

Influência do foco Regulatório Crônico e Consciência Ecológica no Consumo Consciente de água

Influence of Chronic Regulatory Focus and Ecological Awareness on Conscious Water Consumption

Ana Clara Lira do Nascimento(1); Patrícia de Oliveira Campos(2); Marconi Freitas da Costa(3)

1 Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE, Brasil.

E-mail: clarana59@gmail.com | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4563-2795>

2 Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Caruaru, PE, Brasil.

E-mail: patriciadeocampos@gmail.com | ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9304-9337>

3 Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Caruaru, PE, Brasil.

E-mail: marconi.fcosta@ufpe.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9888-8359>

Revista de Administração IMED, Passo Fundo, vol. 11, n. 1, p. 138-161, janeiro-junho, 2021 - ISSN 2237-7956

[Recebido: outubro 12, 2020; Aprovado: dezembro 25, 2020; Publicado: dezembro 21, 2021]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2237-7956.2021.v11i1.4333>

Endereço correspondente / Correspondence address

Av. Campina Grande, s/n, Nova Caruaru, CEP: 55014-900,
Caruaru, Pernambuco (PE), Brasil.

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*

Editora-chefe: Giana de Vargas Mores
Editor Técnico: Wanduir R. Sausen

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui/click here!](#)

Resumo

O aumento do consumo da água aliado à sua escassez tem provocado reflexões acerca de sua manutenção para as próximas gerações. Nesse sentido, atenta-se para a necessidade da adoção de um consumo consciente deste recurso. Sabe-se que diferentes fatores, como as metas, a disposição para alcançá-las e a consciência ecológica, podem atuar como preditores a esse comportamento responsável. Assim, o presente estudo buscou analisar a influência da consciência ecológica e do foco regulatório crônico dos indivíduos no consumo consciente de água no Agreste de Pernambuco - região com problemas de disponibilidade hídrica. Para tanto, utilizou-se uma abordagem quantitativa, com dados obtidos mediante *survey online*, resultando em uma amostra de 179 respondentes válidos. O tratamento dos dados foi realizado por meio dos *softwares* SPSS e AMOS, sendo o teste das hipóteses baseado na modelagem de equações estruturais. Os resultados encontrados apontam que os consumidores da região apresentam forte inclinação ao consumo consciente da água e revela-se a influência positiva da consciência ecológica neste consumo. Além disso, sinaliza-se uma relação positiva entre o foco em promoção e o consumo consciente de água. No entanto, não foi identificada relação entre esse comportamento e o foco regulatório crônico para prevenção. Esses achados podem ser explicados pelo fato de aspectos externos, como a quantidade e qualidade da água, atuarem no processo de decisão de forma mais contundente. Conclui-se que a disposição ao comportamento consciente possivelmente está relacionada à obtenção de ganhos imediatos. Portanto, evidencia-se que políticas públicas conservadoras poderão não ter eficácia para conscientização holística quanto ao uso desse recurso.

Palavras-chave: Foco regulatório crônico, Consciência ecológica, Consumo consciente de água

Abstract

The increase in water consumption combined to its scarcity has caused reflections about its maintenance for the next generations. In this sense, it pays attention to the need of consuming this resource responsibly. It is known that different factors, such as goals, the willingness to achieve them, and ecological awareness, can act as predictors of this responsible behavior. Thus, the present study sought to analyze the influence of ecological awareness and chronic regulatory focus on conscious water consumption in Agreste of Pernambuco - a region with water availability problems. To do so, a quantitative approach was used, with data obtained through an online survey, resulting in a sample of 179 valid participants. Data processing was done using SPSS and AMOS software. The hypotheses were tested using structural equation modelling. The results show that consumers, from the studied region, have a strong inclination towards conscious water consumption and the positive influence of ecological awareness on this consumption is revealed. In addition, there is a positive relationship between the focus on promotion and the conscious water consumption. However, no relationship was identified between this behavior and the chronic orientation to prevention focus. These findings can be explained by the fact that external aspects, such as the quantity and quality of water, act in the decision process more forcefully. It is concluded that the willingness to conscious behavior is possibly related to obtaining immediate gains. Therefore, it is evident that conservative public policies may not be effective for holistic awareness regarding the use of this resource.

Keywords: Chronic regulatory focus, Ecological awareness, Conscious water consumption

1 Introdução

O aumento no consumo de água e os problemas ambientais decorridos vem gerando preocupações quanto à sua disponibilidade para as gerações futuras. Sabe-se que a água é um recurso abundante no planeta, correspondendo a cerca de 71% de toda a sua superfície, no entanto, somente uma parcela desta está em condições para o uso e uma quantidade menor é considerada potável - 2,5% e 0,3%, respectivamente (Veriato, Barros, Souza, Chicó, & Barosi, 2015). Além disso, tal recurso é mal distribuído entre os países e dentro destes. O Brasil, por exemplo, é uma das nações que mais possui disponibilidade, perfazendo 12% da água doce mundial; porém, há regiões, como o Nordeste, com um alto déficit hídrico, ocasionando em períodos de seca (Campos, 2014). Ademais, com o aumento da população e a elevação nos padrões de vida, a tendência é que o uso desse recurso continue a aumentar, o que intensificará a ausência de disponibilidade (Carmo, Dagnino, & Johansen, 2014; Veriato et al., 2015).

À vista disso, é consenso que a utilização da água deve ocorrer de maneira eficiente, mediante uma gestão eficaz e adoção de comportamentos responsáveis que busquem contribuir para a sua conservação (Lira, 2018). Assim, considerando que se faz necessária uma maior atenção e responsabilidade para com o meio ambiente e defendendo-se que simples ações cotidianas podem fazer uma diferença, o consumo pode ser usado como ferramenta para a diminuição dos problemas ambientais (Andersson & Nässen, 2016). Com efeito, sabe-se que pelo seu caráter complexo e social, e conservado por inúmeros aspectos, o consumo possui influência na vida humana e do planeta. Portanto, a redução do uso dos recursos naturais é uma das formas de demonstrar um compromisso com o meio ambiente, a partir de um consumo mais consciente ecologicamente (Dong et al., 2020).

Nesse sentido, há uma tendência de que o ser humano desenvolva comportamentos de consumo que possam minimizar ou até mesmo neutralizar, direta ou indiretamente, os resultados socioambientais negativos de suas ações (Margetts & Kashima, 2017). É por meio dessa sensibilização que os indivíduos são estimulados a agir de maneira mais responsável, motivados, principalmente, pelo aumento constante dos problemas vinculados ao meio ambiente. Para tanto, é de grande importância a percepção dos indivíduos quanto à sua responsabilidade para o aumento dos problemas ambientais, de modo a gerar atitudes que os levem a um comportamento consciente, ou seja, ao desenvolvimento de uma consciência ecológica (Roberts, 1996a).

Apesar da existência da consciência ecológica como preditora a esse tipo de consumo, outros fatores podem influenciar nessa decisão, como os objetivos individuais e a disposição para alcançá-los (Mantovani, Barboza, Viacava, & Prado, 2015). Porquanto os consumidores orientam seu comportamento para atingir suas necessidades e desejos (Cervi, Baggio, & Sausen, 2020), a forma com a qual processam

as informações recebidas e tomam suas decisões depende dessas conquistas esperadas (Kroth & Löbler, 2019). Por isso, as motivações individuais e a busca por suas realizações devem ser consideradas como variáveis influenciadoras ao consumo (Werth & Foerster, 2007) e, conseqüentemente, ao consumo consciente. Uma abordagem que tem contribuído com essa perspectiva é a teoria do foco regulatório, a qual trata de uma estratégia específica e uma orientação motivacional que o indivíduo adota durante a busca de seus ideais ou deveres e surge de situações em que o consumidor é obrigado a buscar metas diferentes de acordo com suas motivações (Higgins, 1997).

