamentalmente, através do estudo do relacionamento entre as atitudes e os comportamentos adoptados face ao ambiente natural. Nas diversas investigações, as atitudes foram investigadas em relação a aspectos como a poluição, o excesso de lixo, a percepção da actuação dos governos face ao ambiente, a percepção da responsabilidade das empresas pela degradação do ambiente, o grau de preocupação para com os problemas ambientais, o crescimento populacional, a erosão da camada de ozono, entre outros. A dimensão comportamental centrou-se fundamentalmente na análise de comportamentos de consumo (como a disponibilidade para pagar mais ou aceitar um desempenho inferior de um produto menos prejudicial ao ambiente), comportamentos de redução de consumo (nomeadamente do automóvel, da energia eléctrica, da água, e do consumo em geral), e comportamentos de reciclagem. Procurou-se, igualmente, determinar as características sócio-demográficas do indivíduos com preocupações ambientais.

Embora as diversas pesquisas realizadas demonstrem a existência de uma associação entre as atitudes verbais e os comportamentos concretos dos indivíduos em relação ao ambiente, constata-se também que as primeiras são, geralmente, mais intensas do que os segundos. Ou seja, os indivíduos demonstram fortes atitudes ambientais que não são acompanhadas, com a mesma intensidade, pelos seus comportamentos. Por outro lado, não se atingiu um consenso relativamente ao perfil do indivíduos “preocupado” com o ambiente, embora a maioria dos estudos revistos apresente alguma concordância em relação ao facto de que os indivíduos do sexo feminino, com um elevado rendimento e/ou classe social e com um elevado nível educacional, apresentam uma maior tendência para adoptarem comportamentos favoráveis ao ambiente. A percepção dos indivíduos acerca da eficácia das suas contribuições para o ambiente natural revelou ser uma variável extremamente importante para a adopção de comportamentos favoráveis ao ambiente.

A discrepância verificada entre alguns resultados sugere a importância de considerar outras variáveis, relacionadas com o contexto cultural em que o indivíduo se

insere, no entendimento da preocupação ambiental. Este reconhecimento constituirá a gênese da quarta corrente de pesquisas.

BIBLIOGRAFIA

- Allen, Chris T. (1982). "Self-Perception Based Strategies for Stimulating Energy Conservation", *Journal of Consumer Research*, vol. 8, March, pp. 381-390.
- Anderson, W. Thomas e William H. Cunningham (1972). "The Socially Conscious Consumer", *Journal of Marketing*, vol. 36, pp. 23-31.
- Anderson, C. Dennis e John D. Claxton (1982). "Barriers to Consumer Choice of Energy Efficient Products", *Journal of Consumer Research*, vol. 9, September, pp. 163-170.
- Arbuthnot, Jack (1977). "The Roles of Attitudinal and Personality Variables in the Prediction of Environmental Behavior and Knowledge", *Environment and Behavior*, vol. 9, nº 2, June, pp. 217-232.
- Balderjahn, Ingo (1988). "Personality Variables and Environmental Attitudes as Predictors of Ecologically Responsible Consumption Patterns", *Journal of Business Research*, nº 17, pp. 51-56.
- Beckmann, Suzanne e William E. Kilbourne (1997). "The Interplay Between the Dominant Social Paradigm and Value Systems: Influences on Danish Business Students' Environmental Concern", *Working Paper of the Research Group "Consumption, Environment and Culture"*, nº 4, July, Copenhagen Business School, pp. 1-24.
- Beckmann, Suzanne C.; Kilbourne, William E., Dam, Ynte van e Mercedes Pardo (1997). "Anthropocentrism, Value Systems, and Environmental Attitudes: A Multi-National Comparison" in Per Andersson (ed.), *Proceedings of the 27th EMAC Conference*, Track 6, May, Stockholm, pp. 329-347.
- Beckmann, Suzanne C.; Kilbourne, William E.; Thelen, Eva; Botschen, Martin; Botschen, Gunter e Jack Carlsen (1998). "Socio-Economic Dimensions of the DSP: A Multi-National Comparison of their Role in Environmental Concern", *Working Paper of the Research Group "Consumption, Environment and Culture"*, nº 5, May, Copenhagen Business School, pp. 1-20.

- Christensen, Annemarie G.; Beckmann, Suzanne C. e Alice Slater Christensen (2000). "Environment-related Consumer Behaviour in a Macro-cultural Perspective: An Anthropological Approach for Revealing Consumers' Contemporary Worldviews as Antecedents of Behaviour" in Wierenga, Berenda; Smidts, Ale e Gerrit Antonides (eds.), *Proceedings of the 29th EMAC Conference*, Track: Consumer Behaviour, May, Rotterdam, Denmark, pp. 1-5.
- Cowles, Deborah e Lawrence A. Crosby (1986). "Measure Validation in Consumer Research: A Confirmatory Factor Analysis of the Voluntary Simplicity Lifestyle Scale", *Advances in Consumer Research*, vol. 13, pp. 392-397.
- D'Astous, Alain; Ahmed, Sadrudin A.; Valence, Gilles e François Houde (1997). "Assessing the Impact of The Ecological Factor on Consumer Behavior: A Multi-Attribute Approach" in Arnott, D.; Bridgewater, S.; Dibb, S.; Doyle, P.; Freeman, J.; Melewar, T.; Shaw, V.; Simkin, L.; Stern, P.; Wensley, R. e Veronica Wong (eds.), *Proceedings of the 26th EMAC Conference*, vol. 1, Warwick Business School, pp. 287-301.
- Fisk, George (1973). "Criteria for a Theory of Responsible Consumption", *Journal of Marketing*, vol. 37, pp. 24-31.
- Fuller, Donald A. (1999). *Sustainable Marketing – Managerial-Ecological Issues*, SAGE Publications.
- Giannelloni, Jean-Luc (1995). "The Combined Effect of Age, Level of Education and Personal Values on the Attitude Towards the Protection of the Environment" in Michelle Bergadaà (ed.), *Proceedings of the 24th EMAC Conference*, vol. I, France: École Supérieure des Sciences Économiques et Commerciales, pp. 373-387.
- Grasso, Maureen; McEnally, Martha e Richard Widdows (1997). "Social Responsibility, Environmental Concern and Consumer Behavior Toward Green Products" in Sidin e Manrai (eds.), *Proceedings of the World Marketing Congress*, vol. VII, pp. 102-106.
- Grunert, Suzanne C. e Hans Jorn Juhl (1995). "Values, Environment Attitudes, and Buying of Organic Foods", *Journal of Environmental Psychology*, n° 16, pp. 39-62.
- Guagnano, Gregory A.; Stern, Paul C. e Thomas Dietz (1995). "Influences on Attitude-Behavior Relationships – A Natural Experiment With Curbside Recycling", *Environment and Behavior*, vol. 27, n° 5, September, pp. 699-718.
- Jackson, Anita L.; Olsen, Janeen E.; Granzin, Kent L. e Alvin C. Burns (1993). "An Investigation of Determinants of Recycling Consumer Behavior", *Advances in Consumer Research*, vol. 20, pp. 481-487.

