



DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM 4

Para conhecer os valores, as atitudes e o comportamento do jovem brasileiro, a MTV esquadrinha o Brasil, desde 1999, com o Dossiê Universo Jovem.

Aos temas já pesquisados – família, religião, educação, sexo, poder de consumo e hábitos de mídia – soma-se, com esta edição, um assunto de grande relevância e notoriedade no mundo atual: a preservação do planeta.

Como a geração que vai usufruir por mais tempo do planeta percebe o próprio planeta e até onde vai seu interesse pelo assunto?

Essa é a pergunta que norteia todo este trabalho.

Um assunto para se preocupar e conversar

- O meio ambiente é um tema transversal nas escolas, isto é, faz parte dos novos parâmetros curriculares e expressa conceitos e valores fundamentais à democracia e à cidadania.
- A natureza dá sinal de alerta e perigo através dos recentes desastres: tanto os naturais quanto os causados pelo homem.
- As empresas usam cada dia mais os temas da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável em sua comunicação.

Questões à procura de respostas

- Como essas informações têm chegado ao jovem?
- O que ele entende sobre esses temas e conceitos?
- Quais são as atitudes do consumidor jovem frente a essa realidade?
- Como ele percebe a comunicação das empresas com foco em responsabilidade socioambiental?

Os objetivos do trabalho

Discutir as questões e percepções dos jovens sobre o futuro e conhecer o entendimento que eles têm sobre o meio ambiente.

Abordar e aprofundar a compreensão do grupo sobre alguns conceitos muito utilizados ultimamente nas escolas, nas empresas e na mídia, tais como: sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e consumo sustentável.



1.	O JOVEM QUE A MTV ESTUDO	08
	_ Metodologia e amostra	10
	_ A fotografia do jovem	11
	_ O jovem visto pelo jovem	14
	_ Comunicação e consumo de conteúdo	18
	_ A cena jovem	21
2.	A CONVERSA ENTRE ELES	24
	_ Os assuntos do dia a dia	26
	_ Quando a conversa é séria	27
	_ O Brasil	32
	_ O mundo e o futuro	34
3.	O JOVEM E O MEIO AMBIENTE	36
	_ A parte de cada um	40
	_ Entendendo ou tentando entender os conceitos: sustentabilidade, desenvolvimento sustentável e consumo consciente	50
4.	SEGMENTAÇÃO: OS DIFERENTES PERFIS	52
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
6.	ANEXOS	72
	_ Glossário	74
	_ Introdução ao tema	74
	_ As raízes e os troncos da questão do meio ambiente no Brasil	75
	_ Bibliografia e links	77



O JOVEM QUE A MTV ESTUDOU

A METODOLOGIA E A AMOSTRA

No primeiro momento deste estudo, um grande levantamento de dados secundários para análise de matérias jornalísticas, sites e publicações sobre meio ambiente, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável procurou alinhar o conhecimento das pessoas envolvidas no projeto sobre os temas a serem investigados.

Na segunda fase, o aprofundamento nos temas utilizou técnicas da pesquisa qualitativa. Foram feitas 35 entrevistas em profundidade e 12 grupos de discussão com jovens, 8 entrevistas em profundidade com pais e 9 entrevistas com diferentes profissionais – professores das redes pública e privada, especialistas nos temas, catadores de lixo e compradores de lixo reciclável.

Ainda na fase qualitativa, uma novidade para o estudo: foram convidados para a discussão dos temas os jovens participantes da Comunidade MTV – um painel qualitativo que existe há um ano, no qual jovens formadores de opinião têm discutido temas diversos, bem como o conteúdo da programação da emissora.

Para identificar os depoimentos no decorrer do texto, foi criado um código indicando a idade, a cidade, o sexo e a classe social do jovem entrevistado:
– cidade (SP: São Paulo; RJ: Rio de Janeiro; BH: Belo Horizonte; DF: Brasília; RIB: Ribeirão Preto; POA: Porto Alegre; MAN: Manaus; SAL: Salvador; REC: Recife)
– idade ou faixas de idade (12-14; 15-17; 18-21; 22-25; 26-30)
– sexo (M – masculino; F – feminino)
– classe social do entrevistado (A, B e C)

Na fase quantitativa, foram realizadas pelo instituto Datafolha 2.579 entrevistas com jovens residentes em Belo Horizonte, Brasília, Manaus, Porto Alegre, Salvador, São Paulo, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro e Recife.

A margem de erro é de 2%, considerando o total da amostra.

As fases qualitativa e quantitativa ocorreram entre abril e maio de 2008.

O PERFIL DO JOVEM ANALISADO

Jovens de 12 a 30 anos, classes ABC. Em razão do tema meio ambiente, foram incluídos jovens de 12 a 14 anos na amostra.

Para não perder a comparação com os dados históricos dos Dossiês anteriores, usou-se a mesma metodologia, inclusive estabelecendo-se a faixa de 15 a 30 anos para análise.

A idade média do jovem nesse estudo é de 21 anos. No que se refere à classe social, 5% da amostra pertence à classe A, 37% à classe B, e 58% à classe C.

O universo pesquisado representa:
– **8 milhões de jovens nas 9 cidades pesquisadas**
– **49 milhões de jovens no Brasil**
– **92% do Índice de Potencial de Consumo, considerando as classes sociais pesquisadas:**
A: 23,9%, B: 42,4%, C: 25,7%

A FOTOGRAFIA DO JOVEM

77% são solteiros e 97% moram com a família. Os jovens afirmam ter boa relação com os pais (73%) e ainda melhor com as mães (90%). Por considerar os pais atualizados, os jovens pretendem dar a mesma educação recebida aos filhos (58%).

“Em casa minha mãe é mais aberta em relação a sexo, e meu pai fechado.” (SP.15/17.F.A)

“Meu pai foi bem mais cabeça aberta do que minha mãe. Quando minha mãe descobriu que eu transei com meu namorado, ela ficou mal. Meu pai não, ele perguntou se eu tinha usado camisinha.” (SP.15/17.F.A)

É fato que a família brasileira mudou. Metade dos jovens não tem pai e mãe morando juntos na mesma casa; 33% têm pais separados; 8% nunca tiveram contato com o pai ou a mãe.

“Meus pais eram casados com outras pessoas antes de se casarem e tiveram outros filhos, depois tiveram eu e minha irmã.” (SP.20.F.A)

Embora a maioria dos jovens more com familiares, 24% já chefiam sua própria família, 25% já têm filhos e 60% ainda pretendem ter filhos no futuro (2 filhos em média).

A religião está mais presente do que no último Dossiê. **A porcentagem de jovens que acreditam em Deus subiu de 63% para 69%.**

Nos últimos três anos, a porcentagem de jovens na escola aumentou de 47% para 52%. Atualmente, 57% dos jovens cursam o ensino médio e 14% estão no curso superior. A escola privada continua sendo um privilégio para poucos: 84% dos jovens da amostra cursaram a maior parte dos estudos em escola pública. Na classe A, a porcentagem dos jovens que estudaram na escola particular é de 69%.

70% dos jovens têm algum tipo de renda mensal: 14% recebem mesada e 56% têm renda do trabalho:

- 28% ganham até R\$ 400,00
- 20% ganham entre R\$ 401,00 e R\$ 500,00
- 26% ganham entre R\$ 501,00 e R\$ 830,00
- 14% ganham entre R\$ 831,00 e R\$ 1.245,00
- 9% ganham acima de R\$ 1.245,00

O jovem brasileiro reflete uma tendência mundial e sonha em trabalhar em algo que goste, mesmo que isso signifique ganhar menos dinheiro. No entanto, três em cada dez jovens buscam o sucesso financeiro a qualquer custo.

Os jovens sentem na pele a alta taxa de desemprego e são conscientes dos principais fatores de sucesso no momento de concorrer no mercado: ter boa formação educacional (73%), ter cursos de especialização, pós/MBA (46%) e estar bem informado (40%).

“Emprego hoje já está ruim. Mesmo com faculdade, conseguir um salário mínimo é difícil. Antigamente com a faculdade você conseguia empregos ótimos. Acredito que quando chegarem nossos filhos, nossos netos, vai ficar cada vez pior. Quem não tiver dinheiro para fazer um curso de inglês, um intercâmbio, não vai conseguir ser nada na vida.” (SP.20.F.A)

“Essa questão de mercado de trabalho tem angustiado todo estudante recém-formado. A gente achava que a faculdade era essencial, e hoje não é mais. Então o mercado já exige de você uma pós-graduação.” (SAL.22/25.F.B)

“A pior fase: escolher o que fazer. Este ano eu gostaria de tentar uma pós, e hoje eu penso: será que é a área financeira o meu futuro? Será que vai ser uma boa escolha, uma boa opção? Saber o que você vai ser no futuro é muito importante. E o medo de você entrar, fazer matrícula e jogar dinheiro fora?” (SP.22/25.F.C)

A primeira relação sexual acontece em torno dos 16 anos.

A camisinha, com 66% de uso, é o método mais utilizado para prevenir doenças e evitar a gravidez, seguida da pílula com 40%. Ainda assim, um em cada dez jovens não se previne durante o sexo.

“A camisinha não é 100% segura, tem que usar dois métodos, anticoncepcional com camisinha.” (SAL.15/17.M.C)

Hoje, as drogas são o maior problema que os jovens vêem entre eles. Assim como no último Dossiê MTV.

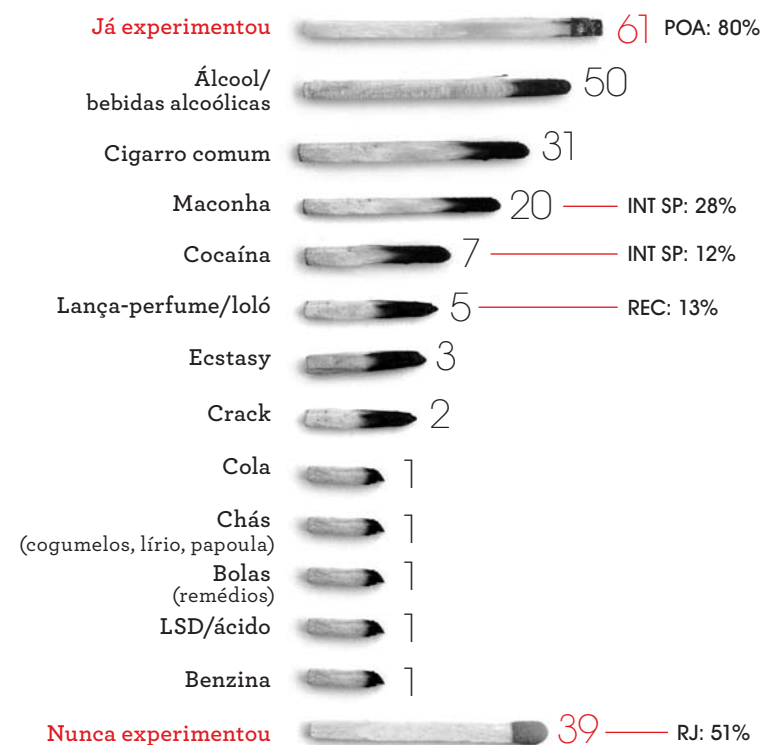
61% dos jovens acima de 15 anos já experimentaram algum tipo de droga. Em Porto Alegre esse índice sobe para 80%. É interessante notar que os jovens citam, espontaneamente, as bebidas alcoólicas e o cigarro como as drogas mais consumidas.

GRÁFICO 1

OS JOVENS E AS DROGAS

Resposta Espontânea e Múltipla

(em %)



“Nas festas você vê as pessoas fazendo cada coisa, atitudes que uma pessoa normal não tem. Com certeza está drogada ou quer aparecer. Parece que você está noutro mundo.” (RJ.18/21.F.C)

“Em festas raves, por exemplo, que são legais, eles reclamam da droga que os jovens usam, mas não se preocupam em colocar um posto para as pessoas que passam mal. Se você pega um vídeo no YouTube, você vê pessoas jogadas no chão tremendo de tanta bala que eles tomam. A droga não vai parar.” (SP.20.F.A)

Depois de vencer o assédio das drogas, o jovem vê como principais desafios de sua geração conseguir se desenvolver profissionalmente e ter uma boa formação cultural e pessoal. Sabe que o desemprego entre eles é alto e que a concorrência pelas poucas vagas é grande. Assim, a falta de perspectiva profissional gera muita insegurança e ansiedade.

No plano pessoal, o jovem tem muitas dúvidas, inseguranças e medo do futuro, já que sua realidade atual se apresenta caótica e violenta. Teme não conseguir uma boa formação e, por consequência, um emprego que garanta o seu sustento. Está ciente de que saúde e previdência serão problemas para toda a vida.

“Tenho medo de não conseguir trabalho. O mundo está perigoso, um puxando o tapete do outro.” (DF.15.F.B)

“Desenvolvimento é bom e preocupante. É complicado fazer um projeto de vida para 20 anos. Não tem como ter projeto fixo.” (DF.22.F.A)

“Se você tem uma qualidade de vida hoje, você não sabe se vai conseguir ter a mesma qualidade num futuro assim projetado.” (SP.22/25.F.C)

Citações até 1%

P65. Você já experimentou algum tipo de droga?Quais ?

Base: Entrevistados maiores de 15 anos = 2.184 entrevistas

O JOVEM VISTO PELO JOVEM

Vaidade, consumismo e acomodação continuam sendo os principais atributos que os jovens usam para descrever sua geração, assim como há três anos. 58% concordam que pessoas bonitas têm mais chances na vida (30% concordam totalmente, 28% concordam em parte).

“Você fala de uma melhora visual, se cuidar mais, uma estética, uma cirurgia, acho que as mulheres vão ter muito mais acesso do que hoje. A gente conversa muito sobre isso.” (SP.22/25.F.C)

“O jovem está amadurecendo mais cedo. A internet vende valores americanos. Surge o iPod, marcas famosas, e você corre atrás. O jovem parou de se preocupar com a juventude em si para se preocupar com status.” (DF.22.F.A)

“Antigamente minha mãe saía, ia em passeatas. A gente vê uma história marcante. Hoje a gente pergunta, quem marcou nossa fase? Estamos parados, todo mundo reclama mas sempre na mesma.” (RJ.18/21.F.C)

“A gente vive numa bolha, eu tenho meu mundinho, meu MSN, Orkut, e acabou.” (SP.15/17.F.A)

“Independente”, “impaciente”, “estressada”, “individualista”, “bem informada” e “ousada”. Esses são outros adjetivos que descrevem essa geração.

OS JOVENS E OS RELACIONAMENTOS

Existem muitas denominações para descrever o status do relacionamento entre jovens.

Os relacionamentos e os participantes nos relacionamentos com compromisso e envolvimento emocional são chamados de: *namorado(a), namorado, namorante, caso sério e VIP; radiopatrulha*, para os ciumentos; e *emancipado* é um namorado(a) que já mora sozinho(a).

Nos relacionamentos sem compromisso, mas com algum envolvimento emocional, as denominações são: *ficante, rolinho, amizade colorida, affair*.

Existem também os relacionamentos sem compromisso e sem envolvimento, que são referidos com as expressões: *tô pegando, tô beijando, pegação*.

E ainda aqueles relacionamentos que são puro sexo: *lanchinho da madrugada, periguete, peguete, sabonete, corrimão, safadeza*.

49% dos jovens concordam que as mulheres têm hoje o mesmo comportamento sexual dos homens. Algumas mulheres lidam bem com a liberação sexual, outras não:

“Eu pego, mas não me apego.” (SP.22/25.F.C)

“Acho que existe muito preconceito com a mulher. Por que o homem pode ter o lanchinho da madrugada e a mulher não?” (RJ.18/21.F.C)

“Às vezes eu tenho vergonha de dizer ‘eu sou mulher’. Eu acho que hoje está tudo aberto, muito fácil. Antigamente as pessoas namoravam, tinham um respeito.” (SP.22/25.F.C)

38% dos jovens têm permissão para levar o(a) namorado(a) para dormir em casa, em especial os homens e jovens acima de 25 anos.

“Meu namorado no começo dormia na sala, depois foi para o quarto do meu irmãozinho, depois foi para o chão, e agora já pulou para a cama.” (SP.22/25.F.C)

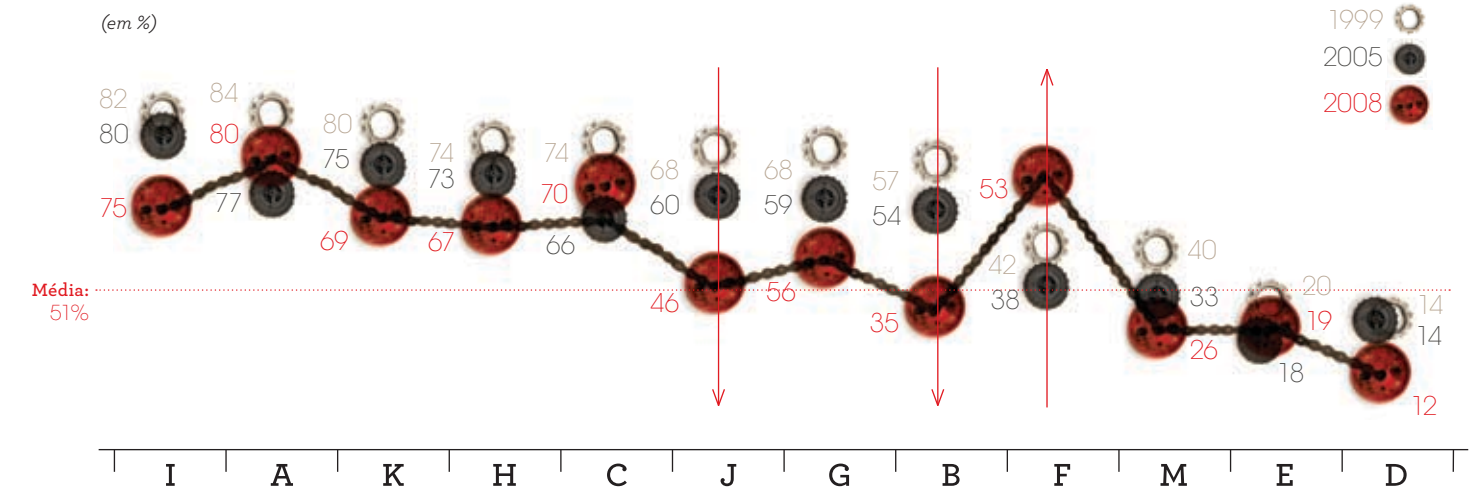
“Em casa falamos sem constrangimento sobre sexo, mas se o namorado for dormir em casa tem que ser no quarto de hóspedes, mesmo porque existe uma rotatividade de namorados.” (Pai, São Paulo)

Esses novos padrões e as muitas denominações para descrever um relacionamento dão impressão de que os jovens são muito liberais.

No entanto, isso é uma falsa idéia. O que o estudo mostra é que o jovem se mantém conservador quando se trata de relacionamentos.

- 93% não acham normal ter um relacionamento com pessoas casadas ou comprometidas.
- 88% discordam que a melhor coisa da vida seja beijar muitas pessoas na mesma balada.
- 78% valorizam a fidelidade.
- 58% sonham com um relacionamento estável.

GRÁFICO 2
OS VALORES DE UMA GERAÇÃO



- I - Viver em uma sociedade mais segura, menos violenta.
- A - Ter união familiar, boa relação familiar.
- K - Ter uma carreira, uma profissão, um emprego.
- H - Viver num país com menos desigualdade social (2008)/ Viver numa sociedade mais justa (2005).
- C - Ter fé/ Crer em Deus.
- J - Ter amigos. ↓

- G - Ter uma vida tranquila, sem correrias, sem estresse.
- B - Divertir-se, aproveitar a vida. ↓
- F - Ter independência financeira (2008)/ Ter mais dinheiro do que já tem (2005). ↑
- M - Poder comprar o que quiser, poder comprar mais.
- E - Ter mais liberdade do que já tem.
- D - Beleza física/ Ser bonito.



