

ANDRÉA CECÍLIA LIMA VARICELLI MEIRELES

**INFLUÊNCIA DO CONHECIMENTO DO CONSUMIDOR SOBRE QUESTÕES
AMBIENTAIS NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO RELATIVO AO
DESCARTE DE MÓVEIS**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

VIÇOSA
MINAS GERAIS - BRASIL
2018

**Ficha catalográfica preparada pela Biblioteca Central da Universidade
Federal de Viçosa - Câmpus Viçosa**

T

M514i
2018 Meireles, Andréa Cecilia Lima Varicelli, 1982-
Influência do conhecimento do consumidor sobre questões
ambientais no processo de tomada de decisão relativo ao
descarte de móveis / Andréa Cecilia Lima Varicelli Meireles. –
Viçosa, MG, 2018.
xv, 63 f. : il. (algumas color.) ; 29 cm.

Inclui apêndices.

Orientador: Neuza Maria da Silva.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.

Inclui bibliografia.

1. Consumidores - Atitudes. 2. Processo decisório. 3. Meio
ambiente. 4. Mobiliário - Eliminação. I. Universidade Federal de
Viçosa. Departamento de Economia Doméstica. Programa de
Pós-Graduação em Economia Doméstica. II. Título.

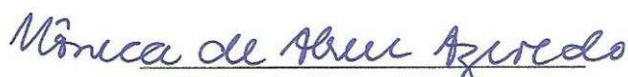
CDD 22. ed. 658.8343

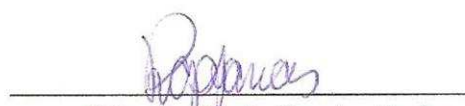
ANDRÉA CECÍLIA LIMA VARICELLI MEIRELES

**INFLUÊNCIA DO CONHECIMENTO DO CONSUMIDOR SOBRE QUESTÕES
AMBIENTAIS NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÃO RELATIVO AO
DESCARTE DE MÓVEIS**

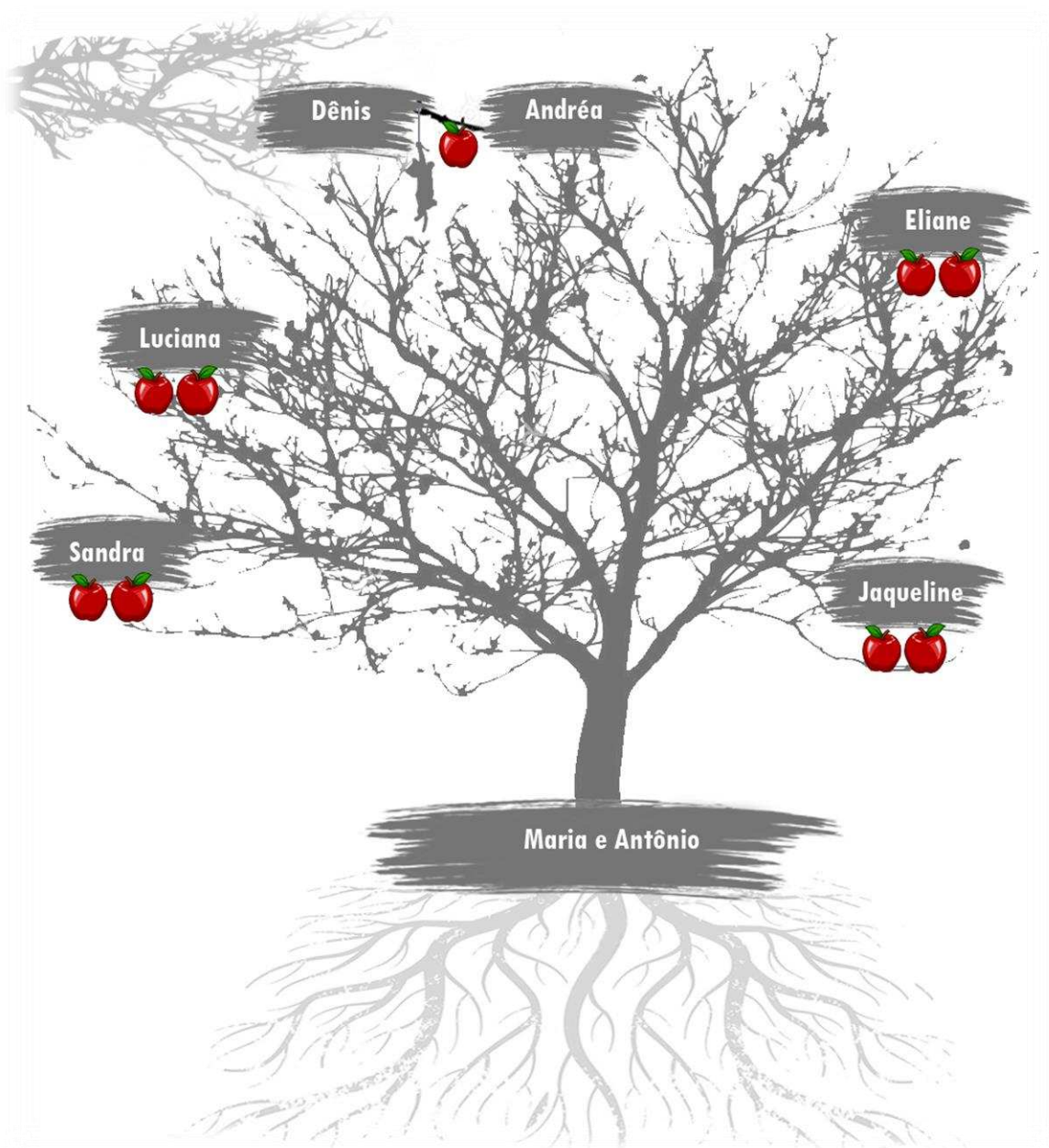
Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

APROVADA: 08 de março de 2018.


Mônica de Abreu Azevedo


Rita de Cássia Pereira Farias


Neuza Maria da Silva
(Orientadora)



À minha família,
meu bem mais precioso!

À minha filha Lavínia.

A pessoinha que colore os meus dias cinzentos,
que preenche cada espaço do meu ser,
que me transforma em um ser humano melhor.

“Cada geração acredita, sem dúvida, ter vocação para mudar o mundo. Todavia, a minha sabe que não vai refazê-lo. Porém, sua tarefa pode ser maior. Consiste em impedir que o mundo se desfaça.” (CAMUS apud KAZAZIAN, 2005, p. 67).

AGRADECIMENTOS

Acredito que Deus nos prepara para determinadas batalhas enviando anjos amigos, que suavizam as adversidades encontradas; servindo de bússola, mostram a direção a seguir. No decorrer desses dois anos, a providência Divina se encarregou de enviá-los em situações diversas... Aproveito o espaço para agradecer a todos, aos que já se faziam presentes e a outros, que tive a grata satisfação em encontrar.

Primeiramente, a Deus, à Maria Santíssima e à Espiritualidade amiga, que sempre me intuíram e acompanharam.

À minha família, pela presença e apoio constante. Em especial, à minha mãe, pelo exemplo de superação, força, resiliência, amor e doação incondicional.

Ao Dênis, pelo companheirismo, paciência, amor e incentivo.

À minha filha, Lavínia, por todos os abraços apertados que sempre fortaleciam minha alma, devolvendo a tranquilidade e a paz. Peço, ainda, desculpas pela ausência.

Aos amigos do Grupo Espírita Boa Nova, pelas palavras de carinho e orações, que tanto me fortaleceram.

Aos amigos da Origem Design, pela compreensão e incentivo.

Às amigas: Raquel, Rosângela, Cristiane, Sheila e Eliane; também, aos amigos que encontrei no Mestrado, pelas palavras de encorajamento e amor.

À Prof^a Dr^a Neuza Maria da Silva, pela orientação, por todos os ensinamentos e disponibilidade. Por compartilhar seus conhecimentos sempre com humildade, entendendo e respeitando minhas limitações.

Aos membros participantes da banca de defesa de projeto e dissertação, em especial, às professoras Dr^a Mônica de Abreu Azevedo, Dr^a Maria das Dores Saraiva de Loreto e Dr^a Rita de Cássia P. Farias, pela disposição e relevantes contribuições.

À Universidade Federal de Viçosa, pela excelência.

Ao corpo docente do Departamento de Economia Doméstica, aos servidores e a todos que, de certa forma, compartilharam seus saberes e um pouco do seu tempo.

Muito obrigada!

BIOGRAFIA

Andréa Cecília Lima Varicelli Meireles, filha de Antônio Varicelli e Maria Lima de Jesus, nascida na cidade mineira de Rio Casca, em 21 de abril de 1982.

Cursou o Ensino Médio na Escola Estadual Imaculada Conceição de Rio Casca/MG e concluiu-o no ano de 2000.

Em 2004, mudou-se para a cidade mineira de Ubá, considerada grande centro industrial e um dos mais importantes polos moveleiros do país.

Em 2006, ingressou-se na primeira turma de graduação do curso de Design de Produto da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) - Campus Ubá. A Universidade havia sido estabelecida na cidade com o objetivo de suprir uma carência de ensino superior voltado para o desenvolvimento regional. No decorrer da graduação, interessou-se por temas sobre desenvolvimento sustentável e ecodesign.

Em março de 2016, ingressou-se na Pós-Graduação *Stricto-Sensu* em Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa – UFV, na linha de pesquisa “Trabalho, Consumo e Cultura”, tendo defendido a sua dissertação em 08 de março de 2018.

RESUMO

MEIRELES, Andréa Cecília Lima Varicelli, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, março de 2018. **Influência do conhecimento do consumidor sobre questões ambientais, no processo de tomada de decisão relativo ao descarte de móveis.** Orientadora: Neuza Maria da Silva.

Inerentes à sociedade capitalista, estão a transitoriedade e a descartabilidade de produtos, que resultam na geração de resíduos considerados uma das causas mais impactantes para a degradação do planeta. Impulsionados pelo sistema econômico vigente e pelo marketing, ao conceberem fictícias e contínuas necessidades do consumidor, os fabricantes aceleram o ciclo de vida dos produtos, encurtando o tempo de vida útil de um bem. Nesse contexto, emerge a indústria moveleira, que alcançou, em 2015, uma produção de 430 milhões em peças de móveis, sendo 80% desse total produzido nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Em Minas Gerais, Sudeste do Brasil, sobressai o polo moveleiro de Ubá/MG, composto por mais de 350 empresas de móveis, presente em 8 cidades, com destaque para Ubá, onde é muito comum o descarte de móveis juntamente com os resíduos domésticos. Diante desse cenário, a proposta desta pesquisa surgiu da preocupação com os impactos ambientais causados pelo descarte de móveis. Diversos autores consideram que a forma mais eficaz para a preservação do meio ambiente é através da tomada de consciência ecológica e de uma mudança nos valores que norteiam a sociedade. Nesse sentido, questionou-se se o acesso ao conhecimento sobre os problemas ambientais derivados do descarte e sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos poderia influenciar o comportamento dos consumidores e suas práticas usuais de descarte de móveis. Para tanto, objetivou-se, neste estudo, analisar o comportamento do consumidor ao descartar os móveis, verificando se o conhecimento sobre as questões ambientais poderia influenciar o processo decisório. A pesquisa configurou-se como uma abordagem quantitativa, cujo objetivo foi descrever a população estudada e compreender as relações entre variáveis. A pesquisa foi realizada no bairro Eldorado, município de Ubá/MG, pela sua representatividade. Contou-se com a participação de 65 entrevistados e o método utilizado para levantamento de dados foi o Survey, através da aplicação de um questionário semiestruturado. Os resultados demonstraram que, apesar de os participantes terem conhecimento sobre alguns dos problemas ambientais ocasionados pela disposição inadequada dos resíduos e considerarem importante a separação dos mesmos, a decisão de como seria efetuado o descarte de móveis não sofreu influência das informações que os

mesmos possuíam sobre os problemas ambientais. Nenhum dos entrevistados se preocupou com o meio ambiente ao escolher a forma de descarte. Observou-se também que as informações que os participantes possuíam acerca dos problemas ambientais eram limitadas, com total desinformação sobre a Lei nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, bem como o desconhecimento sobre o serviço de “disque coleta”, oferecido pela Prefeitura Municipal de Ubá. Isso demonstra que a gestão dos resíduos volumosos não funciona de acordo com o que é proposto pelo poder público municipal.

ABSTRACT

MEIRELES, Andréa Cecília Lima Varicelli, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, March 2018. **Influence of consumer knowledge on issues the decision-making process regarding the disposal of furniture.** Advisor: Neuza Maria da Silva.

Inherent in capitalist society is the transience and disposability of products, that result in the generation of waste considered one of the most shocking causes for the degradation of the planet. Driven by the current economic system and the marketing, by designing fictitious and continuous consumer needs, manufacturers accelerate the product life cycle by shortening the useful life of a good. In this context, the furniture industry emerges, which reached in 2015 a production of 430 million pieces of furniture, 80% of which is produced in the South and Southeastern Brazil. In Minas Gerais, Southeastern Brazil, stands out the furniture pole of Ubá / MG, made up of more than 350 furniture companies, present in 8 cities, with highlight Ubá, where it is very common to dispose of furniture together with the household waste. Given this scenario, the proposal of this research arose from the environmental impacts caused by the disposal of furniture. Several authors consider that the most effective way to preserve the environment is to ecological awareness and a change in values that society. In this sense, it was questioned whether access to knowledge about environmental problems arising from disposal and on the National Waste Policy Solids could influence consumer behavior and its usual practices disposal of furniture. Therefore, the objective of this study was to analyze the behavior of consumers by discarding the furniture, verifying whether knowledge about the issues could influence the decision-making process. The present study as a quantitative approach, whose objective was to describe the study population and understand the relationships between variables. The research was conducted in the Eldorado neighborhood, municipality of Ubá / MG for its representativeness. It counted on the participation of 65 interviewees, the method used for data collection was the Survey, through the application of a semi-structured questionnaire. The results obtained that the participants were aware of some of the problems environmental damage caused by inadequate disposal of waste and important to separate them, it was found that the decision on how it would be carried out the disposal of furniture was not influenced by the information they had environmental problems. None of the interviewees worried about the environment when choosing how to dispose of it. It was also observed that the information the environmental problems that the participants had was limited and total disinformation regarding Law No.

12,305 / 2010, which established the National Policy on Solid Waste, as well as the lack of knowledge about the "Disque coleta" offered by the City Hall of Ubá, demonstrating that the management of bulky waste does not function as proposed by the municipal public authority.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil socioeconômico dos entrevistados– Ubá, MG, 2017	40
Tabela 2 - Motivos de descarte dos móveis – Ubá, MG, 2017.....	41
Tabela 3 - Tempo de uso do último móvel descartado – Ubá, MG, 2017	42
Tabela 4 - Comportamento dos entrevistados ao descartar os resíduos sólidos domésticos e os móveis usados– Ubá, MG, 2017	43
Tabela 5 - Nível de informação sobre o procedimento correto de descarte de móveis – Ubá, MG, 2017.....	46
Tabela 6 - Conhecimento sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos – Ubá, MG, 2017 ..	47

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Análise de dados textuais: Nuvem de Palavras	7
Figura 2 – Fluxograma do processo de decisão do consumidor.....	13
Figura 3 - Ações do consumidor para descarte de produtos.....	14
Figura 4 – Identificação dos setores censitários no bairro Eldorado, em Ubá/MG.....	34
Figura 5 - Identificação das ruas que compreendem o setor 5000019 no bairro Eldorado, em Ubá/MG.....	36
Figura 6 - Limite de demarcação do setor 5000019 no bairro Eldorado, em Ubá/MG.....	37
Figura 7 - Tipo de móveis mais descartados entre os entrevistados – Ubá, MG, 2017	42
Figura 8 - Problemas ambientais de conhecimento dos participantes – Ubá, MG, 2017.....	45

LISTA DE SIGLAS

ABIMÓVEL	Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário
ABRELPE	Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
FEMUR	Feira de Móveis de Minas Gerais
GWMO	Atlas Global de Gestão de Resíduos
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
IEMI	Instituto de Estudos e Marketing Industrial
IRAMUTEQ	Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires
ISWA	Associação Internacional de Resíduos Sólidos
MMA	Ministério do Meio Ambiente
OASISBR	Portal Brasileiro de Acesso Aberto à Informação Científica
ONGs	Organizações Não Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PL	Projeto de Lei
PNRS	Política <u>Nacional</u> de Resíduos Sólidos
RECICLAU	Associação dos Catadores de Materiais Recicláveis
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
UEMG	Universidade do Estado de Minas Gerais
UNEP	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
WWF	World Wide Fund for Nature

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
1.1	O problema e sua justificativa.....	3
1.2	Objetivos.....	5
1.2.1	Objetivo geral	5
1.2.2	Objetivos específicos	5
2	REVISÃO DE LITERATURA	6
2.1	O mobiliário e as principais alterações ocorridas no desenvolvimento, no modo produtivo, na matéria-prima e no <i>status</i>	8
2.2	O descarte como etapa do processo de tomada de decisão de consumo.....	12
2.3	Motivos determinantes do descarte de bens duráveis	17
2.4	Influência do conhecimento do consumidor sobre o processo de descarte	19
2.5	Resíduos sólidos urbanos, meio ambiente e as políticas públicas	24
3	METODOLOGIA	32
3.1	Tipo de pesquisa	32
3.2	Local de estudo	32
3.3	População e amostra	33
3.4	Coleta de dados.....	37
3.5	Variáveis envolvidas no estudo	38
3.6	Análise dos dados	39
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	40
4.1	Perfil socioeconômico dos entrevistados.....	40
4.2	Motivos que levaram o consumidor a descartar peças do mobiliário.....	41
4.3	Destino dado aos resíduos sólidos domésticos e a preocupação ambiental ao descartar peças do mobiliário.....	43
4.4	Nível de informação sobre os problemas ambientais e a gestão de resíduos sólidos	45
4.5	Teste de Chi-quadrado de Pearson.....	47
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
	APÊNDICES	59

APÊNDICE A – Registro fotográfico da Estação de Transbordo em Ubá, local onde são dispostos resíduos inertes.....	60
APÊNDICE B – Móveis descartados na cidade de Ubá, juntamente com o lixo residencial, aguardando coleta pública.....	61
APÊNDICE C – Roteiro de Entrevista	62

1 INTRODUÇÃO

A partir da Revolução Industrial, ocorrida inicialmente na Inglaterra, no final do século XVIII, um conjunto de fatores propiciaram o surgimento da sociedade de consumo. Segundo Lipovetsky (2007), a propensão para o consumo que havia se instalado “(...) não nasceu mecanicamente de técnicas industriais”, mas, principalmente, a partir de “uma construção cultural e social que requereu a “educação” dos consumidores ao mesmo tempo que o espírito visionário de empreendedores criativos” (LIPOVETSKY, 2007, p.28).

Devido a mudanças socioculturais, consumir tornou-se mais que uma necessidade, um prazer. A sociedade de consumo estaria, então, instaurada a partir do momento em que o consumidor não buscava mais atender somente suas necessidades básicas, havia “uma nova aptidão para comprar supérfluos e uma nova disposição para fazê-lo” (Eric Jones, citado por CAMPBELL, 2001, p.32). Essa sociedade de consumo moderna, conforme elucida Campbell (2001), utilizaria dos bens como forma de diferenciação social; mais precisamente, a classe média que, aliada ao aumento do padrão de vida e impulsionada pela emulação social, utilizaria do “consumo conspícuo¹” na tentativa de equiparar-se à classe alta.

McCracken (2007), ao discursar sobre o significado cultural dos bens na sociedade de consumo, esclarece que, assim como o vestuário, há uma variedade de outros produtos, entre os quais se enquadra o mobiliário e os adornos residenciais, que “servem como meio para a expressão do significado cultural que constitui nosso mundo”, sendo manipulados conscientemente para obtenção de *status*.

De acordo com Maluf e Campos (2012), o significado dos móveis só se estabeleceu com a Revolução Industrial, quando houve um rompimento entre ambiente de trabalho e residência, instituindo-se, então, a “noção do lar²”, como um espaço privado e íntimo. Os móveis passaram a ser concebidos para se tornarem parte do ambiente e, muito além de conforto, representavam também uma forma de diferenciação social:

¹ Thorstein Veblen (1857-1929). Economista norte-americano, estabeleceu o conceito de consumo conspícuo em sua obra *A Teoria da Classe Ociosa* (1899), para se referir ao consumo feito com a finalidade de demonstração de condição social, por meio da compra de artigos de luxos e de gastos ostentatórios (Costa, 2013).

