

# Meio ambiente e sacolas plásticas: a atitude do cliente do varejo na cidade de São Paulo

## RESUMO

*As sacolas plásticas causam vários danos ao meio ambiente, tais como a contaminação do lençol freático, em virtude dos metais pesados que compõem o plástico; além disso, há vários estudos que alertam para a longa (cem anos) durabilidade do plástico na natureza. O presente trabalho apresenta os resultados de pesquisa exploratória e descritiva, que visa conhecer a atitude de clientes do varejo em relação à sacola plástica (constituída de plástico fino) ofertada nos pontos de venda do varejo da cidade de São Paulo, bem como as medidas adotadas até o momento, no Brasil e em outros países, para coibir a oferta e o uso desse produto.*

*Uma amostra acidental (não-probabilística), constituída por 250 pessoas, colhida em locais de grande afluxo de pessoas da região de Santo Amaro, embasou o estudo da atitude do cliente do varejo. A pesquisa bibliográfica realizada, notadamente em sites de notícias da Internet, revelou as principais ações empreendidas em várias partes do mundo, para proteção do meio ambiente em relação aos efeitos nocivos das sacolas plásticas.*

*Os resultados deste trabalho poderão ser úteis para orientar a elaboração de políticas de preservação ambiental por parte do governo e iniciativa privada no Brasil.*

Palavras-chave: sacola plástica, meio ambiente, atitude do consumidor de São Paulo

## 1 INTRODUÇÃO

A história dos povos antigos revela que os produtos eram transportados por cestos, samburás, ânforas, caixas, potes, odres, barris, barricas, tonéis, surrões, jacás, balaios, baús, garrafas, tambores e, também, bujões, bolsas e sacolas; tais objetos úteis para acondicionar produtos passaram a ser designados por “embalagens” (CAVALCANTI, CHAGAS, 2006).

Segundo FABRO et al (2007), os produtos, incluindo os perecíveis, eram pesados no balcão e vendidos a granel, sendo o comércio, o propulsor do desenvolvimento das embalagens, tanto no Brasil como no resto do mundo. O sistema de compra era muito pobre e as pessoas que iam fazer suas compras nos armazéns, pesavam os produtos e usavam um saquinho para levar o alimento para casa.

A revolução na indústria da embalagem ocorreu com a expansão do varejo. A partir da Segunda Guerra Mundial, os supermercados se instalaram nas grandes cidades e com eles surgiram inúmeras inovações na produção de embalagens; estas deveriam permitir que os produtos fossem transportados dos locais onde eram fabricados ou colhidos, para os grandes centros consumidores, mantendo-os estáveis por longos períodos de estocagem. A embalagem começou, então, a proteger a mercadoria no transporte, e daí nasceram as funções de proteção, bem como de distribuição, venda e promoção.

Na atualidade, tem havido no varejo larga oferta de sacolas plásticas aos clientes, para acondicionamento dos produtos vendidos. Estas sacolas constituem-se no objeto de estudo desse trabalho, pois são **muito finas** e inadequadas para reciclagem, e o seu descarte tem sido apontado como responsável por inundações, como foi o caso de Bangladesh em 1988 e 1998, quando causou o entupimento de sistemas de drenagem e de escoamento de águas. Por outro lado, o

plástico, por ser fabricado a partir de resina derivada do petróleo, pode causar severos danos ao meio ambiente, pois entram em sua composição, metais pesados, que são prejudiciais ao lençol freático.

Esses danos ambientais são potencializados quando se considera a durabilidade do plástico, pois, de acordo com FABRO et al (2007), este é um material que, mesmo existindo há apenas um século, ainda não se tem com precisão o tempo de sua decomposição; sabe-se, porém, que é superior a 100 anos.

Ocorre que o Brasil produz cerca de 3 milhões de toneladas de plástico (IPT, 2008). Atualmente, 10% do lixo brasileiro é composto por sacolas plásticas e cada brasileiro utiliza 19 quilos de sacolas por ano. Para se dimensionar a gravidade da situação ora vivenciada no país, o estado do Rio de Janeiro consome um bilhão de sacos plásticos por ano e gasta R\$15 milhões todo ano para dragar rios e tentar retirar os plásticos que provocam danos à natureza (REVISTA MEIO AMBIENTE, 2008).

Diante de dados tão alarmantes, em todo o mundo, está em curso um movimento para diminuir ou mesmo erradicar o uso de sacolas plásticas, a partir de medidas que vão desde a punição até a conscientização dos clientes para a importância do uso de sacolas feitas com materiais alternativos. É o caso da lei brasileira de nº.9605, de 12/02/1998, denominada “De Crimes Ambientais”, que dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente (CONSTANTINO, 2001).

Diante do exposto, levantam-se duas questões de fundamental importância: como é a atitude das pessoas residentes em São Paulo, em relação à sacola plástica? Têm consciência dos danos ambientais provocados por esse produto? O que vem sendo feito no Brasil e em outras partes do mundo em defesa do meio-ambiente contra as sacolas plásticas?

O presente trabalho apresenta os resultados de pesquisa exploratória e descritiva, que visa conhecer a atitude de clientes do varejo em relação à sacola plástica ofertada nos pontos de venda do varejo da cidade de São Paulo, bem como as medidas adotadas até o momento, no Brasil e em outros países, para coibir a oferta e o uso desse produto. Os resultados deste trabalho poderão ser úteis para orientar a elaboração de novas políticas de preservação ambiental por parte do governo e iniciativa privada no Brasil.

## **2 ATITUDES**

A literatura pesquisada posiciona a atitude como elemento influenciado ou conseqüente do valor. Os valores contêm um elemento de julgamento, enraizado naquilo que as pessoas imaginam ser o certo; eles influenciam a percepção, a tomada de decisão e são essenciais na compreensão das atitudes e da motivação das pessoas.

Segundo CABANAS (1996, apud MENIN, 2002), “para algumas posições filosóficas, valores são os critérios últimos de definição de metas ou fins para as ações humanas e não necessitam de explicações maiores além deles mesmos para assim existirem”, enquanto para outras posições, as culturas e episódios históricos específicos seriam determinantes dos valores.

