

SUSTENTABILIDADE AQUI E AGORA

Brasileiros de 11 capitais falam sobre meio ambiente,
hábitos de consumo e reciclagem



Apoio



Realização



Ministério do
Meio Ambiente



Sumário

1. Introdução

Apresentação – Izabella Mônica Vieira Teixeira, ministra do Meio Ambiente

O que o brasileiro pensa do meio ambiente – Samyra Brollo de Serpa Crespo, secretária de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental e Christianne Urioste Canavero, diretora de Sustentabilidade Walmart Brasil

Conhecer para mobilizar – Marcos Samaha, CEO e presidente do Walmart Brasil

O percurso desde a Lembrança até Comportamento – Eduardo Sincovsky, vice presidente da Synovate Brasil

2. Resumo e metodologia

Resumo executivo

Metodologia e amostra

Perfil dos respondentes

3. Principais destaques

A questão da felicidade

Informação sobre meio ambiente

Saúde e violência são prioridades

Limpeza pública

Soluções para os problemas ambientais

Quem trabalha pelo meio ambiente

Pensamentos em relação ao meio ambiente -1

Pensamentos em relação ao meio ambiente -2

O papel das escolas – a nova geração

Atitudes do dia-a-dia

Hábitos em relação ao meio ambiente

Consumo e descarte responsável

Separação do lixo

Coleta seletiva – a importância dos catadores

Supermercados – reciclagem e eliminação de sacolas plásticas

O mundo sem sacolas plásticas

Proibição das sacolas plásticas

Comportamento durante as compras

Lixo eletrônico

Apresentação

Izabella Mônica Teixeira,
Ministra do Meio Ambiente



Enormes desafios se apresentam para o nosso país, especialmente para a área de saneamento ambiental com a criação de um marco regulatório nacional para a gestão de resíduos sólidos, após a entrada em vigor da Lei 12.305 de 2010. Falo particularmente da gestão daquilo que chamamos “lixo” nos centros urbanos. Hoje, mais de 75% da população brasileira vive nas cidades, boa parte concentrada nas chamadas áreas metropolitanas, configurando as cidades sem limites (endless cities), com territórios enormes e grande diversidade social e cultural, mas com uma característica comum: são, cada vez mais, verdadeiras usinas de consumo de energia, bens, serviços ambientais e matérias primas.

O IBGE afirma em pesquisa de 2008 com relatório publicado em 2010 que somente 17% dos municípios brasileiros, a maioria no sudeste – um pouco mais de 900 municípios – tem coleta seletiva; pouco mais de 40% possuem aterro sanitário e, para completar, somente 11% dos lares brasileiros costumam separar o lixo doméstico.

Para acrescentar apenas uma pincelada a esse quadro preocupante, cerca de 12 bilhões de sacolas plásticas são jogadas fora anualmente, sem manejo adequado, causando visíveis estragos no ambiente urbano e na natureza, o que levou o Ministério do Meio Ambiente a realizar a campanha “Saco é um saco” agora com pouco mais de um ano em curso.

Por isso, tomar a iniciativa de fazer uma pesquisa nas 11 principais capitais brasileiras sobre hábitos de consumo, descarte, reciclagem, cidades escolhidas justamente por apresentarem tendências crescentes em consumo per capita, nos parece oportuno e útil.

Para alcançarmos metas ambiciosas, como a erradicação dos lixões e o melhor aproveitamento dos materiais hoje jogados fora, configurando uma verdadeira economia do desperdício, é preciso conhecer os hábitos de consumo, de descarte e sobretudo a disposição da população em aderir a políticas públicas que necessariamente advirão da regulamentação da Lei Nacional dos Resíduos Sólidos.

A Política Nacional de Resíduos Sólidos traz e aplicará o conceito de responsabilidade compartilhada onde a sociedade tem responsabilidades definidas e deverá fazer a sua parte. Ela também ilumina e inspira atividades de educação ambiental e de engajamento dos consumidores que estão previstos no Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS) que será lançado ainda este ano. O Plano ficou dois meses em consulta pública e prevê uma série de ações

“Para combater a economia do desperdício, é preciso conhecer os hábitos de consumo e de descarte da população”

que vão promover como uma das principais prioridades, o aumento da reciclagem no Brasil.

O Ministério vem realizando a cada quatro anos, desde 1992, pesquisa nacional que acompanha a evolução da consciência ambiental no País. Os dados da pesquisa “O que os Brasileiros pensam do Meio Ambiente e do Desenvolvimento Sustentável (MMA-ISER, 1992, 1997, 2020, 2006) revelam que a consciência cresce em todas as classes sociais e regiões brasileiras, mas que ainda existe um abismo entre a preocupação e o comportamento efetivo. Mais do que isso, persiste a tendência dos brasileiros considerarem como “meio ambiente” apenas flora e fauna, deixando de fora o ambiente humano por excelência que são as cidades.

Nosso desafio, portanto, com a apresentação dos dados desta pesquisa, realizada pela SAIC – Secretaria de Articulação Institucional do MMA, juntamente com o Instituto Synovate e a área de sustentabilidade do WALMART Brasil, nossos parceiros, é identificar de um lado, o potencial de adesão da população a comportamentos ambientalmente responsáveis, e de outro, as contradições, mitos e erros de informação, que levam milhares de cidadãos a agirem de modo ainda predador e pouco engajado.

A pesquisa traz dados interessantes e animadores sobre a disposição da população em abandonar o uso excessivo de sacolas plásticas; mostra nosso acerto em realizar a bem sucedida campanha com o apoio das principais redes de supermercados, e nos convida a uma reflexão séria sobre como aproveitar o potencial de disposição da população para participar de campanhas para separar lixo, eliminar desperdício de água e energia: áreas sensíveis para a gestão pública, temas cruciais para a nossa sociedade.

Uma leitura otimista dos dados

Por Samyra Crespo, Secretária de Articulação Institucional e Cidadania Ambientalista e Christianne Urioste Canavero, Diretora de Sustentabilidade do Walmart Brasil

A motivação para realizarmos a pesquisa, cujos principais resultados damos a conhecer por meio desta publicação, nasceu do desejo conjunto do Walmart Brasil e do Ministério do Meio Ambiente, de verificar se a campanha para redução de sacolas plásticas tinha chegado na ponta, no conjunto maior de consumidores. Afinal, é o consumidor – cidadãos comuns – que define a mudança de um hábito se não há qualquer legislação estabelecendo uma obrigatoriedade ou proibição.

Durante quase um ano e meio de esforços para manter a campanha com a chama acesa, recebemos muitas informações sobre a adesão de consumidores e de outras redes varejistas; também tomamos conhecimento das controvérsias geradas em vários estados e municípios. Foi gratificante ter notícia de excelentes resultados obtidos em municípios pequenos que conseguiram fazer acordos com a população e com as redes de supermercados locais, diminuindo significativamente o uso da sacola plástica convencional, sem qualquer lei proibindo. Muitas ecobags foram vendidas pelo Brasil afora, as sacolas retornáveis. Bom, para os negócios, bom para os cidadãos, bom para o meio ambiente.

Mas não sabíamos, entre as várias tomadas de posição existentes, a favor da redução, a favor da cobrança das sacolinhas, a favor do banimento, qual era realmente o nível de adesão à idéia de que as sacolas plásticas utilizadas para acondicionar compras causam problemas graves à biodiversidade e à qualidade de vida das pessoas, e que é razoável imaginar um mundo sem elas. E foi exatamente esse o cenário que propusemos aos cidadãos de 11 capitais brasileiras: o que você faria, se você acordasse amanhã e não existisse mais as sacolas plásticas?

Aproveitamos a oferta de parceria do Synovate, instituto especializado, e nos dispusemos, numa verdadeira criação coletiva, a montar o escopo da pesquisa. Com as equipes do Walmart Brasil, da Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental do MMA, e do instituto, buscamos construir três blocos de questões que nos pareceram ajudar na compreensão de uma série de questões ligadas aos hábitos de consumo e descarte e reciclagem dos brasileiros.

Muitas das questões que aplicamos importamos da pesquisa “O que os Brasileiros pensam do Meio Ambiente e da Sustentabilidade” (MMA-ISER), no desejo de contribuir para a série histórica que vem sendo construída desde 1991. Outras desenhamos especialmente para iluminar questões atuais de uma agenda bastante “quente”, colocada para toda a sociedade nos dias atuais com a Lei Nacional de Resíduos Sólidos recém sancionada, e o Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentáveis. Tanto a Lei quanto o Plano postulam a responsabilidade compartilhada entre o governo, o setor produtivo e a sociedade, no gerenciamento e na destinação correta daquilo que hoje chamamos lixo, mas que engloba uma série de materiais que podem – se devidamente reciclados – retornar à cadeia produtiva de outros bens.

Realizado o campo e conhecidos os primeiros resultados, pois uma apreciação mais completa levará tempo e procedimentos mais complexos de análise, verificamos com satisfação que a sociedade brasileira mostra-se bastante simpática à idéia de banir as sacolas plásticas da sua vida e do meio ambiente. Nada menos nada mais que 60% são a favor de que se proíba a utilização de sacolas plásticas. Numa linguagem menos formal, podemos dizer que a campanha “pegou” e que a sociedade está madura para realizar esse importante debate:

vale mais um aparente “conforto” e praticidade, ou o nosso conhecimento sobre o impacto negativo de certo tipo de consumo?

Também obtivemos uma série de insumos sobre o comportamento dos brasileiros, habitantes das capitais pesquisadas, que podem ajudar bastante na formulação de políticas públicas e privadas, bem como orientar programas educacionais diversos no que diz respeito ao descarte adequado dos produtos “pós-consumo”. É o caso claro de materiais como pilhas, tintas, solventes e remédios vencidos. Um dos dados mais interessantes é a afirmação de 17% da população pesquisada de que armazena lixo eletrônico em casa.

Outra informação a ser considerada, mas só aparentemente animadora, é o fato de a maioria indicar a escola como o lugar privilegiado para as ações que promovem atitudes mais amigáveis ao meio ambiente. A velha e clássica idéia de que “educação ambiental” se faz na escola. Em outras palavras, atribui-se às crianças e à escola a responsabilidade de ser o lugar onde a nova sociedade vai ser forjada. Nossa hipótese, sem desmerecer o papel da escola, é que essa visão esconde uma possível omissão, o fato de que na verdade não nos consideramos capazes de realizar (ou não queremos) as mudanças necessárias. Mas o título da publicação é bem claro: queremos falar de sustentabilidade aqui, agora, hoje.

Também solicitamos aos cidadãos que opinassem sobre a forma que mais lhes parecia adequada de os supermercados, locais onde hoje se compra praticamente tudo, contribuírem para o consumo responsável. As respostas são inspiradoras e de certa forma correspondem aos que redes como o Walmart já fazem hoje: disponibilizar informação sobre os produtos, facilitando o processo de escolha, colocando postos de coleta voluntários de materiais descartáveis nas lojas, e participando das campanhas de redução de sacolas plásticas.