COMUNICAÇÃO E CONSUMO DE CONTEÚDO

A TELEFONIA MÓVEL EXPLODE

O lançamento do iPhone, e de outros smartphones, revolucionou a telefonia e surpreendeu até mesmo aqueles que não se assustam com mais nenhuma evolução tecnológica.

Os smartphones mudaram os celulares de categoria: de handsets de comunicação tornaram-se aparelhos multimídia. “O celular evoluiu muito rápido.” (SP.18/21.M.B)

A penetração de celulares entre nossos jovens é de 74%; na faixa mais nova (12 a 14 anos), já é de 56%; e, entre os jovens da classe A, chega a 92%.

Com o lançamento de aparelhos cada vez mais sofisticados, mudou a forma de se utilizar o celular.

Hoje o jovem usa, em média, 4,7 funções no seu aparelho: ligações e SMS/texto, 87% (79% em 2005); tirar e enviar fotos, 59% (6% em 2005); ouvir música, 57%; games, 39%; baixar músicas, 37%; acessar a internet, 20% (15% em 2005); mandar e-mails, 18%; e baixar ringtones, 16%*.

“Meu pai encana com meu celular. Eu que comprei o telefone e ele enche o saco. O negócio dele é reclamar que uso muito o celular.” (RJ.22/25.M.B)

*Dados não disponíveis no último Dossiê.

A INTERNET SE CONSOLIDA

De 2005 para 2008, o índice de jovens que acessa a internet cresceu de 66% para 86%*. Esse crescimento está fortemente relacionado à maior oferta de locais gratuitos e pagos para acessar a internet. 55% dos jovens costumam acessar a internet fora de casa.

GRÁFICO 3

INTERNET - LOCAIS DE ACESSO

Resposta Estimulada e Múltipla



“Gosto de internet e gosto de jogo on-line, MSN, Orkut, reportagem de tecnologia; leio esporte pelo computador, acabo usando computador pra tudo. TV assisto bastante, só que vejo coisas pelo computador. No YouTube você vê tudo, qualquer tipo de programa, até novela. Qualquer horário do dia tem gente jogando on-line. Gosto de um jogo medieval onde você cria um personagem. O meu personagem é um anão, o El Pigo. O interessante é que ao mesmo tempo em que a gente joga a gente conversa no microfone.” (SP.19.M.B)

Nos últimos três anos, o jovem brasileiro viveu o boom das comunidades na internet, como Orkut, MSN, YouTube, Facebook, Myspace, e dos blogs pessoais.

Oito em cada dez jovens fazem parte de uma comunidade na internet.

Além de navegar no YouTube para ver vídeos, 28% têm também um cadastro no site, o que significa que participam ativamente inserindo vídeos, comentários, opiniões.

Além do RG e CPF, os jovens passaram a ter o e-mail, MSN e Orkut como formas de identificação pessoal.

“Na balada não se pergunta mais o telefone. Você pergunta: ‘Você tem MSN? Orkut?’” (RJ.27.M.A)

O jovem quer informação e novidades, por isso o grande número de acessos a sites como Google, Wikipedia, UOL, bem como a sites especializados em música, notícias sobre atualidades e esportes.

“Quando estou sozinho em casa fico só na internet. Vou no Orkut, no MSN.” (RJ.22/25.M.B)

“Internet faz parte do meu dia-a-dia. Faz parte de mim. Eu entro todo dia, toda hora.” (SP.20.F.A)

O CRESCIMENTO EXPONENCIAL DO USO DA INTERNET (finalidade de acesso, em %)

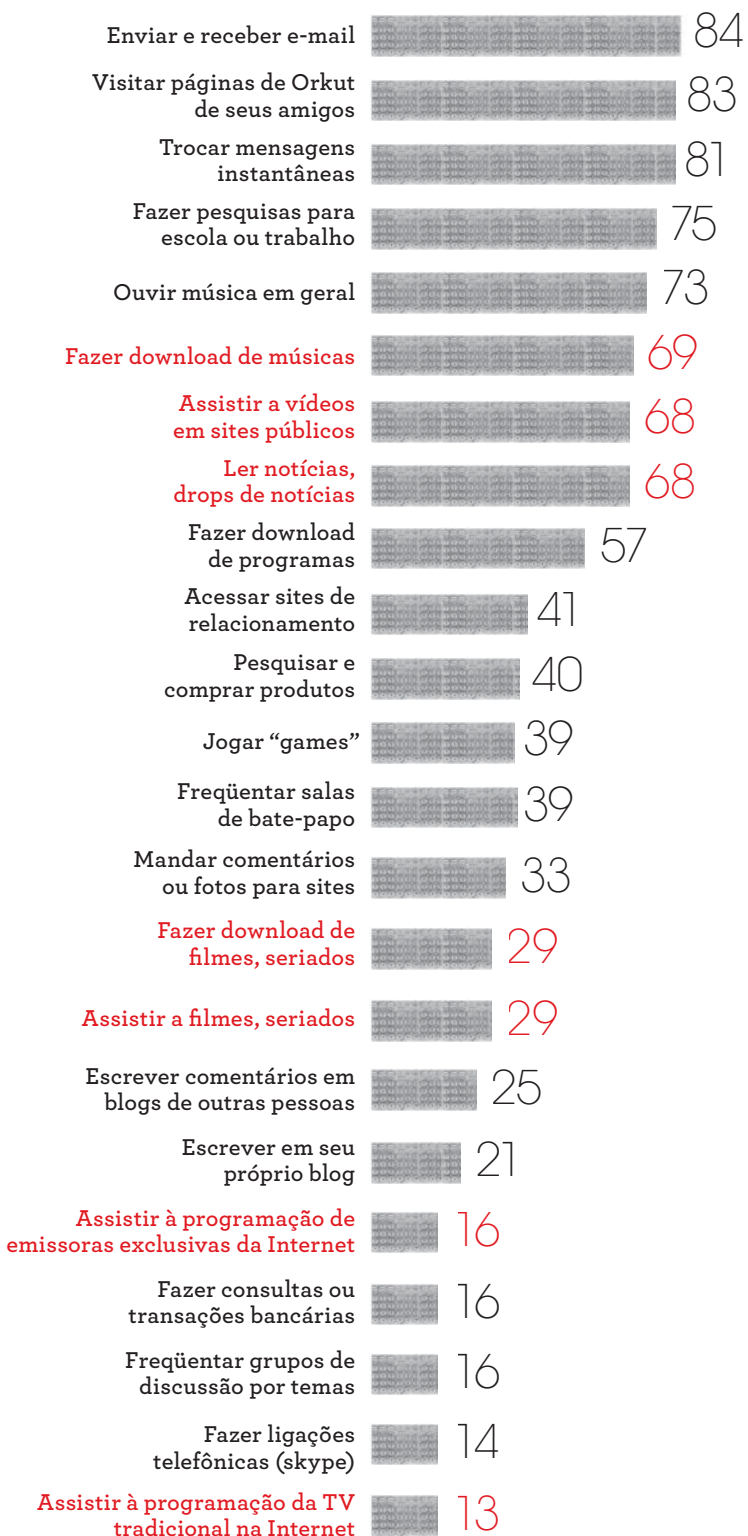
	2005	2008
Orkut	14	83
Compras / comparar preços	14	40
Mensagens instantâneas	43	81
Download de música	50	69
Ouvir música	69	73
Blog pessoal	12	21

GRÁFICO 4

INTERNET PARA COMUNICAR, CONHECER E SE DIVERTIR

Resposta Estimulada e Múltipla

(em %)



Como base de comparação, 73% dos internautas americanos assistiram algum tipo de vídeo na internet. (Fonte: Nielsen, maio - 2008)

MÍDIA, CADA VEZ MAIS

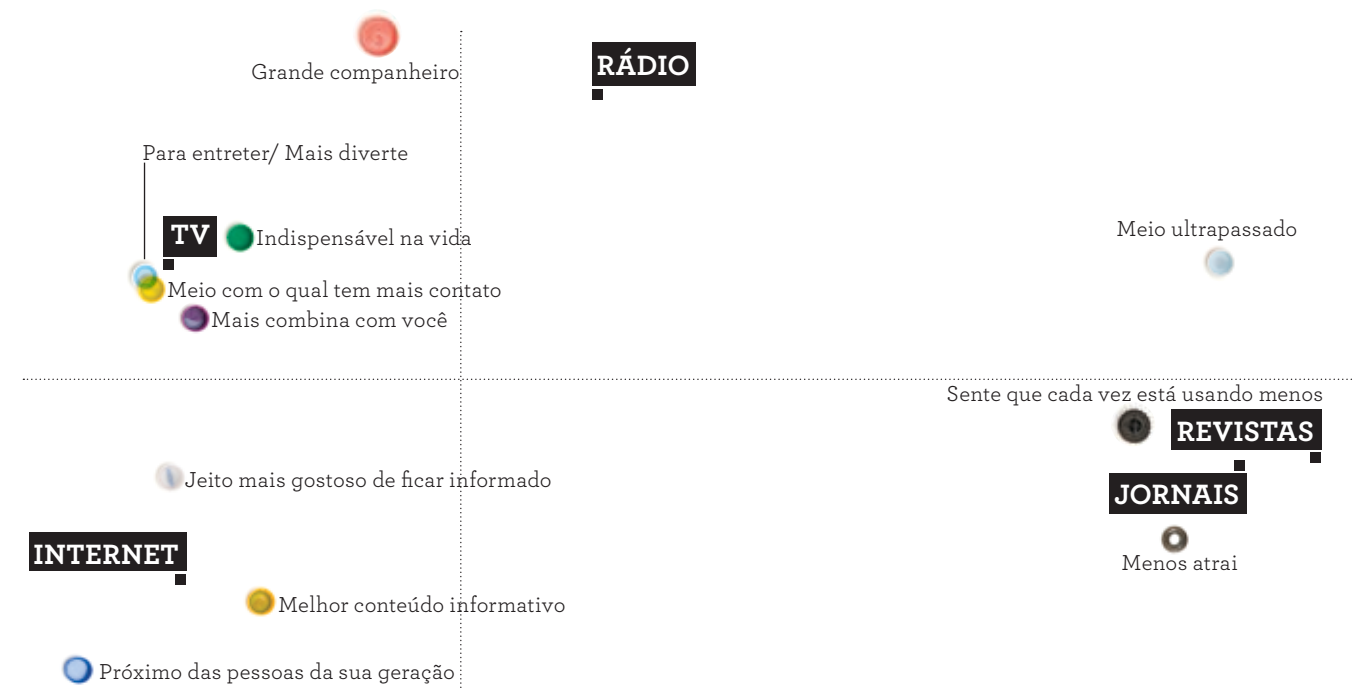
Mesmo com a consolidação da internet, a TV aberta e o rádio continuam sendo os meios com maior penetração entre os jovens: 98%.

Na TV, costumam assistir a: filmes, 79%; jornalismo, 64%; novelas, 59%; clips e programas musicais, 46%; programas humorísticos, 45%; esportes e seriados, 41%.

“Assisto novela e adoro desenho e clips.” (SP.15/17.FA)

GRÁFICO 5

IMAGEM DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO



A CENA JOVEM

Para os jovens, não existe unanimidade quando o assunto é música. Uma democracia de estilos tomou conta das paradas, dos fones de ouvido e das caixas de som no último ano: o funk bombou em muitas versões, o axé levantou a moçada nas micaretas, a MPB ocupou seu espaço, como também o black, o hip-hop e todas as formas do rock – do samba-rock, passando pelos “emo”, até o eterno hardcore.

“Crêu apareceu no ano passado. É uma música só pra dar risada, não tem coisa mais engraçada pra dançar.” (SP.18/21.M.B)

“Em 2007 explodiu o funk.” (SP.18/21.M.B)

A música eletrônica formou uma legião de DJs e firmou seu território nas festas rave.

“Do ano passado pra cá, as raves ficaram populares. Quem não ia passou a ir, passou a gostar. E quem ia há muito tempo deixou de ir.” (RJ.18/21.F.C)

“Antes tinha no máximo 300-500 pessoas numa rave. E hoje em dia tem festa que tem 15 mil pessoas.” (POA.22/25.F.A)

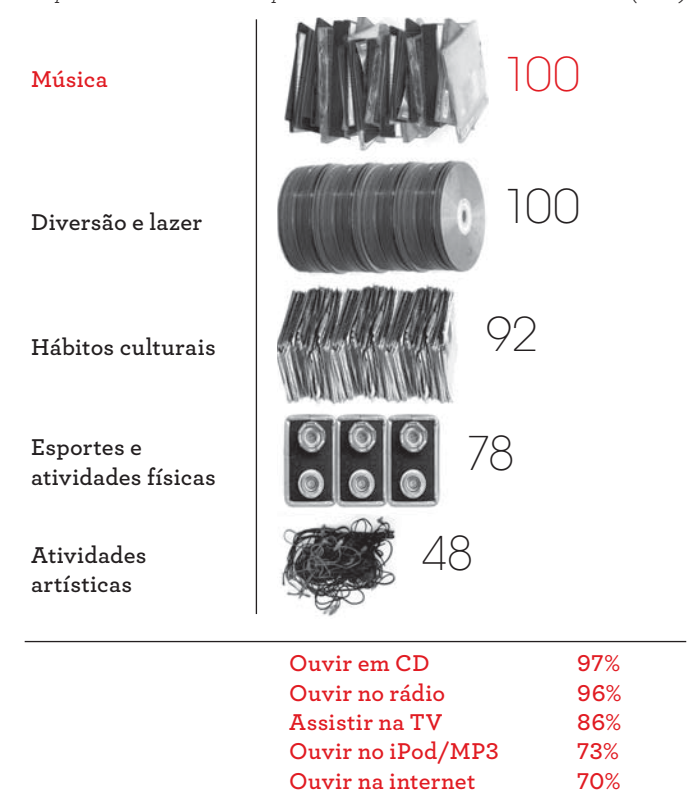
No entanto, essas modas e tribos musicais, continuaram convivendo harmoniosamente, ou não, com os ritmos mais populares, como o sertanejo e o pagode.

GRÁFICO 6

MÚSICA - FORMAS DE CONSUMO

Resposta Estimulada e Múltipla

(em %)



O cinema nacional também foi assunto entre os jovens, que foram fortemente impactados e sensibilizados pela veracidade cruel do filme “Tropa de Elite”.

“Um filme que pegou foi ‘Tropa de Elite’, todo mundo assistiu e foi muito comentado.” (SP.15/17.FA)

Além dos megashows internacionais que aconteceram no Brasil, em especial U2, Rolling Stones e Police, os eventos de música e cultura locais são, cada vez mais, sucesso entre os jovens. Nas cidades pesquisadas, os principais destaques foram: a Virada Cultural e o Skol Beats, em São Paulo, os ensaios das escolas de samba e o Live Earth, no Rio, o Planeta Atlântida, em Porto Alegre, e o Festival de Verão e o carnaval de rua, em Salvador.

GRÁFICO 7

AS VÁRIAS FORMAS DE SE DIVERTIR

Resposta Estimulada e Múltipla

(em %)



- Ir ao cinema 80%
- Ir a shows de música 78%
- Ir a museus/exposições 53%

“Na Virada Cultural, tinha estilos diferentes de shows. Perto da Catedral da Sé, era o Reggae; do outro lado, show de rock. Foi superlegal.” (SP.15/17.F.A)

“O Live Earth foi em Copacabana e em sete países ao mesmo tempo. Foi bem legal. E na praia de Ipanema tem música eletrônica, muitos shows.” (RJ.22/25.M.B)

A moda das roupas xadrez, shorts e bermudas, bolsas grandes, calças mais altas, chapéus, boinas e colares - usados por meninas e meninos - se encontrou com a moda dos restaurantes japoneses e temakerias que servem os cones e com a moda dos cafés que servem os cafés diferenciados. Lojas de conveniência e áreas de alimentação em shoppings continuam muito atraentes como opção de lazer e refeição para os jovens.

“No último ano, a quantidade de restaurante japonês que abriu foi incrível.” (POA.22/25.F.A)

“Agora está na moda em Salvador comida japonesa, abriram muitos restaurantes.” (SAL.22/25.F.B)

“Todo mundo vai no cone, japonês e agora tem o cone de pizza também.” (RJ.18/21.M.B)

Nos últimos 3 anos, percebe-se um aumento do lazer dentro de casa e uma queda de atividades de lazer pagas fora de casa, como danceterias e bares.

GRÁFICO 8

AS VÁRIAS FORMAS DE SE DIVERTIR

Resposta Estimulada e Múltipla

(em %)



	2008	2005
Outdoor		
Festa na casa de amigos	90%	
Ir ao shopping para passear / se alimentar	90%	
Fazer churrasco com amigos	88%	
Viajar	86%	
Ir ao shopping para fazer compras	85%	
Ir a bares / barzinhos	69%	78% ↓
Ir a danceterias / baladas	63%	72% ↓
Indoor		
Assistir a filmes no videocassete/DVD	96%	89% ↑
Ler livros não didáticos	79%	
Jogar videogame / games	60%	52% ↑

“Eu acordo, vou na internet ver e-mails. Na TV vejo filmes, seriados, noticiários, música. Faço alongamento, corrida, ligo pros amigos, às vezes estudo pela manhã. À tarde vou no banco para minha mãe, jogo futebol, vou no shopping com minha irmã, vou pro McDonald’s, churrasco, show, piscina...” (DF.21.M.C)

“Sair bastante, beijar bastante, balada, muita balada. Eu gosto de ciclismo, andar de bicicleta, adoro, todos os domingos. Eu penso assim, que nunca mais vou ter 21 anos, vou aproveitar bastante, depois caso e tenho filhos...” (SP.22/25.F.C)

Sete em cada dez jovens praticam esportes e a participação em atividades artísticas está inserida na vida de quase metade dos jovens.

GRÁFICO 9

ESPORTES E ATIVIDADES ARTÍSTICAS

Resposta Estimulada e Múltipla

(em %)



- Praticar esportes 72%
- Participar de competições esportivas 50%
- Ir a academia 37%

- Participar de grupos de dança, teatro, canto, música 36%
- Tocar instrumento musical 29%



A CONVERSA ENTRE ELES

OS ASSUNTOS DO DIA A DIA

Os temas mais presentes no dia-a-dia refletem a fase hedonista e de desenvolvimento pessoal, natural da juventude. Seja no plano pessoal, seja no grupo de amigos, os temas sobre os quais mais conversam e pelos quais mais se interessam são os que estão em evidência na mídia, na TV, na internet: música, esportes, cinema/teatro/shows, dinheiro, saúde e notícias do Brasil e do mundo.

Os assuntos variam de acordo com a idade. Entre os mais maduros, aparecem temas como casamento, profissão, medo de ter filhos no mundo tão violento, medo da situação financeira, medo do futuro.

“Hoje ter um filho é complicado. O sonho do meu marido é ser pai, e eu não consigo pensar em ser mãe, acho complicado. Eu quero ter uma condição financeira melhor para isso.” (SP.22/25.F.C)

“Os jovens estão procurando oportunidades fora porque aqui não tem mais. Eu estou com medo. Faço minha facu, saio depois de 5 anos e não tem o que fazer porque não tem emprego pra ninguém. Claro que vou tentar procurar alguma coisa fora.” (SP.15/17.F.A)

Independentemente da idade, os assuntos de que mais gostam são: “os meninos”, “as meninas”, “quem pegou quem”, as baladas e viagens do fim de semana, a vida alheia, a música, o futebol, as fofocas ou acontecimentos do momento, os programas da TV, tecnologia, o caso Isabela, a dengue, os videogames, a moda, os estudos, a família, os relacionamentos, e o sexo. O papo entre eles é esse.