² “(...) A palavra home (“lar”) reuniu os significados de casa e família, de moradia e abrigo, de propriedade e afeição, significando tanto a casa quanto o que estivesse dentro ou em torno dela, assim como as pessoas e a sensação de satisfação e contentamento que emanava de tudo isto. Podia-se sair de casa, mas sempre se retornava ao lar” (RYBZCYNISKI, 1969, p. 73, citado por Maluf e Campos, 2012).

É na moradia de classe média; na intimidade do lar; nas mesas, estantes, gavetas e armários da burguesia grande e pequena que se encontra um dos primeiros focos históricos importantes para a personalização do design. A preocupação com a aparência – primeiramente, da própria pessoa e, por extensão, da moradia – como indicador do status individual, serviu de estímulo para a formação de códigos complexos de significação (DENIS, 2000, p. 57 - citado por MALUF e CAMPOS, 2012, p.6).

Taschner (1997) enfatiza a moda como o traço mais específico da sociedade de consumo. Segundo a autora, o consumo ostensivo ou conspícuo que antes se manifestava por meio de acumulação de bens luxuosos, como forma de obtenção de poder, modifica-se com o surgimento da moda, cujas características trouxeram como princípio o culto da novidade, da mudança e da renovação, passando do processo de acumulação para o de substituição: “Eles não precisavam mais ser feitos com a mesma preocupação de longevidade. Nem precisavam ter valor apenas quando envelhecessem. Alguns bens tornaram-se valiosos não por sua pátina, mas por seu caráter de novidade” (TASCHNER, 1997, p. 39).

Essas características marcam ainda a sociedade consumista da atualidade, uma vez que a procura pela constante inovação movimenta inúmeras exposições no setor mobiliário, na busca por tendências, cores, texturas, inovações no uso e na matéria-prima, com intuito de lançar novos produtos, conquistar os consumidores e aumentar as vendas. Os móveis da coleção anterior vão se tornando obsoletos em comparação aos novos, encurtando, assim, o seu ciclo de vida. Segundo Setubal e Carneiro (2011), o mobiliário é adquirido pelo consumidor em momentos específicos, satisfazendo as necessidades reais de uso e/ou de conforto ou meramente estéticas. Sua aquisição, geralmente, ocasiona o descarte de outro, por variados motivos: o modelo ficou ultrapassado, ou não atende mais as necessidades familiares, como também por ter finalizado a sua vida útil.

De acordo com Kazazian (2005), o modo como os bens e serviços são produzidos, seus respectivos consumos e o ciclo de vida dos produtos cada vez mais reduzidos, podem ser consideradas como algumas das causas essenciais para a degradação ambiental. Caso não se altere o padrão de vida extremamente capitalista, o mundo entrará em um colapso ambiental. Semelhantemente, Costa e Ignácio afirmam que:

Cada vez mais se produz e mais se consome, estando a sociedade moderna condenada a um grande ciclo vicioso, onde se deve consumir para produzir e produzir cada vez mais para se consumir. Os produtos ganham menores tempos de vida úteis, a fim de impulsionar o consumo e a produção, pois sempre sairá mais barato e prático comprar um produto novo, do que conservar ou arrumar o produto antigo. Além do mercado impulsionar modelos novos dos mesmos produtos mudando pequenas coisas, ou dando pequenos retoques, desvalorizando e desmerecendo os antigos que muitas vezes estão em boas condições de uso (COSTA e IGNÁCIO, 2014, p. 1).

Esse efeito do descarte sobre a questão ambiental tem despertado atenção e grande preocupação, considerando que o problema dos resíduos sólidos urbanos é considerado de difícil solução e constitui, atualmente, uma das principais fontes de degradação do meio ambiente. O consumo humano de recursos naturais está cada vez maior e insustentável. Atualmente, “precisamos de 1,5 planeta para satisfazer nossa demanda anual por recursos naturais”, conforme registra o Relatório Planeta Vivo, publicado pela World Wide Fund For Nature (WWF, 2014). Além disso, a geração de resíduos é muito superior à capacidade humana de reaproveitamento ou reciclagem, com reflexos negativos sobre o meio ambiente.

Diante das questões envolvendo o consumo, os resíduos sólidos e o meio ambiente, percebeu-se a necessidade de investigar como o conhecimento sobre as questões ambientais influencia o processo de tomada de decisão dos consumidores quanto à última etapa do consumo de móveis, ou seja, o descarte.

1.1 O problema e sua justificativa

Por ser o capitalismo impulsionado pelo consumo, esse sistema produtivo apregoa a transitoriedade e a descartabilidade dos produtos, conforme elucida Gambaro (2012). Resultantes desse comportamento, os resíduos representam uma das causas mais impactantes para a degradação do planeta.

O Ministério do Meio Ambiente (MMA) afirma que a atividade de consumo envolve “[...] tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias. Quando consumimos, de certa forma manifestamos a forma como vemos o mundo” (Brasil, 2005, p.14). Portanto, a atividade de consumo não é imparcial, visto que, através dela, exteriorizam-se preferências políticas, valores éticos, modo de se relacionar com o meio ambiente e comportamentos. A Agenda 21³, publicada em 1992, propõe uma transformação comportamental dos consumidores, a conscientização na tomada de decisões e escolha de produtos, salientando que o descarte é a última decisão a ser tomada por parte do consumidor. Apresenta-se, assim, um paradoxo: de um lado, a sociedade capitalista, com apelos incessantes e estratégias para

³ ‘Agenda 21’ refere-se a um documento assinado por 179 países participantes da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), no Rio 92. “Pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.” (MMA, 2017).

aumentar o consumo; do outro, a preocupação em diminuir os resíduos ocasionados pelo descarte e a orientação ao consumidor sobre a necessidade de repensar e reduzir o consumo, conforme recomenda a Política dos 5 R's⁴ (reduzir, repensar, reaproveitar, reciclar e recusar consumir produtos que gerem impactos socioambientais significativos).

De acordo com Hetherington (2004), é imprescindível considerar o descarte como parte integrante da totalidade que envolve a atividade de consumo, porém as pesquisas sobre esse tema têm negligenciado o descarte como etapa do processo de consumir. Nessa mesma perspectiva, Suarez *et al* (2011, p. 30) afirmam que, “no Brasil, o tema do comportamento de descarte continua inexplorado pelos pesquisadores brasileiros da área de marketing”. Conforme elucidações dos autores, os estudos já elaborados sobre o descarte discorrem sobre a temática da reciclagem e outros sobre os aspectos simbólicos desse processo, ignorando, muitas vezes, o consumidor como sujeito principal, justificando uma pesquisa centrada nessa temática.

Considerando o descarte de bens semiduráveis, especificamente o de mobiliário⁵, é importante salientar que a indústria moveleira nacional alcançou, em 2015, uma produção de 463,4 milhões em peças de móveis, com ênfase para as regiões Sul e Sudeste, que produziram mais de 80% desse total. No Estado de Minas Gerais, destaca-se o Polo Moveleiro de Ubá, considerado como o de maior importância do Estado e o quarto no cenário nacional, que alcançou, em 2015, uma produção de 28,2 milhões de peças, representando 45,2% da produção total do Estado; composto por 305 unidades produtoras e gerando mais de 18 mil empregos diretos (IEMI, ABIMÓVEL, 2016). Esse Polo é composto por oito cidades, mas Ubá se destaca devido ao número de fábricas situadas na cidade.

Considerada grande centro industrial, a cidade oferta o curso superior em Design de Produto, por meio da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), o curso técnico em Design de Móveis e vários outros cursos profissionalizantes voltados para a aprendizagem industrial, por meio do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI). Apesar da

⁴ A Política dos 5 R's faz “parte de um processo educativo que tem por objetivo uma mudança de hábitos no cotidiano dos cidadãos. A questão-chave é levar o cidadão a repensar seus valores e práticas, reduzindo o consumo exagerado e o desperdício.” (MMA, 2018).

⁵ A América do Sul ocupa uma posição modesta na produção mundial de móveis (3,9%), representando 5º lugar no *ranking*, no entanto, o Brasil é expressivo no mercado global de produção, consumo e comércio, participando com 77,3% da produção, 71% da exportação, 33,4% da importação e 72,3% de consumo aparente da região. Totalizam 20.666 indústrias de móveis no Brasil, sendo que 85,3% produzem móveis de madeira; 8,3% móveis de metal; 4,2% outros móveis (vime, ratan, plástico, estofados etc.) e 2,2% produzem colchões (IEMI, ABIMÓVEL, 2016, p. 35- 40).

relevância da cidade para o setor moveleiro, em Ubá, é muito comum o descarte de mobiliário juntamente com os resíduos domésticos.

Tendo em vista o problema representado pelo descarte de resíduos sólidos no Brasil, a proposta desta pesquisa surgiu da preocupação com os impactos ambientais causados pelo descarte de móveis ao se observar quão rotineiramente são encontrados os mais variados tipos de mobiliário nas calçadas, aguardando coleta da empresa responsável pela limpeza urbana. Considerando-se o consumidor um importante agente das transformações ambientais, pergunta-se: Um maior conhecimento sobre as questões ambientais seria suficiente para efetuar mudanças no comportamento dos consumidores ao descartarem os móveis?

Considera-se que a resposta ao referido questionamento poderia contribuir para a construção de conhecimentos na área de comportamento do consumidor em relação ao descarte de bens duráveis e seu impacto no meio ambiente. Além disso, poderia subsidiar a formulação de programas de educação ambiental, capazes de promover mudanças comportamentais nos consumidores, bem como sugerir estratégias para a disposição de resíduos nas localidades. Esta investigação se justifica também pela escassez de estudos sobre as formas de descarte de peças do mobiliário utilizadas pelos consumidores, as quais, geralmente, possuem grande volume, ocasionando impacto visual negativo sobre a cidade, além da degradação ambiental.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Analisar o comportamento do consumidor ao descartar móveis, verificando se o conhecimento sobre as questões ambientais pode influenciar esse comportamento.

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar os motivos determinantes do processo de descarte de mobiliário, bem como o destino dado aos móveis substituídos por novos.
- ✓ Verificar se existem fatores que interferem para se manter alguma mobília.

- ✓ Examinar a associação entre o perfil dos consumidores e as práticas usuais de descarte de móveis usados.
- ✓ Analisar a relação entre o processo de descarte de móveis pelos consumidores e o nível de informação destes sobre problemas ambientais, manejo adequado de resíduos (dentro dos princípios expressos na Política Nacional de Resíduos Sólidos - PNRS), dispositivos legais e responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão da literatura compreenderá as principais alterações ocorridas no mobiliário quanto ao desenvolvimento, o modo de produção, a matéria-prima utilizada e a mudança ocorrida no *status*. Discorrerá, também, sobre o descarte como etapa no processo de tomada de decisão de consumo, os motivos determinantes do descarte de bens semiduráveis, a influência do conhecimento sobre a decisão de descartar, o meio ambiente, os resíduos sólidos urbanos e as políticas.

Devido à dificuldade em localizar estudos científicos que abordassem, especificamente, o comportamento de descarte de móveis e com o intuito de corroborar com as afirmações de Hetherington (2004) e Suarez *et al* (2011) sobre a carência de pesquisas que discorram sobre o “comportamento” de descarte, objetivou-se consubstanciar a pesquisa realizada quanto ao referencial bibliográfico. Para isso, foi realizada uma análise dos dados textuais dos artigos, teses e dissertações brasileiras que abordavam o tema relacionado, utilizando-se o *software* IRAMUTEQ⁶. Utilizou-se, na presente investigação, o portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES⁷), considerado por sua credibilidade e grande abrangência (mais de 38 mil publicações periódicas e diversas

⁶ IRAMUTEQ é um *software* livre, desenvolvido por Pierre Ratinaud e licenciado pela GNU GPL (v2). Ancora-se no ambiente estatístico do *software* R e na linguagem *python* (www.python.org). “Apresenta rigor estatístico e permite aos pesquisadores utilizarem diferentes recursos técnicos de análise lexical.” (CAMARGO e JUSTO, 2013, p. 516).

⁷ “O Portal de Periódicos da Capes oferece acesso a textos completos disponíveis em mais de 38 mil publicações periódicas, internacionais e nacionais, e a diversas bases de dados que reúnem desde referências e resumos de trabalhos acadêmicos e científicos até normas técnicas, patentes, teses e dissertações dentre outros tipos de materiais, cobrindo todas as áreas do conhecimento. Inclui também uma seleção de importantes fontes de informação científica e tecnológica de acesso gratuito na web.” (CAPES, 2018).

palavras “resíduo”, “estudo”, “comportamento”, “ambiental”, “pesquisa” e “consumidor”. No terceiro nível, em fonte menor e um pouco mais afastada do centro, é possível perceber as palavras “reciclagem”, “aparelho” e “celular”. A palavra “móvel”, localizada abaixo da palavra “reciclagem”, apareceu em fonte reduzida, mas, como era objeto deste estudo, foi feita uma análise mais aprofundada, a qual constatou que ela está relacionada com o objeto móvel e não com mobiliário, como era de interesse. Por meio dessa técnica, foi possível averiguar que o foco central das pesquisas que foram analisadas fora o comportamento ambiental do consumidor ao descartar resíduos eletrônicos (aparelho celular) e a sua reciclagem.

Em decorrência da escassa bibliografia de estudos científicos brasileiros sobre o comportamento de descarte de móveis, na revisão de literatura (item 2.3), foram consideradas, também, pesquisas referentes aos motivos que levam os consumidores a descartarem outros tipos de bens, como celulares, por exemplo.

2.1 O mobiliário e as principais alterações ocorridas no desenvolvimento, no modo produtivo, na matéria-prima e no *status*

O mobiliário, na Idade Média, sofria influência da arquitetura e era desenvolvido com o intuito principal de destacar as construções arquitetônicas; o fato de acomodar as pessoas era uma função secundária. Passando a ter relevância expressiva para os consumidores à medida que os recintos europeus perdiam em vivacidade, conforme salienta Giedion (1987) citado por Burdek (2006), os ambientes suntuosos da Idade Média, apesar de grande expressividade, pareciam vazios sem as peças de mobiliários.

A matéria-prima principal utilizada na confecção dos móveis era a madeira maciça, a qual possibilitava o entalhe. Com a inspiração de um artista e o traço característico do artesanato, o móvel ganhava formas particulares, sendo confeccionados para atender um consumidor específico, geralmente por encomenda. A madeira maciça proporcionava longa durabilidade e reforçava, de certa forma, o sistema de “pátina”, pelo qual os móveis, com o passar dos anos, ganhavam um brilho acetinado, característico da madeira, e o consumo era voltado para a família. Sobre o sistema de “pátina”, esclarece Taschner (1997) que, “desde o período medieval, preocupada com seu *status* e sua honra, a família em cada geração se sentia guardiã do que herdara dos antepassados e procurava acrescentar alguma coisa para a geração que a

sucedesse” (TASCHNER, 1997, p. 38). Dessa forma, os bens precisavam ter características peculiares que lhes conferissem qualidade, tornando-se mais valiosos com o passar dos anos. Assim, o atributo de novidade conferida aos móveis, como em qualquer outro bem, era marca da vulgaridade (McCracken, 1990 citado por Taschner, 1997). Porém, com o advento da moda, ocorrido, mais precisamente, na sociedade ocidental, entre o fim da Idade Média e o início da modernidade, o padrão de consumo modifica-se, passando de um processo de acumulação para o de substituição de bens.

A Revolução Industrial, além de possibilitar a produção em série, consolidou a modernidade e o culto da novidade. De acordo com Moraes (1999), naquela época, juntamente com o avanço tecnológico, observava-se, entre as pessoas, “a curiosidade e a euforia pelo novo, a necessidade de demonstração de status pessoal e a corrida pelo domínio da mecânica entre as nações” (MORAES, 1999, p.39). Em decorrência dos produtos industrializados, o estilo de vida e os aspectos comportamentais das pessoas já começaram a se alterar na metade do século de XIX, sendo responsável por mudanças no ambiente doméstico. Ressalta o autor que, nas primeiras décadas no século XX, inúmeros produtos já eram confeccionados em escala industrial. A prioridade havia deixado de ser somente estética e incluiu também o interesse em desenvolver produtos que facilitassem a produção e a montagem final.

Com o novo modo de produção, observou-se a necessidade de um profissional que possuísse a técnica do artesão e a inspiração do artista. Assim, surgiu o ideal de se conectar o trabalho manual e o intelectual, unificando a arquitetura, a escultura e a pintura em uma escola capaz de preparar o profissional para a nova perspectiva de futuro. Buscava-se solucionar problemas advindos da industrialização, abolir a distinção que havia se instalado entre artistas e artesãos e trabalhar pela qualidade final do produto. Em decorrência disso, em 1919, na Alemanha, Walter Gropius funda a escola *Bauhaus*. Apesar de já existirem outras escolas que ensinavam o ofício, a *Bauhaus* foi grande influenciadora de práticas metodológicas no campo do *design*, da arquitetura e da arte. Gropius, seu fundador, propunha desenvolver produtos que fossem confeccionados em escala industrial, objetivando “[...] eliminar as desvantagens da máquina, [...] criar padrões de qualidade, e não novidades transitórias” (GROPIUS, 1972, p. 30-31).

Diante da multidisciplinaridade e da abrangência do termo, torna-se necessário especificar e compreender o que seria *design* de produto. Conforme Galvão (2016), entende-se por *design* de produto,

[...] o estudo mais profundo e completo da função de um objeto, quer dizer, da sua utilidade e da sua beleza. [...] Ultrapassa largamente a fronteira da arte decorativa. Não se trata de um novo estilo decorativo, nem de uma nova arte de viver, mas simplesmente de uma nova maneira de ver os objetos, de os compreender, de os racionalizar e ordenar para torná-los mais úteis (GALVÃO, 2016, p. 23 e 24).

A preocupação que antes seria puramente estética passou a ser permeada pela preocupação com o conforto, com a ergonomia, com a escolha correta dos materiais, com a utilidade, com a identificação pelo público-alvo, com a facilidade da produção e montagem final. Assim, o *designer* passou a ser o profissional indicado para o desenvolvimento de um produto.

Ainda no início do século XX, a percepção sobre o conforto foi fator determinante para o desenvolvimento, produção e aquisição de novos produtos. O avanço da tecnologia permitiu a inovação em materiais, a utilização do aço e do metal fundido para fabricação de cadeiras e o surgimento dos painéis de madeira como o compensado, os aglomerados e os laminados (Moraes, 1999). Considerada uma estratégia econômica, a utilização dos painéis de madeira permitiu maior adequação da produção em escala industrial, pois eram produzidos em chapas, o que favorecia a redução do volume e a diminuição n o custo do transporte, em comparação com as toras de madeira, e também permitiu o máximo de aproveitamento da matéria-prima.

Entre outras vantagens, supriu o mercado, permitindo atender a demanda do consumo massivo que fora motivado pela mudança no padrão de consumo, uma vez que o crescimento lento da madeira nativa não conseguiria supri-la. Desse modo, atendeu as pressões ecológicas, evitando-se a exploração das florestas naturais, e solucionou problemas como o preço elevado dos fretes e a estação chuvosa, que dificultava a retirada e o transporte. Além dos painéis de madeira, como alternativa para o uso da madeira maciça nativa, outra solução foi a utilização das madeiras provenientes de reflorestamentos (Mendes *et al*, 2003).

No Brasil, atualmente, utilizam-se, como matérias-primas básicas para a fabricação de móveis a madeira e seus derivados, o metal, o vime ou o ratan, a espuma e o plástico. Grande parte da produção dos móveis (mais de 77%) são em madeira e derivados, destinados ao uso residencial e são considerados os mais importantes do segmento. De acordo com o tipo de material empregado na fabricação, os móveis residenciais subdividem-se em: móveis retilíneos seriados, móveis torneados seriados e móveis sob medida. Os móveis retilíneos seriados utilizam os painéis de madeira para confecção dos móveis, suas superfícies são lisas e sem detalhes complexos de acabamento. Já os móveis torneados utilizam, como matéria-prima principal, a madeira maciça, sozinha ou em conjunto com os painéis, e são

considerados mais requintados, pois a madeira maciça permite acabamento mais detalhado. Os móveis sob medida são produzidos por solicitação do consumidor e a matéria-prima é escolhida por ele (Leão e Naveiro, 2009).

