

COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL EXPANDIDO: UMA ANÁLISE CONJUNTA DO COMPORTAMENTO PRÓ-AMBIENTAL, VEGETARIANO E ATIVISTA

NICOLE ANDRADE DUARTE

CLÁUDIA BUHAMRA ABREU ROMERO

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DO PIAUÍ

Introdução

Este estudo analisa o comportamento sustentável do indivíduo, considerando seu comportamento pró-ambiental, vegetariano e ativista. A relação entre esses comportamentos e a possibilidade de encadeamento entre eles foi nominada de Comportamento Sustentável Expandido (CSE), conceito desenvolvido pelos autores, que busca expandir a noção de comportamento sustentável, tornando-o mais complexo. Para compreender os comportamentos, foram consideradas as variáveis sociais (Teoria do Comportamento Planejado - TCP) e as questões psicológicas do indivíduo (valores pessoais).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Apesar do crescente corpo de pesquisas sobre comportamento sustentável, ainda não houve, até onde foi pesquisado, estudos que analisam um conceito similar ao de CSE. Problema de pesquisa: Quais variáveis formam o comportamento pró-ambiental, com base na TCP e nos valores pessoais, e qual a relação desse comportamento com o vegetarianismo e o ativismo para a formação de um Comportamento Sustentável Expandido (CSE)? Objetivo Geral: Investigar a influência dos valores e das variáveis da TCP no comportamento pró-ambiental, e a sua relação com os comportamentos vegetariano e ativista.

Fundamentação Teórica

O referencial teórico foi dividido em cinco partes: Teoria do Comportamento Planejado (TCP) - Azjen (2005); Armitage e Conner (2001). Teoria de Valores de Schwartz - Schwartz (2012); Tamayo e Schwartz (1993). Comportamento pró-ambiental - Ribeiro e Vegas (2011); Fabrício, Da Veiga e Marchetti (2017). Perfil comportamental de vegetarianos - Dietz et al. (1995); Cooper (2018). Consumidores como ativista - Zorell e Yang (2019); Portilho (2020). Foram elaboradas 10 hipóteses, com base no referencial teórico.

Metodologia

Estudo quantitativo, operacionalizado por um survey, com características descritivas e explicativas. Sujeitos de pesquisa: vegetarianos e suas variações. Coleta dos dados: aplicação de um questionário autoadministrado, por amostragem não probabilística, de corte transversal. Aplicação online, em grupos fechados do Facebook e em abordagens individuais pelo dispositivo de mensagens do aplicativo. Foram submetidos 211 questionários válidos. O instrumento de coleta foi elaborado com base em escalas já validadas.

Análise dos Resultados

A análise foi realizada através dos softwares SPSS 23.0 e AMOS 23.0, e se deu de acordo com as seguintes etapas: Análise Estatística Descritiva (AED): variáveis sociodemográficas para caracterização dos respondentes; Análise Fatorial Confirmatória (AFC): análise da adequação do modelo proposto, seguida pela análise de validade convergente, discriminante e pelas medidas de qualidade de ajuste; e Modelagem de Equações Estruturais (MEE): análise das múltiplas relações de dependência, conforme modelo proposto no artigo.

Conclusão

Com base nos resultados, identificou-se uma influência positiva entre os constructos relacionados abaixo, demonstrando um encadeamento entre os diversos comportamentos sustentáveis, além de reforçar um impacto positivo das variáveis da TCP no comportamento pró-ambiental. Influências positivas comprovadas: Valor de Autopromoção na Atitude / Valor de Abertura à Mudança na Atitude / Atitude no Comportamento Pró-Ambiental / Norma Subjetiva no Comportamento Pró-Ambiental / Controle Comportamental Percebido no Comp. Pró-Ambiental / Comp. Pró-Ambiental no Ativismo / Comp. Vegetariano no Ativismo.

Referências Bibliográficas

Ajzen, 2005. Attitudes, personality, and behavior / Schwartz, 1992. Universals in the content and structure of values / Ribeiro & Veiga, 2011. Proposição de uma escala de consumo sustentável / Krizanova, Rosenfeld, Tomiyama & Guardiola, 2021. Pro-environmental behavior predicts adherence to plant-based diets / Plohl, Stern, 2020. From diet to behaviour: exploring environmental - and animal conscious behaviour. Monticelli, della Porta, 2019. The Successes of Political Consumerism as A Social Movement. Portilho, 2020. Ativismo alimentar e consumo político.

Palavras Chave

Comportamento Sustentável Expandido, Vegetarianismo, Ativismo

COMPORTAMENTO SUSTENTÁVEL EXPANDIDO: UMA ANÁLISE CONJUNTA DO COMPORTAMENTO PRÓ-AMBIENTAL, VEGETARIANO E ATIVISTA

1. INTRODUÇÃO

Comportamentos mais sustentáveis, que contribuam para o equilíbrio social, ambiental e econômico da sociedade têm se tornado urgentes, onde tanto governos, como empresas e consumidores são apontados como responsáveis, sendo o consumidor considerado uma peça-chave e relevante nesse processo (Nascimento, 2012; Barbieri & Cajazeira, 2017; Feil & Schreider, 2017). Sua tomada de decisão pode ser um dos fatores seletivos para moldar o futuro por meio da pressão que pode infligir a empresas e governos, contribuindo para um melhor bem-estar pessoal e coletivo (Mick, Pettigrew, Pechmann & Ozzane, 2012).

A amplitude do que vem a ser conceituado como comportamento sustentável e as dimensões que o compõem podem variar entre teóricos e perspectivas, podendo incluir desde o consumo de produtos verdes, com menor impacto ambiental (Pinto, Herter, Rossi & Borges, 2014; Ferraz, Romero, Nogami & Veloso, 2015; Cidade *et al.*, 2021), à redução de resíduos, reciclagem e a comportamentos que envolvem o antes, o durante e o pós-consumo (Ribeiro e Veiga, 2011; Geiger, Fischer e Schrader, 2017; Fabrício, Da Veiga & Marchetti, 2017; Ploll & Stern, 2020), até o papel do indivíduo como cidadão e ativista sustentável, envolvendo ações coletivas de maior espectro (Turaga, Howarth & Borsuk, 2010; Portilho, 2020).

Para esta pesquisa, o comportamento sustentável foi analisado sob a perspectiva do comportamento pró-ambiental (reciclagem, redução de resíduos e redução no uso de recursos naturais), do comportamento vegetariano (redução no consumo de alimentos de origem animal) e do ativismo (os movimentos sociais, ou os esforços coletivos intencionais, como o boicote, o *buycott* e a ação discursiva).

A relação entre esses comportamentos e a possibilidade de influência e de encadeamento entre eles foi nominada de Comportamento Sustentável Expandido (CSE), novo conceito desenvolvido pelos autores para este estudo. O conceito busca expandir e ampliar a noção de comportamento sustentável, tornando-o mais abrangente e complexo, analisando tanto questões de cunho pessoal como coletivo. Além disso, também verifica se a partir do momento em que um indivíduo apresenta um comportamento sustentável, independente de qual seja, se este início pode levá-lo a outras ações, expandido sua atuação ambiental, social, política e/ou econômica.