- Kassarjian, Harold H. (1971). "Incorporating Ecology into Marketing Strategy: The Case of Air Pollution", *Journal of Marketing*, vol. 35, July, pp. 61-65.
- Kilbourne, William E.; Beckmann, Suzanne C.; Lewis, Alan e Ynte van Dam (1997). "Differences in Environmental Attitudes of Business and Economics Students: A Multi-National Examination of the Role of the Dominant Social Paradigm", *Working Paper of the Research Group "Consumption, Environment and Culture"*, n° 5, July, Copenhagen Business School, pp. 1-28.
- Kilbourne, William E. e Suzanne C. Beckmann (1998). "Review and Critical Assessment of Research on Marketing and the Environment", *Journal of Marketing Management*, vol. 14, n° 6, July, pp. 513-532.
- Kinnear, Thomas C. e James R. Taylor (1973). "The Effect of Ecological Concern on Brand Perceptions", *Journal of Marketing Research*, vol. X, May, pp. 191-7.
- Kinnear, Thomas C.; Taylor, James R. e Sadrudin A. Ahmed (1974). "Ecologically Concerned Consumers: Who Are They?", *Journal of Marketing*, vol. 38, pp. 20-24.
- Krause, Daniel (1993). "Environmental Consciousness – An Empirical Study", *Environment and Behavior*, vol. 25, n°1, pp. 126-142.
- Laroche, Michel; Toffoli, Roy; Kim, Chankon e Thomas E. Muller (1996). "The Influence of Culture on Pro-Environmental Knowledge, Attitudes, and Behavior: A Canadian Perspective", *Advances in Consumer Research*, vol. 23, pp. 196-202.
- Lee, Gerald C. P. e M. I. Ahmad (1997). "Green Marketing and its Implications for Consumers and Businesses in Malaysia" in Sidin e Manrai (eds.) (1997), *Proceedings of the World Marketing Congress*, pp. 107-110.
- Leonard-Barton, Dorothy (1981). "Voluntary Simplicity Scale and Energy Conservation", *Journal of Consumer Research*, vol. 8, December, pp. 243-252.
- Li, Ling-yee (1997). "Effect of Collectivist Orientation and Ecological Attitude on Actual Environment Commitment: The Moderating Role of Consumer Demographics and Product Involvement", *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 9, n° 4, pp. 31-53.
- Maloney, Michael P. e Michael P. Ward (1973). "Ecology: Let's Hear from the People – An Objective Scale for the Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge", *American Psychologist*, n° 28, July, pp. 583-586.

- Maloney, Michael; Ward, Michael e G. Nicholas Braucht (1975). "A Revised Scale of Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge", *American Psychologist*, July, pp. 787-790.
- Ölander, Folke e John Thøgersen (1995). "Understanding of Consumer Behaviour as a Prerequisite for Environmental Protection", *Journal of Consumer Policy*, vol. 18, nº 3, pp. 345-385.
- Ottman, Jacquelyn (1994). *Marketing Verde – Desafios e Oportunidades para a Nova Era do Marketing*, São Paulo: Makron Books.
- Peattie, Ken e Martin Charter (1994). "Green Marketing" in McDonagh, Pierre e Andrea Prothero (eds.) (1997a). *Green Management – A Reader*, London: The Dryden Press, pp. 388-412.
- Peattie, Ken e Martin Charter (1999). "Green Marketing" in Baker, Michael J. (ed.) (1999). *The Marketing Book*, The Chartered Institute of Marketing, 4th edition, pp. 593-620.
- Pereira, Teresa (2001). "Preocupação e Comportamentos Face ao Ambiente Natural: Influência do Contexto Cultural Prevalente", *Tese de Mestrado*, Universidade do Minho.
- Roper Organization (1992). *Environmental Behavior*, S. C. Johnson & Son.
- Roozen, Irene T. M. e Patrick De Pelsmacker (1997). "Consumers' Perception of 'Green' Consumption Behaviour" in Arnott, D.; Bridgewater, S.; Dibb, S.; Doyle, P.; Freeman, J.; Melewar, T.; Shaw, V.; Simkin, L.; Stern, P.; Wensley, R. e Veronica Wong (eds.), *Proceedings of the 26th EMAC Conference, Volume 4, Warwick Business School*, pp. 1981-1990.
- Samdahl, Diane M. e Robert Robertson (1989). "Social Determinants of Environmental Concern – Specification and Test of the Model", *Environment and Behavior*, vol. 21, nº 1, January, pp. 57-81.
- Schlegelmilch, B.; Bohlen, G. e A. Diamantopoulos (1996). "The Link Between Green Purchasing Decisions and Measures of Environmental Consciousness", *European Journal of Marketing*, vol. 30, nº 5, pp. 35-55.
- Schwepker, Charle H. e T. Bettina Cornwell (1991). "An Examination of Ecologically Concerned Consumers and Their Intention to Purchase Ecologically Packaged Products", *Journal of Public Policy & Marketing*, vol. 10, nº 2, Fall, pp. 77-101.
- Scott, David e Fern K. Willits (1994). "Environmental Attitudes and Behavior – A Pennsylvania Survey", *Environment and Behavior*, vol. 26, nº 2, March, pp. 239-260.