De acordo com Nossak (2014), 73% da produção brasileira de móveis são confeccionados de forma seriada, atendendo, em sua maioria, aos consumidores com menor poder aquisitivo. Segundo a autora, “o paradigma produtivo com painéis de madeira reconstituída confere grande homogeneidade aos produtos, o que é acentuado na produção seriada” (NOSSAK, 2014, p.104). A produção de móveis retilíneos seriados é o maior segmento no Brasil, composto, na maioria, por micros e pequenas empresas e, também, é o setor que menos investe em design, geralmente, por desconhecerem as “possibilidades proporcionadas por esta atividade e por acharem que o investimento em design é um gasto adicional, de retorno demorado” (DEVIDES, 2002, p. 67). Esclarece Nossak (2014) que, nas empresas desse segmento que utilizam o design, o “desenvolvimento dos produtos está ligado ao lançamento constante de novas coleções, voltadas à diferenciação do consumo a partir das referências de *status* social identificadas pelos materiais de acabamento” (NOSSAK, 2014, p. 203).

As mudanças ocorridas no padrão de produção e na matéria-prima utilizada, a novidade como impulsionadora do consumo e, principalmente, a alteração ocorrida no modo de o consumidor se relacionar com o mobiliário levam a ponderações sobre a explanação de Burgo (2012) ao afirmar que os avanços tecnológicos, sociais e comportamentais servem de motivação para a mudança na maneira como a sociedade se relaciona com os produtos no decorrer da evolução humana. Juntamente com o progresso da tecnologia, um conjunto de fatores propiciou a mudança de valor impregnado no mobiliário. Na Idade Média, um móvel antigo, repassado entre os familiares, era motivo de *status*; já na contemporaneidade, o *status* é marcado pela inovação, por seu caráter de novidade. O comportamento básico de consumo moderno representa um ciclo, cujas etapas compreendem: aquisição, consumação, descartabilidade e nova aquisição. “Comportamentos antes tidos como comuns, como a manutenção de móveis e utensílios por gerações em uma mesma família, passaram a não só serem incomuns, mas indesejáveis à sociedade de consumo” (BURGO, 2012, p. 26). A atividade de consumo sempre existiu, o que se alterou, no decorrer da humanidade, foi a postura do ser humano em relação ao objeto, o significado que os produtos possuem enquanto cultura material (Miller, 2007).

A publicidade e a moda emergiram juntamente com os avanços tecnológicos e serviram de instrumentos para a “transferência de significado do mundo cultural e historicamente constituído para os bens de consumo” (MCCRACKEN, 2003, p.113). Como a descartabilidade instituída pelo capitalismo é um fator marcante da modernidade e se entrelaça com o significado do mobiliário, é relevante observar a visão de Padilha a respeito da publicidade, cujo objetivo seria “fazer as pessoas se apagarem como pessoas para encontrar sua personalidade nas mercadorias que devem comprar, sob pena de não se reconhecerem como pessoas” (PADILHA, 2006, p. 110). Nesse sentido, esclarece Kazazian (2005, p. 122) que “um móvel não é mais um bem patrimonial, mas um objeto encarregado de refletir a personalidade de seu proprietário”.

2.2 O descarte como etapa do processo de tomada de decisão de consumo

Segundo Silva (2006, p.36), “dada a variedade de necessidades e desejos humanos e a limitada quantidade de recursos disponíveis para satisfazê-los, os consumidores estão sempre envolvidos em processos de fazer escolhas, ou seja, de tomar decisões”. Nesse sentido, vários estudiosos de diversas áreas do conhecimento, como economia, psicologia, antropologia, sociologia e comunicação, se propuseram a estudar e a compreender como os consumidores tomam decisões de consumo.

De acordo com Pimenta (2011), o interesse pelos estudos acerca do comportamento do consumidor surgiu na década de 1960, porém seu princípio intelectual emergiu somente após uma investigação sobre os exageros de consumo resultante da revolução industrial. A pesquisa foi conduzida por Thorstein Veblen, em 1889, possibilitando “melhor entendimento do consumidor, o que permitiu a definição de estratégias de marketing direcionadas no atendimento das suas necessidades” (PIMENTA, 2011, p.25). Solomon (2011), citado por Franco (2016, p.22), considera que o comportamento do consumidor “é o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos”.

Conforme esclarece Oliveira (2007), diversos autores, como Roberston (1984), Blackwell *et al* (2000), Solomon (2002), Minor e Mowen (2003), Kotler e Keller (2006), estabeleceram modelos do processo de tomada de decisão com intuito de analisar ou prever determinados comportamentos. O modelo mais completo, segundo Oliveira, é apresentado por

Blackwell, Miniard e Engel (2001), representado na Figura 2, pois propõe sete estágios do processo de decisão de compra: reconhecimento da necessidade, busca da informação, avaliação de alternativas pré-compra, compra, consumo, avaliação pós-consumo e descarte.

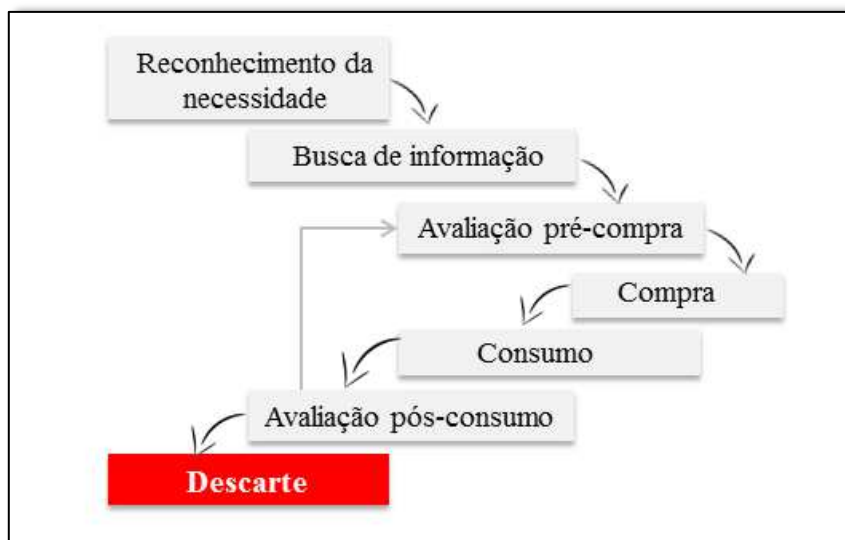


Figura 2 – Fluxograma do processo de decisão do consumidor
Fonte: Adaptado de Blackwell, Miniard e Engel (2001, p. 86).

Pimenta (2011, p. 27) ressalta que existem semelhanças na literatura referente às definições e também concordância nas descrições sobre os processos que envolvem aquisição e consumo; porém alguns dos pesquisadores não discorrem sobre o descarte. Diante dessa perspectiva e da proposta da presente pesquisa, os modelos elaborados por Blackwell *et al* e Solomon tornam-se pertinentes, pois ambos abordam o descarte como parte do processo decisório.

O processo de descartar produtos se intensificou juntamente com o consumo; porém, somente após a constatação dos impactos ambientais ocasionados pelos resíduos, resultantes do consumismo exagerado e pela extração contínua dos recursos naturais, é que o tema ganhou destaque nas pesquisas científicas. Ainda assim, a maioria das pesquisas existentes sobre o descarte ainda são pouco desenvolvidas, pois se limitam a abordar apenas os resíduos como tema central (Chappells e Shove, 1999; Hawkins, 2000; Munro, 1995; 1998; O'Brien, 1999; Strathern, 1999; citados por Hetherington, 2004). Kotler e Keller (2006), citados por Franco (2016, p.20), esclarecem que, “se os consumidores jogam o produto fora, os profissionais de marketing precisam saber como eles o fazem, principalmente se isso vier a

prejudicar o meio ambiente”. O marketing e a publicidade estimulam incisivamente o consumo, ignorando, muitas vezes, o descarte como atividade intrínseca ao ato de consumir.

Ao decidir descartar móveis, assim como proceder na sua aquisição, o consumidor precisa fazer escolhas. Nesse processo, inúmeros motivos podem desencadear a decisão do descarte, dentre eles, a obsolescência funcional ou psicológica, as mudanças no ciclo de vida ou o surgimento de novas necessidades que o móvel antigo não mais atende etc. Para Solomon (2002), apresentam-se como opções o descarte permanente, o descarte temporário do item e, até mesmo, a decisão de manter o produto, conforme se verifica na Figura 3.

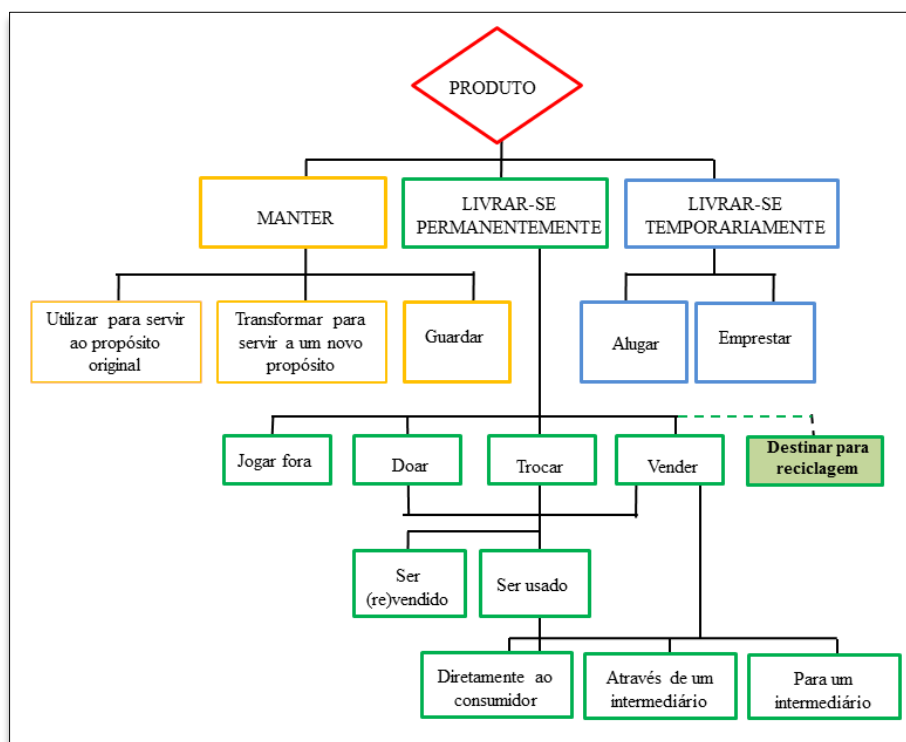


Figura 3 - Ações do consumidor para descarte de produtos
Fonte: Adaptado de Solomon (2002, p.249).

O consumidor, ao escolher livrar-se permanentemente do bem, além das opções já evidenciadas pelo autor, que seriam: jogar fora, doar, trocar ou ainda vender, há também a opção de ‘destinar para a reciclagem’. Com o propósito de completar as possíveis ações do consumidor para o descarte de produtos, foi incluída essa última alternativa.

Corroborando com as afirmações de Solomon, os autores Jacoby, Berning e Dietvorst (1977), citados por Suarez et al (2011, p.29), indicam como alternativas de descarte “não apenas o ato de jogar fora, vender, alugar, emprestar ou doar, mas também a decisão de manter o produto (ainda que sem utilidade, ao menos do ponto de vista funcional)”.

Como ressalta Kazazian (2005, p.44), “o aspecto relacional é determinante para a durabilidade do objeto: mantemos os objetos em função das relações – utilitárias, hedonistas ou cognitivas – que estabelecemos com eles”. É importante destacar que as questões utilitárias e hedonistas são passageiras, extinguindo-se quando surgem novas necessidades que, muitas vezes, são concebidas e manipuladas pela propaganda. Entretanto, quando o produto desperta no consumidor o lado cognitivo, estimulando memórias e significação, seu descarte é adiado, mesmo estando no final de sua vida útil, aumentando, assim, sua longevidade. Arnould, Price e Zinkhan (2004), citados por Rozzet (2013), vão ao encontro do pensamento de Kazazian (2005) e corroboram ao elucidarem que o envolvimento emocional intervém na forma como os consumidores descartam os produtos e se estão propícios ao descarte. Segundo Solomon (2002), os objetos desempenham a função de “âncora” para a identidade dos consumidores; por isso que, muitas vezes, estes optam por manter o produto, como se o passado pudesse continuar vivo através das coisas.

Em outra perspectiva, Suarez *et al* (2011) citam Young e Wallendorf (1989), que contestam Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) ao considerarem o descarte como um processo em que há distanciamento físico e emocional de determinado bem. Quando os consumidores optam por doação, reuso, aluguel, empréstimo ou permanência do produto, mesmo após o término da vida útil, essas não são consideradas formas de descarte, e, sim, formas de uso. “Entretanto, reconhecem que tais escolhas poderiam se situar no que elas chamam de comportamento de pré-descarte, onde os consumidores iniciam o processo de se desvincular física e emocionalmente dos produtos” (SUAREZ *et al.*, 2011. p. 29).

Para Solomon (2002, p.248), “os consumidores muitas vezes se desfazem das coisas, seja porque já realizaram sua função ou possivelmente porque não são mais adequadas à visão que eles têm de si próprios”. Nesse aspecto, a descartabilidade torna-se peça-chave, por oferecer praticidade, conveniência e impulsionar o capitalismo, que marca a sociedade contemporânea, caracterizada pelo desperdício e esbanjamento, gerando grandes danos ao meio ambiente e lamentáveis destruições. Assim sendo, os modos como os produtos são descartados são de extrema importância, devido às grandes implicações para meio ambiente e para a formulação de políticas públicas.

Segundo Solomon (2002, p.250), “treinar os consumidores para a reciclagem tornou-se uma prioridade em muitos países”. A reciclagem tornou-se uma preocupação devido aos danos ambientais causados pelos resíduos e devido à exploração contínua dos recursos naturais, fazendo com que inúmeros países inovem em tecnologias para a transformação dos

resíduos. A compreensão por parte dos consumidores de que o descarte e o tratamento dos resíduos não são responsabilidades somente do poder público, mas também de quem os produz, é fundamental para assegurar o destino correto dos resíduos sólidos e exercer, com consciência, a cidadania.

Em outra vertente, o ciclo lateral, “em que objetos já comprados são vendidos para outros ou trocados por outras coisas” (Solomon, 2002, p. 250), movimentam a economia e as lojas de produtos usados, que se tornam oportunidade de bons negócios. Conforme esclarece o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014), em cinco anos (2007 a 2012), houve um crescimento de 210% no número de pequenas empresas que comercializam produtos usados.

Hoje, essas empresas representam 95% de todo o segmento especializado na venda de artigos como roupas, acessórios, móveis, utensílios domésticos e eletrodomésticos. Nesse segmento, ganham destaque os brechós que estão se aproveitando de uma mudança cultural dos consumidores brasileiros que, aos poucos, estão abandonando o preconceito de comprar roupas usadas (SEBRAE, 2014).

Outra ferramenta que desponta, de forma inovadora e sustentável para o descarte de produtos, é a internet. Segundo Occaso e Lima (2016), os consumidores se reúnem através das redes sociais, sejam por grupos, páginas ou sites, com o intuito de anunciar vendas, trocas ou doações de objetos; criando, transformando, reutilizando produtos, proporcionando, assim, outro destino que não seja o lixo. As redes sociais possuem, como vantagens, o encurtamento das distâncias, facilitando o contato entre vendedores e compradores, disponibilizando *feedbacks* das compras e possibilitando maior interação. Através de postagens de fotos, os internautas conseguem usufruir de uma ‘vitrine’ *online*, além de promover a inserção de uma nova cultura, a de revalorização econômica e afetiva de objetos que, por obsolescência psicológica ou funcional, seriam descartados. Nesse sentido, Thompson (1979), citado por Strasser (1992), esclarece que a maneira como os indivíduos percebem e se comportam em relação aos resíduos, demonstra que os mesmos estão inseridos em uma dinâmica social na qual os objetos se movem para dentro e para fora da categoria de “lixo”: o que não teria utilidade pra um torna-se útil para outros.

Nesse sentido, Solomon (2002) defende que reciclar deveria ser a última etapa do ciclo de vida do produto, sendo que, a redução e a reutilização deveriam ser prioritárias. Na visão do autor, a reciclagem deveria ser uma opção somente quando a utilidade do produto estiver se esgotado.

2.3 Motivos determinantes do descarte de bens duráveis

Suarez *et al* (2011) definem o descarte como a forma com que os consumidores desfazem do produto após cessar sua utilidade. Apresentam-se como “alternativas não apenas o ato de jogar fora, vender, alugar, emprestar ou doar, mas também a decisão de manter o produto (ainda que sem utilidade, ao menos do ponto de vista funcional)”, como expõem Jacoby, Berning e Dietvorst (1977), citados por Suarez *et al* (2011, p.29).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC, 2013, p. 33), geralmente, “a compra de um novo produto significa a substituição do anterior, especialmente no caso de eletrodomésticos e celulares”. Considerando a premissa de que, em decorrência da aquisição de novos móveis, há descarte de outros, consideram-se as ponderações de Goés (2007) sobre os motivos que levam os consumidores a adquirirem móveis de uso residencial. A referida autora elucida que o mobiliário doméstico pode ser adquirido/substituído em função das necessidades estruturadas segundo a “hierarquia das necessidades de Maslow”. Na base da pirâmide, verificam-se as “necessidades fisiológicas”, nas quais a aquisição de móveis abrange a busca pelo repouso e descanso. No segundo nível, estão as “necessidades de segurança”, em que se busca pela proteção e acolhimento; na sequência, localizam-se as “necessidades sociais”, prevalecendo a busca pela sociabilidade, por exemplo, o fato de receber amigos seria um motivo para a nova aquisição de uma sala de jantar. No terceiro nível, estão as “necessidades de estima”, cuja característica evidencia a busca pelo reconhecimento e *status*; e, no topo da pirâmide, apresentam-se as “necessidades de autorrealização”, sendo que a compra de novos móveis estaria ligada à busca por estética e beleza.

A pesquisa de Goés (2010) enumera vários fatores que motivam os consumidores a adquirirem novos mobiliários. Destacam-se a procura por conforto e harmonia nos ambientes, término da vida útil do antigo móvel, necessidade de armazenamento e organização de objetos, mudança no ciclo de vida, busca de *status* e demonstração de poder, renovação pessoal, mudança de residência ou do ambiente, exposição a produtos diferentes e predisposição à compra. Tais elucidações corroboram e complementam os motivos apresentados por Solomon (2002, p. 249) ao afirmar que a substituição de produtos pode ocorrer devido a alguma alteração estética do ambiente, desejo por qualidades inovadoras ou por “uma mudança no papel ou na auto-imagem da pessoa”.

Borges e Lavra (2014, p. 4), buscando investigar “as construções de valor, os significados e ressignificados dos objetos que circulam entre lares, bem como as formas de sociabilidade presentes nessas dinâmicas”, conduziram uma pesquisa etnográfica e evidenciaram os motivos para o descarte de móveis e eletrodomésticos e a forma como ele era feito entre famílias residentes na ‘favela’ e no ‘asfalto’ (classe baixa e classe média). Foi observado que, na ‘favela’, a questão socioeconômica e as dificuldades geográficas interferem, mas não impedem que haja uma vida social dos móveis e eletrodomésticos. O descarte de móveis e eletrodomésticos, nessa localidade, “[...] acontece quase sempre quando o objeto estraga e seu conserto ‘não vale a pena’, ou ainda quando sucede uma compra ou o ganho de ‘algo melhor, mais novo’” (BORGES E LAVRA, 2014, p. 28); sendo muito comum entre os moradores da ‘favela’ a troca de objetos que foram doados por moradores do ‘asfalto’. A necessidade de retirar o objeto da casa para dispor junto aos resíduos para coleta pública é percebida como um problema, pois seria necessário pagar um transporte até a rua principal, o que geraria custos. Assim, o acúmulo desses objetos ou a doação para parentes e vizinhos são opções favoráveis.

Já para os moradores residentes no ‘asfalto’, os motivos de descarte diferem. Foi verificado que o fato de o objeto perder a função ou estar danificado, ser considerado obsoleto ou mesmo a mudança no ciclo de vida (crescimento dos filhos), estão entre os motivadores do descarte. A forma utilizada para se desfazer desses bens foi através de doações, de vendas e disposição junto ao lixo comum. O que as autoras deixam explícito é que, independente da classe social, as famílias encontram dificuldades para se desfazer dos bens, “pois muitas vezes não há para quem doar o bem e não se tem ou não se sabe sobre alternativas de destino para objetos de grandes dimensões, como são alguns móveis e eletrodomésticos” (BORGES E LAVRA, 2014, p. 30).

