

Desafios para a Implementação da Lei dos Resíduos Sólidos

Caminhos para o Consumo Consciente

Dalberto Adulis

Nosso Cenário





100 milhões de aparelhos celulares são descartados/ano



Custo do desperdício: **US\$ 63 milhões/ano**



Média de reciclagem: apenas 6%



A energia para produzir **6 milhões de celulares** daria para iluminar **11, 4 mil casas** o ano todo



Do que estamos falando?

Modelo de consumo + cultura do descarte



O que isso significa?

Maior pressão sobre os recursos

Problemas Sociais

Problemas Ambientais

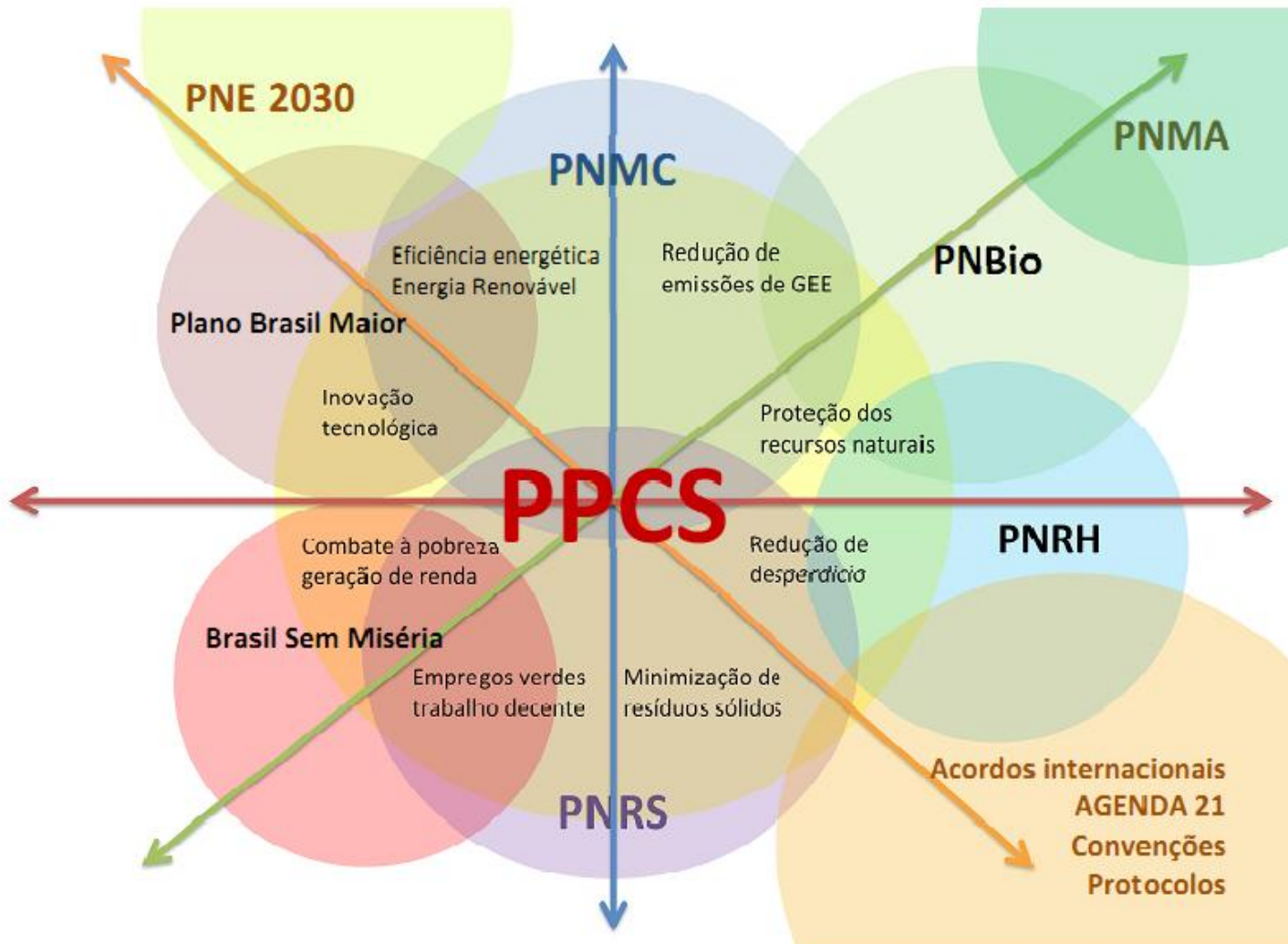


Desafios para Produção e Consumo Sustentáveis

O ciclo de vida dos produtos e fatores de influência



Figura 6. Conexões e sinergia do PPCS com outras políticas nacionais



Desafios para Gestão dos Resíduos

Do ponto de vista do planeta, não existe como jogar lixo fora. Porque não existe “fora”.