- Stanley, Linda R. e Karen M. Lasonde (1996). "The Relationship Between Environmental Issue Involvement and Environmentally-Conscious Behavior: An Exploratory Study", *Advances in Consumer Research*, vol. 23, pp. 183-188.
- Stone, George; Barnes, James H. e Cameron Montgomery (1995). "ECOSCALE: A Scale for Measurement of Environmentally Responsible Consumers", *Psychology & Marketing*, vol. 12, n° 7, October, pp. 595 – 612.
- Tarrant, Michael A. e H. Ken Cordell (1997). "The Effect of Respondent Characteristics on General Environmental Attitude-Behavior Correspondence", *Environment and Behavior*, vol. 29, n° 5, September, pp. 618-637.
- Van Dam, Ynte K. e Paul C. Apeldoorn (1996). "Sustainable Marketing", *Journal of Macromarketing*, vol. 16, n° 2, pp. 45-66.
- Van Liere, Kent D. e Riley E. Dunlap (1980). "The Social Bases of Environmental Concern: A Review of Hypotheses, Explanations and Empirical Evidence", *Public Opinion Quarterly*, 44, pp. 181-197.
- Van Liere, Kent D. e Riley E. Dunlap (1981). "Environmental Concern: Does It Make a Difference How It's Measured?", *Environment and Behavior*, vol. 13, n° 6, pp. 651-676.
- Webster, Frederick E. (1975). "Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer", *Journal of Consumer Research*, vol. 2, December, pp. 188-196.
- Weigel, Russell e Joan Weigel (1978). "Environmental Concern – The Development of a Measure", *Environment and Behavior*, vol. 10, n° 1, March, pp. 3-15.
- Zaman, Manir; Yamin, Shahid e Fiona Wong (1996). "Environmental Consumerism and Buying Preference for Green Products" in Riquier, Christopher e Byron Sharp (eds.), *Proceedings of the 1996 Australian Marketing Educators' Conference*, vol. II, University of South Australia, pp. 613-625.
- Zimmer, Mary R.; Stafford, Thomas F. e Marla Royne Stafford (1994). "Green Issues: Dimensions of Environmental Concern", *Journal of Business Ethics*, vol. 30, n° 1, May, pp. 63-74.
- Zinkhan, George M. e Les Carlson (1995). "Green Advertising and the Reluctant Consumer", *Journal of Advertising*, vol. XXIV, n° 2, Summer, pp. 1-6.

APÊNDICES

APÊNDICES

Tabela A.1: Primeira Corrente de Pesquisa

Pesquisa	Tópicos	Principais Resultados
Kassarjian (1971)	<ul style="list-style-type: none"> - Atitudes Ambientais: Preocupação com a poluição do ar; - Intenção Comportamental: Disposição para pagar mais por gasolina menos poluente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relação positiva entre a preocupação com poluição do ar e o conhecimento da existência de um produto que a diminui; - Não encontrou relação entre a preocupação com poluição do ar e a intenção comportamental; - Nenhuma variável demográfica (sexo, idade, estado civil, classe social, ocupação, entre outras) revelou ter uma relação significativa com a preocupação ambiental.
Anderson e Cunningham (1972)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Escala de Responsabilidade Social</i>: Responsabilidade das pessoas relativamente aos assuntos públicos, sentimento de dever e responsabilidade para com o trabalho, espírito de cooperação entre as pessoas, entre outros aspectos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relação positiva entre a “consciência social” e o estatuto profissional e económico; - O indivíduo com “consciência social” tende a ser de meia idade; - Aludem à importância do consumo “ambientalmente consciente”.
Kinnear e Taylor (1973)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Índice de Preocupação Ecológica</i>: Atitudes (poluição, actuação do governo face ao ambiente); Disposições Comportamentais (aceitar um desempenho inferior de um produto, o detergente, em benefício do ambiente); Comportamento de compra (detergentes, modificar padrões de compra em privilégio de produtos menos poluentes). 	<ul style="list-style-type: none"> - Existência de relação forte entre atitudes e comportamentos em relação ao ambiente.
Kinnear et al (1974)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Índice de Preocupação Ecológica</i> (descrito acima em Kinnear e Taylor, 1973); - Introduce o conceito de “percepção da eficácia do consumidor” (PEC). 	<ul style="list-style-type: none"> - Relação positiva entre PEC e preocupação ambiental; - Relação positiva entre atitudes e comportamentos ambientais; - Consumidor “ecologicamente consciente” apresenta alguma tendência para pertencer à classe com rendimento mais elevado.
Maloney e Ward (1973)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Escala Ecológica</i>: Compromisso Verbal (CV) – disposição para: reduzir o consumo, deixar de comprar produtos prejudiciais ao ambiente, contribuir monetariamente para causas ambientais, intervir politicamente ou associar-se a grupos ambientais, entre outras actuações; Compromisso Real (CR) – comportamento de compra relativamente a produtos poluentes, contentores recicláveis, manter-se atento às actuações dos políticos face ao ambiente, participação em reuniões relacionadas com o ambiente, subscrição de publicações ecológicas, entre outras; Afecto (A) – atitudes relativamente a pesticidas, actuações do governo face ao ambiente, danos ambientais, actividades das indústrias, população, poluição, entre outras; Conhecimento (C) – inclui aspectos como: poluição, tempo de decomposição de alguns materiais, envenenamento dos pássaros e peixes pelo mercúrio, efeito dos fosfatos na vida marinha, significado da ecologia, posição do Homem face à ecologia, entre outros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elevado grau de CV e de A, mas baixos valores de CR e de C; - CV e A parecem influenciar positivamente o CR.