Os indivíduos não nascem com um determinado conjunto de valores, pois eles são apreendidos no processo de crescimento e muitos deles são adquiridos a partir de modelos, tais como os pais, professores, amigos, irmãos ou até mesmo personalidades públicas. Esses modelos, ao se manifestarem diante de certos objetos, influenciam os valores de outras pessoas.

Um dos primeiros e mais importantes autores a estudar o tema valor, Rokeach, foi responsável pelo avanço no que concerne à delimitação do conceito e de sua metodologia de estudo, fazendo com que os valores passassem a ser alvo do interesse de pesquisadores. De acordo com ROKEACH (1973, apud FERNANDES et al, 2007), os valores de um indivíduo estariam organizados em um sistema ou hierarquia, em função de um contínuo de importância, que orientaria as atitudes e os comportamentos sociais. Por ser individual, esta hierarquia de valores estaria ancorada nas diversas necessidades ou motivações dos indivíduos.

Para SCHWARTZ (1996, apud FERNANDES et al, 2007), os diversos valores que as pessoas possuem estão organizados em função de dez tipos motivacionais e esses tipos seriam os representantes de três necessidades básicas e universais na natureza humana: biológicas, de interação social estável e de sobrevivência dos grupos. Há, portanto, uma inter-relação entre valores e atitudes. TRANDIS (apud RODRIGUES, 1979) entende que as atitudes se referem ao que as pessoas pensam, sentem ou gostariam de fazer com relação a um objeto. O comportamento, no entanto, não é somente determinado pelo que se gostaria de fazer, mas também pelo que se acha que deve ser feito com base nas normas sociais e nas consequências reais das ações empreendidas.

Apesar de ser um conceito importante, existem mais de 100 definições de atitude e grande confusão sobre como medi-la (FISHBEIN, apud MOWEN; MINOR, 2003).

Segundo LOUDON e BITTA (1995), há quatro definições mais aceitas. A primeira se refere a quanto uma pessoa é positiva ou negativa, favorável ou desfavorável, a favor ou contra um objeto. Esta definição relaciona atitude a sentimento. O termo 'atitudes', oriundo da Psicologia Social, é usado então para se referir a um sentimento geral e duradouro, que pode ser positivo ou negativo, a respeito de uma pessoa, objeto ou assunto. Os sentimentos podem ser definidos como um estado afetivo ou uma reação. Podem ser positivos, negativos, sufocantes ou virtualmente inexistentes (BLACKWELL, MINIARD; ENGEL, 2005).

Para a segunda definição, atitudes seriam predisposições a responder a um objeto de forma favorável ou não. Esta definição derivada de ALLPORT (apud LOUDON; BITTA, 1995) incorpora a noção de prontidão para responder a um objeto; assim, atitude seria predisposição interna, baseada em processos perceptivos, motivacionais e de aprendizado, organizados de forma relativamente estável (GADE, 1998).

A terceira definição considera atitude um processo duradouro de organização motivacional, emocional, perceptivo com respeito a algum aspecto do mundo do indivíduo, em resumo uma avaliação. Para BLACKWELL, MINIARD e ENGEL (2005), as atitudes representam o que se gosta e o que não se gosta, por essa razão, as atitudes são algumas vezes medidas na forma de preferências.

Finalmente, a quarta considera atitudes como um construto multidimensional. Atitudes seriam processos mentais individuais que determinam tanto as respostas atuais como potenciais de cada pessoa no mundo social. As atitudes podem ser definidas como predisposições aprendidas para responder a um objeto ou classes de objetos de modo favorável ou não segundo os valores e opiniões de cada indivíduo (FISHBEIN, STEINER, 1966).

Vários modelos relativos à atitude foram desenvolvidos, tentando especificar diferentes elementos que, juntos, poderiam influenciar as avaliações das pessoas sobre objetos de atitude. Dentre esses modelos encontra-se o ABC (*Affect, Behavior, Cognition*), frequentemente citado na literatura, e que apresenta três componentes: afeto, comportamento e cognição. Para SOLOMON (2005), o afeto refere-se ao modo como um indivíduo se sente em relação a um objeto de atitude. O comportamento envolve as intenções da pessoa para fazer algo sobre um objeto de atitude, mas, uma intenção nem sempre resulta em comportamento real, em ação. A

cognição refere-se às crenças sobre um objeto de atitude. De acordo com esse modelo, atitude, é um conceito multifacetado que consiste em três componentes: afetivo (gostos, preferências), cognitivo (conhecimento, crenças) e comportamental (tendência à ação).

Há vários métodos para se estudar atitudes (MATTAR, 1996) que foram classificados em cinco categorias principais: medidas cujas inferências são desenhadas a partir do auto-relato dos indivíduos, ou seja, da declaração que fazem sobre suas crenças, sentimentos e comportamentos em relação a um objeto ou classe de objetos; medidas cujas inferências são desenhadas a partir da observação do comportamento das pessoas em relação ao objeto; medidas cujas inferências são desenhadas a partir da reação individual ou de interpretações de um material relevante e parcialmente estruturado em relação ao objeto; medidas cujas inferências são desenhadas a partir do desempenho de tarefas e de objetivos, podendo ser influenciadas pela disposição em relação ao objeto; e medidas cujas inferências são desenhadas a partir de reações psicológicas em relação ao objeto.

O método indicado na primeira categoria é de mais simples operacionalização dentre as cinco abordagens e, por isso, é também o mais usado. Neste são apresentadas escalas e as pessoas escolhem as posições mais adequadas para refletir seus sentimentos. As principais escalas de atitudes obtidas por auto-relato são: de Thurstone, de diferencial semântico, Stapel, Likert, Guttman e Alpert. No caso específico deste trabalho de pesquisa, empregou-se a escala Likert adaptada para três pontos.

