

# Consumo e comportamento pró-ambiental: Estudo de baterias de celular usadas em Brasília

Dalma Maria Caixeta

*Resumo:* Esta pesquisa investigou a relação do consumo com conscientização ambiental, tendo como interesse o descarte de baterias de celular usadas. Dados foram coletados por meio de entrevista estruturada realizada com 34 vendedores de lojas de telefonia de celular, localizadas em shoppings e áreas comerciais em Brasília. Procurou-se verificar: i) atitude ambiental dos vendedores de loja sobre os danos ambientais e à saúde devido ao descarte indevido de baterias; ii) como os vendedores percebem a relação entre o consumo e a preservação do ambiente e iii) opinião dos vendedores sobre reciclagem e se eles conhecem a norma legal sobre o descarte de baterias usadas. Os resultados indicam que os vendedores relatam ter preocupação com o meio ambiente e a saúde humana, concordam que os problemas ambientais podem estar relacionados ao consumismo e consideram importante a reciclagem, porém, desconhecem a Resolução sobre o assunto.

Na área ambiental, a gestão dos resíduos sólidos pode ser considerada um dos grandes problemas dos serviços públicos nos centros urbanos. Acondicionamento, coleta, transporte, tratamento e destinação final adequada são algumas das questões relacionadas aos vários tipos de lixos gerados nas cidades, que afetam à qualidade de vida e a saúde da população. Dentre essas questões, uma das que mais desperta interesse é encontrar medidas que visam à redução da geração e promovam melhor gerenciamento dos resíduos sólidos descartados.

Nesse contexto, um dos tipos de resíduos sólidos presentes no lixo urbano e para o qual se tem buscado, por meio de uma norma legal, disciplinar seu descarte e gerenciamento, são as baterias de celular. A Resolução nº 257, aprovada em 1999 pelo Conselho Nacional de Meio Ambiente, refere-se a pilhas e baterias usadas que contenham em suas composições alguns elementos químicos acima de determinadas concentrações (Conama, 1999). Em seu artigo 1º determina que tais pilhas e

baterias, depois de utilizadas, devem ser entregues pelos usuários aos estabelecimentos comerciais ou à rede de assistência técnica autorizada, para repasse aos fabricantes ou importadores, a fim de que estes adotem os procedimentos de reutilização, reciclagem, tratamento ou disposição final ambientalmente adequada. Por sua vez, os estabelecimentos comerciais ficam obrigados a aceitar dos usuários a devolução das unidades usadas, cujas características sejam similares àquelas ali comercializadas.

Diante do crescente consumo de aparelhos e acessórios de telefonia de celular e possíveis danos ambientais e à saúde humana causados pelo descarte indevido de baterias que contenham substâncias nocivas, tem se buscado envolver consumidor, vendedor e fabricante, atribuindo-lhes responsabilidade pós-consumo pelo produto usado.

Entender a atitude de vendedores de lojas de telefonia com relação ao descarte de baterias de celular pode ser um caminho para se estudar a relação entre a conscientização ambiental e o consumo. Maior conhecimento desse fenômeno poderá contribuir a favor de mudanças para um comportamento pró-ambiental.

Uma vez que, para atendimento à legislação, os estabelecimentos comerciais devem receber as baterias de celular usadas devolvidas pelos consumidores e repassá-las aos fabricantes para que estes dêem um tratamento adequado, a pesquisa teve como objetivo avaliar a atitude dos vendedores de lojas de telefonia de celular em relação ao consumo e conscientização ambiental, quanto ao descarte de baterias de celular.

## Revisão da literatura

Nessa seção são apresentadas algumas questões sobre baterias de celular e o cumprimento da norma legal, e alguns aspectos da Psicologia Ambiental que possam ser aplicados à conscientização ambiental, tendo como foco principal a relação do consumo com descarte de lixo (no caso de baterias) no meio ambiente.

Baterias de celular e cumprimento à legislação. Ferreira (1999) define pilha eletroquímica como “sistema que

---

A Série: Textos de Alunos de Psicologia Ambiental reproduz trabalhos sobre temas de psicologia ambiental e qualidade de vida urbana, produzidos por alunos de disciplinas tais como *Psicologia Ambiental*, *Psicologia Social*, e outras que dão oportunidade de alunos desenvolverem trabalhos sobre esta temática. Estes trabalhos empíricos fazem parte das exigências destas disciplinas e, freqüentemente, representam uma primeira oportunidade de realizar um estudo empírico.