Rozzet (2013) esclarece que inúmeras influências permeiam o processo de descarte. A autora cita Giaretta *et al* (2010), que, ao analisarem como os consumidores descartam aparelhos de celular, elucidam que o “vínculo afetivo e o valor econômico empregado são fatores que interferem no procedimento de descarte de celulares obsoletos” (ROZZET, 2013, p.19). Rozzet diz ainda que, quando o objeto possui valor emocional, os consumidores tendem a permanecer com o bem, mesmo ele não possuindo mais utilidade. Elucida, ainda, que existem motivos que interferem na prática do descarte e na maneira como ele é realizado. Na perspectiva da autora, o preço que o consumidor pagou no momento da compra, a matéria-prima de que o produto foi fabricado e o valor que será despendido para a substituição, por

exemplo, podem adiar e influenciar a forma como o descarte é praticado; geralmente, nesses casos, a venda seria a opção adotada. Também as empresas, por pressões competitivas ou estratégias de vendas, influenciam o consumidor a aderir a práticas específicas de disposição dos resíduos. Situações que independem do produto, como imposições políticas, taxas e impostos, transição da moda, espaço para guardar o produto, mudanças no ciclo de vida, questões financeiras, entre outras, também influenciam a forma de descarte.

O Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), em parceria com o Instituto de Pesquisa Market Analysis (2013, p. 60), realizaram uma pesquisa que objetivou entender as percepções e hábitos dos consumidores brasileiros com relação à aquisição, uso e descarte de equipamentos eletrônicos, evidenciando, de forma geral, dois motivos que induzem os brasileiros a descartar um equipamento eletrônico: a ‘obsolescência funcional’ e a ‘obsolescência psicológica ou simbólica’, sendo essas duas situações caracterizadas pelo desejo de adquirir outro produto. Na ‘obsolescência funcional’, o desejo ocorre devido ao término de vida útil, acompanhado da necessidade, “[...] já que o aparelho antigo apresenta problemas de funcionamento e não pode ser consertado”. Já a ‘obsolescência psicológica ou simbólica’ é identificada pelo anseio em adquirir um equipamento mais moderno, mesmo que o antigo ofereça as mesmas funções que o atual. Segundo a pesquisa, o descarte ocasionado pela obsolescência psicológica ou simbólica é o mais frequente e a maioria dos equipamentos são descartados quando poderiam ser consertados.

A troca de um equipamento devido à obsolescência psicológica, por questões de atualização tecnológica, é mais comum na classe alta; enquanto a obsolescência funcional, devido a problemas de funcionamento, é mais frequente na população de classe mais baixa. O resultado apontado pelo IDEC reforça a afirmação de Monteiro *et al* (2012), que ressaltam que a procura incessante por novidade e realização pessoal são motivos que favorecem a prática do descarte, quando os consumidores são movidos pelo consumo conspícuo e, mesmo existindo a possibilidade de reparo, geralmente ela é ignorada.

2.4 Influência do conhecimento do consumidor sobre o processo de descarte

O acesso ao conhecimento, por meio da educação e informação, é fundamental na construção de uma nova consciência. Como elucida Gomes (2006), um consumidor mais consciente é capaz de repensar os hábitos de consumo e despertar para os problemas

ambientais emergentes. O autor considera que o meio mais eficaz para prevenção e proteção do meio ambiente é através da consciência ecológica, a qual é adquirida e desenvolvida através da educação ambiental. Segundo Leff (2001), citado por Gomes (2006, p. 25), “sem uma mudança nos valores que orientam a sociedade, através da educação ambiental, não há como alcançar os objetivos do desenvolvimento sustentável”.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Akatu (2001) sobre “Os jovens e o consumo sustentável” evidenciou que a maioria dos jovens participantes da pesquisa acreditava que suas ações causavam baixo impacto no que acontece no mundo e na cidade em que viviam, considerando irrelevante seu papel transformador no mundo, como relatado a seguir:

A forma como viajam, as roupas que compram, o uso dos recursos naturais, seu lazer e seu trabalho, são por eles avaliados como ações que, com exceção do lixo que jogam fora, pouco afetam o meio ambiente. Mais do que isso: é muito significativa a parcela que acredita que nenhuma dessas ações impactam o planeta. Eles reconhecem o impacto social e ambiental do uso e descarte de produtos, mas não refletem sobre o processo de produção e consumo ao escolher os bens que consomem; assim como não pensam no desgaste ambiental ou nas implicações sociais relacionados à fabricação dos produtos que compram (INSTITUTO AKATU, 2001, p. 43).

O Instituto Akatu (2001) elucida que, diante da competição do mercado de trabalho, a principal preocupação declarada pelos jovens foi com seu futuro profissional. “A questão passa a ser mais técnica do que cultural: a necessidade do diploma é maior do que a de leitura.” (INSTITUTO AKATU, 2001, p.43). A pesquisa não demonstrou alienação ou inconsciência dos jovens sobre o mundo em que vivem, mas evidenciou uma fragilidade no conhecimento que é transmitido a eles, pois eles não se consideravam responsáveis pelas transformações, não possuíam visão holística da vida em sociedade e nem como poderiam afetar e serem afetados por meio desse comportamento. Apesar de haver preocupação ambiental por parte desses jovens, o Instituto concluiu que “muito há para ser feito para que o consumo sustentável seja uma prática de fato internalizada” (INSTITUTO AKATU, 2001, p.44).

Para Butzke *et al* (2001), o comportamento e as respostas ambientais diferenciam de acordo com os valores e graus de percepção de cada indivíduo e o aspecto determinante é a tomada de consciência. “Esta tomada de consciência ocorre quando o indivíduo procura decompor a situação ou o acontecimento em níveis conceituais, ao invés de meramente registrarem-se modificações” (BUTZKE *et al*, 2001, p.13). Segundo os autores, não basta somente ser informado, é preciso adquirir conhecimento, ou seja, conhecer com profundidade sobre o assunto, tanto os consumidores, quanto administradores e legisladores. O engajamento

de todos os indivíduos é fundamental para a implantação das transformações que se deseja, porém esse engajamento não acontece de modo espontâneo, mas deverá ser aprendido. Em concordância com Butzke, Borelli *et al* (2012), para que as mudanças no comportamento sejam efetivas, será preciso ir mais além do que oferecer informações. É necessário que as informações veiculadas sejam atraentes ao consumidor, sendo indispensável inserir, nas primeiras etapas da vida, os princípios e comportamentos de um consumidor consciente, informando e educando o ser humano desde a infância. De grande relevância, também, são as redes de relações sociais como a família, escola, comunidades e os ensinamentos que são repassados.

Em contrapartida, Serrano (2003), citado em Brandalise *et al* (2009), esclarece que a educação ambiental oferecida nas escolas está sendo insuficiente para transformar atitudes e valores, havendo divergência entre teoria e prática, uma vez que, geralmente, os alunos não aderem aos propósitos comportamentais recomendados pela disciplina.

Ao comparar a percepção e o comportamento ambiental de alunos universitários que tiveram a disciplina de educação ambiental na grade curricular e outros que não tiveram acesso a ela, Brandalise *et al* (2009) constataram que a “percepção ambiental não está associada ao grau de educação ambiental que é recebida”, confirmando a deficiência e a carência do conteúdo repassado nas escolas brasileiras. Como a mídia foi declarada a principal fonte de informação para ambos os grupos pesquisados, a autora ressalta que “não basta a inclusão da educação ambiental nas escolas, é preciso informar o consumidor para que as mudanças de comportamento se estabeleçam” (BRANDALISE *et al*, 2009, p. 283). Tal afirmação corrobora com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (2005) ao afirmar que a informação é essencial para efetuar mudanças de comportamento no consumidor, através de um processo que implica sensibilização e mobilização social.

Segundo o Ministério do Meio Ambiente (Brasil, 2017), a postura do consumidor bem informado e conscientizado, além de impactar positivamente na decisão de compra, na escolha por produtos ecologicamente corretos, pode fazer com que ele pondere sobre o meio ambiente, preocupando-se com o bem-estar da sociedade em geral e com a saúde animal, buscando equilíbrio entre a satisfação própria e a sustentabilidade e, também, com as condições que a empresa oferece ao trabalhador, além de estar atento ao custo do produto e da marca. Através de gestos simples e cotidianos, a prática da sustentabilidade poderia ser exercida, como economizar no consumo de energia e de água potável, aderir à prática da reciclagem e atentar para o consumo de produtos orgânicos.

Dias (1994), citado por Bertolini e Possamai (2015), esclarece que a pessoa consciente sobre os problemas ambientais se importa com os desperdícios de água e energia, verificando, por exemplo, se há gotejamento nas torneiras, preocupando-se com o tempo despendido no banho, com a forma de se barbear, com a descarga do sanitário, com a lavagem do automóvel, com o apagamento das luzes ao sair dos ambientes, além de procurar não deixar aparelhos ligados sem utilização.

O consumidor consciente procura difundir seus conhecimentos e influenciar os que o cercam sobre a prática sustentável, pois, através do seu comportamento, pode se tornar um agente transformador da sociedade. Conforme apregoa o Ministério do Meio Ambiente, “os atos de consumo têm impacto e mesmo um único indivíduo, ao longo de sua vida, produzirá um impacto significativo na sociedade e no meio ambiente” (Brasil, 2017).

Esclarecem Mansano e Oliveira (2011) que é através das escolhas que o consumidor manifesta sua consciência e responsabilidade ambiental, podendo exercitá-las em duas ocasiões oportunas: no momento da aquisição do produto e no ato de consumir. Enfatizam que a consciência ambiental não se exerce somente pela escolha de fabricantes e produtos sustentáveis, mas também ao se questionar sobre a quantidade e a real necessidade antes de adquirir novos produtos, em considerar a possibilidade da reutilização e sua reciclagem. Comportamento este que vai ao encontro dos princípios dos 3R's, apresentados pela Agenda 21, que visam à redução, à reutilização e à reciclagem. Ao evidenciarem as particularidades desse perfil de consumidor, as autoras esclarecem que

dar preferência a produtos de empresas que têm uma clara preocupação com o meio ambiente, não compactuar com a ilegalidade, não consumir de forma a prejudicar as gerações futuras, dar preferência às empresas que não exploram o trabalho infantil, reclamar os seus direitos, usar o poder de compra para defender o emprego no país adquirindo produtos nacionais, colaborar para reduzir a quantidade de lixo produzido, evitar o desperdício e a compra de produtos com embalagens inúteis ou que demorem a se decompor, dar preferência a materiais reciclados, saber identificar as empresas que são éticas em seu relacionamento com os consumidores, os trabalhadores, os fornecedores, a sociedade e o Poder Público, são algumas das ações do consumidor consciente, com o perfil do consumidor moderno. (MANSANO; OLIVEIRA, 2011, p. 79).

Em consonância com o perfil traçado dos consumidores conscientes, estão os resultados de uma investigação conduzida por Monteiro *et al* (2008, p. 46), junto a 735 pessoas residentes em uma capital nacional. Elas foram entrevistadas com o intuito de se verificar a possível relação entre a personalidade e o consumo ecologicamente consciente. Os dados apontaram que “pessoas mais pró-ativas têm maior propensão a apoiar o delicado equilíbrio da natureza em nossa sociedade”. Segundo os autores, a partir dos resultados

obtidos, surgiu um desafio que é converter em responsabilidade ambiental a passividade dos consumidores negligentes e apáticos. Assim, os autores pressupõem que campanhas são fundamentais para expor como as atitudes inconsequentes a respeito do consumo podem impactar negativamente a vida humana.

Segundo Beck e Pereira (2012), os consumidores podem ser norteados de acordo com três tipos de valores: o antropocentrismo, o ecocentrismo e a apatia ambiental. Os consumidores que possuem valores antropocêntricos acreditam que a natureza estaria disponível para satisfazer as suas necessidades, sentem-se estimulados a preservar o meio ambiente devido ao interesse em conservar a saúde, mantendo a qualidade de vida e a espécie humana. Para os indivíduos com valores ecocêntricos, a natureza é percebida como base fundamental e sentem-se conectados a ela, sua consciência ambiental é correspondente aos valores humanitários que são inerentes a esse tipo de consumidor. Já os consumidores apáticos não são favoráveis a projetos de preservação e “acreditam que os preservacionistas são pessimistas e um tanto paranóicos e que a maioria dos problemas ambientais se resolverão por si mesmos no devido tempo” (THOMPSON; BARTON *apud* BECK; PEREIRA, 2012, p. 57). Norteadas por esses três tipos de valores, as autoras conduziram uma investigação com 33 participantes, buscando identificar os tipos de valores e interesses que prevalecem na tomada de decisão e que definem a preocupação ambiental dos consumidores. A conclusão do estudo apontou que

[...] o consumidor atual é ao mesmo tempo preocupado e interessado em participar de questões ligadas ao meio ambiente, mas não se sente totalmente envolvido e nem tem a percepção necessária sobre a forma de como poderia agir. Enquanto não for um consenso universalmente aceito pelos consumidores que as decisões locais de compra, consumo e descarte têm poder de mudar concepções de produção e devem ter o intuito de melhorar o meio ambiente global, as mudanças significativas esperadas não acontecerão. (BECK; PEREIRA, 2012, p. 74).

Conforme salientado por Beck e Pereira (2012), os consumidores que apresentam valores humanitários são os mais propensos a ter atitudes e comportamentos pró-ambientais. De acordo com Coelho *et al* (2006), estudos na área da psicologia que relacionam valores humanos aos comportamentos e atitudes pró-ambientais despontam no Brasil e são considerados importantes para compreender tais comportamentos. Com esse objetivo, os autores conduziram uma investigação em que 208 estudantes universitários da Paraíba foram entrevistados; utilizando-se como instrumentos o questionário de valores de Schwartz⁹ e uma

⁹ De acordo com a teoria de Schwartz, “existe um conjunto de motivações universais que dão origem e organizam os diversos valores nas diferentes culturas. Sua teoria define um valor como um conceito ou crença do indivíduo sobre uma meta (terminal, instrumental) que transcende às situações e expressem interesses

escala de atitudes ecocêntricas e antropocêntricas. De acordo com os resultados apresentados, o motivo que melhor explicou o ecocentrismo foi o *universalismo*, representado por compreensão, apreço, tolerância e proteção do bem-estar dos indivíduos e da natureza. “Verificou-se que as pessoas que pontuaram mais alto em *universalismo* apresentaram maior predisposição a agir de modo que favorecesse o ambiente.” (COELHO *et al*, 2006, p.205). Assim, os autores sugerem que tais valores sejam incorporados pelas escolas de Ensino Fundamental para serem ensinados e desenvolvidos juntamente com a promoção e educação ambiental.

De acordo com os estudos reportados, para que haja uma mudança no comportamento, será preciso a construção de uma nova consciência, que dependerá de esforços simultâneos: o governo precisará desenvolver políticas públicas para esclarecer e motivar a população; a informação deverá chegar de forma clara e atraente aos consumidores. Além disso, é necessário implementar ações que visem ao fortalecimento e à ampliação das redes sociais que tenham práticas pró-ambientais. Adicionalmente, é imprescindível introduzir a educação ambiental nos primeiros estágios da vida, ressaltando os valores humanitários. Por fim, é relevante também o empenho dos fabricantes para produzirem produtos com menor impacto ambiental, contribuindo para o esclarecimento do consumidor e possibilitando um novo comportamento diante do meio ambiente.

2.5 Resíduos sólidos urbanos, meio ambiente e as políticas públicas

Segundo Strasser (1992), os resíduos podem ser entendidos como uma questão pertinente ao funcionamento habitual do lar e da economia. O descarte, por sua vez, faz parte de um processo maior, que envolve a produção, a distribuição, a compra e o uso, sendo os resíduos produtos desse processo, não apenas um subproduto. Durante o início de 1880, novos tipos de resíduos domésticos foram projetados para servir de apoio para o crescimento da economia. Embalagens descartáveis como latas, papelão, papel celofane, folhas de alumínio, entre outras, serviram de estratégia de marketing para diferenciar os produtos, possibilitando

(individualistas, coletivistas ou mistos) correspondentes a um domínio motivacional (hedonismo, poder, tradição, universalismo etc.), sendo avaliada em uma escala de importância (nada importante, muito importante) como um princípio que guia a sua vida,” (Schwartz & Bilsky, 1987, citados por GOUVEIA *et al*, 2001, p. 135).

aos fabricantes o controle sobre o preço, a qualidade e a distribuição. Tais inovações atraíram empreendedores durante décadas, funcionando como uma ferramenta poderosa para o aumento maciço das vendas, o que ocasionou uma drástica mudança na economia e na conveniência. Esse processo permaneceu até a Segunda Guerra Mundial, introduzindo um novo conceito, o da descartabilidade, não somente em embalagens, mas também em produtos, servindo para intensificar o acúmulo dos resíduos.

Somente após anos de produção, consumo e descarte é que a consciência coletiva sobre o mundo surgiu. De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), isso ocorreu apenas em 1969, após a divulgação da primeira fotografia espacial da Terra. “Ver pela primeira vez este “grande mar azul” em uma imensa galáxia chamou a atenção de muitos para o fato de que vivemos em uma única Terra – um ecossistema frágil e interdependente.” (ONU, 2016). Nesse sentido, Kazazian (2005, p.21) comenta:

A contemplação da Terra, metamorfoseada em ícone da vida, devolve ao homem a imagem de sua origem, de sua condição, de sua riqueza, de seus limites e de seu dever de compartilhamento. A realidade física repentina e inesperada de seu habitat, tão finito e fechado, convence-o então da necessidade absoluta de mudar a maneira de ver a si mesmo.

Segundo Kazazian (2005, p. 20), somente após inúmeras catástrofes naturais e o despertar dessa consciência ecológica é que surgiu o questionamento sobre a responsabilidade do ser humano em relação à natureza. Nesse sentido, o autor elucida: “Uma população que se sensibiliza apenas quando vê a etapa final de seu próprio consumo – isto é, a presença do lixo que produz e descarta”. A questão sobre a gestão territorial do lixo fez com que a população adotasse, posteriormente, a atitude designada pela palavra ‘Nimby’, termo composto pelas iniciais da expressão “*not in my back yard*” (não no meu quintal). Tal expressão ganhou destaque em meados da década de 1970 e foi amplamente utilizada por opositores de projetos de alto impacto ambiental em suas reivindicações, influenciando beneficentemente a política ambiental. De acordo com Barbosa (2009, p. 02), “pior do que não saber como reduzir a produção de lixo é não saber o que fazer com ele e para onde levá-lo”. Verificou-se, a partir de então, a percepção da sociedade sobre os riscos que os resíduos podem oferecer à saúde pública e ao meio ambiente, caso não sejam condicionados e descartados corretamente.

Na década de 1970, a capacidade biológica da Terra passou a ser vista como insuficiente, já que não conseguia atender o consumo da humanidade quanto aos recursos naturais, conforme elucida Kazazian (2005). Em 1972, após a tomada de consciência coletiva sobre o meio ambiente, a ONU convocou a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, ocorrida em Estocolmo (Suécia). Considerada pela ONU como um marco, nessa

conferência, promulgou-se uma declaração final sobre a “necessidade de uma visão comum e de princípios comuns para inspirar e guiar os povos do mundo na preservação e no melhoramento do meio ambiente humano”, sendo especificado na Declaração da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Humano (parágrafo 6) que:

Chegamos a um ponto na História em que devemos moldar nossas ações em todo o mundo, com maior atenção para as consequências ambientais. Através da ignorância ou da indiferença podemos causar danos maciços e irreversíveis ao meio ambiente, do qual nossa vida e bem-estar dependem. Por outro lado, através do maior conhecimento e de ações mais sábias, podemos conquistar uma vida melhor para nós e para a posteridade, com um meio ambiente em sintonia com as necessidades e esperanças humanas [...] (ONU, 1972).

O relatório “Nosso Futuro Comum”, concebido, posteriormente, em 1987, pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, publicou, pela primeira vez, o conceito de desenvolvimento sustentável como sendo aquele “que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades” (ONU, 2016). Visando a uma nova abordagem de crescimento econômico, o relatório sugere que tal princípio deveria ser adotado por todas as Nações. A utilização dos recursos naturais diante do crescimento e desenvolvimento ainda é uma necessidade; no entanto, a exploração deveria ser realizada de forma responsável, sem causar maiores danos ao meio ambiente, adotando medidas estratégicas e preventivas, capazes de promover uma melhor eficiência. Tal proposta rompeu com modelos econômicos ultrapassados e foi “a primeira a integrar meio ambiente com futuro econômico, social e cultural das sociedades humanas” (KAZAZIAN, 2005. p. 26).