Quando você joga algo fora, está jogando dentro. Dentro do planeta. É simples assim. Se o problema é uma questão de escala, a solução também é: pequenas medidas, multiplicadas por 6 bilhões de seres humanos, têm um efeito gigantesco. Faça a sua parte e ajude a termos menos aquecimento global e um modo de vida sustentável. Para saber mais exemplos do que você pode fazer, acesse: www.bancodoplaneta.com.br Banco do Planeta. Investindo, apoiando e informando.



Não temos
2 planetas.

E não temos
“lado de
fora”...

Qual consumo? Qual descarte ?

Consumimos por ano o equivalente a **50%** a mais do que o planeta é capaz de *produzir, absorver e regenerar*

A maioria, 52% da população brasileira ainda não separa lixo, e 48% afirma fazê-lo.



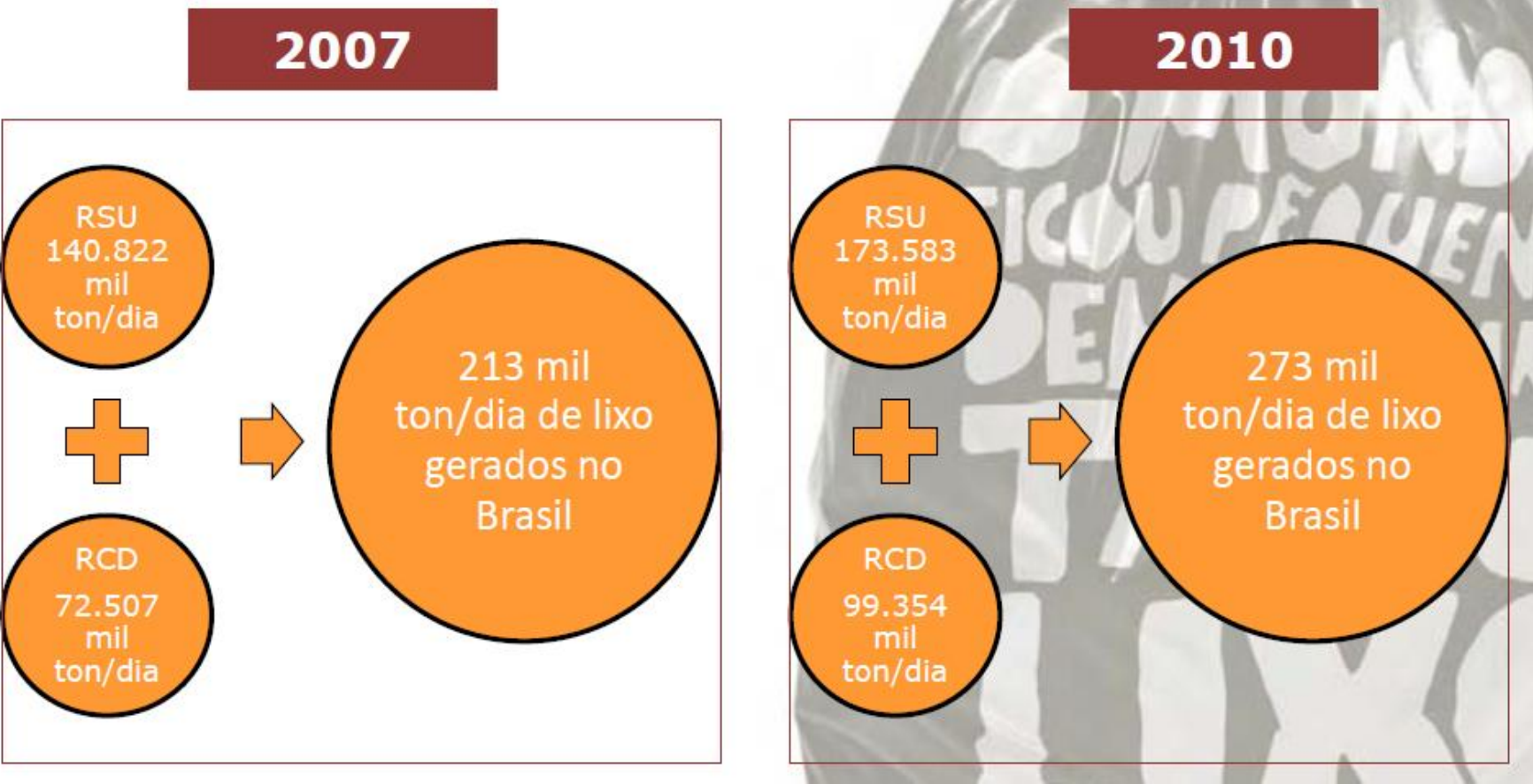
Separação do lixo da residência para reciclagem