A regulação tem um importante papel na determinação dos produtos e serviços que serão consumidos por meio da busca pelo alcance de resultados positivos ou do afastamento dos negativos (Westjohn et al., 2016). Acredita-se que a forma como os indivíduos encaram os seus objetivos de consumo de água para alcançar melhorias ou evitar o contrário determinará como fazem uso deste recurso. Também se espera que o nível de consciência ecológica dos indivíduos no que tange à água e à forma como reagem aos problemas ambientais tenha influência sobre o seu consumo responsável. Portanto, a consciência ecológica e o foco regulatório dos indivíduos podem ser preditores relevantes para prever o comportamento de consumo consciente (Lages & Vargas Neto, 2002; Peng, Dunn, & Conlon, 2015) e, por sua vez, da água.

À vista de que o consumo consciente pode ser influenciado em níveis e em maneiras diferentes, a depender da região e do item utilizado (Lages & Vargas Neto, 2002), torna-se necessário analisar o consumo da água, uma vez que este é um recurso limitado. Nesse contexto, o estudo versa sobre o consumo consciente de água na mesorregião do Agreste Pernambucano, localizada dentro do semiárido brasileiro. Na referida região, as condições geográficas são responsáveis por proporcionar baixa precipitação e umidade, o que resulta em pouco volume de água nos mananciais, principalmente em períodos de seca (Campos, 2014). Desta forma, o seu uso consciente é um importante meio de conservá-la e garantir a sua disponibilidade em períodos com menor índice de chuva.

Estudos anteriores demonstraram que aqueles que convivem em situação de escassez apresentam maiores possibilidades de desenvolver consciência para o consumo da água (e.g. Dolnicar, Hurlimann, & Grün, 2012), e que o consumidor consciente ambientalmente tem uma preocupação maior com a utilização do recurso e, por isso, evita desperdícios no momento do consumo (Straus, Chang, & Hong, 2016). Além disso, Acevedo et al. (2020) sinalizam que a autorregulação do indivíduo pode exercer influência nesse consumo, porquanto verificaram que os orientados à prevenção possuem uma atitude favorável para o consumo consciente de água. Contudo, por analisarem a atitude, isto é, a intensidade da disposição para agir, e não o comportamento efetivo, não se sabe se a autorregulação exerce influência no consumo. Diante disso, o presente estudo objetiva preencher esta lacuna ao analisar a influência

da consciência ecológica e das características do foco regulatório dos indivíduos no consumo consciente de água no Agreste Pernambucano.

Considerando a importância de ter um consumo consciente da água, o que foi exposto e partindo de que a consciência ecológica e o foco regulatório crônico dos consumidores podem ter influência sobre esse comportamento, acredita-se que o entendimento desse efeito pode fornecer subsídios para o desenvolvimento de políticas públicas de incentivo à otimização do uso desse recurso e a sua maior conservação. Ademais, o estudo pode também trazer contribuições teóricas ao abordar o consumo consciente da água sob a perspectiva da teoria do foco regulatório e relacioná-la à consciência ecológica, fazendo avançar os estudos nesse campo, promovendo novas possibilidades de investigação.

2 Referencial teórico

2.1 Consumo consciente de água

Com as preocupações em relação ao meio ambiente, à água, em especial, tornou-se um dos principais focos de debates, principalmente devido ao aumento do seu consumo aliado à escassez de sua disponibilidade e à alta necessidade à vida (Veriato et al., 2015). Por ser um recurso essencial para prosperidade da economia e da sociedade, os recursos hídricos precisam ser bem utilizados para garantir a sua conservação e a sua existência para as gerações futuras (Carmo et al., 2014). Todavia, é esperado que o seu consumo continue aumentando nas próximas décadas, tornando a problemática ainda mais preocupante (Veriato et al., 2015). Nesse contexto, destaca-se a necessidade da sensibilização para adoção de um consumo consciente da água.

O consumo consciente pode ser definido como aquele pelo qual os consumidores levam em conta, durante as suas decisões, os aspectos sociais e ambientais, além das suas próprias necessidades de consumo, a fim de proporcionar menores prejuízos ao ambiente em que vivem (Silva, Oliveira, & Gómez, 2013). De acordo com Hamza e Dalmarco (2012), o conceito sugere uma mudança no comportamento do consumidor com uma preocupação maior com o ambiente, abrangendo variáveis mais coletivas e responsáveis no consumo. Assim, os consumidores passam de “cidadão consumidor” para “consumidor cidadão”, o qual leva em conta a eficiência dos produtos e serviços com relação aos impactos que estes podem causar ao meio ambiente (Valor, Antonetti, & Merino, 2020).

Nessa perspectiva, o consumo consciente de água é um fator importante que deve ser desenvolvido entre os indivíduos para colaborar com a diminuição dos problemas hídricos (Fan, Wang, Liu, Yang, & Qin, 2014). Para adoção dessa forma de consumo, diferentes fatores podem surgir como motivadores, tanto em nível intrínseco

aos indivíduos, quanto ao meio externo. No que tange às externalidades, estudos apontam que a qualidade da água e do seu acesso, as características da região, o nível de educação e de renda da população (Carmo et al., 2014; Gómez-Llanos, Durán-Barros, & Robina-Ramírez, 2020), os hábitos dos consumidores, o custo da água, a confiança nas autoridades, a percepção sobre o retorno desse comportamento consciente, têm importância na decisão de consumo da água (Lillemo, 2014). Além desses, alguns fatores relacionados diretamente aos indivíduos, como as suas percepções e atitudes ambientais, destacam-se também como preditores ao consumo consciente da água (Fan et al., 2014).

Para que essas atitudes ambientais sejam desenvolvidas, é fundamental que os consumidores estejam envolvidos com a problemática e apresentem sensibilização com relação a ela. Quanto mais informações os indivíduos possuem sobre o seu ambiente e as consequências de suas ações, maiores são as suas responsabilidades sobre elas e maior a chance de que ocorra um comportamento responsável (Fan et al., 2014; Gómez-Llanos et al., 2020). Nos estudos realizados por Fan et al. (2014) e Gómez-Llanos et al. (2020), foi identificado que, quando não existe uma percepção correta da realidade hídrica, é maior a possibilidade de desperdício e menor o comportamento responsável no uso desse recurso.

Na tentativa de minimizar o desperdício, a cobrança pelo uso da água foi instituída como uma das ferramentas para controlar a sua utilização e minimizar os impactos advindos do uso em larga escala, incentivando a racionalização (Finkler, Mendes, Bortolin, & Schneider, 2015). Com o aumento da renda da população, o custo da água parece não mais apresentar eficácia para redução do seu uso, o que revela a necessidade da propagação da conscientização (Carmo et al., 2014; Fan et al., 2014). Assim, ressalta-se a importância do desenvolvimento de políticas públicas de conservação dos recursos hídricos, bem como de conscientização da população quanto ao seu uso, desde que essas sejam realizadas de maneira adequadas às características do contexto e da população. Considera-se que as ações individuais têm potencial para colaborar com a minimização dos problemas ambientais e acredita-se que o consumo consciente terá resultados positivos quanto à minimização da problemática hídrica (Veriato et al., 2015).

2.2 Teoria do foco regulatório

As ideias clássicas a respeito da motivação dos indivíduos buscavam explicar os seus comportamentos a partir da busca pelo sucesso, mais especificamente pela aproximação do prazer ou o afastamento da dor (Kroth & Löbler, 2019). No entanto, a tendência de investigação baseava-se no alcance das metas, dando ênfase às consequências da busca por resultado. Esses estudos não consideram a individualidade pertencente a cada um e as diferentes ideias de êxito existentes para cada indivíduo, as quais fazem com que se utilizem de estratégias não semelhantes (Higgins et al., 2001;

Kroth & Löbler, 2019), baseadas em necessidades, preocupações, aspirações, obrigações (Higgins, 1997). Diante disso, Higgins (1997) aponta que, além de concentrar os estudos para o resultado da busca, deveriam voltar-se a entender as diferentes maneiras de alcançá-lo.