Tabela A.1: Primeira Corrente de Pesquisa (Continuação)

Maloney <i>et al</i> (1975)	<p>- <i>Escala Ecológica</i>: Compromisso Verbal (CV); Compromisso Real (CR); Afecto (A); Conhecimento (C); - Itens semelhantes ao da escala de Maloney e Ward (1973), descrita acima.</p>	<p>- Menores níveis de correlação entre esta escala do que os encontrados com a escala usada por Maloney e Ward (1973); - Relação positiva entre A e CV; - Relação positiva entre A e CR; - Relação positiva entre CV e CR; - Não se dispõem dos resultados relativos ao conhecimento.</p>
Webster (1975)	<p>- Atitudes: <i>Escala de Responsabilidade Social</i>; Percepção dos consumidores da eficácia das suas acções individuais (“É fútil ao consumidor individual fazer alguma coisa acerca da poluição” e “Quando compro produtos, tento considerar de que forma é que a minha utilização dos mesmos irá afectar o ambiente e os outros consumidores”); Percepção por parte dos inquiridos do poder das grandes empresas (“As grandes empresas têm demasiado poder neste país”). - Comportamentos: Comportamentos de reciclagem dos indivíduos; <i>Índice do Consumidor Socialmente Consciente</i>; Consumo de gasolina sem chumbo, detergentes sem fosfatos e bebidas em garrafas re-utilizáveis; Comportamentos como o controle da poluição do automóvel, a reutilização dos sacos de papel nas compras, a reciclagem, entre outros.</p>	<p>- A percepção dos consumidores da eficácia das suas acções individuais está significativamente relacionada com o consumo “socialmente consciente”, com o seu comportamento de reciclagem e com a responsabilidade social; - O consumidor “socialmente consciente” tende, a ser uma pessoa do sexo feminino, com um elevado rendimento do agregado.</p>
Arbuthnot (1977)	<p>- Comportamento ambiental (reciclagem, pertença a grupos ambientais e leitura de livros relacionados com os problemas ambientais); - Atitudes ambientais (importância relativa atribuída à economia <i>versus</i> ao ambiente, legislação em relação aos problemas ambientais, percepção da eficácia dos esforços individuais em resolver os problemas ambientais, crença no poder da tecnologia para resolver a crise ambiental, percepção da eficácia dos esforços individuais na resolução dos problemas ambientais face ao poder das empresas, percepção dos indivíduos acerca das consequências futuras, designadamente para as futuras gerações, dos seus actos); - Características de personalidade (controle pessoal, destinado a avaliar a crença dos indivíduos na sua capacidade individual de controlar os eventos); - Conhecimento ambiental (acerca de vários conceitos e designações associadas ao ambiente e aos problemas ambientais).</p>	<p>- Não se encontrou relacionamento entre comportamento de reciclagem e atitudes pró-ambientais (relacionadas com a preferência da protecção do ambiente sobre uma situação financeira ou pessoal mais favorável); - Foi encontrado um relacionamento positivo entre algumas atitudes dos indivíduos e os seus comportamentos de reciclagem, designadamente entre a crença na capacidade individual e comportamentos de reciclagem; - Comportamento de reciclagem aparece associado a alguém relativamente bem educado, pertencente a classes sociais mais elevadas, com conhecimento dos assuntos ambientais e que considera que as suas acções individuais têm algum impacto no ambiente.</p>
Weigel e Weigel (1978)	<p>- <i>Escala de Preocupação Ambiental</i> (preservação do ambiente, poluição, responsabilidade e papel do governo, importância das outras espécies, sacrifícios que as pessoas estão dispostas a fazer individualmente em prol do ambiente, importância do consumo e seu impacto em termos de poluição, importância da educação ambiental, percepção da capacidade da natureza de se auto-regenerar, atitudes em relação às organizações ecológicas, disponibilidade para limitar a utilização do automóvel, disponibilidade para contribuir monetariamente para o benefício do ambiente); - Comportamentos em relação ao ambiente (participação em projectos ambientais, como recolha de lixo, reciclagem e assinatura de petições ecológicas).</p>	<p>- Existência de uma forte relação entre atitudes e comportamentos em relação ao ambiente.</p>