A região Sul possui o maior percentual de coleta seletiva (76%), seguida pelo Sudeste (55%), Centro-Oeste (41%) e Nordeste (32%). A região Norte possui o menor índice de famílias que separam o lixo, 27%.

Resíduos gerados no Brasil por dia.

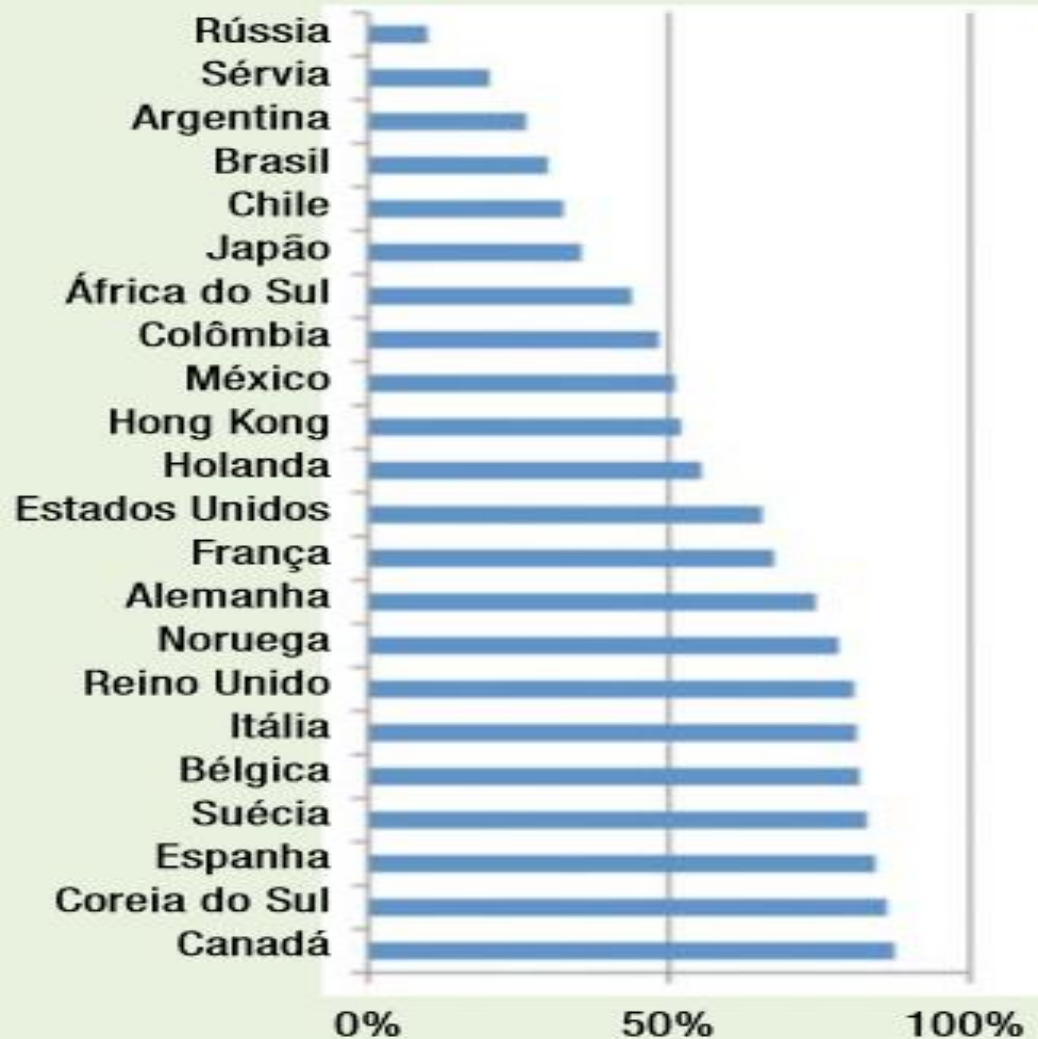
(Resíduos Sólidos Urbanos + Resíduos de Construção e Demolição)