*Sobre o autor:* Ao desenvolver este trabalho a autora era aluna da disciplina Planejamento de Pesquisa em Psicologia, ministrada pelo professor Hartmut Günther, durante o primeiro semestre de 2005.

Endereço para contato: Laboratório de Psicologia Ambiental, Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília, Caixa Postal 4480, 70919-970 Brasília, DF; [hartmut@unb.br](mailto:hartmut@unb.br) – [www.psi-ambiental.net](http://www.psi-ambiental.net). E-mail das autoras Uma [tathibellydance@hotmail.com](mailto:tathibellydance@hotmail.com) ou [greisy11@yahoo.es](mailto:greisy11@yahoo.es).

## Como citar

Caixeta, D. M. (2006). Consumo e comportamento pró-ambiental: Estudo de baterias de celular usadas em Brasília. *Série: Textos de Alunos de Psicologia Ambiental*, N° 10. Brasília, DF: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental.

transforma energia química em elétrica à custa de reações que se passam em dois eletrodos metálicos imersos em uma solução, ou em diferentes soluções” e bateria como “o conjunto de acumuladores ou de pilhas elétricas associados com ligações em série ou em paralelo”. O autor admite a palavra pilha como sinônimo da palavra bateria.

Salgado (2003), em um levantamento sobre a Resolução nº 257/99, verificou que o percentual de retorno de pilhas e baterias ao fabricante é muito baixo (em torno de 11% do volume produzido), além das dificuldades de reciclagem das mesmas que levam à solução de deposição inadequada em aterros ou à incineração. A autora sugere que, para reverter o problema de descarte inadequado das pilhas e baterias, faz-se necessário implementar programas de sensibilização, conscientização com a participação de todos os atores envolvidos: órgãos governamentais, fabricantes, importadores, pesquisadores, distribuidores, varejistas e consumidores. Ressalta a importância de campanhas educativas e programas de educação ambiental nas escolas, uma vez que o desconhecimento da população sobre as diferenças entre os vários tipos de baterias, e os tipos de metais perigosos a eles associados é um dos fatores que contribui para o seu inadequado gerenciamento.

Reidler e Günther (2002) investigaram os impactos sanitários e ambientais causados pelo descarte inadequado de pilhas e baterias junto com o lixo comum.

Relacionaram os principais metais encontrados nas pilhas e baterias como fonte de contaminação ambiental e de maior potencial tóxico, abordando algumas de suas características e risco à saúde.

#### Psicologia Ambiental

Diante dos problemas ambientais e da necessidade de se preservar os ecossistemas, ambientalistas, organizações governamentais e não governamentais vêm discutindo a necessidade de serem promovidos padrões sustentáveis de desenvolvimento, visando a preservação do meio ambiente às gerações futuras. Segundo Coelho, Gouveia e Milfont (2006), a psicologia tem sido apontada como detentora de um importante papel na minimização de problemas ambientais, uma vez que os mesmos podem ser causados por comportamentos humanos mal-adaptados. Nesse sentido, o estudo dos valores e das atitudes, bem como suas modificações, pode contribuir com intervenções que possibilitem a mudança comportamental.

#### Consumo e comportamento pró-ambiental

Um dos tópicos que pode ser tratado dentro da Psicologia Social, mais especificamente da Psicologia Ambiental, é a análise de comportamento aplicada a problemas ambientais. Muitos dos comportamentos de consumo causam impactos negativos à preservação do meio ambiente, quer seja pela pressão sobre os recursos naturais com aumento da produção, quer pelo consumo que tem conseqüências na geração de lixo e outros poluentes.

É interessante notar visões diferentes entre pesquisadores mais envolvidos às questões do meio ambiente tido como “verde” e aqueles mais ligados às questões sociais. Os primeiros parecem perceber o

consumismo como uma ameaça à natureza, pois as pessoas compram e são incentivadas a comprar mais coisas do que realmente necessitam. Esse fato, em algum momento, provocará impactos sócioambientais, decorrentes da crescente necessidade de energia e produtos, provocando pressão sobre os recursos naturais. Esse é o caso da pesquisa desenvolvida por Serrano (2003) sobre educação ambiental e consumerismo em unidades de ensino fundamental. Os pesquisadores sociais, por outro lado, conseguem ver que, em função dos agravantes problemas ambientais, o interesse público voltou-se novamente para a preocupação ambiental, incentivando um comportamento consumista mais consciente e instigando a preferência dos consumidores por produtos ambientalmente aceitáveis (Queiroga, Gouveia, Coutinho, Vasconcelos & Jesus, 2005). Para esses autores, conhecer os dados sociodemográficos dos consumidores, suas preocupações com as questões sociais e qual tipo de público tornou-se um aspecto relevante nos estudos sobre o comportamento do consumidor.