Outros resultados também nos animam e oferecem bom material para reflexão: é o caso, por exemplo, do dado sobre “o que traz mais felicidade” para a população. Divididos em quatro grupos pelo padrão de respostas, tivemos a grata surpresa de ver que os mais materialistas, que atrelam sua expectativa de felicidade a “ter mais dinheiro”, não é tão maior do que aqueles que ainda privilegiam a auto-realização na profissão ou que gostariam de ter mais tempo para o lazer e para a família. Cada grupo, representando cerca de 1/4 dos respondentes cada, mostram que quase metade da população dos maiores centros urbanos do país vêem em bens “não tangíveis” a sua maior fonte de bem-estar.

Essa verificação nos permite sem dúvida afirmar que há um campo fértil para a adoção do consumo responsável e também para o consumo afetivo, aquele que nos liga solidariamente ao meio ambiente ou aos demais seres humanos. Basta ver o potencial enorme daqueles que declaram-se dispostos a participar de mutirões para resolver ou ajudar na solução de algum problema ambiental.

Pois bem: estes e outros dados que os leitores poderão verificar nesta publicação, e na íntegra da pesquisa que estará brevemente disponível nos sites do Walmart Brasil e do MMA mostram, claramente, que a população brasileira é cada vez mais sensível às questões ambientais e da sustentabilidade, e que é possível utilizar pesquisas como esta para informar ações tanto do setor público quanto do setor privado, fortalecendo o elo necessário entre os tomadores de decisão e a opinião da população.

Conhecer para mobilizar

Por Marcos Samaha,
Presidente e CEO do Walmart Brasil



A construção do conhecimento sobre uma sociedade requer a compreensão de quem são as pessoas que a compõem, quais são suas necessidades, aspirações e, sobretudo, como elas desejam compartilhar seus valores para a construção de um futuro cujas premissas possam ser orientadas pelos princípios da sustentabilidade e do respeito à individualidade e direitos de escolha.

O Walmart Brasil apoia a pesquisa “Sustentabilidade: Aqui e Agora”, realizada em parceria com o Ministério do Meio Ambiente (MMA) do Brasil, justamente porque acredita que só conhecendo os valores desta sociedade será possível estabelecer ações, iniciativas e políticas públicas adequadas a estes valores.

Este estudo mostra que o brasileiro está alinhado com as necessidades de seu tempo no que se refere à preservação do meio ambiente. Deseja produtos e serviços que tenham a inovação como valor e a visão de um mundo mais sustentável como compromisso. O Walmart Brasil tem apoiado o Ministério do Meio Ambiente na disseminação da campanha “Saco é um Saco”, com o objetivo de reduzir o uso de sacos plásticos no comércio. Ficamos especialmente entusiasmados ao ver que a sociedade brasileira anseia pela criação de políticas públicas que sigam estimulando a redução do uso deste material.

Analisando os resultados desta pesquisa é possível constatar que a sociedade brasileira é sensível aos desafios que precisa enfrentar para manter o meio ambiente saudável e que cada brasileiro está disposto a contribuir com seu esforço pessoal – muitas vezes bastando que lhe seja mostrado o caminho. Nós, do Walmart Brasil, também queremos ser parte desta história de mobilização e superação. Estamos trabalhando para levar à sociedade produtos com atributos de sustentabilidade e que, cada vez mais, estão sendo demandados pelos brasileiros. Sem dúvida, este esforço reflete a missão do varejo de ser parte da solução para os grandes desafios que enfrentamos neste século.

Para o Walmart, a contribuição para se conquistar o equilíbrio econômico, social e ambiental é parte do processo de construção de uma empresa melhor por meio do diálogo permanente com a sociedade e, em consequência, pela adoção de práticas e políticas que possibilitem alcançar a perenidade dos negócios e das comunidades nas quais estamos presentes no Brasil e no mundo..

“O brasileiro está alinhado com as necessidades do seu tempo no que se refere à preservação do meio ambiente?”

O percurso entre a lembrança e comportamento

Por Eduardo Sincofsky,
vice-presidente da Synovate Brasil

Os dados da pesquisa sobre Sustentabilidade e Hábitos de Compra da Synovate, em parceria com o Walmart e o Ministério do Meio Ambiente, confirmam uma tendência já detectada: o Brasil dá seus passos na agenda “verde”, por ora mais centrada no conhecer e aderir ao assunto, do que necessariamente mudar o comportamento.

Neste cenário, a formação da opinião pública revela um entrelaçado de percepções e fatos concretos.

Podemos enumerar três passos para construir a causa ambiental: lembrança do assunto, “qualificação” do mesmo, quando alguma ideia ou opinião sobre o tema aparece, e, finalmente, o momento de ação, quando memórias e subjeções partem para a prática.

Pelos resultados analisados, o brasileiro, hoje, dá os primeiros dois passos no assunto, exibindo aderência na preocupação da população por questões ambientais. Embora ele ainda esteja longe de ser o principal problema da cidade ou bairro, surgem dados incontestáveis que delimitam a questão: 9 brasileiros em 10 acreditam que “da forma como usamos a água, dentro de pouco tempo não teremos água para beber”, e apenas 1 em 5 concorda com que “a preocupação pelo meio ambiente no Brasil é exagerada”.

Inicialmente poderíamos caracterizar estes fatos como comportamentos “politicamente corretos”. Sem dúvida. Contudo, isto não invalida o momento de qualificação que o brasileiro começa a fazer do tema.

Já na análise sobre aquilo que ele está disposto a fazer, confirma-se um resultado claro: o brasileiro não está disposto a pagar “com dinheiro” por produtos ambientalmente corretos. Que coisas ele estaria propenso a fazer, então? Do mesmo modo que foi detectado em outros trabalhos, aparecem atividades que não “doem” no bolso, como “eliminar o desperdício de água”, “separar o lixo doméstico” e “reduzir o consumo de energia”.

Dois dados já conhecidos se consolidam nesta pesquisa:

- Curitiba mostra-se na maioria dos quesitos como uma cidade onde a população é destacadamente mais favorável às ações e que efetivamente toma atitudes em prol do meio ambiente.

- As classes mais altas mostram-se mais engajadas pela causa.

A pesquisa mostra que ainda há um longo caminho a ser percorrido até o passo três. Quando abordados sobre o que efetivamente fazem em favor do meio ambiente, fica claro que existe um abismo entre comportamentos e pensamentos. Olhando algumas práticas do cotidiano, vê-se um enorme território de objetos que ainda são depositados em lixos comuns. E provavelmente o dado mais revelador da pesquisa: quase 1/5 da população possui lixo eletrônico em casa por não saber o que fazer com ele.

Seguramente um dos maiores desafios seja como articular junto com o setor produtivo como a indústria pode absorver os investimentos em produtos verdes. Se o consumidor não está disposto a pagar por produtos “ambientalmente corretos”, alguém terá que arcar com essa conta. Se compararmos apenas uma questão com outros países (pesquisa Synovate em 22 países em 2010), constatamos novamente o quanto o Brasil ainda tem para evoluir nesta arena.

Reciclou lixo em casa



Fonte: Global Trends Synovate, julho de 2010, amostra de 22 mil entrevistados

Brasileiro se preocupa com o meio ambiente, mas ainda faz pouco

- A pesquisa foi realizada entre os dias 27 de setembro e 13 de outubro de 2010 em 11 capitais brasileiras, selecionadas por apresentarem tendências crescentes em relação ao consumo per capita; o estudo foi conduzido pela Synovate por solicitação do Ministério do Meio Ambiente e do Walmart Brasil.
- O estudo é de natureza quantitativa, aplicou 1.100 questionários estruturados a uma amostra com perfil semelhante à população de cada capital; os resultados podem ser desagregados por capital e segmentado por renda, faixa etária, sexo e escolaridade.
- As entrevistas foram realizadas nos domicílios dos respondentes selecionados aleatoriamente pelo método PPT (proporcional ao tamanho dos municípios e depois dos bairros e depois dos setores censitários) e versaram sobre os seguintes temas: conhecimento e opinião sobre temas ambientais gerais; sobre hábitos de consumo e reciclagem; e sobre disposição para participar e apoiar atividades que ajudem na proteção do meio ambiente.
- O foco da pesquisa foi dirigido a identificar os comportamentos, opiniões e atitudes dos brasileiros residentes nestas capitais que demonstrassem maior adesão e maior pro-atividade no que se refere à proteção do meio ambiente e à adoção de hábitos de consumo mais responsáveis.
- Definimos como consumo responsável ou "consciente" aquele realizado após criteriosa escolha em que o indivíduo seleciona a opção mais saudável e menos danosa ao meio ambiente. O ideal do consumo responsável é a minimização do impacto sobre recursos naturais, principalmente aqueles de fonte não renovável, considerando igualmente neutralizar outros impactos negativos sociais ou culturais. Numa só frase, consumo consciente está ligado a valores que o indivíduo pratica ou defende.