Fonte: Pesquisa Abrelpe 2007 e 2010

Como estao os consumidores brasileiros?

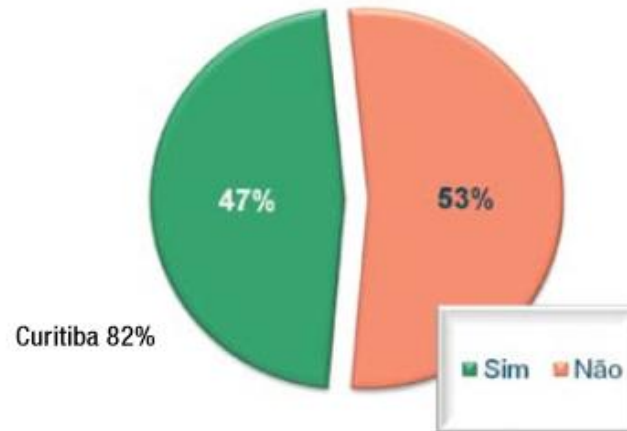
Reciclou lixo em casa



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

Separa o lixo molhado do lixo seco?

(ÚNICA OPÇÃO DE RESPOSTA)



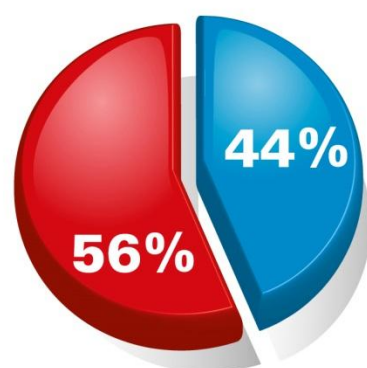
	Total	Porto Alegre	Curitiba	São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte	Brasília	Recife	Salvador	Fortaleza	Goiânia	Belém
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Bases	1100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sim	47,0	58,0	82,0	55,0	38,0	39,0	31,0	39,0	36,0	56,0	61,0	22,0
Não	53,0	42,0	18,0	45,0	62,0	61,0	69,0	61,0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

Base: 1100 casos

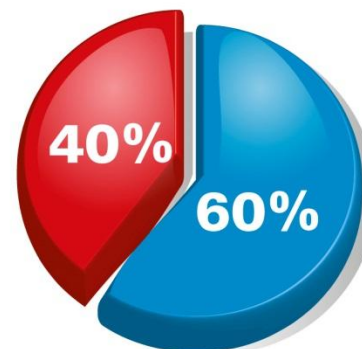
Fonte: O que o brasileiro pensa do meio ambiente. Pesquisa MMA 2012

Houve um aumento significativo na quantidade de pessoas que já “ouviram falar” do termo sustentabilidade, assim como um crescimento do interesse por informações sobre o tema.

