



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

ISSN: 2359-1048
Dezembro 2016

Consumer Myopia: uma análise da atitude e do comportamento sustentável de servidores de Instituições Federais de Ensino Superior.

MARLON BRUNO MATOS PAIVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
mbrunokun@gmail.com

LAIS VIEIRA CASTRO OLIVEIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
laisvieirac@hotmail.com

CLÁUDIA BUHAMRA ABREU ROMERO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
buhamra@ufc.br

DANIEL BARBOZA GUIMARÃES
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
barbozadan@hotmail.com

Consumer Myopia: uma análise da atitude e do comportamento sustentável de servidores de Instituições Federais de Ensino Superior.

Consumer Myopia: analysis of attitude and sustainable behavior of employees in Federal Institutions of Higher Education.

RESUMO

O objetivo da pesquisa é investigar se os servidores de Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) possuem visão de longo prazo ou se são míopes em relação às questões de sustentabilidade, numa referência às expressões Miopia de Marketing, estabelecida por Levitt (1960), e Miopia de Marketing Verde, estabelecida por Ottman (2006). Por meio de um estudo de caso na Universidade Federal do Ceará (UFC), a pesquisa analisa as atitudes e os comportamentos sustentáveis de docentes e técnico-administrativos, assim como o possível *gap* existente entre atitudes e comportamentos. As análises descritiva e fatorial dos resultados da pesquisa, que contou com uma amostra de 298 servidores, revelam baixo nível de miopia dos pesquisados, em todas as escalas. Por meio da análise de correlação de Pearson verificou-se que a atitude está positivamente correlacionada aos comportamentos ambientais, tanto dentro quanto fora do local de trabalho, mas essa correlação apresenta efeito moderado, o que configura o *gap* entre atitudes e comportamentos sustentáveis. A importância da adoção de comportamentos sustentáveis no âmbito do serviço público, além de atender a exigências dos órgãos de controle pode servir de exemplo e gerar benefícios para toda a sociedade.

Palavras-chave: atitude, comportamento, sustentabilidade, serviço público.

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate whether federal workers of Federal Universities have long-term vision or are myopic in relation to sustainability issues, a reference to the expression Myopia Marketing established by Levitt (1960), and Green Marketing Myopia, established by Ottman (2006). Through a case study at Federal University of Ceará (UFC), the study analyzes sustainable attitudes and behaviors of professors and administrative staff, as well as the possible existing gap between attitudes and behaviors. The descriptive and factor analysis of the results of the survey, which had a sample of 298 employees, reveal low levels of myopia of the respondents, in all scales. Through the Pearson correlation analysis we found that the attitude is positively correlated to environmental behavior, both inside and outside the workplace, but this correlation has moderate effect, which sets the gap between sustainable attitudes and behaviors. The importance of adopting sustainable behaviors in the public service, in addition to meeting the requirements of regulatory agencies may serve as an example and generate benefits for the whole society.

Key words: attitude, behavior, sustainability, public service.

1 INTRODUÇÃO

Em 1960, Theodore Levitt desenvolveu, em um de seus mais conhecidos textos, o conceito de Miopia em Marketing, afirmando que a visão de curto prazo das organizações as impede de definir adequadamente suas possibilidades de mercado. O autor apresenta que o foco da empresa deve estar orientado para o cliente e não para o produto. Dessa forma, ela poderá adaptar-se mais rapidamente às exigências do mercado à medida em que as necessidades mudam. Tal entendimento é corroborado por Kotler (2011) ao destacar que marketing é o processo pelo qual a economia é integrada à sociedade para atender as necessidades humanas. Logo, se as necessidades humanas mudam, o marketing deve acompanhar tais mudanças.

Fazendo um paralelo com o conceito de miopia em marketing desenvolvido por Levitt (1960), em 2006, Ottman desenvolveu o conceito de miopia em marketing verde, que consiste na falta de visão das organizações ao não posicionar seus produtos em uma cadeia de valor confiável que apresente benefícios substantivos tanto para o consumidor quanto para o ambiente no longo prazo. Além disso, a autora entende que grande parte dos produtos verdes tem falhado por serem focados no “verde” como diferencial ao invés de atender as expectativas dos consumidores de forma sustentável.

Para que as estratégias de marketing verde sejam bem sucedidas, as organizações devem atender aos seguintes princípios: garantir os benefícios esperados pelo consumidor, independente do apelo verde; nivelar o conhecimento, a fim de garantir que os consumidores reconheçam os benefícios dos produtos para si próprios e para o ambiente; e, ainda, garantir a credibilidade dos produtos (OTTMAN; STAFFORD; HARTMAN, 2006).

De acordo com Chelala (2012), o Brasil apresenta-se no cenário mundial como um país associado às propostas de sustentabilidade, sendo, inclusive, signatário dos mais importantes tratados internacionais acerca do tema. No entanto, percebe-se um distanciamento entre as políticas de sustentabilidade que o país encaminha em nível mundial, e as políticas conduzidas no dia a dia do serviço público.

Considerando a adesão do país a diversos acordos internacionais, o Acórdão nº 1.752/2011, do Tribunal de Contas da União (TCU) recomendou a criação de planos de ação visando orientar e incentivar todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal a adotarem medidas para o aumento da sustentabilidade e da eficiência no uso de recursos naturais. O referido documento indica ainda a necessidade dos órgãos e instituições públicas serem incentivados a adotar modelos de gestão organizacional estruturados na busca de ações voltadas para o uso racional de recursos, prevendo a designação de responsáveis e a realização de campanhas de conscientização dos usuários.

Para construir essa nova cultura institucional na administração pública, voltada para a qualidade de vida no trabalho, a adoção de critérios ambientais corretos e as práticas sustentáveis, é necessário o comprometimento tanto das instituições como dos servidores públicos que nelas trabalham (MMA, 2001). Percebe-se que as instituições públicas estão se esforçando para adequar-se à sustentabilidade, mas, muitas vezes, o mesmo esforço não é reconhecido nas práticas cotidianas do servidor público. Surge, então, a seguinte questão: Qual a atitude e o comportamento do servidor público em relação às questões de sustentabilidade?

A expressão Miopia do Consumidor (*Consumer Myopia*), desenvolvida neste trabalho, é utilizada para identificar a visão de curto prazo dos consumidores preocupados apenas com a sua satisfação pessoal imediata, sem aliar a possibilidade de satisfação com a sustentabilidade ambiental no longo prazo.