Para Robbins (2005), ao contrário dos valores, as atitudes são menos estáveis; as pessoas procuram reconciliar atitudes divergentes e alinhar atitudes com o comportamento (ação) de maneira que ambos pareçam racionais e coerentes. Havendo alguma inconsistência, desencadeiam-se forças que levam o indivíduo de volta ao estado de equilíbrio em que as atitudes e o comportamento se tornem coerentes novamente. Isso pode acontecer por meio da modificação da atitude ou do comportamento, ou ainda através de uma racionalização capaz de justificar a discrepância. De acordo com SOLOMON (2005), as atitudes são duradouras porque tendem a persistir ao longo do tempo, mas podem sofrer modificações. Concordam com essa idéia, RODRIGUES (1979) e SCHIFFMAN e KANUK (2000), quando ensinam que as mudanças de atitude são influenciadas pelas experiências pessoais e pelas informações obtidas de várias fontes pessoais e impessoais.

### **3 EM DEFESA DO MEIO AMBIENTE**

A literatura pesquisada é farta em relatos de medidas de proteção ao meio ambiente perpetradas por governos e representantes da iniciativa privada no Brasil e em outros países do mundo. A seguir, uma síntese do que vem ocorrendo em várias partes do mundo.

#### **3.1 SACOLAS PLÁSTICAS E AS MEDIDAS DEFENSIVAS NO MUNDO**

**África do Sul** - o governo decidiu, em 2003, proibir que lojas distribuam a seus clientes sacolas plásticas para carregar mercadorias; o comerciante que infringe a lei pode receber uma multa de cerca de US\$ 13,8 mil ou mesmo ser condenado a dez anos de prisão (BBC ONLINE, 09/05/2003). A medida, que atinge bolsas de plástico com espessura inferior a 30 micrômetros (milésimo de um milímetro), visa à diminuição da sujeira nas ruas do país, que tem sido o destino final de boa parte das sacolas.

**Alemanha** - cobra-se uma taxa extra de sessenta centavos por sacola plástica utilizada. A guerra contra os sacos plásticos ganhou força em 1991, quando foi aprovada uma lei que obriga os produtores e distribuidores de embalagens a aceitar de volta e a reciclar seus produtos após o uso. (FOLHA DE SÃO PAULO, 01/06/2000).

**Austrália** – em janeiro de 2008, o ministro do meio ambiente anunciou aos supermercados que eles deveriam banir as sacolas plásticas até o final do ano. Note-se, entretanto, que em *Coles Bay* (Tasmânia), essas sacolas deixaram de ser usadas a partir de 2003 (AGÊNCIA REUTERS, 2008).

**Bangladesh** - a cidade de Dhaka foi a pioneira na iniciativa de proibir o uso das sacolas plásticas, devido às enchentes de 1988 e 1998, que alagaram dois terços do país, motivadas pelo entupimento do sistema de drenagem e de escoamento de águas do país, pelas sacolas plásticas descartadas (NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Bélgica** - há tributação sobre sacolas plásticas (THE NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Butão** - proibiu as sacolas plásticas em 2007 (AGÊNCIA REUTERS, 2008).

**China** – uma nova lei, em vigor a partir de 1º de junho de 2008, pretende impedir que lojas e supermercados ofereçam sacos plásticos gratuitamente: há multa prevista aos comerciantes que infringirem a lei, em até US\$ 1.433. Fica proibido também, fabricar, vender e usar sacolas plásticas muito finas, isto é, que não podem ser recicladas (BBC, 09/01/2008 ; O ESTADO DE SÃO PAULO, 18/05/2008). Em Hong Kong, em novembro de 2007, uma rede de supermercados adotou medida isoladamente das demais, passando a cobrar vinte centavos de dólares de Hong Kong (cerca de R\$ 0,04) por sacola plástica, mas ao enfrentar a revolta dos clientes, desistiu da idéia (BBC, 09/01/2008).

**Dinamarca** – em 1994 foi introduzida a “taxa sobre embalagens”, e a partir daí, o consumo de sacos de plástico e papel diminuiu 66 por cento (O ESTADO DE SÃO PAULO, 10/06/2007).

**Espanha e Noruega** – os compradores pagam pelas sacolas plásticas (THE NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**EUA** – São Francisco - Em março de 2007 a cidade de São Francisco, tornou-se a primeira metrópole americana a proibir o uso de sacolas de plástico em grandes supermercados e farmácias. A medida obriga supermercados com faturamento anual superior a US\$ 2 milhões a eliminarem as sacolas no ano de 2007 e Farmácias com mais de cinco filiais têm um ano para implementar a mudança (BBC, 29/03/2007). Na Califórnia, em 2007, criou-se programa de reciclagem de sacolas plásticas, que obriga o comerciante a ter recipiente de coleta apropriado para juntar sacolas que seriam recicladas, “em lugar proeminente e visível”. Em New York, em janeiro de 2008, o prefeito da cidade assinou lei que exige que grandes lojas tenham programas de reciclagem e disponibilizem sacolas recicláveis (AGÊNCIA REUTERS, 2008). Note-se que uma cadeia do varejo de alimentos orgânicos (*Whole Food Markets*), em Manhattan, decidiu, de modo voluntário, reduzir os resíduos plásticos, e em 22/04/2007 (Dia da Terra) suspendeu a utilização de sacos plásticos em quatro estabelecimentos da rede, e pôs à venda cerca de 20 mil sacolas ecológicas com a inscrição "Não Sou uma Sacola de Plástico" (FOLHA ONLINE, 19/07/2007)

**França** - os franceses estão abolindo o uso de sacolas plásticas descartáveis em ritmo acelerado. Até 2010, o país extinguirá o uso dos sacos descartáveis. Antes de obrigação, no entanto, a mudança tem se mostrado uma opção cultural. O resultado tem sido obtido pela conjunção do poder de comunicação das grandes redes somado ao auxílio de ONGs ambientalistas, como a WWF, que emprestaram sua credibilidade à campanha de

conscientização, que estimula a substituição dos sacos descartáveis por sacolas duráveis ou por carrinhos de feira (O ESTADO DE SÃO PAULO, 30/09/2007).