Pato (2005), em seu estudo sobre comportamento pró-ambiental, incluindo crenças e valores, faz uma interligação dessas duas visões. Parte do pressuposto que o crescimento urbano acelerado e o modelo de desenvolvimento econômico vigente incentivam o consumismo nas pessoas e contribui para a problemática ambiental, a qual está relacionada às questões sociais e são causadas pelo comportamento humano. Para a autora, a resolução do problema exigirá mudança no comportamento em grande escala, envolvendo mudança no comportamento individual. A incongruência entre questões socioambientais / conscientização ambiental e comportamentos prejudiciais ao meio ambiente / exploração indiscriminada dos recursos naturais, pode fundamentar-se na existência de valores e crenças distintos que estariam na base desses comportamentos, influenciando-os diferentemente.

Em sua pesquisa, Pato (2005) identifica quatro tipos específicos de comportamento ecológico: i) limpeza urbana, ii) economia de água e energia, iii) ativismo-consumo e iv) reciclagem. Os dois primeiros são considerados mais simples de serem executados, envolvem menor esforço e não dependem de outros. Os comportamentos de reciclagem e de ativismo-consumo, que representam ações relacionadas à preservação e à conservação do meio ambiente, são mais complexos e mais raros de se observar, pois requerem maior esforço e níveis de informação e consciência mais elevados.

Na pesquisa realizada por Queiroga e cols. (2005) sobre Escala de Comportamentos Socialmente Responsáveis do Consumidor, foram identificados três fatores: i) preocupação ambiental, ii) preocupação com a reciclagem e iii) preocupação social. A preocupação ambiental foi mais preponderante do que a preocupação com reciclagem, que, por sua vez, foi maior que a preocupação social, no comportamento de compra e consumo. Também se observa que, das correlações entre dados demográficos e fatores, a única significativa foi idade com preocupação ambiental, sugerindo que, quanto mais

velhas, maior a tendência das pessoas considerarem as questões ambientais ao decidir o que, e onde, comprar.

Verifica-se que nos estudos realizados por Coelho e cols. (2006) e por Cortez, Milfont e Belo (2001) foi utilizada a Teoria da Ativação da Norma com o intuito de explicar a relação das atitudes e comportamentos pró-ambientais. Na pesquisa sobre o significado psicológico do lixo, Cortez e cols. (2001) afirmam que o aspecto afetivo da atitude é fator determinante para o comportamento pró-ambiental. Sendo assim, identificar os significados psicológicos do lixo pode fornecer subsídios para compreender uma atitude, pois o significado pode ser entendido como um estado cognitivo que possui função mediadora entre o objeto (no caso lixo) e o comportamento (reciclagem). Para os autores, o comportamento pró-social, refletindo atitude pró-ambiental (desejo de melhoria do meio ambiente), sugerido pela pesquisa, foi ativado por normas pessoais e influenciado pelos valores pró-ambientais.

Observa-se que nas pesquisas realizadas no contexto Brasileiro, a reciclagem apareceu em todas elas, sugerindo ser um procedimento que já faz parte da realidade do país, podendo influenciar comportamentos pró-ambientais. Considerando que as baterias de celular são passíveis de reciclagem e, se descartadas indevidamente no lixo comum, podem causar danos ao meio ambiente e à saúde, foram elaborados três objetivos específicos para avaliar a atitude de vendedores com relação ao consumo e conscientização ambiental.

#### Objetivos específicos:

1. Verificar a conscientização ambiental dos vendedores de loja de telefonia de celular sobre os danos ambientais e à saúde da população devido ao descarte inadequado de baterias.
2. Verificar como os vendedores percebem a relação entre o consumo e a preservação do meio ambiente.
3. Verificar a opinião dos vendedores sobre reciclagem e se eles conhecem a norma legal sobre o descarte de baterias usadas.