A pesquisa tem, portanto, o objetivo de **investigar se os servidores públicos de Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) possuem visão de longo prazo ou se são míopes em relação às questões de sustentabilidade.**

Em busca de atender ao objetivo geral da pesquisa, desenvolveu-se um estudo de caso da Universidade Federal do Ceará, sendo estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar a atitude dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade.
2. Identificar o comportamento dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade no seu ambiente de trabalho.
3. Identificar o comportamento dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade fora do seu ambiente de trabalho.
4. Identificar o possível gap entre atitude e comportamento sustentável dos servidores da Universidade Federal do Ceará.

Acredita-se que os resultados da pesquisa podem ser relevantes para a gestão pública, através do delineamento da percepção do servidor em relação aos benefícios oferecidos por ações sustentáveis no longo prazo, e inspirando ações de convencimento aos que, por alguma razão, não “vestem a camisa” da instituição no que diz respeito ao discurso da sustentabilidade e ao uso eficiente dos recursos naturais.

Segundo o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2013-2017, da Universidade Federal do Ceará (UFC), para atender ao objetivo de ampliar a capacidade de desenvolvimento e melhoria da instituição, uma das estratégias estabelecidas foi consolidar, sistematizar e elaborar uma política de gestão ambiental, por meio da criação de uma unidade administrativa específica para o assunto, da implantação de laboratório para o reprocessamento de resíduos, da aquisição de equipamentos utilizados nessas atividades, e da promoção de ações contínuas de conscientização, esclarecimento e incentivo à prática da utilização responsável dos recursos e da coleta seletiva (UFC, 2012). Dada a ênfase da UFC às ações de sustentabilidade em seu plano, que objetiva, inclusive, ser referência para outras instituições públicas e privadas, selecionou-se essa instituição como unidade de análise da pesquisa.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Marketing Verde, Atitudes e Comportamentos Ambientais

Apesar do crescente interesse e do destaque acerca do marketing verde ter iniciado nas décadas de 1980 e 1990, o assunto já era discutido bem antes e, em 1975, a *American Marketing Association* (AMA) realizou o primeiro *workshop* sobre "Marketing Ecológico" e definiu marketing verde como o estudo dos aspectos positivos e negativos das atividades de marketing sobre a poluição, esgotamento de energia e esgotamento de recursos não energético (POLONSKY, 1994).

Polonsky (1994) define o marketing verde como o conjunto de atividades com objetivo de produzir e facilitar a comercialização de produtos ou serviços com a intenção de satisfazer necessidades e desejos humanos, com impacto mínimo ao meio ambiente. O marketing verde envolve modificação de produtos e embalagens, bem como mudanças em processos de produção e publicidade. O autor ainda destaca que definir marketing verde não é uma tarefa simples e são muitas as terminologias utilizadas nesta área, tais como: *Green Marketing*, Marketing Ambiental e Marketing Ecológico.

Para Dahlstrom (2011) o marketing verde tem como foco o consumo, a produção, a distribuição e a promoção, bem como todos os procedimentos necessários para a comercialização de produtos e serviços, por meio de estratégias sensíveis às causas ecológicas. Nesse sentido, é relevante para a pesquisa relacionar atitudes e comportamentos ambientais.

Segundo Caixeta (2010), existem diversos estudos que tratam do constructo atitudes ambientais, entretanto, ainda não há uma clareza teórica. Nessa mesma direção, também está o constructo comportamento. Algumas pesquisas realizadas anteriormente, confirmam, por resultados empíricos, a relação entre valores, atitudes e comportamentos pró-ambientais, destacando-se os estudos realizados por Schultz e Zelezny (1999) que encontraram relacionamento significativo entre atitudes e valores ambientais.

A presente pesquisa tem como suporte teórico o estudo desenvolvido por Caixeta (2010). Dessa forma, com a finalidade de se alcançar o objetivo proposto será abordado a relação atitude-comportamento. As teorias existentes fazem uma relação entre valores, atitudes e comportamentos e em sua grande maioria são aplicadas em pesquisas que tratam sobre educação ambiental, com a finalidade de compreender o comportamento de indivíduos que sinalizam ações em direção a estilos de vida sustentáveis (SAHIN; ERTEPINAR; TEKSOZ, 2012).

Segundo Coelho (2009) foi somente recentemente, nas décadas de 1980 e 1990, que a relação entre as variáveis de atitudes e comportamentos foi realmente aceita, com o desenvolvimento de algumas escalas consideradas psicometricamente respeitáveis: escala de atitudes de Maloney & Ward (1973), escala de preocupação ambiental de Wiegel & Wiegel (1978) escala do Novo Paradigma Ambiental (NEP) de Dunlap & Van Liere (1978).

Atitude ambiental é um termo utilizado nas pesquisas em psicologia ambiental e está relacionado à tomada de decisão de um determinado indivíduo à avaliações favoráveis ou desfavoráveis ao ambiente natural (CAIXETA, 2010; MILFONT; DUCKITT, 2010). Já o comportamento ambiental é percebido como comportamentos ambientalmente relevantes orientados em direção à manutenção dos recursos naturais. Nessa direção, comportamentos sustentáveis realizados dentro de instituições podem despertar nos indivíduos uma consciência ambiental no âmbito institucional como também em uma esfera pública (CAIXETA, 2010).

Enfim, para a mudança de comportamentos, a fim de torná-los favoráveis ao meio ambiente, faz-se necessário entender algumas variáveis. Nesta pesquisa, destaca-se o grau de miopia dos servidores de uma instituição federal em relação às atitudes e aos seus respectivos comportamentos no local de trabalho e fora dele.

2.2 Serviço público e comportamento sustentável

Silva e Barki (2012) afirmam que o Estado tem papel fundamental, e deve atuar como facilitador na redução das tensões entre crescimento econômico e proteção ambiental, podendo agir através de incentivo a ações voluntárias e sensibilização, tema há muito defendido pelos “românticos verdes”.

O Estado é um poderoso agente na transição da economia para um contexto sustentável, tanto por estabelecer o arcabouço normativo, possibilidade de promover temas por meio da capilaridade que possui em diferentes segmentos sociais e ainda, por ser um ente detentor de considerável estrutura de bens móveis e imóveis e, portanto, consumidor de grande interferência no sistema econômico (CHELALA, 2012).

O Tribunal de Contas da União (TCU) entendeu que o processo de extinção da cultura de poluição na administração pública não apenas reduzirá os custos do governo, mas também trará benefícios para a sociedade como um todo, fazendo com que a máquina pública funcione como estímulo para mudanças em todo o setor produtivo brasileiro (VOGELMANN JR., 2014).