**Holanda e Suíça** - os compradores pagam pelas sacolas plásticas (THE NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Índia** - o estado de Maharashtra, principalmente a cidade de Bombaim, banuiu a produção, venda e uso de sacolas plásticas em Agosto de 2005, depois que estas entupiram os canais durante as chuvas de monções; outros estados baniram as sacolas ultra finas com o objetivo de diminuir a poluição e a morte de vacas (seres sagradas no país), motivada pela ingestão de sacolas (AGÊNCIA REUTERS, 2008; NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Inglaterra** – a cidade de Modbury foi a primeira cidade da Europa a se tornar livre de sacolas de plástico, em maio de 2007; seus 43 comerciantes varejistas comprometeram-se a banir as sacolas plásticas, praticando a venda de sacolas reutilizáveis ou biodegradáveis (BBC ONLINE, 29/04/2007; AGÊNCIA REUTERS, 2008). O governo britânico planeja pôr um fim a essa ameaça em 2009; em caso de não adesão dos comerciantes, aplicará uma multa por sacola distribuída. Algumas iniciativas privadas também têm sido implementadas: os jornais *Daily Mail* e *The Independent* vem oferecendo aos seus leitores um saco de algodão para as compras; a rede britânica de supermercados *Marks and Spencer* passou a cobrar de seus clientes, a partir de maio de 2008, o equivalente a 6,6 centavos de euro por sacola de plástico solicitada; o maior supermercado do país, o *Tesco*, que distribuiu três milhões de sacolas de plástico no ano passado, continuará entregando as sacolas de graça, mas estabeleceu um sistema de pontuação, que oferecerá pontos aos clientes que reutilizarem as sacolas plásticas que já foram usadas (O ESTADO DE SÃO PAULO, 29/02/2008; AGÊNCIA REUTERS, 2008).

**Irlanda** - um pesado imposto, adotado em 2003, grava o uso de sacolas plásticas, o que estimulou os cidadãos a excluí-los quase completamente, em favor de sacolas de compra reutilizáveis, de tecido (THE NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Itália** – há tributação sobre sacos plásticos; o governo pretende bani-las em 2010 (AGÊNCIA REUTERS, 2008).

**Japão** - há lei (revisada) aprovada pelo Parlamento em 2007, que dá direito ao governo de advertir comerciantes que não fizerem o suficiente para reduzir, reutilizar e reciclar (ESTADAO ONLINE, 12/06/2006).

**Macau** – o Conselho do Meio Ambiente de Macau, com colaboração de entidades como supermercados e livrarias, organizou a campanha *Estime o nosso Planeta - use sacos ecológicos para ir às compras*, que dava aos cidadãos que fizessem compras nas lojas que acordaram em não ofertar sacos plásticos, cupons para concorrer a um sorteio de prêmios (APAS 29/08/07).

**Ruanda, Quênia, Tanzânia, Eritréia e Somália** proibiram o uso das sacolas plásticas, os mais espessos são tributados (THE NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Taiwan** – há tributação sobre as sacolas plásticas; a maioria das lojas cobra T\$1 (US\$0.03) por sacola (THE NEW YORK TIMES, 15/04/2008).

**Uganda, Etiópia, Gana, Lesoto e Tanzânia** - têm restrições para sacolas plásticas, a partir de um patamar mínimo de espessura (AGÊNCIA REUTERS, 2008).

**Zanzibar** - foi proibido o uso das sacolas plásticas, pois o turismo, que é a principal atividade econômica do país, esta sendo prejudicado pelos danos à vida marinha. Lá, o cidadão que usar um saco plástico, pegará seis meses de cadeia ou deverá pagar 2 mil dólares de multa (BBC NEWS, 10/11/2006).

Do exposto é possível depreender que em todos os continentes há expressivos núcleos de preocupação com os danos ambientais provocados pelas sacolas plásticas. As providências que vem sendo tomadas giram em torno do binômio **punição ao ofertante – ônus ao usuário**, sendo que a punição ou é pecuniária ou de reclusão do ofertante. Note-se ainda, que a extinção sumária das sacolas plásticas, motivada por iniciativa isolada de varejista, como foi o caso de Hong Kong, pode gerar desconforto e protestos junto à clientela.

### 3.2 SACOLAS PLÁSTICAS E AS MEDIDAS DEFENSIVAS ADOTADAS NO BRASIL

O governo brasileiro tem se mostrado sensível ao prejuízo ambiental gerado pelas sacolas plásticas, tanto é que, em 2008, o Ministério do Meio Ambiente lançou a campanha "A Escolha é Sua, o Planeta é Nosso", buscando incentivar o uso de sacolas retornáveis (O ESTADO DE SÃO PAULO, 02/03/2008). Algumas iniciativas defensivas do meio ambiente, descritas a seguir, vem sendo tomadas nas esferas estadual, municipal e privada.

**Santa Catarina** – Florianópolis - um Projeto de Lei, que visa regulamentar o uso de sacolas de plástico no município de Florianópolis foi protocolado na Câmara de Vereadores na segunda feira 6 de julho de 2007 e se constitui em ação pioneira no estado de Santa Catarina. O texto da Lei encerra a obrigatoriedade pelos comerciantes de trocar as embalagens de plástico tradicional por oxi-biodegradáveis, e o prazo proposto para completar a mudança é de um ano, podendo ser realizado de forma escalonada.

Em outro município, Joinville, foi criado pela Sociedade Educacional Santo Antônio e pela Associação dos Moradores e Amigos do Bairro Iriirú de Joinville (Amabi), em 2004, o projeto Sacola Permanente, que objetiva a substituição da sacola plástica, ofertada pelas padarias, por outra de pano ou de qualquer material inócuo para o meio ambiente. Esse projeto recebeu o apoio do Sindicato de Panificadoras e Confeitarias, que incentivou a substituição da sacola plástica, promovendo descontos no pão ou leite aos clientes dos estabelecimentos afiliados que portassem a sacola alternativa; dados não oficiais registram redução em 35% na oferta de sacolas plásticas em uma confeitaria da cidade(GLOBO.COM, 03/06/08).