## MÉTODO

Nesta pesquisa utilizou-se como método de coleta de dados a realização de entrevista estruturada. Os sujeitos da pesquisa foram vendedores de lojas que comercializam equipamentos de telefonia de celular, localizadas em áreas comerciais e shoppings do Plano Piloto, em Brasília/DF. Optou-se por entrevista face a face, e não questionário auto-aplicável, pela vantagem de se obter de imediato, as respostas às questões, além de permitir maior interação com o respondente, o que possibilitou observar outras características dos participantes. A seguir são apresentados detalhes sobre os participantes da pesquisa, o instrumento e o procedimento da coleta de dados.

#### Participantes

Participaram deste estudo 34 vendedores de lojas, sendo 18 (52,9%) homens. A maioria dos participantes (64,7%)

relatou ter até 30 anos de idade (mínima de 18 e máxima de 60). Com relação à escolaridade, 67,6% possuem ensino médio completo. Pouco mais da metade da amostra (52,9%) trabalha nesse tipo de loja a menos de um ano, sendo que 70,6% nunca haviam trabalhado em loja do ramo de telefonia de celular. Dos 29,4% (10) que já haviam trabalhado em loja similar, apenas para dois vendedores, o período de trabalho foi inferior a um ano. Para os outros (8), a média do período trabalhado foi 5 anos.

#### Instrumento

Utilizou-se um roteiro estruturado para orientar na realização da entrevista (Anexo). O roteiro foi elaborado seguindo as orientações descritas em Günther (2003). Esse roteiro foi dividido em duas partes. A primeira refere-se a perguntas abertas, algumas com respostas dicotômicas (sim ou não), que leva a outras perguntas. O objetivo das duas primeiras perguntas foi estabelecer contato com o respondente e introduzir o assunto. Nas perguntas subsequentes, as questões referem-se às indagações sobre atitudes dos funcionários quanto ao descarte de baterias de celular usadas. A segunda parte do roteiro consiste em dez itens sobre baterias, consumismo e conscientização ambiental. Para a respostas dos sujeitos, foi escolhida uma *escala tipo Likert* de cinco pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Foram incluídos alguns dados sociodemográficos como sexo, idade, escolaridade e tempo de trabalho na loja, visando caracterizar a amostra. Algumas informações sobre as características da loja, endereço, dia e horário, também foram acrescentadas ao roteiro, para evitar esquecimento, caso houvesse necessidade de voltar à loja.

Alguns dos itens do questionário, referentes à segunda parte, foram baseados na escala de crenças ambientais desenvolvida por Pato (2004). Outros itens e algumas perguntas da primeira parte do questionário visaram levantar informações sobre o descarte de baterias de celular.

Como estudo-piloto desse roteiro, seis entrevistas foram realizadas em lojas de um shopping, num dia de segunda-feira, no horário de 17:15 h às 19:30 h. Esse primeiro contato com os respondentes foi importante para aprimorar algumas perguntas, avaliar a escala de medida e verificar a disposição dos itens no questionário. Contribuiu para estimar o tempo necessário à condução de uma entrevista. Percebeu-se que seria demandado muito mais tempo do que o inicialmente previsto, uma vez que esse piloto foi realizado em dia e horário supostamente mais tranquilos às atividades comerciais. Considerando que os funcionários estariam em horário de trabalho e, a todo instante, seria necessário atender aos clientes que chegassem às lojas, era previsível que a pesquisadora ficasse aguardando a disponibilidade do vendedor.

Após a aplicação desse piloto, foram feitas algumas modificações no roteiro de entrevista, principalmente na segunda parte, alterando a disposição dos itens, pois se constatou uma tendência das respostas apontarem predominantemente para uma mesma alternativa. Também foi incluído no roteiro o levantamento de informações

sobre as características da loja, que não constava da primeira versão. Não houve dúvidas dos respondentes à compreensão dos itens, à forma de apresentação das questões e nem quanto à escala adotada.

#### Procedimento

Os 34 vendedores foram abordados nas lojas localizadas em shoppings (44%) e em outras áreas comerciais (56%) do Plano Piloto. No roteiro da entrevista foram especificadas quatro localizações para as lojas. No entanto, quando da análise dos dados, decidiu-se estabelecer apenas duas categorias (shoppings e áreas comerciais), tendo em vista o pequeno número da amostra (n= 34).