O Decreto nº 7.746, de 05 de junho de 2012, que estabelece critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento sustentável na administração pública federal, apresenta, no Art. 16, que as organizações e empresas estatais devem elaborar e implementar Planos de Gestão de Logística Sustentável (PLS), prevendo, no mínimo:

I – Atualização do inventário de bens e materiais do órgão e identificação de similares de menor impacto ambiental para substituição;

II – Práticas de sustentabilidade e de racionalização do uso de materiais e serviços;

III – Responsabilidades, metodologia de implementação e avaliação do plano; e

IV – Ações de divulgação, conscientização e capacitação.

A sustentabilidade traz desafios aos gestores nos campos social, econômico e ambiental, sendo necessárias ações de educação de todos os atores envolvidos nos processos relacionados com a temática (VOGELMANN JR, 2014). Entre as ações de educação ambiental no serviço público, o TCU (2011) solicita a criação de indicadores de consumo sustentável, a apresentação detalhada de casos de sucesso na implementação de medidas que geraram economias no uso racional de recursos naturais, e a publicação de parâmetros de consumo de energia, água e papel em edificações públicas federais.

Apesar das recomendações apresentadas em 2011, o Governo Federal já tem trabalhado com o propósito da educação ambiental. Em seu papel de estabelecer e fazer cumprir normas e legislação, o Estado instituiu, em 27 de abril de 1999, a Política Nacional de Educação Ambiental através da Lei nº 9.795. Em seu Art. 3º, inciso V, incumbe às instituições públicas e privadas a promoção de educação ambiental e elaboração de programas destinados à capacitação dos trabalhadores, em busca de melhoria e controle efetivo sobre o ambiente de trabalho, bem como sobre as repercussões do processo produtivo no meio ambiente.

Apesar de que a maioria das campanhas de marketing social tenham foco em influenciar o comportamento individual, especialistas têm estimulado mudar o enfoque para organizações, grupos, corporações e formuladores de políticas e leis que possuem o poder de impactar infraestruturas e influenciar de maneira mais acessível e conveniente, o comportamento das pessoas (KOTLER; LEE, 2008).

A inclusão de princípios éticos e responsáveis na cultura organizacional serve para que os formuladores de políticas e ações estratégicas de responsabilidade social desempenhem suas funções guiados por esses valores e promovam mudanças tanto no ambiente interno quanto externo da organização (FREITAS; REZENDE, 2010).

Dessa forma, a adoção de comportamentos sustentáveis no âmbito do serviço público, pode vir a fomentar não apenas o consumo sustentável dos indivíduos envolvidos diretamente na atividade pública, mas também servir como exemplo e gerar benefícios para toda a sociedade.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa é caracterizada como exploratória e descritiva no que concerne à natureza do objetivo. Classifica-se como quantitativa, visto que foram utilizados procedimentos estatísticos para alcançar os objetivos propostos (Creswell, 2010). Quanto aos procedimentos, a pesquisa é classificada como estudo de caso, considerando-se como universo de pesquisa a UFC - Universidade Federal do Ceará. A UFC conta hoje com 5.460 servidores e 28.000 alunos matriculados, distribuídos entre os seus sete campi (UFC, 2016). É considerada a segunda melhor universidade do Nordeste e figura entre as 10 melhores do Brasil (PATI, 2015).

O estudo foi desenvolvido em três etapas: a primeira concentrou-se na construção do referencial teórico; na segunda, procedeu-se à aplicação de uma pesquisa do tipo *survey* utilizando-se um questionário online, enviado aos servidores docentes e técnico-administrativos

da Instituição, e, na terceira etapa, realizou-se o tratamento estatístico dos dados levantados, seguido de sua análise utilizando-se o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 22.0.

A inspiração para o instrumento de coleta de dados desta pesquisa foi o trabalho de Caixeta (2010), intitulado "Atitudes e Comportamentos Ambientais: um estudo comparativo entre servidores de instituições públicas federais", dividido em quatro blocos: o primeiro consiste em perguntas relacionadas a atitudes ambientais; o segundo bloco contém perguntas relativas ao comportamento ambiental no local de trabalho; o terceiro bloco contém perguntas relativas ao comportamento ambiental fora do local de trabalho, e o quarto bloco contém as informações sociodemográficas dos respondentes. O Quadro 1 apresenta os itens componentes dos blocos 1 a 3 do questionário, e que compõem as 3 escalas analisadas na pesquisa. Para cada item utilizou-se uma escala Likert de 5 pontos.

Quadro 1: Itens componentes das escalas de atitudes e comportamentos ambientais.

Atitude 01	A interferência dos seres humanos na natureza frequentemente produz consequências desastrosas
Atitude 02	A reciclagem contribui para a diminuição dos problemas ambientais gerados pelo uso abusivo de papéis
Atitude 03	Os governos deveriam controlar e regular a forma como as matérias-primas são utilizadas no intuito de fazê-las durar mais
Atitude 04	O consumismo agrava os problemas ambientais
Atitude 05	Separar o lixo conforme o tipo ajuda na preservação do meio ambiente
Atitude 06	Deveria haver controle mais rigoroso sobre as indústrias, a fim de proteger o meio ambiente da poluição, mesmo que isso signifique aumento nos preços dos produtos
Atitude 07	A minha qualidade de vida depende diretamente dos bens de consumo que possuo
Atitude 08	Sempre que possível, tento preservar os recursos naturais
Atitude 09	A natureza tem uma capacidade inesgotável de se recuperar dos danos provocados pelas ações humanas
Atitude 10	O lixo é responsabilidade apenas do órgão de limpeza urbana
Atitude 11	Reciclar latas de alumínio contribui para as soluções de problemas ambientais
Atitude 12	A ideia de que o equilíbrio da natureza é muito delicado e pode ser facilmente perturbado é pessimista
Atitude 13	Os seres humanos estão maltratando severamente o meio ambiente
Atitude 14	Evitar desperdícios dos recursos naturais deve ser um compromisso de todos nós brasileiros
Atitude 15	Eu não posso fazer nada a respeito dos problemas causados pelo uso excessivo de papel
Atitude 16	As pessoas devem adotar atitudes simples para reduzir o consumo diário de água e energia elétrica
Atitude 17	Os problemas ambientais são consequência da vida moderna
Trabalho 01	Procuro colocar cada tipo de lixo em lixeiras específicas
Trabalho 02	Quando possível, utilizo como rascunho o verso do papel que já foi usado
Trabalho 03	Evito desperdício de materiais de escritório, como: papéis, clipes e tintas de impressora
Trabalho 04	Se possível, opto por papel reciclado ao invés de papel branco
Trabalho 05	Imprimo documentos frente-e-verso
Trabalho 06	Apago as luzes dos ambientes quando não tem ninguém
Trabalho 07	Ao detectar algum vazamento de água em banheiros, aviso o setor responsável pela manutenção
Trabalho 08	Fecho portas e janelas quando o sistema de ar condicionado está ligado
Trabalho 09	Se possível, uso iluminação natural
Trabalho 10	Utilizo as escadas para me deslocar entre andares próximos

