

O CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO UMA QUESTÃO SOCIAL

Gláuce Suely Jácome da Silva¹
Rozeane Albuquerque Lima²
Cristian José Simões Costa³
Rafaella de Sousa Teles⁴

RESUMO

O presente texto traz uma reflexão histórica sobre o debate ambiental no Brasil dialogando com os cenários internacionais e pensando nos possíveis diálogos que se estabelecem entre crescimento econômico e proteção ambiental focando na questão do consumo sustentável como uma das alternativas para equilibrar este debate respeitando a capacidade de carga do planeta. Para a reflexão dialogamos com Bauman, Portilho, Caporal entre outras pessoas que influenciam e/ou fundamentam o pensamento ambiental no cenário nacional e internacional atualmente.

Palavras-chave: Consumo sustentável; Proteção ambiental; crescimento econômico.

CONSIDERAÇÕES HISTÓRICO-SOCIAIS

Pensar a história do ser humano enquanto ser social implica em pensar a utilização dos recursos naturais finitos, ou não renováveis em curto prazo, para atender às demandas da sociedade. O Brasil se insere neste contexto de uma forma mais intensa desde a chegada dos colonizadores portugueses que, já em seu primeiro ato simbólico para com a natureza, derrubaram uma árvore e com ela fizeram a cruz usada na celebração da primeira missa. A forma de colonização à qual o Brasil foi submetido fez com que os ciclos econômicos brasileiros fossem marcados pelo aumento na devastação do ambiente (DEAN, 1996).

Em um recorte mais contemporâneo, a década de 1960 faz emergir alguns eventos importantes para o debate ambiental: o conceito de ecologia, repensado por Eugene Odum⁵ desfaz a ideia de que o micro pode ser estudado como fim em si só. Em franco diálogo com o holismo, influenciado pelo seu pai, o sociólogo Howard W. Odum, Eugene atentou para o macro, para a visão ecossistêmica e integrativa de mundo; os movimentos verdes e o crescimento das cidades, provocado pela explosão demográfica e pelo êxodo rural intensificados compõem o cenário que subsidiou o debate ambiental deste período.

¹ Mestre em Desenvolvimento Regional-UEPB. E-mail: glaucejacome@hotmail.com

² Doutoranda em História pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE; E-mail: rozeanelima@gmail.com.

³ Doutorando do Programa de Pós- Graduação de Desenvolvimento e Meio Ambiente, PRODEMA-UFPB e Professor do IFAL. E-mail: cristiancost@gmail.com

⁴ Doutoranda no Doutorado Interinstitucional em História Social pela Universidade de São Paulo (USP)/ Universidade Federal de Campina Grande (UFCG); e-mail: rafaellasousa@usp.br.

⁵ ODUM, Eugene Plesants. **Fundamentos de ecologia**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

A partir da década de 1980, em nome de um discurso que favorecesse o desenvolvimento sustentável⁶, imprensa e empresas operam um deslocamento do conceito e o utilizam como um apelo de consumo: o produto ecologicamente correto surgiu e logo em seguida, o economicamente viável, o culturalmente diverso, e o socialmente justo.

REFLETINDO SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sobre o conceito de desenvolvimento sustentável Caporal (2013), referência nacional em agroecologia, em artigo publicado no site do *Instituto Carbono Brasil*, afirma que ele não existe, que foi inventado por tecnocratas, que desenvolvimento e sustentabilidade são coisas relativas, não estáticas nem absolutas. “Quando eu falo de sustentável, estou tomando como referência algo que não é sustentável. Quando eu evoco a palavra desenvolvimento tomo como referência o subdesenvolvimento” (CAPORAL, 2013).⁷

Caporal faz uma crítica ao desenvolvimento sustentável tal qual proposto pela Organização das Nações Unidas, que tem por estratégia o contínuo crescimento econômico como condição para resolver problemas socioambientais. Ele lembra que o crescimento econômico não é necessário em todas as sociedades. Seguindo a sua crítica, Caporal afirma que o conceito de desenvolvimento sustentável foi esvaziado “por ter sido abandonada a ênfase original para a solução das desigualdades sociais, chegando à Rio+20 com uma noção absolutamente mercantil. Lançou-se a noção de “economia verde”, como se fosse possível um capitalismo verde comandado pelo mercado (CAPORAL, 2013).⁸

O autor evidencia a tensão existente entre a preservação do meio ambiente para a garantia da sustentabilidade e a busca pelo crescimento econômico. Neste sentido o capitalismo se apropriou do discurso do desenvolvimento sustentável e o inverteu em seu próprio benefício. Não há um questionamento sobre o consumo como um contraponto à preservação ambiental, pelo contrário, o discurso da sustentabilidade auxilia o ser humano a se eximir da culpa do consumo por estar sendo ‘ecologicamente correto’. Regina Horta Duarte em seu livro *História e Natureza* (2007) faz esta relação entre preservação e consumo e mostra o quanto estes discursos aparentemente opostos estão presentes e tensionam um ao outro desde o fim do século XX.