Nessa perspectiva, o referido autor propôs a *Regulatory Focus Teory* (RFT) – Teoria do Foco Regulatório –, a qual apresenta que o comportamento para objetivos é regulado por dois sistemas opostos (Higgins, 1997; Higgins et al., 2001). Essa regulação pode ser manipulada por algum contexto, podendo ser distinta de acordo com a situação, ou pode ser crônica. O foco regulatório crônico é desenvolvido no decorrer da vida e sofre influência de relações sociais, principalmente entre pais e filhos. Por meio delas, as crianças vão aprendendo formas de regulação a partir das trocas com os pais, principalmente de ordem e posteriormente as reproduzem para atingir seus objetivos (Costa, Farias, & Angelo, 2018). Assim, a tendência é que o indivíduo seja direcionado a agir conforme a sua autorregulação crônica, baseando-se em situações anteriores nas quais obteve sucesso, seja por meio de regulações preventivas ou promocionais (Higgins et al., 2001).

Esses mecanismos de regulação influenciam as atitudes dos indivíduos a partir de suas motivações, utilizando-se de táticas baseadas em promoção ou prevenção. O foco em promoção regula as ações a partir das realizações. Por isso, direciona-se para o aumento de resultados positivos. O de prevenção, por sua vez, regula-se para a segurança com o objetivo de minimizar os resultados negativos (Higgins et al., 2001). Nesse sentido, os sujeitos com foco regulatório em promoção, por se caracterizarem pela ânsia de suas aspirações, aderem a estratégias agressivas em busca de sucesso. Já aqueles regulados pela prevenção, mantêm-se seguros a partir de uma atitude de vigilância (Higgins et al., 2001; Kroth & Löbler, 2019). Ou seja, para aqueles que possuem foco promocional, o sucesso ocorre quando a situação atual avança para um estado melhor, ocorrendo maximização de ganhos. Ao contrário, o segundo caracteriza-se pelas necessidades obrigatórias, dessa forma, a busca é para manter o *status quo* por meio de “não-perdas” (Kroth & Löbler, 2019).

Nesse contexto, evidencia-se que a regulação do indivíduo tem influência em suas decisões e ações. Por isso, contribui para entender o comportamento humano (Peng et al., 2015). No que se refere à tomada de decisão, identificou-se que aqueles com foco promocional têm preferência por retornos imediatos, enquanto aqueles voltados à prevenção tendem a desejar resultados no longo prazo (Wang et al., 2019). Em situações de negociação que envolvam responsabilidade com e por terceiros, aqueles com foco preventivo tendem a apresentar um resultado positivo, visto que se sentem mais à vontade com obrigações, ocorrendo o ajuste regulatório (Peng et al., 2015). Essa teoria vem sendo utilizada para entender as condutas de consumo, dado que influencia as metas desejadas, a percepção de informações e as avaliações feitas pelos consumidores, fatores decisivos no momento de compra (Werth & Foerster, 2007; Mantovani et al., 2015).

A depender do perfil e dos objetivos de consumo, as informações serão avaliadas de maneiras distintas, resultando em estratégias diferentes, reguladas pelos mecanismos de promoção ou prevenção dos indivíduos (Mantovani et al., 2015). Dessa maneira, as características e a importância dos produtos são influenciadas pelos sistemas regulatórios do consumidor, assim influenciam o seu comportamento (Werth & Foerster, 2007). Os estudos desenvolvidos a partir dessa perspectiva indicam que os consumidores se voltam aos produtos relacionados à sua regulação (Aaker & Lee, 2001), bem como dão maior atenção às informações relacionadas a ela. Logo, a intenção de compra é maior quando há o ajuste regulatório entre as mensagens passadas e o indivíduo. Ou seja, a orientação ocorre para que seja consumido aquilo que esteja alinhado com a sua perspectiva de sucesso (Chan, Hsu, Hsu, & Sung, 2019). Torna-se possível, por meio dessa teoria, visualizar como os indivíduos traçam suas estratégias e metas de consumo (Mantovani et al., 2015).

Nessa perspectiva, espera-se que a RFT disponha de potencial para entender os diferentes tipos e desdobramentos desse comportamento, como o consumo consciente, uma vez que se caracteriza como uma escolha pela qual o indivíduo se concentra na busca pela minimização dos impactos negativos e/ou aumento dos positivos (Silva et al., 2013). Pressupõe-se que a RFT poderá explicar o que motiva o comportamento consciente da água e quais dos dois sistemas têm maior propensão para adotá-lo. Entender os atributos motivacionais quanto à conservação dos recursos hídricos poderá fornecer informações para identificar como isto é feito e, a partir desse conhecimento, facilitar o desenvolvimento de ações mais efetivas para a sua conservação, uma vez que estariam aliadas aos objetivos dos cidadãos (Aaker & Lee, 2001; Pham & Chang, 2010).

Assim, o sistema de regulação, por influenciar na avaliação, poderá determinar a maneira com a qual essa ideia será percebida e como os seus benefícios serão analisados, bem como poderá afetar quais informações serão mais relevantes para cada cidadão (Werth & Foerster, 2007; Pham & Chang, 2010). Por apresentarem um perfil mais vigilante, conservador e com responsabilidade perante terceiros (Higgins, 1997; Peng et al., 2015), propõe-se que aqueles com foco crônico em prevenção – motivados por suas obrigações – terão uma tendência maior à adoção de um consumo consciente, inclusive no que se refere à água. Enquanto na regulação para promoção, por estarem em constante busca de seus ideais e da obtenção de ganhos, não ocorrerá o ajuste regulatório para o comportamento conservador quanto ao uso desse recurso. Assim, apresentam-se as hipóteses:

H1: O foco regulatório crônico em promoção está negativamente relacionado ao consumo consciente de água.

H2: O foco regulatório crônico em prevenção está positivamente relacionado ao consumo consciente de água.

2.3 Consciência ecológica

As questões ambientais destacadas a partir da segunda metade do século XX desempenharam um importante papel no despertar de um senso de responsabilidade ambiental nos indivíduos (Roberts, 1996a; Nascimento, 2019; Casagrande, Azevedo, Rosa, & Lucci, 2019). O surgimento dessas preocupações caracterizou-se como um relevante fator para o desenvolvimento de ações mais responsáveis no que tange ao meio ambiente, em busca do equilíbrio entre a satisfação das necessidades e a preservação da natureza (Roberts, 1996b; Roberts & Bacon, 1997; Menezes, 2018). Inicialmente, tentava-se entender essa atitude responsável a partir dos aspectos relacionados à demografia. Posteriormente, foi percebido que fatores como preocupações e atitudes ambientais tinham uma relação mais positiva para explicá-lo. A partir disso, evidenciou-se a relação entre o estabelecimento de uma consciência ecológica (CE) e o comportamento consciente (Lages & Vargas Neto, 2002).

A consciência ecológica é definida como a tendência para agir de forma favorável ao meio ambiente (Roberts & Bacon, 1997). Em outras palavras, trata-se da preocupação com o fato de que alguns hábitos podem causar impactos ambientais negativos, por isso, devem ser evitados ou realizados de modo mais responsável (Costa, Santos, & Angelo, 2020). De acordo com Lages e Vargas Neto (2002), a CE é resultado de diferentes subníveis de consciência ecológica, os quais referem-se às distintas dimensões que as preocupações ambientais podem compor. Nesse sentido, um mesmo indivíduo pode ter comportamento de conservação dos recursos em âmbito doméstico, e, mesmo assim, consumir produtos com potencial para gerar problemas ambientais, influenciado pelas suas percepções e necessidades individuais.