“O que eu mais gosto de conversar com amigos é o que acontece no dia; como a gente costuma falar aqui: ‘Qual foi o bafão de hoje?’” (RIB.19.M.C)

“Com meus colegas do serviço mais sérios a gente conversa sobre política, as eleições americanas. Mas, com meus colegas mais chegados, futebol e mulher.” (SP.18/21.M.B)

“Eles vivem o momento. Eles até podem ficar aborrecidos por cinco minutos, mas depois já estão pensando na balada. Não vejo eles pensando muito no futuro. Quem cria preocupação para eles somos nós, eles não estão nem aí. Mas, sinceramente, eles não têm outro assunto além de namorada, computador, carro e balada.” (Pai, São Paulo, classe A)

GRÁFICO 10

ASSUNTOS E TEMAS DE INTERESSE PESSOAL

Resposta Espontânea e Múltipla (em %)

Música	37
Esportes/ futebol	26
Profissão/carreira	26
Família	23
Cinema, teatro, shows, exposições	23
Saúde	21
Educação/ escola	21
Dinheiro	20
Notícias sobre o mundo	19
Notícias sobre o Brasil	19
Sexo	18
Violência	17
Religião	17
Viagens	16
Beleza física/ aparência	15
Relacionamento afetivo/ amor	14
Tecnologia	14
Moda	13
Desigualdade social	12
Drogas	12
Compras/ consumo	11
Ecologia/ meio ambiente	9
Veículos (carros/motos)	9
Política	9
Pontos de encontro/baladas.....	8
Bebidas	5
Vida alheia/ dos amigos	5
Vida dos famosos	5

P.3 Por quais assuntos ou temas você tem interesse, ou seja, gosta de ler, pesquisar e conversar? Base: total da amostra = 2.579 entrevistas

QUANDO A CONVERSA É SÉRIA

Quando questionado sobre os temas que lhe causam maior preocupação, sete grandes temas dominam a vida do jovem brasileiro: violência (43%); desemprego (39%); drogas (32%); fome (26%); aquecimento global (24%); desigualdade social (23%) e poluição (20%).

VIOLÊNCIA: O GRANDE MEDO DO JOVEM

O tema que mais preocupa em todas as idades e cidades observadas é a violência. Ela aparece aterrorizando os pais, que com medo de perder seus filhos os intimidam, para que tenham cuidado com os perigos das cidades, cada dia mais violentas.

“Acho que a violência é uma coisa que todos os meus amigos falam: ‘Ah, tal lugar é perigoso ou não? A gente já sai de casa pensando nisso.’” (SAL.22.M.C)

“Meus pais querem saber: ‘Com quem anda meu filho? Será que meu filho volta?’ No trânsito, pensam em assalto. Acham que os amigos oferecem drogas. A preocupação aumentou.” (SP.18/21.M.B)

Os jovens entendem que o desemprego, as drogas, a fome, a desigualdade social e a falta de educação são os problemas sociais que mais agravam a questão da violência.

Citam ainda o sistema de saúde, as doenças e a corrupção como problemas emergenciais.

Dois assuntos ligados ao meio ambiente já aparecem entre os temas que mais preocupam os jovens: aquecimento global e poluição.

A falta de perspectiva de ver essas questões resolvidas gera preocupação e angústia entre eles.

“O mercado de trabalho mudou, faltam oportunidades de empregos para os jovens, cada vez exigem mais; agora é importante ter duas línguas fora a sua.” (SP.18/21.M.B)

“Drogas, acho que os jovens acabam abusando. Nas drogas, me preocupo com o vício, tenho amigos que hoje são viciados. E eles vão adiante, acabam ficando cada vez pior. No colégio chegam de manhã chapados, fico preocupada.” (POA.17.F.C)

.....
 “Há fome no Brasil inteiro, os políticos, que cada hora aparecem com uma surpresa: do cartão corporativo, mensalão, investimentos na saúde...” (RJ.27.M.A)

“Quando falam de preocupações, é sobre violência, futuro e carreira.” (Mãe, Belo Horizonte)

“Há falta de perspectiva em tudo. E a educação? As escolas estão cada vez piores. Hoje vi no jornal que um menino de 13 anos matou um de 16 anos, e foi preso.” (SAL.18/21.F.A)

OS PAIS

As maiores preocupações dos pais são as mesmas dos jovens: a violência e o consumo de drogas.

“Acho que o caminho certo com meus filhos foi o diálogo. Eu sempre pergunto sobre os amigos e eles falam de um ou outro que está metido em ‘outra’. Tem que conversar muito.” (Pai, São Paulo)

“Meu filho me conta das pessoas que experimentam drogas no colégio. Meu filho diz que esse não é o canal dele, mas me preocupo, porque tem conhecidos dele que usam. Hoje são poucos que não experimentam.” (Mãe, Porto Alegre)

“Drogas, bebidas e direção juntos. Tenho medo que meu filho beba e caia da moto. De madrugada, na rua, existe muita violência. Você sabe que sai, mas não sabe se volta. Tenho medo de brigas, pois ele já se envolveu em uma briga.” (Mãe, Rio de Janeiro)

Os pais também mostram preocupação com assuntos relacionados ao bem-estar dos filhos e com o futuro. Entre os temas mais relevantes citam: os estudos e a escolha profissional; saúde; sexo e gravidez; relações familiares e o bom diálogo entre eles.

Cada cidade imprime um ritmo, um tom e uma marca no comportamento de seus jovens. Assim, os temas que preocupam são os mesmos, mas têm maior ou menor importância de acordo com a cidade onde moram.

SÃO PAULO

Violência	33%
Trânsito	25%
Desemprego	25%
Poluição	23%

.....
 “A violência sempre está alta. Todo mundo fala que colocaram policiamento na rua, mas é um equívoco, cada dia está maior a violência.” (SP.15/17.F.A)

RIO DE JANEIRO

Violência	63%
Drogas	40%
Desemprego	36%
Sistema de saúde	31%
Desigualdade social	26%
Corrupção	20%
Fome	20%
Doenças/Dengue	18%
Preconceito	18%

.....
 “Eu vi uma blitz sinistra, eles estavam olhando carro por carro. O policial tinha uma pistola na cintura, e o outro tinha uma metralhadora na mão. Aqui é terrível, está superperigoso.” (RJ.18/21.F.C)

BELO HORIZONTE

Violência	39%
Drogas	38%
Desemprego	28%

.....
 “Na escola tem muita droga, mas é só pra quem quer. Normalmente ninguém te oferece, mas, se você se envolver com alguém, eu sei que tem. Em escola particular tem até mais.” (BH.16.M.A)

DISTRITO FEDERAL

Violência	41%
Desemprego	27%
Drogas	25%

.....
 “Esses malandros que picham, roubam... A violência me assusta. Na escola até o teto é pichado. Quando vou sair, meus pais ligam de um em um minuto falando: ‘Onde você está? Com quem está? Não faz isso, não bebe!’ Eles se preocupam comigo e com a minha saúde.” (DF.12.F.A)

PORTO ALEGRE

Violência	38%
Desemprego	23%
Drogas	22%

.....
 “Tem as gangues, eles só andam com roupa de marca famosa igual. Tu está caminhando na rua e aí vêem eles, e tu, só de olhar pra eles, daí eles já falam: ‘O que você está olhando?’ E aí vem uma gangue contra você.” (POA.15/17.M.A)

MANAUS

Violência	49%
Falta de água	39%
Transporte público	37%
Drogas	30%
Qualidade na educação	21%
Fome	21%

.....
 “O que me preocupa é a violência... Além disso, a cidade está abandonada. Ruas com buracos, falta água. Tem coisa que a gente sabe que dava para fazer... Acho que agora vão começar a fazer, porque esse ano é de eleição.” (MAN.30.F.C)

SALVADOR

Violência	60%
Desemprego	45%
Drogas	33%
Sistema de saúde	28%
Qualidade na educação	25%
Desigualdade social	23%

.....
 “A convivência com amigos está ficando cada vez mais difícil, a cidade tem muita violência, assaltos. Muitas vezes você quer até marcar pra sair, mas você fica com receio, pelo fato de não ter carro, ter que ir de ônibus; você deixa até de fazer coisas por causa da violência.” (SAL.15/17.M.C)

RECIFE

Violência	65%
Desemprego	46%
Drogas	33%
Poluição	27%
Falta de água	25%
Qualidade na educação	21%
Fome	21%

O BRASIL

O Brasil vive um período de prosperidade econômica: a inflação está controlada, a Bolsa e o real estão valorizados, os programas sociais, como Bolsa Escola e Bolsa Família, ajudam o jovem de baixa renda a participar mais do consumo, e o aumento de crédito para todas as classes facilita a aquisição de moradia e bens duráveis. Nunca tantos automóveis, computadores e celulares foram vendidos.

No entanto, nos últimos 3 anos, o jovem brasileiro presenciou sérios episódios de corrupção e escândalos políticos, dois graves acidentes aéreos, períodos de caos nos aeroportos, crise na área de saúde, epidemia de dengue e crise na segurança pública.

“Política, corrupção, as CPIs, e nada acontece.” (SP.18/21.M.B)

“Logo que voltei do intercâmbio teve o acidente da TAM, foi aquela comoção geral. Quem é o responsável?” (SAL.22/25.F.B)

“A dengue me preocupa muito. Meu namorado pegou dengue e pessoas que moram na minha rua também. Já falei no posto de saúde que tem foco por perto, mas ninguém faz nada. Não sei o que fazer, fico insegura de alguém mais pegar.” (RJ.25.F.C)

Mas, acima de tudo, o jovem vivenciou intensamente as notícias na mídia sobre crimes bárbaros envolvendo adolescentes e crianças no Brasil (em São Paulo, os adolescentes Liana e Felipe, que foram acampar e foram mortos, Suzane Richthofen, que matou os pais, e o caso Isabela; no Rio, João Hélio, arrastado por ladrões) e no mundo (Madeleine, que sumiu de um hotel em Portugal; Elizabeth, que foi encarcerada pelo pai, e Natascha, encarcerada durante 8 anos, ambas na Áustria).

“Agora só se fala no caso Isabela. É o assunto do momento.” (SAL.22/25.F.B)

“A violência cada dia está crescendo mais, cada vez mais jovens estão cometendo mais crimes. Hoje você vê crianças de 14 anos matando. Não tem como combater a violência.” (RJ.24.F.C)

PREOCUPAÇÕES COM O BRASIL: CORRUPÇÃO E VIOLÊNCIA NA CABEÇA

Os jovens demonstram insatisfação com o governo, como também com a passividade do povo brasileiro, que aceita uma política “que não resolve nada”. Eles se perguntam qual será o futuro político e acreditam que falta consciência ao povo para pressionar mais os governantes.

Apontam como principais problemas: corrupção (37%); violência (32%); desemprego (24%); desigualdade social (24%); fome (23%) e drogas (21%).

“Falamos muito sobre a corrupção no país. Hoje está pior, tudo é na base do dinheiro. Como educar um filho com isso? O que falar para o seu filho? Fecha o olho, não fecha, entra no esquema. Digo que tem o caminho certo e o errado, e que a responsabilidade é dele. Um outro problema é a desigualdade social, que no nosso país nunca vai acabar. Eles vão ter que conviver com isso, e a gente ensina a valorizar todas as pessoas por igual.” (Pai, São Paulo)

“Desemprego. Porque agora mal ou bem a maioria está procurando entrar no mercado de trabalho. Daqui a pouco a gente vai viver sem nossos pais, e desempregado não dá pra viver.” (POA.15/17.M.A)

A obrigatoriedade do voto é um assunto polêmico: 49% dos jovens já se posicionam contra ela.

Por reconhecerem a importância do voto, os jovens citam que muitos brasileiros, por ignorância, pobreza e falta de formação política, “trocam” seus votos por benefícios temporários.

Apesar de todas as preocupações com o futuro e incertezas quanto ao desenvolvimento pessoal e profissional, 87% dos jovens têm orgulho de ser brasileiro e continuam acreditando que o Brasil é muito importante no cenário mundial (61%).

O BRASIL NO FUTURO

Na opinião dos jovens, o Brasil ganhará cada vez mais destaque no cenário mundial, e a Amazônia poderá ser motivo de conflitos entre países.

36% dos jovens acreditam que o Brasil vai ser um centro de interesses, por ser o país que tem maior quantidade de recursos naturais.

34% concordam totalmente que os países do primeiro mundo irão se apropriar da Amazônia e dos recursos naturais do Brasil. Isso porque 54% dos jovens acreditam que os brasileiros não se esforçam para garantir a preservação da Amazônia e de outros patrimônios naturais do país.

Em Manaus, a percepção de que o Brasil é muito importante para o mundo ainda é mais forte (85%), provavelmente pela importância da Amazônia no mundo.

“Tem umas ONGs que são formas dos estrangeiros entrarem aqui e tirarem nossas riquezas. Tem tanta riqueza aqui... No rio Madeira tem ouro, no rio Uruguai tem petróleo. Aqui em São Gabriel da Cachoeira tem um minério muito valioso. A Amazônia é vista como patrimônio, é a maior biodiversidade do mundo, com áreas intocáveis pelo homem. Pois é, tem lugares que o brasileiro nem pode mais entrar. Já está cercado por outros países. Essa é a preocupação.” (Depoimento de um jovem taxista de Manaus)

GRÁFICO 11			
O QUE PREOCUPA E AMEDRONTA O JOVEM			
Resposta Estimulada e Múltipla			
	% Pessoal	% Cidade	% País
Violência	43	45	32
Desemprego	39	31	29
Drogas, o tráfico de drogas	32	27	21
Fome	26	13	23
Aquecimento global, mudanças climáticas	24	4	16
Desigualdade social, pobreza	23	18	24
Sistema de saúde	20	18	17
Corrupção	20	12	37
Poluição	20	20	13
Doenças em geral	18	11	13
Preconceito	18	10	11
Guerras	16	4	9
Mercado de trabalho	16	12	11
Qualidade na educação	16	14	15
Dificuldade financeira, dinheiro	15	7	11
Falta de água	14	10	11
Educação sexual, sexo seguro	11	5	6
Terrorismo	9	2	5
Trânsito	8	20	6
Transporte público	7	17	6
Globalização	6	2	7
Individualismo	6	3	4
Religião/fanatismo	5	2	2
Escassez de alimentos	5	2	6
Economia, inflação	4	3	11
Superpopulação	4	4	6
Consumismo	4	2	4
Reforma agrária	1	1	5

P.5 Para você, atualmente, qual ou quais destes assuntos causam maior preocupação? P.6 E pensando na sua cidade, quais assuntos causam maior preocupação? P.7 E no país, quais assuntos causam maior preocupação?
Base: Total da amostra = 2.579 entrevistas

O MUNDO E O FUTURO

O MUNDO

O que o jovem tem ouvido sobre o mundo recentemente é mais preocupante do que inspirador.

As muitas notícias sobre o progresso da ciência na tecnologia e genética são menos freqüentes do que as notícias sobre guerras, massacres e conflitos entre países, grupos religiosos e terroristas.

Como se não fosse o bastante, nos últimos três anos os jovens acompanharam, em tempo real, inúmeras tragédias causadas por fenômenos naturais. Desde 2005, os jovens vivenciaram: o Tsunami na Ásia, o furacão Katrina em New Orleans, o furacão Wilma, que atingiu a Flórida e o México, o terremoto em Caxemira e, mais recentemente, o ciclone em Míamar e o terremoto na China.

Assim, quando o assunto é o mundo, os temas mais preocupantes são: o aquecimento global (40%); as guerras (36%); a fome e o terrorismo (23%); a violência (22%) e a desigualdade social (18%).

“Antes eram guerras entre religiões e políticas. Agora a guerra é por dinheiro, petróleo, poder.” (SP.18/21.M.B)

“São muito perceptíveis estes danos ao meio ambiente feitos por nós, isso me preocupa. Aquecimento global me preocupa porque pode chegar a um limite que pode tornar a vida do ser humano inviável aqui na Terra.” (RIB.24.F.A)

“O aquecimento global, isso me preocupa muito mesmo. Daqui a 50 anos a gente não vai ter tanta água como a gente tem hoje no planeta.” (SP.22/25.F.C)

O FUTURO

Quando pensam no futuro, dois temas ligados ao meio ambiente se destacam entre as principais preocupações: o aquecimento global (34%) e a falta de água (24%). Além das questões ambientais e da violência, trabalho, fome, drogas e educação continuam tirando o sono do jovem.

Todas as preocupações do jovem com o futuro dizem respeito a um questionamento: como será a qualidade de vida da minha geração?

“A gente tem sentido cada vez mais o calor que está nessa cidade, e bairros em Salvador que não faltavam água e hoje falta.” (SAL.18/21.F.A)

“A questão da água. Não sei se vai interferir na nossa vida, mas com certeza dos nossos filhos, nossos netos.” (SAL.15/17.M.C)

“Hoje é contrato temporário, ou cooperativa. E os nossos anos de trabalho? Eu vou ficar em casa velhinha, não vou ter aposentadoria... E os meus remédios, comprar como? Eu me preocupo.” (SP.22/25.F.C)

“Acho que o problema da falta de água, desmatamento, a poluição, buracos imensos na camada de ozônio feitos pelas indústrias poluentes... Isso é um agravante do aquecimento global, e, em função desses problemas, a poluição está aumentando cada vez mais.” (RJ.27.M.A)

“Isso é uma grande preocupação. Eu acho que a minha geração não afeta ainda, mas meus filhos, meus netos podem sofrer bastante por causa desta questão da falta de água. Este tema não é freqüente, mas já se ouve comentário, sim, na turma.” (SP.19.M.B)

GRÁFICO 12

O QUE PREOCUPA E AMEDRONTA O JOVEM

Resposta Estimulada e Múltipla

	% Pessoal	% Cidade	% País	% Mundo	% Futuro
Violência	43	45	32	22	26
Desemprego	39	31	29	12	22
Drogas, o tráfico de drogas	32	27	21	13	16
Fome	26	13	23	23	16
Aquecimento global, mudanças climáticas	24	4	16	40	34
Desigualdade social, pobreza	23	18	24	18	13
Sistema de saúde	20	18	17	7	10
Corrupção	20	12	37	12	8
Poluição	20	20	13	16	15
Doenças em geral	18	11	13	12	14
Preconceito	18	10	11	12	9
Guerras	16	4	9	36	13
Mercado de trabalho	16	12	11	5	12
Qualidade na educação	16	14	15	6	16
Dificuldade financeira, dinheiro	15	7	11	6	10
Falta de água	14	10	11	15	24
Educação sexual, sexo seguro	11	5	6	4	7
Terrorismo	9	2	5	23	7
Trânsito	8	20	6	3	3
Transporte público	7	17	6	2	3
Globalização	6	2	7	12	7
Individualismo	6	3	4	6	5
Religião/fanatismo	5	2	2	7	4
Escassez de alimentos	5	2	6	9	10
Economia, inflação	4	3	11	7	6
Superpopulação	4	4	6	8	10
Consumismo	4	2	4	5	3
Reforma agrária	1	1	5	2	1

P.5 Para você, atualmente, qual ou quais destes assuntos causam maior preocupação? P.6 E pensando na sua cidade, quais assuntos causam maior preocupação? P.7 E no país, quais assuntos causam maior preocupação? P.8 E no mundo, quais assuntos causam maior preocupação? P.9 E quais os assuntos ou temas que preocupam a sua geração em relação ao futuro? Base: Total da amostra = 2.579 entrevistas

O JOVEM E O MEIO AMBIENTE

Meio ambiente é um assunto sobre o qual os jovens têm intimidade, pelo fato de ser um tema transversal nas disciplinas escolares desta geração. Hoje eles vêm a questão ambiental cada vez mais forte na mídia, no trabalho, no supermercado e em vários lugares.