**Paraná** – Curitiba – merece destaque o projeto piloto, datado de 13 de novembro de 2007, elaborado pela rede supermercadista Wal-Mart, e que visa à substituição de sacolas plásticas no município, a partir do oferecimento de diferentes tipos de embalagens aos consumidores: sacola de papel; sacola retornável de lona; sacola retornável de tecido (algodão cru); caixa plástica; e caixa de papelão. Após o período experimental de três meses (14 de janeiro a 14 de abril de 2008), em quatro lojas da rede, efetuou-se a avaliação dos resultados, obtendo-se: a sacola de papel, por ter o menor custo dentre as opções oferecidas, foi a que mais vendeu, sendo seguida pela sacola de algodão e depois pela sacola de lona; e a faixa etária dos que mais se envolveram na iniciativa é a dos idosos. A partir dessas constatações, a rede está desenvolvendo uma sacola exclusiva, à base de algodão orgânico e que será vendida a um preço acessível ao bolso do cliente (WAL-MART).

**São Paulo** – em ação empreendida pela rede Pão de Açúcar, foi lançada, em março de 2005, a primeira edição de sacolas retornáveis, produzidas com material à base de polipropileno (TNT), com o objetivo de incentivar a substituição das sacolas plásticas (FOLHA ONLINE, 30/03/2005). Esta ação do Pão de Açúcar foi pioneira no varejo brasileiro e até o momento foram vendidas 168.000 dessas sacolas no país; parte da renda auferida com essas sacolas retornáveis é destinada aos projetos ambientais sustentados pela Fundação S.O.S. Mata Atlântica, que tem sido parceira da rede nessa empreitada (GRUPO PÃO DE AÇÚCAR-IMPrensa, 14/04/2008).

A Prefeitura de São Paulo também manifestou-se a favor do meio ambiente, em setembro de 2007, ao criar a campanha "Eu não sou de plástico", que envolveu a participação de estilistas na criação de sacolas de pano práticas e atrativas para a população. Com essa medida, o governo municipal pretende promover a substituição gradual das sacolas plásticas (FOLHA ONLINE, 30/09/07).

Outra iniciativa relevante foi a criação e implementação do Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas, promovida pelos parceiros: Plastivida Instituto Sócio-Ambiental dos Plásticos, Instituto Nacional do Plástico (INP), Associação Brasileira da Indústria de Embalagens Flexíveis (Abief), Associação Brasileira de Supermercados (Abras), Associação Paulista de Supermercados (Apas); visa a redução de pelo menos 30% dessa embalagem no país, a partir da produção de sacolas mais resistentes, conforme a norma ABNT 14.937, que suportarão mais peso e diminuirão a quantidade de unidades gastas com sobreposições (ESTADÃO.COM.BR, 25/05/2008). Cabe notar que resultados desse Programa, referentes ao mês de junho de 2008, registraram queda de 12% no consumo de sacolas plásticas, o que significa uma economia de cerca de 1,5 milhão de unidades (VIEIRA, 2008).

**Rio de Janeiro** – o governo estadual, sensível aos danos que vem sendo causados ao ambiente e, mais especificamente, aos rios Meriti, Sarapuí, Pavuna e Iguaçu (Baixada Fluminense), elaborou projeto de lei que prevê a substituição de sacos plásticos oferecidos pelos estabelecimentos comerciais, por sacolas com materiais reutilizáveis, em um prazo que varia de seis meses a três anos, em função do porte da empresa. O projeto prevê multa de R\$ 500 a R\$ 50 mil aos comerciantes que não atenderem à determinação, bem como a obrigatoriedade de receber e pagar (vale-compra ou R\$ 0,03/ unidade) pelas sacolas plásticas trazidas pelos clientes, independentemente do estado de conservação das mesmas (FOLHA ONLINE 17/09/2007; AMBIENTE EM FOCO, 19/09/2007).

#### 4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Após revisão da literatura referente ao impacto ambiental do plástico fino e ações de governos (brasileiro e do exterior) para reduzir esse impacto, foi realizada pesquisa (*survey*) junto a uma amostra não-probabilística acidental de 250 indivíduos responsáveis pelas compras (alimentos) do domicílio onde residem, com o objetivo de conhecer a atitude dessas pessoas com relação ao referido produto (mais especificamente, a sacola que acondiciona produtos adquiridos no varejo) e o meio ambiente.

As entrevistas foram realizadas no período 10 de abril a 20 de maio de 2008, na região de Santo Amaro (São Paulo, capital), escolhida em função da facilidade operacional, e com base em instrumento de coleta de dados pré-testado, constituído pelos seguintes blocos:

- Dados pessoais (sexo, idade e grau de instrução) e dados para identificação da classe econômica do entrevistado (critério Brasil);
- Destino dado à sacola plástica recebida do varejista e utilização de produtos alternativos;
- Participação em campanhas a favor do meio ambiente e conhecimento de ações contra a sacola plástica;
- Assertivas relacionadas à atitude do respondente em relação ao meio ambiente e sacola plástica.



Cada uma das treze assertivas foi avaliada pelos respondentes segundo escala Likert adaptada para três alternativas (concordo, discordo e não sei) para maior facilidade e agilidade de resposta.

Cabe notar que algumas questões eram fechadas com resposta única, outras admitiam mais de uma possibilidade de resposta e outras ainda eram qualitativas.

## 5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

A pré-análise dos resultados provocou a eliminação de onze questionários, em virtude de preenchimento incompleto (recusa em responder às questões de ordem econômica). Os demais dados foram analisados por meio de técnicas da estatística descritiva, inferência (testes não-paramétricos) e multivariada (análise fatorial).

Convém destacar que a análise fatorial objetiva encontrar um conjunto de fatores latentes em um conjunto maior de variáveis, e que possa resumir, com mínima perda, a informação existente; possibilita também, a seleção de variáveis que representem o conjunto original. Para facilidade de interpretação costuma-se promover a rotação das cargas fatoriais, com base no método Varimax (HAIR Jr. *et al*, 2006).