A “Agenda 21”, originada da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, também conhecida como “Cúpula da Terra”, realizada na cidade do Rio de Janeiro (1992), foi um importante documento, considerado “um diagrama para a proteção do nosso planeta e seu desenvolvimento sustentável, a culminação de duas décadas de trabalho que se iniciou em Estocolmo em 1972” (ONU, 2016). Portilho (2005) assinala que “os documentos produzidos durante a conferência – especialmente a Agenda 21, a Declaração do Rio e o Tratado das ONGs – começaram a apontar a responsabilidade dos estilos de vida e consumo” (PORTILHO, 2005. p. 2). Segundo a autora, estabeleceu-se um deslocamento de discurso, pois os problemas ambientais, que antes eram ocasionados pela produção, passaram a ser vistos, também, como derivados do consumo.

Um dos aspectos considerados necessários é uma maior conscientização por parte da população em relação à questão dos resíduos sólidos. O Programa das Nações Unidas para o

Meio Ambiente (UNEP), juntamente com a Associação Internacional de Resíduos Sólidos (ISWA), lançaram, em setembro de 2015, o Atlas Global de Gestão de Resíduos (GWMO), afirmando que os mais de 7 bilhões de pessoas que habitam o planeta Terra (7,347 bilhões - Word Bank, 2015) geram, aproximadamente, de 7 a 10 bilhões de toneladas de resíduos sólidos por ano, compreendendo os resíduos domiciliares, comerciais, industriais e de construção civil. A logística da disposição desses resíduos torna-se uma missão permanente, uma vez que 3 bilhões de pessoas ainda não possuem acesso ao descarte correto dos resíduos, conforme esclarece a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE, 2014).

A população brasileira é de aproximadamente 190 milhões de pessoas, sendo 85,35% concentrados na área urbana (IBGE, 2010). A Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais, através do relatório sobre o Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil (2015), identificou que cada brasileiro produz, em média, 391 kg de resíduos por ano e que 198.750 toneladas de resíduos sólidos domiciliares e/ou públicos são coletadas diariamente. De 2014 para 2015, houve um acréscimo significativo na coleta: 3,517 toneladas diárias a mais, em todo o País, e tal crescimento se mantém constante a cada ano.

O crescimento do volume de resíduos sólidos coletado merece atenção das gestões municipais, sendo importante que tal crescimento seja acompanhado de estratégias adequadas de destinação final, dado que a destinação inadequada gera impactos sociais, ambientais e econômicos negativos, com prejuízos para a população e para o meio ambiente. (NETA, 2011, p. 01).

Diante do contexto dos resíduos sólidos e da degradação ambiental, em decorrência de vários tratados, documentos e declarações redigidos anteriormente, no Brasil, foi concebido o Projeto de Lei - PL 203/1991, que transitou na Câmara dos Deputados por quase duas décadas, até ser transformado na Lei Ordinária nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

De acordo com o IDEC, a PNRS foi estabelecida com o intuito de disciplinar o tratamento do lixo, a qual sugere a diminuição na geração de resíduos, propondo a prática de hábitos de consumo sustentável e um conjunto de instrumentos para propiciar a reciclagem e reutilização dos resíduos sólidos, bem como a destinação ambientalmente adequada dos rejeitos, determinando a responsabilidade compartilhada entre poder público, empresas e consumidores. Conforme Garcia (2012, p.5):

A PNRS é viável e muito necessária. O documento foi construído para trazer uma solução nacional e envolver a sociedade e implementá-lo envolve capacitar gestores municipais para tratar da coleta e do tratamento de resíduos, conscientizar o consumidor a respeito da disposição adequada do lixo e criar responsabilidade do setor produtivo para desenvolvimento de produtos com menor impacto ambiental.

Viabilizá-lo depende de investimentos e de um movimento que envolva todo o país, inclusive o setor produtivo. Acredito que não haverá uma mudança significativa no âmbito dos resíduos sólidos nos próximos dois anos, mas estou certa de que este pode ser o caminho para que em dez anos o Brasil seja melhor.

Conforme o artigo 13 da citada lei, os resíduos sólidos urbanos são todos aqueles provenientes “de atividades domésticas em residências urbanas, os originários da varrição, limpeza de logradouros e vias públicas, de estabelecimentos comerciais, prestadores de serviços e resíduos dos serviços públicos” (BRASIL, 2010, p.6). A Política estabelece que somente os rejeitos¹⁰ poderão ser direcionados aos aterros sanitários, enquanto os resíduos orgânicos deverão ser compostados e os materiais restantes reciclados.

Os resíduos sólidos urbanos são classificados pela PNRS (Art. 13. Parágrafo único) como não perigosos. Somente são considerados perigosos quando, em suas características, possuírem determinado grau de inflamabilidade, corrosividade, reatividade, toxicidade, patogenicidade, carcinogenicidade, teratogenicidade e mutagenicidade, oferecendo considerável risco à qualidade do meio ambiente e à saúde pública. Apesar de não ser enquadrada como perigosa, a composição dos resíduos domésticos é muito diversificada, abrangendo resíduos orgânicos, eletrônicos, embalagens diversas, remédios vencidos, fezes de animais domésticos, uma variedade de bens duráveis, entre outros. Conforme sancionado na lei, alguns resíduos específicos, como pilhas e baterias, pneus, óleos lubrificantes (resíduos e embalagens), lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista, produtos eletroeletrônicos e seus componentes, presentes no cotidiano de muitas famílias, deveriam retornar, obrigatoriamente, aos responsáveis (fabricantes, distribuidores, comerciantes e importadores) após o término de sua vida útil. É solicitado ao consumidor, através da logística reversa¹¹, o encaminhamento de tais resíduos aos postos de coletas específicos, como consta no Art. 33, inciso II ao VI da PNRS (BRASIL, 2010).

A logística reversa é um instrumento prático que a PNRS utiliza para a efetivação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto. Visa, através de um conjunto de ações, a recolher e restituir os resíduos sólidos aos fabricantes para que o setor empresarial os reaproveite ou descarte adequadamente, sem maiores impactos para o meio ambiente. Para

¹⁰Entende-se por rejeitos os “resíduos sólidos que, depois de esgotadas todas as possibilidades de tratamento e recuperação por processos tecnológicos disponíveis e economicamente viáveis, não apresentem outra possibilidade que não a disposição final ambientalmente adequada” (PNRS, Art. 3º, inciso XV, 2010, p. 02).

¹¹Logística reversa é um “instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada” (PNRS, Art. 3º, inciso XII, 2010, p. 02).

sua execução, é necessário que seja firmado um contrato entre o poder público e os fabricantes, importadores, distribuidores ou comerciantes, estabelecendo-se, assim, a responsabilidade pelos resíduos compartilhada entre geradores. De acordo com a PNRS (Cap. II, art. 3º, inciso IV), o ciclo de vida do produto corresponde a uma “série de etapas que envolvem o desenvolvimento do produto, a obtenção de matérias primas e insumos, o processo produtivo, o consumo e a disposição final”. A responsabilidade compartilhada é o

(...) conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos (PNRS, Art. 3º, inciso XVII, 2010, p. 02).

A lei menciona apenas alguns resíduos específicos para retorno obrigatório (pilhas e baterias, pneus, resíduos e embalagens de óleos lubrificantes, lâmpadas fluorescentes, de vapor de sódio e mercúrio e de luz mista, produtos eletroeletrônicos e seus componentes), devido a sua composição apresentar certo grau de nocividade, o que, de certa forma, estimula os fabricantes a aderirem ao programa. Entretanto, de acordo com Corbellini (2014), no Brasil, a logística reversa não é praticada como deveria, uma vez que as ações de disposição dos resíduos sólidos e sua seleção ainda são insuficientes. Outro aspecto indissociável e de grande relevância que impacta no desempenho e eficiência da logística reversa é a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos. Esclarece Costa (2016): “Ainda é comum que as empresas concentrem seus esforços em minimizar os impactos ambientais apenas na fase inicial do ciclo de vida do produto, negligenciando a gestão da sustentabilidade na fase de pós-uso.” (COSTA, 2016, p.11). Enquanto a responsabilidade não for, realmente, compartilhada entre os autores envolvidos em todo o processo, talvez, a logística reversa não se efetive, pois é preciso que fabricantes, importadores, comerciantes, poder público e consumidores, todos eles, se sintam responsáveis pelos resíduos que produzem.

Os resíduos sólidos urbanos se apresentam como um dos impasses ambientais de maior prioridade para século XXI, afirma Günther (2008). O ritmo crescente da população que se aglomera em áreas urbanas, o modelo de reprodução do capital e o consumo exagerado ocasionam e acentuam tal problemática. Conforme alerta o Relatório Planeta Vivo (2014), atualmente, “a biodiversidade está diminuindo rapidamente, enquanto a demanda da humanidade sobre a natureza é crescente e insustentável. Precisamos de 1,5 planeta para satisfazer nossa demanda anual por recursos naturais.” A concentração de resíduos é muito superior à capacidade de absorção ou reciclagem e, em decorrência disso, acumula-se de

forma progressiva o carbono na atmosfera (World Wide Fund For Nature - WWF, 2014, p.10).

De acordo com a Constituição Federal (Brasil, 1988), em seu artigo 200, inciso IV, e artigo 225, para prevenção de doenças e promoção da saúde, é necessário um ambiente saudável e, com isso, há de se manter algumas práticas essenciais, dentre elas, a correta gestão dos resíduos sólidos. Assim como a coleta, a disposição desses resíduos interfere direta e indiretamente no cotidiano de toda a sociedade. No Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), a questão da coleta dos resíduos estaria equilibrada, mas muitos municípios brasileiros estariam recorrendo a “vazadouros” (lixões) a céu aberto para disposição dos resíduos. A Lei Nacional de Resíduos Sólidos previa a eliminação de lixões do território nacional até 2014, mas, de acordo com a ABRELPE, isso não aconteceu: “As unidades inadequadas, porém, ainda estão presentes em todas as regiões do país e recebem mais de 82.000 toneladas de resíduos por dia, com elevado potencial de poluição ambiental.” (ABRELPE, 2015, p.23).

As formas de disposição dos resíduos sólidos mais comuns são os lixões a céu aberto, os aterros controlados e os aterros sanitários. Somente 58,7% de todo o lixo produzido no Brasil recebe destinação final adequada (ABRELPE, 2015). Para a PNRS, a meta a ser alcançada para disposição dos resíduos é o aterro sanitário, pois, ao cumprir normas operacionais específicas de impermeabilização do solo, recebendo permanente inspeção e aproveitando os gases tóxicos gerados como fonte de energia, evita danos ou riscos à saúde pública e à segurança e, conseqüentemente, minimiza os impactos adversos, sendo considerada a solução mais viável para disposição final dos resíduos sólidos.

Conforme o Catálogo de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável, publicado pelo IBGE (2015), os resíduos sólidos são considerados como um dos poluentes mais prejudiciais. O não recolhimento ou mesmo a disposição incorreta dos resíduos contaminam o solo e as águas, propicia a proliferação de vetores causadores de várias doenças, provoca enchentes e inundações. A matéria orgânica, ao se decompor, produz o chorume, liberando gases que se acumulam na atmosfera, causadores do efeito estufa.

Corbellini (2014, p.1) considera indispensável executar um “intenso trabalho de educação para que as pessoas saibam o que fazer e como fazer para destinar o lixo corretamente”, advertindo sobre a necessidade de orientar a sociedade e também as micro e pequenas empresas a respeito da importância que tem a logística reversa. A autora esclarece, ainda, que a exploração constante dos recursos naturais para a produção de bens de consumo

evidencia os motivos que favorecem o acúmulo de produtos descartados no meio ambiente, sem tratamento adequado. Dentre esses, estão “a obsolescência precoce dos bens, os contínuos lançamentos de produtos, o alto custo dos reparos de bens em relação ao preço praticado na comercialização dos produtos novos” (CORBELLINI, 2014, p.1).

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de pesquisa

Neste estudo, foi adotada uma abordagem quantitativa, que, segundo Weber & Dessen (2009, p.18), é utilizada quando uma pesquisa “tem por objetivo compreender relações entre variáveis, pressupondo descrição, predição e controle”.

Os resultados foram mensurados através da estatística descritiva. Com o intuito de verificar a associação de determinadas variáveis, foi aplicado o teste de Chi-Quadrado de Person para amostras independentes, pois, conforme Dancey e Reidy (2006), “o χ^2 permite que se descubra se existe um relacionamento ou associação entre duas variáveis categóricas” (DANCEY; REIDY, 2006, p. 281).

3.2 Local de estudo

A pesquisa foi realizada no município de Ubá/MG, localizado na Zona da Mata Mineira, com população estimada em 112.186, área territorial 407.452 km² (IBGE, 2017) e PIB equivalente a 21.342,14 reais per capita (IBGE, 2015).

De acordo com a Feira de Móveis de Minas Gerais (FEMUR, 2016), Ubá é considerada uma das principais cidades da Zona da Mata e se destaca pelo seu grande centro industrial. O Relatório Setorial da Indústria de Móveis no Brasil menciona que a indústria brasileira de móveis está entre os mais importantes segmentos da indústria de transformação no país, estando fortemente concentrada (83%) nas regiões Sul e Sudeste. “Ubá é considerado o centro de um dos principais polos moveleiros do Brasil, composto também pelas cidades de Guidoal, Piraúba, Rio Pomba, Rodeiro, São Geraldo, Tocantins e Visconde do Rio Branco.” (FEMUR, 2016, p.1). Totalizam mais de 300 indústrias moveleiras, as quais geram 18 mil empregos diretos, predominando a produção de móveis residenciais, fabricados basicamente por micro e pequenas empresas (IEMI, ABIMÓVEL, 2016).

Os resíduos domiciliares coletados na cidade de Ubá são transferidos, por meio de contêineres, ao aterro sanitário de Juiz de Fora, para descarte ambientalmente correto, conforme diretrizes da legislação ambiental. Os resíduos inertes, como móveis e os oriundos da construção civil, seguem para a Estação de Transbordo de Resíduos Sólidos, localizada no

bairro Ligação, onde funcionava o antigo lixão, que atualmente se encontra desativado. Os resíduos inertes são triturados e depositados no local, que passa a funcionar como aterro controlado para tais resíduos. Como pode ser visualizado nas fotos constantes no Apêndice A, é possível verificar alguns móveis descartados, que foram dispostos na estação de transbordo em Ubá.

Em março de 2011, quando se iniciou o processo de desativação do lixão de Ubá, em cumprimento da Lei 12.305/2010, foi fundada a Associação dos Catadores de Materiais Recicláveis (RECICLAU), que reúne, em um sistema de associação, os antigos catadores que trabalhavam no lixão. A Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria do Ambiente e Mobilidade Urbana, implantou no município a coleta seletiva, que está restrita a alguns bairros específicos, que contam com postos de coleta do “lixo seco”, espalhados pela cidade. Dispõe também do projeto Energisa Cidadã, que incentiva o consumidor, mediante o oferecimento de desconto na conta de energia elétrica para aqueles que encaminharem materiais recicláveis e óleo usado aos postos de entrega.

É possível observar, como mostram as fotos do Apêndice B, que o descarte de móveis na cidade de Ubá é realizado pela população juntamente com os outros resíduos domiciliares. Porém, de acordo com a Lei Municipal nº 3.650/2007, que institui o Sistema de Gestão Sustentável de Resíduos da Construção Civil, Resíduos Volumosos e o Plano Integrado de Gerenciamento de Resíduos da Construção Civil, em seu Artigo 2º, Parágrafo 1º, os resíduos volumosos, assim como os móveis, não podem ser dispostos em áreas de “bota fora”; encostas; corpos d’água; lotes vagos; passeios, vias e outras áreas públicas; áreas não licenciadas ou áreas protegidas por lei (Ubá, Lei 3.650, 2007, p. 1).

De acordo com a Secretaria do Meio Ambiente, a população só poderia depositar mobiliários na calçada, para coleta urbana, após contato com a secretaria para agendamento. Caso contrário, o caminhão da limpeza urbana não poderia efetuar o recolhimento dos mesmos.

3.3 População e amostra

A população-alvo deste estudo foram as famílias residentes no bairro Eldorado, em Ubá/MG. De acordo com o IBGE, esse bairro compreende aproximadamente 909 domicílios, que são representados pelos setores censitários: 05000016, 05000017, 05000018 e 05000019,

como pode ser observado na Figura 4. Como não há demarcação limítrofe entre os bairros, o número de domicílios é aproximado, pois o setor 05000016 abrange algumas residências do bairro vizinho.

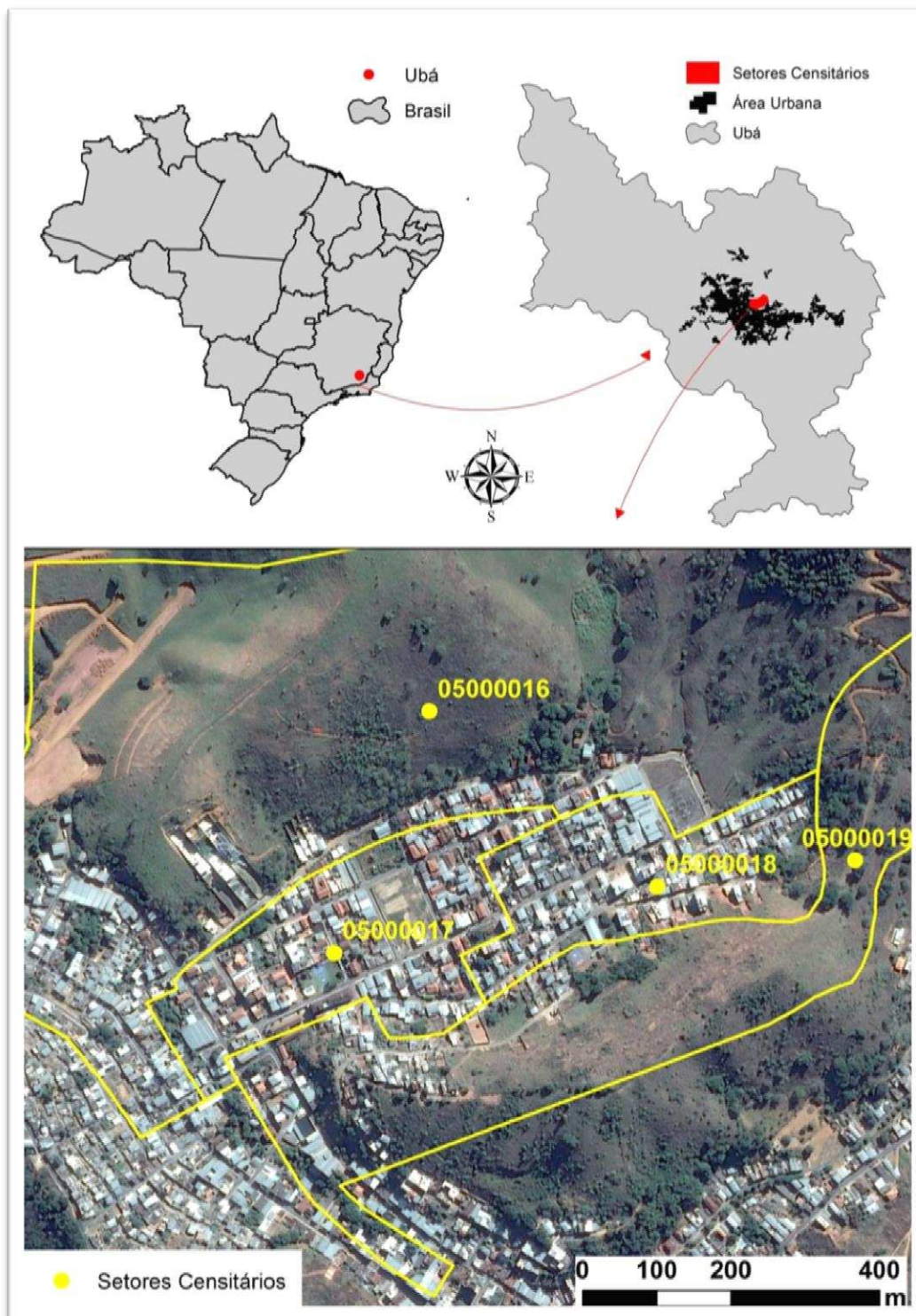


Figura 4 – Identificação dos setores censitários no bairro Eldorado, em Ubá/MG.
Fonte: Elaborado pela autora, a partir de dados da malha digital do IBGE.