Trabalho 11	Faço blocos de anotações com os papéis usados
Trabalho 12	Procuro reutilizar copos de água descartáveis
Trabalho 13	Se possível, formato os documentos de modo a evitar espaços em branco na folha de papel e fontes que consomem muita tinta
Trabalho 14	No banheiro, evito desperdiçar papel higiênico e toalhas de papel
Trabalho 15	Quando vejo papel jogado no chão, pego e jogo na lixeira
Trabalho 16	Entrego papéis para reciclagem
Trabalho 17	Entrego as pilhas usadas nos postos de coleta
Foratrab 01	Evito jogar papel no chão
Foratrab 02	Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não estão sendo usados
Foratrab 03	Quando possível, economizo água
Foratrab 04	Jogo todo tipo de lixo em qualquer lixeira
Foratrab 05	Colaboro com a preservação da cidade onde vivo
Foratrab 06	Enquanto escovo os dentes, deixo a torneira aberta
Foratrab 07	Quando abro a geladeira, evito ficar com a porta aberta muito tempo, para não gastar energia
Foratrab 08	Jogo lixo no chão quando não encontro lixeira por perto
Foratrab 09	Evito desperdício de energia elétrica
Foratrab 10	Ajudado a manter as ruas limpas
Foratrab 11	Quando estou tomando banho, fecho a torneira para me ensaboar
Foratrab 12	Quando não encontro uma lixeira por perto, guardo no bolso (ou na bolsa) o papel que não quero mais
Foratrab 13	Deixo a televisão ligada mesmo sem ninguém assistindo
Foratrab 14	Uso uma lixeira específica para cada tipo de lixo em minha casa
Foratrab 15	Separo o lixo conforme seu tipo
Foratrab 16	Evito desperdício de recursos naturais
Foratrab 17	Costumo guardar embalagens para usá-las novamente

Fonte: Elaborado pelos autores, com base em Caixeta (2010).

A amostragem da pesquisa foi probabilística do tipo aleatória simples, uma vez que todos os elementos da população tinham a mesma probabilidade de pertencer à amostra. O questionário esteve disponível para resposta através de formulário eletrônico, cujo link foi enviado aos 5.460 servidores da UFC por correio eletrônico (e-mail), obtendo-se resposta de 298 questionários válidos, representando erro de 5,5%.

Nesse contexto, para se chegar a uma conclusão acerca do objetivo geral da pesquisa, qual seja, investigar se os servidores públicos de Instituições Federais de Ensino Superior possuem visão de longo prazo ou se são míopes em relação às questões de sustentabilidade, foi necessário desenvolver o conceito de *Consumer Myopia* ou Miopia do Consumidor. Tomando-se por base o conceito de *Marketing Myopia* ou Miopia de Marketing, desenvolvido por Levitt (1960), o conceito de Miopia em Marketing Verde, desenvolvido por Ottman (2006), e o conceito da miopia em si, deficiência visual que dificulta “ver de longe”, Miopia do Consumidor é aqui definida como a visão de curto prazo dos consumidores mais preocupados com a sua satisfação pessoal imediata, sem aliar a possibilidade de satisfação com a sustentabilidade ambiental no longo prazo.

Neste trabalho, utilizou-se de certa liberdade de interpretação da escala Likert para construção da classificação dos graus de miopia do consumidor, uma vez que os autores não têm conhecimento de estudos anteriores que visaram medir a miopia do consumidor. Portanto, este conceito de miopia está sendo trabalhado pela primeira vez por meio desta pesquisa.

Elaborou-se a escala de miopia do consumidor, fazendo uma alusão à miopia ocular, utilizando-se da classificação do erro refracional apresentado por Correa *et al* (2001). A Tabela 1 e a Figura 1 apresentam a classificação utilizada nesta pesquisa.

Tabela 1: **Classificação da Miopia do Consumidor (Consumer Myopia)**

Média	Grau de miopia	Visão de longo prazo
0,00 a 0,50	Não possui	Possui excelente visão de longo prazo
0,51 a 1,25	Baixo	Possui boa visão de longo prazo
1,26 a 2,00	Moderado	Possui relativa visão de longo prazo
2,01 a 3,00	Alto	Possui baixa visão de longo prazo
Acima de 3,01	Extremo	Não possui visão de longo prazo

Fonte: Elaborada pelos autores.

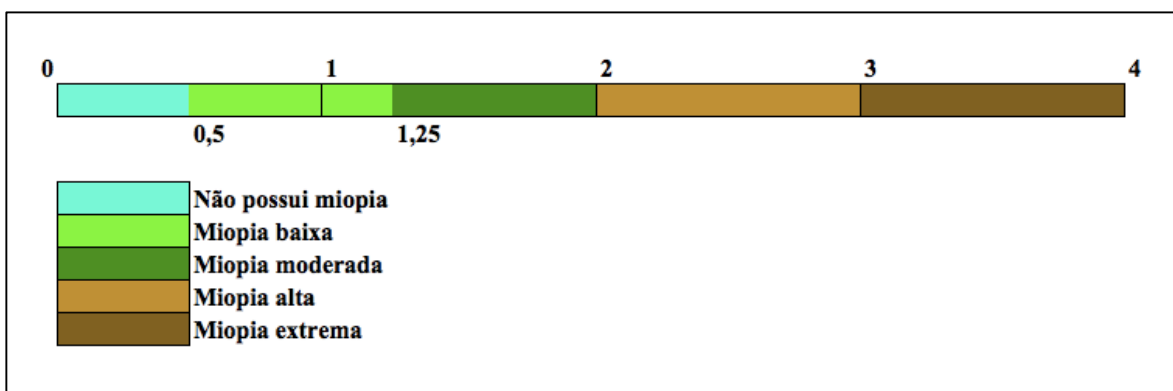


Figura 1: **Gradação da Miopia do Consumidor (Consumer Myopia).**

Fonte: Elaborado pelos autores.