Falam com desenvoltura sobre a importância de se valorizar e preservar a natureza, os animais, a água, a Amazônia, e sabem que a educação e a conscientização são fundamentais para evitar a destruição, o desmatamento, a extinção das espécies e a poluição.

Ao falar sobre meio ambiente, outros temas surgem espontaneamente e de forma recorrente: lixo, reciclagem e aquecimento global.

“Há muito tempo ouço falar de meio ambiente; desde a 5ª série, a professora de ciências fazia horta no colégio e falava da água, do meio ambiente e da natureza, da nossa saúde. O colégio sempre foi muito ligado a isso, sempre tratou esse assunto como muito importante, e hoje vejo na faculdade.” (SAL.19.F.B)

“Agora o tema é ecologia, aquecimento global. Eu sempre levanto a bandeira. Eu falo: ‘Ah, por que você não separa o lixo?’” (RJ.18/21.F.C)

“A escola tem muitas atividades para conscientizar sobre as questões do meio ambiente. Eles fazem eventos, teatro, usando material reciclado para alunos e famílias.” (SP.22/25.F.C)

O meio ambiente já aparece espontaneamente como tema preferido e que gera interesse para 9% dos jovens (ver gráfico 10) e como tema que gera preocupação para, pelo menos, dois em cada dez jovens (ver gráfico 11).

“No meu círculo de amigos tem uma galera bem envolvida com o aquecimento global. Muitas vezes a gente se encontra e conversa sobre isso, sobre o aquecimento global, o que a gente pode fazer pra melhorar alguma coisa. Tem vários que estão já se movimentando em relação a isso.” (POA.22/25.F.A)

“A gente fala muito sobre meio ambiente, a gente debate muito e acaba tendo várias idéias.” (SP.20.F.A)

Nos últimos anos, as questões sobre o meio ambiente, como lixo, água, energia, crimes ambientais (desmatamento) e mudanças climáticas, ganharam mais destaque na mídia nacional e internacional e passaram a ser assuntos que interferem na economia global e no dia-a-dia do jovem.

“De uns quatro ou cinco anos ouço falar mais. Na escola, os professores tentam conscientizar sobre o que está acontecendo hoje em dia. Temos muitos trabalhos de ciência. Este ano eu estou estudando a água, o grande ciclo da água e como economizar a água no uso doméstico. Eu ouço sobre isso na escola, em casa, na televisão e nos jornais.” (MAN.13.M.A)

No entanto, os problemas ambientais são peças isoladas de um grande quebra-cabeça que nem todos os jovens conseguem montar. Tratam as diferentes questões ambientais de forma pontual, sem relacionar um problema com o outro. A poluição e o lixo são problemas das cidades, o desmatamento só ocorre na Amazônia e na Mata Atlântica, e o aquecimento global é um problema internacional, que parece ainda não ter chegado ao Brasil. Alguns ainda falam como se o problema não fosse parte de sua geração, como se não fizessem parte desta “geração futura”.

A preocupação mais imediata do jovem com o meio ambiente diz respeito ao seu entorno.

GRÁFICO 13

PRINCIPAIS PROBLEMAS AMBIENTAIS

Resposta Estimulada e Múltipla

	Cidade	Brasil	Mundo
Poluição do ar	28%	13%	9%
Grande quantidade de lixo urbano e doméstico	19%	6%	3%
Poluição dos rios e águas	17%	12%	5%
Aquecimento global/efeito estufa	8%	15%	52%
Grande quantidade de lixo produzido pelas indústrias	8%	9%	7%
Falta de água potável/ racionamento de água	6%	4%	6%
Desmatamento	5%	27%	8%
Queimadas	4%	6%	4%
Alagamentos intensos e secas severas	3%	5%	3%
Elevação do nível do mar	1%	1%	2%
Nenhum destes	1%	0%	1%

P19. Na sua opinião e de acordo com esse cartão, qual é atualmente o principal problema ambiental da CIDADE? / P20. Na sua opinião, qual é atualmente o principal problema ambiental do BRASIL? / P21. Na sua opinião, e qual é atualmente o principal problema ambiental do MUNDO?

Base: total da amostra = 2.579 entrevistadas

A preocupação existe, a informação está sendo bem e amplamente transmitida, porém sua busca ainda é assumidamente pequena, superficial e, quando captada, dificilmente se transforma em ação.

Independentemente do grau de informação que cada jovem tem sobre o meio ambiente, quando discutem a questão chegam à conclusão de que a situação é bastante séria e que, daqui a alguns anos, as gerações futuras vão sofrer as conseqüências.

Os temas mais conhecidos são os mais comentados na mídia e na escola: aquecimento global, a falta de água, a camada de ozônio, o tsunami, as geleiras que podem acabar, o desmatamento e a emissão de CO2 e as discussões sobre o Protocolo de Kyoto, que não foi assinado pelos Estados Unidos nem pela China, dois grandes poluidores.

“A gente percebe que eles estudam e ficam com uma cabeça mais aberta. Ele até lembrou quando foi visitar o lixão na sétima série. É um tema muito trabalhado dentro das escolas. Ele sabe falar sobre camada de ozônio, falta de água, poluição do ar, melhor do que eu.” (Mãe, Ribeirão Preto)

A PARTE DE CADA UM

OS JOVENS

De maneira geral, os jovens se auto-avaliam como tendo um bom nível de informação sobre o meio ambiente. No entanto, este estudo mostra que ainda há muito a ser aprendido e, principalmente, muito a ser feito.

Informação não significa boa atuação. O que motiva a contribuição do jovem é a importância que ele atribui às questões do meio ambiente. Quanto maior a importância, maior a atuação.

O momento da tomada de consciência de cada jovem varia de acordo com o legado familiar, com a formação escolar e a qualidade da informação que ele absorve.

“Uma vez meu pai estava no farol e uma pessoa jogou uma casca de banana do carro. Meu pai teve a pachorra de descer do carro pegar a casca de banana e devolver no carro do cara, e falou: ‘Você joga lixo na sua casa, no seu quarto?’” (SP.22/25.F.C)

“Eu morei fora do país. Lá as coisas são diferentes, você tem vontade de assistir programas sobre isso. Os produtos, o consumo, as marcas abraçam as causas de verdade, dá vontade de vestir, consumir. E aqui a coisa é chata.” (RJ.22/25.M.B)

As principais fontes de informação sobre o meio ambiente são: televisão, 71%; jornal, 33%; internet, 29%; e as escolas e faculdades, 28%.

Quando o assunto é preservação do meio ambiente, os mais novos, de 12 a 14 anos, são os que se julgam os mais informados sobre o assunto. Em relação à contribuição, esses mesmos adolescentes também fazem auto-avaliação favorável.

Mas, nas ações práticas do dia-a-dia, é maior a contribuição dos jovens de 25 a 30 anos e também a dos mais escolarizados.

De maneira geral, os residentes em Manaus e no interior de São Paulo são os mais otimistas em relação ao tema meio ambiente. Já em Porto Alegre e Belo Horizonte, a postura é inversa.

A maioria declara uma mudança no comportamento cotidiano. A atitude mais citada foi não jogar o lixo na rua, na praia ou em qualquer outro ambiente – na cidade ou na natureza (55%). Além disso, reciclam (21%), fazem economia de água (23%) e de luz (10%). Poucos revelam não fazer nada.

“Se eu estou no carro, eu deixo o papel dentro do carro, mas eu vejo gente jogando lixo na rua, eu fico louca com isso.” (SP.22/25.F.C)

“A gente fica mais crítico nesses aspectos. A gente vê uma pessoa lavando o carro, está passando o sabão e deixa a mangueira aberta no chão, caindo água sem estar utilizando. Às vezes a gente pode não falar nada, mas a gente pensa a respeito.” (SAL.15/17.M.C)

Eles próprios definem que são atitudes muito básicas, mas que já fazem alguma diferença.

“Acho que os mais jovens estão tendo essa visão. É que a gente vai se f... depois. Meu avô não está nem aí, fica meia hora no banho.” (SP.18/21.M.B)

Na hora de consumir, num pequeno grupo já se observam algumas mudanças: olham se o produto tem algum selo pró-meio ambiente, gastam menos papel e copos plásticos, procuram optar por lâmpadas econômicas e automóveis flex.

“Eu acho que uma coisa que mudou desde o racionamento foi o uso de lâmpada fluorescente. Antes ninguém usava.” (SAL.18/21.F.A)

A POPULAÇÃO

Quando se comparam com a média da população, os jovens se percebem mais atuantes na preservação do meio ambiente. Vêm a população, de maneira geral, como menos informada, menos consciente, mais ignorante sobre as questões ambientais e, por isso, mais passiva, com uma atitude de quem “não está nem aí”.

“A minha filha freqüentemente recicla. Fazemos em casa a separação do lixo. Ela tem mais consciência e me policia. Ela diz que eu estou fazendo coisa errada.” (Mãe, Brasília)

“Se for colocar em porcentagem, uns 10% realmente se preocupam com isso. Muita gente fala bastante, poucos agem.” (POA.22/25.F.A)

GRÁFICO 14

O JOVEM X A POPULAÇÃO QUEM FAZ MAIS, SEGUNDO O JOVEM

Resposta Espontânea e Múltipla



População Entrevistado

P24. Pelo que você sabe ou já ouviu falar, o que você está fazendo de importante atualmente para preservar o meio ambiente? / Pelo que você sabe ou já ouviu falar, o que a população está fazendo de importante atualmente para preservar o meio ambiente? Base: total da amostra = 2.579 entrevistas

LIXO E RECICLAGEM: DOIS ÍCONES DA PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE.

Apesar de ser um assunto muito comentado, separar o lixo ainda não é uma ação incorporada ao cotidiano da grande maioria das pessoas.

No Brasil, apenas 8% dos municípios brasileiros têm coleta seletiva do lixo. A reciclagem no Brasil historicamente tem sido sustentada pelos catadores de rua informais. Estima-se que existam mais de 200 mil catadores de rua e mais de 40 mil pessoas vivendo diretamente da coleta de lixo em lixões.

Fonte : Almanaque Brasil Socioambiental - Dados 2007

Com isso, a reciclagem está mais associada a uma fonte de renda do que à educação e à conscientização.

Hoje os “catadores” são conhecidos como agentes de limpeza pública e reconhecidos pelo Ministério do Trabalho como uma categoria de trabalhadores: catadores de materiais recicláveis.

A VISÃO DE QUEM SOBREVIVE DO LIXO

Na visão dos “catadores de lixo”, aqueles que puxam carroças nas cidades, e dos “receptadores de lixo”, aqueles que compram e revendem o lixo, o negócio do lixo vem crescendo. No entanto, mesmo com o aumento da reciclagem de alguns materiais, ainda faltam conscientização da população e esforços do governo para que a atividade se torne mais eficiente e rentável.

“Há 18 anos eu trabalho com lixo. Já trabalhava com meu pai, ele foi uma das primeiras pessoas a montar isso aqui, há uns 50 anos atrás. Meu avô também era catador, era conhecido como ‘Zé Carrinho’, porque ele andava com um carrinho catando e comprando lixo. Meu pai trocava ovo de galinha por lixo. Quando o meu pai morreu eu comprei a parte dos meus irmãos e toquei o negócio. Antigamente não se mexia muito com plástico, era mais sucata e papelão, hoje o plástico é muito valorizado. As empresas já estão reciclando e as escolas também. Muita gente já vende lixo direto para empresas de reciclagem, nem passa por aqui. Mas tem muita gente ainda que não sabe o que fazer com lixo, não sabe reciclar. Se tivesse uma divulgação da prefeitura ajudaria, precisa de campanhas para estimular. Essa é uma atividade que ainda vai crescer e eu pretendo passar o negócio para meus filhos.” (Empresa que compra lixo)

“Aqui na escola, muitos deles são filhos ou são catadores de lixo. Eles saem na madrugada catando papelão, materiais recicláveis, e voltam para casa para separar esse lixo e vender. Agora eles conseguiram trazer para o bairro uma usina de reciclagem e estão bem empenhados. A nossa escola entrou nesse projeto, e já estamos começando a reciclar o nosso lixo. Eu sei que os alunos têm esse tipo de preocupação, mas não sei se é com o meio ambiente ou se é com o trabalho deles. O engraçado é que a grande preocupação deles é a água, eles têm muito medo de não ter água potável para beber. Quando eu coloquei os bebedouros aqui na escola eles não cansavam de descer para beber água gelada, porque eles não têm isso em casa. Eles vêem o rio poluído e muitas crianças morrendo por causa da água contaminada. Quando chove muito eles querem ir embora correndo porque o rio transborda. A própria realidade deles acaba levando à consciência e à preocupação.” (Diretora de escola pública – São Paulo)

A CONTRIBUIÇÃO DAS ESCOLAS

Os jovens concordam que as escolas têm um papel fundamental na questão do meio ambiente, uma vez que ensinam, conscientizam, promovem debates e ações práticas.

Os professores estão entre os maiores e mais próximos influenciadores do jovem, pois usam uma linguagem mais simples e descomplicada para falar do tema.

“Na escola eu acho um vocabulário fácil. A professora tenta explicar o mais claro possível. Quando pesquiso na internet, vem escrito em palavras mais formais, aí já é um pouco mais complicado. Na internet, não sei, acho que são especialistas que escrevem.” (POA.13.F.A)

Como regra geral, o aprendizado maior sobre a questão do meio ambiente vem das escolas e menos freqüentemente da família. Os próprios pais reconhecem que muitas informações e até mudanças que ocorreram nos hábitos da família foram estimuladas pelos filhos e semeadas pelas escolas.

“Hoje eu guardo óleo, antigamente jogava na pia. Mas quem trouxe essa visão para casa foi o meu filho. Todos em casa passaram a participar.” (Mãe, Ribeirão Preto)

“Nossa geração não foi educada nesse assunto. Os jovens na escola são informados e absorvem mais. Nossa geração foi mal acostumada, e para mudar um hábito é difícil. Em casa mudamos alguns hábitos, como separar o lixo, economizar água e energia.” (Mãe, Brasília)

Os jovens concordam totalmente que:

- as escolas ensinam a preservar o meio ambiente (40%) e promovem muitos debates sobre o tema (36%);
- os professores estão bem informados (40%) e comprometidos com o meio ambiente (34%);
- as escolas e faculdades têm latões de lixo para estimular coleta seletiva (46%).

“Já estudei bastante no colégio sobre esses assuntos e me interessei muito sobre isso. Na escola a professora de física fala da falta da água. É um assunto que me chama a atenção porque a porcentagem de água doce no planeta é muito baixa e cada vez mais está diminuindo. Desmatamento, poluição, efeito estufa... são muito preocupantes, porque o ser humano, ele mesmo, está se matando, poluindo e desmatando as florestas. Tudo isso pela ganância do dinheiro. Daí, isso vai fazer mal daqui a uns anos. Hoje nós não estamos sofrendo muito, mas daqui a uns anos nossos netos e filhos vão sofrer. Mas já está começando agora... Esses problemas, essas preocupações.” (MAN.13.M.A)

AS ONGS

Embora existam cerca de 1.600* ONGs locais e milhares de ONGs internacionais que trabalham por causas ambientais no Brasil, é baixo o conhecimento espontâneo do nome delas. A ONG mais citada espontaneamente é o Greenpeace (13%), seguida do WWF (3%).

*Fonte: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) - Perfil das ONGs no Brasil, 2006.

No entanto, os jovens reconhecem que as ONGs são fundamentais, por serem as que mais lutam e contribuem com as causas ambientais.

“Tudo que leio é pela internet. Leio sobre a água ou poluição, o que mais vejo são notícias de ONGs como Greenpeace.” (SP.18/21.M.B)



A MÍDIA

A atuação da mídia em causas ambientais é vista como mais informativa, trazendo notícias (39%) e propagandas (23%), e, na visão dos jovens, poderia ser mais mobilizadora.

Para o jovem, a mídia se comporta em ondas.

É mais atuante nos momentos de desastres ambientais naturais ou causados por empresas (43%). Por isso, entendem que a mídia trata as questões ambientais como mais um tema que gera audiência.

“Se no momento for moda, ela vai falar. Quando tem um desastre ecológico, todo mundo fala daquilo durante uma semana, na outra semana esquece tudo, e vai falar de outra coisa.” (RJ.22/25.M.B)

No entanto, consideram a mídia como o “quinto poder”, capaz não só de informar, mas de mudar comportamentos e mobilizar um grande número de pessoas.

Concordam que a mídia deveria trazer mais conteúdo sobre o meio ambiente (53%) e, principalmente, incentivar o jovem a atuar na preservação (73%).

“A mídia funciona como um quinto poder, muita gente vê, é totalmente formadora de opinião. A principal influência vem da mídia.” (SP.18/21.M.B)

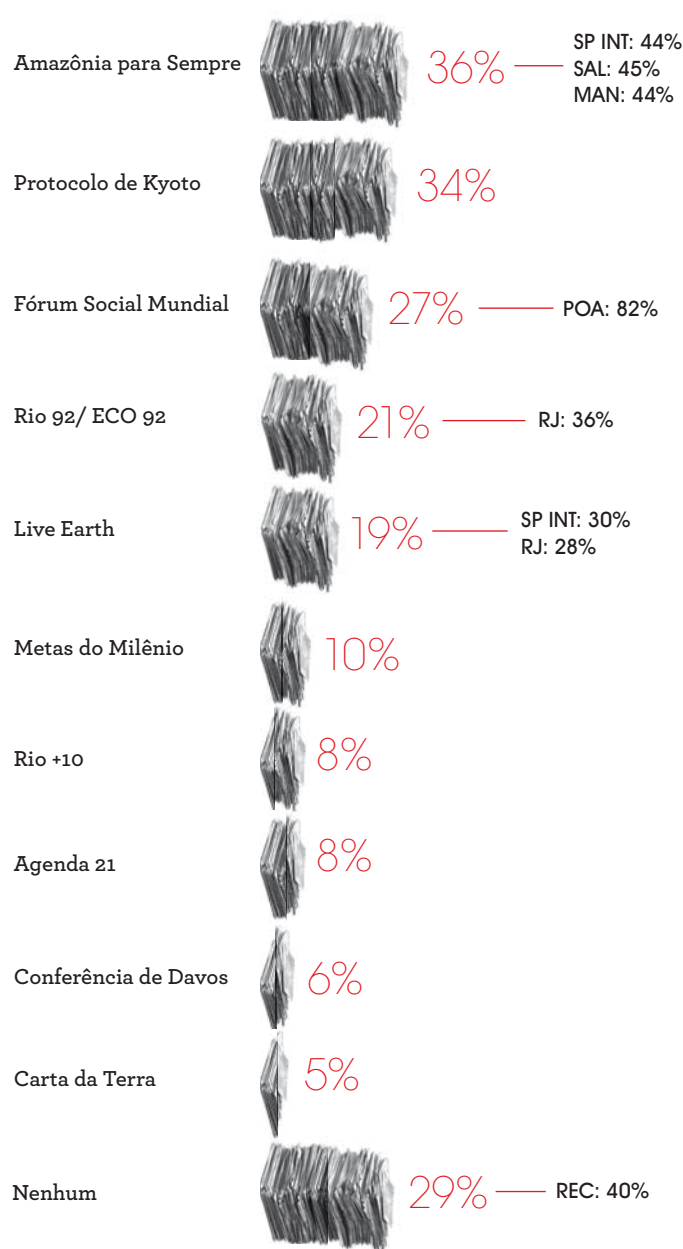
Quando estimulados sobre os movimentos e fatos em defesa de causas socioambientais, citam o movimento “Amazônia para Sempre”, que tem entre seus principais líderes artistas e celebridades da TV (36%), seguido do Protocolo de Kyoto (34%), que foi um dos temas mais trabalhados nas escolas e com grande repercussão na mídia pelo fato de os Estados Unidos não o terem assinado.