Mesmo que o comportamento responsável tenha dependência das percepções e objetivos individuais, a consciência ambiental caracteriza-se por ter influência na formação de hábitos responsáveis (Schlegelmilch, Bohlen, & Diamantopoulos, 1996; Lages & Vargas Neto, 2002). Isso porque indivíduos ecologicamente conscientes pensam mais cuidadosamente antes de fazer suas escolhas (Roberts, 1996b), portanto, apresentam maior tendência ao desenvolvimento de um comportamento ecológico, influenciados por suas preocupações ambientais (Roberts & Bacon, 1997; Lira, 2018). A partir da ideia apresentada, estudos vêm sendo desenvolvidos, principalmente com um olhar voltado ao comportamento do consumidor (Li, Ren, & Sun, 2020).

Esses estudos afirmam que o posicionamento a favor do meio ambiente tem relação com o consumo consciente. Dessa forma, a CE tem impacto sobre o ato de consumir, colaborando para a criação de um consumidor mais responsável que leva em consideração as questões ambientais no momento de compra (Golob & Kronegger, 2019). No entanto, a existência de preocupações ambientais não significa, necessariamente, a mudanças de hábitos, o que foi confirmado por estudos que indicaram uma diferença entre percepções individuais e ações na prática (Roberts,

1996b; Lira, 2018). Isso porque os indivíduos podem ter atitudes ecologicamente responsáveis apenas em alguns segmentos, não as adotando para todas as suas ações, ou podem não estar dispostos a mudarem seus hábitos, mesmo que possuam uma consciência ambiental (Lages & Vargas Neto, 2002; Golob & Kronegger, 2019).

Essas descobertas evidenciam que a CE apenas não garante a adoção de uma conduta consciente, apesar de ser uma importante preditora. Dessa forma, considerando que a CE tem influência sobre os indivíduos de maneiras distintas e que o comportamento consciente pode acontecer apenas em alguns segmentos (Lages & Vargas Neto, 2002; Golob & Kronegger, 2019), ressalta-se a necessidade de entender a relação entre CE e consumo de forma individual, voltada a um item específico, em busca de encontrar a relação entre essas duas variáveis. Assim, se a consciência ecológica influencia em certa medida o consumo consciente e as modalidades desse consumo, pode-se conjecturar que a CE possui influência no consumo consciente de água. Como forma de testar essa conjectura, a seguinte hipótese foi elaborada:

H3: A consciência ecológica está positivamente relacionada ao consumo consciente de água.

É consenso na literatura que a CE é um dos principais motivadores ao comportamento ecologicamente consciente (Schlegelmilch et al., 1996; Costa & Alvares, 2018; Li et al., 2020). Desse modo, o conhecimento dos problemas relacionados aos recursos naturais e de sua influência sobre eles torna-se um fator importante para a conscientização, visto que a exposição às questões ambientais possui uma relação positiva com a CE (Lages & Vargas Neto, 2002; Lira, 2018). Em adição, quanto maior a efetividade percebida resultante do seu comportamento, maior a possibilidade de este ser aderido de forma recorrente, visto que os indivíduos se sentem motivados a continuar contribuindo (Costa & Alvares, 2018).

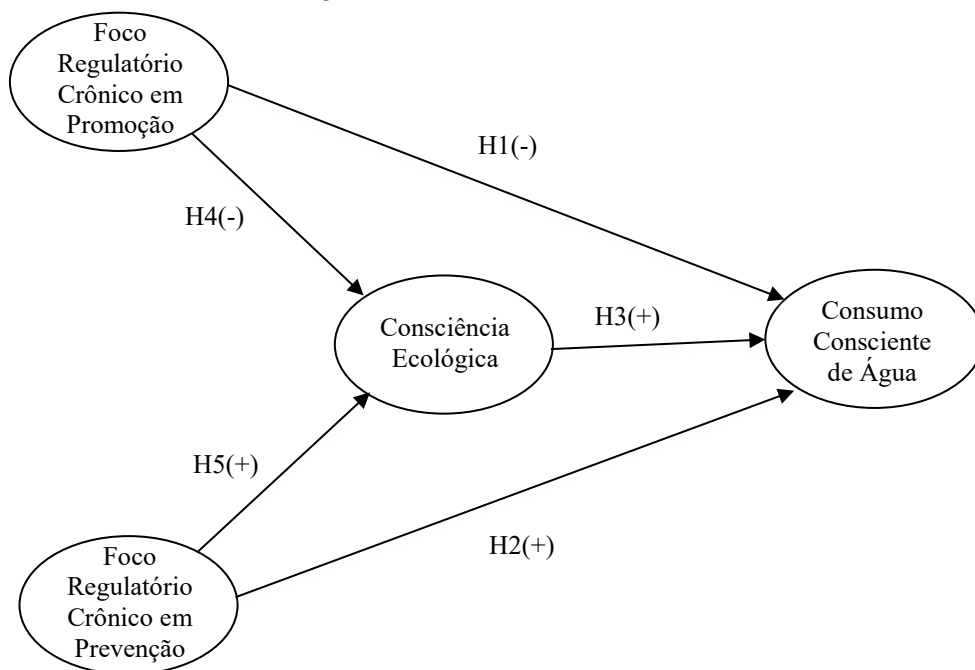
Por isso, além da intervenção externa, aspectos particulares também podem ter influência para a CE. Em geral, aqueles que possuem características altruístas, com preocupações para além de si mesmos, têm uma tendência maior a desenvolver uma consciência ambiental (Costa & Alvares, 2018). Dessa maneira, evidencia-se uma relação entre motivações, regulações e adoção de uma consciência ecológica. Nesse sentido, é possível que o foco de regulação funcione como tendência positiva ou negativa à CE. Considerando o alinhamento entre o foco regulatório crônico em prevenção e as características dos indivíduos conscientes ecologicamente apresentadas pelos autores citados, as seguintes hipóteses de pesquisa foram elaboradas:

H4: O foco crônico em promoção está negativamente associado à consciência ecológica.

H5: O foco crônico em prevenção está positivamente associado à consciência ecológica.

Para melhor visualização das relações propostas, elaborou-se a Figura 1 que aponta as relações propostas entre os focos regulatórios, a consciência ecológica e o consumo consciente de água.

Figura 1. Modelo teórico



Fonte: Elaborada pelos autores.

3 Método

A pesquisa foi realizada por meio de uma abordagem quantitativa, com o intuito de elaborar um modelo teórico explicativo do consumo consciente de água. Caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, seguindo um modelo estruturado e desenvolvida a partir da definição de hipóteses (Malhotra, 2012). O levantamento dos dados, seguindo as orientações de Malhotra (2012), ocorreu por meio de um corte transversal único (*cross-sectional survey*), considerando uma amostra de consumidores de água da mesorregião do Agreste Pernambucano. O tipo de amostragem caracteriza-se como não probabilística por conveniência (Hair Junior et al., 2009).

A amostra do estudo foi composta por diferentes perfis de residentes da região supracitada, consumidores de água em seu cotidiano, com o objetivo de garantir heterogeneidade na amostra. Para a determinação do tamanho mínimo amostral, utilizou-se o *software G*Power*. As opções selecionadas para o cálculo seguiram o que indicam Ringle, Silva e Bido (2014), a saber: teste F; *linear multiple regression: fixed model, R² deviation from zero; effect size f² = 0,15; α = 0,05; power = 0,80; número de preditores = 3*. Obteve-se uma indicação de amostra de 77 respondentes. Conforme Ringle et al. (2014), para garantir maior consistência ao modelo, deve-se

utilizar o dobro ou o triplo do valor mínimo sugerido. Ao final, as respostas obtidas corresponderam a 188 participantes, sendo alcançadas por meio de um questionário aplicado em âmbito virtual, por meio da plataforma do *Google Forms*, compartilhado por meio de mídias sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, entre o período de junho e agosto de 2020.