Foram obtidos os seguintes resultados:

]

### 5.1 PERFIL DA AMOSTRA

Tabela 1. Perfil da amostra

Característica	Participação na amostra
Sexo	feminino – 78,24% ; masculino – 21,76%
Idade	até 25 anos – 30,13%; de 26 a 35 anos – 34,73%; de 36 a 45 anos - 22,17% de 46 a 60 anos – 11,30%; e mais de 60 anos – 1,67%
Classe sócio econômica	E – 3,34%; D – 5,44%; C – 41,84%; B <sub>1</sub> – 23,41%; B <sub>2</sub> – 13%; A <sub>2</sub> – 11,30 e A <sub>1</sub> – 1,67%
Escolaridade	analfabeto/ primeiro grau incompleto – 4,6%; primeiro grau completo/ ginásial incompleto – 7,6%; ginásial completo/ colegial incompleto – 20,6% colegial completo/ superior incompleto – 39,8%; superior completo – 19,4% pós-graduação – 8%.

### 5.2 DESTINO DADO À SACOLA PLÁSTICA RECEBIDA DO VAREJISTA E UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS ALTERNATIVOS

Os pontos de venda mais citados na questão que permitia resposta múltipla, onde os respondentes informaram receber a sacola plástica, foram: supermercado (99,16%) e farmácia (61,09%).

Também a partir de questão que admitia múltiplas respostas, foram apontados os seguintes destinos dados pelos respondentes para as sacolas plásticas: para acondicionar lixo (91,21%) e transporte de objetos (22,18%).

A maioria dos entrevistados (68,2%) não costuma levar sacolas ao ponto de venda. Alternativas mais frequentemente citadas como preferidas pelos respondentes à sacola plástica, foram: sacola resistente (48,54%), saco de papel (31,8%) e caixa de papelão (21,76%).

### 5.3 PARTICIPAÇÃO EM CAMPANHAS A FAVOR DO MEIO AMBIENTE E CONHECIMENTO DE AÇÕES ANTI-PLÁSTICO

A maioria (64,44%) não recebeu na escola freqüentada, alertas sobre o impacto do plástico no meio ambiente.

Quando indagados se tinham a lembrança de alguma campanha governamental, ou iniciativa particular, que tivesse alertado a população quanto ao impacto do plástico no meio ambiente, 77,4% (185 pessoas) responderam negativamente. Dentre aqueles que **se lembravam** de algum alerta, mencionaram tê-lo recebido por meio das seguintes fontes: TV (reportagem), revistas e jornais (15); trabalho, empresa (9); escola (5); exposições: Projeto Guarapiranga (4); campanhas governamentais (3); supermercados (2); partido verde (1); padaria: campanha se levar sacola paga menos (1) e palestras (1).

Quase a totalidade da amostra (99,16%) revelou estar disposta a se engajar em programa pró-reciclagem do plástico ou afim.

### 5.4. ATITUDE DO RESPONDENTE EM RELAÇÃO AO MEIO AMBIENTE E SACOLA PLÁSTICA

A somatória de pontos na escala variou no intervalo 13 – 39 pontos, sendo a atitude mais favorável, aquela com pontuação mais próxima do extremo superior desse intervalo. Abaixo de 22 pontos ficaram somente três respondentes, enquanto que 70,43% ficaram na faixa de 22 a 35 pontos e 29,56% na faixa de 36 a 39 pontos.

As maiores **discordâncias** (percentual superior a 70%) ocorreram com as seguintes assertivas:

Tabela 2. Assertivas com maiores percentuais de discordância

Assertivas	<i>Discordância (%)</i>
Sacos plásticos não poluem o ambiente	84,94%
Se o governo não faz coisa alguma para preservar o meio ambiente, a população não precisa fazer	90,80%
Os únicos responsáveis pela qualidade do meio ambiente são os governantes	91,63%

As maiores **concordâncias** (percentual superior a 70%), ocorreram com as seguintes assertivas:

Tabela 3. Assertivas com maiores percentuais de concordância

Assertivas	Concordância (%)
Campanhas contra a poluição ambiental merecem meu apoio	97,49
Costumo aderir às manifestações pró meio ambiente	71,55
Não jogo objetos (latas, papéis, plástico,...) nas ruas	92,05
Eu me sinto responsável pela qualidade do meio ambiente	92,05
Usar menos sacos plásticos protege o meio ambiente	90,38

Testes não-paramétricos (qui-quadrado, para independência ou associação), que relacionaram atitude x classe social, atitude x sexo, atitude x formação escolar, atitude x idade, e atitude x receber alerta na escola, não possibilitaram, ao nível de significância de 5%, admitir a existência de associação desses fatores com a atitude. Entretanto, a esse nível de significância foi possível admitir a existência de **relação entre atitude e conhecimento de campanhas** anti-plástico, o que sinaliza para a eficácia dessas campanhas.

A partir da aplicação de análise fatorial aos dados da escala, obteve-se KMO (medida de Kaiser-Meyer-Olkin) igual a 0,548, o que revela a adequação da técnica aos dados. Os fatores mais significativos encontrados foram denominados por: **consciência** e **ação**; e apresentaram coeficiente alfa de Cronbach igual a 0,864 e 0,646, respectivamente. Cabe observar que os valores para esse coeficiente podem ser aceitos, porque a pesquisa no tocante à atitude do cliente se deu em nível exploratório (HAIR JR., 2006). Este resultado alinha-se com os dois componentes relevantes na formação da atitude dos pesquisados a consciência (cognição) e ação, apresentados por RODRIGUES (1979) como impulsionadores do comportamento.

Embora a maioria (97,49%) tenha revelado postura pró-meio ambiente, quando se tratou do hábito de fazer compras com sacola de material alternativo ao plástico, o índice de concordância caiu para aproximadamente **32%**.

Questão adicional foi colocada para se levantar os motivos pelos quais as pessoas não utilizam alternativas à sacola plástica; foram obtidas 134 respostas, assim distribuídas: o estabelecimento fornece (82) ; não criei (tenho) um hábito (13); não tenho esse costume (7); sempre estou de carro (5); esquecimento (4); praticidade (3); por comodidade (2); não acho necessário (2); quando são muitas as coisas compradas eu uso plástico (2); não tenho tempo, faço tudo correndo (1); não tenho carrinho(1); não sei (1); não é muito prático (1); falta de ter uma acessível na hora em que preciso (1); nunca tive tal preocupação (1); porque não (1); o mercado tem obrigação de fornecer sacolas (1); é dever do comerciante (1); prefiro trazer nas sacolas plásticas (1); preguiça mesmo (1).