Para compreender as variáveis que antecedem o comportamento pró-ambiental, foram analisadas tanto as questões sociais como as psicológicas do indivíduo (Bamberg & Möser, 2007; Turaga, Howarth & Borsuk, 2010). E, para tal, duas teorias têm sido largamente utilizadas nos últimos anos: a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), que considera questões pessoais, mas também situacionais e externas ao indivíduo (Ajzen, 1991) e a Teoria de Valores de Schwartz (2012), que tem foco nas questões psicológicas do indivíduo, nos valores, e tem contribuído substancialmente para pesquisas de atitudes e orientações comportamentais.

Ao analisar os fatores que antecedem o comportamento pró-ambiental, como as construções da TCP e os valores pessoais, e os possíveis encadeamento desse comportamento com o vegetarianismo e o ativismo, busca-se compreender as causas e as consequências do comportamento sustentável. Logo, os antecedentes do comportamento pró-ambiental e a sua relação com a adoção de um comportamento vegetariano e ativista, é o que o presente estudo se dispõe a analisar. O objetivo geral deste trabalho, então, é investigar a influência dos valores e das variáveis da TCP no comportamento pró-ambiental, e a sua relação com os comportamentos vegetariano e ativista para a formação de um CSE. Como unidade de pesquisa, optou-se por um estudo dos indivíduos vegetarianos.

Algumas pesquisas já analisam os valores como explicadores de atitudes e comportamentos sustentáveis (Schultz, Gouveia, Cameron, Tankha, Schumck & Franek, 2005; Ferraz *et al.*, 2015; Rosenfeld, 2018), assim como a TCP também é largamente utilizada na análise de comportamentos sustentáveis diversos (Swidi, Huque, Hafeez & Shariff, 2014; Ferraz *et al.*, 2015; Wolske, Stern & Dietz, 2017; Ploll & Stern, 2020). No entanto, apesar do crescente corpo de pesquisas sobre comportamento sustentável, ainda não há estudos que analisam um conceito similar ao de Comportamento Sustentável Expandido (CSE), aqui proposto, formado por diferentes dimensões da sustentabilidade, como o comportamento pró-ambiental, o vegetarianismo e o ativismo, unindo questões tanto de âmbito pessoal, como coletivo.

Também não foram identificadas pesquisas que analisem as relações e influências mútuas entre comportamentos sustentáveis, se existe ou não um gatilho entre esses comportamentos, ou seja, se algumas ações funcionam como porta de entrada para outras. Esta pesquisa, então, buscou investigar essas lacunas de conhecimento.

2. PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

A partir da contextualização, o problema de pesquisa foi formulado: Quais variáveis formam o *comportamento pró-ambiental*, com base na TCP e nos valores pessoais, e qual a relação desse comportamento com o *vegetarianismo* e o *ativismo* para a formação de um *Comportamento Sustentável Expandido* (CSE)?

O objetivo geral deste trabalho é investigar a influência dos valores e das variáveis da TCP no comportamento pró-ambiental, e a sua relação com os comportamentos vegetariano e ativista para a formação de um CSE. Como unidade de pesquisa, optou-se por um estudo dos indivíduos vegetarianos.

Este artigo encontra-se estruturado em cinco seções, sendo a primeira a introdução, seguida pela fundamentação teórica, a metodologia, a análise de dados, a discussão e, por fim, a conclusão.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 A Teoria de Valores de Schwartz

Incluir os valores na análise de comportamentos pró-ambientais é imprescindível pois, diferente do que ocorre com o fator atitude, presente na TCP, que pode variar entre comportamentos e situações, os valores transcendem situações específicas (Gatersleben *et al.*, 2012). Cada indivíduo possui sua cadeia estruturada de valores que irá formar os aspectos centrais que permeiam a sua personalidade e guiam as suas decisões de vida (Schwartz, 1992). Essa cadeia é responsável por orientar atitudes e comportamentos, influenciando modos, conceitos e propósitos de vida (Schwartz, 1992; Ferraz *et al.*, 2015; Torres, Schwartz e Nascimento, 2016).

Schwartz (1992) propôs uma tipologia com 56 valores agrupados em dez valores centrais: (1) conformidade, (2) tradição, (3) universalismo, (4) benevolência, (5) poder, (6) realização, (7) hedonismo, (8) estímulo, (9) autodireção e (10) segurança. Os quatro primeiros valores referem-se a valores sociais, enquanto os outros seis refletem valores individuais (Steg & De Groot, 2012). Eles estão organizados em uma estrutura circular, ao longo de duas dimensões bipolares e ortogonais, conforme Figura 1.

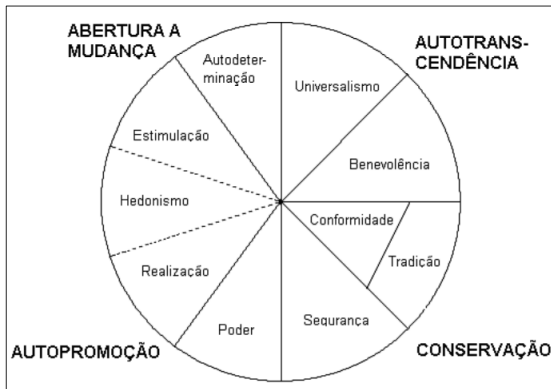


Figura 1. Modelo estrutural dos valores humanos

Fonte: Traduzido de Schwartz (2012).

A Teoria contribuiu, e ainda contribui, para pesquisas na área de atitudes e orientações comportamentais, incluindo o comportamento sustentável do consumidor nas mais diversas culturas (Steg & De Groot, 2012; Ferraz, *et al.*, 2015; Torres *et al.*, 2016; Arruda, Bandeira, Silva & Rebouças, 2016). Foi percebido que muitos movimentos sociais constroem suas reivindicações em torno dos tipos de valores altruístas e coletivos, além de precisarem pensar diferente e sair do padrão, estando mais relacionados aos eixos de autotranscendência e de abertura à mudança (Steg & De Groot, 2012; Salonen & Helne, 2012; Rosenfeld; 2018; Krizanova *et al.*, 2021). Considerando essa perspectiva, foram formuladas as primeiras hipóteses do estudo:

- H1:** Os valores de autotranscendência impactam positivamente a atitude.
- H2:** Os valores de conservação impactam negativamente a atitude.
- H3:** Os valores de autopromoção impactam negativamente a atitude.
- H4:** Os valores de abertura à mudança impactam positivamente a atitude.

3.2 Teoria do Comportamento Planejado (TCP)

A TCP foi estruturada para prever e explicar o comportamento do indivíduo em contextos complexos e em condições diversas. Segundo Armitage & Conner (2001), evidências empíricas sugerem que a TCP é um modelo útil para prever uma ampla gama de comportamentos e intenções comportamentais, incluindo o comportamento sustentável. Na teoria, a intenção assume o antecedente imediato do comportamento e, por isso, quanto mais forte for a intenção de se envolver em uma ação, mais provável será seu desempenho (Ajzen, 1991). Anterior à intenção encontram-se os construtos da atitude, das normas subjetivas e do controle comportamental percebido (CCP) (Ajzen, 1991), conforme é ilustrado na Figura 2.