Tabela A.2: Segunda Corrente de Pesquisa

Pesquisa	Tópicos	Principais Resultados
Van Liere e Dunlap (1980)	Revisão Bibliográfica das pesquisas no âmbito da preocupação ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> - Preocupação ambiental tende a ser mais forte entre os mais jovens, com bom nível educacional; - Referem, contudo, a utilidade limitada das variáveis demográficas.
Van Liere e Dunlap (1981)	<ul style="list-style-type: none"> - Identificam 3 aspectos centrais na literatura dos problemas ambientais: população, poluição e recursos naturais; - Desenvolveram 3 medidas para analisar preocupação ambiental: <i>Escala de Regulamentações Ambientais</i> (grau de concordância dos inquiridos com as regulamentações governamentais e programas destinados a melhorar e proteger a qualidade ambiental); <i>Escala de Despesa Ambiental</i> (opinião dos indivíduos sobre quanto deveria ser despendido pelo governo para o “controle da poluição” e “preservação dos recursos naturais”, entre outros aspectos); <i>Escala de Comportamento Ambiental</i> (frequência com que os indivíduos enveredam em comportamentos destinados a proteger a qualidade ambiental). 	<ul style="list-style-type: none"> - Terceira escala não revelou estar relacionada com as outras duas, não contribuindo para a noção de existência de relacionamento entre atitudes e comportamentos face ao ambiente.
Allen (1982)	<ul style="list-style-type: none"> - Atitudes: percepção das consequências das acções individuais no problema energético, preocupação com os problemas energéticos, disponibilidade manifestada para reduzir o consumo de energia e consideração do consumo energético dos produtos nas compras efectuadas; Percepção da Eficácia do Consumidor (PEC); - Comportamentos: associado à “preservação de energia”, estudado através das preferências em relação a diferentes frigoríficos e arcas congeladoras, com diferentes “consumos de energia”. 	<ul style="list-style-type: none"> - PEC associa-se a uma medida do comportamento do consumidor (referente à importância do atributo “consumo energético na escolha do frigorífico/congelador”); - Existência de relacionamentos entre algumas medidas de atitudes e algumas medidas de comportamentos ambientais, mas não entre todas as atitudes e comportamentos.
Anderson e Claxton (1982)	- Influência dos rótulos acerca do consumo energético dos frigoríficos na sua compra.	- Impacto limitado do conhecimento no comportamento em relação ao ambiente.
Cowles e Crosby (1986)	<ul style="list-style-type: none"> - Conceito de “Simplicidade Voluntária”; - Índice de “Simplicidade Voluntária”(fazer os presentes em vez de comprá-los; comer refeições principais sem carne; mudar o óleo do carro; reciclar jornais; fazer roupa/mobílias; reciclar latas, vidros; cultivar vegetais; andar de bicicleta; comprar em “segunda mão”; trocar bens ou serviços; contribuir para organizações ecológicas, entre outros aspectos). 	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamentos relacionados com “Simplicidade Voluntária” aumentaram desde o estudo de Leonard-Barton (1980).

Tabela A.2: Segunda Corrente de Pesquisa (Continuação)

Balderjahn (1988)	<p>- Atitudes: energia nuclear, poluição e vida ecologicamente consciente; Variáveis semelhantes à PEC;</p> <p>- Comportamentos: Isolamento da casa (cavidades, janelas, vidros); Redução do Consumo de Energia (aquecimento, água); Compra e Utilização de Produtos “Ecológicos” (menos embalagens, reutilização dos materiais, menos detergentes); - Preocupação com Ambiente em Geral (participar em petições/organizações ecológicas); Utilização Responsável do automóvel (diminuir a sua utilização, conduzir de forma económica).</p>	<p>- Dimensão “Isolamento da Casa” tende a aumentar com aumento da idade, rendimento, classe social e nível educacional;</p> <p>- Dimensão “Redução do Consumo de Energia” relacionada com maior nível educacional;</p> <p>- Dimensão “Utilização Responsável do automóvel” tende a ser maior entre consumidores mais velhos e entre consumidores com atitudes positivas em relação à vida “ecologicamente consciente”;</p> <p>- Relação positiva entre variáveis semelhantes à PEC e “Redução do consumo de energia”/ “Compra e Utilização de produtos «ecológicos»”.</p>
Samdahl e Roberston (1989)	<p>- Preocupação Ambiental: preocupação com os problemas ambientais na comunidade onde o indivíduo reside (como a qualidade e poluição da água, o tratamento dos esgotos, a poluição do ar); apoio à existência de legislação ambiental (como leis mais rígidas para o transporte e tratamento de resíduos perigosos e para o uso de fertilizantes e químicos na agricultura); comportamento “ecológico” dos indivíduos (incluindo aspectos como, o uso de detergentes com poucos fosfatos, a redução do aquecimento no Inverno e do ar condicionado no Verão, a limitação do uso de utensílios eléctricos e do automóvel).</p>	<p>- Variáveis sócio-económicas são pouco adequadas para explicar a preocupação ambiental;</p> <p>- Existência de uma relação negativa entre grau de educação e preocupação ambiental;</p> <p>- Existência de uma relação positiva entre idade e comportamentos mais ambientais;</p> <p>- Não se verificou a existência de uma forte relação entre atitudes e comportamentos face ao ambiente.</p>