É possível perceber a partir desses resultados, que existe, na maioria das pessoas que compuseram a amostra, a consciência de que a sacola plástica é prejudicial ao meio ambiente, porém, ela nem sempre se converte em ação. Nesse sentido, cabe destacar a discrepância entre o elevado percentual de entrevistados (90,38%) concordantes com “Usar menos sacos plásticos protege o meio ambiente” e o baixo percentual (32%) de respostas afirmativas à questão “Você costuma levar uma sacola resistente (não descartável) ou carrinho quando faz compras?”, sendo notória a presença do fator **comodismo** nas justificativas apresentadas para a não adoção de alternativas às sacolas plásticas. A expressiva diferença entre os percentuais de **apoio** a campanhas contra a poluição ambiental (97,49%) e **adesão** às manifestações pró meio ambiente (71,55%), também ilustra esse aspecto.

## 6 CONCLUSÕES

Os resultados da pesquisa referentes às medidas adotadas pelos diferentes países apontaram para a existência de diferentes posicionamentos no contínuo conscientização-ação: em alguns, como é o caso da Alemanha, ações existem desde 1991, enquanto em outros, como Espanha e Noruega, ainda estão sendo feitos estudos para subsidiar decisões contra a sacola plástica. As providências que vêm sendo tomadas giram em torno do binômio **punição ao ofertante – ônus ao usuário**, sendo que a punição ou é pecuniária ou de reclusão do ofertante.

No Brasil a preocupação efetiva com a matéria é muito recente (2007), embora haja o registro da iniciativa pioneira de uma rede de supermercados, em 2005. Quanto aos pesquisados, embora o estudo tenha sido baseado em uma amostra não-probabilística, que não admite generalizações para a população, foi possível notar a expressiva distância entre discurso e prática, entre consciência e ação.

Os entrevistados, de modo geral, apresentaram atitude amplamente favorável ao meio ambiente. A maioria (64,44%) não recebeu na escola freqüentada, alertas sobre o impacto do plástico no meio ambiente, embora alguns se lembrem de campanhas nessa direção. Foi possível admitir, a partir de teste estatístico, a existência de **relação entre atitude e conhecimento de campanhas** anti-plástico, o que sinaliza para a eficácia dessas campanhas. O grupo pesquisado, quase de modo unânime (99,16%), mostrou **disposição** para o engajamento em programas pró-reciclagem do plástico ou afim, aspecto que, aliado à relação encontrada entre atitude e conhecimento de campanha, parece ser altamente favorável ao sucesso de campanhas que visem à proteção do meio ambiente.

Cabe destacar que foram encontrados, a partir da análise fatorial, dois componentes relevantes na formação da atitude dos pesquisados a consciência (cognição) e ação, fatores esses citados no referencial teórico como impulsionadores do comportamento. Como a maioria (68,2%) declarou não ter o hábito de levar sacolas ao ponto de venda, mas entende que deve colaborar e apoiar movimentos que defendam o meio ambiente dos prejuízos causados pelo uso das sacolas plásticas, tem-se um indicativo bastante forte de que existe consciência ambiental por parte dos cidadãos e que campanhas bem elaboradas, ou ações restritivas à oferta de sacolas no ponto de venda, poderão impactá-los positivamente, fazendo com que saiam do patamar de acomodação e prestem efetiva adesão às propostas ambientalistas.

A partir de SCHIFFMAN e KANUK (2000), e SOLOMON (2005) é possível admitir que até mesmo as atitudes não favoráveis ao meio ambiente, que foram detectadas na amostra, poderão ser modificadas a partir das campanhas sugeridas, bem como pelas informações que forem disseminadas pela mídia e cidadãos formadores de opinião.

## 7 REFERÊNCIAS

AMBIENTE EM FOCO, 19/09/2007. Disponível em: <http://www.ambienteemfoco.com.br/?m=20070919> . Acesso em: 22 jul 2008.

BBC BRASIL.COM, 09/05/2003. África do Sul proíbe sacolas de plástico no país Disponível em : [www.bbc.brasil.com/africadosulsacosplasticos](http://www.bbc.brasil.com/africadosulsacosplasticos) Acesso em: 18jul2008

\_\_\_\_\_, 29/03/2007. Lei proíbe sacolas plásticas em San Francisco. Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/03/070329\\_sanfrancisco\\_sacolas\\_mv.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/03/070329_sanfrancisco_sacolas_mv.shtml). Acesso em 29/08/2007.

\_\_\_\_\_, 09/01/2008. China vai proibir distribuição de sacolas plásticas. Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2008/01/080109\\_chinasacosplasticos\\_mw.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2008/01/080109_chinasacosplasticos_mw.shtml) Acesso em: 09/01/2008

BLACKWELL, R; MINIARD, P; ENGEL, J. Comportamento do consumidor, São Paulo: Thomson, 2005.

CAVALCANTI, P.; CHAGAS, C.. História da embalagem no Brasil. São Paulo: Grifos Projetos Históricos e Editoriais, 2006.

CHINADAILY.COM.CN, 09/01/2008. From June, shops can't give free plastic bags. Disponível em: [http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2008-01/09/content\\_6380128.htm](http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2008-01/09/content_6380128.htm) Acesso em: 10/01/2008.

CONSTANTINO, C. E. Delitos ecológicos: a lei ambiental comentada artigo por artigo. São Paulo: Atlas, 2001.

ECOSUL WORDPRESS.COM, 20/05/2008. Supermercados catarinenses terão alternativas às sacolas plásticas. Disponível em: <http://ecosul.wordpress.com/2008/05/20/supermercados-catarinenses-terao-alternativas-as-sacolas-plasticas/> Acesso em: 22/05/2008.

ESTADAO.COM.BR, 25/05/2008. Supermercados querem reduzir uso de sacos plásticos. Disponível em: [http://www.estadao.com.br/geral/not\\_ger177779,0.htm](http://www.estadao.com.br/geral/not_ger177779,0.htm) Acesso em: 26/05/2008.