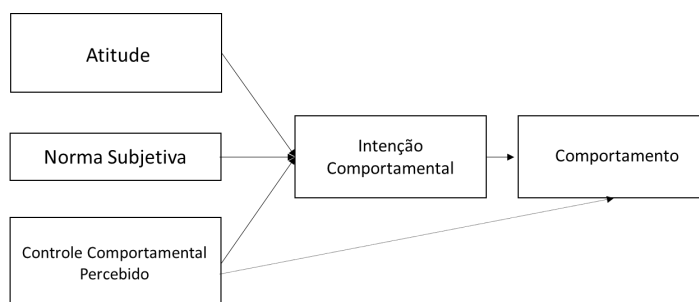


Figura 2: Teoria do Comportamento Planejado

Fonte: Traduzido de Ajzen (1991).

A atitude é um construto formado pela cognição (pensamentos), pelos valores (crenças) e pela afeição (emoções). São os sentimentos, avaliações ou estados de ânimo positivos ou negativos de um indivíduo em relação a um determinado objeto ou situação (Ajzen, 1991). Estudos apontam que a atitude de uma pessoa em relação ao comportamento pró-ambiental pode ser um bom preditor desse comportamento, estando ambos significativamente correlacionados (Swidi *et al.* 2014; Singh e Gupta, 2013; Ferraz *et al.*, 2015). Logo, a hipótese 5 foi elaborada:

H5: A atitude pró-ambiental impacta positivamente o comportamento pró-ambiental.

Já as normas subjetivas revelam as crenças dos indivíduos sobre como eles seriam vistos por seus grupos de referência (família, amigos e cônjuges, por exemplo) se agissem de determinada forma (Al-Swidi *et al.*, 2014). A partir do momento em que as medidas adequadas são adotadas, é pouco provável que as normas subjetivas não interfiram na intenção comportamental, incluindo o comportamento sustentável (Ajzen, 2005; Saats, 2003; Ham *et al.*, 2015), contribuindo para a formação da hipótese 6:

H6: As normas subjetivas acerca do cuidado com o meio ambiente impactam positivamente o comportamento pró-ambiental.

Em relação à CCP, ela é a dificuldade ou a facilidade percebida pelo indivíduo para se realizar determinado comportamento (Ajzen, 1991; Bamberg & Möser, 2007). Pesquisas mostram que caso as restrições situacionais de uma dada situação sejam percebidas como altas, por exemplo, a dificuldade para executar um comportamento poderá aumentar, ampliando o *gap* entre intenção e comportamento (Ajzen, 1991; Mamun *et al.* 2018; Kautish, Paul & Sharma, 2019). Logo, temos a hipótese 7:

H7: O CCP no cuidado com o meio ambiente tem impacto positivo no comportamento pró-ambiental.

Diversos estudos corroboram a eficiência da TCP para predizer intenções e comportamentos pró-ambientais, além dela acomodar uma variedade de outros fatores que podem contribuir para uma melhor compreensão do comportamento pró-ambiental (Turaga *et al.*, 2010; Tripathi & Singh, 2016; Wolske *et al.*, 2017).

3.3 Comportamento e consumo pró-ambiental e sustentável

O comportamento pró-ambiental vai além da compra de produtos “verdes”, devendo incluir também comportamentos conscientes como a reciclagem e compostagem de resíduos, a economia de recursos, a mudança do modo de transporte, a redução do consumo de material, dentre outros (Jackson, 2005; Ribeiro & Vegas, 2011). É o que Ribeiro e Veiga (2011), chamam de consumo antes (pré-uso), durante (uso) e depois do ato de consumo (pós-uso). E embora estudos recentes mostrem que o indivíduo nem sempre adota um comportamento pró-ambiental em todas as esferas da sua vida cotidiana (Instituto Akatu, 2021), ele geralmente possui mais de um comportamento ecologicamente correto ou socialmente justo, e que algumas ações pró-ambientais podem agir como ponte para outras práticas mais sustentáveis (Sachdeva *et al.*, 2015; Cidade, Machado, Romero, Reinaldo e Mota, 2021).

Muitos vegetarianos, por exemplo, adotam compromissos éticos e ambientais, mesmo aqueles motivados pela saúde e pelo bem-estar pessoal (Fox & Ward, 2008; Micheletti & Stolle, 2012; Krizanova *et al.*, 2021). Para Krizanova *et al.* (2021), as pessoas têm um desejo de evitar “cognições conflitantes”, pois inconsistências entre a identidade e o comportamento podem ser uma fonte ameaçadora de “dissonância cognitiva”. Assim, a hipótese 8 é sugerida:

H8: O comportamento pró-ambiental impacta positivamente o comportamento vegetariano.

Para Krizanova *et al.* (2021), os movimentos ambientais demandam um engajamento individual ativo para então atingirem uma mudança coletiva em direção a uma “sociedade mais

sustentável”. O comportamento pró-ambiental, ao incorporar uma abordagem política ao ato da compra, com ideias e valores de ética social e ambiental, leva o indivíduo a realizar uma ação não institucionalizada que estende a política para os espaços da vida cotidiana conectando práticas de comportamento pró-ambiental com o ativismo sustentável (Portilho, 2005; Vilela, 2017). Com base nessa perspectiva, é sugerida a nona hipóteses deste estudo:

H9: O comportamento pró-ambiental influencia positivamente o engajamento ativista.

Apresentadas as hipóteses acerca da influência do comportamento pró-ambiental sobre o vegetarianismo e o ativismo, será apresentado o referencial acerca desses dois últimos comportamentos.

3.4 Perfil comportamental de vegetarianos

O vegetarianismo é comumente pautado pela luta contra a exploração de animais, mas um novo tipo de consciência tenha surgido, envolvendo preocupações ambientais e uma tendência de comportamento e consumo mais conscientes (Rauw, 2015; Cooper, 2018). Em estudos empíricos anteriores, os vegetarianos são caracterizados como mais propensos a agir em defesa do meio ambiente, a buscar por igualdade e por justiça social, de serem a favor da redistribuição de renda e por possuírem níveis mais altos de empatia (Dietz *et al.*, 1995; Hoek *et al.*, 2004; Vilela 2017; Cooper, 2018). Ou seja, suas escolhas alimentares parecem basear-se em motivações que ultrapassam os valores ligados unicamente ao seu próprio bem-estar (Mensink, Barbosa e Brettschneider, 2016).

Para Vilela (2017), tanto os boicotes como os *buycotes*, ações consideradas como ativismo, podem ser consideradas “elementos centrais” no estilo de vida dos vegetarianos (e dos veganos em especial), na medida em que “(...) constituem uma primeira forma de materializar ideias e valores do abolicionismo animal e, por isso mesmo, tornam-se ferramentas significativas de ação e expressão política” (Vilela, 2017, p. 353). Segundo Cherry (2006), o veganismo e o vegetarianismo podem ser encarados como uma nova forma de ativismo cultural que ocorre independente e à parte de uma organização formal de movimento social. É o que Monticelli e Della Porta (2019) chamaram de “ação coletiva individualizada” e que Portilho (2020), chama de “segunda geração de ativismo alimentar”. Considerando as perspectivas apresentadas, este estudo sugere a hipótese abaixo:

H10: O comportamento vegetariano influencia positivamente o engajamento ativista.

