



# Consumo consciente: você está fazendo a sua parte?

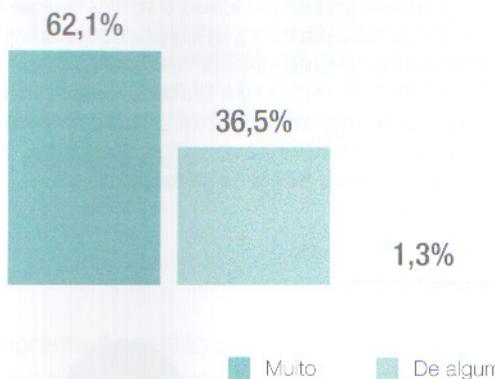
Foi-se o tempo em que consumo consciente significava apenas a compra de produtos realmente necessários e a busca do melhor (leia-se menor) preço possível. Hoje, quando a poluição ambiental e as calamidades climáticas nos fazem lembrar diariamente das consequências negativas das centenas de anos de consumo irresponsável, o conhecimento de comprar produtos que levem em conta principalmente o baixo impacto ambiental tem uma importância ímpar.

Dentro desse cenário, ganha *status* de consumidor consciente aquele que busca o equilíbrio entre sua satisfação pessoal e o impacto do seu consumo na preservação do meio ambiente e no bem-estar social, ou seja, quem faz do consumo uma questão de cidadania.

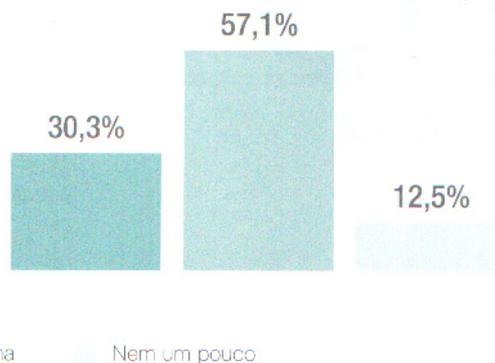
Diante da crise ambiental planetária, das mudanças climáticas, da poluição, da escassez da água potável, da extinção das espécies e do desmatamento, ainda faz sentido duvidar que as nossas simples escolhas diárias podem fazer diferença?

Só nos últimos anos, os problemas ambientais têm pulado do décimo para o terceiro lugar, disputando espaço na cabeça dos brasileiros com preocupações históricas como criminalidade, pobreza e instabilidade econômica. É fácil, então, concluir que as escolhas que fazemos são importantes e servem de exemplo para que outros ao nosso redor sigam as mesmas atitudes. Logo começaremos a sentir os resultados da diferença.

## Eu quero preservar o mundo para meus netos e gerações futuras



## Há uma forte pressão da sociedade e da mídia para "fazer minha parte"



Segundo os dados da pesquisa anual *Estilos de Vida e Bem-Estar Individual*, realizada pela Market Analysis, percebe-se um gradual convencimento de que a forma como o indivíduo consome pode fazer uma grande diferença não apenas para ele próprio, mas para a sociedade como um todo. Para seis em cada dez brasileiros, um fator que impulsiona um estilo de vida mais consciente é a preocupação com as próximas gerações; 62,1% dos entrevistados afirmaram que querem preservar o mundo para seus netos e gerações futuras, enquanto apenas 1,3% responderam de forma negativa.

### Como os fatores a seguir ajudam a ter uma vida mais ambientalmente consciente, em sua opinião?

Dos entrevistados, 57,1% acreditam que, de alguma forma, a sociedade e a mídia fazem pressão para que eles, como indivíduos, cumpram sua parte, enquanto

30,3% já sentem muito essa pressão. Com menor percentual, 12,5% não se sentem nem um pouco pressionados.

O consumo ambientalmente consciente ganha dois aliados visíveis: a consciência do valor do futuro e a repercussão midiática do debate no presente. Os jovens são os mais sensíveis à mobilização eleitoral ao redor da questão das mudanças climáticas – 73% dos que têm de 18 a 24 anos colocam a questão no topo da agenda; o menor percentual está entre os mais velhos (52% das pessoas de 55 a 69 anos), criando um corte geracional importantíssimo ao redor do assunto. As mulheres são um pouco mais preocupadas pelo tema do que os homens (68% versus 64%).

Em termos regionais, são as cidades do Nordeste (Recife, 86%, e Salvador, 75%) e Goiânia (73%) as que aderem mais a uma plataforma sobre mudanças climáticas. Os eleitores de Brasília são os que dão menor peso à questão (só 50% deles, enquanto a média nacional é de 66%).

### Ficha técnica

Pesquisa *Estilos de Vida e Bem-Estar Individual*, da Market Analysis, realizada com 438 adultos, com 18 anos ou mais, residentes em São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre. Entrevistas realizadas em domicílio durante o mês de julho de 2009. Margem de erro +/- 8%.

### Link

[www.marketanalysis.com.br](http://www.marketanalysis.com.br)

### e-mail

[info@marketanalysis.com.br](mailto:info@marketanalysis.com.br)

### Telefone

(48) 3234-8573

CANT  
CIDADÃO

## Palestras e oficinas Canto Cidadão

Bom humor e alegria como estratégias de desenvolvimento pessoal e profissional

Atuando junto a empresas, instituições de ensino, grupos abertos e órgãos sociais ou do governo, nossas palestras e oficinas tratam principalmente de temas como:

- a responsabilidade social e a motivação para o voluntariado nas empresas
- os direitos e deveres do cidadão
- a gestão de ONGs
- humanização hospitalar e qualidade de vida

E tudo sempre numa linguagem clara e muito divertida.

Mais informações: (11) 3259-8021 / (11) 3256-7296 ou [www.cantocidadao.org.br](http://www.cantocidadao.org.br)