Tabela A.3: Terceira Corrente de Pesquisa

Pesquisa	Temas	Principais Resultados
Schwepker e Cornwell (1991)	<p>- Atitudes: Lixo Vida “Ecologicamente Consciente” (preocupações com a compra e participação na reciclagem); Percepção da Poluição Existente (no país, cidade e lixo causado pela indústria); - Característica de personalidade (variável semelhante à “percepção da eficácia do consumidor”, traduzida pela crença dos indivíduos no controle do seu destino); - Intenções Comportamentais: Embalagens: materiais (biodegradável, reciclável), tamanho, <i>design</i>, atracção.</p>	<p>- Relação positiva entre atitudes ambientais positivas e compra de produtos embalados com cuidados ambientais; - Uma maior consciencialização dos problemas ambientais pode conduzir a atitudes mais positivas em relação ao ambiente, o que, por sua vez, pode resultar em mudanças comportamentais; - Relação positiva entre uma variável semelhante à “percepção da eficácia do consumidor” e o comportamento de consumo “ecológico”; - As variáveis demográficas não se revelam significativas.</p>
Krause (1993)	<p>- Atitudes: Questiona se os indivíduos se consideravam a si mesmos ambientalistas; Nível de preocupação expresso para com vários problemas ambientais (como resíduos tóxicos, poluição do ar, das águas e dos solos, destruição da camada de ozono, aterros e crescimento populacional). - Comportamentos: Usar produtos não tóxicos, poupar água, separar o lixo, baixar o aquecedor no Inverno, comer menos carne, limitar a utilização do automóvel, entre outros; - Conhecimento ambiental: Poluição, efeito de estufa, conceito de produto “biodegradável”, entre outros.</p>	<p>- Não encontra diferenças significativas em termos de conhecimento ambiental entre os indivíduos que se consideram ambientalistas e as que não se consideram; - Relação positiva e modesta entre atitudes e comportamentos ambientais; - Sugere que: quanto mais difícil parece ser uma determinada mudança comportamental para o indivíduo, menos ele estará disposto a adoptá-la; - Pessoas mais jovens (abaixo de 49 anos <i>inclusive</i>) têm uma ligeira maior tendência para estarem menos dispostas a reduzir a utilização dos seus automóveis.</p>
Roper Organization (1992)	<p>- Comportamento: <i>Antes da Compra</i> (ler rótulos das embalagens na procura de informações ambientais, usar sacos de plástico biodegradáveis, evitar comprar acrossois e produtos de empresas com má postura ambiental, comprar produtos feitos de embalagens em material reciclado, em embalagens reutilizáveis, entre outros); <i>Após a Compra</i> (devolução de garrafas e latas, contribuição para reciclagem de jornais, e separação do lixo); <i>Outros Comportamentos</i> (contribuição com dinheiro para organizações ambientais, restrição na utilização do automóvel, escrever para políticos acerca dos problemas ambientais, reciclagem e separação do lixo).</p>	<p>- Não se dispõem dos resultados.</p>
Jackson et al (1993)	<p>- Atitudes: Percepção da Importância da Reciclagem; Custos e Benefícios associados à Reciclagem (atitudes); Normas e Valores do indivíduos (factores internos); Influências Sociais e Informações (factores externos); - Comportamento: Reciclagem.</p>	<p>- Factores internos e externos influenciam a percepção dos custos e benefícios e a importância associada à reciclagem que, por sua vez, influenciam os comportamentos de reciclagem.</p>

Tabela A.3: Terceira Corrente de Pesquisa (Continuação)

Zimmer <i>et al</i> (1994)	<p>- Sete Dimensões de Preocupação Ambiental:</p> <p>lixo e desperdícios (relacionada com aspectos como a reciclagem, poupança de energia, redução e destruição do lixo, aterros, entre outros);</p> <p>vida selvagem (como a protecção dos <i>habitats</i>, desflorestação e preservação de espécies, desertificação);</p> <p>biosfera (como a protecção da biosfera, erosão de recursos, resíduos tóxicos, erosão do ozono e efeito de estufa);</p> <p>assuntos ambientais que recentemente têm ganho importância (como os rótulos ambientais a colocar nos produtos, educação dos cidadãos, excesso de população, mudanças climáticas, poluição e erosão dos solos, e participação dos cidadãos);</p> <p>saúde (com: a protecção da água, a poluição do ar, a protecção da saúde humana e a educação dos cidadãos);</p> <p>preocupação com a energia (com: a energia limpa, a preservação das florestas tropicais, as fontes de energia alternativas, os automóveis, a protecção das águas, entre outros);</p> <p>tecnologia ambiental (biotecnologia, adubagem, e tecnologias seguras, entre outros).</p>	<p>- Identificação de sete dimensões de preocupação ambiental a partir da compilação de 57 aspectos “verdes”.</p>
Giannelloni (1995)	<p>- Valores</p> <p>- Atitudes (intenções comportamentais):</p> <p>“De forma a proteger o ambiente, estou disposto a usar um detergente de roupa sem fosfatos.”</p> <p>“De forma a proteger o ambiente, estou disposto a deixar de usar aerossóis.”</p> <p>Outras não especificadas.</p>	<p>- Alguns dos resultados sugerem que as atitudes “mais ambientais” tendem a verificar-se entre os mais jovens (entre 20 e 29 anos) e com maior nível educacional.</p>
Grunert e Juhl (1995)	<p>- Atitudes:</p> <p>contribuição monetária para causas ambientais;</p> <p>papel que o governo está a desempenhar no contexto ambiental;</p> <p>sentimentos relativamente aos danos que estão a ser infligidos ao ambiente natural;</p> <p>disposições dos indivíduos em prol do ambiente;</p> <p>interesse manifestado nos assuntos ambientais.</p> <p>- Conhecimento ambiental:</p> <p>efeito dos fosfatos na vida marinha;</p> <p>fontes de poluição do ar.</p> <p>- Comportamento “amigo” do ambiente:</p> <p>reciclagem de papel ou vidro;</p> <p>recusa de embalagens desnecessárias de produtos;</p> <p>frequência de compra de comida orgânica.</p>	<p>- Relação positiva entre as atitudes ambientais e a compra de comida orgânica, e, de forma semelhante, o desinteresse nos assuntos ambientais tende a reflectir-se na “não compra” de comida orgânica.</p> <p>- Quer as medidas de conhecimento ambiental, quer as medidas de comportamento ambiental declaradas, revelam ser insignificantes na previsão da compra de comida orgânica.</p>
Schlegelmilch <i>et al</i> (1996)	<p>- Medida de <i>Consciência Ambiental</i>:</p> <p>Conhecimento de vários problemas ambientais;</p> <p>Atitudes ou preocupações com a qualidade do ambiente;</p> <p>Comportamentos de reciclagem;</p> <p>Actividades políticas destinadas a combater a degradação ambiental (como, por exemplo, escrever para jornais ou apoiar certos grupos ambientais);</p>	<p>- Impacto positivo da <i>Consciência ambiental</i> no <i>Comportamento de Compra “Ambientalmente Consciente”</i>, sendo que a primeira explica mais do que 20% da variação do segundo;</p> <p>- Atitudes ambientais revelaram-se fortemente relacionada com o <i>comportamento de compra pró-ambiental</i>;</p>