Procedeu-se ao tratamento dos dados utilizando-se estatística descritiva, testes de média (M), desvio padrão (sd), análise fatorial e correlação de Pearson. Os testes estatísticos foram desenvolvidos com auxílio do SPSS. As tabelas e os gráficos resultantes dos estudos e dos testes realizados, bem como sua análise, são apresentados na seção seguinte.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise desta pesquisa foi feita a partir de 298 respondentes, dos quais 101 são docentes e 197 técnico-administrativos. O método de estatística descritiva permitiu constatar que 56,7% são do gênero feminino e 43,3% do gênero masculino. No que tange à faixa etária, decidiu-se por estratificar em três níveis: até 30 anos (22,1%), entre 31 e 50 anos (51,3%) e acima de 51 anos (26,5%). Percebe-se portanto que a faixa etária entre 31 e 50 anos compõe a maior parte da amostra. No quesito escolaridade, 4,7% possuem ensino médio, 19,1% possuem ensino superior, 19,1% especialização, 23,5% mestrado e 33,6% possuem doutorado.

Outro dado importante refere-se ao tempo de serviço na instituição. Verificou-se a mesma porcentagem para os indivíduos com até 3 anos de serviço e os com mais de 10 anos de serviço (36,9%), e 26,2% têm entre 3 e 10 anos de serviço na UFC. Por fim, a pesquisa permitiu identificar os servidores e a sua respectiva lotação (interior ou capital): 8,4% dos respondentes

estão lotados em campus do interior (Crateús, Quixadá, Russas ou Sobral), e os demais 94,2% dos respondentes estão lotados na capital, Fortaleza, distribuídos nos campi do Pici, Benfica, Porangabussu, e no Labomar – Instituto de Ciências do Mar.

Os resultados da análise dos dados são apresentados separadamente de acordo com os objetivos específicos da pesquisa.

4.1 Atitudes Ambientais de Servidores Públicos

Para atender o primeiro objetivo específico da pesquisa, que visou identificar a atitude dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade, foi utilizada a Escala de Atitudes Ambientais proposta por Caixeta (2010).

Inicialmente, verificou-se a consistência interna da escala por meio da análise de fidedignidade dos itens, utilizando o alfa de *Cronbach*. O coeficiente alfa para escala foi 0,660, superior ao limite de aceitabilidade 0,60 (Hair *et al*, 2005), comprovando a confiabilidade dos dados utilizados. Além disso, submeteram-se todos os itens da escala a uma análise de componentes principais. Foi verificado que o coeficiente KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) apresentou um valor igual a 0,810, indicando, portanto, uma boa adequação da amostra em referência ao uso da análise fatorial.

Através da análise estatística descritiva verificou-se que, em média, os servidores da Universidade Federal do Ceará (UFC) possuem um baixo nível de miopia em relação às atitudes ambientais ($M = 0,77$), com forte convergência entre os respondentes ($sd = 0,35$).

Analisando os itens individualmente, verificou-se um alto grau de miopia em relação às atitudes ambientais em apenas dois dos dezessete itens componentes da escala. O maior grau de miopia foi verificado em relação à afirmação “Os problemas ambientais são consequência da vida moderna” ($M = 2,61$, $sd = 1,12$), seguido do item “A minha qualidade de vida depende diretamente dos bens de consumo que possuo” ($M = 2,22$, $sd = 1,19$). Não foi verificada miopia moderada relativa a nenhum dos itens. Portanto, compreende-se que os servidores da Universidade Federal do Ceará não percebem a relação entre sustentabilidade e consumo, denotando um conhecimento baixo sobre consumo consciente e um alto grau de miopia no que tange aos dois itens da escala de atitudes. Destarte, é necessário compreender que o desenvolvimento econômico e tecnológico é sim necessário, porém ele pode ser adequado de maneira a não comprometer o meio ambiente e as gerações futuras.

No que tange à análise fatorial, foi verificado que 5 itens explicam 55,7% da variância total. Dois destes itens estão relacionados ao descarte de resíduos (Atitude 10; Atitude 11), dois a atitudes ecológicas relacionadas ao desperdício (Atitude 14 e Atitude 16) e o quinto vincula-se a ameaças ambientais (Atitude 13). É interessante destacar que apesar dos itens com maior comunicações serem relativos ao descarte, o mesmo não se reflete no comportamento destes servidores, ou seja, eles geralmente acreditam nos prejuízos ocasionados pelo descarte de resíduos, entretanto o comportamento deve ser repensado.

4.2 Comportamentos Ambientais de Servidores Públicos no Local de Trabalho

Em busca de responder o segundo objetivo específico da pesquisa, que visou identificar o comportamento dos servidores da UFC em relação às questões de sustentabilidade no seu ambiente de trabalho utilizou-se a Escala de Comportamento Ambiental no Local de Trabalho (Caixeta, 2010).

Calculou-se o alfa de *Cronbach* a fim de testar a confiabilidade dos itens. Para esta escala, o coeficiente alfa apresentou alta confiabilidade ($\alpha = 0,768$). Através da análise dos componentes

principais, verificou-se o coeficiente KMO com valor igual a 0,812, apresentando também boa adequação da amostra relativo ao uso da análise fatorial.

Em relação aos comportamentos ambientais no local de trabalho, foi verificado que os servidores da UFC possuem, em média, um baixo nível de miopia ($M = 0,95$), com desvio-padrão apresentando forte convergência ($sd = 0,47$).

Individualmente, apenas um item da escala refletiu um alto grau de miopia (Trabalho 17). Este item, caracterizado pela afirmação “Entrego as pilhas usadas nos postos de coleta”, o qual apresentou média igual a 2,21, com fraca convergência do desvio padrão ($sd = 1,57$). Foi verificado ainda que há miopia moderada em 3 itens, sendo 2 deles também relacionados ao uso de papel, quais sejam “Entrego papéis para reciclagem” ($M = 1,90$, $sd = 1,45$) e “Se possível, opto por papel reciclado ao invés de papel branco” ($M = 1,52$, $sd = 1,20$), juntamente com o item já caracterizado como sendo de alta miopia (Trabalho 17). Desse modo, os resultados obtidos refletem que não há elevada preocupação dos servidores da UFC em relação ao uso sustentável de papel. Dessa forma, as metas para a redução de papel propostas pelo Tribunal de Contas da União (TCU, 2011) parecem não ter ainda ocasionado uma mudança efetiva no comportamento dos servidores no local de trabalho. Deve-se, portanto, com base neste resultado, avaliar tais ações, para, se for o caso, tomar medidas de natureza mais rígidas.