Em Porto Alegre é alta a lembrança do Fórum Mundial (82%), e no Rio é mais forte a lembrança do Rio 92 (36%) e do Live Earth 2007 (28%).

GRÁFICO 15

A FORÇA DA MÍDIA E A DA ESCOLA JUNTAS PODE MUDAR MUITA COISA

Resposta Estimulada e Múltipla



P32. De acordo com este cartão, dos fatos e acontecimentos que ocorreram nos últimos tempos, quais deles você conhece ou já ouviu falar?
Base: total da amostra = 2.579 entrevistas

“Kyoto eu sei. É um acordo entre alguns países para diminuir a emissão de CO2 pelas indústrias. Eu sei que os Estados Unidos não quiseram assinar.” (RIB.24.FA)

“Eu sei do Fórum Social aqui em Porto Alegre. Eu fui. Teve palestras, shows, gente do mundo inteiro. Falaram sobre raças, política e economia dos países.” (POA.17.FC)

“Falta educação. Porque todo mundo fala: ‘Ah, tem que reciclar, usar menos bolsa plástica’, mas ninguém ensinou nas escolas a reciclagem. Ninguém ensinou a separar lixo. Eu acredito que o Brasil não tenha educação suficiente para reciclagem. Agora estão reciclando latinha porque ganha dinheiro.” (RJ.18/21.FA)

O GOVERNO

Os jovens não vêem o governo trabalhando de forma planejada e integrada em questões socioambientais: 34% acham que o governo não faz nada pelo meio ambiente e 28% não sabem dizer o que o governo tem feito sobre essas questões. Ou seja, seis em cada dez jovens não sabem o que o governo faz pelo meio ambiente.

Sabem que existem bons projetos iniciados por líderes do governo que trabalham de forma altruísta.

“Eu vejo que tem uma certa preocupação do governo, volta e meia tem encontros para parar com a emissão de gases. Acho que o governo está fazendo o papel dele, talvez não consiga porque é complicado.” (POA.20.M.A)

“Vi algumas atitudes curiosas da ministra Marina Silva*. Ela tem tido coragem de combater as irregularidades.” (DF.21.M.C)

*Ainda no cargo de ministra do Meio Ambiente

Na visão dos jovens, com exceção das “bolsas” assistencialistas, a atuação isolada e descoordenada acontece em todas as áreas do governo, não só no meio ambiente. O governo pode até estar fazendo algo, mas o crônico descrédito se manifesta automaticamente.

“Eu não vejo diferença nenhuma entre o Bolsa Família e compra de votos. Eles estão só interessados nisso.” (POA.15/17.M.B)

“Desmatamento da Amazônia: o que o governo está fazendo de verdade contra isso? Fica só no papel.” (SP.15/17.FA)

Se, por um lado, o jovem acredita que o Brasil tem vantagem em relação ao mundo por ser um país com abundância de água e ter a Amazônia, por outro, eles temem que conflitos possam surgir no futuro com outros países.

A Amazônia é sem dúvida um assunto que chama a atenção.

A maioria dos jovens tem uma opinião ou algo a dizer. São otimistas com relação à situação do Brasil, mas demonstram que não sabem quase nada sobre a realidade brasileira, mais ainda quando em comparação com o resto do mundo. Porém, críticas não faltam.

“A Amazônia é um patrimônio mundial. Hoje qualquer país pode patentear as ervas medicinais, as frutas originárias da Amazônia. Acabou, eles tomaram conta e nós não fizemos nada...” (SP.15/17.FA)

“O mundo cobra muito do Brasil por ter maior capacidade de água e ter a floresta. São bens que o mundo quer se apropriar. É preciso que o Brasil tome mais cuidado com suas reservas. E acho que ainda não acordou para isso. Não faz o necessário, não investe no tratamento de água. Coral está em extinção, já morreram duas toneladas.” (SAL.28.FA)

“O Brasil tem feito algo pra mudar, mas está meio que engatinhando, tem feito pouco, mas não deixa de ser importante. Mas o Brasil está mais consciente do que muito país de primeiro mundo.” (DF.22.FA)

“Acho que em relação aos EUA e Europa está bem atrasado. Agora, em relação a outros países pobres da África, México, aí está adiantado, está igual à Argentina. Acho que quanto mais desenvolvido o país, mais consciência tem, porque tem mais dinheiro envolvido.” (POA.17.F.C)

58% dos jovens avaliam que o Brasil está no mesmo patamar de atuação de outros países nas questões ambientais.

Eles também percebem que a atuação do governo é mais focada na questão da Amazônia (61%). É bem mais baixa a percepção de que o governo está começando a se mostrar mais consciente (38%) e aprovando mais projetos (33%).

Quando estimulados a refletir sobre a atuação do Estado, os jovens sugerem que o governo deve: fazer várias campanhas para ensinar a população a preservar o meio ambiente (78%) e incentivar o uso de biocombustíveis (52%).

O COMPROMISSO AMBIENTAL DAS EMPRESAS

Os jovens sabem pouco sobre o que as empresas têm feito pelo meio ambiente, mas sabem que existem tanto as empresas que fazem algo de bom quanto as que só poluem ou prejudicam.

No geral, a atuação das empresas na questão ambiental é percebida como sendo pior do que a atuação do governo e ainda não tendo evoluído da fase de reciclagem de lixo: 31% concordam que as empresas já são conscientes sobre a reutilização de seu lixo.

Vale lembrar que, quando falam de empresas, os jovens não pensam só nas grandes corporações nacionais e estrangeiras que atuam no Brasil, mas sim nos 5 milhões* de micro, pequenas e médias, que representam 99% do total do mercado e que são as empresas mais próximas de sua realidade.

*Fonte: SEBRAE.

Mesmo com o investimento de R\$ 756 milhões* das empresas em campanhas do terceiro setor (desse total 20% só em campanhas de sustentabilidade), 58% dos jovens não percebem a atuação das empresas: 32% citam que as empresas não fazem nada pelo meio ambiente e outros 26% não sabem dizer o que as empresas têm feito.

*Fonte: Ibope Monitor, 2007.

“Eu acho que isso que as empresas fazem de responsabilidade não é por serem boazinhas, é por obrigação. Pela multa que vão tomar.” (RJ.22/25.M.B)

“As empresas ganham descontos. Quando a empresa é muito grande, uma corporação grande, eles têm que ajudar, para conseguir um tipo de desconto.” (SP.18/21.M.B)

A imagem das empresas não é muito favorável entre os jovens quando o assunto é meio ambiente. Eles percebem mais propaganda que ação, mais moda e interesse financeiro que investimento.

Embora não mencionem o termo “greenwash” já existe a percepção que esta é a prática de algumas empresas.

Apenas 11% concordam totalmente que as empresas têm investido na preservação do meio ambiente.

As empresas passaram a agir mais em relação à preservação do meio ambiente pelo interesse financeiro. **40%**

Algumas empresas fazem propaganda dizendo que preservam o meio ambiente, mas na prática poluem e não reciclam. **39%**

Muitas empresas usam na propaganda o tema do desenvolvimento sustentável porque está na moda. **37%**

“Existem empresas que se importam. Não lembro de nenhuma, eu digo isso pelo que me informei. Mas acaba sendo por dinheiro mesmo, porque o cliente vê que aquela empresa está fazendo tal coisa pelo meio ambiente e acaba achando legal e acaba comprando mais daquela empresa. Mas não que ele se importe mesmo pelo meio ambiente.” (SP.20.F.A)

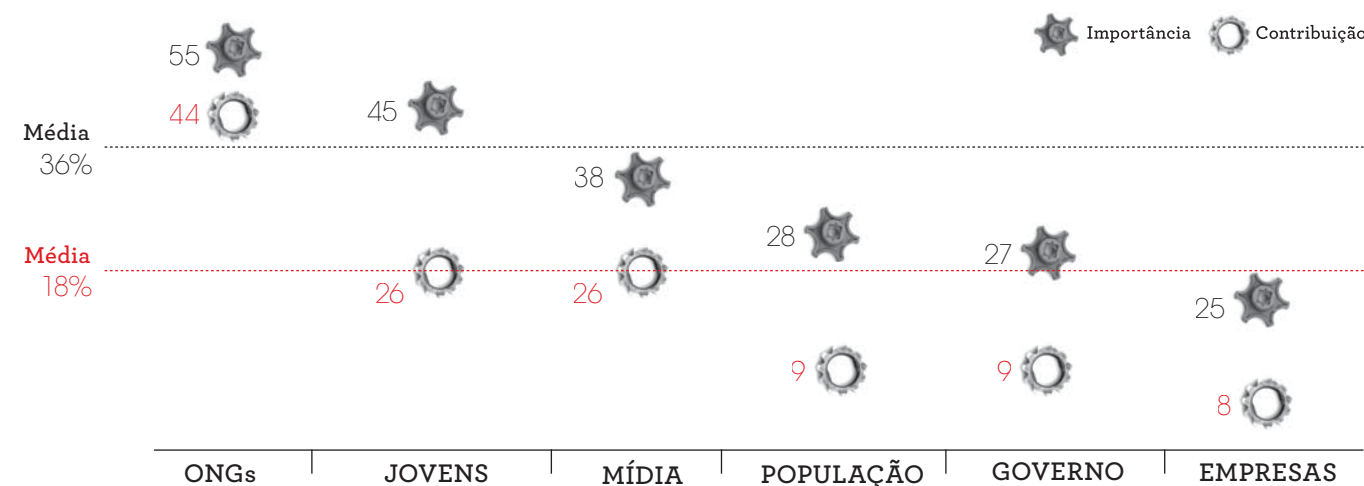
“Hoje a minha empresa tem propaganda de sustentabilidade e tal, mas não tem uma agência em que os papéis são reciclados, são todos jogados fora. Eles colocam como um marketing, mas não fazem na prática. Então aí entra a responsabilidade socioambiental, não é só falar mas fazer, agir mesmo.” (RJ.18/21.F.C)

“Acho que está na moda, e as empresas fazem porque têm desconto. ‘Ah, esse cuida do meio ambiente’: às vezes é só propaganda, estratégia de marketing.” (SP.18/21.M.B)

Entre todos os públicos, só as ONGs superam a importância e a contribuição que o jovem dá ao tema meio ambiente. A população, o governo e as empresas estão abaixo da média no que se refere à importância e à contribuição.

GRÁFICO 16

QUEM SE IMPORTA MAIS E QUEM CONTRIBUI MAIS COM O MEIO AMBIENTE (em %)



P25. Pensando na importância da preservação do meio ambiente para o futuro da civilização e utilizando esta escala de 0 a 10, que nota de 0 a 10 você dá para a importância que o/a ___ atribui para a preservação do meio ambiente? Base: total da amostra = 2.579 entrevistas (Top Three Boxes: 10 + 9 + 8) P22. Pensando na contribuição para a preservação do meio ambiente e utilizando uma escala de 0 a 10, em que 0 significa que não contribui em nada e 10 que contribui muito, que nota você daria para o/a ___ na preservação do meio ambiente? Base: total da amostra = 2.579 entrevistas (Top Three Boxes: 10 + 9 + 8)

ENTENDENDO, OU TENTANDO ENTENDER, OS CONCEITOS: SUSTENTABILIDADE, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E CONSUMO CONSCIENTE

SUSTENTABILIDADE: UM CONCEITO AINDA SEM LEGENDA

Mesmo com toda a exposição na mídia e na propaganda, esse é um termo que ainda não faz parte da realidade desses jovens. É considerado difícil, complexo e capaz de gerar múltiplas interpretações. O silêncio é a reação espontânea imediata quando se coloca essa palavra diante de um jovem. Ele tem que pensar para falar.

“Não sei, isso ninguém comenta.” (BH.14.M.A)

“Quando você pergunta sobre sustentabilidade, tem muita gente que não sabe o que é. É difícil entender, não explicam muito.” (SP.16.F.A)

“Não arranjaram um jeito mais leve de chegar no cérebro da gente e explicar essa palavra.” (SP.15/17.F.A)

Na tentativa de explicar o que é sustentabilidade, o jovem tenta os mais diversos caminhos: ter emprego, se sustentar, ter uma estrutura, ter educação, ter uma faculdade, ter um carro próprio, ter família, se planejar, não desperdiçar, reaproveitar, preservar.

Alguns chegam mais perto, mas ainda associam o termo somente ao meio ambiente: “preservar para não faltar”, “ter responsabilidade socioambiental”.

“Já vi no comercial de um banco. Eles querem passar que são uma empresa consciente, que fazem tudo certinho, que podemos confiar. Mas esse termo ainda é pouco claro.” (RJ.24.F.C)

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UMA LEVE IDÉIA DO CONCEITO

Diferentemente do que acontece com sustentabilidade, desenvolvimento sustentável é um conceito que os jovens tentam explicar mais. Ainda assim, a expressão recebe definições distantes do seu verdadeiro significado.

“Comida, fome, já ouvi falar. Eu associo à falta de comida para a classe baixa.” (RIB.17.F.B)

“É crescer e não pensar nas conseqüências. Você tem uma fábrica de celulose, desmata, desmata e não replanta. Vai chegar uma hora que não vai mais ter de onde tirar.” (RIB.28.M.B)

Mencionam também que é um termo da moda e que tem sido usado em propagandas de empresas.

Mesmo em menor número, já existem jovens que sabem o significado da expressão.

“Um desenvolvimento que não atrapalha os aspectos do futuro. Que possa suprir as necessidades de agora e não atrapalhe as gerações futuras.” (MAN.13.M.A)

“Acho que você desenvolver seu país com o objetivo de respeitar, que a produção seja somente necessária para aquele país se sustentar bem. Sempre em dia, respeitando os indivíduos da sociedade...” (RJ.18/21.F.C)

“O que eu sei é que a partir da industrialização houve um crescimento muito grande sem se preocupar com o meio. As cidades começaram a se desenvolver, e cresceram de uma forma que eles acharam que era desenvolvimento, e na realidade não foi o que aconteceu. Agora está tendo essa consciência de desenvolvimento sustentável, mas elas foram agredindo todo um meio pra desenvolver esse capitalismo, essa coisa da indústria, sem se preocupar com as outras coisas. A gente precisa ter consciência de que as coisas não são infinitas.” (POA.22/25.F.A)

CONSUMO CONSCIENTE: O CONCEITO MELHOR ENTENDIDO

Consumo consciente também gera muitas interpretações, e a maioria delas converge para um entendimento próximo do correto: comprar somente o necessário, consumir menos compulsivamente, comprar produtos e embalagens que não prejudiquem o meio ambiente, ter bom senso e responsabilidade ao comprar e consumir, não desperdiçar água, energia, alimentos. Há também quem entenda consumo consciente como a atitude de não consumir drogas ou produtos prejudiciais à saúde, mas é uma minoria.

“Comprar apenas o necessário. Usar produtos de empresa que faz alguma coisa para combater o aquecimento, ou polui menos. Papel só de empresa que faz reflorestamento. Fazer as coisas pensando no amanhã, nas conseqüências.” (RJ.18/21.F.A)

“Eu fui comprar geladeira e fogão e falei: ‘Quero uma geladeira que consuma menos energia’, por mais que seja um pouquinho mais cara, foi o que eu pensei. Ela tem o selo de consumo sustentável, e eu não quero tirar o selo porque pelo menos mostra que eu fiz alguma coisa. Vou olhar pra ele todos os dias, pelo menos eu durmo um pouco tranqüila. A gente não tem essa consciência de atos diários.” (SAL.22/25.F.A)

“É o consumo preocupado com a preservação, que hoje em dia tudo é sustentável. As empresas lançam muitas marcas, mas temos que parar para analisar se realmente existe uma preocupação com a sustentabilidade do mundo ou é uma questão de propaganda.” (SAL.22.M.C)

“Eu imagino uma pessoa sabendo exatamente o que ela está comprando, saber quais são os componentes, se aquilo é saudável, se é feito por uma empresa que colabora com o meio ambiente, que não abusa do trabalho infantil, escravo. Você saber exatamente qual é a origem daquilo que você está comprando.” (RIB.24.F.A)

Existe um consenso de que o consumo hoje em dia é exacerbado. Todos consomem por consumir e vivem na dualidade de achar isso bom e, ao mesmo tempo, um problema.

“É mais difícil consumir quando a gente passa a ter um pouco de consciência e crítica, começa a olhar as coisas de uma maneira diferente. Pra que eu estou consumindo tanto? Eu preciso realmente disso? Pra que eu preciso ter 30 mil bolsas, 30 mil sapatos, 30 mil roupas? O que isso vai me acrescentar?” (POA.22/25.F.A)

Mesmo quando estimulados com os conceitos escritos num cartão, 43% não conhecem/nunca ouviram falar na palavra sustentabilidade, e 42% não conhecem/nunca ouviram falar em desenvolvimento sustentável.

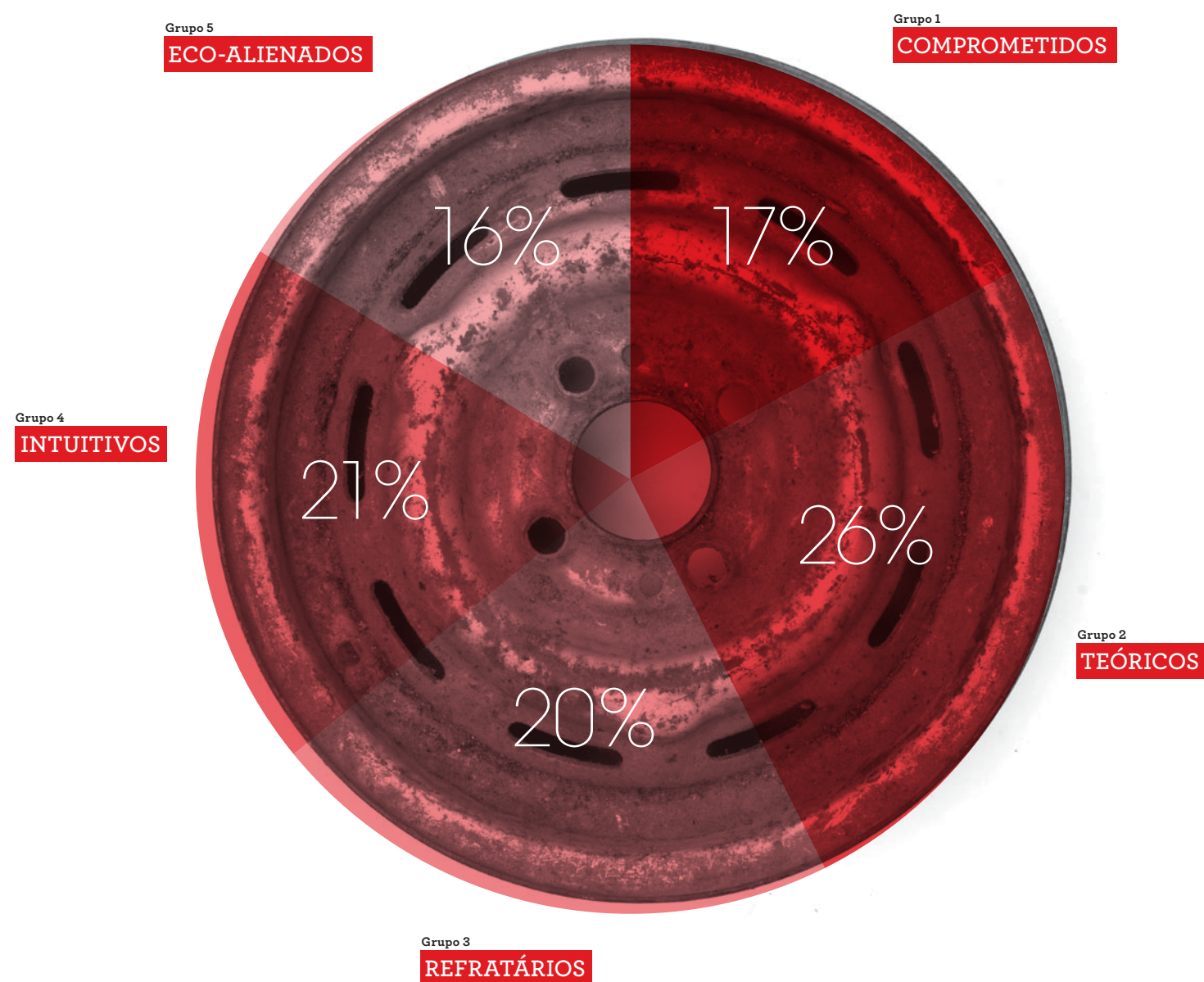
19% dos jovens nunca ouviram falar em nenhum desses conceitos, mesmo quando estimulados.