A pesquisadora aguardava o momento em que o vendedor não estivesse atendendo a nenhum cliente, identificava-se como aluna da UnB que estava fazendo uma pesquisa sobre baterias de celular. Perguntava se naquele estabelecimento comercial eram vendidas baterias de celular e, se positiva a resposta, solicitava que o respondente contribuísse com a pesquisa. Em alguns casos, não registrados, o vendedor recusou-se a contribuir com pesquisa, alegando estar muito ocupado.

Como a primeira parte da entrevista tratava-se de perguntas abertas, a pesquisadora fazia a pergunta e anotava as respostas, procurando ser o mais fiel possível na transcrição. Na segunda parte, a pesquisadora lia as frases afirmativas (itens) ao vendedor e solicitava que ele apontasse, num cartão, de acordo com sua preferência, um número variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Por fim, fazia as perguntas de caráter demográfico para melhor caracterizar os participantes.

Esses foram os procedimentos gerais da realização das entrevistas. Cabe mencionar, entretanto, que devido a abordagem dos vendedores ter sido feita em seu horário de trabalho e tendo como objetivo provocar o menor incômodo ou prejuízo aos participantes, buscou-se, sempre que chegava um cliente à loja, interromper a entrevista e aguardar que o cliente fosse atendido.

#### RESULTADOS

Para verificar a conscientização ambiental dos vendedores de loja de telefonia de celular sobre os danos ambientais e à saúde da população devido ao descarte indevido de baterias (objetivo 1), buscou-se analisar as respostas dos participantes a seis perguntas do questionário: i) Recomendou a algum cliente que não jogasse as baterias no lixo, ii) Considera importante o programa de recolhimento de baterias (para lojas que recebem baterias usadas); iii) Considera importante ter um programa de recolhimento de bateria (para lojas que não recebem baterias usadas); iv) Baterias no lixo podem prejudicar o meio ambiente; v) Baterias no lixo podem prejudicar a saúde da população e vi) Em casa, as pessoas devem colocar as baterias no lixo comum.

Vinte e nove dos participantes (85%) responderam que já recomendaram aos clientes não jogarem as baterias no lixo. Considerando as lojas que recebem e as que não recebem baterias usadas, 31 (91%) disseram concordar totalmente com a importância de um programa de

recolhimento de baterias. A maioria dos vendedores, 32 (94%), respondeu concordar totalmente que baterias no lixo podem prejudicar o meio ambiente e 29 (85%) responderam concordar totalmente que baterias no lixo podem prejudicar a saúde da população. Praticamente todos os participantes (97%) disseram discordar totalmente com a afirmativa de que, em casa, as pessoas devem colocar baterias no lixo comum.

Para responder ao objetivo específico 2, ou seja, verificar como os vendedores percebem a relação entre o consumo e a preservação do meio ambiente, foram considerados nas análises estatísticas os seguintes itens: i) O consumo agrava os problemas ambientais; ii) Para produzir mais bens de consumo, mais recursos naturais são utilizados; iii) Os problemas ambientais são consequência da vida moderna e iv) O ser humano está destruindo o meio ambiente. Conforme se verifica na Tabela 1, esses itens foram os que apresentaram melhor distribuição normal da amostra. Embora 76% concordam totalmente que o ser humano está destruindo o meio ambiente, apenas 38% disseram concordar totalmente com a afirmativa de que o consumismo agrava os problemas ambientais.

O objetivo específico 3 – verificar a opinião dos vendedores sobre reciclagem e se eles conhecem a norma legal sobre o descarte de baterias usadas – está relacionado aos itens: i) A reciclagem contribui para a preservação do meio ambiente e ii) Reciclar materiais como papel, vidro e alumínio é uma fonte de economia para a indústria e iii) Ouvia falar da Resolução sobre o descarte de pilhas e baterias usadas. Conforme verifica-se na Tabela 1, todos os participantes (100%) responderam que concordam totalmente que a reciclagem contribui para a preservação do meio ambiente e, ainda, que 76% concordam totalmente que é fonte de economia para a indústria, porém 76% nunca ouviram falar na Resolução Conama sobre pilhas e baterias.

Ao ser perguntado quais tipos de bateria são mais vendidos, a maioria dos respondentes (76%) referia-se a marca. Poucos mencionaram a composição da bateria. Da mesma forma, 65% da amostra responderam que os clientes solicitam informações sobre as baterias, porém, 45% destes referiam-se à durabilidade e ao tempo de recarga e não sobre a composição das mesmas, como se esperava inicialmente, quando da elaboração do item.