O outro item que apresentou moderado grau de miopia trata da afirmação “Procuro colocar cada tipo de lixo em lixeiras específicas” ($M = 1,28$, $sd = 1,13$). Dessa forma, pode-se considerar que as estratégias utilizadas pela Instituição parecem não promover o engajamento por parte dos servidores, ou ainda os comportamentos poucos sustentáveis estão relacionados com o baixo acesso desses servidores às informações e conhecimentos sobre sustentabilidade. Compreende-se também que além de apresentarem moderado grau de miopia tais indivíduos acreditam que comportamentos individuais sustentáveis não promovem grandes impactos positivos na natureza e assim passam a desprezar pequenas ações no cotidiano do ambiente de trabalho.

Quanto à análise fatorial, foi verificado que dos 5 itens que mais explicam a variância total (52,39%), 4 deles são os itens relacionados ao uso de papel (Trabalho 16, Trabalho 01, Trabalho 02 e Trabalho 04). O último item está relacionado ao descarte de lixo, sendo este o que possuiu grau moderado de miopia (Trabalho 01).

4.3 Comportamentos Ambientais de Servidores Públicos Fora do Local de Trabalho

O terceiro objetivo específico pretendia identificar o comportamento dos servidores da Universidade Federal da Ceará em relação às questões de sustentabilidade fora do seu ambiente de trabalho. Para tal análise, foram utilizados os itens que compõem a Escala de Comportamento Ambiental Fora do Local de Trabalho (Caixeta, 2010).

Inicialmente, determinou-se o alta de *Cronbach* para os itens que compuseram a escala. Foi verificada alta confiabilidade dos dados ($\alpha = 0,795$). O componente KMO verificado para a escala corroborou para a adequação da amostra, apresentando valor igual a 0,786.

Em relação aos comportamentos ambientais fora do local de trabalho, também foi verificado um baixo nível de miopia ($M = 0,87$, $sd = 0,46$) por parte dos servidores da UFC. Verifica-se que esse nível é ainda menor que o nível de miopia no ambiente de trabalho ($M = 0,95$), porém maior que a atitude ($M = 0,77$).

Dois itens desta escala, analisados individualmente, apresentaram um alto grau de miopia pelos servidores. Ambos estão relacionados ao descarte de resíduos, quais sejam “Uso uma lixeira específica para cada tipo de lixo em minha casa” apresentando média igual a 2,47 e desvio padrão igual a 1,40. O item “Separa o lixo conforme seu tipo” o qual apresentou média igual a

2,20 e desvio padrão igual a 1,37. Obteve-se ainda um terceiro item (Foratrab04) relativo ao descarte do lixo, onde este apresentou um grau de miopia moderado ($M = 1,34$, $sd = 1,07$). Este item apresenta a afirmação “Jogo todo tipo de lixo em qualquer lixeira”, corroborando com os dois itens anteriores. Uma possível explicação para estes resultados pode estar relacionada com o descarte ambientalmente inadequado do lixo no estado do Ceará. Dessa forma, as campanhas de consumo consciente junto aos servidores, para que haja menos geração de lixo e uma maior separação dos resíduos tornam-se ineficientes, visto que o estado não realiza a coleta seletiva. Destarte, é necessário que o país como um todo desenvolva ações que promovam soluções para a cadeia de reciclagem do país.

A análise fatorial confirmou que o fator mais representativo para o comportamento ambiental fora do local de trabalho está relacionado ao descarte de resíduos, pois 3 dos 4 itens que explicam a maior parte da variância total (52,51%), referem-se à questão do lixo (Foratrab15, Foratrab14 e Foratrab12). Os itens seguintes com maior comunicações referem-se a questões desperdício de energia elétrica e água (Foratrab 09, Foratrab06, Foratrab16 e Foratrab11).

4.4 Análise do gap entre atitudes e comportamentos ambientais

A fim de atender o quarto objetivo específico, que tratou de identificar o possível gap entre atitude e comportamento sustentável dos servidores da Universidade Federal do Ceará, primeiramente foi realizada uma análise de correlação de Pearson (r) entre a atitude, comportamento no trabalho e comportamento fora do trabalho, realizada a partir das médias simples entre os itens que elencaram cada uma das três escalas. A Tabela 2 apresenta a correlação geral entre as escalas.

Tabela 2:

Correlação de Pearson entre as Escalas de Atitudes e Comportamentos Ambientais

Escala	Comportamento no Trabalho	Comportamento Fora do Trabalho
Atitude	0,316**	0,348**
Comportamento no Trabalho		0,679**

** . A correlação é significativa ao nível de 1% (2 extremidades).

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com Field (2009), o coeficiente de correlação deve variar entre -1 e +1. Um coeficiente igual a +1 indica um grau de relacionamento perfeito e positivo. De forma inversa, um coeficiente igual a -1 indica um grau de relacionamento perfeito e negativo, e um coeficiente com valor igual a 0 indica que não existe uma relação entre as variáveis analisadas. O autor apresenta ainda que valores de $\pm 0,1$ representam um efeito pequeno, $\pm 0,3$ representa um efeito médio e $\pm 0,5$, um efeito grande.

Diante do exposto, verifica-se um relacionamento positivo entre as três escalas analisadas. No entanto, apenas o relacionamento entre a escala de comportamentos ambientais no trabalho e a escala de comportamentos ambientais fora do trabalho possui um grande efeito ($r = 0,679$). A correlação entre as variáveis do comportamento dentro e fora do trabalho e a escala de atitudes ambientais apresentou uma efeito médio, respectivamente $r = 0,316$ e $r = 0,348$. Em todos os casos a correlação é significativa ao nível de 1%.

Dessa forma, percebe-se que, mesmo não apresentando um elevado grau de relacionamento, as variáveis associadas à atitude e aos comportamentos ambientais apresentaram

correlações positivas, corroborando com Weigel e Newman (1976), os quais argumentaram que as atitudes se correlacionam de forma significativa e positiva com os índices de comportamento.

Verifica-se então um *gap* entre atitudes e comportamentos ambientais. Apesar dos servidores possuírem sentimentos favoráveis acerca do meio ambiente ou sobre problemas relacionados a ele, as ações dirigidas às questões ambientais e proteção do meio ambiente não refletem, na prática, tais sentimentos. No entanto, verifica-se que, quando o servidor adota comportamentos ambientais fora do local de trabalho, o mesmo se espelha dentro do local de trabalho, demonstrando que a internalização dos comportamentos ambientais faz com que o indivíduo os apresente independente do local onde de encontra.