Para mensurar os construtos deste estudo, utilizou-se as escalas do foco regulatório crônico (Higgins et al., 2001), de consciência ecológica (Lages & Vargas Neto, 2002) e a de consumo consciente da água (Fan et al., 2014). A forma de medição ocorreu a partir de um questionário, utilizando escala do tipo Likert, com concordância que varia de 1 (discordo totalmente) a 10 (concordo totalmente). Para maior objetividade, o questionário foi dividido em quatro seções, sendo três voltadas para as escalas citadas e a última designada para o perfil demográfico dos respondentes. A coleta contou com uma pergunta inicial referente ao município de residência do respondente, de modo a identificar se este residia na região estudada, para que, assim, sua resposta fosse validada no momento de análise. No Quadro 1, apresentam-se as escalas utilizadas no questionário.

Quadro 1. Itens do questionário

Dimensões	Escalas	Itens
<p>Foco Regulatório Crônico Traduzida de Higgins et al. (2001)</p>	<p>Escala de concordância de 10 pontos. 11 itens</p>	Q1. Comparando-me à maioria das pessoas, normalmente, não consigo obter tudo o que desejo na minha vida.
		Q2. Quando era criança, nunca fiz algo que meus pais não tolerassem.
		Q3. Recorrentemente, consigo coisas que me deixam motivado/a a continuar trabalhando muito.
		Q4. Quando era criança, irritava meus pais com frequência.
		Q5. Quando era criança, sempre obedecia as regras estabelecidas pelos meus pais.
		Q6. Quando estava crescendo, eu nunca agi de maneira que meus pais me censurassem.
		Q7. Sempre consigo realizar bem as diferentes atividades que tento.
		Q8. Por não ser suficientemente cuidadoso/a, às vezes coloco-me em apuros.
		Q9. Quando se trata de alcançar as coisas que são importantes para mim, acho que não executo tão bem quanto eu idealmente gostaria de fazer.
		Q10. Sinto que fiz progressos para ser bem-sucedido/a na minha vida.
		Q11. Eu tenho encontrado poucas atividades na minha vida que capturam o meu interesse ou motivam-me a colocar esforço para elas.

Dimensões	Escalas	Itens
Consciência ecológica Lages e Vargas Neto (2002)	Escala de concordância de 10 pontos. 4 itens	Q12. Eu procuro, insistentemente, reduzir o consumo de energia elétrica.
		Q13. Na minha residência eu separo o lixo orgânico do lixo seco.
		Q14. Eu procuro comprar eletrodomésticos que consomem menos energia elétrica.
		Q15. Sempre que possível, eu procuro comprar produtos com embalagens reutilizáveis.
Consumo consciente de água Traduzido de Fan et al. (2014).	Escala de concordância de 10 pontos. 8 itens	Q16. Nossa sociedade está passando por escassez de água e problemas de poluição.
		Q17. É importante sempre conservar a água para evitar a escassez de água.
		Q18. As pessoas não deveriam usar mais água em casa além do necessário.
		Q19. Se cada família reduzir um pouco a quantidade de água que utiliza, isso faria uma grande diferença para a sociedade.
		Q20. Fazer um esforço para economizar água é uma indicação de boa educação e cultura.
		Q21. Sinto uma obrigação moral de usar a água com cuidado.
		Q22. Meus vizinhos e amigos sempre buscam conservar água.
		Q23. Regularmente, verifico a conta da água.

Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise dos dados ocorreu por meio de tabelas, com o uso de estatísticas descritivas e inferenciais e, para viabilizar as análises, utilizou-se *softwares* estatísticos (SPSS e AMOS). Devido ao contexto da pesquisa, fez-se necessário um tratamento inicial dos dados, a fim de descartar os respondentes que não pertenciam à região estudada. No total, foram retiradas nove respostas, resultando em uma amostra válida de 179 respondentes. Após isso, os dados foram analisados por meio de estatística descritiva (frequência, média e desvio-padrão) para uma compreensão mais detalhada das informações coletadas e definição do perfil demográfico dos respondentes (Aaker et al., 2009). Em seguida, avaliou-se a confiabilidade das escalas por meio do alfa de Cronbach. Por fim, realizaram-se os testes das hipóteses a partir da modelagem de equações estruturais (Anderson & Gerbing, 1998).

4 Análise dos resultados

O perfil demográfico dos respondentes foi constituído por residentes de vinte e seis cidades do Agreste pernambucano. Dentre os participantes, a maioria se apresenta com idade entre 18 a 34 anos (83,8%). Obteve-se 15,1% com idade entre 35 e 51 e 1,1% possuem entre 52 e 66 anos. A idade média é de 27 anos, indicando o

perfil jovem da amostra. Com relação ao sexo, 55,9% são mulheres e 44,1%, homens; 73,2% declararam ser solteiros, enquanto 25,7% estão casados ou em relação estável e 1,1% estão divorciados. Sobre o grau de instrução, 63,7% possuem ensino superior completo ou incompleto, 21,2% possuem pós-graduação. A renda familiar mensal média dos respondentes é de R\$ 4.025,84 (DP = 6.785,54). Para avaliar a existência de algum problema de *common method bias* (CMB), foi realizado o teste de fator único de Harman para os 23 itens das escalas, o resultado mostrou que o total de variância explicada foi de 11,34%, o que comprova não haver viés comum do método, pois os itens não carregaram em apenas um fator (Podsakoff et al., 2003).

4.1 Análise do modelo de mensuração

Inicialmente, buscou-se avaliar se havia a presença de *outliers* no banco de dados por meio do cálculo da distância quadrada de Mahalanobis (D^2). Percebeu-se a presença de três observações com altas taxas, que foram retiradas para prosseguir a análise, conforme recomenda Marôco (2010). Com o objetivo de atingir bons índices de ajustamento do modelo de mensuração, foi necessária a retirada de alguns itens durante o processo de análise. Assim, foram retirados os itens PO3 e PO4 da escala do foco regulatório crônico em promoção; PE1, PE3 e PE4 da escala do foco regulatório crônico em prevenção; CE2 e CE4 da escala de consciência ecológica; CA1, CA2, CA3, CA4, CA5 e CA7 da escala de consumo consciente de água. Salienta-se que a última escala apresentava itens de duas escalas diferentes e não havia sido validada anteriormente pelo estudo de Fan et al. (2014). Após a retirada, obteve-se os seguintes índices de ajustamento: χ^2/df (32,986/28) = 1,178 ($p = 0,236$); TLI = 0,968; CFI = 0,980; NFI = 0,887; PCFI = 0,610; RMSEA = 0,032; PCLOSE = 0,751; ECVI = 0,494; MECVI = 0,515. Esses índices indicam que o modelo possui bom ajustamento.

Os valores obtidos dos pesos de regressão padronizados para cada item das escalas foram: foco regulatório em promoção (PO1 = 0,657; PO2 = 0,595; PO5 = 0,667; PO6 = 0,883); foco regulatório em prevenção (PE2 = 0,589; PE5 = 0,781); consciência ecológica (CE1 = 0,873; CE3 = 0,658); consumo consciente de água (CA6 = 0,778; CA8 = 0,692).

Para verificar a confiabilidade e validar as escalas utilizadas, foram analisados o Alpha de Cronbach, a Confiabilidade Composta (CC) e a Variância Média Extraída (AVE) para cada construto (Tabela 1). No que se refere à confiabilidade, o Alpha de Cronbach é utilizado para mensurar a consistência interna entre os itens das escalas (Hair Junior et al., 2009; Malhotra, 2012). Da mesma forma, a confiabilidade composta (CC) avalia essa consistência e, de acordo com Bagozzi e Yi (1998), deve corresponder a um valor mínimo de 0,6. Para os itens analisados, apenas o Foco em Prevenção (PE) apresentou um índice aceitável de 0,597. Para validar as escalas, ou seja, identificar se as perguntas medem o conceito analisado (Campbell & Fiske, 1959), utilizaram-se os valores obtidos pela AVE, os quais devem ser iguais ou superiores a 0,5. Tal resultado

foi encontrado para as variáveis utilizadas, apenas o foco em prevenção apresentou valor aceitável 0,478, todas as outras variáveis apresentaram valores acima de 0,5.