ACHADOS E PRINCIPAIS CONCLUSÕES

- Confirmando tendência verificada na maior parte das pesquisas, o binômio violência e criminalidade, seguido da preocupação com a saúde e com a educação são os três principais problemas identificados pela população em suas cidades. Praticamente não existe diferenciação neste resultado quando desagregamos por cada capital.
 - Meio Ambiente em nove possibilidades de opção recebe o último lugar, mas outros problemas associados à problemática ambiental, como esgoto, lixo e enchentes aparecem bem posicionados, mostrando que no agregado, os problemas ambientais são bem reconhecidos pela população. Fica apontado o fato de que saneamento ambiental não é visto pela população como "meio ambiente".
 - Quando são mencionados problemas ambientais propriamente ditos, em menção espontânea, em relação ao bairro, por exemplo, onde as pessoas residem, o principal problema apontado foi a limpeza urbana, seguido de ausência de áreas verdes e de poluição.
 - Entre os dados mais positivos, temos que 59% afirmam que "o Meio Ambiente deve ter prioridade sobre o crescimento econômico";
 - Mais, 85% dizem que "qualquer mudança que o ser humano cause na natureza provavelmente vai piorar as coisas" e a maioria absoluta dos respondentes acredita que "só com grandes mudanças de hábito e de consumo" é possível conservar os recursos naturais.
 - Confirmando a percepção de que os problemas ambientais devem ser resolvidos pelo poder público, a maioria indicou como principal responsável por solucionar os problemas ambientais identificados, mencionou-se em primeiro lugar a prefeitura e em segundo o governo estadual;
 - Embora demonstrem uma grande preocupação em relação às questões ambientais, há uma grande resistência em pensar soluções que envolvam custos. Em geral as pessoas se mostram muito mais dispostas a doar tempo e trabalho comunitário, do que comprar produtos mais caros ainda que mais ecoeficientes, ou contribuir com dinheiro para fundos ou organizações ecológicas;
 - Aliás um dos achados da pesquisa foi o baixo índice de conhecimento que a população tem sobre as organizações e instituições que cuidam do meio ambiente ou trabalham por alguma causa ambiental. Mais de 80% da população não soube citar nenhuma organização espontaneamente. Entre as citadas destacaram-se a organização pública IBAMA, e a internacional Greenpeace.
- Em relação aos hábitos de consumo, o dado mais interessante é a ampla inclinação da sociedade para programas ou ações de substituição de sacolas plásticas; 60% manifestam-se a favor de uma lei que institua seu banimento.
 - Mais de 40% da amostra afirma que existe coleta seletiva de lixo no Bairro: 44% de latas e garrafas, 42% de papel e 36% de outros. Fica confirmado que a grande parte da coleta é feita pelos catadores de lixo; as prefeituras são citadas em segundo lugar e as Ongs em terceiro.
- No entanto, há muito a fazer com relação à destinação correta de resíduos. Alguns alertas:
- 70% dos entrevistados jogam pilhas e baterias no lixo doméstico;
 - 66% descartam remédios no lixo doméstico;
 - 33% jogam tintas e solventes no lixo doméstico;
 - 39% descartam óleo usado na pia da cozinha;
 - 17% possuem lixo eletrônico guardado em casa.
- Em relação aos que a população está disposta a fazer, as ações preferidas são: separar lixo para a reciclagem, eliminar o desperdício de água e participar de campanhas de redução de energia, apontando alto potencial de adesão a políticas públicas nestes temas;
 - A população parece apostar na escola e nas crianças e jovens, como aqueles que terão atitudes mais responsáveis em relação ao meio ambiente e ao consumo. A escola foi eleita como o lugar por excelência – o mais adequado – para se fazer educação ambiental;
 - Foi também lembrado com destaque o papel positivo que os supermercados podem desempenhar na educação para o consumo. Foram apontadas 3 ações principais como sendo da esfera dos supermercados: informação para facilitar a escolha do consumidor; postos de coleta de material descartável; e a oferta de produtos mais saudáveis.
 - Por fim, perguntados sobre o que poderia trazer mais felicidade, se dinheiro, tempo ou profissão, a amostra se dividiu em dois grupos distintos, com percentagens parecidas (aqueles que preferem apostar em ter mais dinheiro e aprimorar a profissão = 56%) e aqueles que preferem ter mais tempo com amigos e família e defendem valores como esperança é fé na humanidade (44%).
 - Como conclusão geral, podemos dizer, a partir dos dados da pesquisa que os brasileiros revelam uma preocupação expressiva em relação aos temas do meio ambiente, da saúde e da qualidade de vida, afirmando praticar vários hábitos de consumo e descarte que caracterizam uma sociedade com grau considerável de consumo responsável.
 - Contudo, a pouca disposição para as mudanças que dão trabalho ou que obrigam a "botar a mão no bolso" demonstra que há ainda uma razoável distância entre a intenção e o gesto, a atitude propriamente dita.
 - Mas os resultados, baseados sobretudo na opinião sobre crescimento econômico versus ecologia, e outras como o engajamento na problemática da redução das sacolas plásticas, mostram que há um terreno fértil para os programas de educação ambiental e para as campanhas que permitam que o meio ambiente vire um assunto do dia-a-dia.
 - De uma maneira geral, a escolarização e a renda, associadas, determinaram padrões de resposta mais engajados. Em termos etários, os indivíduos nas duas pontas da escala (os mais jovens e os mais idosos) apresentam o maior índice de contradição entre o pensar e fazer.
 - Na comparação entre as capitais, Curitiba destaca-se como a "capital" de hábitos e comportamento mais "verdes", desafiando os pesquisadores no sentido de identificar que estratégias educacionais ou de outra natureza deram certo para que os curitibanos pudessem ostentar este invejável primeiro lugar.
 - No entanto, há muito a fazer com relação à destinação correta de resíduos. Alguns alertas:
 - 70% dos entrevistados jogam pilhas e baterias no lixo doméstico;
 - 66% descartam remédios no lixo doméstico;
 - 33% jogam tintas e solventes no lixo doméstico;
 - 39% descartam óleo usado na pia da cozinha;
 - 17% possuem lixo eletrônico guardado em casa.

Quem

População em geral, homens e mulheres entre 16 e 70 anos, de todas as classes, em quantidade equivalente à proporção de gênero da cidade onde foram realizadas as entrevistas.

Onde

11 capitais pertencentes às 5 regiões brasileiras: Centro-Oeste, Sudeste, Sul, Nordeste e Norte.

Como

Estudo quantitativo realizado por meio de entrevistas domiciliares nos setores censitários das cidades, utilizando questionário estruturado, com duração de cerca de 40 minutos.

Quando

Estudo realizado entre o dia 27 de setembro e o dia 13 de outubro de 2010.



Ranking	Capital	Estado	Região	PIB per capita	População (Estimativa IBGE jul/2009)
1º	SÃO PAULO	SÃO PAULO	SUDESTE	R\$ 25.675	11.037.593
2º	RIO DE JANEIRO	RIO DE JANEIRO	SUDESTE	R\$ 20.851	6.186.710
3º	BRASÍLIA	DISTRITO FEDERAL	CENTRO-OESTE	R\$ 37.600	2.606.885
4º	BELO HORIZONTE	MINAS GERAIS	SUDESTE	R\$ 13.636	2.452.617
5º	CURITIBA	PARANÁ	SUL	R\$ 17.977	1.851.215
6º	MANAUS*	AMAZONAS	NORTE	R\$ 18.902	1.738.641
7º	PORTO ALEGRE	RIO GRANDE DO SUL	SUL	R\$ 20.900	1.436.123
8º	SALVADOR	BAHIA	NORDESTE	R\$ 8.870	2.998.056
9º	FORTALEZA	CEARÁ	NORDESTE	R\$ 9.325	2.505.552
10º	RECIFE	PERNAMBUCO	NORDESTE	R\$ 12.091	1.561.659
11º	GOIÂNIA	GOIÁS	CENTRO-OESTE	R\$ 13.006	1.281.975
12º	BELÉM	PARÁ	NORTE	R\$ 8.765	1.437.600

AMOSTRA					
Belém/PA	Belo Horizonte/MG	Brasília/DF	Curitiba/PR	Fortaleza/CE	Goiânia/GO
100	100	100	100	100	100
Porto Alegre/RS	Recife/PE	Rio de Janeiro/RJ	Salvador/BH	São Paulo/SP	
100	100	100	100	100	
Total: 1100					

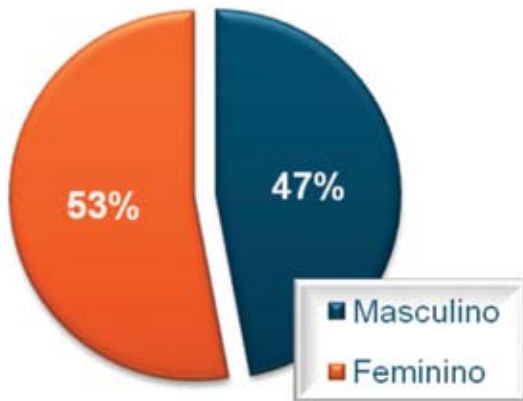
* Os dados totais foram ponderados proporcionalmente conforme o tamanho da população de cada uma das praças.

* Erro amostral: 3,0% para a amostra Total e 9,8% para amostra de cada uma das cidades

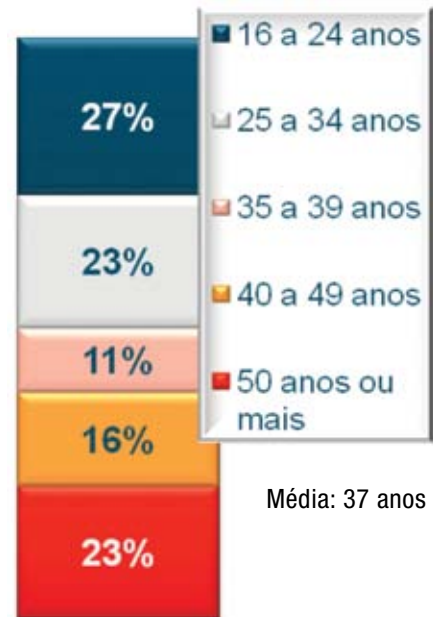
* Grau de confiança: 95% de nível de confiança

Perfil dos Entrevistados - Total

Sexo

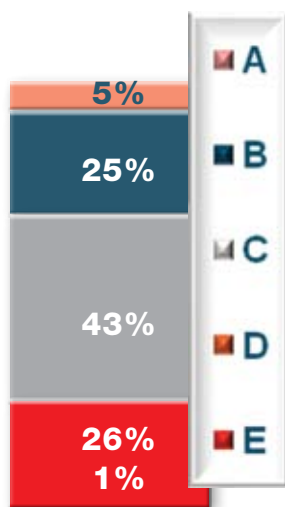


Idade

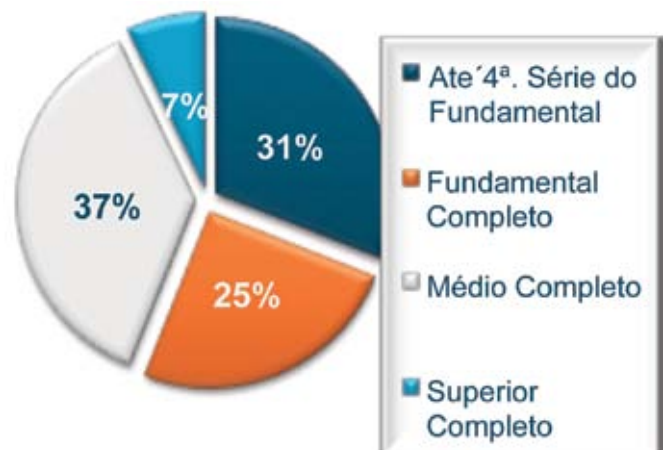


Média: 37 anos

Classe Social*



Escolaridade



* Critério Brasil de classificação socioeconômica ABEP

Uma sociedade com valores e esperança na humanidade

O tempo para ficar com a família e os amigos, e a fé na capacidade humana para superar as dificuldades estão entre os principais valores do brasileiro, com 44% das respostas. Um quarto das pessoas gostaria de ter condições mais favoráveis para aprofundar seus estudos e melhorar seu desempenho profissional.

31% dos entrevistados demonstraram vontade de aumentar o nível de consumo, alegando querer mais dinheiro para comprar mais coisas do que precisa.

O que é importante para sua felicidade atualmente?



Base: 1100 casos

	IDADE				
	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 anos ou mais
	%	%	%	%	%
Bases	310	252	119	176	243
Mais dinheiro para comprar coisas de que necessito	36%	30%	31%	25%	30%
Mais fé na capacidade humana de superar as dificuldades	13%	22%	26%	34%	36%
Mais condições para aprimorar estudos ou profissão	29%	31%	21%	18%	7%
Mais tempo para conviver com família e amigos	21%	16%	22%	24%	27%

O brasileiro não se sente confortável para falar sobre meio ambiente

Quase um quarto (22%) das pessoas acredita serem mal informadas sobre meio ambiente, enquanto 26% acreditam serem bem informadas sobre questões ambientais e de ecologia. No entanto, cerca da metade das pessoas que participaram da pes-

quisa disseram serem "mais ou menos" informadas sobre meio ambiente. Informação parece ser um dos fatores-chave para impulsionar a mudança de hábito da sociedade brasileira em prol do meio ambiente.