Cabe acrescentar que a correlação entre atitude e as duas escalas de comportamento, apesar de apresentarem efeito mediano em ambos os casos, ela se deu um pouco maior dentro do trabalho. Tal fato pode estar associado à ações institucionais ou pressão dos colegas de trabalho, uma vez que as atitudes de alguns podem influenciar para que os demais venham a demonstrar uma maior preocupação, adotando, assim, comportamentos sustentáveis.

A fim de observar possíveis diferenças nas correlações entre as escalas de atitudes e comportamentos ambientais entre os diferentes perfis de respondentes, procedeu-se ainda o tratamento de dados subcategorizado em variáveis demográficas.

Não foram verificadas grandes diferenças na correlação entre os sexos feminino e masculino, ainda que a correlação entre comportamento fora do trabalho e as outras duas variáveis seja levemente mais forte no caso das mulheres.

Uma maior diferença é percebida na estratificação por cargos. Entre os docentes, verificou-se um alto grau de relacionamento entre as atitudes e os comportamentos fora do trabalho ($r=0,545$). Apesar de não se encaixar como forte, a correlação entre as atitudes e comportamentos dos docentes no local de trabalho ($r = 0,468$) é bem mais alta que a observada para os técnico-administrativos ($r = 0,200$). Observa-se ainda que, entre os técnico-administrativos a correlação entre atitudes e comportamentos fora do trabalho também é considerada baixa ($r = 0,259$). É possível que o professor, que trabalha com a educação de futuras gerações, preocupe-se mais fortemente em dar exemplo aos alunos, alinhando o que acredita ao que faz. Outra possível explicação pode ser nível de escolaridade, que para os docentes é mais elevado que entre os técnico-administrativos, uma vez que o coeficiente de correlação de Pearson apresentou significativa variabilidade entre os níveis educacionais.

Percebeu-se, também, que a correlação entre atitudes e comportamentos ambientais apenas foi significativa entre os indivíduos que possuem pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado). Para os demais indivíduos considerados não se verificou correlação significativa entre comportamentos e atitudes. Analisando ainda a correlação entre os comportamentos, dentro e fora do trabalho, observou-se que para os servidores com pós-graduação *stricto sensu* tais variáveis possuem um grau de relacionamento mais forte ($r > 0,7$). Nos demais casos, ainda que a correlação tenha sido alta, ela foi relativamente inferior ($0,5 > r > 0,7$).

Em relação à idade dos participantes da pesquisa, verificou-se que a correlação entre atitudes e comportamentos ambientais, ainda que moderada, foi mais forte entre os indivíduos entre 31 e 50 anos. Tal resultado pode indicar que estes servidores devem ter filhos mais jovens, logo apresentam uma maior preocupação em deixar um ambiente melhor para os filhos, assim como educá-los quanto às questões de sustentabilidade. Além disso, é possível que os pais aprendam com os filhos, dado que a educação escolar também vem trabalhando essas questões.

Ainda que não se consiga mensurar especificamente o tamanho do *gap* entre atitude, comportamento no trabalho e comportamento fora do trabalho relativo às questões de sustentabilidade, a análise de correlação de Pearson permite verificar que há uma diferença

significativa entre atitudes e comportamentos. Dessa forma, entre os indivíduos pesquisados, verifica-se que acreditar nas questões de sustentabilidade não garante que os mesmos irão por em prática tais ações no cotidiano. Porém, os indivíduos que adotam ações sustentáveis fora do ambiente de trabalho também adotam essas ações dentro dele. Não se pode afirmar, no entanto, como se dá esse impacto, se o ambiente institucional pode influenciar comportamentos além das paredes da organização ou se “o costume de casa vai à praça”.

5 CONCLUSÕES

A proposta do trabalho foi investigar se os servidores públicos de Instituições Federais de Ensino Superior (IFES) possuem visão de longo prazo ou se são míopes em relação às questões de sustentabilidade. Para verificar tal proposta foi utilizada a escala apresentada por Caixeta (2010) e informações referentes aos servidores da Universidade Federal do Ceará.

Os resultados permitiram verificar que há miopia de marketing verde nas atitudes e comportamentos desses servidores da Universidade Federal do Ceará, porém o nível de miopia foi considerado baixo em todas as escalas, uma vez que as médias da Escala de Atitude Ambiental, Escala de Comportamento Ambiental no Trabalho e Escala de Comportamento Ambiental Fora do Trabalho apresentaram valores iguais a 0,77, 0,95 e 0,87, respectivamente.

Recordando os objetivos específicos da pesquisa, em relação ao objetivo específico 1, que pretendia identificar a atitude dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade, verificou-se que, em média, os servidores possuem baixa miopia em relação a questões ambientais. No entanto, foi verificado que esta miopia aumenta quando as questões afetam diretamente o consumo do indivíduo. Nesse momento, a atitude sustentável entra em segundo plano, pois o indivíduo considera o consumo um item mais significativo que a sustentabilidade em relação à qualidade de vida.

Em relação ao objetivo específico 2, que pretendia identificar o comportamento dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade no seu ambiente de trabalho, também foi verificada baixa miopia em relação a tais comportamentos. Nesse caso, a visão de longo prazo é baixa quando se trata da entrega de itens descartáveis em postos de coleta e reduzida quando se trata do uso de papel. É relevante lembrar que um dos itens apontados pelo Tribunal de Contas da União (TCU) que mais geram gastos públicos é o consumo de papel, além de água e energia. Logo, cabe à Universidade Federal do Ceará trabalhar com maior ênfase na economia e educação quanto ao consumo desse item, pois foi verificado que os servidores não possuem comportamentos míopes em relação ao consumo de água e energia, porém não percebem tão claramente o quanto o consumo de papel afeta as questões de sustentabilidade, evitando o desperdício e reduzindo o consumo no ambiente institucional.