Por comportamento vegetariano foi medida a frequência de consumo de carne e consideradas as seguintes variações: semivegetariano, pescetariano, vegetariano, ovovegetariano, lactovegetariano e vegano, segundo as definições de Ploll e Stern (2020).

3.5 Consumidores como ativistas: consumismo político e cidadania sustentável

Para Kozinets e Handelman (2004), os ativistas são capazes de promover movimentos sociais, ou esforços coletivos intencionais, para transformar a ordem social, ampliando os resultados da ação individual. Para Boström, Micheletti e Oosterveer (2019), no consumismo político, há um cruzamento de fronteiras entre consumidores e cidadãos e entre economia e política. Logo, o consumo político passa a usar o poder do consumidor para mudar as práticas institucionais ou de mercado que são eticamente, ambientalmente ou politicamente questionáveis (Kozinets & Handelman, 2004; Boström *et al.*, 2019), agindo como uma ação não institucionalizada que estende a política para os espaços da vida cotidiana (Portilho, 2005; Vilela, 2017).

Os cidadãos, então, podem ser ativistas sustentáveis por meio das suas escolhas de consumo, por meio do boicote ou do *buycott* (compra intencional de marcas que assumem compromissos considerados mais éticos do que as marcas convencionais), além da ação

discursiva de consumismo político (circulação e expressão pública de opiniões sobre as práticas de empresas e a cultura do consumo como um todo) (Micheletti & Stolle, 2012; Boström *et al.*, 2019).

Diante do exposto no referencial teórico, o modelo estrutural proposto para esta pesquisa foi elaborado, conforme a Figura 3. Foram considerados os construtos do modelo da TCP de Ajzen (1991): atitude, normas subjetivas, CCP e seus impactos no comportamento pró-ambiental. A atitude aqui sendo precedida pelo valores de Schwartz (2012). E por fim, a relação entre os comportamentos sustentáveis: o pró-ambiental, o ativismo e o vegetarianismo.

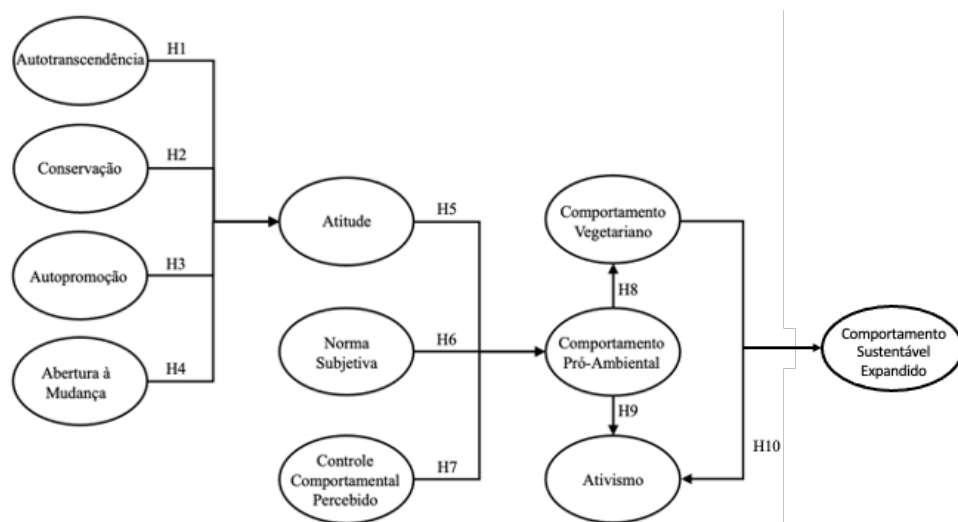


Figura 3. Modelo estrutural proposto

Fonte: Elaboração própria

Neste modelo, o comportamento pró-ambiental é considerado o ponto de partida para outros comportamentos sustentáveis, como o vegetarianismo e o ativismo. Essa sua expansão, seus possíveis desdobramentos, configuram um Comportamento Sustentável Expandido (CSE). A palavra “expandido”, presente no termo CSE, é a interseção de duas ou mais dimensões, e a influência de uma sobre a outra. Este estudo considera que cada indivíduo está situado em alguma parte desse universo do que seja o comportamento sustentável, e que não necessariamente precisa englobar todos comportamentos, em sua totalidade.

4. METODOLOGIA

A pesquisa adotou a técnica de levantamento de dados (*survey*) a partir de um questionário fechado e autoadministrado, disponibilizado através da plataforma *Question Pro*, durante o período de 28 de junho a 08 de agosto de 2021. O questionário foi encaminhado aos participantes por meio online, via Facebook, com postagens em grupos privados e públicos, além de abordagens individuais pelo dispositivo de mensagens do aplicativo. Ao final, foram considerados 211 questionários válidos. O instrumento de coleta de dados foi composto por questões sociodemográficas e pelas escalas abaixo detalhadas:

- TCP (atitude, norma subjetiva, controle comportamental percebido, comportamento pró-ambiental e comportamento vegetariano): escala já validada de Ploll e Stern (2020), que passou pelo processo de *back translation*;
- Valores (autotranscendência, conservação, autopromoção e abertura à mudança): escala de valores reduzida e adaptada para o Brasil por Almeida e Sobral (2009);

- Ativismo: escala elaborada pelos próprios autores do presente artigo, com base na teoria de Boström, Micheletti e Oostever (2019), considerando as dimensões do boicote, buycotts e ação discursiva.

Após a coleta, procedeu-se à análise dos dados. A análise foi realizada através dos softwares *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 23.0 e AMOS 23.0. Inicialmente, os dados foram verificados e preparados para utilização das técnicas de MEE e Análise Fatorial Confirmatória (AFC).

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A amostra levantada consiste em pessoas com a maioria completa, com 65,4% ocupando a faixa etária entre 25 e 44 anos. A renda familiar mensal está concentrada entre 1 e 6 salários-mínimos (91,47%), e a escolaridade aparece bem distribuída: até o Ensino Médio (36,02%), Ensino Superior (28,91) e Pós-Graduação (34,60). O perfil dos respondentes mostra a prevalência do gênero feminino, representando 78% da amostra, o que é comum em estudos anteriores sobre vegetarianismo e sustentabilidade (Ruby, Heine, Kamble, Cheng e Waddar, 2013; Radnitz, Beezhold e DiMatteo, 2015; Ploll & Stern, 2020).

Acerca da categoria de consumo, foi encontrada uma prevalência dos veganos (33,65%) e vegetarianos (26,54), perfis considerados mais engajados devido ao seu nível mais restrito de alimentação, tendendo a participar mais fortemente de ações que envolvam o consumo sustentável (Ploll & Stern, 2020).

