

Greendex 2009 – Estudo internacional sobre consumo e sustentabilidade National Geographic e GlobeScan*

O estudo

A National Geographic Society e o GlobeScan publicaram, em maio de 2009, os resultados da segunda edição do Greendex, estudo anual que avalia a sustentabilidade do consumo internacional. Realizado através de uma pesquisa on-line, o estudo coletou respostas de 17,000 consumidores em 17 países: Brasil, Argentina, México, Estados Unidos, Canadá, Espanha, França, Inglaterra, Alemanha, Suécia, Hungria, Rússia, Coreia do Sul, China, Índia, Japão e Austrália.

O questionário aplicado mediu a preocupação dos participantes com relação à sustentabilidade ambiental e avaliou seu consumo sob quatro perspectivas: Habitação, Transporte, Alimentação e Bens de Consumo (separados entre duráveis e não-duráveis). Os resultados possibilitaram a atribuição de um índice Greendex à população de cada um dos países participantes, com notas em uma escala de 0 a 100, e trouxeram um panorama dos esforços pela sustentabilidade que estão sendo realizados nessas nações.

Índia, Brasil e China ficaram nas três melhores colocações, com índices Greendex nos valores 59.5, 57.3 e 56.7, respectivamente. Estados Unidos, Canadá e Japão, por sua vez, foram os piores colocados, com as notas 43.7, 47.5 e 49.3. Além de avaliar cada país, o estudo também traz um comparativo com os resultados de 2008 para os 14 países que participaram nos dois anos: Espanha, Alemanha e França foram os que mais progrediram, enquanto o Brasil foi a única nação a apresentar uma queda no desempenho – ano passado, a pontuação atingida foi 58.6.

Conclusões

De forma geral, é possível afirmar que a consciência a respeito dos problemas ambientais e das responsabilidades do ser humano na sua solução já é expressiva e tem crescido, mas ainda há muito progresso a ser alcançado na prática. Quase metade dos entrevistados se diz muito preocupada com os problemas ambientais, e acredita que o aquecimento global irá abalar a qualidade de vida dos humanos rapidamente, atingindo-nos ainda dentro de seu tempo de vida. 6 em cada 10 creem que precisaremos consumir muito menos para entregar um meio-ambiente melhor às próximas gerações, e cerca de metade dos entrevistados afirma que o desenvolvimento tecnológico não será suficiente para resolver os problemas ambientais caso não haja mudanças significativas no comportamento humano.

Uma ampliação na busca por alimentos produzidos em território nacional pode ser observada nos resultados da pesquisa, assim como uma redução na demanda por água engarrafada. Isso mostra algumas mudanças positivas, sustentadas pelos seguintes dados: a busca por produtos sustentáveis se intensificou – 40% das pessoas compram produtos de baixo impacto ambiental com frequência – ao passo que mais pessoas evitam adquirir produtos nocivos à natureza – 45% do total, contra 40% em 2008.

Contudo, o cenário ainda está distante do ideal. A resistência enfrentada por produtos menos nocivos ao meio-ambiente mas que têm como consequência preços maiores é um fator relevante, e 26% dos participantes dizem que o benefício ambiental nunca ou raramente compensa maiores gastos. Entre os países em desenvolvimento, os números chegam a 32%. Um terço dos entrevistados acredita que o impacto que a nossa sociedade já causou é tão grave que há pouco que indivíduos possam fazer para melhorar a situação, e cerca de metade defende que a mídia e a publicidade atuam como estimuladores do consumo irresponsável e insustentável. Além disso, 26% dos entrevistados também afirmam geralmente buscar comprar produtos usados em detrimento de novos, enquanto 42% raramente fazem isso – o que resulta em um desperdício que poderia ser amenizado com maior reutilização dos produtos por outras pessoas.

A acentuada tendência ao crescimento do consumo de bens e de energia nos países em desenvolvimento, que também demonstraram maior preferência por produtos descartáveis, é apontada pelos organizadores da pesquisa como algo que merece atenção. Além disso, a baixa popularidade do transporte público é um problema geral entre os países pesquisados (59% das pessoas utiliza meios de transporte públicos uma vez por mês ou menos), sendo apontados os fatores ‘disponibilidade’ e ‘eficiência’ como as maiores barreiras a um melhor aproveitamento.

Brasil

Quando observados especificamente os resultados do Brasil, o quadro também traz preocupações. Apesar do sentimento de culpa com relação aos impactos ambientais causados crescer de 35% em 2008 para 51% em 2009, a parcela de brasileiros que vê o ambientalismo como um modismo passageiro saltou de 12% para 27% e o volume de pessoas que acredita que a seriedade dos problemas ambientais está sendo exagerada foi de 22% para 31% no mesmo período.

Progredimos no que diz respeito à Habitação, mas regredimos nos quesitos Transporte, Alimentação e Bens de Consumo. Estamos nos empenhando mais para economizar energia e água, e somos líderes em veículos econômicos em combustível – isso é muito

positivo. Contudo, nossa demanda por bens descartáveis está dentre as mais elevadas, a busca por alimentos importados cresceu muito (uma em cada quatro pessoas já come alimentos importados diversas vezes por semana) e a carne vermelha segue sendo consumida em grande quantidade (57% das pessoas come carne vermelha diversas vezes por semana), hábitos que resultam em um alto impacto ambiental.

Somos o país onde mais pessoas afirmam procurar por produtos pouco nocivos ao meio-ambiente, mas também somos a terceira nação com menos consumidores dispostos a pagar mais caro por eles – atrás apenas da Rússia e da Índia. E, quando colocado à prova nosso conhecimento a respeito de consumo e meio-ambiente através de perguntas como “Qual é a principal causa do aquecimento global” e “Qual porcentagem da água do planeta pode ser considerada adequada ao consumo?”, apresentamos um desempenho fraco e inferior à média.

Próximos desafios

Evidentemente, os resultados de apenas dois anos de pesquisa ainda não são o suficiente para se traçar verdadeiras tendências. Além disso, fica claro que o impacto da crise financeira foi responsável por boa parte das mudanças que levaram a um consumo menos predatório, e os próprios realizadores da pesquisa ressaltam isso – somente quando as consequências da turbulência econômica se abrandarem será possível descobrir se tais mudanças foram definitivas.

Ainda assim, o estudo traz um quadro muito nítido da postura e da opinião de pessoas de diversas partes do mundo a respeito do grande problema comum da sustentabilidade ambiental. E a análise por ele possibilitada trás à tona uma conclusão importante: as escolhas sustentáveis que os consumidores têm feito até agora foram as mais fáceis, não envolvendo aumentos nos custos de vida ou reduções reais no conforto e nas conveniências. Mas isso não será suficiente para atingir a sustentabilidade plena. O grande desafio, agora, é pensar em formas de romper essas barreiras.

*O estudo completo pode ser encontrado em <http://www.nationalgeographic.com/greendex/>