A escolha desse bairro deve-se à sua localização, com grande proximidade do centro da cidade e facilidade de acesso a pontos comerciais importantes.

A amostra definida foi de 64 participantes, sendo entrevistado um participante por domicílio. A amostra foi calculada através do cálculo amostral para população finita, segundo Triola (2013, p.288):

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot (Z\alpha/2)^2}{(N - 1) \cdot E^2 + \sigma^2 \cdot (Z\alpha/2)^2} \quad (\text{Equação 1})$$

Onde:

n = Equivale ao número de indivíduos na amostra;

N = População residente no bairro Eldorado, em Ubá/MG, representado pelo IBGE através dos setores 0016, 0017, 0018 e 0019, determinada em 909 domicílios;

$Z\alpha/2$ = Corresponde ao grau de confiança estimado. Nesta pesquisa, foi estipulado em 90%, equivalente a 1,65;

$\sigma^2 = p \times q$;

p = Proporção populacional de indivíduos que pertencem à categoria a ser estudada,

igual a 0,5;

$q (1 - p)$ = Proporção populacional de indivíduos que não pertencem à categoria a ser estudada;

E = Margem de erro ou erro máximo de estimativa, estipulada em 0,1.

Dessa forma, obteve-se a seguinte equação:

$$n = \frac{909 \cdot 0,25 \cdot (1,65)^2}{908 \cdot (0,1)^2 + 0,25 \cdot (1,65)^2} = 63,38 \quad (\text{Equação 2})$$

Conforme sugere Triola (2013), o resultado alcançado foi arredondado para o próximo número inteiro, ou seja, 64 domicílios participantes.

Considerando que as famílias a serem investigadas correspondem aos setores disponibilizados pelo IBGE, a seleção da amostragem foi probabilística por conglomerado.

Tal amostragem se mostrou conveniente uma vez que a população estava subdividida em subpopulações. A seleção aconteceu em sete etapas. Inicialmente, foi sorteado um dos setores considerados pelo IBGE (05000016, 05000017, 05000018 ou 05000019), que compreendem o bairro Eldorado, sendo contemplado o setor de número 05000019. Conforme se verifica na Figura 5, o setor é composto por dez ruas e uma avenida, totalizando 254 domicílios.

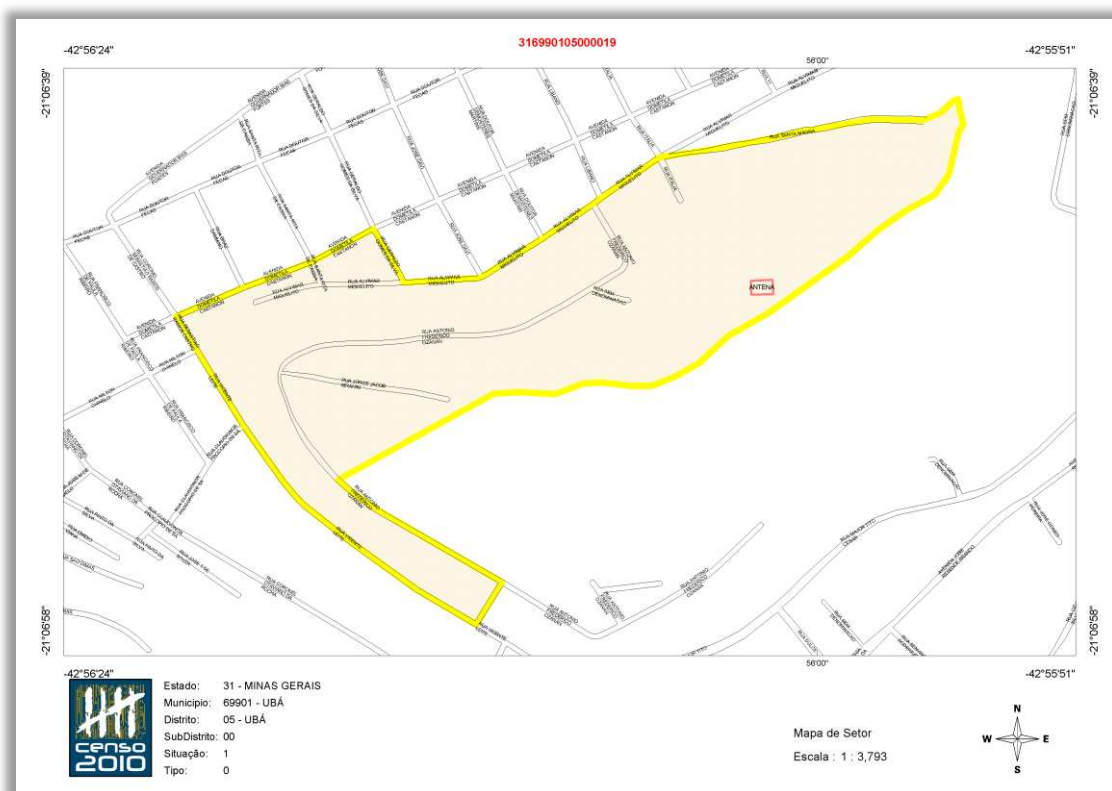


Figura 5 - Identificação das ruas que compreendem o setor 5000019 no bairro Eldorado, em Ubá/MG.
Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010).

Os sorteios posteriores abrangeram as ruas desse setor, sendo contempladas, por ordem de classificação, as seguintes: Rua Alvimar Miguelito, Av. Domitila Castanon, Rua Vicente Leite, Rua Geraldo Gomes da Silva, Rua Antônio Frederico Ozanan e Rua Santa Magna.

 CENSO 2010 (Divulgação - outubro/2011)		Página :1 de 1 Data : 17-11-2011 Hora : 10:43:11 h
UF : Minas Gerais		31
MUNICÍPIO : Ubá		69901
DISTRITO : Ubá		05
SUBDISTRITO :		00
SETOR: 0019		0019
SITUAÇÃO : 10-URBANA		
AGÊNCIA :316990100-UBA		
Ponto Inicial e Ponto final:		
CRUZAMENTO DA RUA VICENTE LEITE COM A RUA DOMITILA CASTANON.		
Descrição do Perímetro:		
DO PONTO INICIAL SEGUE PELA AV. DOMITILA CASANON ATE A RUA GERALDO GOMES DA SILVA, POR ESTA ATE A RUA ALVIMAR MIGUELITO, POR ESTA ATE A RUA SANTA MAGNA, POR ESTA ATE O SEU FINAL, DAI SOBE A ENCOSTA ATE O ESPIGAO, POR ESTE ATE O PONTO DEFRONTE AO FINAL DA RUA JORGE JACOB HEBRAIM (EXCLUSIVE), DESTE PONTO DESCE A ENCOSTA ATE ATINGIR A CASA DE Nº 210 (INCLUSIVE) NA RUA ANTONIO FREDERICO OZANAN, SEGUE POR ESTA ATE A RUA JOSE CARLOS DE MELO, POR ESTA ATE A RUA VICENTE LEITE ATE O PONTO INICIAL.		
Setores a serem excluídos:		
NADA A REGISTRAR.		
Aglomerados Rurais, Subnormais, Assentamentos Rurais Somente Identificados:		
NADA A REGISTRAR.		

Figura 6 - Limite de demarcação do setor 5000019 no bairro Eldorado, em Ubá/MG.
 Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010).

Obedecendo ao limite de demarcação utilizado pelo IBGE, conforme se verifica na Figura 6, em cada rua contemplada, todos os domicílios foram abordados até que o número mínimo de participantes estipulado na amostra fosse alcançado.

3.4 Coleta de dados

Os dados foram coletados em julho de 2017 e foram visitados 176 domicílios, dentre os quais, 84 encontravam-se vazios no momento da abordagem ou não quiseram atender a pesquisadora. Em outras 27 residências, os moradores se recusaram a participar da pesquisa e, em 65 domicílios, as pessoas se propuseram a participar.

O método utilizado para o levantamento dos dados foi o *Survey*, que, segundo Gil (2000), caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Foi aplicado um questionário semiestruturado para coleta dos dados, dividido em quatro blocos, como pode ser observado no Apêndice D, que são: A – Perfil socioeconômico e demográfico; B - Motivos que levaram o consumidor a descartar peças do mobiliário; C – Destino dado aos móveis substituídos por novos e preocupação ambiental dos consumidores

ao descartar peças do mobiliário e D – Nível de informação sobre os problemas ambientais e a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

3.5 Variáveis envolvidas no estudo

➤ Perfil socioeconômico e demográfico dos entrevistados:

Foi determinado pelas variáveis: gênero, idade (medida em anos), escolaridade, renda familiar e condição de ocupação do domicílio.

➤ Motivos que levaram o consumidor a descartar peças do mobiliário:

Os entrevistados foram interrogados sobre a época aproximada em que descartaram o último móvel da residência, qual foi o tipo de mobiliário descartado e o tempo que usufruiu do mesmo. Para verificar quais os motivos que ocasionaram o descarte, constaram, dentre as opções de escolha: término de vida útil, mudança no ciclo de vida da família (casamento, nascimento de um filho, saída de um indivíduo do ambiente familiar etc.), busca por conforto, mudança de residência ou do ambiente, design ou tecnologia ultrapassados, busca por status ou renovação pessoal e, ainda, por não atender mais as necessidades de uso (tamanho / espaço) ou outro motivo.

➤ Destino dado aos resíduos sólidos domésticos e, em particular, aos móveis substituídos por novos e a preocupação ambiental dos consumidores ao descartar peças do mobiliário:

Foi verificado se havia, entre os entrevistados, a preocupação em descartar corretamente os resíduos sólidos domésticos gerados na residência e se a prefeitura municipal oferecia coleta seletiva dos resíduos. Eles foram questionados também sobre o destino dado ao último móvel descartado: se vendeu, doou, trocou, jogou fora, foi reformado, reutilizado, doado ou outro destino. Foi indagada também a razão pela qual escolheram essa opção (preocupação ambiental, recursos financeiros, caridade ou outros) e se o objeto apresentava algum problema, se havia condições de reforma e se já tinham decidido manter algum móvel devido ao valor emocional que o objeto possuía.

➤ Nível de informação sobre os problemas ambientais e a gestão de resíduos sólidos:

Para averiguar o nível de informação dos consumidores sobre os problemas ambientais, foi questionado se eles acreditavam que o descarte incorreto de móveis oferecia problemas ao meio ambiente e à sociedade; se já tinham recebido alguma informação quanto ao descarte correto de móveis e por quem; que problema(s) ambiental(is) eles conheciam, tais como: aquecimento global, poluição do ar, contaminação do solo e da água, efeito estufa, danos à saúde humana, extinção de animais ou outros. Foram indagados, também, se possuíam conhecimento sobre o manejo de resíduos sólidos preconizado na Política Nacional de Resíduos Sólidos e sobre a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos. Para verificar se os entrevistados se sentiam responsáveis pelos resíduos sólidos que produziam, eles foram questionados sobre quem seria o responsável para dar destino correto aos móveis descartados: a prefeitura, o consumidor, o fabricante, o lojista, se todos ou outros.

3.6 Análise dos dados

Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, visto que interessava descrever e analisar as características da população pesquisada, estabelecendo relações entre as variáveis propostas. Para tal, foi utilizado o software livre “GNU PSPP” versão 0.10.2 - *GNU Operating System*.

Com o intuito de verificar se havia associação entre as variáveis: “Renda x Tempo de uso dos móveis descartados”, foi aplicado o teste de Chi-quadrado de Pearson (χ^2). Esse teste se mostra útil para verificar a existência de associação entre as variáveis de natureza qualitativa. A fórmula utilizada para calcular o teste é:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad (\text{Equação 3})$$

“Sendo χ^2 o valor da estatística de Chi-quadrado de Pearson, a qual, assintoticamente, segue a distribuição de Chi-quadrado; O_i é a frequência observada; E_i é a expectativa da frequência; e n é o número de células na tabela de associação.” (BRAGA, 2015, p.19).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Apresentam-se, nesta seção, os resultados apurados na pesquisa e a discussão dos mesmos, de acordo com os objetivos propostos no estudo.

4.1 Perfil socioeconômico dos entrevistados

Conforme se observa na Tabela 1, dentre os entrevistados, 72,31% eram do sexo feminino; o grau de escolaridade foi diversificado, sendo que as maiores frequências se concentraram nos participantes que haviam cursado Ensino Médio completo (29,23%) e Ensino Fundamental incompleto (23,08%). Com relação à renda do grupo familiar, 50,77% se agruparam dentro da faixa salarial de R\$ 937,00 a R\$ 2.811,00 e 56,92% possuíam casa própria. A idade dos participantes variou entre 19 a 88 anos, sendo a idade média de 51 anos.

Tabela 1- Perfil socioeconômico dos entrevistados– Ubá, MG, 2017

Variável	Frequência	%
Sexo		
Feminino	47	72,31
Masculino	18	27,69
Escolaridade		
Analfabeto	1	1,54
Ensino Fundamental Incompleto	15	23,08
Ensino Fundamental Completo	5	7,69
Ensino Médio Incompleto	11	16,92
Ensino Médio Completo	19	29,23
Superior Incompleto	3	4,62
Superior Completo	11	16,92
Renda Familiar Mensal¹²		
Até R\$ 937,00	5	7,69
De R\$ 937,00 a R\$ 2.811,00	33	50,77
De R\$ 2.812,00 a R\$ 4.685,00	14	21,54
De R\$ 4.686,00 a R\$ 14.055,00	7	10,77
Não Responderam	6	9,23
Tipo de Residência		
Própria	37	56,92
Alugada	25	38,46
Cedida	3	4,62
Idade Média dos entrevistados (em anos)	51	

Fonte: Dados da pesquisa.

¹² Valores expressos em função do salário mínimo vigente, que, no período da pesquisa, era de R\$ 937,00.

4.2 Motivos que levaram o consumidor a descartar peças do mobiliário

Entre os participantes do presente estudo, verificou-se que o motivo determinante para descartar um móvel foi o ‘término de vida útil’(41,5%). Com percentual relevante, o ‘design ou tecnologia ultrapassados’ despontou como o segundo maior motivo para descarte (16,92%), conforme é observado na Tabela 2. Esses motivos coincidem com aqueles apontados pelo IDEC (2013) para descarte de celular, sendo que a obsolescência funcional seria o término de vida útil e a obsolescência psicológica ou simbólica representaria o desejo de adquirir um modelo mais atual. O término de vida útil foi uma das causas salientadas por Goés (2007) para a aquisição de um móvel novo. Assim, tanto para a compra quanto para o descarte, o motivo apresentou-se como um fator determinante entre os entrevistados. O descarte ocasionado pelo ‘design ou tecnologia ultrapassados’ corrobora a afirmação de Monteiro *et al* (2012) de que a procura por novidade seria um fator favorável para a prática do descarte.

Tabela 2 - Motivos de descarte dos móveis – Ubá, MG, 2017

Variável	Frequência	%
Motivo do descarte		
Término de vida útil	27	41,54
Design ou tecnologia ultrapassados	11	16,92
Não lembraram	7	10,77
Não atendia mais as necessidades de uso	6	9,23
Não oferecia conforto	4	6,15
Outros motivos	4	6,15
Mudança no ciclo de vida da família	3	4,62
Mudança de Residência	2	3,08
Reforma no ambiente	1	1,54

Fonte: Dados da pesquisa.

O descarte de móveis de dormitório (cama, colchão, cômoda, roupeiros, criado e berço) apresentou a maior frequência entre os entrevistados (40,63%). Na sequência, com 35,94% de frequência, destacaram-se as peças de sala de TV (sofá, rack e estante). Com o intuito de se verificar qual a mobília mais descartada dentro de cada segmento, foi analisada a frequência individual de cada produto.

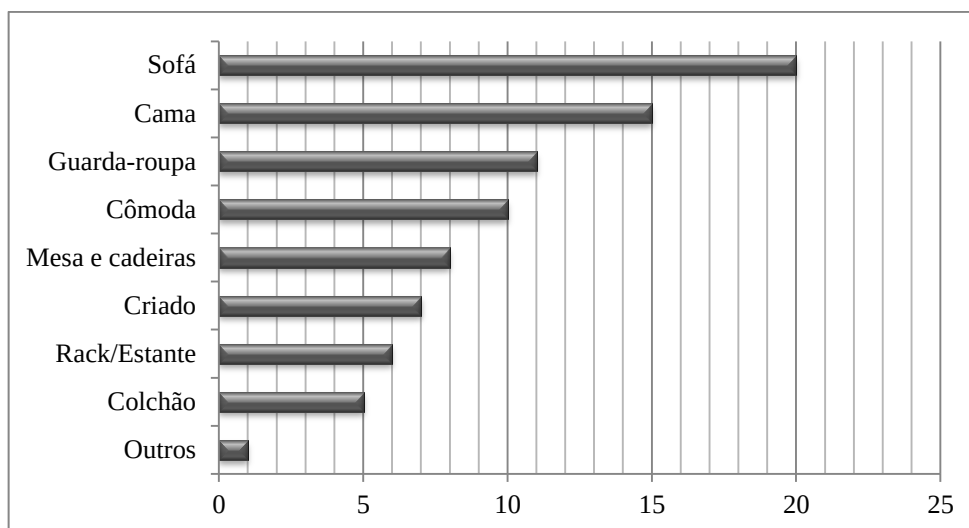


Figura 7 - Tipos de móveis mais descartados entre os entrevistados – Ubá, MG, 2017
Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme observado na Figura 7, o sofá e a cama foram os móveis mais mencionados. A maior incidência de descarte desse tipo de mobiliário supostamente poderia estar relacionada à análise feita por Goés (2007), segundo o qual o descarte de móveis estaria associado à busca de repouso e descanso. Conforme proposto pela hierarquia das necessidades de Maslow, essas fazem parte das necessidades fisiológicas do consumidor. Como os produtos mencionados são projetados para atender a essas necessidades, seria pertinente uma abordagem em estudos futuros com o intuito de se verificar, também, se se justifica a prioridade do descarte desses móveis e uma rápida substituição por novas peças por haver preocupação com saúde, conforto ou bem-estar.

De acordo com a Tabela 3, os últimos dois anos foi o período em que houve maior descarte de móveis pelos participantes.

Tabela 3 - Tempo de uso do último móvel descartado – Ubá, MG, 2017

Variável	Frequência	%
Tempo de descarte do último móvel		
Nos últimos 2 anos	39	60,00
De 2 a 5 anos	11	16,93
Não lembraram	8	12,31
Mais de 5 anos	6	9,22
Nunca trocou	1	1,54
Tempo de uso antes do descarte		
Mais de 10 anos	23	35,38
De 2 a 5 anos	15	23,08
Não lembraram	14	21,54
Mais de 5 anos	10	15,38
Até 2 anos	2	3,08
Outros (nunca trocou)	1	1,54

Fonte: Dados da pesquisa.

A maioria dos entrevistados utilizaram o móvel por mais de dez anos antes de efetuarem o descarte (35,38%). Como o tempo de uso apontado foi relativamente longo, grande parte não se lembrou da data do descarte nem do tipo de móvel descartado por último na residência. Mesmo que o desejo por um novo modelo tenha sido apontado como a segunda maior causa de descarte, o tempo em que os consumidores utilizaram o bem pode estar relacionado com a renda familiar desses.

4.3 Destino dado aos resíduos sólidos domésticos e a preocupação ambiental ao descartar peças do mobiliário

Relevante percentual dos consumidores entrevistados considerou importante a separação dos resíduos sólidos domésticos (83,08%), porém apenas 46,15% faziam algum tipo de separação dos mesmos para reciclagem. Esse resultado remete às conclusões de Beck e Pereira (2012) ao discutirem sobre a preocupação ambiental dos consumidores atuais, aos quais, a despeito da preocupação, falta engajamento e a percepção sobre como agir.

De acordo com relatos dos participantes, a Prefeitura Municipal de Ubá não oferece coleta seletiva (96,92%) nas ruas pesquisadas e dois dos entrevistados acreditam que a Prefeitura oferece o serviço. Dos 46,15% dos entrevistados que faziam a separação dos resíduos, 53,33% encaminhavam esses materiais para um catador de material reciclável e 43,33% deixavam na calçada, esperando que alguém recolhesse para reutilização ou reciclagem. Apenas um entrevistado (3,33%) encaminhava o material para postos específicos de coleta.