Tabela 1. Estatística descritiva, Alpha de Cronbach, confiabilidade composta e variância média extraída

Variáveis	Cronbach	CC	AVE
Foco em Promoção (PO)	0,692	0,798	0,503
Foco em Prevenção (PE)	0,597	0,642	0,478
Consciência Ecológica (CE)	0,663	0,744	0,597
Consumo da Água (CA)	0,678	0,703	0,542

Fonte: Elaborada pelos autores.

Em adição à validação das escalas, foi analisada a validade discriminante de cada construto, a qual é definida como o grau em que um item não se relaciona com aqueles que deveria divergir (Sánchez, 1999). Assim, a AVE não deve apresentar alta correlação com construtos os quais são, teoricamente, distintos. Para sua obtenção, comparou-se a AVE, a variância compartilhada e as correlações (Tabela 2). Nota-se que a AVE (valores na diagonal, em negrito) de cada constructo possui valor acima de sua correlação com os outros construtos (valores abaixo da diagonal, em cinza) e também é superior aos valores obtidos pela variância compartilhada (valores acima da diagonal), o que comprova a validade discriminante entre os constructos.

Tabela 2. Correlações, variância compartilhada, AVE, média e desvio padrão

Variáveis	PO	PE	CE	CA
PO	0,503	0,166	0,002	0,055
PE	0,408	0,478	0,027	0,039
CE	0,042	0,165	0,597	0,043
CA	0,235	0,039	0,209	0,542
Média	6,72	7,20	7,22	9,63
Desvio Padrão	1,82	2,15	1,99	0,64

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nota: Os valores das AVEs estão na diagonal da tabela (em negrito), os valores abaixo da diagonal são as correlações e os acima são as variâncias compartilhadas (correlações ao quadrado).

4.2 Análise do modelo estrutural

Após a validação e confiabilidade das escalas, foi realizada a análise do modelo estrutural com o objetivo de identificar o ajuste do modelo com a realidade estudada. De acordo com a Tabela 3 e com base nos valores sugeridos por Marôco (2010) para os índices de ajustamento, é possível verificar que o ajustamento foi satisfatório, demonstrando a adequação do modelo mediante as relações de dependência propostas (Kline, 2011). Apenas com relação ao PCFI houve uma pequena diferença no que se

refere ao valor aceitável. No entanto, foi possível realizar a aplicação da modelagem de equações estruturais a partir dos índices encontrados.

Tabela 3. Índices de ajustamento do modelo

Índices	Resultados	Critérios
χ^2/df (32,986/28)	1,178	[1; 2] Ajuste bom
p-value	0,236	>0,05 Ajuste bom
GFI	0,965	>0,95 Ajuste muito bom
IFI	0,981	>0,95 Ajuste muito bom
TLI	0,968	>0,95 Ajuste muito bom
CFI	0,980	>0,95 Ajuste muito bom
NFI	0,887	[0,80; 0,90] Ajuste bom
PCFI	0,610	>0,80 Ajuste não adequado
RMSEA	0,032	<0,05 Ajuste bom
PCLOSE	0,751	>0,05 Ajuste bom
EVCI	0,494	Quanto menor, melhor
MEVCI	0,515	Quanto menor, melhor

Fonte: Elaborada pelos autores.

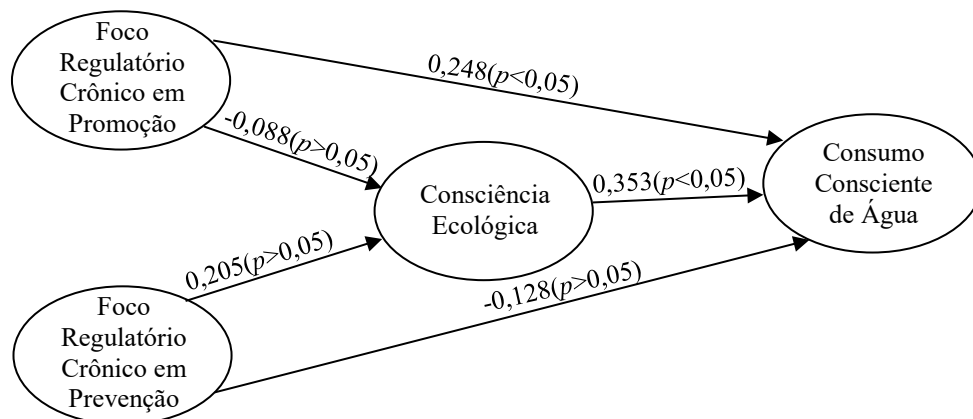
Com base nos constructos apresentados, buscou-se mensurar as relações entre eles a partir dos testes de hipótese bicaudais, conforme Kock (2015). Os resultados podem ser conferidos na Tabela 4. As relações entre as variáveis foco em promoção e consumo consciente de água (H1), foco em prevenção e consumo consciente de água (H2), foco em promoção e consciência ecológica (H4) e foco em prevenção e consciência ecológica (H5) não obtiveram resultados dentro do aceitável ($p < 0,05$), sendo refutadas mediante o modelo proposto. A H3 foi suportada, que buscou verificar a relação entre a consciência ecológica e consumo consciente de água.

Tabela 4. Testes das hipóteses da pesquisa

Hipóteses	Coefficiente padronizado	Coefficiente não padronizado	Erro padrão	Rac. crítico	<i>p</i>	Status
H1 (-): PO --> CA	0,331	0,248	0,118	2,113	0,035	Não suportada
H2 (+): PE --> CA	-0,251	-0,128	0,095	-1,346	0,178	Não suportada
H3 (+): CE --> CA	0,733	0,353	0,099	3,571	0,001	Suportada
H4 (-): PO --> CE	-0,056	-0,088	0,215	-0,408	0,683	Não suportada
H5 (+): PE --> CE	0,194	0,205	0,173	1,189	0,235	Não suportada

Fonte: Elaborada pelos autores.

Figura 2. Modelo teórico com coeficientes.



Fonte: Elaborado pelos autores.

5 Discussão

Esta pesquisa buscou identificar se a regulação motivacional crônica do indivíduo de afastar-se de resultados negativos ou de focar na obtenção de resultados positivos poderia levá-lo a um consumo consciente de água, sobretudo, ao analisar esta relação por meio da influência da consciência ecológica. Em uma análise inicial dos dados, pode-se apontar que os moradores da região apresentam alta tendência para o comportamento de consumo consciente da água, com uma média de 9,64 em uma escala de 1 a 10, e um baixo desvio padrão (0,62), demonstrando uma homogeneidade no comportamento. Essa predisposição pode ser explicada pelas características da região estudada. Devido ao clima e às condições geográficas da região Agreste, periodicamente há épocas de seca, o que ocasiona dificuldades no abastecimento hídrico (Campos, 2014). Assim, o constante envolvimento da população com essa problemática pode ser um fator explicativo ao seu uso consciente, uma vez que maior é a tendência de desenvolver uma consciência ecológica e, por fim, um comportamento consciente (Lages & Vargas Neto, 2002; Lira, 2018).

Combinado a estes aspectos, este estudo revela a influência positiva da consciência ecológica no consumo consciente de água. Apesar de alguns autores sinalizarem que a consciência ecológica não resulta, necessariamente, no comportamento efetivo (e.g. Lages & Vargas Neto, 2002; Lira, 2018), aponta-se que no que tange aos recursos hídricos, a consciência ecológica atua como forte preditora do seu uso consciente. Logo, sinaliza-se que a ênfase em conscientizar a população ecologicamente é uma estratégia efetiva. Além disso, destaca-se que elementos externos e internos, como as características da amostra deste estudo, podem reverberar em uma maior consciência ecológica e, por conseguinte, em um consumo consciente da água.