Em relação ao objetivo específico 3, que buscou identificar o comportamento dos servidores da Universidade Federal do Ceará em relação às questões de sustentabilidade fora do seu ambiente de trabalho, verificou-se, em média, baixa miopia. Tal miopia foi acentuada quando a questão abordada era o descarte de resíduos. Verificou-se que não há grande preocupação, nas residências dos indivíduos pesquisados, em separar o lixo conforme seu tipo ou usar lixeiras específicas para cada um deles. É possível que, no local de trabalho, haja maior disponibilidade de separação de lixo, sendo mais facilmente encontradas lixeiras específicas, pois não cabe ao servidor, individualmente, a disponibilização desse material, assim como o descarte adequado do mesmo. Fora do trabalho, é necessário um maior esforço individual para o descarte adequado de resíduos, com a compra de lixeiras, a entrega de materiais em postos de coleta adequados e outras ações que geram um grande esforço pessoal para a realização.

O objetivo específico 4 propôs-se identificar o possível *gap* entre atitude e comportamento sustentável dos servidores da Universidade Federal da Ceará. Através da análise de correlação de Pearson verificou-se que a atitude está positivamente correlacionada aos comportamentos ambientais, tanto dentro quanto fora do local de trabalho, mas essa correlação apresenta efeito moderado, respectivamente $r = 0,316$ e $r = 0,348$, o que configura o *gap* entre as atitudes e os comportamentos sustentáveis. Entre os dois tipos de comportamento, foi verificada uma correlação forte ($r = 0,679$)

Na análise desse *gap*, foi interessante verificar que o cargo e nível de escolaridade influenciam no índice de correlação. Percebeu-se que servidores docentes possuem correlação mais forte entre atitude e comportamentos ambientais, assim como, quanto maior a escolaridade dos servidores, maior a correlação entre atitudes e comportamentos. Dessa forma, apresenta-se que há uma maior consonância entre as crenças e ações relativas a questões ambientais por parte de professores e servidores técnico-administrativos com maior nível de escolaridade.

É importante salientar que os resultados aqui apresentados não podem ser tomados como representativos no universo do serviço público ou ainda das Instituições Federais de Ensino Superior, categoria extremamente ampla e não abrangida pelos métodos de amostragem utilizados na pesquisa.

Para investigações futuras, sugere-se a realização de pesquisa em outras instituições a fim de corroborar ou verificar diferenças entre as questões de sustentabilidade em diferentes IFES. Sugere-se ainda análise qualitativa dos objetivos da pesquisa, buscando aprofundamento da análise em questão possibilitando verificar os fatores que causam o *gap* entre atitudes e comportamentos, assim como verificar qual das variáveis comportamentais apresenta maior influência sobre a outra, se o trabalho influencia o comportamento fora dele ou vice-versa.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em 05 de junho de 2016.
- _____. **Lei nº 9.795**, de 27 de abril de 1999. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em 05 de junho de 2016.
- _____. **Decreto nº 7.746**, de 05 de junho de 2012. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em 05 de junho de 2016.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- CAIXETA, D. M. **Atitudes e comportamentos ambientais: um estudo comparativo entre servidores de instituições públicas federais**. Dissertação (mestrado). Brasília: UNB, 2010.
- CHELALA, C. Economia verde: desafios para o setor público. **Planeta Amazônia: Revista Internacional de Direito Ambiental e Políticas Públicas**, v. 4, p. 45-59. Macapá, 2012.
- COELHO, J. A. P. M. **Habilidade de conservação de água: uma explicação pautada em valores humanos, emoções e atitudes ambientais**. Tese (doutorado). João Pessoa: UFPB, 2009.
- CORREA, Z. M. da S.; KRONBAUER, F. L.; GOLDHARDT, R.; MARCON, I. M.; BAKOWICZ, F. Precisão ecobiométrica da fórmula SRK/T na facoemulsificação. **Arq. Bras. Oftalmol.** [online], vol.64, n.3, pp.233-237, 2001.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo e quantitativo**. 3 ed., Porto Alegre: Artmed, 2010.

FREITAS, A. G. G. de; REZENDE, D. C. Marketing Social Corporativo e Consumo Consciente: Uma Proposta de Aproximação. In: IV Encontro de Marketing da ANPAD, 2010. **Anais...** Florianópolis. IV EMA, 2010.

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

FIELD, A. **Descobrendo a estatística usando o SPSS**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KOTLER, P. Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. **Journal of Marketing**, v. 75, p. 132-135, jul. 2011.

KOTLER, P.; LEE, N. **Marketing no setor público: Um guia para um desempenho mais eficaz**. São Paulo: Bookman, 2008.

LEVITT, T. Marketing myopia. **Harvard Business Review**, v.38,p. 45-56,jul/ago, 1960.

MILFONT, T. L.; DUCKITT, J. The environmental attitudes inventory: A valid and reliable measure to assess the structure of environmental attitudes. **Journal of Environmental Psychology**, 2010.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – MMA. **Agenda ambiental na administração pública**. Brasília: MMA/SDS/PNEA, 2001.

OTTOMAN, J. A.; STAFFORD, E. R.; HARTMAN, C. L. Avoiding green marketing myopia: ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products. **Environment**, v. 48, n. 5, p. 22-36, 2006.

PATI, C. (2015). **As melhores universidades brasileiras, segundo o MEC**. Exame.com, 18/12/2015. <<http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/as-melhores-faculdades-do-brasil-segundo-o-mec>>. Acesso em 18/09/2016.

POLONSKY, M. J. (1994).An introduction to green marketing. **Electronic Green Journal**. Disponível em: <http://www.greenprof.org/wp-content/uploads/2010/06/An-Introduction-to-Green-Marketing.pdf>. Acesso em: 04 de jun de 2016

SAHIN, E.; ERTEPINAR, H.; TEKSOZ, G. University students' behaviors pertaining to sustainability: a structural equation model with sustainability-related attributes. **International Journal of Environmental & Science Education**, 7(3), 459-478, 2012.

SILVA, R. C.; BARKI, T. V. P. Compras públicas compartilhadas: a prática das licitações sustentáveis. **Revista do Serviço Público**, n. 63, v. 2, p. 157-175, 2012.

SCHULTZ, P. W.; ZELEZNY, L. Values as predictors of environmental attitudes: evidence for consistency across 14 countries. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 255-265, 1999.

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO – TCU. **Acórdão nº 1752/2011** – Plenário. Auditoria Operacional, 2011.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. **Plano de desenvolvimento institucional - PDI 2013-2017**. Fortaleza, 2012. 173p.

VOGELMANN JR, J. C. **Roteiro Prático de Ações Sustentáveis na Administração Pública**. Porto Alegre: ESAF, 2014.

WEIGEL, R. H.; NEWMAN, L. S. Increasing attitude-behavior correspondence by broadening the scope of the behavioral measure. **Journal of Personality and Social Psychology**, 33, 793-802.