Você se considera informado sobre meio ambiente ou ecologia?

Pergunta: Você se sente informado a respeito de meio ambiente e ecologia? (ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)



Base: 1100 casos

Brasileiro aponta saúde e violência como principais problemas urbanos

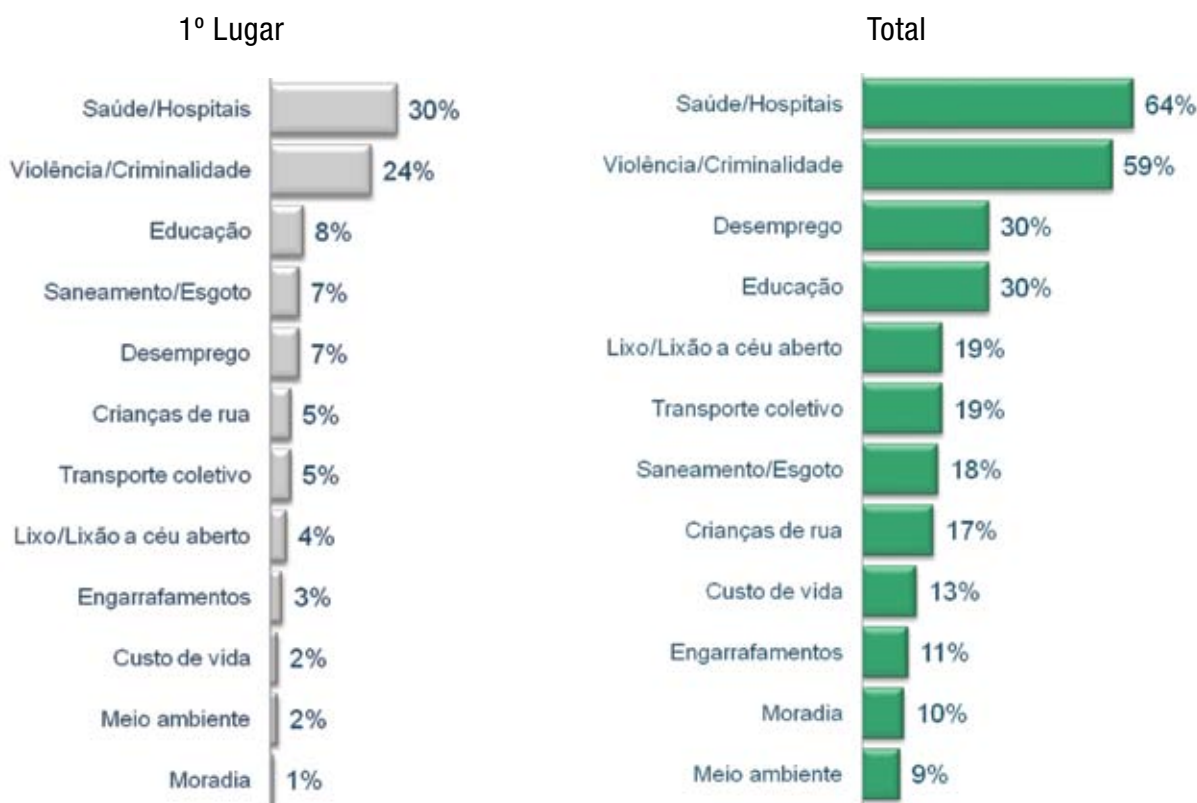
Saúde e violência são percebidos como os principais problemas urbanos. Meio ambiente fica no “fim da fila”, com apenas 2% de respostas. No entanto, muitas questões claramente “ambientais” ocupam lugar de destaque sem que as pessoas as identifiquem como questões relacionadas ao meio ambiente ou à qualidade dos recursos naturais. Um exemplo disso são o saneamento, a coleta e destinação de lixo e mesmo os engarrafamentos que, além de serem um dos principais responsáveis pelas emissões de gases de efeito estufa nas grandes cidades, transformam o ambiente urbano em um espaço de muito desconforto.

Outra questão com forte impacto na qualidade de vida relacionada ao meio ambiente, e que ficou quase fora das respostas, com baixa percepção por parte dos entrevistados, é a da moradia, em um país onde uma parcela significativa da população vive em subabitação, principalmente nos grandes núcleos urbanos. Em 2000, segundo dados do Instituto de Pesquisas Econômicas Avançadas (IPEA), havia 1,4 milhões de moradias consideradas subnormais. Transporte coletivo também teve baixa classificação entre os problemas ambientais urbanos.

É baixa a percepção do que seja meio ambiente nas cidades

Pergunta: Pensando na cidade onde você mora, qual o problema dessa lista que você considera mais importante? E em segundo lugar? E em terceiro? (MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)

Gerais



DESTAQUES - 1º LUGAR

Saúde/Hospitais: Brasília, 50%

Violência/Criminalidade: Curitiba, 40%

Educação: São Paulo, 12%

Saneamento/Esgoto: Rio de Janeiro, 17%

Base: 1100 casos

Limpeza pública é a grande questão nos bairros

A percepção da sociedade sobre as questões ambientais do dia a dia está focada em pontos muito objetivos. A limpeza pública, por exemplo, é vista como o maior dos problemas ambientais que se manifesta próximo à casa das pessoas. Com percentuais bem menores, a falta de áreas verdes e a poluição ambiental vêm em seguida. E estas são questões que, para a maioria das pessoas, devem ser resolvidas pelo poder público, sejam as prefeituras ou os governos estaduais.

No entanto, existe disposição em participar da solução. Enquanto 80% dos entrevistados estão dispostos a assinar um manifesto em favor das soluções, quase 60% mostram disposição para arregaçar as mangas e participar de mutirões ou grupos de trabalho nos bairros para melhorar a qualidade ambiental, revelando o expressivo potencial de participação a ser aproveitado.

Nos bairros a questão ambiental também não é percebida

- 1ª Pergunta: Qual é o principal problema do seu bairro ou comunidade? (MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESPONTÂNEA)
 2ª Pergunta: Qual é o principal problema AMBIENTAL do bairro onde você mora? (MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESPONTÂNEA)
 3ª Pergunta: Qual destes grupos deveria resolver esse problema? (ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)

Gerais



Base: 1100 casos

Ambientais



Base: 1100 casos

Responsável?



Base: 667 casos

DESTAQUES

Segurança: Fortaleza e Belém, 50%
 Saúde: Belo Horizonte, 22%
 Infra-estrutura: São Paulo e Brasília, 15%;
 Belo Horizonte, 14%

Está disposto a ajudar a resolver?

Assinando um abaixo-assinado: 80%
 Participando de reuniões com moradores: 73%
 Participando de mutirões e/ou grupos de trabalho: 59%

Base: 667 casos

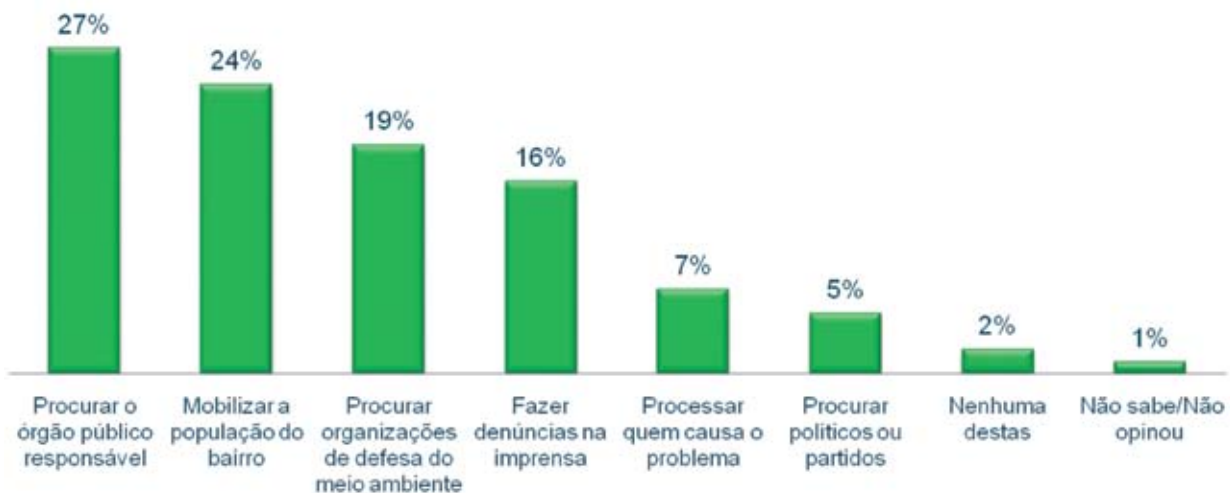
Reclamar com o governo ou juntar os vizinhos

Ao se deparar com problemas ambientais em seu bairro, as pessoas tendem a uma série de providências diferentes, que vão desde procurar o governo (municipal ou estadual) até buscar partidos e políticos. No entanto, uma parcela grande da sociedade ainda acredita que a mobilização é um bom caminho. Entre a denúncia ao poder público e juntar os vizinhos para protestar estão mais da metade dos entrevistados. Em seguida vem a busca por apoio de organizações ambientalistas e a denúncia a órgãos de imprensa.

Há, também, aqueles que preferem o caminho da Justiça, processando o causador do problema ambiental e apenas 1% das pessoas parecem não saber o que fazer em caso de problemas ambientais em seu bairro.