Procedendo com a AFC, foi usada como critério de purificação os itens com cargas padronizadas maiores que 0,50. Quase todas as variáveis apresentaram carga superior a esse valor, com exceção dos itens VAL2, VAL12 e VAL21, que ficaram um pouco abaixo do recomendado. No entanto, foi decidido mantê-los, pois as variáveis são importantes na análise e não foram prejudiciais ao ajuste do modelo ou à consistência interna, visto que a confiabilidade composta apresentou valores adequados. Segundo Hair *et al.*, (2005), uma confiabilidade entre 0,6 e 0,7 é considerada aceitável.

Os resultados mostraram níveis aceitáveis de confiabilidade composta, de Alpha de Cronbach e de AVE, conforme Tabela 1. As cargas padronizadas dos itens foram utilizadas como evidência principal de validade convergente. Itens com cargas menores que 0,50 foram excluídos, salvo exceções já apresentadas, e nos construtos com itens excluídos, as estatísticas de confiabilidade e AVE foram recalculadas.

Tabela 1:

Matriz de cargas fatoriais

Autotranscendência	Est. Pad.	Cronbach's α	CR	AVE
VAL1.	[excluído]			
VAL2.	0,407***			
VAL3.	[excluído]	0,659	0,706	0,461
VAL4.	0,775***			
VAL5.	0,786***			
Conservação				
VAL6.	0,624***			
VAL7.	0,673***			
VAL8.	0,591***			
VAL9.	0,680***	0,799	0,802	0,404
VAL10.	0,623***			
VAL11.	0,616***			

continua

	Est. Pad.	Cronbach's α	CR	AVE
Autopromoção				
VAL12.	0,496***			
VAL13.	0,553***			
VAL14.	0,767***	0,773	0,778	0,480
VAL15.	0,884***			
VAL16.	[excluído]			
VAL17.	[excluído]			
Abertura à Mudança				
VAL18.	0,645***			
VAL19.	0,701***	0,693	0,699	0,374
VAL20.	0,639***			
VAL21.	0,424***			
Atitude				
AT1.	0,741***			
AT2.	0,626***	0,786	0,817	0,529
AT3.	0,774***			
AT4.	0,759***			
Norma Subjetiva				
NS5. (NS1)	0,851***			
NS6. (NS2)	0,685***	0,812	0,814	0,528
NS7. (NS3)	0,766***			
NS8. (NS4)	0,575***			
Controle Comportamental Percebido				
CC1.	0,750***			
CC2.	0,740***	0,712	0,714	0,555
Comportamento Pró-ambiental				
COMP1.	0,502***			
COMP2.	0,741***	0,687	0,709	0,456
COMP3.	0,753***			
Comportamento Vegetariano				
VEG1.	0,745***			
VEG2.	0,927***	0,876	0,886	0,661
VEG4.	0,826***			
VEG5.	0,741***			
Ativismo				
ATIV1.	0,811***			
ATIV2.	0,653***	0,704	0,750	0,509
ATIV3.	0,570***			

Nota. n = 211. *** valor-p < 0,01.

Fonte: Dados da pesquisa.

O próximo passo foi analisar a validação discriminante do modelo, sendo que a correlação ao quadrado foi menor que a AVE em todos os construtos. Logo, todas as correlações estimadas foram significativas (ver Tabela 2).

Tabela 2:
Correlações e estatísticas dos construtos

Construto	Média	DP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Autotranscendência	4,692	0,421	0,679									
2. Conservação	3,488	0,876	0,250***	0,636								
3. Autopromoção	2,336	0,819	-0,123	0,218**	0,693							
4. Abertura à Mudança	3,929	0,704	0,139	0,064	0,212***	0,612						
5. Atitude	4,904	0,272	0,205***	0,098	-0,190**	0,167*	0,727					
6. Norma Subjetiva	3,110	0,949	0,171	0,170**	-0,018	-0,039	0,093	0,727				
7. Controle Comp. Percebido	3,829	0,741	0,052	0,187**	-0,097	0,032	0,182**	0,255***	0,745			
8. Comportamento Pró-ambiental	4,155	0,663	0,123	0,060	-0,238**	0,037	0,525***	0,245***	0,290***	0,675		
9. Comportamento Vegetariano	4,720	0,593	0,020	0,154	-0,047	-0,020	0,076	0,113	-0,047	0,067	0,813	
10. Ativismo	4,885	0,310	-0,021	-0,071	-0,042	0,044	0,174	0,218**	0,362***	0,489***	-0,118	0,713

continua

Nota. n = 211. O triângulo inferior da matriz representa os coeficientes de correlação entre os constructos. Os valores diagonais (valores em negrito) representam a raiz quadrada do AVE de cada constructo. *** valor-p < 0,01. ** valor-p < 0,05.

Fonte: Dados da pesquisa

A etapa seguinte foi analisar as medidas de ajuste da AFC, para verificar o quão bem o modelo especificado reproduz a matriz de covariância entre os itens indicadores. De modo geral, os resultados indicaram um nível aceitável de adequação das propriedades psicométricas. Para o GFI (índice de qualidade de ajuste), foi considerada uma pontuação na faixa de 0,80 a 0,89, representando um ajuste razoável (Doll & Torkzadeh, 1994). Baumgartner & Homburg (1996) defendem que a complexidade do modelo é um fator importante nas avaliações de qualidade de ajuste, sugerindo que regras gerais (como o GFI maior que 0,9) podem ser enganosas porque ignoram contingências e subjetividades do modelo, como é o caso da TCP.

O modelo de mensuração apresentou os seguintes índices de ajuste: $X^2/ = 853,647$; Df = 584; $X^2/df = 1,462$; GFI = 0,825; RMSEA = 0,047; CFI = 0,894; TLI = 0,879, demonstrando que a pesquisa possui confiabilidade, validade e medidas de ajuste aceitáveis para prosseguir com a próxima etapa, que foi o teste das hipóteses, apresentado na Tabela 3.

Tabela 3:

Resultado do teste de hipóteses

Hipótese	Relação entre os Constructos	Coef. Pad.	Valor-p	Resultado da Hipótese
H1	Autotranscendência → Atitude	0,162	0,066	Não Significante
H2	Conservação → Atitude	0,099	0,227	Não Significante
H3	Autopromoção → Atitude	-0,231 ***	0,007	Suportada
H4	Abertura à Mudança → Atitude	0,180 **	0,041	Suportada
H5	Atitude → Comp. Pró-Ambiental	0,487 ***	< 0,001	Suportada
H6	Norma Subjetiva → Comp. Pró-Ambiental	0,188 **	0,023	Suportada
H7	Controle Comp. Percebido → Comp. Pró-Ambiental	0,214 **	0,038	Suportada
H8	Comportamento Pró-Ambiental → Comp. Vegetariano	-0,075	0,368	Não Significante
H9	Comp. Pró-Ambiental → Ativismo	0,502 ***	< 0,001	Suportada
H10	Comp. Vegetariano → Ativismo	0,156 **	0,048	Suportada

Nota. n = 211. *** valor-p < 0,01. ** valor-p < 0,05. Fonte: Dados da pesquisa.

No próximo tópico, o teste das hipóteses é analisado com base no referencial teórico.