Tabela A.3: Terceira Corrente de Pesquisa (Continuação)

Schlegelmilch et al (1996)	<p>- <i>Comportamento de Compra "Ambientalmente Consciente"</i>: <i>Escala de Compras Pró-Ambiental Geral</i> (escolha da alternativa "amiga do Ambiente" quando outra de preço semelhante está disponível e independentemente do preço; conhecer os efeitos ambientais dos produtos antes da sua compra); Compra de papel reciclado; Produtos não testados em animais; Detergentes "amigos do ambiente"; Fruta e vegetais orgânicos; Aerossóis "amigos do ozono"; Preferência por produto "verde", em função do seu preço e do preço da alternativa "não verde".</p>	<p>- Conhecimentos ambientais não evidenciam forte relacionamento com os comportamentos ambientais; - Variáveis sócio-demográficas explicam pouco a preocupação ambiental/comportamentos de compra ambientais.</p>
Stanley Lasonde (1996)	<p>e - Nível de envolvimento ambiental (atitudes ambientais): desperdícios sólidos, erosão de recursos, poluição do ar e da água, utilização de aditivos químicos e danos infligidos à natureza; - Comportamento compra (produtos biodegradáveis, recicláveis, naturais, orgânicos, com embalagens recicláveis e re-utilizáveis, reduzir o consumo, entre outros); reciclagem (plásticos, vidro, jornais, latas, alumínio, revistas, sacos, papel); manutenção (pneus, motor do carro, colocar fitas de calafetagem de portas ou janelas, reciclar óleo do motor); redução (baixar ar condicionado e aquecedor, poupar água, conduzir de forma económica); transporte (evitar conduzir, andar a pé/bicicleta, usar transportes públicos, partilhar automóvel); eficiência (instalar mecanismos para poupar água e electricidade em casa); outros itens (evitar contentores com aerossóis, levar os próprios sacos de compra para as lojas, plantar árvores, comer menos produtos animais, evitar usar os produtos descartáveis, entre outros).</p>	<p>- Relação positiva entre o envolvimento ambiental e os comportamentos ambientais em geral, relação esta, maior relativamente aos comportamentos de compra e reciclagem e menor face aos comportamentos de manutenção.</p>
Zaman et al (1996)	<p>- Atitudes: Gravidade e realidade da situação ambiental; Efeitos dos problemas ambientais nas pessoas e nas futuras gerações; Aquecimento global (reduzir ar condicionado); Possíveis perigos dos problemas ambientais, como por exemplo, os perigos de cancro na pele devido às radiações ultra-violeta; Percepção acerca da ideia de ser "demasiado tarde" para fazer algo em defesa do ambiente; Disposição para fazer algo para melhorar o estado do ambiente; Opinião acerca da possibilidade de todos deverem aderir aos comportamentos "ambientais"; Disposição para reduzir o consumo do automóvel; Interesse em saber o que fazer para ajudar o ambiente; Percepção acerca da "qualidade de vida"; Considerações pessoais <i>versus</i> outras considerações no processo de decisão de compra;</p>	<p>- As atitudes e disposição demonstrada para ajudar o ambiente tendem a ser mais fortes entre os indivíduos do sexo feminino; - As atitudes ambientais mais fortes tendem a verificar-se entre os indivíduos com menos de 50 anos; - Verifica-se a existência de relacionamento entre atitudes e comportamentos ambientais mas os segundos não dependem necessariamente dos primeiros; - Variáveis de personalidade (semelhantes à PEC) não provaram influenciar os comportamentos;</p>

Tabela A.3: Terceira Corrente de Pesquisa (Continuação)