SEGMENTAÇÃO: OS DIFERENTES PERFIS

Na questão do meio ambiente, foi possível identificar entre os jovens brasileiros diferentes grupos quanto ao nível de conhecimento e engajamento no tema.

GRÁFICO 17



GRUPO 1: "OS COMPROMETIDOS" (17%)

"Sou consciente, ajudo a conscientizar, faço tudo o que posso."

Conhecem e valorizam as causas ambientais. Falam sobre isso com os amigos e têm pais também conscientes do legado ecológico. Praticam seus conhecimentos nas atitudes do dia-a-dia: separam o lixo para reciclagem e aumentaram o consumo de produtos orgânicos.

É o grupo em que mais se encontra quem já plantou uma árvore, além de ser o que mais reutiliza papel na impressão, mais evita usar sacolas plásticas e mais busca alternativas para reduzir o uso do carro.

Eles acreditam nas soluções oficiais para a causa através da ação conjunta da sociedade: governo, mídia, população e ONGs.

Discordam que cientistas exageram quando falam dos efeitos do aquecimento global.

Têm um bom conhecimento, mas não o maior entre todos os grupos, sobre fatos, acontecimentos e conceitos relacionados à preservação do meio ambiente.

Junto com o grupo 2, são os mais atuantes quando o assunto é economizar água e energia e não jogar lixo na rua, defendendo inclusive a aplicação de multa para essa infração, e os mais contrários ao desmatamento para produção de alimentos. Valorizam, mais que todos os outros, as empresas e produtos ecologicamente corretos.

São os mais preocupados com o tempo que as coisas levam para se decompor e com o futuro dos filhos, sendo também os que mais acreditam em uma maior consciência dos filhos sobre a preservação do meio ambiente. São os mais críticos em relação à adaptação do ser humano nos próximos 20 anos, caso não haja mudança de atitude.

Têm uma imagem positiva das instituições, com destaque para ONGs, mídia e escolas. Admitem que a mídia tem ajudado a ensinar a população a preservar o meio ambiente, mas cobram dela um papel ainda mais ativo. Concordam, mais que a média, que os professores estão informados e comprometidos com o tema e que a escola tem ensinado os alunos a preservar o meio ambiente.

Esperam do governo mais campanhas que ensinem a população a preservar o meio ambiente. São favoráveis aos biocombustíveis e percebem que o governo hoje tem mais projetos ambientais que no passado.

Acreditam que as empresas usam a causa ambiental por modismo e são pouco comprometidas com a causa (interesse mais financeiro que social), mas concordam que elas têm conscientizado seus funcionários e se preocupado mais com seu lixo.

Mesmo sendo muito ativos, "os comprometidos" acreditam que devem fazer ainda mais pela preservação do meio ambiente.

"É muito alto o nível do desmatamento aqui. Eu fico pensando que o ser humano está destruindo a si próprio. Eu já fui na floresta, porque minha avó tem um sítio lá e nós gostamos muito da floresta, do canto dos pássaros, ar puro, tomar banho de igarapé. É muito melhor na floresta. Aqui nós nos sentimos privilegiados por ter o rio Amazonas, a floresta. É bem preservado onde minha avó tem casa, eles só tiram madeira para o consumo deles e porque ela mora lá. Nós só entramos na mata com o papai, ele conhece lá, sozinho ele não deixa ir porque é perigoso. Aqueles temas interferem no meio ambiente, porque se nós consumimos conscientemente nós vamos estar ajudando a preservar o meio ambiente." (MAN.13.M.A)

"Eu mudei as atitudes e tenho consciência de que a terra é um planeta vivo. O homem tem que preservar, senão vai chegar uma época que a situação vai ser muito conflitante. Conscientizo pessoas, não jogo papel no chão, tento ser natural, saudável, evito coisas industrializadas." (SAL.28.F.A)

"Eu me achei, estou no Direito Ambiental, já decidi o que vou seguir. Eu estou começando uma pesquisa, já tem 2 anos que estou procurando aprender sobre isso. Entender mais, saber mais. E já decidi qual área eu vou seguir, onde eu for trabalhar eu quero ser bem atuante em relação a isso." (POA.22/25.F.A)

"Eu estou evoluindo bastante, tanto na prática como na conscientização. Mas não me daria nota 10, porque por mais que a gente tenha consciência e boa prática sempre temos que melhorar." (SAL.15/17.M.C)

GRUPO 2: “OS TEÓRICOS” (26%)

.....
“Sou consciente, mas não faço tudo o que deveria.”

Eles têm o maior conhecimento teórico e são os mais idealistas em relação a causas ambientais. Porém, a atuação efetiva no dia-a-dia não é tão alta. São os que mais reivindicam (SAC, escola), os que mais participariam de algum movimento em prol da causa e os que mais acreditam que a solução para o meio ambiente está nas mãos da população. Apresentam legado ecológico alto, mas em menor intensidade que “os comprometidos”.

Preocupam-se em economizar água e energia e não jogar lixo na rua na mesma proporção do grupo 1, mas não demonstram empenho equivalente em relação a outras práticas, como a redução do uso do carro.

Trata-se do grupo mais elitizado em termos econômicos e de escolaridade. Interessam-se pelas causas ambientais, principalmente o aquecimento global, mas também pelas sociais, políticas, educacionais, além de questões tecnológicas e atualidades.

Conhecem e valorizam o assunto tanto quanto “os comprometidos”. Mas, devido à formação, demonstram mais conhecimento teórico em relação a conceitos e fatos relacionados à preservação do meio ambiente. Jornal e internet são fontes de informação com utilização acima da média.

Têm ações em casa em prol do meio ambiente e também se destacam pelas atitudes proativas em relação ao meio ambiente: “pegam no pé” dos amigos e familiares, mas em ambas as situações com menos destaque do que “os comprometidos”.

No ranking, é o segundo grupo que mais valoriza as causas ambientais.

Acreditam, um pouco mais que a média, que a população vai virar o jogo em favor do meio ambiente, e não acreditam que isso seja tarefa do governo. Discordam (junto com grupos 4 e 5) que as pessoas não estão fazendo nada em prol do meio ambiente.

.....
“Eu tenho atitudes simples. Só o fato de fechar a torneira enquanto escovo os dentes já faz diferença. Minha evolução tem me deixado cada vez melhor: procuro não gastar energia, não jogo lixo na rua, não participo de festas em locais de natureza.”
(DF.21.M.C)

.....
“Eu faço bastante coisa, eu sou um cara preocupado com o lixo na rua, com o tempo que estou tomando banho, levo o carro para lavar a seco. Vou à padaria de carro, sou sedentário.”
(SP.18/21.M.B)

.....
“Eu não estou fazendo tudo o que posso, não sei se compraria uma toalha de bambu, mas não estou totalmente desligada. Eu não vou jogar papel no chão, e nem gasto energia à toa.”
(SP.15/17.F.A)

GRUPO 3: “OS REFRACTÁRIOS” (20%)

.....
“Não me importo, não me esforço.”

É o grupo que menos valoriza as causas ambientais e o que mais concorda que “na prática não faz nada”.

São conscientes que têm baixo conhecimento sobre assuntos relacionados à preservação do meio ambiente e legado ecológico, mas ainda assim maior que o dos grupos 4 e 5. Eles até se preocupam com o futuro dos filhos e com o tempo que as coisas levam para se decompor na natureza: “mas esse é um problema para outras gerações”.

Têm conhecimento semelhante ao da população em relação a fatos e acontecimentos relacionados à preservação do meio ambiente. Porém são os que menos valorizam o assunto.

A formação ecológica recebida em casa é um pouco menor que a observada para a média da população: os pais são menos conscientes, mais ultrapassados, assim como seu grupo de amigos.

São menos idealistas: preferem trabalhar infelizes por dinheiro que trabalhar por prazer.

Não fizeram nenhuma mudança no dia-a-dia pela causa. E como não fazem e não querem fazer, na projetiva acreditam que a população não está contribuindo para preservar o meio ambiente. Mesma percepção negativa é atribuída ao governo e às empresas.

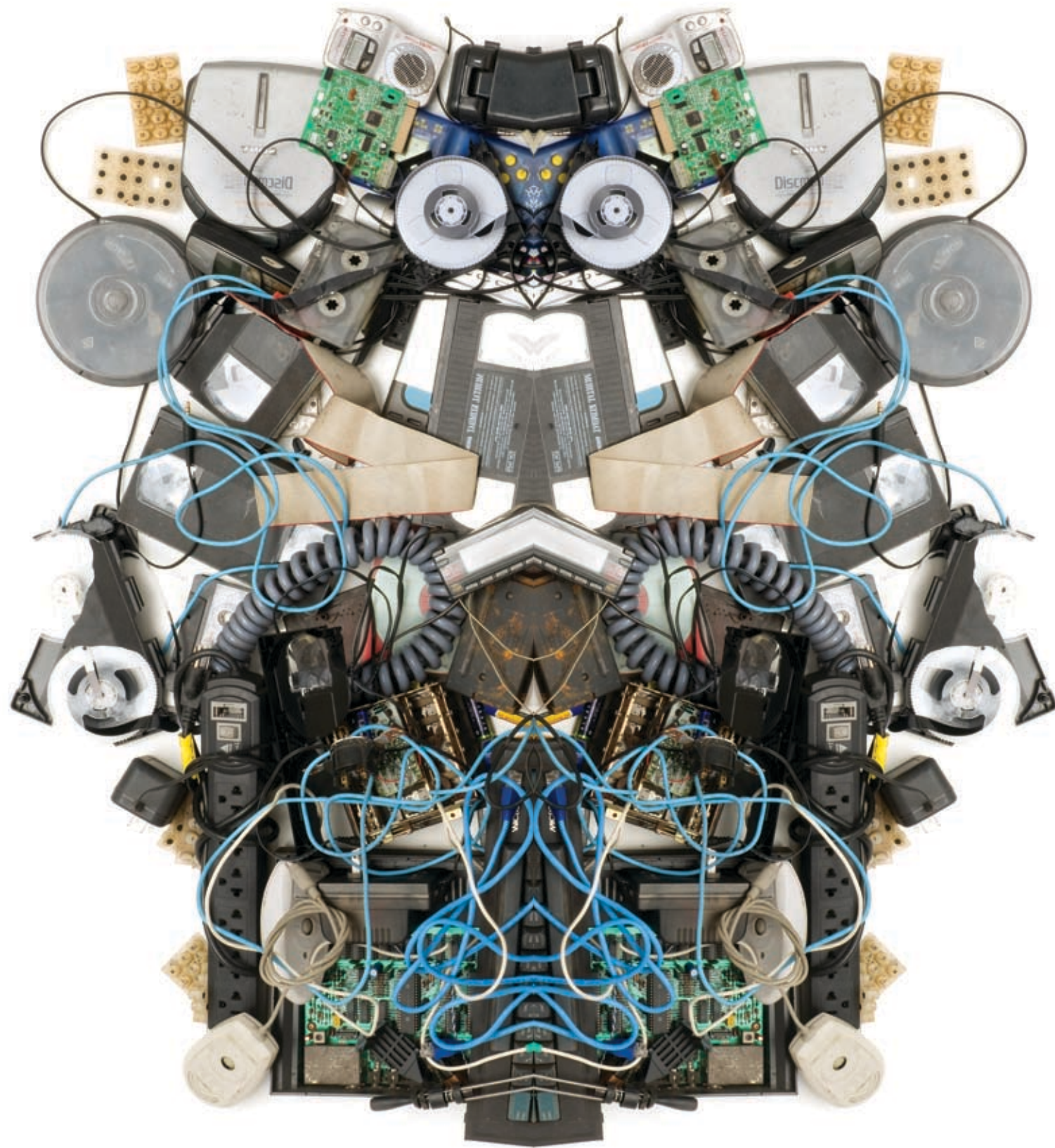
.....
“Sou consciente, mas despreocupado. Quando afetar a mim eu vou me preocupar mais. Enquanto está meio fora, tu não pensa muito nos outros.”
(POA.15/17.M.A)

.....
“Falta procurar, eu só busco informação que eu quero. Sobre esporte eu sei tudo o que está acontecendo; sobre outras coisas, é o que me falam no colégio.”
(POA.15/17.M.A)

.....
“Minha mãe sempre falou: é melhor sobrar do que faltar. A gente nunca se preocupou muito com essas coisas de luz. Na sala de casa deve ter umas oito lâmpadas. Põe aquilo tudo de lâmpada porque fica bonito, sendo que uma única lâmpada faria o mesmo efeito de iluminar.”
(SAL.18/21.F.A)

.....
“A gente tem que desmatar até um certo limite, porque não dá para viver só preservando. Porque a gente precisa também fazer cadeira, mesa, não tem como viver sem essas coisas até o limite sustentável.”
(BH.29.F.A)

.....
“Acho que é um assunto chato, mas você tem que saber... Só saber já está bom, não precisa ficar comentando, conversando sobre isso. Só sei que tem que preservar e ponto.”
(BH.14.M.A)



GRUPO 4: “OS INTUITIVOS” (21%)

“Gostaria de ter mais conhecimento para fazer.”

É o grupo com baixa formação e consciência ecológica, mas com alguma atuação: superior ao grupo 3 e inferior aos grupos 1 e 2.

Não demonstram domínio do assunto ou consciência ecológica. A prática parece ser mais intuitiva.

Os pais têm baixa consciência ecológica, e o grupo poucas atitudes ecológicas em casa. Apesar disso, economizam água e energia, têm cuidado com o lixo e com o gasto de papel e são proativos em relação a amigos e familiares em atitudes ecológicas positivas.

Acreditam ter algum conhecimento sobre preservação do meio ambiente (auto-avaliação). Mas, na prática, demonstram baixo domínio sobre o assunto e pouca consciência ecológica.

Mostram grande distanciamento e desconhecimento da atuação das instituições e acham difícil a linguagem que a mídia utiliza para falar do assunto.

“Eu não entendo muito sobre esse assunto, mas o pouco que entendo eu faço. Poderia fazer mais, mas não sei como. Se você está com um amigo e vê jogar uma coisa no chão, tem que falar para não jogar.” (RJ.25.M.C)

“O pouco que eu sei eu faço, e tem muitas coisas que eu não tenho conhecimento, gostaria de saber como funciona.” (SP.22/25.F.C)

GRUPO 5: “OS ECO-ALIENADOS” (16%)

“Sou alienado, ah-ah-ah-ah-ah!”

É o segmento com menor conhecimento, o que apresenta menos ações ecologicamente corretas e o com menor legado ecológico.

São os que menos conhecem conceitos, fatos e acontecimentos relacionados à preservação do meio ambiente.

Seus pais não têm consciência ambiental e são resistentes em relação à reciclagem. Esses jovens não separam o lixo, não são atuantes com amigos e familiares, não se preocupam em relação ao futuro dos filhos nem com o tempo que as coisas levam para se decompor.

É nesse segmento que se observam as menores taxas de ações que contribuem para a preservação do meio ambiente.

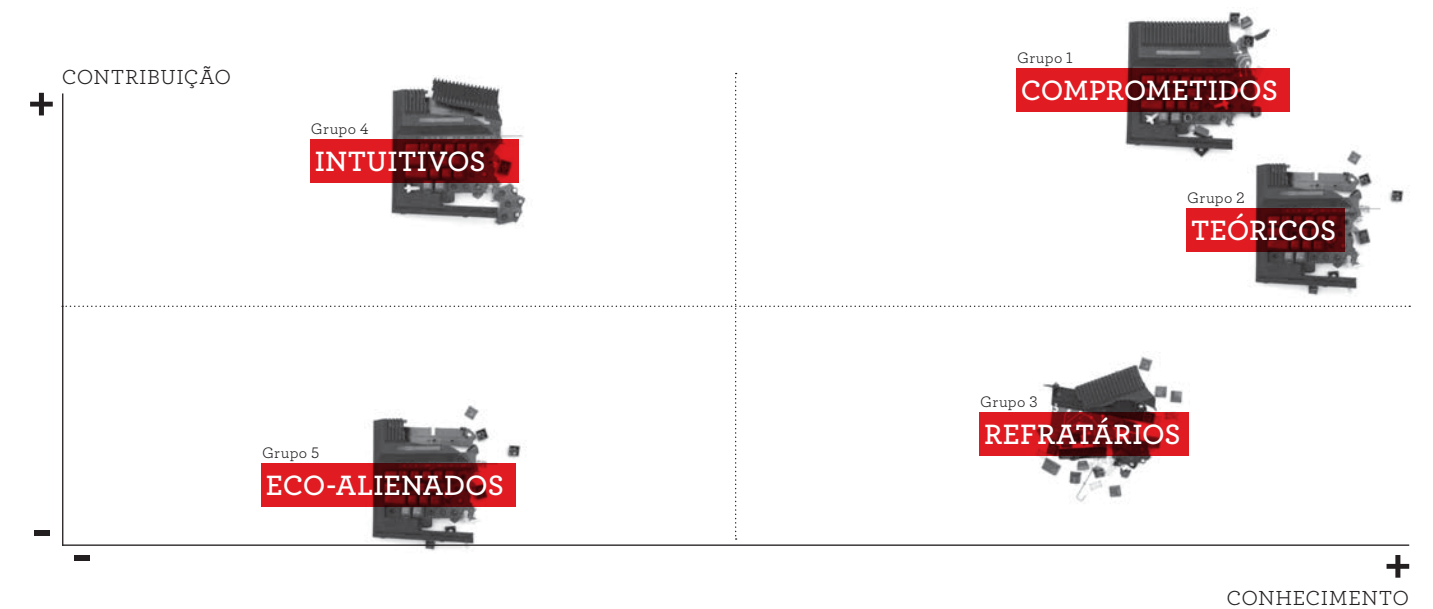
Não fizeram mudanças no dia-a-dia em favor do meio ambiente.

“Em relação ao meio ambiente eu sempre fui meio desregrado. Nunca estive por dentro e nunca participei de nada. Então não tem como eu ter mudado, nem pra melhor e nem pra pior.” (MAN.17.M.B)

“Acho que não me interessa, não me chocou muito. Quando passa no Fantástico fico chocada, mas passam cinco minutos, aí esqueço.” (BH.29.F.A)

GRÁFICO 18

SEGMENTAÇÃO – CONTRIBUIÇÃO “VERSUS” CONHECIMENTO





CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo seria concluir mais este Dossiê falando do comportamento e do fantástico potencial que o jovem brasileiro tem como consumidor de bens e serviços e, principalmente, do novo tema proposto: o jovem e o meio ambiente.