DISCUSSÃO

Acerca do perfil sociodemográfico, a predominância do gênero feminino reforça resultados de estudos anteriores. Em pesquisas realizadas por Ploll e Stern (2020) e Gatersleben, Murtagh e Abrahamse (2014), o gênero feminino apresenta mais envolvimento alimentar do que o gênero masculino e são mais adeptas ao vegetarianismo ou a um baixo consumo de carne, além de serem mais propensas a se identificar com uma identidade de consumidora hedonista e ambiental, e mais predispostas a adotar comportamentos mais pró-ambientais do que os homens.

Sobre a influência dos valores na formação da atitude, no caso da *abertura à mudança*, em um país como o Brasil, que ainda é pouco assistido por políticas institucionais que facilitem um comportamento pró-ambiental, como a coleta de lixo seletiva, por exemplo, estar disposto a fazer diferente, a sair do padrão, é quase uma necessidade para se poder agir em prol do meio ambiente (Instituto Akatu, 2021).

Nesse sentido, o valor de *abertura à mudança* destaca-se quando é analisada sob a lente do cuidado com o meio ambiente. Segundo Schwartz *et al.* (2012), a dimensão de abertura à mudança, que é oposta à conservação, está relacionada à autodireção, ao estímulo e ao hedonismo, podendo favorecer a adesão a novas ideias e modos de pensar, o que justifica o resultado aqui encontrado.

Em relação à *autopromoção*, segundo Stern, Dietz, Abel, Guagnano e Kalof (1999), muitos movimentos sociais constroem suas reivindicações normativas em torno dos tipos de valores altruístas e o movimento ambiental é um exemplo. Logo, uma relação negativa entre *autopromoção* e *atitude* no cuidado com o meio ambiente já era esperada.

Acerca dessas relações dos construtos da TCP, foi possível perceber que a *atitude*, a *norma subjetiva*, e o *controle comportamental percebido* no cuidado com o meio ambiente impactam positivamente o *comportamento pró-ambiental* aqui analisado. Em relação à *atitude*, pode-se afirmar que quanto mais fortes forem as questões cognitivas e afetivas acerca do cuidado com o meio ambiente, maior será a probabilidade de um indivíduo adotar um *comportamento pró-ambiental*. Esse resultado também é condizente com outras pesquisas que analisaram comportamentos sustentáveis (Hope, 2012; Paiva, Oliveira, Romero e Guimarães (2017).

No caso da *norma subjetiva*, foi solicitado aos participantes indicar "com que frequência o seu grupo de referência pensa que você deveria se engajar nas atividades de cuidado com o meio ambiente". Uma possível explicação para o impacto positivo da norma subjetiva, é que para alguns comportamentos sustentáveis, como a reciclagem, por exemplo, por contar com pouco apoio institucional e de infraestrutura no Brasil (com baixa disponibilidade de coleta seletiva pública), os indivíduos necessitam do apoio dos grupos de referência para a manutenção das ações cotidianas. Caso contrário, se tornaria mais difícil. Em uma metaanálise realizada por Bamberg e Moser (2007), além da atitude e do controle comportamental, as *normas subjetivas* foram um terceiro preditor de intenção comportamental pró-ambiental, o que também acontece neste estudo.

Sobre o *Controle Comportamental Percebido (CCP)*, foram feitas duas perguntas sobre o nível de controle e o nível de facilidade/dificuldade para cuidar do meio ambiente. Foi identificado que o construto influencia positivamente um *comportamento pró-ambiental*, ou seja, que quanto maior for o nível de controle exercido pelo indivíduo e a sua percepção de facilidade/dificuldade em cuidar do meio ambiente, maior será a probabilidade de ele adotar um *comportamento pró-ambiental*. Esse resultado é condizente com o encontrado em outras pesquisas (Kaiser e Gutscher, 2003).

Sobre a influência do *comportamento pró-ambiental* no *comportamento vegetariano*, foi considerada a frequência com que o respondente se engaja nas atividades de reciclagem, redução de resíduos e redução no consumo de energia. Já o comportamento vegetariano teve relação com a frequência no consumo de carne. No entanto, a relação entre os construtos não pôde ser comprovada, havendo baixa significância e rejeitando a H8 foi rejeitada. Segundo Fox e Ward (2008), o vegetarianismo pode se tornar cada vez mais embutido em compromissos ambientais, mas ainda não é significativa o suficiente, ao menos segundo as variáveis de comportamento pró-ambiental aqui analisadas.

Acerca da influência positiva do *comportamento pró-ambiental* no *comportamento ativista*, o ativismo analisou a frequência com que o respondente se engaja nas atividades de boicote, *buycote* e ação discursiva. Nesta análise, o modelo estrutural permitiu verificar uma forte ligação positiva entre os dois construtos, sugerindo que pessoas que realizam ações sustentáveis rotineiras podem se engajar mais em ações de boicote, *buycote* e em ações discursivas, priorizando marcas que assumem compromissos considerados éticos, ao invés de marcas consideradas mais convencionais. Portilho (2005) chama esse novo indivíduo de cidadão sustentável ou consumidor político.

Analisando a influência do *comportamento vegetariano* sobre o *comportamento ativista*, encontrou-se uma relação positiva. Esse resultado é condizente com o que Vilela (2017) defende de que tanto os boicotes como os *buycotes*, ações consideradas como ativismo, podem ser considerados “elementos centrais” no estilo de vida dos vegetarianos (e dos veganos em especial), na medida em que “(...) constituem uma primeira forma de materializar ideias e valores do abolicionismo animal e, por isso mesmo, tornam-se ferramentas significativas de ação e expressão política” (Vilela, 2017, p. 353).

A partir destes resultados é possível encontrar alternativas de incentivo para uma mudança comportamental em uma sociedade diversa e multicultural como a brasileira. Os resultados da presente pesquisa mostram um novo cenário, não abordado até então, sobre a conexão entre o comportamento pró-ambiental e outros comportamentos sustentáveis, como o vegetarianismo e o engajamento ativista, caracterizando um CSE – Comportamento Sustentável Expandido. Mais detalhadamente, que o comportamento ativista é influenciado positivamente pelo comportamento pró-ambiental e pelo comportamento vegetariano.

7. CONCLUSÃO

As dimensões que formam um comportamento sustentável são diversas, podendo abranger questões de escolha individual, como aquelas referentes à alimentação, à compra de produtos “verdes”, a processos de reciclagem, redução de resíduos, dentre outros. Também pode incluir as ações coletivas e ativistas, que demandam o engajamento de outras pessoas e fortalecem as relações sociais, até questões políticas e econômicas, envolvendo responsabilidades e pressões sociais em governos e empresas.

No entanto, embora esse seja um tema largamente estudado nas últimas décadas, sob diferentes perspectivas, o comportamento sustentável geralmente é abordado a partir de algumas dimensões específicas e delimitadas, além da relação de influência entre essas dimensões não ser analisada. Isso permite, por um lado, um aprofundamento em áreas particulares da vida cotidiana, mas que, em contrapartida, pode deixar lacunas sobre a complexidade e a amplitude do que significa ser sustentável.