Solução para os desafios ambientais

Pergunta: Qual destas alternativas permite conseguir melhor solução de um problema ambiental que o atinge?
(ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)



Base: 1100 casos

DESTAQUES

Procurar o órgão público responsável: Porto Alegre, 40%
Mobilizar a população do bairro: Belém, 38%
Procurar organizações de defesa do meio ambiente: Belo Horizonte, 32%
Fazer denúncias na imprensa: Salvador, 26%

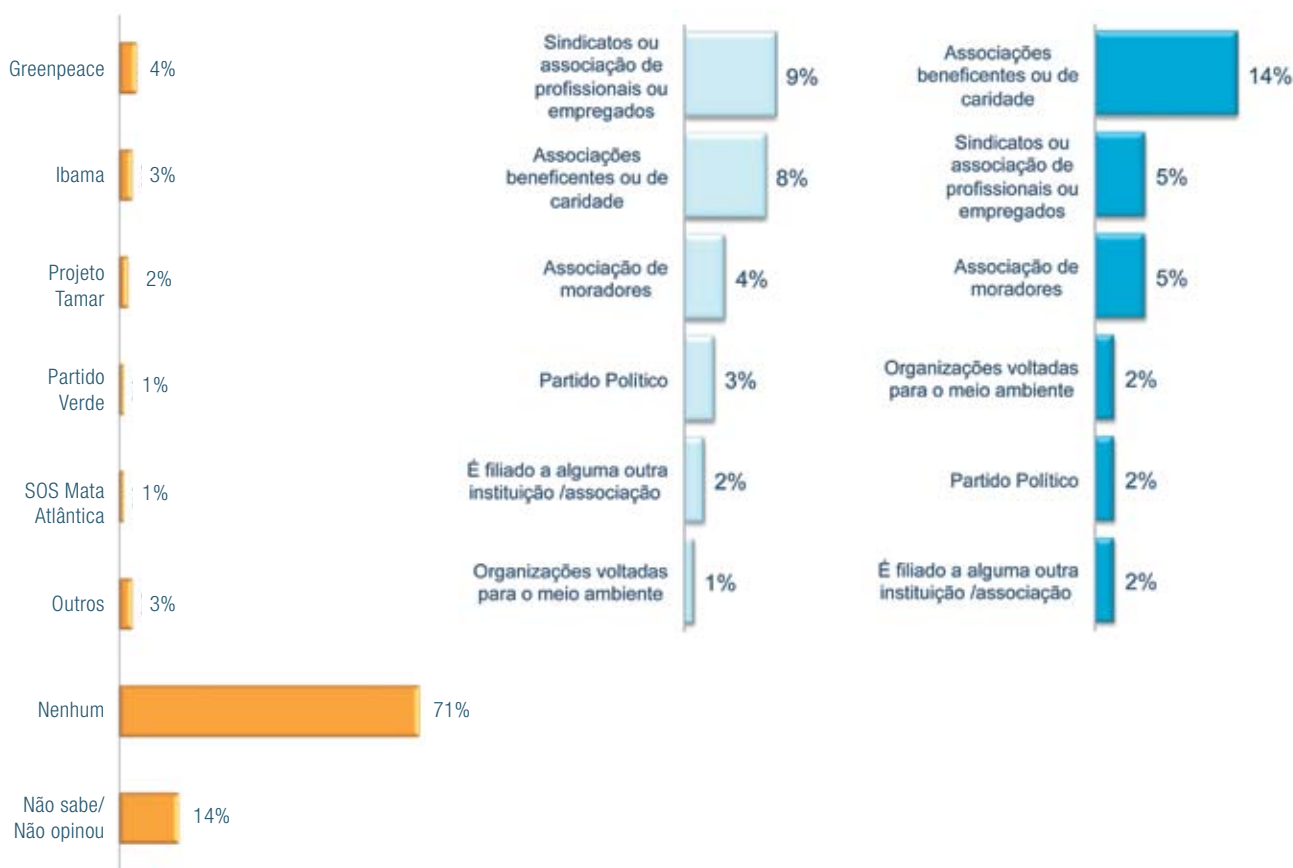
População não conhece organizações que protegem o meio ambiente

Mais de 70% das pessoas declaram que não conhecem ninguém que trabalha pela defesa do meio ambiente, sejam órgãos públicos ou organizações da sociedade civil (ONGs) – o que, sem dúvida, é uma informação muito importante. A organização mais conhecida, com apenas 4% das respostas, é a organização não governamental Greenpeace, enquanto o IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente, principal órgão governamental responsável pela defesa do meio ambiente, fica logo atrás, com 3% das respostas.

Outros lembrados são o Projeto Tamar, que defende tartarugas marinhas, o Partido Verde e a organização não governamental SOS Mata Atlântica, que juntos representam apenas 4% das respostas. 14% das pessoas sequer responderam à pergunta. Mesmo com a grande movimentação em torno de temas ambientais, a sociedade não identifica com clareza quem são os atores da defesa do meio ambiente. E também, de modo geral, participam pouco de organizações de defesa do meio ambiente.

Greenpeace e Ibama são os nomes mais lembrados

Pergunta: Conhece algum grupo, entidade ou organização que trabalha pela proteção do meio ambiente?
(MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESPONTÂNEA)



DESTAQUES

Greenpeace: Belém, 14%; Belo Horizonte, 11%
 Ibama: Fortaleza, 9%
 Projeto Tamar: Salvador, 6%; São Paulo, 4%
 Nenhum: Porto Alegre, 89%
 Não sabe/Não opinou: Recife, 31%; Goiânia, 26%; Salvador, 24%

Base: 1100 casos

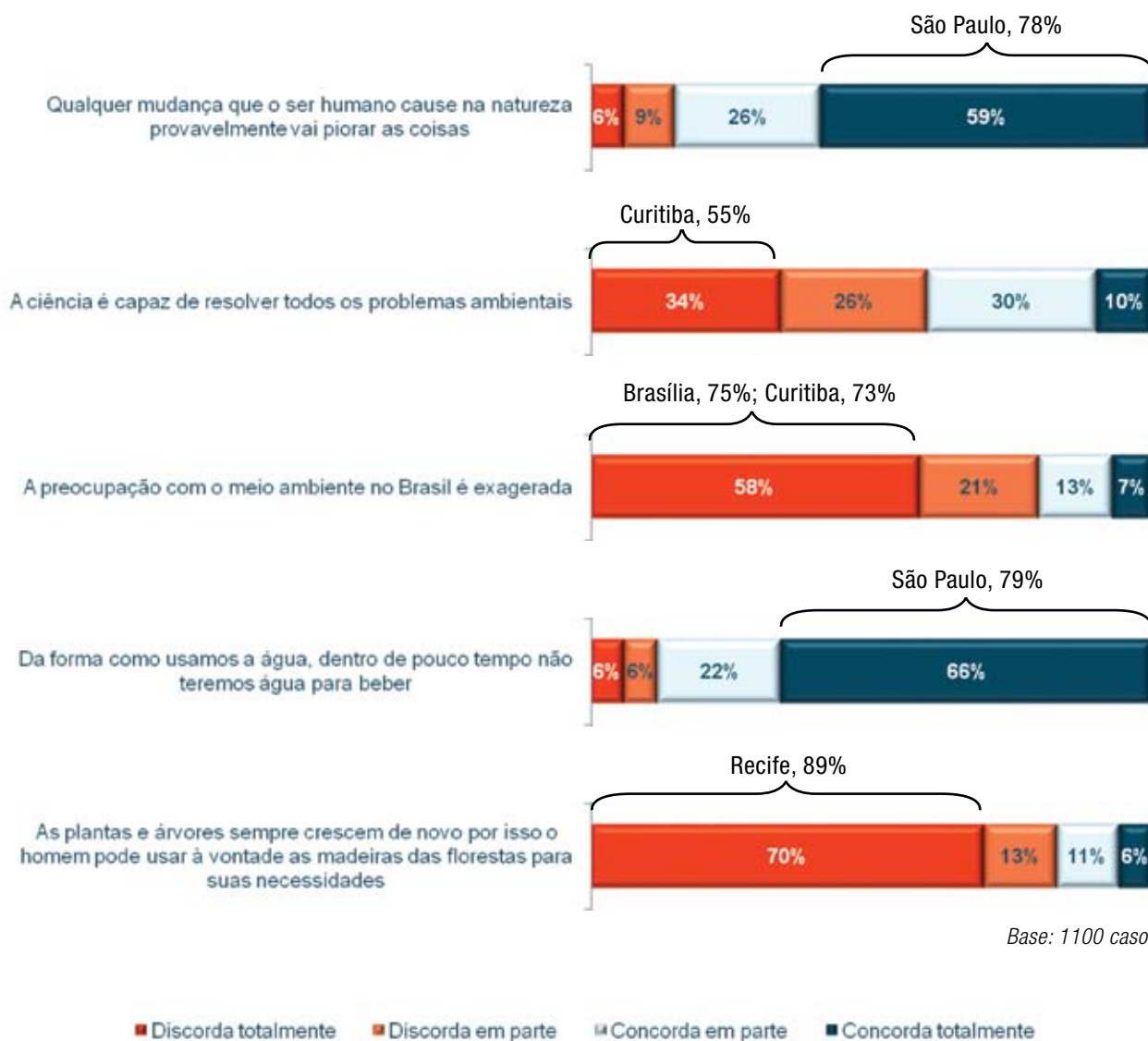
Preocupação com meio ambiente no Brasil é necessária

A pesquisa mostra que a maioria das pessoas acredita que a intervenção humana na natureza tende a piorar as coisas. Além disso, a crença em que a ciência pode resolver todos os problemas causados ao meio ambiente está em decadência, e apenas 10% das pessoas creem nisso. E quase 60% acreditam que as preocupações existentes no País sobre problemas ambientais são pertinentes.

A maior parte das pessoas também demonstra que deveria haver no Brasil programas de controle de natalidade. Além disso, existe a crença em que o descaso com os recursos hídricos pode levar à falta de água para consumo humano em pouco tempo. Os recursos florestais também são vistos por 70% da sociedade como finitos e que seu uso deve ser controlado.

Pensamentos em relação ao meio ambiente

Pergunta: Você concorda ou discorda de cada uma destas frases ? (ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)



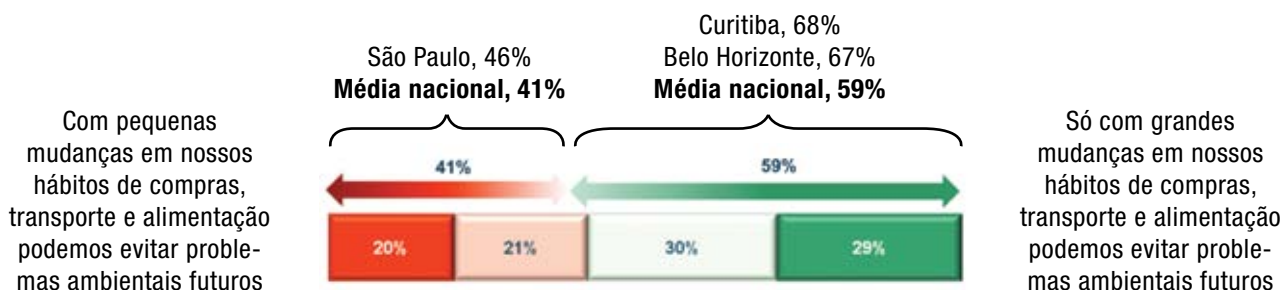
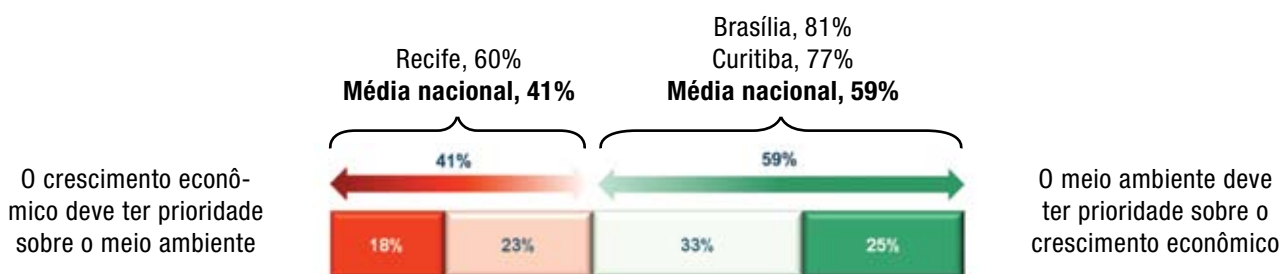
Economia x Ecologia, um falso dilema

A contraposição entre crescimento econômico e meio ambiente mostra que 59% das pessoas acreditam que a preservação dos recursos naturais deve estar acima das questões relacionadas à economia. Também 59% das pessoas não acreditam que os problemas ambientais podem ser solucionados com pequenas mudanças de hábitos: para a maioria da sociedade, só grandes

mudanças nos hábitos de consumo, transporte e alimentação podem realmente ajudar a manter um ambiente saudável no futuro. Esta questão mostra que a sociedade tem a percepção de que a contraposição entre crescimento econômico e desenvolvimento sustentável é um falso dilema.