Neste sentido, pesquisas anteriores apontaram que as características externas da água têm um papel importante para determinar a sua forma de consumo, como a sua

qualidade e quantidade disponível, a forma de acesso, o nível de renda e de educação da população que a consome, a confiança nas autoridades e o custo pago pelo seu consumo (Carmo et al., 2014; Lillemo, 2014; Gómez-Llanos et al., 2020). Portanto, como a amostra deste estudo é impactada por uma quantidade limitada do recurso hídrico, além de possuírem alta escolaridade e pertencerem à classe baixa renda, isso pode levá-los a uma maior consciência ecológica e consumo consciente da água.

Não obstante, esperava-se que houvesse uma relação positiva entre o foco crônico em prevenção e a consciência ecológica. Todavia, estas relações não foram confirmadas, o que vai de encontro aos resultados encontrados na literatura. Estudos anteriores evidenciaram que aqueles regulados pela prevenção apresentam maiores responsabilidades perante terceiros (Peng et al., 2015) e valorizam resultados no longo prazo (Wang et al., 2019), ao mesmo tempo em que aqueles ecologicamente conscientes têm como característica um pensamento mais responsável, cauteloso e preventivo antes de tomar suas decisões (Roberts, 1996b), além de possuir um comportamento altruísta, com responsabilidades com outros (Costa & Alvares, 2018; Galob & Kronegger, 2019; Li et al., 2020), o que estaria alinhado à regulação para prevenção. Contudo, os resultados apontam que não há relação entre estas variáveis, indicando que, mesmo que haja uma tendência para atitudes de vigilância, o consumidor pode não adotar práticas responsáveis para com o meio ambiente e a comunidade em que vive.

Com efeito, mesmo ocorrendo a associação entre as características do foco em prevenção e a CE, estudos já comprovaram que em algumas situações pode não ocorrer o ajuste regulatório. Por exemplo, Mantovani et al. (2015) evidenciaram que, em situações de adversidade, a tendência é que não ocorra esse ajuste, o que pode ser o caso para o objeto analisado. Isto é ancorado no resultado da hipótese que previa relação negativa entre a regulação promocional e a consciência ecológica, pois foi refutada. Diferentemente do que foi suposto, há a possibilidade de que indivíduos que buscam maximizar seus resultados – ou seja, possuem foco em promoção – apresentem um maior nível de consciência ecológica. Baseado nessa hipótese, estudos futuros podem ser desenvolvidos, a fim de comprovar essa relação.

Outrossim, a hipótese que previa uma relação negativa entre a regulação para promoção e o consumo consciente da água também não foi suportada, o que pode sinalizar que, ao praticar um uso mais consciente, podem fazê-lo almejando as melhorias decorridas dessa atitude, pois, ao contrário do previsto, obteve-se significância estatística quanto à relação positiva entre essas variáveis. Isto corrobora ao exposto por Lillemo (2014), que indica que o foco em evitar o desperdício está em obter ganhos. Como a população estudada sofre constantemente com problemas relacionados à água, é provável que sua motivação para um consumo responsável se dê visando maximizar os ganhos dessa situação de escassez e mudar o *status* atual. Portanto, a regulação crônica para a promoção pode estar relacionada positivamente ao consumo consciente da água.

Em consonância com isso, Costa et al. (2018) identificaram que consumidores com foco em prevenção são mais suscetíveis a esgotar seus recursos de autorregulação. Dessa forma, no presente estudo, a hipótese que previa uma relação positiva entre o foco preventivo e o consumo consciente da água não foi comprovada. De fato, esperava-se que os moradores da região regulados pela prevenção, por serem mais vigilantes e tentarem se afastar de resultados negativos (Mantovani et al., 2015), apresentariam comportamentos mais responsivos no que tange aos recursos hídricos. Ao contrário disso, estes podem gastar tanta energia tentando agir de maneira responsável que podem acabar esgotando seus recursos de autocontrole. Além disso, a ênfase em obter ganhos ao evitar o desperdício (Lillemo, 2014) pode afastar esses consumidores.

6 Conclusão

O aumento do consumo da água vem gerando preocupações no decorrer do tempo. Por isso, há a necessidade da adoção de medidas de conscientização por parte da população. Nesse sentido, buscou-se evidenciar o que motiva esse comportamento por meio da teoria do foco regulatório crônico e da consciência ecológica. Mediante os resultados obtidos, foi evidenciado, contra intuitivamente, que a orientação crônica para prevenção não leva a um consumo consciente de água, o que possivelmente induz a este comportamento é o foco crônico em promoção. Diante disso, a ênfase de que o consumo consciente pode gerar retornos concretos para o indivíduo pode moldar o seu comportamento.

Como os consumidores da região estudada vivenciam situações de adversidade quanto aos recursos hídricos, a ênfase na obtenção de ganhos ao consumir conscientemente parece provocar um efeito significativo ao atrair os indivíduos orientados à promoção ao consumo efetivo. Contudo, pode, ao mesmo tempo, afastar aqueles com perfil de vigilância. Neste sentido, sinaliza-se que as campanhas de conscientização devem focar na obtenção de ganhos concretos, pois aproxima os consumidores orientados à promoção, como se deve enfatizar os riscos iminentes do uso irresponsável, incluindo não apenas danos ao meio ambiente, que possivelmente representa um cenário abstrato para o consumidor orientado à prevenção. Estratégias específicas, como o foco nos impactos nas atividades diárias e nas finanças, podem ser mais efetivas.

Apesar de a literatura apontar que para alguns cenários a consciência ecológica não resulta em um comportamento efetivo, este estudo revela que no que tange ao consumo consciente de água, há uma influência positiva deste construto. O foco em conscientizar ecologicamente os indivíduos é uma estratégia efetiva. Elucida-se que o foco regulatório crônico para prevenção não possui relação positiva com a consciência ecológica. Isso leva a apontar que outras variáveis, como o esgotamento das energias de

autorregulação, podem atuar como mediadora desta relação, não promovendo o ajuste regulatório. Logo, espera-se que estudos futuros possam testar esta inferência.

Ressalta-se que o fato de a amostra utilizada ser predominantemente jovem, com alta escolaridade, pode ter relação com os resultados das hipóteses, uma vez que podem visualizar de forma mais concreta os benefícios do consumo consciente. O foco regulatório crônico pode não ser uma característica dos respondentes deste estudo, sugere-se que uma pesquisa experimental seja realizada para manipular o foco regulatório dos indivíduos e testar o modelo aqui proposto.

Em adição, outro ponto pode ser observado no que tange à escala de consciência ecológica utilizada. Considerando que a consciência ecológica total de um indivíduo é formada pela soma de suas consciências ecológicas individuais, um indivíduo pode possuir alta conscientização para alguns segmentos e apresentar baixa representatividade no que se refere à CE para recursos hídricos. Assim, a escala de consciência ecológica utilizada se apresenta como um fator limitante, uma vez que possui itens generalistas que consideram o uso doméstico dos recursos naturais como um todo. Além disso, a escala de consumo consciente de água apresentou fragilidades quanto à sua estrutura, limitando as análises. Isso suscita a necessidade de novos estudos avaliarem o instrumento e proporem melhorias por meio de novos itens ou desenvolver uma nova escala.