■ Sim
■ Não



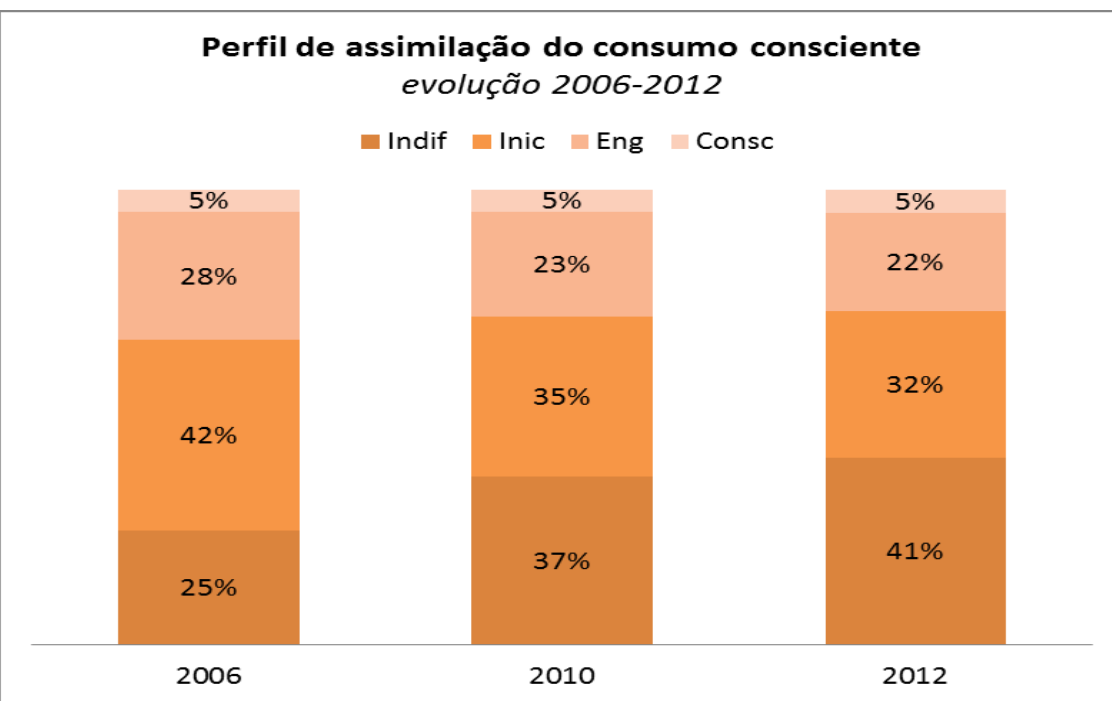
2010



2012

- A proporção de brasileiros que “ouviram falar” do termo sustentabilidade aumentou de 44% para 60%;
- A proporção de pessoas interessada em buscar informações sobre o tema aumento de 14% para 24%.

Entre 2010 e 2012, a assimilação do consumo consciente pelo consumidor brasileiro manteve-se relativamente estável, mesmo tendo sido um período de pleno emprego e de condições favoráveis ao consumo.



Segmentação baseada na quantidade de comportamentos que o consumidor declara “adotar sempre” ou “ter realizado” nos últimos 6 meses:

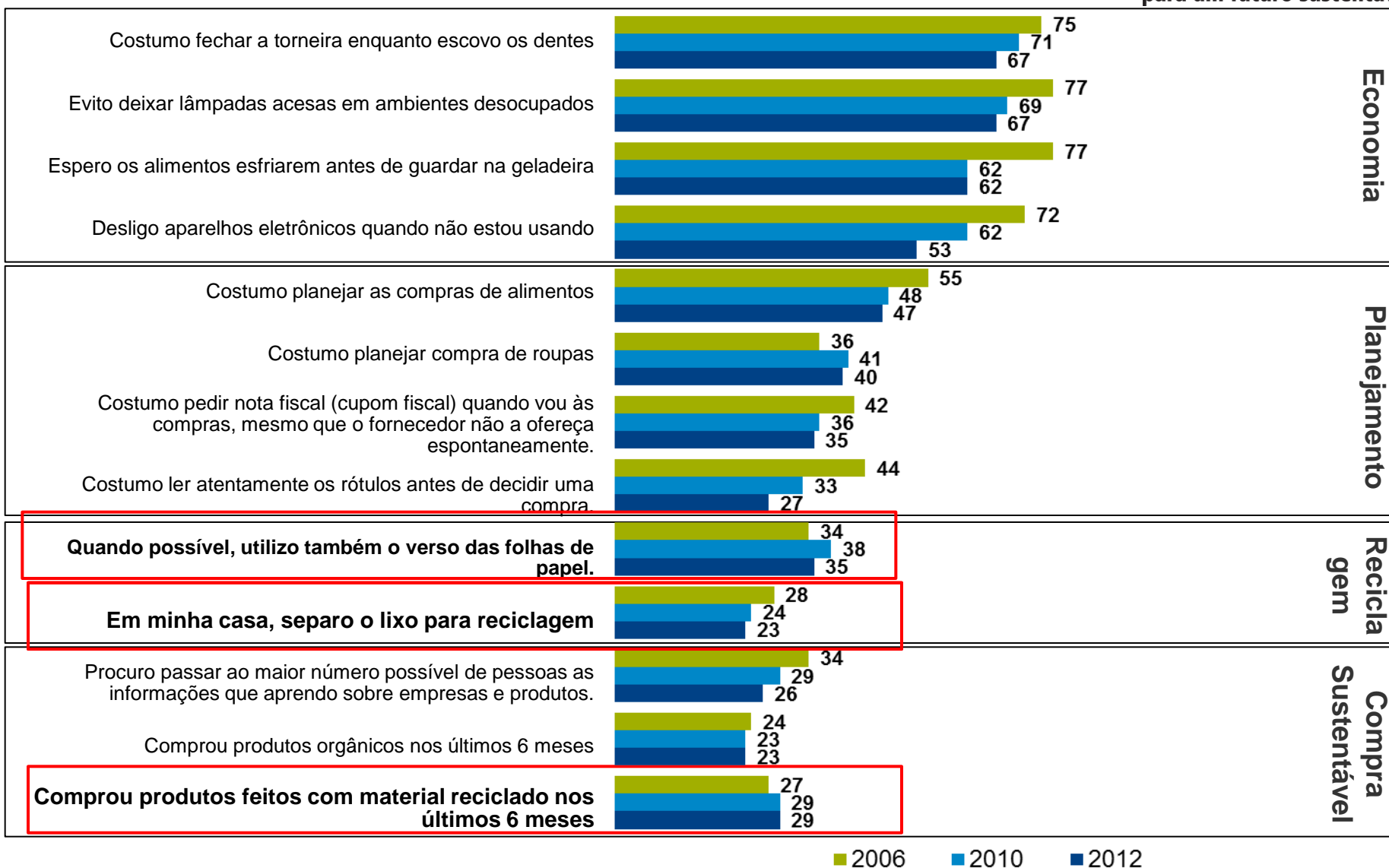
- Indiferentes: De 0 a 4
- Iniciantes: de 05 a 07
- Engajados: de 08 a 10
- Conscientes: de 11 a 13