Tabela 4 - Comportamento dos entrevistados ao descartar os resíduos sólidos domésticos e os móveis usados—Ubá, MG, 2017

Variável	Frequência	%
Separa os resíduos domésticos para reciclagem		
Não	35	53,85
Sim	30	46,15
Destino dos resíduos separados		
Encaminha para um catador	16	53,33
Deixa na calçada	13	43,33
Encaminha para postos de coleta	1	3,33
Como foi efetuado o descarte do último móvel		
Doou	31	47,69
Deixou na calçada	7	10,77

Não lembram	6	9,23
Contratou um carroceiro para descartar	5	7,69
Outros	5	7,69
Reformou e reutilizou	3	4,62
Vendeu	3	4,62
Trocou	1	1,54
Não responderam	1	1,54
Está entulhado em casa	3	4,62
Motivo para a escolha da opção de descarte		
Caridade	29	44,62
Outros motivos	18	27,69
Não responderam	15	23,08
Retorno financeiro	3	4,62
Por que não optou pela reforma		
Queria outro modelo	21	32,31
Não responderam	13	20,00
Não tinha condições de reforma	11	16,92
Não compensaria financeiramente	8	12,31
Outros	8	12,31
Reformou e reutilizou	4	6,15

Fonte: Dados da pesquisa.

Dentre os entrevistados que descartaram algum tipo de móvel, 47,69% optaram pela doação como forma de descarte e 10,77% deixaram na calçada, juntamente com os outros resíduos domésticos. A caridade foi o fator motivador que mais se destacou, apresentando 44,62% da frequência das respostas. Nenhum dos participantes considerou o meio ambiente no momento de escolher a forma como descartar o móvel. A maior parte dos entrevistados (52,31%) afirmou que o móvel apresentava problemas; 63,08% reconheceram a possibilidade de o produto ser reformado, porém, 32,31% alegaram não ter optado pela reforma devido ao desejo de adquirir outro modelo. Tal comportamento é similar ao identificado pelo IDEC (2013) para descarte de celular. Mesmo havendo possibilidade de reforma, quando a obsolescência do produto é psicológica ou simbólica, o produto é descartado pelo consumidor. Apenas 12,31% disseram não ter optado pela reforma devido ao custo-benefício, pois este não seria favorável.

Para a maioria dos participantes (63,08%), o valor emocional não foi um fator decisivo para manter um móvel, somente 33,85% afirmaram não descartar determinado móvel devido a memórias que o produto despertava. Esse percentual pode estar relacionado a um conjunto de fatores como o tipo de material e o acabamento do móvel, a falta de *design* ou uma orientação dos fabricantes voltada apenas para o lançamento de produtos transitórios, juntamente com os significados que a propaganda atribui a esses novos produtos. Conforme reportado por Nossak (2014), os móveis fabricados em série, em sua maioria, são consumidos por um público com menor poder aquisitivo (compatível com a renda identificada entre os participantes, ou seja, 1 a 3 salários mínimos). A maior parte dos fabricantes de móveis para

esse segmento dispensa o *designer* por considerar um gasto extra. Já para as empresas desse mesmo segmento que contratam esse profissional, o “desenvolvimento dos produtos está ligado ao lançamento constante de novas coleções, voltadas à diferenciação do consumo a partir das referências de *status* social identificadas pelos materiais de acabamento” (NOSSAK (2014, p. 203). Uma vez que o mobiliário não passa entre as gerações devido ao descarte antecipado, seja por obsolescência funcional ou psicológica, se o móvel não foi projetado para despertar memórias e a publicidade incisiva comunica a todo o momento que o “novo” é o que reflete a personalidade do consumidor, é pouco provável que ele possua valor emocional para os entrevistados.

4.4 Nível de informação sobre os problemas ambientais e a gestão de resíduos sólidos

Conforme demonstrado na Figura 8, entre os participantes, 84,62% responderam possuir conhecimento sobre algum dos problemas ambientais que foram relacionados. Os que apresentaram maiores frequências foram a poluição do ar e a contaminação do solo e da água.

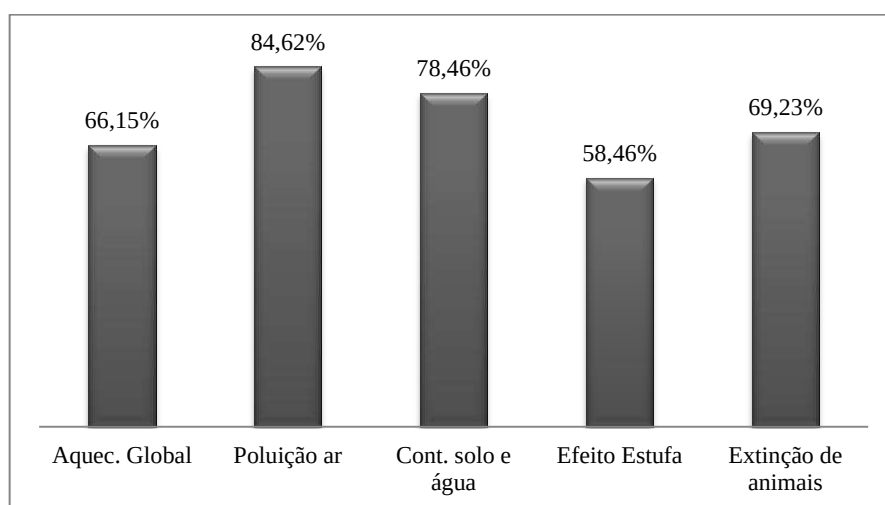


Figura 8 - Problemas ambientais de conhecimento dos participantes – Ubá, MG, 2017
Fonte: Dados da pesquisa.

Um percentual significativo dos entrevistados (90,77%) acreditava que o descarte incorreto de móveis oferecia problemas ao meio ambiente e à sociedade. Apesar de o município oferecer um ‘disque coleta’ para recolhimento dos móveis descartados, observa-se, na Tabela 5, que 83,08% dos entrevistados declararam nunca terem sido informados sobre o procedimento correto de descarte de móveis, seja por lojista, fabricante ou mesmo pela Prefeitura Municipal; 40% entendiam que a Prefeitura seria a principal responsável para

destinar corretamente os resíduos de móveis. Apenas 30,77% sentiam-se corresponsáveis, afirmando possuir responsabilidade juntamente com o fabricante, o lojista e o poder público.

Tabela 5 - Nível de informação sobre o procedimento correto de descarte de móveis – Ubá, MG, 2017

Variável	Frequência	%
Já recebeu informações sobre como descartar móveis usados		
Não, nunca recebi informações	54	83,08
Sim, da Prefeitura Municipal	9	13,85
Sim, de terceiros	2	3,08
Quem seria o responsável para dar destino correto aos móveis descartados		
Prefeitura	26	40,00
Todas as respostas	20	30,77
Consumidor	6	9,23
Outros	5	7,69
Fabricante	4	6,15
Não responderam	2	3,08
Lojista	1	1,54
Se em Ubá/MG houvesse um lugar específico para se descartar móveis, você encaminharia seu móvel usado para este local?		
Sim	58	89,23
Não	5	7,69
Não responderam	2	3,08

Fonte: Dados da pesquisa.

Entre os entrevistados, 89,23% declararam que, caso o município oferecesse a coleta e o local, direcionariam os móveis usados para um local específico. Esse resultado indica a falta de informação da população quanto ao “Disque coleta” oferecido e, também, demonstra a necessidade de a prefeitura se mobilizar para sensibilizar e informar a população quanto à oferta do serviço e sobre a importância do direcionamento correto dos resíduos.

Conforme se verifica na Tabela 6, em maior número, os participantes declararam não possuir conhecimento sobre a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos (92,31%), nem da logística reversa (95,38%) e nem sobre o manejo de resíduos conforme preconizado pela PNRS (83,08%). Dentre os participantes que disseram possuir conhecimento sobre essas questões, apenas um respondeu afirmativamente em relação aos três pontos abordados, demonstrando possuir maior conhecimento sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

Tabela 6 - Conhecimento sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos – Ubá, MG, 2017

Variável	Frequência	%
Conhecimento sobre a responsabilidade compartilhada		
Não	60	92,31
Sim	5	7,69
Conhecimento sobre a logística reversa		
Não	62	95,38
Sim	3	4,62
Conhecimento sobre o manejo de resíduos conforme preconizado na PNRS		
Não	54	83,08
Sim	8	12,31
Não respondeu	3	4,62

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, observa-se o desconhecimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos por parte dos entrevistados, mesmo sendo a informação sobre esta um direito do consumidor, particularmente devido ao potencial degradador dos resíduos sobre o meio ambiente e a saúde pública. Além do mais, se os consumidores não forem informados, dificilmente se estabelecerão mudanças em seu comportamento, salientam Brandalise *et al* (2009).

4.5 Teste de Chi-quadrado de Pearson

Com o intuito de verificar se os participantes com os maiores rendimentos descartavam móveis com menos tempo de uso e se o consumo de móveis poderia estar associado ao conceito sobre o consumo conspícuo, foi aplicado o teste de Chi-quadrado de Pearson (Equação 3) nas variáveis: ‘Renda x Tempo de uso dos móveis descartados’ para verificar possível associação.

O resultado evidenciou que não existia associação significativa entre as variáveis citadas, o *p-value* foi de 0,136, o que serviu para refutar a hipótese, uma vez que, para ser estatisticamente significativo, o *p-value* deveria ser igual a ou menor que 0,05. Isso demonstra que, para esta amostra, independentemente da renda familiar mensal, o tempo de uso dos móveis pelos participantes antes de efetuarem o descarte não sofreu considerável variação. Portanto, não foi possível inferir que o descarte de móveis estaria vinculado ao conceito de consumo conspícuo, segundo o qual a renda seria um fator determinante para que os participantes descartassem móveis com menor tempo de uso, para demonstrar *status* social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do impasse que abrange os resíduos sólidos, o consumo e o meio ambiente, questionou-se, neste trabalho, se o conhecimento sobre as questões ambientais influenciava o processo de tomada de decisão dos consumidores quanto à prática de descarte de móveis.

Os resultados retratados nesta investigação demonstraram que, apesar de os participantes terem conhecimento sobre alguns dos problemas ambientais ocasionados pela disposição inadequada dos resíduos e considerarem importante a separação dos mesmos, suas decisões sobre o descarte de móveis não sofreram influência de tais informações. Nenhum dos entrevistados se preocupou com o meio ambiente ao escolher a forma de descarte. Os móveis, em sua maioria, foram doados e tiveram como principal motivador a caridade, o que contribuiu indiretamente em favor do meio ambiente, já que a reutilização retardaria seu descarte.

Observou-se também que as informações acerca dos problemas ambientais que os participantes possuíam eram limitadas. Muitos disseram ter ouvido sobre esses problemas nos noticiários, mas não souberam explicar o que significavam, nem a relação desses com os resíduos.

A Lei nº 12.305/2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, e a Lei Municipal nº 3.650/2007, que instituiu o Sistema de Gestão Sustentável de Resíduos da Construção Civil e os Resíduos Volumosos, na qual os móveis se enquadram, eram desconhecidas dos entrevistados, assim como o serviço de “disque coleta”, oferecido pela Prefeitura Municipal de Ubá. Esses dados demonstram que a gestão dos resíduos volumosos ainda não funciona como proposto pelo poder público municipal. Isso leva a admitir que os participantes que dispuseram os móveis na calçada para que o caminhão de coleta urbana fizesse o recolhimento acreditavam ser esse o comportamento mais apropriado.

Conforme o referencial bibliográfico levantado nesta pesquisa, para que os consumidores desenvolvam consciência ecológica e alterem seus comportamentos em prol do meio ambiente, será indispensável a combinação de alguns fatores. O mais relevante deles é a educação ambiental, inserida desde a infância, e, também, o envolvimento das redes de relações sociais como a família, a escola e a comunidade para o engajamento em ações práticas. Importante também é introduzir, juntamente com a educação ambiental, ferramentas para que se desenvolvam valores humanitários que conduzam a comportamentos e atitudes favoráveis ao meio ambiente.

Os consumidores deverão, também, ser persuadidos com informações claras e atraentes, dispostas nos variados meios de comunicação. Bilhões de usuários ficam conectados ininterruptamente nas mais diversas mídias no mundo todo. Sugere-se, assim, que sejam mais explorados o site e a página no Facebook da Prefeitura Municipal para a propagação de informações sequenciadas e diárias e, também, a divulgação em rádios e tv local.

De forma compartilhada, deverão ser também os esforços dos fabricantes. O mesmo empenho que as indústrias fizeram no século XVIII, durante a Revolução Industrial, para moldar e ‘educar’ a sociedade para o consumo em massa, e ainda o fazem, ao criar necessidades ilusórias nos consumidores, deveria ser empregado em prol do meio ambiente, reunindo esforços para orientar os consumidores.

A caridade se sobressaiu entre os motivos de se doar o mobiliário e, como os participantes afirmaram, caso houvesse um lugar específico para descarte, eles destinariam seus móveis para esse local. Recomenda-se, portanto, a criação de “ecopontos” para receber os resíduos volumosos, especificamente, os móveis. Atuando em parceria com fabricantes de móveis locais, a Prefeitura e as ONGs poderiam realizar o recolhimento desses resíduos, reformando-os com peças reaproveitadas e oferecendo a possibilidade de reuso. Os móveis irrecuperáveis seguiriam para triagem e reciclagem das peças e o restante seria encaminhado para o aterro controlado de inertes; modelo aproximado já existe em Vitória/ES (Projeto Papa-Móvel).

As contribuições que os resultados desta pesquisa podem oferecer são variadas. Uma delas é indicar ao poder público do município de Ubá que o comportamento dos entrevistados sobre a prática usual de descarte está relacionado, também, à falta de orientação sobre as leis e sobre os corretos procedimentos de manejo dos resíduos, havendo necessidade de se criarem estratégias para educar e informar toda a população. Os fabricantes e lojistas poderiam ser alertados sobre a importância da última etapa de consumo de seus produtos, não ignorando o descarte. Os manuais de montagem que, geralmente, acompanham os móveis poderiam ser utilizados para informar o consumidor. Interessa igualmente aos fabricantes reconhecer que as memórias que os móveis são capazes de guardar, além de postergar o descarte, podem ser um dos componentes de estratégias para o desenvolvimento de novos produtos que tenham um ciclo de vida mais longo.

Como limitações do estudo realizado, considera-se o fato de a população-alvo abranger somente um bairro da cidade de Ubá - MG, não sendo possível generalizar os

resultados para toda a população ubaense. Outro aspecto limitador foi o fato de os móveis serem bens semiduráveis, apresentando maior tempo de uso, o que levou os consumidores a não se lembrarem, com exatidão, de algumas informações prestadas.

Esta pesquisa, de natureza descritiva, buscou evidenciar as características da população estudada e compreender seu comportamento a respeito do descarte de móveis. Sabe-se, porém, que inúmeros fatores intervêm nesse comportamento. Por isso, sugere-se que estudos futuros investiguem com maior profundidade essa questão, buscando evidenciar a subjetividade envolvida nessas ações e os demais fatores influenciadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS - ABRELPE. **Panorama de Resíduos Sólidos no Brasil**. São Paulo, 2015. Disponível em: <http://www.abrelpe.org.br/panorama_apresentacao.cfm>. Acesso em: 28 out. 2016.

BARBOSA, Rogel Martins. A síndrome de Nimby na gestão territorial de resíduos. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XII, n. 69, out 2009. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=6600>. Acesso em dez 2017.

BECK, Ceres Grehs. PEREIRA, Rita de Cássia de Faria. Preocupação ambiental e consumo consciente: os meus, os seus e os nossos interesses. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade (GeAS)**. São Paulo, v. 1, p. 51 – 78, 2012.

BERTOLINI, GeyslerRogis Flor. POSSAMAI, Osmar. Proposta de instrumento de mensuração do grau de consciência ambiental, do consumo ecológico e dos critérios de compra dos consumidores. **Revista de Ciência & Tecnologia**• v. 13, nº 25/26 – p. 17-25, 2015.

BLACKWELL, R. D., MINIARD, P. W., ENGEL, J.F. **Consumer Behavior**. Ninth Edition. Mason, Ohio: South-Western – Thomson Learning. 2001.

BORELLI, Fernanda Chagas; HEMAIS, Marcus Wilcox; DIAS, Pedro Ivo Rogedo Costa. Ecológicos ou controlados? Construindo discursivamente o consumidor consciente. **REMark – Revista Brasileira de Marketing**, v. 11, n. 2, p. 18-42, 2012.

BORGES, Silvia e LAVRA, Michele. **Do “asfalto para a favela”, da “favela para o asfalto”: uma pesquisa etnográfica sobre a circulação e a vida social de móveis e eletrodomésticos**. Relatório Final de Pesquisa 2014, desenvolvida junto ao CAEPM – Centro de Altos Estudos da Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, 2014.

BRAGA, Gustavo Bastos. **Por uma caracterização do território através do modo de vida rural e/ou urbano**. Universidade Federal de Viçosa, 2015. p.19.

BRANDALISE, Loreni Teresinha. BERTOLINI, GeyslerRogis Flor. ROJO, Cláudio Antonio. LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. POSSAMAI, Osmar. A percepção e o comportamento ambiental dos universitários em relação ao grau de educação ambiental. **Revista Gest. Prod.**, São Carlos, v. 16, n. 2, p. 273-285, 2009.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BRASIL, Governo Federal Ministério do Meio Ambiente. **Plano Nacional de Resíduos Sólidos**. Brasília, 2012.

BRASIL. *Lei nº 12.305/2010, de 2 de agosto de 2010*. Institui a **Política Nacional de Resíduos Sólidos**; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 2010.

BURDEK, Bernhard E. **Design: História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. São Paulo, Editora: Edgard Blucher, 2006.

BURGO, Fabiano. **Análise do estado de conservação de artigos de mobiliário objetivando a extensão de sua vida útil: um estudo baseado na definição de pontos críticos de controle**. Universidade Federal do Paraná – UFPR, 2012.

BUTZKE, Ivani Cristina. PEREIRA, G.R. NOEBAUER, D. Sugestão de indicadores para avaliação do desempenho das atividades educativas do sistema de gestão ambiental - SGA da Universidade regional de Blumenau – FURB. **Revista Educação: Teoria e Prática**. Rio Claro: UNESP – Instituto de Biociências, Volume 9, número 16, 2001.

CAMARGO, Brigido Vizeu. JUSTO, Ana Maria. **IRAMUTEQ: Um Software Gratuito para Análise de Dados Textuais**. Temas em Psicologia – 2013, Vol. 21, nº 2, 513-518.

CAMPBELL, C.A. **A ética romântica e o espírito do consumidor moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. p.31-56.

COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR – CAPES. **Acervo**. Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pcollection&Itemid=104>. Acesso em: abr. 2018.

COELHO, Jorge Artur Peçanha de Miranda; GOUVEIA, Valdiney Veloso; MILFONT, Taciano Lemos. Valores humanos como explicadores de atitudes ambientais e intenção de comportamento pró-ambiental. **Psicologia em Estudo**, v. 11, n. 1, 2006. ISSN 1413-7372. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=287122090023>>. Acesso em: 01/08/2017.

CORBELLINI, Nedi Zanella. O papel da logística reversa no aproveitamento dos resíduos sólidos. **Revista IPEA**, Desafios do Desenvolvimento: 2014 . Ano 10 . Ed. 80.

COSTA, Fernando Nogueira. Finanças Comportamentais: Consumo Conspícuo. **Blog Cidadania e Cultura**. Professor Titular UNICAMP, 2013. Disponível em: <<https://fernandonogueiracosta.wordpress.com/2013/10/06/consumo-conspicuo/>>. Acesso em: 09 nov 2016.

COSTA, Lucio Augusto Villela. IGNÁCIO, Rozane Pereira. Relações de Consumo x Meio Ambiente: Em busca do Desenvolvimento Sustentável. **Revista Âmbito Jurídico**. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos%20leitura&artigo_id=10794&revista_caderno=5>. Acesso em: 09 nov. 2016.

COSTA, Lucilene Gonçalves. **Benchmarking da Sustentabilidade: Um método para diagnóstico de práticas e performances aplicado ao gerenciamento do final do ciclo de vida de produtos eletrônicos**. Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.

DANCEY, Christine P. REIDY, John. **Estatística sem matemática para psicologia: usando SPSS para Windows**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DEVIDES, Maria Tereza Carvalho. **Design, Projeto e Produto: O desenvolvimento de móveis nas indústrias do Polo Moveleiro de Arapongas, PR**. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – FAAC-UNESP, 2006.