Pensamentos em relação ao meio ambiente

Pergunta: Qual o seu grau de concordância com estas frases? (ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)



- Concorda totalmente com a 1ª frase
- Concorda mais com a 1ª frase
- Concorda mais com a 2ª frase
- Concorda totalmente com a 2ª frase

Base: 1100 casos

Uma aposta na próxima geração

As escolas são apontadas como o local mais apropriado para a construção de uma consciência ambiental na sociedade, vindo em seguida as igrejas, comunidades e ONGs, governos e partidos vêm atrás, com muito menos respostas. Esta aposta nas gerações futuras e esperança na generosidade característica das igrejas mostra pouca confiança nos programas públicos formais.

Supermercados são apontados como um parceiro para a construção de políticas ambientais por uma importante parcela dos entrevistados, e parte significativa das pessoas acredita que as empresas podem ser o caminho para a solução de questões ambientais que afetam a sociedade.

Os brasileiros elegem as escolas como a organização mais importante na educação ambiental

Pergunta: Quais destas instituições são capazes de influenciar mais suas ações em relação ao meio ambiente?
(MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)

1º Lugar



Total



Base: 1100 casos

DESTAQUES

Escolas: Belo Horizonte, 33%
Igrejas: Brasília, 27%
Comunidades: Recife, 24%; Salvador, 23%

Disposição para reciclagem e redução do consumo de água são prioridades da sociedade

Entre os três principais itens sobre os quais as pessoas se demonstraram mais dispostas a colaborar, dois podem ajudar também a economizar dinheiro. O primeiro lugar entre as atitudes do dia-a-dia ficou com a economia de água, em segundo vem a separação do lixo doméstico e, em terceiro, a redução do consumo de energia elétrica em casa. Surpreendentemente logo atrás vem a disposição para não usar sacolas plásticas. Este é um indicativo de que há uma aceitação por parte da sociedade para iniciativas ou mesmo políticas públicas para a eliminação das sacolas

No entanto, nos últimos lugares vêm atitudes que poderiam significar algum custo adicional por parte dos entrevistados, como a compra de eletrodomésticos de maior eficiência energética ou a contribuição com dinheiro para organizações que cuidam do meio ambiente. Entre as cidades que mais cultivam hábitos amigáveis em relação ao meio ambiente estão São Paulo e Curitiba.

Atitudes do dia-dia em prol do meio ambiente

Pergunta: Quais destas coisas você pessoalmente estaria disposto a fazer? (MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)

Total



Base: 1100 casos

DESTAQUES

Reduzir o consumo de energia elétrica na sua casa:
Goiânia, 62%; Recife, 59%
Não usar sacolas plásticas: Goiânia, 55%

Entre gestos e intenções

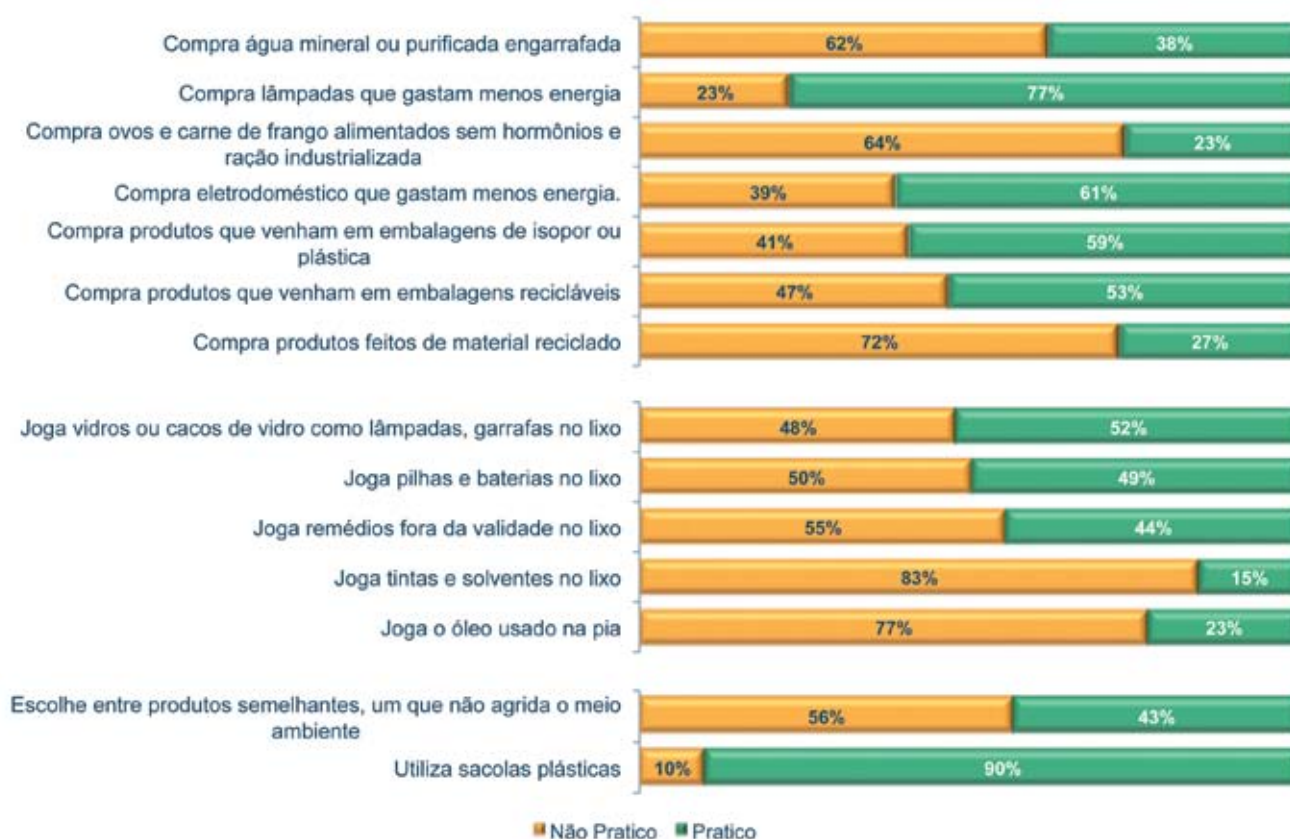
O descarte de resíduos de vidro no lixo comum é prática de quase metade das pessoas, assim como esta é, também, a proporção entre os que buscam em produtos semelhantes aquele que tem menor impacto sobre o meio ambiente. No entanto, quase 40% das pessoas buscam a água engarrafada para beber, em lugar da água ofertada pelo serviço público. Menos de um quarto das pessoas entrevistadas compram lâmpadas incandescentes, que consomem mais energia.

Metade dos entrevistados ainda joga pilhas e baterias no lixo comum, enquanto, mesmo com alta disposição para abandonar o uso de sacolas plásticas, 90% dos pesquisados ainda fazem uso cotidiano deste produto. A busca por carnes, frangos e ovos sem hormônios também não ganhou muitos adeptos: 64% das pessoas não prestam atenção a isto.

Mais de 80% das pessoas descartam tintas e solventes no lixo comum, e mais de 75% dos entrevistados jogam seus resíduos de óleo de cozinha pelo ralo da pia. Nos hábitos de consumo, a questão ambiental ainda precisa de mais compromisso para deixar de ser um problema.

Hábitos em relação ao meio ambiente

Pergunta: Diga se você pratica sempre, com muita frequência, raramente, ou se nunca praticou esses hábitos no seu dia a dia.
(ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA)



Base: 1100 casos

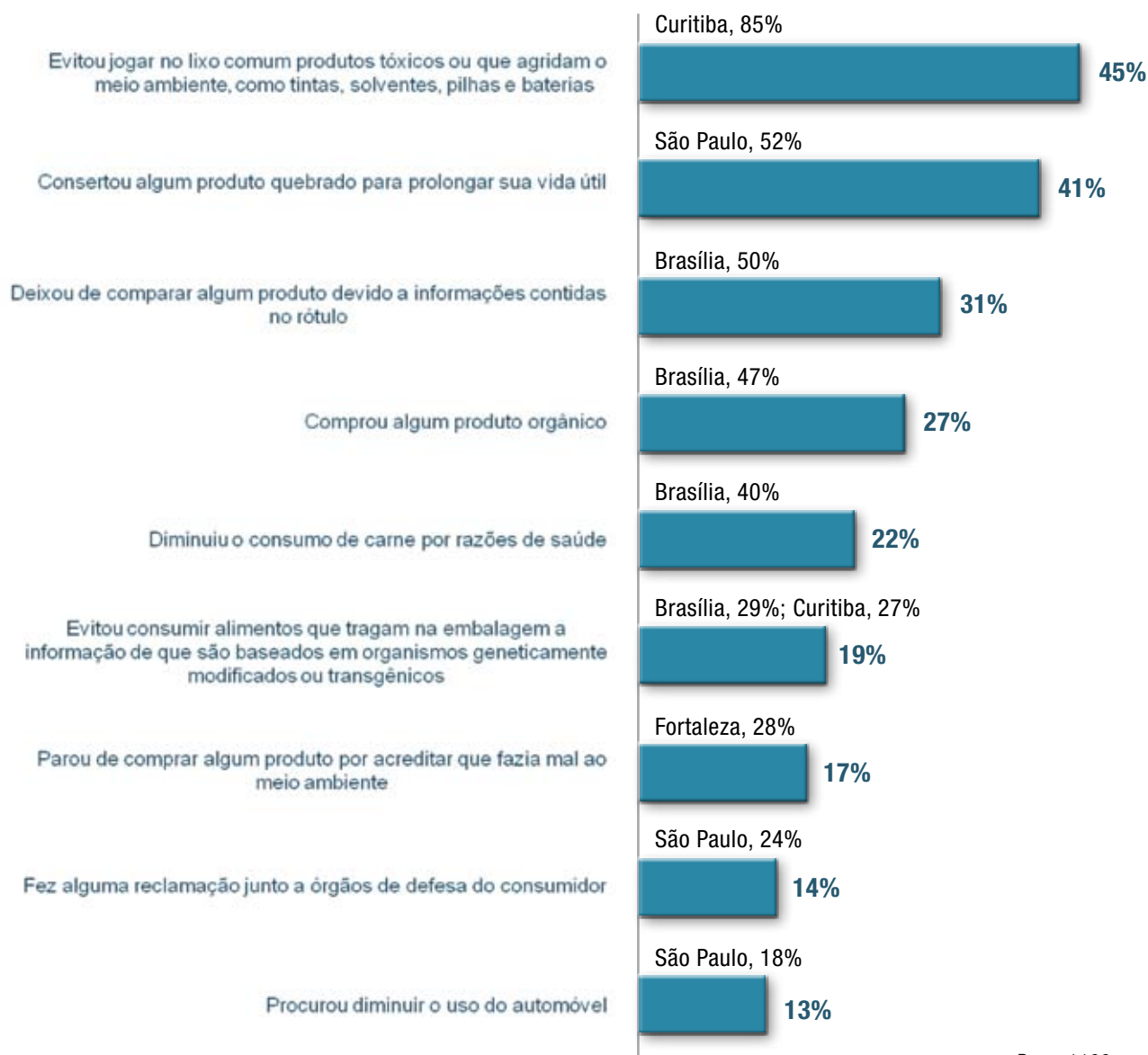
Hábitos de consumo em transformação

A sociedade está disposta a evitar a contaminação do meio ambiente, com cuidados como o descarte de produtos que contenham materiais perigosos, tais como pilhas, baterias, tintas e solventes. 45% das pessoas informam ter cuidado em relação a isto, enquanto apenas 13% das pessoas buscou reduzir o uso de automóveis. O hábito de consertar coisas para prolongar a vida útil também tem muitos adeptos.