Referências

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2009). *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Atlas.
- Aaker, J. L., & Lee, A. Y. (2001). "I" seek pleasure and "we" avoid pains: the role of self regulatory goals in information processing and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 28, 33-49.
- Acevedo, C. R., Santos, L. B., Catão, B. A., & Silva, T. T. U. (2020). Foco regulatório: uma análise sobre campanhas de economia de água. *Perspectivas em Políticas Públicas*, 13(25), 35-55.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Andersson, D., & Nässen, J. (2016). Should environmentalists be concerned about materialism? An analysis of attitudes, behaviours and greenhouse gas emissions. *Journal of Environmental Psychology*, 48, 1-11.
- Bagozzi, R. P. (1981). Attitudes, intentions, and behavior: a test of some key hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(4), 607-627.
- Campos, J. N. B. (2014). Secas e políticas públicas no semiárido: ideias, pensadores e períodos. *Estudos Avançados*, 28(82), 65-88.
- Carmo, R. L., Dagnino, R. S., & Johansen, I. C. (2014). Transição demográfica e transição do consumo urbano de água no Brasil. *Revista Brasileira de Estudos de População*, 31(1), 169-190.
- Casagrande, Y. G., Azevedo, D. B., Rosa, R. O., & Lucci, P. A. A. B. S. (2019). Sustentabilidade: uma visão a partir da economia dos custos de transação e da teoria dos custos de mensuração. *Revista de Administração IMED*, 9(2), 94-107.
- Cervi, C., Baggio, D. K., & Sausen, J. F. C. L. (2020). O papel do marketing no bem-estar do consumidor: analisando dicotomias. *Revista de Administração IMED*, 10(1), 44-62.
- Chan, K. C., Hsu, Y. T., Hsu, C. L., & Sung, Y. K. (2019). Effect of tangibilization cues on consumer purchase intention in the social media context: regulatory focus perspective and the moderating role of perceived trust. *Telematics and Informatics*, 44, 1-14.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2003). *Métodos de pesquisa em Administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Costa, F. S., & Alvares, I. J. (2018). Comportamento de consumo ecologicamente consciente: uma análise da consciência ecológica do servidor público federal. *Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental*, 7(4), 261-288.
- Costa, M. F., Santos, L. L., & Angelo, C. F. (2020). Corporate social and environmental responsibility: do consumers perceive it as being an organizational value? *Gestão & Produção*, 27, e4688.
- Costa, M. F.; Farias, S. A., & Angelo, C. F. (2018). Chronic regulatory focus: resist impulse consumption or let it happen? *Review of Business Management*, 20(4), 619-637.

- Dolnicar, S., Hurlimann, A., & Grün, B. (2012). Water conservation behavior in Australia. *Journal of Environmental Management*, 105, 44-52.
- Dong, X., Liu, S., Li, H., Yang, Z., Liang, S., & Deng, N. (2020). Love of nature as a mediator between connectedness to nature and sustainable consumption behavior. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118451.
- Fan, L., Wang, F., Liu, G., Yang, X., & Qin, W. (2014). Public perception of water consumption and its effects on water conservation behavior. *Water*, 6(6), 1771-1784.
- Finkler, N. R., Mendes, L. A., Bortolin, T. A., & Schneider, V. E. (2015). Cobrança pelo uso da água no Brasil: uma revisão metodológica. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 33, 33-49.
- Golob, U., & Kronegger, L. (2019). Environmental consciousness of European consumers: a segmentation-based study. *Journal of Cleaner Production*, 221, 1-9, 2019.
- Gómez-Llanos, E., Durán-Barros, P., & Robina-Ramírez, R. (2020). Analysis of consumer awareness of sustainable water consumptions by the water footprint concept. *Science of the Total Environment*, 721, 1-11.
- Hair Junior, J. F. (2009). *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman.
- Hamza, K., & Dalmarco, D. (2012). As certificações sustentáveis e sua relevância para o consumo consciente e os negócios. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 2(2), 1-20.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52(12), 1280-1300.
- Higgins, E. T., Friedman, R. S., Harlow, R. E., Idson, L. C., Ayduk, O. N., & Taylor, A. (2001). Achievement orientations from subjective histories of success: promotion pride versus prevention pride. *European Journal of Social Psychology*, 31, 3-23.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford.
- Kock, N. (2015). One-tailed or two-tailed P values in PLS-SEM? *International Journal of e-Collaboration*, 11(2), 1-7.
- Kroth, G. L., & Löbler, M. L. (2019). Teoria do foco regulatório: um estudo bibliométrico do estado atual da produção brasileira e da relação com a teoria dos prospectos. *Id On Line Revista de Psicologia*, 13(44), 508-524.
- Lages, N. D. S., & Vargas Neto, A. (2002). Mensurando a consciência ecológica do consumidor: um estudo realizado na cidade de Porto Alegre. *Anais do 26º Enanpad*, Salvador.
- Li, J., Ren, L., & Sun, M. (2020). Is there a spatial heterogeneous effect of willingness to pay for ecological consumptions? An environmental cognitive perspective. *Journal of Cleaner Production*, 245, 1-10.
- Lillemo, C. (2014). Measuring the effect of procrastination and environmental awareness on households' energy-saving behaviour: an empirical approach. *Energy Policy*, 66, 249-259.
- Lira, F. T. (2018). Fatores que influenciam a valorização de produtos ecológicos por consumidores ecologicamente conscientes. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 12(2), 90-107.

- Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. São Paulo: Editora Bookman.
- Mantovani, D., & Tazima, D. I. (2016). Visual art and regulatory fit messages on consumer evaluations. *Revista de Administração de Empresas*, 56(2), 152-165.
- Mantovani, D., Barboza, M. M., Viacava, J. J. C., & Prado, P. H. M. (2015). Quando forças opostas aumentam a intenção de compra? Foco motivacional e mensagens de comunicação. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(4), 178-196.
- Margetts, E. A., & Kashima, Y. Spillover between pro-environmental behaviours: the role of resources and perceived similarity. *Journal of Environmental Psychology*, 49, 30-42.
- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: fundamentos teóricos, softwares & aplicações*. Pêra Pinheiro: ReportNumber.
- Menezes, U. G. (2018). Consumo colaborativo: um caminho para o desenvolvimento sustentável? *Consumer Behavior Review*, 2, 56-68.
- Nascimento, T. M. (2019). Examinando o domínio do comportamento pró-ambiental na promoção do bem-estar individual e coletivo. *Consumer Behavior Review*, 3(1), 27-41.
- Peng, A. C., Dunn, J., & Conlon, D. E. (2015). When vigilance prevails: the effect of regulatory focus and accountability on integrative negotiation outcomes. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 126, 77-87.
- Pham, M. T., & Chang, H. (2010). Regulatory focus, regulatory fit, and the search and consideration of choice alternatives. *Journal of Consumer Research*, 37(4), 626-640.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Ringle, C. M., Silva, D., & Bido, D. S. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 56-73.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217-231.
- Roberts, J. A. (1996). Will the real socially responsible consumer please step forward? *Business Horizons*, 39(1), 79-83.
- Roberts, J. A., & Bacon, D. R. (1997). Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of Business Research*, 40(1), 79-89.
- Schlegelmilch, B. B., Bohlen, G. M., & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.
- Silva, M. E., Oliveira, A. P. M., & Gómez, C. R. P. (2013). Indicadores de consumo consciente: uma avaliação do recifense sob a ótica do consumo sustentável. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 12(2), 173-190.

- Straus, J., Chang, H., & Hong, C. Y. (2016). An exploratory path analysis of attitudes, behaviors and summer water consumption in the Portland Metropolitan Area. *Sustainable Cities and Society*, 23, 68-77.
- Valor, C., Antonetti, P., & Merino, A. (2020). The relationship between moral competences and sustainable consumption among higher education students. *Journal of Cleaner Production*, 248, 119161.
- Veriato, M. K. L., Barros, H. M. M., Souza, L. P., Chicó, L. R., & Barosi, K. X. L. (2015). Água: escassez, crise e perspectivas para 2050. *Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável*, 10(2), 17-22.
- Wang, D. et al. (2019). Making decisions for oneself and others: how regulatory focus influences the 'decision maker role effect' for intertemporal choices. *Personality and Individual Differences*, 149, 223-230.
- Werth, L., & Foerster, J. (2007). How regulatory focus influences consumer behavior. *European Journal of Social Psychology*, 37(1), 33-51.
- Westjohn, S. A., Arnold, M. J., Magnusson, P., & Reynolds, K. (2016). The Influence of regulatory focus on global consumption orientation and preference for global versus local consumer culture positioning. *Journal of International Marketing*, 24(2), 22-39.