Observa-se que 76% dos participantes responderam que os clientes costumam trazer as baterias usadas para entregá-las às lojas. Das baterias usadas então recolhidas pelas lojas, 50% são armazenadas em caixa de papelão modelo padrão da operadora e 36% em caixa de papelão comum. Em 60% das lojas que recebem as baterias usadas, o período em que permanecem armazenadas é de 15 dias a um mês. Após esse prazo, 62% responderam que as baterias são recolhidas por outro funcionário e levadas a uma loja central. Apenas 29% destes respondentes relataram que essas baterias usadas são posteriormente recolhidas ou encaminhadas ao fabricante e 71% disseram não conhecer a destinação final.

Foram realizados testes de análise de variância (ANOVA) entre as médias das respostas dadas entre si com os dados demográficos e com o tempo de trabalho, e não se encontrou índices significativos. Foi também efetuado teste *t* correlacionando gênero com as variáveis sobre conscientização ambiental e não foram encontradas diferenças significativas. Ainda utilizando o teste *t*, verificou-se não existir diferença significativa entre vendedores de lojas em shoppings e vendedores de lojas em áreas comerciais. Efetuou-se uma análise de correlação de Pearson ( $p < .01$  e  $\rho = .808$ ), indicando que, pessoas que acham que reciclar materiais é bom para indústria também acham que é bom a loja ter programa de reciclagem.

## DISCUSSÃO

Após a apresentação dos resultados, qual seria, então, a relação entre consumo e comportamento pró-ambiental? Uma das questões que poderia indicar a preocupação do vendedor com relação ao meio ambiente é quanto a pergunta sobre quais tipos de bateria são mais vendidos. A maioria dos participantes (76%) entendeu como tipo de bateria a marca do fabricante, por exemplo: nokia, motorola, etc. Poucos se referiram à composição da bateria, como metal-hidreto, lítio, etc. Essa questão demonstra que o item não teve clareza ou pode indicar que os vendedores não têm percepção dos componentes metálicos das baterias. Da mesma forma, os clientes, quando solicitam informações sobre as baterias, não perguntam sobre a composição das mesmas, mas sim, sobre a durabilidade e tempo de recarga.

Por outro lado, praticamente 90 % dos participantes relataram já ter recomendado aos clientes a não jogar as baterias no lixo, consideraram importante o programa de recolhimento de baterias e concordam totalmente que baterias no lixo podem prejudicar o meio ambiente e a saúde da população e, ainda, que as pessoas não devem colocar baterias no lixo comum. Tais resultados podem indicar uma tendência de que os vendedores têm alguma percepção sobre a periculosidade das baterias de telefones celulares, e, por isso, devem ser separadas do lixo comum.

Quanto à relação entre o consumo e a preservação do meio ambiente, de acordo com os resultados obtidos, há indicativos de que os vendedores não correlacionam o consumo com os problemas ambientais. Nem todos que concordaram que o ser humano está destruindo o meio ambiente, disseram concordar totalmente com a afirmativa de que o consumismo agrava os problemas ambientais. Os vendedores foram incisivos nas respostas sobre os danos causados à saúde e ao meio ambiente e sobre a importância da reciclagem. Porém, não tão positivos às questões sobre o consumo.

A correlação dos itens referentes à reciclagem com o conhecimento da norma legal, que trata do descarte de baterias de celular usadas, tinha como intuito verificar a percepção do vendedor de que a bateria é um material reciclável que possui regulamentação. Os resultados demonstram que 100% dos vendedores concordam que a reciclagem contribui para a preservação do meio ambiente

e, ainda, que 76% concordam que é fonte de economia para a indústria, porém 76% nunca ouviram falar da Resolução do Conama. Considerando que baterias é um equipamento com o qual o vendedor trabalha, há sinalizações da falta de informação sobre as características e o consumo do produto, corroborando com Salgado (2003) quando sugere ser necessário promover programas que incentivem a reciclagem. Da mesma forma, Andrade e cols. (2006) afirmam que um programa eficiente de coleta só terá êxito se houver conscientização, mobilização e participação da população que, por sua vez, demandará conhecimento.