Mas, desta vez, o Dossiê ousou dar oportunidade ao jovem para que ele refletisse e falasse sobre outros temas, além de comportamento, relacionamento, sexo, drogas, música, consumo, mídia e internet.

E o jovem falou da sua vida, dos seus relacionamentos, dos seus sonhos, da sua família, da sua cidade, do seu país, do seu planeta... e de suas inseguranças. E o Dossiê Universo Jovem 4 virou um papo sério.

Alguns, de forma leve e descontraída, se esquivaram dos temas do estudo dizendo: *“Não me tragam problemas, ainda sou jovem, não quero pensar nem falar sobre isso agora.”*

Outros foram a fundo e encararam o estudo como se ele fosse uma oportunidade única e rara de serem ouvidos.

Ao buscarmos saber o grau de conhecimento do jovem e a importância que atribui ao meio ambiente, ele reagiu dizendo que o tema é importante, mas que, antes disso, ele tem questões mais emergenciais.

Antes de manifestar a sua preocupação com as questões ambientais, o jovem discursou sobre a violência, o desemprego, as drogas, a fome, a desigualdade social, e sobre os problemas particulares de suas cidades, revelando que o país tem feridas mais graves a serem tratadas.

“Existem problemas prioritários, como drogas, violência, doenças, miséria. Como os jovens vão parar para pensar nos problemas do meio ambiente? Primeiro tem que sanar esses problemas, depois você tem condições de pensar em outros assuntos.”
(Mãe, Salvador)

O jovem continua vendo sua geração como vaidosa, consumista, acomodada, individualista, impaciente e estressada. Mas bem informada, tecnológica e ousada.

É preciso entender os fatores que colaboram para dar a cara desta geração.

A família, independentemente da classe social e formato (pais casados ou separados), por um lado superprotege os filhos, por outro não consegue cumprir plenamente seu papel, uma vez que tem menos tempo dedicado aos filhos. Como a família não consegue cumprir seu papel, transfere para a escola a função de ensinar e educar.

A escola, em especial a escola pública, não é mais o centro onde tudo acontece para os jovens, pois ela não acompanhou a evolução do mundo no que se refere a tecnologia, criatividade e atratividade. Hoje, a escola compete com o computador, a internet, a TV e a mídia em geral.

A violência os deixou mais assustados e medrosos em relação ao mundo. Estão demorando mais para assumir a maioridade, para sair de casa, para entrar no mercado de trabalho.

O individualismo é a conseqüência da superproteção e de um padrão de vida e consumo que favorece o individual, o tailor-made, o feito para cada consumidor. A idéia do coletivo ficou de lado, o que prevalece é a vontade de cada um, a opinião de cada um. Pensar em quem está do lado é uma tarefa bastante incomum para esta geração.

A informação está muito presente, mas de forma superficial, sem profundidade. Com a internet e a mídia, os jovens sabem falar sobre tudo, mas a maioria não consegue filtrar nem se aprofundar em nada.

Muitos “amigos” na agenda de e-mails e no celular. Poucos “amigos verdadeiros” em quem podem confiar.

Hoje, a escola é a principal responsável pela formação da consciência ambiental. Infelizmente, as famílias que conseguem superar a atuação das escolas na transferência desses valores são minoria. E os próprios pais reconhecem.

“Acho que os adolescentes são mais conscientes porque vivem isso, nas escolas, nos noticiários, na internet. Mas tem muita gente que ainda não está nem aí, nem procura saber sobre o assunto, joga lixo na rua, deixa a torneira aberta. As informações estão chegando, mas as pessoas são cabeça-dura, não querem mudar. É difícil mudar a atitude de uma pessoa que já tem uma opinião formada.”
(Mãe, Ribeirão Preto)

Na visão dos educadores, a principal diferença entre o jovem da escola pública e o da particular continua sendo o acesso a informação, cultura, diversão e consumo. No mais, são muito similares:

- Vítimas de um sistema de desigualdade social.
- Sem um ideal comum, sem perspectiva.
- Com muita informação, mas sem ação.

Na questão do meio ambiente, esta é uma geração que carrega uma carga de informação muito pesada. Escutam desde pequenos que eles são responsáveis pelo planeta e que eles têm que fazer alguma coisa.

As escolas vêm tentando não “escolarizar” o tema meio ambiente, mas colocá-lo em prática como tema vivo, pois a experiência tem mostrado que, quando o aluno vivencia a questão do meio ambiente, o resultado é melhor. No entanto, isso demanda da escola tempo e dinheiro e, do aluno e sua família, boa vontade e comprometimento.

“Temos conceitos estruturantes desde as séries iniciais até o ensino médio. O que tentamos fazer é trabalhar não só o conceito, mas também a atitude, trazendo o jovem para ações mais efetivas.”
(Escola particular, São Paulo)

Nas escolas públicas os desafios para a educação ambiental são muitos. Professores mal pagos, falta de recursos, criminalidade e a idéia de que a escola não é para estudar, mas para “depositar” e “alimentar” crianças:

“Na minha comunidade a escola significa comida. 80% dos alunos vêm para a escola comer, para se relacionar e encontrar pessoas que se preocupem com eles.”
(Professor de escola pública, São Paulo)

“É preciso uma mudança rápida na educação, o jovem mudou e a escola ficou antiga. As propostas estão muito teóricas e longe da realidade. Na disciplina meio ambiente, a nova direção proibiu as saídas a campo, uma atividade que era muito eficiente para o aprendizado. Precisamos de mais projetos práticos para a educação de base.”
(Escola pública, São Paulo)

É claro que existem exceções. A escola pública, quando bem dirigida pode fazer a diferença.

“Depende muito da escola e da direção. Eu mesmo já fiz projetos sobre meio ambiente, com palestras e debates de especialistas, até a mídia divulgou. Tendo uma gestão atuante, a escola funciona; se não houver interesse do diretor, não acontece.”
(Escola pública, São Paulo)

Nas escolas particulares, embora seja mais fácil trabalhar conteúdos e temas transversais como meio ambiente, também existem desafios.

Na escola particular o aluno é cliente, e o pai age como advogado do cliente. Assim, a escola tem que lidar com diferentes tipos de famílias e crenças: famílias que ajudam e as que dificultam.

.....
*“Um*s famílias têm com clareza suas expectativas. Outras esperam que as escolas ensinem valores, como dizer ‘obrigado’ e ‘por favor’, e o conhecimento fica para segundo plano. O pai paga por um serviço e cobra como consumidor. Ele quer que a escola faça tudo, de preferência ‘do meu jeito’. Isso é individualismo, a visão do coletivo falta para todo mundo.”
(Escola particular)

Como o estudo mostrou, existem grupos de jovens que pensam e agem diferentemente quando o assunto é meio ambiente. Já temos 17% de jovens nas grandes cidades que são bem informados e comprometidos com o meio ambiente. Outros 26% são bem informados, têm consciência, já fizeram pequenas mudanças e só falta um empurrãozinho para que eles se juntem ao primeiro grupo.

Esses jovens se percebem fazendo o melhor que podem, e a maioria acredita que pode fazer mais.

Apesar de se definirem como uma geração “acomodada”, pequenas atitudes mostram que essa geração começa a reagir e a exercer a cidadania:

- 66% já repreenderam ou chamaram a atenção de alguém por jogar lixo na rua, gastar muita água, ou energia.
- 52% já plantaram pelo menos uma árvore.
- 45% dão preferência para produtos de empresas que têm programas para preservação do meio ambiente.
- 38% já fizeram alguma reivindicação na escola.
- 37% já reclamaram de algum produto num SAC.
- 27% fazem algum tipo de trabalho voluntário.
- 13% fizeram uma denúncia anônima para a polícia.
- 12% fizeram uma reivindicação em órgão público.

Sabem que é o básico, mas que é melhor do que não fazer nada e que o pouco que fazem já faz diferença.

Projetando em números, já temos 3,5 milhões de jovens nas cidades pesquisadas (ou 21 milhões, considerando os jovens urbanos brasileiros) que são conscientes e que começaram a mudar seus hábitos no que diz respeito ao trato com o meio ambiente e ao consumo.

Por enquanto, são jovens que buscam soluções individuais, tentando melhorar seu entorno e sua qualidade de vida, segundo suas crenças. Ainda não demonstram pretensão de gerar grandes mobilizações, mas começam a influenciar suas famílias e seu grupo. Na verdade, ainda desconhecem o seu poder.

Além das mudanças básicas, como reciclar, economizar energia, eles percebem que sozinhos não vão conseguir mudar a realidade atual e sugerem atitudes e movimentos mais coletivos.

Muitas sugestões foram colocadas de forma repetitiva, demonstrando que o jovem não sabe muito bem o que fazer além daquilo que ele ouve falar na escola, na TV e na internet.

Ainda assim, o que ele quer agora diz mais respeito a atitudes do que a simplesmente acumular mais conhecimento.

O jovem que já é mais consciente quer:

- agir mais, fazer mais, ajudar a conscientizar;
- reciclar ainda mais (exemplo: dar destino ao óleo de cozinha);
- economizar ainda mais água, energia e combustível;
- comprar só o necessário;
- exercer a cidadania protestando e votando corretamente.

Os jovens esperam mais da mídia. Esperam que a mídia divulgue com mais constância e traga informações mais práticas para o dia-a-dia na sua programação. Esperam uma postura mais ativa, mais formadora de opinião, denunciando mais, mostrando mais idéias, mais soluções. E sugerem:

- mais campanhas, mais incentivos com o objetivo de conscientizar e mobilizar pessoas, fazendo com que o cidadão pense no coletivo, e não no individual;
- pressionar o governo e as empresas;
- mostrar dados com mais imparcialidade.

.....
*“Na tecla direto, falar nem que seja 5 minutos por dia, como a campanha da aids, que ajudou a melhorar bastante.”
 (SAL.19.F.B)*

Os jovens esperam mais do governo: cursos gratuitos para a população e as empresas; investimento em educação; professores bem remunerados; campanhas de mobilização; incentivo fiscal às empresas; fiscalização, leis, multas; e mais investimentos em pesquisa e profissionais.

.....
“Deveria ter multa até para as pessoas. Jogou papel no chão, multa, não tem jeito. Como é com o cinto de segurança, tem que usar. Plantou uma árvore, desconto no imposto de renda. Eles poderiam pensar em coisas assim.” (SP.20.F.A)

E os jovens esperam mais das marcas: investimento em projetos que façam a diferença para a comunidade; que convidem a comunidade para participar de suas ações, ensinando a população a agir; investimento em processos de produção e produtos com responsabilidade socioambiental. No que se refere à comunicação, esperam que as empresas façam e só depois divulguem e utilizem uma linguagem simples na sua comunicação.

.....
“Eu trabalhei numa empresa que falava, incentivava, participava de campanhas sociais, mas lá dentro não acontecia isso. Fazia campanha na mídia que ajudava instituições, mas obrigava a gente a jogar materiais que podiam ser reutilizados no lixo. Isso me ofendia.” (SP.22/25.F.C)

Enxergam a população e, muitas vezes, os próprios pais como menos informados e atuantes do que eles na questão do meio ambiente. Relembrando o que disse um jovem de 18 anos de São Paulo: *“Acho que os mais jovens têm essa visão. É que a gente vai se f... depois. Meu avô não está nem aí, fica meia hora no banho.”*

.....
Já existe, inclusive, uma certa revolta pela acomodação das gerações mais velhas, conforme desabafou uma paulistana de 15 anos: “Em dez anos a gente vai estar sobrevivendo nessa droga de mundo que estragaram para a gente.”

.....
*“Acho que vai haver uma cobrança, uma revolta muito grande por parte dos jovens. Nossa geração – os pais desses jovens – vai se arrepender muito de não ter feito nada. Nossos filhos irão perguntar: ‘Como vocês não fizeram nada? Vocês sabiam e não agiram?’ Nossos pais não sabiam, mas nós estamos vivendo uma transição. As pessoas mais esclarecidas sabem e não estão conseguindo reverter. Hoje as crianças têm uma consciência grande, ainda com olhar preservacionista, é importante manter um sistema em equilíbrio dinâmico, que é o desenvolvimento sustentável. Os temas têm que ser abordados em todos os níveis, todas as idades precisam entender, não só os jovens. Se não, não acontece.”
 (Engenheiro e especialista em sustentabilidade)*

Reconhecem que é difícil mudar, mesmo tendo consciência; que existem as atitudes mais simples e as mais complexas e que nem sempre é fácil colocar tudo em prática.

.....
*“Eu acho que está tudo inter-relacionado. Responsabilidade socioambiental se traduz em atitude: economizar água, economizar energia, reciclar o lixo, consumir produtos que gerem menos CO2, não jogar óleo de fritura na pia. Estava conversando com os meus amigos no fim de semana que é muito difícil ser uma pessoa ecologicamente correta. Dá mais trabalho, é mais caro comprar produtos que têm essa proposta, gasta mais tempo, é mais difícil... mas esse é o caminho.”
 (RIB.24.F.A)*

No entanto, os jovens enxergam a existência de uma bolha verde.

Percebem o destaque na mídia sobre aquecimento global, geleiras, Amazônia, biocombustíveis, emissão de gases, falta de água, encontro de governantes para discutir projetos e o futuro do planeta.

Percebem, também, as empresas lançando produtos verdes e fazendo campanhas e marketing verdes. Sabem que existem pessoas comprometidas, mas sabem também que tem muita gente tentando lucrar com essa bolha verde.

Ainda assim, a grande maioria dos jovens não sabe o que o governo e as empresas têm feito – de fato – em favor do meio ambiente. E mais: percebem-se mais preocupados e atuantes do que o governo, do que as empresas e do que a própria mídia.

A palavra da moda é sustentabilidade. É curioso notar o alto índice de jovens que não conhecem o significado e nunca ouviram falar na palavra sustentabilidade, 43%, mesmo depois de terem sido estimulados com um cartão.

Entre aqueles que conhecem a palavra sustentabilidade, percebe-se que esta é uma palavra “gorda” de interpretações certas e equivocadas. Independentemente de quem utiliza esse conceito da maneira correta (contemplando a postura ambiental, social e econômica), ou errada, a conclusão final é que, para a grande maioria dos jovens, sustentabilidade é uma palavra que ainda não tem legenda.

Em resumo, o que o estudo mostra é que o investimento feito em conceitos como sustentabilidade e desenvolvimento sustentável ainda não atingiu a maioria dos jovens. Por ora, esses conceitos, quando bem compreendidos, transitam num público muito pequeno, apenas entre os iniciados no tema.

“Hoje os jovens entendem menos desse assunto porque não se perdeu tempo explicando para eles, de forma clara, com uma linguagem apropriada. Na prática, a transmissão desse conhecimento funciona melhor quando se dá um a um, pessoa a pessoa. A questão é trazer as informações para a realidade de cada um. Na verdade, sustentabilidade passa pela ética, funciona no dia-a-dia, com ética em todos os momentos.”
(Engenheiro e especialista em sustentabilidade)

Mesmo com todos os desafios, os educadores descrevem os jovens de agora como uma geração de grande potencial e que, em condições estimulantes e criativas, pode surpreender. São tecnológicos, curiosos, criativos, solidários, hiperativos e muito imediatistas (o que, às vezes, pode ser prejudicial).

A noção básica de que é preciso cuidar do planeta eles já têm, pois meio ambiente é tema transversal nas escolas desde os anos 90. A noção de comunidade eles também já têm, graças à internet.

O que falta agora é aliar uma coisa à outra e mostrar ao jovem, de forma simples, criativa e constante, como agir.

Assim, entendendo que a preservação do planeta e o desenvolvimento sustentável dependem do coletivo, fica o grande desafio para a próxima geração, que não foi habituada a pensar no coletivo. Informação e boa vontade muitos jovens já têm, a questão para eles é aprender a agir em grupo.

Outro desafio é dar ao jovem a visão do macro, a visão do todo, a visão de que um fato influencia o outro, valorizando as pequenas ações que eles já fazem e estimulando-os a não desistir de fazer ainda mais. É preciso mostrar que o aquecimento global é um problema local. O que é feito, por exemplo, em Ribeirão Preto pode impactar o mundo inteiro.

O jovem que se interessa em saber mais quer receber a informação de forma mais simples e saber, na prática, o que mais ele pode fazer pelo meio ambiente.

“Gostaria de saber mais sobre a camada de ozônio. Cada um fala uma coisa, as informações são divergentes. Se não pode usar spray, por que continuam vendendo? Afinal, pode ou não pode? Isso eu realmente não entendo.” (RJ.24.F.C)

A preocupação existe, a informação está sendo amplamente transmitida, é preciso estimular os jovens (e, principalmente, os não tão jovens) a transformar informação em ação. Chega de blábláblá, ou, como dizem os ingleses, “let’s walk the talk”.

Para as marcas, o que o estudo mostra é que, mais do que comunicar o que é sustentabilidade e desenvolvimento sustentável ou fazer mais um anúncio com fundo verde, o que o jovem quer saber das marcas é como elas colocam as coisas em prática. Assim, é preciso agir antes de comunicar.

Como todas as bolhas, a bolha verde também vai explodir, e aqueles que praticam a ética e a verdade seguirão adiante.

A VISÃO DO FUTURO

Apenas 17% dos jovens acreditam que ninguém vai mudar sua atitude em relação ao meio ambiente.

32% acreditam que a população vai mudar sua postura em relação à preservação do meio ambiente, e outros 48% acham que a população vai mudar em parte.

A crença maior é que não haverá escolhas: o homem vai ter que mudar sua relação com o meio ambiente.

Cinco em cada dez jovens acreditam que só a população, atuando de forma coletiva, pode virar o jogo em favor do meio ambiente e do Brasil. Acreditam, porém, que isso só vai acontecer quando o grau de consciência for maior ou quando o problema for sentido na pele e no bolso.

“Eu acho que atitudes isoladas são boas, mas são isoladas. A partir do momento que aquilo se torna convencional, atitudes padrões, e a grande maioria faz isso, aí a gente vai ver efeito, resultado positivo. Quem pode virar o jogo são as pessoas, conscientes.” (RIB.24.F.A)

A VISÃO APOCALÍPTICA

“O planeta já era, acabou tudo, tchau, população. Tudo vai ser igual ao filme ‘O Dia Depois de Amanhã’. Eu acho que pode acontecer, me preocupo com o futuro de todo mundo, penso um pouco, penso em evitar que isso aconteça. Todos têm que fazer a sua parte, principalmente as pessoas da minha idade.”
(BH.16.M.A)

A VISÃO OTIMISTA

“A tecnologia vai estar tão avançada, e as pessoas mais conscientes, que a gente nem vai mais se preocupar com o meio ambiente. Tomara que não. A tendência é as pessoas se conscientizarem cada vez mais.” (POA.17.F.C)

“Em 10 anos sem dúvida podemos ter mudanças muito grandes. Se houver empenho, acho que em 5 anos podemos ter mudanças enormes. Quando se fala em sustentabilidade precisamos fazer uma revisão em tudo, ela é multidisciplinar, transversal em todas as disciplinas, todas as áreas são importantes de forma reformulada, repensada. Para que isso aconteça, precisamos rever os valores básicos de cidadania, votar em idéias, em valores, em propostas, e não mais em pessoas. A democracia é furada, quando a maioria é ignorante. Temos que ter pensadores que tragam propostas e temos que ser mais proativos e votar em propostas, e não mais em candidatos ou partidos.”
(Engenheiro e especialista em sustentabilidade)





GLOSSÁRIO

Meio ambiente

“Conjunto de condições, leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abriga e rege a vida em todas as suas formas.” (Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981)

Sustentabilidade

“É suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas.” (Relatório de Brundtland)

É importante lembrar que esse conceito tem suas bases em três eixos: postura ambiental ética, postura social justa e viabilidade econômica.