No entanto, apenas 17% das pessoas pararam de comprar algum produto por acreditar que faz mal ao meio ambiente. Menos ainda, 14% dos entrevistados, chegaram a fazer alguma reclamação junto a órgãos de defesa do consumidor. Um número que chama a atenção é que 22% das pessoas diminuiu o consumo de carne por questões de saúde e 27% comprou algum tipo de produto orgânico. Curitiba é a cidade mais atenta ao descarte de resíduos; no entanto, Brasília é onde os hábitos de consumo estão mudando mais rapidamente.

Nos últimos 12 meses você...

Nos últimos 12 meses, você realizou alguma dessas ações? (ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA)



Base: 1100 casos

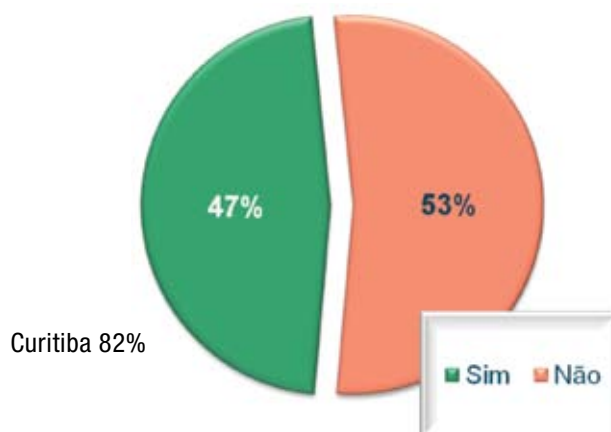
Curitiba se destaca na separação do lixo

A questão da separação de resíduos domésticos em lixo seco e lixo molhado divide as pessoas. 47% declaram que fazem esta separação, enquanto 53% misturam seus resíduos em um mesmo recipiente para a coleta. Esta é uma questão que envolve a oferta de serviços de coleta com destinação separada para cada classe de resíduos.

No entanto, a própria pesquisa mostra que pode haver outras formas de encaminhar os resíduos recicláveis que não apenas a coleta pública. Os supermercados são apontados como um local para onde se poderia encaminhar os recicláveis acumulados nas residências.

Separa o lixo molhado do lixo seco?

(ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA)



	Total	Porto Alegre	Curitiba	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Brasília	Recife	Salvador	Fortaleza	Goiânia	Belém
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bases	1100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sim	47,0	58,0	82,0	55,0	38,0	39,0	31,0	39,0	36,0	56,0	61,0	22,0
Não	53,0	42,0	18,0	45,0	62,0	61,0	69,0	61,0	64,0	44,0	39,0	78,0

Base: 1100 casos

População confirma catadores como principais agentes da coleta seletiva

Em torno de 40% dos bairros onde vivem os entrevistados desta pesquisa têm algum tipo de coleta seletiva. Com isso, mais ou menos o mesmo percentual das latas, garrafas, papéis e embalagens acabam tendo uma destinação mais amigável ao meio ambiente. No entanto, cerca de 7% a 9% das pessoas não têm informação sobre esse tipo de serviço próximo às suas casas.

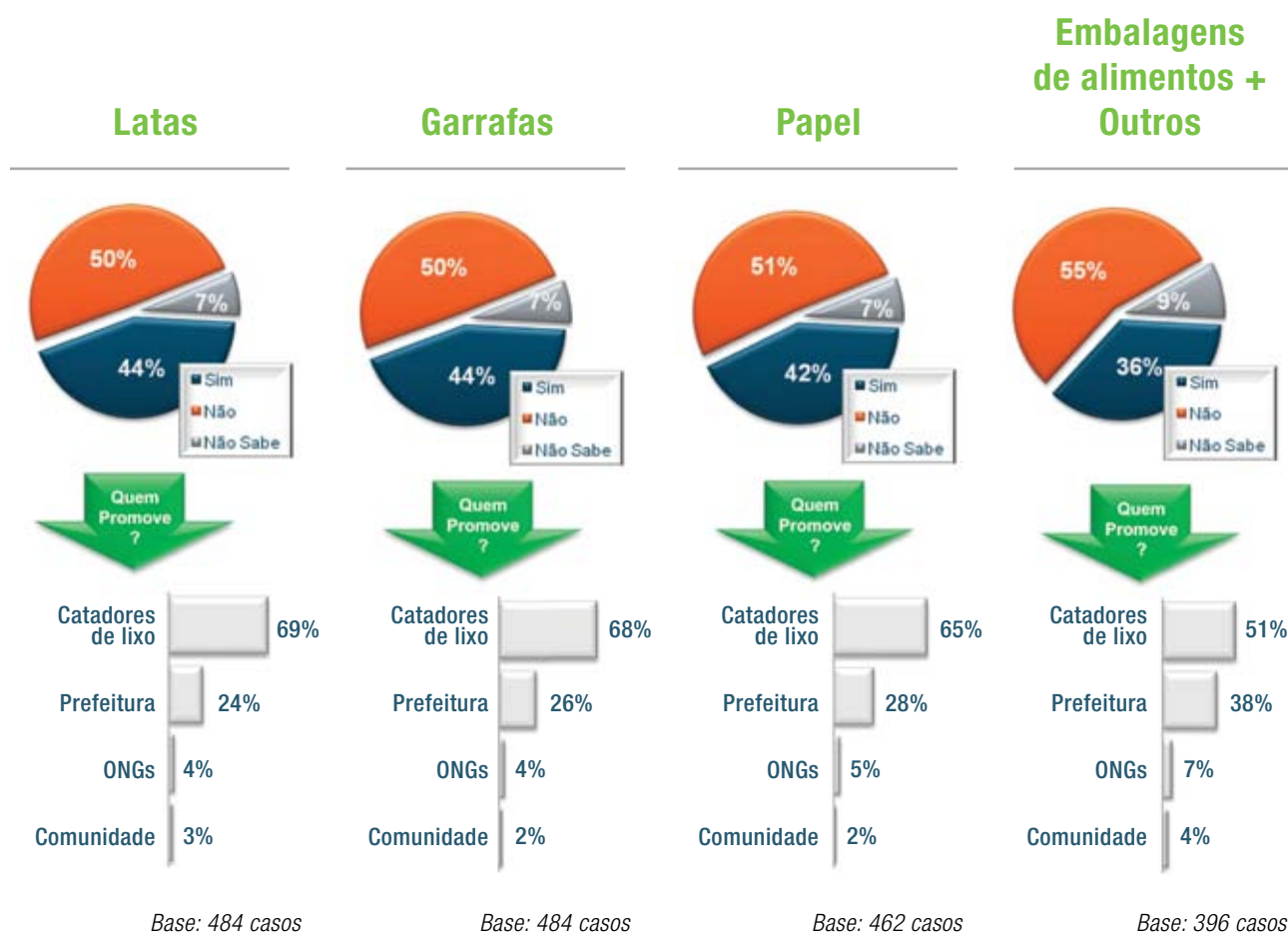
Os catadores de resíduos são os principais agentes da coleta seletiva nos bairros. Entre 65% e 69% de todas as latas, garrafas

e papel encaminhados para a reciclagem nestas comunidades têm o trabalho dos catadores como suporte – produtos que têm mercado mais estável. As prefeituras ficam com perto de um terço da responsabilidade pelo encaminhamento dos produtos a reciclar. A cidade campeã na coleta é Curitiba, com a média de 90% para todos os materiais.

A sociedade reconhece a importância do trabalho dos catadores de resíduos para a estruturação dos processos de reciclagem.

Existe coleta seletiva no bairro? De quê?

Gráficos pizza: Base 1100 casos e ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA
Gráficos “Quem promove?” Bases variáveis, MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESPONTÂNEA



Sociedade apoia reciclagem e diminuição de sacolas plásticas

Os supermercados são vistos pela sociedade como uma importante interface com as questões ambientais. O principal ponto em relação aos supermercados é a eliminação do uso de sacolas plásticas. No entanto, outros dados demonstram a relevância da oferta de produtos com embalagens recicláveis, além também de manter nas gôndolas produtos isentos de agrotóxicos ou orgânicos.

Os supermercados também são apontados como pontos de coleta para resíduos a serem encaminhados para a reciclagem e, também, como fonte de informação sobre os impactos ambientais provocados por cada produto. A necessidade de mais informação aos consumidores é identificada como um fator essencial para a preservação do meio ambiente.

Os supermercados são vistos pela sociedade como parceiros para a redução de sacos plásticos e pontos de coleta para a reciclagem

Pergunta: Quais são as três ações mais importantes que os supermercados podem ou devem fazer a favor do meio ambiente?
(ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA)

1º Lugar



Base: 1100 casos

DESTAQUES

- Não usar mais as sacolas plásticas: São Paulo e Curitiba, 33%
- Ter estação de reciclagem nas lojas: Salvador, 34%
- Comunicar quais são os produtos que ajudam a preservar o meio ambiente e a saúde: Rio de Janeiro, 22%
- Vender produtos que venham em embalagens recicláveis: São Paulo, 18%

O mundo sem sacolas plásticas

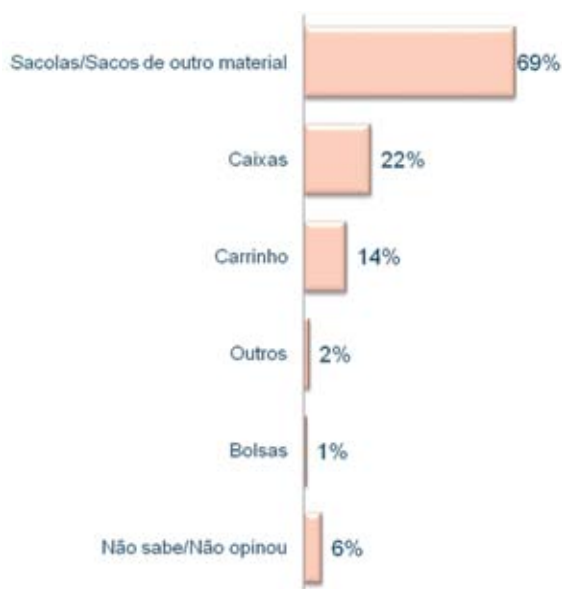
Num mundo sem sacola, quase 70% das pessoas carregariam suas compras em sacolas de outros materiais, enquanto 22% fariam a opção por caixas.