Assimilação do consumo consciente pelos brasileiros



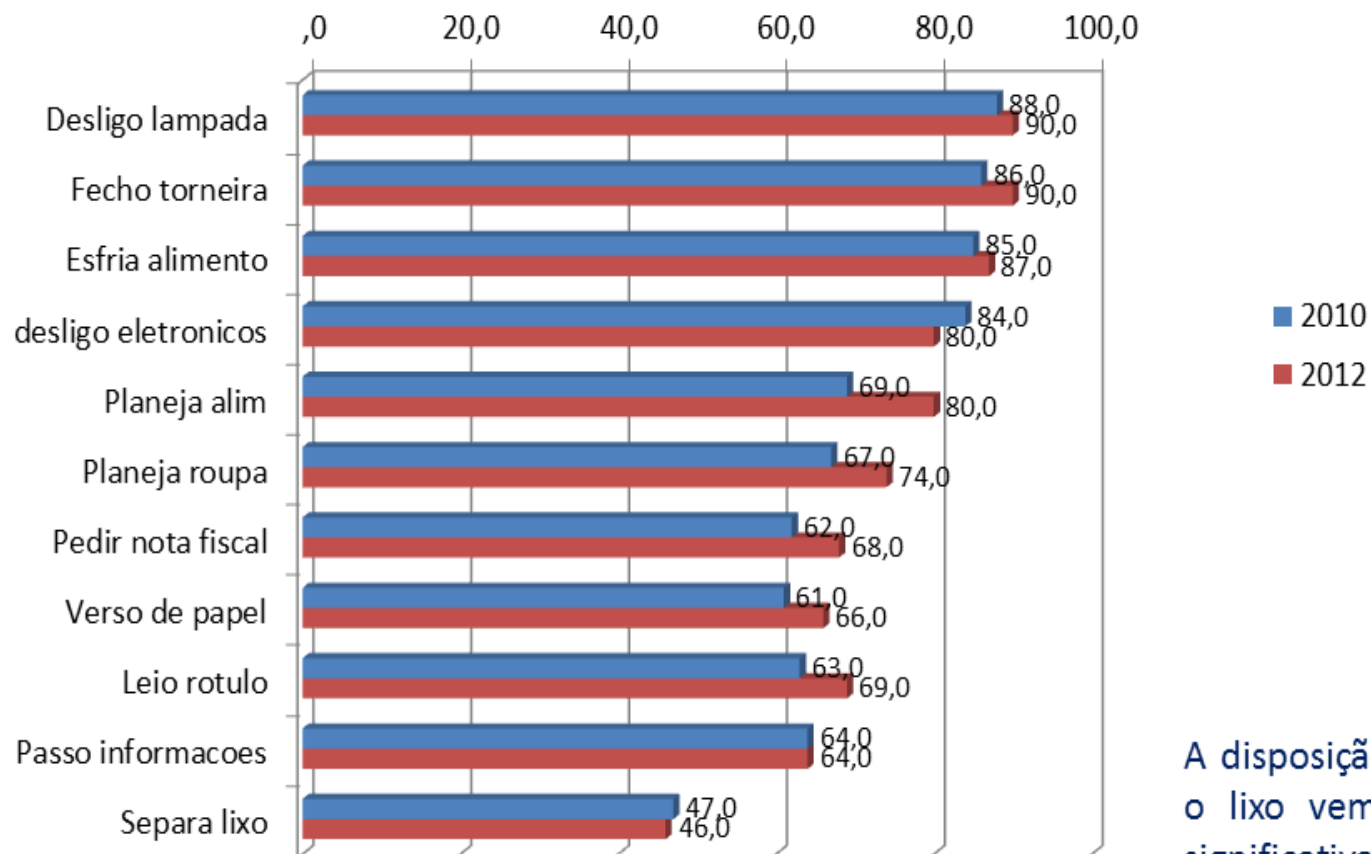
Consumo consciente
para um futuro sustentável.

Adesão aos comportamentos de Consumo Consciente (% de resposta "sim" ou "sempre")



2013 Instituto Akatu

■ 2006 ■ 2010 ■ 2012



A disposição para separar o lixo vem aumentando significativamente desde 2001 (68%); em 2006 (78%) e em 2012 (86%).



IDEIAS
(valores)



*São mais
assimiladas que*



ATITUDES
(comportamentos)

CONSUMO CONSCIENTE

O consumidor precisa saber que:

- Todo processo de consumo tem **impacto**
- Todo produto tem uma história (**antes e depois**);
- Os processos de consumo geram uma **reação em cadeia** com impactos que afetam a todos;
- Os processos **individuais** de consumo são transformadores da sociedade;
- Todos somos multiplicadores **de nosso modelo de consumo** e podemos mobilizar outros na mesma direção.

Consumo Consciente

Consumo com
**consciência de seus
impactos**
e voltado à
sustentabilidade
ambiental, social,
econômica e
individual,
de forma a **preservar
a vida no planeta**



CONSUMO CONSCIENTE

O consumo consciente propõe a reflexão:

- Por que comprar?
- O que comprar?
- De quem comprar?
- Como comprar?
- Como usar?
- Como descartar?

Desafios na Implementação da Lei de Resíduos Sólidos

DIRETRIZES – ORDEM DE PRIORIDADE (PNRS)

Não geração



Redução



Reutilização



Reciclagem



**Tratamento dos resíduos
sólidos**



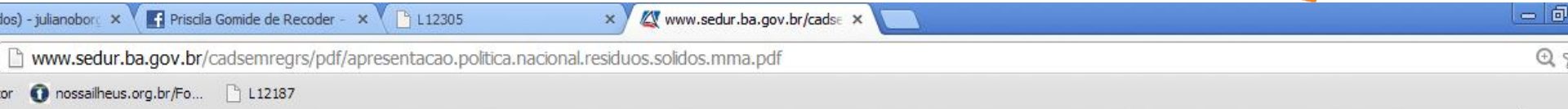
**Disposição adequada dos
rejeitos**

Consumidor

Governo

Empresas







Responsabilidade compartilhada: consumidores, empresas e governo

Obrigado