Desenvolvimento sustentável

“É o desenvolvimento econômico capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das futuras gerações. É a atividade que não esgota os recursos para o futuro.” (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento)

Consumo sustentável ou consumo consciente

É o consumo com consciência de seu impacto e voltado ao equilíbrio entre a satisfação pessoal e a sustentabilidade.

“Greenwash”

É um termo criado para descrever a prática, adotada por certas organizações, de promover programas benéficos ao meio ambiente para desviar a atenção de suas atividades que causam danos ambientais.

INTRODUÇÃO AO TEMA

Anos 60

Primeiras documentações científicas na Europa sobre o desequilíbrio entre os recursos ambientais e o crescimento populacional descontrolado.

1968 - O Clube de Roma publica o livro “Limites do Crescimento”, um diagnóstico dos recursos terrestres no qual se conclui que, se não houver uma estabilidade populacional, econômica e ecológica, os recursos naturais serão extintos e, com eles, a população humana.

Tem início a nova idéia de desenvolver preservando.

Anos 70-80

1972 - Primeira Conferência Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento.

1981 - Estabelecimento da Política de Meio Ambiente no Brasil através da Lei 6.938.

1985 - Criação do Ministério do Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente.

Anos 90

1987 - Comissão Mundial da ONU define o conceito de Desenvolvimento Sustentável.

1990 - A ONU cria o IDH - Índice de Desenvolvimento Humano, um índice que classifica os países de acordo com a qualidade de vida de seus habitantes.

1992 - O Brasil sedia o evento Rio 92, ou Eco 92, no qual líderes mundiais discutem questões ambientais. No evento são criadas a Agenda 21 e a Carta da Terra.

Agenda 21 (1992)

É um plano de ação para ser adotado global, nacional e localmente, por organizações do sistema das Nações Unidas, governos e pela sociedade civil, em todas as áreas em que a ação humana impacta o meio ambiente.

Contém 40 capítulos e foi construída de forma consensual, com a contribuição de governos e instituições da sociedade civil de 179 países, em um processo que durou dois anos e culminou com a realização da Eco Rio 92, Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento.

Carta da Terra (1992-1998)

É um código de conduta planetário para que as pessoas, as instituições e os Estados cuidem do planeta e da humanidade, garantindo, assim, a sustentabilidade.

A Comissão Internacional da Carta da Terra teve início na Rio 92 e trabalhou na redação da carta até 1998. Um dos membros brasileiros dessa comissão é o humanista Leonardo Boff.

Protocolo de Kyoto (1997)

É um tratado ambiental que tem como objetivo estabilizar a emissão de gases de efeito estufa para a atmosfera e assim reduzir o aquecimento global e seus possíveis impactos. É considerado o tratado sobre meio ambiente de maior importância lançado até hoje. Os EUA, responsáveis por 25% das emissões de gases, ainda não ratificaram o Protocolo.

O Protocolo de Kyoto instituiu o mercado de carbono como um dos mecanismos para reduzir os custos no corte das emissões. Em 2007, o valor do mercado global de carbono cresceu 80%, alcançando 40 bilhões de euros (US\$ 59 bilhões).

Fonte: Relatório Point Carbon.

Metas do Milênio (2000)

Até 2015, todos os 191 estados membros da ONU assumiram o compromisso de:

1. Acabar com a fome e a miséria
2. Atingir o ensino básico universal
3. Promover a igualdade entre sexos e a valorização da mulher
4. Reduzir a mortalidade infantil
5. Melhorar a saúde das gestantes
6. Combater a aids, a malária e outras doenças
7. Garantir a sustentabilidade ambiental
8. Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento

Fórum Social Mundial (2001)

O Brasil sedia o “I Fórum Social Mundial”, em Porto Alegre, evento que envolve a população na discussão de questões socioambientais globais.

Princípios do Equador (2002)

É um acordo internacional entre bancos com base no qual adotam uma política de crédito que avalia os impactos ambientais do empreendimento, a geração de empregos e as relações com a comunidade.

2005-2008 – Fatos recentes

- A missionária e ativista ambiental Dorothy Stang é assassinada no Pará.
- Publicação de relatórios que expõem o crescimento do desmatamento no Brasil.
- Mudança no Ministério do Meio Ambiente. A ministra Marina Silva renuncia ao cargo e assume o ministro Carlos Minc.
- Encontro do G8 em Hokkaido, no Japão, tem como temas a redução de 50% da emissão do CO2 até 2050, petróleo e fontes de energia renováveis e o preço dos alimentos.

AS RAÍZES E OS TRONCOS DA QUESTÃO DO MEIO AMBIENTE NO BRASIL

José Bonifácio

Patriarca da independência do Brasil. Naquela época ele já traçava o paralelo entre a ecologia e o desenvolvimento: “Se a navegação aviventa o comércio e a lavoura, não pode havê-los sem rios, não pode haver rios sem fontes, não há fontes sem chuvas, não há chuvas sem umidade e não há umidade sem matas”.

Chico Mendes

Líder dos seringueiros, ambientalista conhecido no mundo inteiro. Inspirou toda uma geração de ambientalistas e ativistas.

Paulo Nogueira Neto

Primeiro ministro do Meio Ambiente do Brasil.

José Lutzenberger

Engenheiro agrônomo, autor do Manifesto Ecológico Brasileiro e um dos defensores de medidas alternativas para a produção agrícola.

Marina Silva

Fundadora da CUT no Acre junto com Chico Mendes. Ex-ministra do Meio Ambiente e ativista reconhecida internacionalmente.

Carlos Nobre

Pesquisador do INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), referência mundial em mudanças climáticas e membro do IPCC (Painel Intergovernamental de Mudança Climática), grupo de cientistas da ONU ganhadores do Prêmio Nobel da Paz de 2007 e considerados as principais autoridades científicas sobre aquecimento global.

Desenvolvimento sustentável, o desafio do século

Obter qualidade no lugar de quantidade, reduzindo o uso de matérias-primas e produtos e aumentando a reutilização e a reciclagem. Isso é alcançar o desenvolvimento econômico levando em conta o meio ambiente. É desenvolver sem esgotar os recursos naturais.

Esse é o desafio a que se propõe o desenvolvimento sustentável: reconhecer que os recursos naturais são finitos e seu uso precisa ser planejado.

Aquecimento global

É o conjunto de alterações nas condições do clima da Terra pelo acúmulo de gases, que estão sendo emitidos de forma exagerada há 150 anos, desde a Revolução Industrial.

Seus efeitos são:

- diminuição da cobertura de gelo;
- aumento do nível do mar;
- mudança do clima do planeta.

Suas conseqüências:

- mudança do ecossistema;
- catástrofes naturais;
- aumento da temperatura.

Efeito estufa

O efeito estufa, dentro de uma determinada faixa, é necessário para a existência da vida como a conhecemos. O que pode ser catastrófico é o seu agravamento, originando o aquecimento global.

Para que isso seja evitado, é necessário substituir o consumo de energias fósseis por energias renováveis.

Um desafio tão grande quanto as conseqüências que a sua não implementação pode causar.

Metas do Milênio e a realidade brasileira – metas atingidas

Das 8 metas traçadas para serem cumpridas até 2015, o Brasil pode se orgulhar de já ter alcançado alguns resultados surpreendentes:

- As mulheres já são maioria nos cursos de ensino superior, e a participação supera a dos homens em 29%.

- A redução da taxa de mortalidade infantil brasileira é das mais expressivas do mundo nos últimos 20 anos. De 160 crianças a cada 1.000, em 1930, para 24, em 2003. Em 4 anos a meta estará atingida.

- O programa de combate à aids do Brasil é o melhor do mundo, tendo cumprido a meta com 6 anos de antecedência.

Fonte: Relatório Instituto Ethos, volume II.

Metas do Milênio e a realidade brasileira – o maior temor

Com a falta de investimentos e recursos por parte do governo, atingir a sustentabilidade ambiental proposta nas Metas do Milênio, torna-se praticamente responsabilidade da iniciativa privada e da sociedade.

Atingir essa meta é fundamental para o desenvolvimento da humanidade.

Amazônia

Na Amazônia tudo é superlativo. Ela é o maior bioma do planeta e a grande fronteira do avanço do desenvolvimento brasileiro. Abriga a maior floresta e a maior bacia de água doce do mundo, além de ser a terra de 180 povos indígenas e um patrimônio cultural.

A biodiversidade é outro exagero natural: 40.000 tipos de plantas, 7.800 espécies de insetos, 2.100 espécies de peixes, 1.200 espécies de aves, 600 espécies de répteis, 500 espécies de aracnídeos, 311 espécies de mamíferos, 250 espécies de anfíbios.

Fonte: Almanaque Brasil Socioambiental.

75% das emissões de CO2 do Brasil têm origem no desmatamento da Amazônia. Cada quilômetro de área devastada joga no ar 22,1 toneladas de CO2, a mesma quantidade que 6,8 mil automóveis.

A devastação da Amazônia já atingiu uma área equivalente a Minas Gerais, Espírito Santo e Rio de Janeiro juntos. Ou seja, 17% de sua área total.

A Amazônia responde por 10% dos 3 bilhões de toneladas de carbono retirados da atmosfera.

Fontes: Almanaque Brasil Socioambiental; Grandes Reportagens OESP.

A Amazônia e o aquecimento global

O aumento do calor na terra está diretamente relacionado à redução da cobertura de mata.

É simples assim: o aquecimento global altera o regime de chuvas na Amazônia, o que provoca a savanização da floresta – alterando por sua vez as chuvas no Brasil e em outros países da América Latina – e pode vir a causar sua extinção.

Para salvar a Amazônia, são também necessários recursos e pesquisa.

A pesquisa e os recursos para salvar a Amazônia têm que ser tão grandes quanto a sua biodiversidade.

Hoje, 100 mil ONGs trabalham na floresta e pela floresta, a maioria dependendo de recursos vindos da iniciativa privada e do exterior para sua manutenção. Menos de 30% delas recebem recursos federais.

Em todo o mundo, apenas 30% dos trabalhos científicos publicados sobre a Amazônia são produzidos por brasileiros.

Fontes: Ministério do Meio Ambiente; Grandes Reportagens OESP.

Água: um patrimônio desigual no Brasil

Para garantir a sustentabilidade ambiental, uma das oito Metas do Milênio, é preciso dobrar o número de pessoas com acesso à água potável e reduzir pela metade o de pessoas sem acesso ao saneamento básico.

Mesmo distribuída de forma desigual, a água é uma das maiores riquezas naturais do Brasil. Em nossas terras estão:

- 12% da água doce do mundo;
- 53% da água doce da América do Sul.

78% da água no Brasil encontra-se na Amazônia, e 6% na região de maior concentração populacional, o Sudeste.

No entanto, as redes de coleta de esgoto atendem a menos de 50% da população brasileira.

Fonte: Almanaque Brasil Socioambiental.

Água: uma preocupação mundial

- A água que atende a 40% da população mundial depende de apenas 80 países.
- A água potável não chega para mais de 1 bilhão de pessoas, assim como o saneamento básico para outros 2,4 bilhões.
- A água contaminada mata entre 10 mil e 20 mil crianças diariamente.
- A falta de água limpa e banheiro em casa mata outros quase 2 milhões de crianças.
- Mais de 20% de todas as espécies de água doce estão ameaçadas.

Fonte: Almanaque Brasil Socioambiental.

Lixo urbano

O Brasil joga diariamente no lixo 60 toneladas de matérias-primas importantes que poderiam ser utilizadas pela indústria, caso existisse maior consciência de reciclagem do lixo.

Apenas 8% dos municípios brasileiros têm coleta seletiva.

No entanto, 90% das latas de alumínio são recicladas no país. É a reciclagem para subsistência, que deveria servir de exemplo a todos.

O lixo em números

- No Brasil são coletadas diariamente 228 mil toneladas de lixo.
- Cerca de 20% do lixo é jogado em rios e várzeas.
- 73% do lixo coletado pelas prefeituras é enterrado, 3% é transformado em adubo e 4% é reciclado.
- Após a Resolução Conama 258/1999, que estabeleceu metas de coleta e reciclagem de pneus, os índices de reciclagem passaram de 10% para 58%.
- No Brasil cada cidadão produz entre 0,5 e 1 kg de lixo por dia. Em algumas cidades dos EUA e do Japão, a produção chega a 3 kg por dia.

Fonte: Almanaque Brasil Socioambiental, 2008.

Metas do Milênio impactam a economia

Para que em 2015 a humanidade tenha atingido os objetivos propostos pelas Metas do Milênio, é necessário um esforço conjunto entre sociedade, governo, entidades e empresas.

Serão essas metas que determinarão as ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e ajudarão o planeta a ter mais qualidade de vida.

Economia verde em crescimento

- A preocupação com as causas ecológicas cresce junto com a economia verde pelo mundo.
- Empresas praticantes da responsabilidade socioambiental têm suas ações valorizadas.
- Profissionais com especialização no desenvolvimento sustentável estão em alta no mercado de trabalho.
- Empresas aumentam o investimento na comunicação focada em práticas socioambientais.
- O mercado verde é um excelente mercado consumidor e gerador de recursos.
- Consumidores pagam mais caro por produtos sustentáveis.
- Fontes renováveis de energia geram negócios bilionários.
- Crédito de carbono é um mercado em ritmo de crescimento.

Números da economia verde no mundo

- 23 bilhões de dólares foram investidos na instalação de equipamentos de energia eólica no mundo.
- 10 bilhões de dólares foram movimentados em IPOs de fabricantes de tecnologias limpas em 2006.
- 2 milhões de pessoas já são empregadas pela indústria de energia renovável.
- 700 bilhões de dólares poderão ser movimentados pela indústria de energia renovável até 2010.
- 52 bilhões de dólares é a previsão do mercado de biocombustíveis em 2015.

Fonte: The Climate Group, Inglaterra.

Impacto no consumidor

Doutrinar o consumidor, principalmente o jovem, deverá ser cada vez mais uma iniciativa necessária para criar a consciência sustentável.

Os 5 Rs que norteiam o consumidor consciente:

1. **Repensar** hábitos e atitudes
2. **Reduzir** a geração e o descarte
3. **Reutilizar**, aumentando a vida útil do produto
4. **Reciclar**, transformando o lixo em novo produto
5. **Recusar** produtos que agredem a saúde e o ambiente

BIBLIOGRAFIA E LINKS

Bibliografia

Almanaque Brasil Socioambiental 2008. ISA (Instituto Socioambiental)

A Mata Atlântica é aqui. E daí? História e Luta da Fundação SOS Mata Atlântica. Fábio Feldmann e Ana Augusta Rocha. Terra Virgem Editora - 2006

Contribuições Pessoais para a Sustentabilidade. Genebaldo Freire Dias. Editora Gaia - 2005

Guia Exame de Sustentabilidade 2007. Ed. Abril - Março 2008

Propostas de Sustentabilidade para o Planeta. Série Leituras do Brasil. Instituto EcoFuturo - 2007

Revista Amazônia. Edição Grandes Reportagens. O Estado de S. Paulo - Março 2008

Revista Aquecimento Global, nº 2. Online Editora

Revista Brasil Responsável, nº 19 - Março 2008

Revista Época Negócios. - Setembro 2007

Revista Exame. - Março 2008

Revista Superinteressante. “A última chance de salvar a terra” - Dezembro 2007

Revista Veja. Edições 2.031 “Salvar a Terra” e 2.057 “Especial Amazônia” - 2007

Uso inteligente da Água. Aldo Rebouças. Editora Escrituras - 2004

Links

Economia, desenvolvimento sustentável, sustentabilidade:

Ces - Fgv - Centro De Estudos Em Sustentabilidade Da Fundação Getúlio Vargas
www.cesfgvsp.br

Cives - Associação Brasileira De Empresários Pela Cidadania
www.cives.org.br

Conselho Empresarial Brasileiro Para O Desenvolvimento Sustentável (Cebdes)
www.cebdes.org.br

Fórum Social Mundial
www.forumsocialmundial.org.br

Gife - Grupo De Institutos, Fundações E Empresas
www.gife.org.br

Ibgc - Instituto Brasileiro De Governança Corporativa
www.ibgc.org.br

IBGE - Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística
www.ibge.gov.br

Instituto Akatu Pelo Consumo Consciente
www.akatu.org.br

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
www.ethos.org.br

IPEA - Instituto De Pesquisa Econômica Aplicada
www.ipea.gov.br

ISPS - Instituto São Paulo Sustentável
www.nossasaopaulo.org.br

Núcleo de Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa da Fundação Dom Cabral
www.fdc.org.br

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
www.undp.org.br

Meio ambiente, Amazônia, aquecimento global e água:

Amigos da Terra - Amazônia Brasileira
www.amazonia.org.br

Associação SOS Amazônia
www.sosamazonia.org.br

Avive Amazônia - Associação Viva Verde da Amazônia
www.avive.org.br

Carbono Brasil
www.carbonobrasil.com

Fórum Brasileiro de ONGs e Movimentos Sociais para o Desenvolvimento e Meio Ambiente - FBOMS
www.fboms.org.br

Fundação Amazonas Sustentável
www.sds.am.gov.br

Fundação Museu do Homem Americano - FUNDHAM
www.fundham.org.br

Fundação Pró-Tamar
www.projetotamar.org.br

Fundação SOS Mata Atlântica
www.sosmataatlantica.org.br

Greenpeace Brasil
www.greenpeace.org.br

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente
www.ibama.gov.br

IMAZON
www.imazon.org.br

IPAM - Instituto De Pesquisa Ambiental Da Amazônia
www.ipam.org.br

INPA - Insituto Nacional De Pesquisas Da Amazônia
www.inpa.gov.br

INPE - Instituto Nacional De Pesquisas Espaciais
www.cptec.inpe.br

Instituto Baleia Jubarte
www.baleiajubarte.com.br

Instituto Socioambiental - ISA
www.socioambiental.org.br

Instituto Trata Brasil
www.tratabrasil.org.br

MMA - Ministério Do Meio Ambiente
www.mma.gov.br

TNC BRASIL - The Nature Conservancy
www.tnc.org.br

UNESCO Brasil - Organização Das Nações Unidas Para A Educação, A Ciência E A Cultura
www.unesco.org.br

WWF Brasil
www.wwf.org.br

DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM MTV/2008*Realização: MTV Brasil*

André Mantovani
Diretor Geral Canais Abril de Televisão

José Wilson Fonseca
Diretor Superintendente MTV Brasil

Cris Lobo
Diretora de Programação e Produção

Claudio Prado
Diretor de Publicidade

Ione Maria Mendes
Gerente de Pesquisa

Rodrigo Pimenta
Gerente de Promo/gráficos

Lilian Schwartzmann
Gerente de Marketing

Rodrigo Teixeira
Analista de Pesquisa

Debora Velho
Analista de Pesquisa

Paula Carvalho
Analista de Pesquisa

Beto Shibata
Diretor de Arte

Pedro Inoue
Diretor de Arte & Design

Peetssa
Fotografia

Cebola + Pakola
Produção de Objetos

Finale - Jairo da Rocha
Produção Gráfica

aartedamarca
Cecilia Novaes, Denise Bayeux, Máira Stephan,
Marina Gonzalez, Manuel Tiné, Wanda Gomes
Pesquisa qualitativa, coordenação e análise final

DataFolha
Pesquisa quantitativa

Orlando Lins
Revisão



MOSSESIE

MIDRIB

LOVEREM

M