FEIRA DE MÓVEIS DE UBÁ E REGIÃO - FEMUR. **Ubá - A cidade carinho**. Disponível em: <<http://www.femur.com.br/?modulo=uba>>. Acesso em: 13 fev 2017.

FRANCO, Robens Vieira. LEITE, Marcos Vinicius Amorim Pereira. BONINI, Matheus Di Lucas. BRANDÃO, Cláudio de Oliveira. SANT'ANA, Ana Paula. Um recorte sobre psicologia social e psicologia do consumidor. **REVISTA FAIPE**. Cuiabá, v. 6, n. 2, p. 13-26, jul./dez. 2016.

GALVÃO, Arabella. **História do Mobiliário**. (Material Didático). Universidade Federal do Paraná – UFPR, 2016.

GAMBARO, Daniel. Bourdieu, Baudrillard e Bauman: O Consumo Como Estratégia de Distinção. **Revista Novos Olhares** - v.1,n.1, p. 19-26.

GARCIA, Eloísa Elena Corrêa. **Resíduos sólidos urbanos e a economia verde**. Coleção de estudos sobre diretrizes para uma economia verde no Brasil. Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável: 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Técnicas de Pesquisa em Economia e Elaboração de Monografias**. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GÓES, Ilda de Oliveira. **Comportamento do consumidor de móveis para uso residencial: um estudo exploratório sobre o processo de decisão de compra**. Belo Horizonte: FUMEC, 2007.

GOMES, Daniela Vasconcellos. Educação para o consumo ético e sustentável. **Revista Eletrônica Mestrado em Educação Ambiental**, v.16, p. 18-31, 2006 - semestral. ISSN 1517-1256.

GOUVEIA, V. V., MARTÍNEZ, E., MEIRA, M. & MILFONT, T. L. A estrutura e o conteúdo universais dos valores humanos: Análise fatorial confirmatória da tipologia de Schwartz. **Estudos de Psicologia**, 6, 2001, p. 133-145.

GROPIUS, Walter. **Bauhaus: nova arquitetura**. São Paulo: Perspectiva S. A, 1972.

GÜNTHER, Wanda Maria Risso. **Resíduos Sólidos no contexto da saúde ambiental**. São Paulo: Universidade de São Paulo, Faculdade de Saúde Pública, 2008.

GUINSKI, Guilherme Stromberg. Iemi lança Relatório Brasil Móveis 2016. **Revista eMóBILE**, 2016. Disponível em: <<http://www.emobile.com.br/site/industriaemarcenaria/iemirelatoriobrasilmoveis2016/>>. Acesso em: 10 jan 2017.

GUIMARÃES, Paulo Ricardo Bittencourt. **Métodos Quantitativos Estatísticos**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012. p. 16-28.

HESKETH, José Luiz. COSTA, Maria T. P. M. **Construção de um instrumento para medida de satisfação no trabalho**. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, 1980. p-59.

HETHERINGTON, Kevin. **Secondhandedness: consumption, disposal, and absent presence**. Department of Sociology, Lancaster University, Lancaster LA1 4YL, England. Environment and Planning D: Society and Space 2004, volume 22, p. 157 -173.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Indicadores de Desenvolvimento Sustentável, Brasil 2015**. Rio de Janeiro: Estudos e Pesquisas Informação Geográfica, n. 10, 2015.

_____. - IBGE. **População estimada**: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Estimativas da população residente com data de referência 1o de julho de 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uba/panorama>>. Acesso em: 25 fev. 2018.

_____. **Área territorial brasileira**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uba/panorama>>. Acesso em: 25 fev. 2018.

_____. **PIB per capita**: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus –

SUFRAMA, 2015. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uba/panorama>>. Acesso em: 25 fev. 2018.

INSTITUTO AKATU. **Os jovens e o consumo sustentável: Construindo o próprio futuro?** Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/26-PesquisaJovemConsumoSustentavel.pdf>>. Acesso em: 05 fev 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - IDEC. **Consumo sustentável: Manual de educação**. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/IDEC, 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - IDEC & INSTITUTO DE PESQUISA MARKET ANALYSIS. **Ciclo de vida de eletroeletrônicos**. 2013. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/testes_pesquisas/pdfs/market_analysis.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2017.

INSTITUTO DE ESTUDOS E MARKETING INDUSTRIAL - IEMI; ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DO MOBILIÁRIO - ABIMÓVEL. **Relatório Setorial da Indústria de Móveis no Brasil**. São Paulo, v.11, nº 11, 2016.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: Design e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Editora Senac, 2005.

LEÃO, Maurício de Souza; NAVEIRO, Ricardo Manfredi. Fatores de competitividade da indústria de móveis de madeira do Brasil. **REMADE - Revista da Madeira**. Edição nº 119 - Agosto de 2009. Disponível em: <http://www.remade.com.br/br/revistadamadeira_materia.php?num=1375&subject=M> Acessado em: abr. 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Editora Schwarcz, p. 21-73, 2007.

LOUREIRO, Luís Manuel de Jesus. GAMEIRO, Manuel Gonçalves Henriques. Interpretação crítica dos resultados estatísticos: para lá da significância estatística. **Revista de Enfermagem Referência**, III Série - n. 3, p.151-162, 2011.

MALUF, Marina Kosovski. CAMPOS, Jorge Lucio. **Leveza e beleza no design de mobiliário do lar moderno: Alguns subsídios**. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/maluf-campos-leveza-e-beleza-no-design-de-mobiliario.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2017.

MANSANO, Josyane; OLIVEIRA, Gisele Lopes de. Reflexões sobre o consumo consciente voltadas para o desenvolvimento sustentável. **Revista de Direito Público**, Londrina: v. 6, n. 1, 2011, p. 70-90.

MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, p. 99-120, 2003.

MCCRACKEN, G. Cultura e Consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE-Clássicos**, v.47, n. 1, 2007.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

MENDES, Lourival Marin; ALBUQUERQUE, Carlos Eduardo Camargo; IWAKIRI, Setsuo. A indústria brasileira de painéis de madeira. **REMADE - Revista da Madeira**. Edição nº71 - maio de 2003. Disponível em: <http://www.remade.com.br/br/revistadamadeira_materia.php?num=331_7/7>. Acesso em: abr. 2018.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA. **Agenda 21 Global**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>. Acesso em: 15 ago. 2017.

_____ - MMA. **A Política dos 5 R's**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/informma/item/9410-a-pol%C3%ADtica-dos-5-r-s>>. Acessado em: 14 mai. 2018.

_____ - MMA. **Quem é o consumidor consciente**. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/quem-e-o-consumidor-consciente>>. Acesso em: 08 fev. 2017.

MONTEIRO, Plínio Rafael Reis; VEIGA, Ricardo Teixeira; GOSLING, Marlusa; GONÇALVES, Márcio Augusto. Personalidade e consumo ecologicamente consciente. **FACES R. Adm.** · Belo Horizonte: v. 7, n. 2, 2008, p. 30-49.

MONTEIRO, Daniel Eduardo. ANEAS, Cássia Silene Cervi. MELO, Elisiane Pivoto. VALDUGA, Alice Teresa. Produção, consumo e descarte: reflexão histórica e suas implicações futuras. **Revista Vivências**. v.8, n.14, p.192-199, 2012.

MORAES, Dijon de. **Limites do Design**. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

NETA, Maria Amélia Vilanova. Manejo de resíduos sólidos. **Atlas de Saneamento 2011**, Rio de Janeiro: IBGE, 2011.

NOSSACK, Ana Frieda Ávila. **Panorama da produção de mobiliário residencial em madeira no Brasil**. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2014.

OCCASO, Bruna Aparecida. LIMA, Gustavo Barbieri. Criando com o lixo: um estudo etnográfico nas redes sociais. **XIII Congresso Virtual Brasileiro – Administração**, 2016. Disponível em: <<http://www.convibra.com.br/artigo.asp?ev=25&id=12765>> Acesso em: 31 jan. 2017.

OLIVEIRA, Érica Custódio. **Comportamento do consumidor – processo de decisão de compra de livros pela internet**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU. **Declaração de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano**. In: Anais Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano. Estocolmo, 6p., 1972.

_____. - ONU. **A ONU e o meio ambiente**. Disponível em:<<https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>>. Acesso em: 15 jan 2017.

PADILHA, V. **Shopping Center: a catedral das mercadorias**. São Paulo: Editora Boitempo, 2006.

PIMENTA, Renata Lucia de Abreu. **O processo de tomada de decisão dos consumidores de móveis residenciais de decoração em Belo Horizonte**. Pedro Leopoldo: Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo, 2011.

POLLAK, Michael. **Memória e Identidade Social**. Estudos Históricos, vol. 5, n. 10, p. 200-212. Rio de Janeiro, 1992.

PORTAL BRASILEIRO DE ACESSO ABERTO À INFORMAÇÃO CIENTÍFICA – OASISBR. **Sobre o OASISBR**. Disponível em: <<http://oasisbr.ibict.br/vufind/>>. Acesso em: abr. 2018

PORTILHO, Fátima. **Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, Cadernos EBAPE.BR, 2005.

ROZZET, Késia. **Descarte de aparelhos celulares: uma análise do comportamento declarado dos consumidores**. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Brechós se tornam oportunidade de bons negócios**. Agência Sebrae de Notícias, 2014. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brechos-se-tornam->

oportunidade-de-bons-negocios,3bdaa3cb51918410VgnVCM2000003c74010aRCRD>.
Acesso em: 01 fev 2017.

SETUBAL, Flávia Meneguelli Ribeiro. CARNEIRO, Teresa Cristina Janes. Lar, simbólico lar: uma análise das relações entre sujeitos e objetos, no consumo de móveis de madeira, para residência. **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo: ano 8, v. 8, n.22, p. 213-239, jul.2011.

SILVA, Neuza Maria. **Educação do consumidor**. Viçosa: Editora UFV, 2006.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: Comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

STRASSER, Susan. **WasteandWant: The OtherSide of Consumption**. Oxford: Publishers Providence, 1992.

SUAREZ, Maribel Carvalho. SOARES, T. Diana L. van Aduard de Macedo. CHAUVEL, Marie Agnes. CASOTTI, Letícia Moreira. Oportunidade e desafio em marketing: como e por que as pessoas se desfazem de seus bens? **Revista Eletrônica de Administração**, Edição 68, v. 17, n. 1, p. 26-57,2011.

WEBER Lidia. DESSEN, Maria Auxiliadora. **Pesquisando a Família: Instrumentos para Coleta e Análise de Dados**. Curitiba: Editora Juruá, p.18-19, 2009.

WORD BANK. **Population, total**. Disponível em:
<<http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>>. Acesso em: 30 ago 2016.

WORLD WIDE FUND FOR NATURE - WWF. **Relatório Planeta Vivo, 2014**. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/informacoes/noticias_meio_ambiente_e_natureza/?41582>. Acesso em: 17 set 2016.

TASCHNER, Gisela. Raízes da cultura do consumo. **Revista USP**, São Paulo: n. 32, p. 26-43, dez./fev., 1996–1997.

TRIOLA, M. F. **Introdução à Estatística**. 11ªed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

UBÁ (MG). **Lei nº. 3.650, de 14 de novembro de 2007**. Institui o Sistema de Gestão Sustentável de Resíduos da Construção Civil e Resíduos Volumosos e o Plano Integrado de Gerenciamento de Resíduos da Construção Civil, de acordo com o previsto na Resolução CONAMA nº 307, de 05 de julho de 2002, e dá outras providências. Prefeitura Municipal de Ubá, 2007.

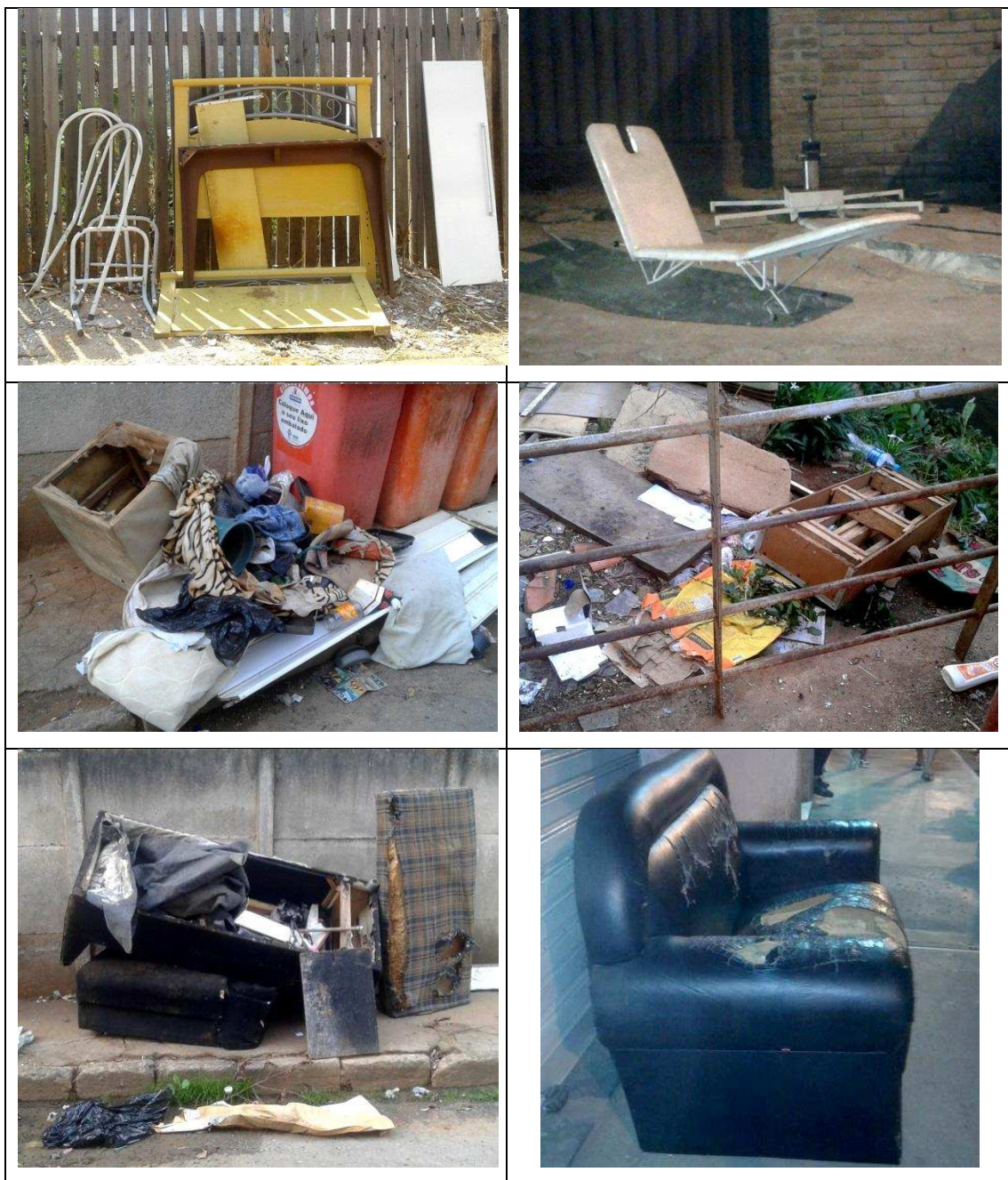
APÊNDICES

APÊNDICE A – Registro fotográfico da Estação de Transbordo em Ubá, local onde são dispostos resíduos inertes



Fonte: Fotografado pela autora

APÊNDICE B – Móveis descartados na cidade de Ubá, juntamente com o lixo residencial, aguardando coleta pública



Fonte: Fotografado pela autora

APÊNDICE C – Roteiro de Entrevista

A – PERFIL SOCIOECONÔMICO E DEMOGRÁFICO		
1 – Entrevista nº _____	2 – Sexo: _____	3 – Idade: _____
4 – Nível de Escolaridade: () Ensino Fundamental completo () Ensino Fundamental incompleto () Ensino Médio completo () Ensino Médio incompleto () Superior Completo () Superior Incompleto () Outros: _____		
5 – A residência é: () Própria () Alugada () Cedida		
6 – Renda familiar mensal? (Salário mínimo = R\$ 937,00) a - () Até 01 salário mínimo - E b - () De 01 a 03 salários mínimos – D (R\$ 937,00 a R\$ 2.811,00) c - () De 03 a 05 salários mínimos – C (R\$ 2.811,00 a R\$ 4.685,00) d - () De 05 a 15 salários mínimos – B (R\$ 4.685,00 a R\$ 14.055,00) e - () Mais de 15 salários mínimos – A (+ R\$ 14.055,00)		
B – MOTIVOS QUE LEVARAM O CONSUMIDOR A DESCARTAR MÓVEIS		
7 – Há quanto tempo trocou o último móvel da casa? _____		
8 – Quanto tempo usou o móvel antes de descartar? _____		
9 – Qual foi o tipo de móvel descartado? () Sofá () Cadeira / Poltrona () Estante / Home () Cama () Guarda-roupas () Cômoda () Criado () Colchão () Mesa () Outros: _____		
10) – O que ocasionou o descarte do móvel? () Término de vida útil () Mudança de residência () Reforma no ambiente () Design ou tecnologia ultrapassados () Não oferecia conforto () Elevação na autoestima () Mudança no ciclo de vida da família (casamento, nascimento de um filho, saída de um indivíduo do ambiente familiar etc.) () Não atendia mais as necessidades de uso (tamanho / espaço) () Outros motivos: _____		
C – DESTINO DADO AOS MÓVEIS SUBSTITUÍDOS POR NOVOS E PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL DOS CONSUMIDORES AO DESCARTAR PEÇAS DO MOBILIÁRIO		
11 – Há alguma separação do lixo para reciclagem? () Sim () Não (Passar para questão 13)		
12 – Qual é o destino do lixo reciclável separado em sua casa? () A Prefeitura Municipal faz coleta seletiva na minha rua () Encaminha a um Catador de material reciclável () Encaminha a Postos de Coleta. Qual: _____ () Outros: _____		
13 – A Prefeitura Municipal oferece coleta seletiva na sua rua? () Sim () Não		

14 - Considera importante separar o lixo? ☐ Sim ☐ Não

15 – Como foi efetuado o descarte do último móvel?
☐ Vendeu ☐ Doou ☐ Trocou ☐ Reformou e Reutilizou
☐ Deixou na calçada para ser coletado pelo caminhão da Prefeitura
☐ Encaminhou para reciclagem ☐ Emprestou ☐ Alugou
☐ Outros _____

16 – O que te motivou a escolher a opção acima para o descarte do móvel?
☐ Preocupação com o meio ambiente ☐ Para obter um retorno financeiro
☐ Caridade para com o próximo ☐ Outros: _____

17 – O móvel apresentava algum problema? ☐ Não ☐ Sim

18 - O móvel tinha condições de reforma? ☐ Não ☐ Sim

19 – Por que não se optou pela reforma? _____

20 – Já se decidiu manter algum móvel, mesmo sem utilidade, devido ao valor emocional que o objeto possuía? ☐ Sim ☐ Não

D – NÍVEL DE INFORMAÇÃO SOBRE OS PROBLEMAS AMBIENTAIS E A POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS

21 – Qual o problema ambiental de que tem conhecimento?
☐ Aquecimento global ☐ Poluição do ar ☐ Cont. solo e da água ☐ Efeito estufa
☐ Danos à saúde humana ☐ Extinção de animais ☐ Outros: _____

22 - Você acredita que o descarte incorreto de móveis oferece problemas ao meio ambiente e para a sociedade?
☐ Não ☐ Sim. Quais: _____

23 - Você já recebeu alguma informação sobre como descartar móveis usados?
☐ Não ☐ Sim – Onde: _____

24 –Em sua opinião, quem seria o responsável para dar destino correto aos móveis descartados?
☐ Prefeitura ☐ Consumidor ☐ Fabricante ☐ Lojista
☐ Todas as respostas ☐ Outros: _____

25 – Você tem conhecimento sobre a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos? ☐ Não ☐ Sim

26 – Você tem conhecimento sobre a logística reversa? ☐ Não ☐ Sim

27 – Você tem conhecimento de como deveria ser realizado o manejo dos resíduos sólidos (lixo), conforme estabelecido na Lei de Política Nacional de Resíduos Sólidos?
☐ Não ☐ Sim

28 – Se em Ubá/MG houvesse um lugar específico para se descartar móveis, você encaminharia seu móvel usado para este local? ☐ Não ☐ Sim