A compreensão sobre os antecedentes do comportamento pró-ambiental, e principalmente, da relação deste com outros comportamentos, como o vegetarianismo e o ativismo, mostra-se relevante nos âmbitos acadêmico, social e gerencial. Para a academia, a pesquisa permitiu analisar diferentes comportamentos do indivíduo, tanto no âmbito privado como no coletivo, o possível encadeamento e conexão entre esses comportamentos, e a necessidade de reflexão sobre o que é um comportamento sustentável, suas múltiplas manifestações e as possibilidades de desdobramento, fortalecendo uma perspectiva mais abrangente do conceito. Esse horizonte nos mostra que é possível realizar mais análises comparativas e de conexão entre diferentes comportamentos considerados sustentáveis, encontrando e construindo novos elos de expansão.

Para o consumidor e a sociedade em geral, a pesquisa permitiu discutir e entender melhor algumas dimensões do comportamento sustentável, seus facilitadores (ou barreiras) em especial àquelas relativas ao comportamento pró-ambiental. E verificar que mesmo dentro de um perfil específico, como é o caso dos vegetarianos, apesar de historicamente apresentarem valores e atitudes mais conscientes, nem sempre sua prática alimentar se conecta diretamente com outras ações de cuidado com o meio ambiente, mas que há espaço para novas reflexões e testes, devido à proximidade dos antecedentes que pautam tais comportamentos.

Para as empresas, um melhor entendimento sobre o comportamento sustentável, a confirmação dos seus antecedentes e das suas conexões, podem colaborar para o estabelecimento de estratégias de mercado mais efetivas, seja por meio da implantação de ações práticas internas, novos produtos e /ou serviços ou mesmo novas formas de se comunicar com

o público-alvo, em busca de contribuir para o bem-estar social, ambiental e econômico, arcando com a responsabilidade que lhes cabe.

Dentre as limitações do estudo, estão a ausência de respondentes não vegetarianos, o que permitiria uma comparação de comportamentos e novos testes do modelo teórico. Uma maior diversidade permitiria maior aprofundamento da discussão. Outra limitação foi o uso exclusivo de redes sociais (grupos de Facebook) para aplicação do questionário, que poderia ter encontrado maior heterogeneidade caso a pesquisa fosse aplicada em diferentes locais, incluindo a aplicação presencial. Por fim, as limitações também se aplicam às variáveis dos fatores, que podem englobar outras questões de cuidado com o meio ambiente, além daquelas aqui definidas, incluindo o bem-estar animal. É importante salientar que os resultados aqui apresentados aplicam-se à amostra pesquisada, não podendo ser generalizados.

Acerca de possíveis estudos futuros, sugere-se a aplicação da pesquisa em diferentes amostras, entre vegetarianos e não vegetarianos e, inclusive, entre diferentes áreas geográficas, visto que podem ser identificados não só novos padrões de comportamento, mas também outras barreiras e facilitadores locais. Também se considera relevante uma análise aprofundada da temática através de uma pesquisa qualitativa, tanto em relação aos antecedentes do comportamento pró-ambiental, quanto à intenção de aderir a novos comportamentos que estejam conectados ao primeiro. Já na perspectiva quantitativa, existe a possibilidade de cruzamento dos resultados desta pesquisa com bancos de dados secundários disponibilizados por outros institutos, como do IBGE e do Instituto Akatu, verificando novas relações.

A partir do conhecimento gerado e apresentado neste estudo, espera-se estimular a realização de pesquisas empíricas que analisem o comportamento sustentável em suas diferentes dimensões, com suas múltiplas influências, além de ampliar a discussão acerca das questões de sustentabilidade e do consumo consciente. Espera-se, ainda, despertar o interesse sobre o tema do vegetarianismo e do ativismo no Brasil, incluindo a sua relação com outros comportamentos pró-ambientais, visto que o tema tem sido pouco explorado na literatura brasileira. O conceito de Comportamento Sustentável Expandido (CSE) permite novas interlocuções e dimensões, abrindo espaço para novas pesquisas teóricas e empíricas.

Presente no encadeamento dos comportamentos pró-ambiental, vegetariano e ativista, nas suas conexões e mútuas influências, o CSE mostra que é possível ampliar a análise acerca do comportamento sustentável e estudá-lo com um número diverso de variáveis, passando por dimensões tanto de âmbito pessoal como coletivo. Que a partir do momento em que um indivíduo apresenta um comportamento sustentável, seja ele relacionado ao meio ambiente, à alimentação ou ao engajamento coletivo, que este início pode levá-lo a outras práticas, havendo uma possível sinergia de motivações. Em outras palavras, a presença dessa relação entre comportamentos é importante por apresentar indícios de que, independente por onde as ações sustentáveis iniciem, elas podem ser a porta de entrada para várias outras, possibilitando uma expansão de comportamentos benéficos para o indivíduo e o coletivo que o cerca.

Referências Bibliográficas

Ajzen, I. 1991. The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. 2005. Attitudes, personality, and behavior. London: McGraw-Hill.

Al-Swidi, A., Huque, S.M., Hafeez, K. H., Shariff, M.N. 2014. The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. *British Food Journal*. vol. 116, no. 10, pp. 1561-1580.

Armitage, C., Conner, M. 2001. Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499.

Bamberg, S., Möser, G. 2007. Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*. Volume 27, Issue 1, March 2007, Pages 14-25

Barbieri, J.C., Cajazeira, J.E. 2017. *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática*. São Paulo: Saraiva.

Boström, M., Micheletti, M., Oosterveer, P. 2019. Studying Political Consumerism. *The Oxford Handbook of Political Consumerism*.

Cherry, E. 2006. Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach. *Social Movement Studies*, Vol. 5, No. 2, 155–170.

Chevarria, D., Gomes, F. 2013. Compreendendo as dimensões altruísta e egoísta no consumo consciente. XXXVII Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro/RJ – 7 a 11 – de setembro.

Cidade, N. R., Machado, D., Romero, C.B., Reinaldo, A., Mota, W.R. 2021. Dimensões do consumo sustentável no comportamento de consumidores de alimentos saudáveis. *Signos do Consumo, [S. l.]*, v. 13, n. 1, p. 3-19.

Cooper, L. 2018. A New Veganism: How Climate Change Has Created More Vegans. *Granite: Aberdeen University Postgraduate Interdisciplinary Journal*. Special issue: Between using and abusing our planet, pp. 16-24.

Dietz, T., Frisch, A. S., Kalof, L., Stern, P. C., & Guagnano, G. A. 1995. Values and vegetarianism. An exploratory analysis. *Rural Sociology*, 60(3), 533–542.

Feil, A., Schreiber, D. 2017. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. *Cad. EBAPE.BR*, v. 14, nº 3, Artigo 7, Rio de Janeiro.

Ferraz, S., Romero, C., Nogami, V.K., Veloso, A. 2015. Personal values and green purchase behaviour: a cross-cultural study between Brazil and Canada. *Latin American J. Management for Sustainable Development*, Vol. 2, Nos. 3/4.

Fox, N., Ward, K. 2008. Health, ethics and environment: A qualitative study of vegetarian motivations. *Appetite*, 50(2–3), 422–429.

Gatersleben, B., Murtagh, N., Abrahamse, W. 2012. Values, identity and pro-environmental behavior. *Contemporary Social Science*, 9:4, 374-392.