A despeito de todas as inferências feitas a partir dos dados obtidos na pesquisa, há de se considerar que o número de sujeitos da amostra ( $n = 34$ ) foi pequeno e vários itens do questionário como: *baterias no lixo podem prejudicar a saúde e o meio ambiente; em casa as pessoas não devem colocar as baterias no lixo*, dentre outros, não apresentaram nenhuma variabilidade na curva de distribuição normal, e, portanto, haveria necessidade de serem descartados das análises. Para um estudo sobre conscientização ambiental e consumo que pudesse demonstrar atitudes das pessoas, haverá necessidade de se fazer uma pesquisa qualitativa antes de elaborar outro instrumento.

## REFERÊNCIAS

- Andrade, C. C., Teixeira, C. A. S., Oliveira, E. A., Canola, J. G., Santos, J. F., Preuss, J., Lodi, P., Queiroz, S. G., Manganelli, T., & Nagashima, L. A. (2006). *A realidade do descarte de pilhas nos bairros de Paranavaí*. Trabalho apresentado no V Congresso Ibero-Americano de Educação Ambiental, Florianópolis, Santa Catarina, Brasil, 8 de abril. Retirado em 08/12/2006 do site [http://www.viberoea.org.br/admin/i\\_fichatrabalho.php?id=1234&a=a](http://www.viberoea.org.br/admin/i_fichatrabalho.php?id=1234&a=a).
- Coelho, J. A. P. M., Gouveia, V. V., & Milfont, T. L. (2006). Valores humanos como explicadores de atitudes ambientais e intenção de comportamento pró-ambiental. *Psicologia em Estudo*, 11(1), 199-207.
- Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama). (1999, 22 de junho). Resolução nº 257/99: Dispõe sobre o descarte e o gerenciamento ambientalmente adequado de pilhas e baterias usadas, no que tange à coleta, reutilização, reciclagem, tratamento ou disposição final. *Diário Oficial da União*, Brasília.
- Cortez, J. C., Milfont, T. L., & Belo, R. P. (2001). Significado psicológico do lixo: um estudo com redes semânticas naturais. *Psico-USF*, 6, 21-28.
- Ferreira, A. B. (1999). *Novo Dicionário Aurélio – Século XXI*. Ed. Nova Fronteira.
- Günther, H. (2003). *Como elaborar um questionário*. (Série: Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, Nº 01). Brasília, DF: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental. <http://www.psi-ambiental.net/pdf/01Questionario.pdf>.
- Queiroga, F., Gouveia, V. V., Coutinho, M. P. L., Vasconcelos, T. C., & Jesus, G. R. (2005). Escala de comportamentos socialmente responsáveis do

consumidor: estudo preliminar de evidência de validade. *Psicologia em Estudo*, 10 (1), 143-149.

Pato, C. (2004). *Comportamento Ecológico: relação com valores pessoais e crenças ambientais*. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Brasília.

Pato, C. (2005). Comportamento Ecológico: chave para compreensão e resolução da degradação ambiental? *Democracia Viva*, 27, 102-107.

Reidler, N. M. V. L., & Günther, W. M. R. (2002). *Impactos sanitários e ambientais devido aos resíduos gerados por pilhas e baterias usadas*. Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Interamericano de Ingeniería Sanitaria y Ambiental, Cancun, México, 27 de outubro.

Salgado, M. G. (2003). *Informação Técnica nº 117/99 – 4ª CCR: Pilhas e Baterias: considerações sobre as Resoluções CONAMA nº 257/99*. [Parecer Técnico que faz parte dos trabalhos desenvolvidos na Procuradoria Geral da República]. Brasília.

Serrano, C. M. L. (2003). *Educação Ambiental e Consumerismo em Unidades de Ensino Fundamental de Viçosa-MG*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa.

## ANEXO

### Itens do questionário

1. Quantas baterias de celular esta loja vende por semana?
2. Quais tipos de baterias são mais vendidas?
3. O cliente, ao comprar, solicita informações sobre as baterias?
  - a. ( ) não ( ) sim - Que tipo de informação?
4. Os clientes costumam trazer as baterias usadas para entregá-las à loja?
  - a. ( ) não
    - i. Caso eles trouxessem as baterias usadas para entregá-las à loja, você as receberia?
    - ii. ( ) sim ( ) não - Por que?
    - iii. Algum fabricante de baterias já esteve na loja oferecendo para recolher as usadas?
    - iv. ( ) sim ( ) não
  - b. ( ) sim
    - i. Você recebe as baterias usadas trazidas por clientes?
      - (1) ( ) não
        - (a) Nesse caso, o que você sugere aos clientes?
      - (2) ( ) sim
        - (a) Onde as baterias usadas são colocadas?
5. Por quanto tempo as baterias ficam na loja?
6. O que a loja faz com as baterias após esse tempo?
7. Você já recomendou a algum cliente que não jogasse

as baterias no lixo?