Zaman <i>et al</i> (1996)	<p>Responsabilidade dos indivíduos <i>versus</i> das grandes empresas pelos problemas ambientais;</p> <p>- Personalidade:</p> <p>Percepção da capacidade individual para fazer algo para salvar a Terra e a percepção do controle que o indivíduo tem sobre o seu destino (variáveis semelhantes à PEC).</p> <p>- Comportamentos:</p> <p>Uso de guardanapos/papel de cozinha e rolos de papel higiênico reciclado;</p> <p>Uso de detergentes ou produtos de limpeza “amigos” do ambiente;</p> <p>Ler rótulos dos produtos para saber se o seu conteúdo é “amigo” do ambiente;</p> <p>Comprar produtos em contentores aerossóis “amigos” do ozono;</p> <p>Devolver latas ou garrafas de bebida para reciclagem;</p> <p>Compactar os materiais para reciclagem para ocuparem menos espaço;</p> <p>Separar o lixo para reciclagem;</p> <p>Comprar produtos em embalagens re-utilizáveis;</p> <p>Usar menos produtos descartáveis;</p> <p>Comprar menos produtos em porções individuais;</p> <p>Usar material de escrita feito de papel reciclado, entre outros;</p> <p>- Acerca do Preço dos Produtos “Verdes”</p> <p>Disposição para pagar mais pelos produtos “verdes”;</p> <p>Opinião acerca do preço dos produtos “verdes”.</p>	<p>- Os consumidores não estão dispostos a pagar mais de 15% pelos produtos “verdes”;</p> <p>- Autores referem a importância das influências <i>societais</i> na formação dos comportamentos.</p>
Bhate <i>et al</i> Lawer (1997)	<p>- Conhecimento ambiental;</p> <p>- Comportamento de compra dos indivíduos em relação ao ambiente:</p> <p>a compra de produtos “ambientalmente amigos”, a influência do seu preço na decisão de compra, a reciclagem, entre outros;</p> <p>-Perfil do consumidor “ambientalmente consciente”, baseado em variáveis demográficas e em variáveis psicológicas.</p>	<p>- Não revela um relacionamento significativo entre as variáveis demográficas (sexo, idade) e os comportamentos de compra “ambientalmente conscientes”;</p> <p>- Preço dos produtos “verdes” não parece desempenhar um papel significativo na sua compra;</p> <p>- Principal preocupação ambiental dos indivíduos é a poluição;</p>
D’Astous <i>et al</i> (1997)	<p>- Envolvimento Ambiental (atitudes);</p> <p>- Conhecimento Ambiental;</p> <p>- Disposição de Compra Ambiental em relação a: pilhas (com ou 99% sem mercúrio); produtos de limpeza geral (com ou sem contentor reciclável); detergentes de máquina (com ou sem fosfatos).</p>	<p>- Relação positiva entre envolvimento ambiental e disposição comportamental;</p> <p>- Não existe relação significativa entre conhecimento ambiental e disposição comportamental.</p>
Grasso <i>et al</i> (1997)	<p>- Responsabilidade Social:</p> <p><i>Escala de Responsabilidade Social</i> validada por Anderson e Cunningham (1972);</p> <p>- Preocupação Ambiental (atitudes ambientais): este índice não é divulgado no artigo;</p> <p>- Comportamento de Consumo Ambiental:</p> <p>Produtos com conhecidas características “verdes”;</p> <p>Preferência entre a compra de papel de cozinha virgem ou reciclado, de igual preço.</p>	<p>- Relacionamento forte entre responsabilidade social e preocupação ambiental;</p> <p>- Relacionamento fraco entre responsabilidade social e comportamento de consumo ambiental;</p> <p>- Relacionamento forte entre preocupação ambiental e comportamento de consumo ambiental;</p> <p>- Comportamento ambiental tende a ser mais forte entre os indivíduos do sexo feminino.</p>

Tabela A.3: Terceira Corrente de Pesquisa (Continuação)

Lee e Ahmad (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - Preocupação Ambiental; - Comportamento Ambiental; - Escalas usadas não são apresentadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Não existe relação significativa entre as variáveis demográficas (sexo, idade, nível educacional, rendimento) e preocupação ambiental; - Alguma inclinação para os comportamentos “verdes” estarem mais associados aos indivíduos com maior rendimento; - Nem todos os consumidores preocupados com o ambiente estão dispostos a pagar mais pelos produtos “verdes”.
Li (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - Preocupação Ambiental Afecto Ambiental (atitudes) – preocupação com o uso de pesticidas nos produtos alimentares; preocupação com a poluição e com os danos causados pela mesma nas plantas e animais; responsabilidade individual <i>versus</i> responsabilidade do governo face ao ambiente; disposição para se juntar a uma associação ecológica; Conhecimento Ambiental - tempo de decomposição dos sacos de plástico; efeitos das tintas na vida marinha; Compromisso Ambiental Verbal - disposição para doar dinheiro para ajudar o ambiente e para deixar de comprar produtos de empresas “poluentes”; - Compromisso Ambiental Real - frequência de consumo “verde” (troca de produtos em favor de marcas “verdes”, ou de marcas com menos efeitos poluentes); procura de informação acerca dos produtos “verdes”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relação positiva entre o conhecimento ambiental e o compromisso ambiental real; - Relação positiva entre o afecto ambiental e o compromisso ambiental real; - Relação positiva entre o compromisso ambiental verbal e o compromisso ambiental real; - Quanto ao perfil do consumidor “verde”: sugere-se que seja um indivíduo do sexo masculino, com rendimento elevado.
Roozen e De Pelsmacker (1997)	<ul style="list-style-type: none"> -Comportamento de Consumo “Amigo” do Ambiente: distinguem três momentos (compra, uso e pós-utilização), não especificando os itens usados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultados não estão disponíveis no artigo.
Tarrant e Cordell (1997)	<ul style="list-style-type: none"> - Atitudes: Escalas usadas por Dunlap e Van Liere, 1978; Weigel e Weigel, 1978; <i>Roper Organization</i>, 1990; Stern <i>et al</i>, 1993; e Steel <i>et al</i>, 1994; - Comportamentos: <i>Primeira Sub-Escala</i> –participação em comportamentos associados ao ambiente (reciclagem de papel, plásticos ou vidro; considerar a quantidade de embalagem nas decisões de compra; trocar de produtos por razões ambientais; partilhar o carro nas deslocações para o trabalho; assistir a programas/ler livros/subscrever publicações sobre o ambiente); <i>Segunda Sub-Escala</i> – envolvimento em várias acções ambientais (escrever ou telefonar a um oficial público acerca de problemas do ambiente; assistir a reuniões acerca de aspectos ambientais; contribuir com dinheiro para um grupo ambiental; votar num oficial público devido à sua posição pró-ambiental). 	<ul style="list-style-type: none"> - Consistência apenas limitada da relação atitudes-comportamentos nas cinco escalas.

Fonte: Pereira, T. (2001)