Geiger, S. M., Fischer, D. & Schrader, U. 2017. Measuring What Matters in Sustainable Consumption: An Integrative Framework for the Selection of Relevant Behaviors. *Sustainable Development*.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L.; Black, W.C. 2005. *Análise multivariada de dados*. 5ª ed., Porto Alegre, Bookman, 593 p.

- Ham, M., Jeger, M., Ivković, A. F. 2015. The role of subjective norms in forming the intention to purchase green food. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, vol. 28, no. 1, 738–748.
- Hoek, A. C., Luning, P. A., Stafleu, A., Graaf, C. D. 2004. Food-related lifestyle and health attitudes of Dutch vegetarians, non-vegetarian consumers of meat substitutes, and meat consumers. *Appetite*, 42, 265–272.
- Instituto Akatu, 2021. Vida Saudável e Sustentável 2021 – Resultados Públicos. Disponível em: https://akatu.org.br/wp-content/uploads/2021/12/VSS-2021-Relato%CC%81rio-Resultados-Pu%CC%81blicos_final.pdf. Acesso em 12/01/2022.
- Jackson, T. 2005. Motivating sustainable consumption: a review of evidence on consumer behavior and behavioural change: Report to the Sustainable Development Research Network. Disponível em: <http://hiveideas.com/attachments/044_motivatingfinal_000.pdf>. Acesso em: 20/01/2020.
- Kaiser, F. G., Gutscher, H. 2003. The Proposition of a General Version of the Theory of Planned Behavior: Predicting Ecological Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 2003, 33, 3, pp. 586-603.
- Kautish, P., Paul, J., Sharma, R. 2019. The moderating influence of environmental consciousness and recycling intentions on green purchase behavior. *Journal of Cleaner Production* 228 (2019) 1425-1436.
- Kozinets, R., Handelman, J.M. 2004. Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology. *Journal of Consumer Research, Inc.*, vol. 31, 691-704.
- Krizanova, J., Rosenfeld, D. L., Tomiyama, J., Guardiola, J. 2021. Pro-environmental behavior predicts adherence to plant-based diets. *Appetite* 163, 105243.
- Mamun, A., Mohamad, M., Yaacob, M., Mohiuddin, M. 2018. Intention and behavior towards green consumption among low-income Households. *Journal of Environmental Management* 227, 73–86.
- Mensink, G.B., Barbosa, C.L., & Brettschneider, A. 2016. Prevalence of persons following a vegetarian diet in Germany. *Journal of Health Monitoring* · 2016 1(2) DOI 10.17886/RKI-GBE-2016-039 Robert Koch Institute, Berlin.
- Micheletti, M., Stolle, D. 2012. Sustainable Citizenship and the New Politics of Consumption. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 644: 88–120.
- Mick, D. G., Pettigrew, C., Pechmann, J., Ozanne, L. 2012. *Transformative consumer research for personal and collective well-being*. New York: Routledge.
- Monticelli, L., della Porta, D. 2019. The Successes of Political Consumerism as A Social Movement. In M. Boström, M. Micheletti, & P. Oosterveer (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Consumerism* Oxford University.

Nascimento, E. 2012. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos Avançados* 26 (74).

Paiva, M.B., Oliveira, L., Romero, C.B., Guimarães, D. 2017. Consumer Myopia: Uma análise do gap entre atitude e comportamento. *Rev. Adm. UFSM, Santa Maria*, v. 10, Ed. Especial, p. 26-43.

Pinto, D. C., Herter, M. M., Rossi, P., & Borges, A. 2014. Going green for self or for others? Gender and identity salience effects on sustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 38, 540–549.

Ploll, U., Stern, T. 2020. From diet to behaviour: exploring environmental - and animal conscious behaviour among Austrian vegetarians and vegans. *British Food Journal*, vol. 122, no. 11, 2020, 3249-3265.

Portilho, F. 2005. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. *Cadernos EBAPE.BR*, 3 (3).

Portilho, F. 2020. Ativismo alimentar e consumo político – Duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. *Redes (St. Cruz Sul, Online)*, v.25, n.2, p. 411-432, maio-agosto.

Radnitz, C., Beezhold, B., DiMatteo, J. 2015. Investigation of lifestyle choices of individuals following a vegan diet for health and ethical reasons. *Appetite*, volume 90, 1, pages 31-36.

Rauw, W.M. 2015. Philosophy and ethics of animal use and consumption: from Pythagoras to Bentham. *CAB Reviews* 2015 10, no. 016.

Ribeiro, J.A., Veiga, R. T. 2011. Proposição de uma escala de consumo sustentável. *Revista de Administração*. V.36.n.1, p.45-60.

Rosenfeld, D. L. 2018. The psychology of vegetarianism: Recent advances and future directions. *Appetite*, 131, 125-138.

Ruby, M. Heine, J. S., Kamble, S., Cheng, T., Waddar, M. .2013. Compassion and contamination. Cultural differences in vegetarianism. *Appetite* 71 (2013) 340–348

Sachdeva, S. Jordan, J. Mazar, N. 2015. Green consumerism: moral motivations to a sustainable future. *Current Opinion in Psychology* 2015, 6:60–65.

Salonen, O., Helne, T. 2012. Vegetarian Diets: A Way towards a Sustainable Society. *Journal of Sustainable Development*; Vol. 5, No. 6.

Schultz P.W, Gouveia V.V, Cameron L.D, Tankha G, Schmuck P, Franěk M. 2005. Values and their Relationship to Environmental Concern and Conservation Behavior. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36(4):457-475.

Schwartz, S. 1992. Universals in the content and structure of values, Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 25(1), 1-65.

Schwartz, S. H. 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

Singh, N., Gupta, K., 2013. Environmental attitude and ecological behavior of Indian consumers. *Soc. Responsib. J.* 9 (1), 4-18.

Steg, L., De Groot, J. 2012. Environmental values. In S. D. Clayton (Ed.), *The oxford handbook of environmental and conservation psychology*. Oxford University Press.

Stern, P., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G., Kalof, L. 1999. A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. *Human Ecology Review*, Vol. 6, No. 2.

Torres, C., Schwartz, S.H., Nascimento, T. 2016. A Teoria de Valores Refinada: associações com comportamento e evidências de validade discriminante e preditiva. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(2), 175-177.

Tripathi, A., Singh, M.P., 2016. Determinants of sustainable/green consumption: a review. *Int. J. Environmental Technology and Management*, Vol. 19, Nos. 3/4.

Turaga, R., Howarth, R., Borsuk, M. 2010. Pro-environmental behavior Rational choice meets moral motivation. *Ann. N.Y. Acad. Sci.* 1185, 211–224.

Vilela, B.L. 2017. Consumo político e ativismo vegano: dilemas da politização do consumo na vida cotidiana. *Estudos Sociedade e Agricultura*, vol. 25, n. 2, p. 353-377.

Wolske, K., Stern, P., Dietz, T. 2017. Explaining interest in adopting residential solar photovoltaic systems in the United States: Toward an integration of behavioral theories. *Energy Research & Social Science* 25 (2017) 134–151.