Nas residências, no entanto, fica a necessidade de uma solução para o descarte de resíduos do cotidiano. 47% das pessoas depositariam seus resíduos em lixeiras, latas ou latões, enquanto 21% não sabem ou não opinou sobre como descartar o lixo.

Se as sacolas plásticas desaparecessem do mundo...

MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESPONTÂNEA

... como carregaria as compras de supermercados?



... onde depositaria o lixo e os resíduos de casa?



DESTAQUES

- 1) Na questão "... como carregaria as compras de supermercado?"
 - a. Sacolas/Sacos de outro material: Belo Horizonte e Recife, 82%
 - b. Caixas: Recife, 93%; São Paulo, 30%
- 2) Na questão "... onde depositaria o lixo e os resíduos de casa?"
 - a. Lixeira/latas/latões: Recife, 77%

Base: 1100 casos

Muita gente a favor da proibição das sacolas plásticas

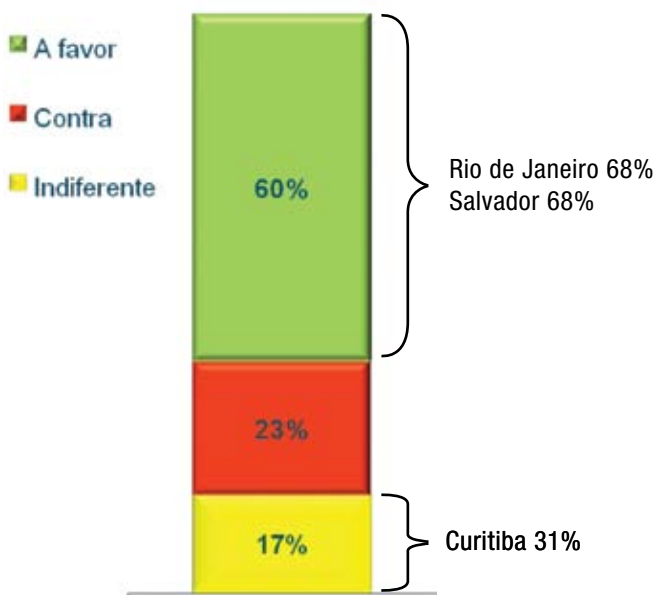
A eliminação das sacolas plásticas poderá receber o apoio de 60% da sociedade, enquanto uma parcela de 23% é contra a proibição do uso deste artefato e 17% não tem posição definida. Está aberto o caminho para políticas públicas que inibam o uso de sacolas plásticas no Brasil.

Enquanto 39% das pessoas não ouviu falar em nenhuma campanha contra o uso das sacolas plásticas, 60% já teve acesso a esse tipo de campanha. Este resultado mostra que há uma lembrança muito clara da sociedade em relação às campanhas feitas contra o uso de sacolas plásticas pelo comércio em geral.

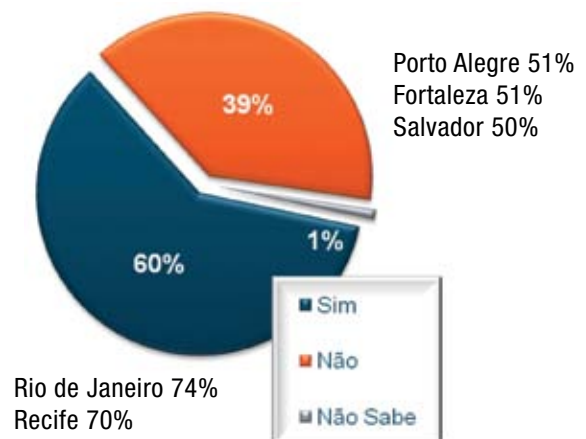
Lei contra sacolas plásticas tem o apoio da sociedade

MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA

Se existisse uma lei que proibisse a distribuição de sacolas plásticas você seria...



Já ouviu falar em alguma campanha relacionada à redução do consumo de sacolas plásticas?



Base: 1100 casos

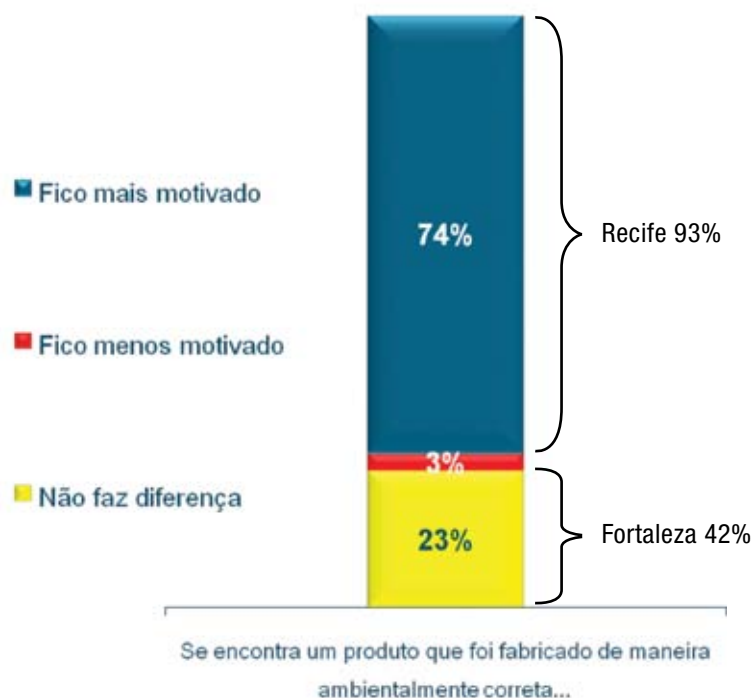
A maioria prefere produtos de menor impacto no meio ambiente

De forma geral a sociedade deseja consumir produtos que sejam mais amigáveis com o meio ambiente. 74% das pessoas se declaram mais motivadas a comprar produtos que tenham sido produzidos com técnicas de menor impacto ambiental. No entanto, de acordo com esta pesquisa, o fator custo é um limitante no momento de decidir por produtos ambientalmente amigáveis que sejam mais caros.

Entretanto, para quase um quarto das pessoas essas são informações que não fazem a menor diferença na hora de elegerem seus produtos de consumo ou alimentos.

Comportamento durante as compras

Se encontra um produto que foi fabricado de maneira ambientalmente correta... - ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA – RESPOSTA ESTIMULADA



Base: 1100 casos

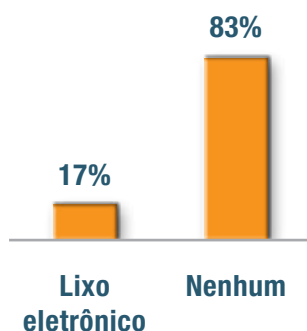
17% guarda lixo eletrônico em casa

TVs, aparelhos de som, computadores, telefones celulares, pilhas e baterias formam os principais itens do lixo eletrônico que se acumula nas casas das pessoas. 17% delas não sabem o que fazer com isso e guardam em casa à espera de poder dar um destino adequado, que recicle seus componentes.

Entretanto, 83% das pessoas não têm mais equipamentos velhos ou fora de uso em casa. A destinação do lixo eletrônico é um problema importante para políticas ambientais e de resíduos, uma vez que eles contêm metais pesados de todas as ordens e materiais que podem ser reaproveitados em outros ciclos produtivos. A cidade onde as pessoas mais guardam equipamentos eletrônicos em casa é São Paulo.

As pessoas não sabem onde descartar lixo eletrônico

MÚLTIPLAS OPÇÕES DE RESPOSTA – RESPOSTA ESPONTÂNEA



	Total	Porto Alegre	Curitiba	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Brasília	Recife	Salvador	Fortaleza	Goiânia	Belém
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bases	1100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TV	3,0	1,0	5,0	3,0	1,0	4,0	7,0	4,0	3,0	1,0	0,0	4,0
Aparelho de som/rádio	3,0	0,0	3,0	4,0	3,0	3,0	3,0	2,0	1,0	0,0	0,0	4,0
Computador	3,0	1,0	1,0	4,0	4,0	2,0	3,0	3,0	1,0	0,0	0,0	1,0
Aparelho de telefone celular	2,0	0,0	1,0	3,0	3,0	0,0	7,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pilhas	2,0	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	5,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Baterias de celular	1,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	8,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vídeo-game	1,0	0,0	0,0	2,0	1,0	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0
DVD	1,0	1,0	0,0	0,0	0,0	3,0	2,0	1,0	1,0	0,0	0,0	4,0
Vídeo-cassete	1,0	0,0	1,0	1,0	0,0	0,0	2,0	1,0	0,0	0,0	0,0	3,0
Nenhum	82,0	91,0	85,0	79,0	93,0	84,0	69,0	87,0	89,0	97,0	7,0	81,0
Não sabe/ Não opinou	3,0	2,0	5,0	4,0	1,0	1,0	4,0	2,0	1,0	1,0	18,0	3,0

Base: 1100 casos

Expediente

Esta pesquisa foi realizada em 2010 pelo Walmart Brasil e o Ministério do Meio Ambiente, com apoio do Instituto de Pesquisa Synovate do Brasil e da Envolverde.

Coordenação Institucional

Samyra Crespo, secretária de Articulação Institucional do Ministério do Meio Ambiente
Christianne Urioste Canavero, diretora de Sustentabilidade do Walmart Brasil

Coordenação

Marcos Carvalho, diretor de Marketing do Walmart Brasil
Eduardo Sincofsky, vice presidente da Synovate do Brasil

Coordenação Técnica

Lílian Amaral, coordenadora de Pesquisa do Walmart Brasil
Julia Noble, gerente assistente de Sustentabilidade do Walmart Brasil
Ricardo Barbosa, gerente de Pesquisa da Synovate do Brasil

Publicação

Ageência Envolverde e Ruschel & Associados
Coordenação e Redação: Adalberto (Dal) Marcondes
Edição: Rogerio Ruschel
Diagramação: Rafael Boni Ruschel
Revisão: Nanci Vieira

SUSTENTABILIDADE AQUI E AGORA

Brasileiros de 11 capitais falam sobre meio ambiente,
hábitos de consumo e reciclagem

Apoio



Realização



Ministério do
Meio Ambiente