- a. não ( ) sim - Qual foi a recomendação?
8. Você já ouviu falar da Resolução sobre o descarte de pilhas e baterias usadas?
    - a. ( ) não ( ) sim - O que ouviu falar?

Perguntas de opinião (1 - discordo totalmente – 5 - concordo totalmente)

1. (se a loja **recebe** baterias). Considero importante o programa de recolhimento de baterias.
2. (se a loja **não recebe** baterias). Acho importante ter um programa de recolhimento na loja.
3. Baterias no lixo podem prejudicar o meio ambiente.
4. O ser humano está destruindo o meio ambiente.
5. O consumismo agrava os problemas ambientais.
6. Em casa, as pessoas devem colocar as baterias no lixo comum.
7. Os problemas ambientais são conseqüências da vida moderna.
8. Baterias no lixo podem prejudicar a saúde da população.
9. A reciclagem contribui para a preservação do meio ambiente.
10. Reciclar materiais como papel, vidro e alumínio é uma fonte de economia para a indústria.
11. Para produzir mais bens de consumo, mais recursos naturais são utilizados.
12. A luta dos ambientalistas prejudica nossa qualidade de vida.

Por fim, gostaríamos de fazer algumas perguntas para melhor poder caracterizar os participantes da pesquisa.

1. Sexo (observação): ( ) M ( ) F
2. Quanto tempo você trabalha nesta loja?
  - a. E antes, trabalhava em outra loja como esta?
    - i. ( ) não ( ) sim - Por quanto tempo?
3. Qual o seu nível de escolaridade?
4. E, concluindo, você poderia me dizer a data do seu nascimento?

Agradecemos sua participação.

Características da loja (observação)

1. Local: ( ) Shopping/interna ( ) Shopping/quiosque ( ) Quadra comercial ( ) Feira Importados
2. Marca: ( ) Claro ( ) Vivo ( ) Tim ( ) Brasil Telecom ( ) Genérica
3. Endereço:
 

Dia: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Hora \_\_\_:\_\_\_

Tabela 1  
 Frequência da respostas

Perguntas	CT	CP	NC	DP	DT
<i>referentes aos danos à saúde e ao meio ambiente devido o descarte indevido de baterias usadas</i>					
Considera importante o programa de recolhimento de baterias (25 lojas, 74% recebem baterias usadas)	25				
Considera importante ter um programa de recolhimento (9lojas, 26%, não recebem baterias usadas)	6	2		1	
Baterias no lixo podem prejudicar o meio ambiente	32		02		
Baterias no lixo podem prejudicar a saúde da população	29	03	02		
Em casa as pessoas devem colocar as baterias no lixo comum			01		33
<i>referente ao consumo e preservação ambiental</i>					
O consumismo agrava os problemas ambientais	13	16	03		02
Para produzir mais bens de consumo, mais recursos naturais são utilizados;	15	11	06		02
Os problemas ambientais são conseqüências da vida moderna	19	09	04		02
O ser humano está destruindo o meio ambiente.	26	07			01

CT – Concorda Totalmente; CP – Concorda Parcialmente; DT – Discorda Totalmente;  
 DP – Discorda Parcialmente; NCND – Não Concorda, Nem Discorda

Tabela 3: Frequência da respostas referentes à reciclagem e ao conhecimento da Resolução sobre pilhas e baterias

8 Consumo e comportamento pró-ambiental: Estudo de baterias de celular usadas em Brasília

	F	Sim		Não	
		%	F	%	F
Ouvir falar da Resolução sobre descarte de pilhas e baterias	26	76	8	24	

F	%	CT		CP		NCND		DP		DT	
		F	%	F	%	F	%	F	%		
24	100										
26	76	3	09	05	15						

CT – Concorda Totalmente; CP – Concorda Parcialmente; DT – Discorda Totalmente;

DP – Discorda Parcialmente; NCND – Não Concordo, Nem Discordo