\_\_\_\_\_, 29/02/2008. Brown pede que mercados britânicos não dêem sacolas plásticas. Disponível em: [http://www.estadao.com.br/vidae/not\\_vid132885,0.htm](http://www.estadao.com.br/vidae/not_vid132885,0.htm) Acesso em: 03/03/2008.

FABRO, A. T.; LINDEMANN, C.; VIEIRA, S. C. Utilização de sacolas plásticas em supermercados. Campinas: Revista Ciências do Ambiente on line, fev 2007, vol 3 n.1, Unicamp.

FERNANDES, S. et al . Valores psicossociais e orientação à dominância social: um estudo acerca do preconceito. Psicologia: reflexão e crítica, 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-79722007000300017&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-79722007000300017&script=sci_arttext&tlng=en). Acesso em: 24 mai 2008.

FISHBEIN, M.; STEINER, I.D. Current studies in Social Psychology. Illinois: Holt, Rinehart and Winston, INC, 1966.

FOLHA ONLINE 19/07/2007. Sacolas ecológicas provocam furor em compradores de Nova York. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ciencia/ult306u313197.shtml> Acesso em 30/08/2007

\_\_\_\_\_, 14/09/2007. Sacolinhas de supermercado agora têm grife. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u328408.shtml> Acesso em: 15/09/2007.

\_\_\_\_\_ 17/09/2007. Governo cria projeto para substituir sacolas plásticas no Rio. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u329069.shtml> 30/09/2007

\_\_\_\_\_ 18/05/2008. Em luta contra a poluição, China cobrará por sacolas plásticas. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/mundo/ult94u403000.shtml> Acesso em: 20/05/2008.

GADE, C. Psicologia do consumidor e da Propaganda, São Paulo, EPU, 1998.

GLOBO.COM, 24/09/2007. Sacos plásticos colocam em risco o meio ambiente. Disponível em: <http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL575640-10406,00-SACOS+PLASTICOS+COLOCAM+EM+RISCO+O+MEIO+AMBIENTE.html> Acesso em: 10/10/2007.

\_\_\_\_\_ Disponível em: [www.g1.com.br/jornalnacional](http://www.g1.com.br/jornalnacional) . Acesso em: 03/06/2008

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR – IMPRENSA, 14/04/2008. Disponível em: [http://www.grupopaodeacucar.com.br/imprensa/default\\_area.asp?idNoticia=6983&cod\\_area=0](http://www.grupopaodeacucar.com.br/imprensa/default_area.asp?idNoticia=6983&cod_area=0) Acesso em: 20 jul 2008.

HAIR Jr., J. et al, Análise Multivariada de Dados. Porto Alegre: Bookman, 2006.

IPT- INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS. Disponível em: [www.ipt.br/atividades/inovacao/exemplos/plastico/definicao/](http://www.ipt.br/atividades/inovacao/exemplos/plastico/definicao/) Acesso em: 17 jul 2008.

LOUDON, D.L.; BITTA, A. J. Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones. 4. ed. México: McGraw-Hill, 1995.

MATTAR, F., Pesquisa de marketing. Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MENIN, M. S.S. Valores na escola. Educação e Pesquisa, 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-97022002000100006&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-97022002000100006&script=sci_arttext&tlng=pt) Acesso em: 19 mai 2008.

MOWEN, J., MINOR, M. Comportamento do consumidor, São Paulo: Pearson, 2003.

NYTIMES.COM, 05/08/2007. Greening up by cutting down on plastic bags. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2007/08/05/nyregion/nyregionspecial2/05Rbags.html> Acesso em: 16/11/2007.

PREFEITURA.SP.GOV.BR , 10/08/2007. Prefeitura lança campanha parta redução do uso de sacolas plásticas. Disponível em: [http://www2.prefeitura.sp.gov.br/noticias/sec/meio\\_ambiente/2007/08/0002](http://www2.prefeitura.sp.gov.br/noticias/sec/meio_ambiente/2007/08/0002) Acesso em: 15/09/2007.

REVISTA MEIO AMBIENTE, 28/02/2008.

ROBBINS, S. P. Comportamento Organizacional 11ªed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

RODRIGUES, A. Estudos em Psicologia Social. Petrópolis: Vozes, 1979.

SCHIFFMAN, L.; KANUK, L. Comportamento do consumidor. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000

SOLOMON, M. Comportamento do consumidor, comprando, consumindo e sendo. Porto Alegre: Bookman, 2005.

VIEIRA, V.R. Projeto reduz em 12% uso de sacola plástica. Jornal Destak, 31/07/2008.

WAL MART, Press release lançamento projeto, 11/ 2007; 04/2008.

Sites consultados:

[www.bbc.brasil.com/sanfranciscosacoplasticos](http://www.bbc.brasil.com/sanfranciscosacoplasticos) 29/03/2007

[www.bbc.brasil.com/grabretanhasacoplasticos](http://www.bbc.brasil.com/grabretanhasacoplasticos) 29/04/2007

[www.folha.com.br/cienciaesaude](http://www.folha.com.br/cienciaesaude) Nova York 19/07/2007

[www.time.com/paper.plasticorprada](http://www.time.com/paper.plasticorprada) 05/08/2007

[www.folha.com.br/cotidiano](http://www.folha.com.br/cotidiano) São Paulo 14/09/2007

[www.folha.com.br/cotidiano](http://www.folha.com.br/cotidiano) Rio de Janeiro 17/09/2007

[www.chinadaily.com.cn](http://www.chinadaily.com.cn) 09/01/2008 (a data é 09/01/2008)

[www.bbc.brasil.com/chinasacoplasticos](http://www.bbc.brasil.com/chinasacoplasticos) 09/01/2008

[www.folha.com.br/ambiente](http://www.folha.com.br/ambiente) China 09/01/2008

[www.folha.com.br/ambiente](http://www.folha.com.br/ambiente) Austrália. 18/04/2008

[www.estado.com.br](http://www.estado.com.br) São Paulo 25/05/2008

[www.g1.com.br/jornalnacional](http://www.g1.com.br/jornalnacional) São Paulo 03/06/2008