⁶É conceituado como o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, – Relatório Brundtland – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987.

⁷ <http://www.institutocarbonobrasil.org.br/artigos/noticia=735346> acesso em 02-12- 2013.

⁸ <http://www.institutocarbonobrasil.org.br/artigos/noticia=735346> acesso em 02-12- 2013.

Caporal continua o texto refletindo sobre a proposta da Rio +20 sobre crescimento verde em uma perspectiva que está longe de ser consenso entre os ambientalistas. Para ele a tese do crescimento verde é uma falácia por não haver como combinar o aumento na quantidade de produção e a melhoria na qualidade ambiental, fazendo isso de forma compatível com os equilíbrios naturais. Não se pode acreditar em crescimento exponencial indefinido em um mundo finito (CAPORAL, 2013).

PENSANDO O CENÁRIO ATUAL

Atualmente as discussões sobre ecologia, economia e preservação ambiental ocupam meios acadêmicos nacionais e internacionais e fazem parte das políticas e iniciativas das instituições públicas e privadas. Como consequência, a preservação do ambiente (com direta ligação com a preservação da espécie humana), inspirou atitudes como a instituição de leis específicas e tratados internacionais que estabelecem cumprimento de metas, entre outras ações coercivas.

A partir de então o direito ambiental se construiu com a elaboração das leis e sua aplicabilidade pelos órgãos controladores. Líderes ambientalistas, dentre eles Chico Mendes, se basearam no texto legal para fazer denúncias acatadas pelo ministério público e buscar medidas que amparassem as áreas protegidas contra a degradação que vinham sofrendo.

Evidencia-se então que um discurso jurídico preocupado com a preservação da natureza tornou-se possível pelo surgimento de uma sensibilidade que historicamente emergiu a partir da década de 1960, se intensificando principalmente a partir da década de 1980, e que tem como base a utilização racional dos recursos naturais.

PONDERANDO SOBRE O CONSUMO

A sociedade de massa pressupõe produção em massa e consumo também em massa. Neste contexto, mesmo sendo o consumismo moderno associado aos ideais de liberdade individual e, portanto, liberdade de escolha, o consumidor, não possuidor dos meios de produção, não participa do processo de deliberação sobre os tipos de produtos e serviços que serão expostos no mercado, não decide como e quando determinado produto será fabricado, construído ou comercializado, de modo que suas seleções são limitadas a partir dos tipos e marcas que são disponibilizados. E, mesmo assim, esta escolha ainda é construída a partir de uma série de influências externas, sendo o próprio mercado, principalmente através da publicidade, que, muitas vezes decide sobre as necessidades privadas e públicas. Por outro

lado, há uma ilusão projetada no aspecto das escolhas livres porque os indivíduos são pressionados socialmente e de forma enérgica para comprarem ou contratarem de acordo com prioridades previamente e socialmente definidas. Segundo Bauman (2008), em terreno capitalista, para se tornar sujeito consumidor, primeiro é preciso se tornar mercadoria.

Aparentemente, consumir é uma atividade comum, parece ser apenas o ato de buscar produtos e serviços no mercado para satisfazer necessidades do cotidiano. No entanto, as escolhas do consumidor trazem impactos para o meio ambiente e para a sociedade.

Até a década de 1970, se julgava que o grande vilão para a extinção de recursos naturais importantes seria o crescimento demográfico, principalmente nos países em desenvolvimento. Esta compreensão passa a ser questionada e na década de 1990 este debate é intensificado a partir de outro entendimento de que na verdade, os principais responsáveis pela crise ambiental eram os países industrializados, com o extrativismo exagerado e a poluição do ar. Este contexto projeta um novo discurso, de práticas responsáveis de consumo e outro estilo de vida, a exigência inicialmente de um “consumo verde”, para depois ser chamado de “consumo sustentável”. Segundo Portilho (2005), a estratégia de consumo verde pode ser analisada como uma espécie de transferência da atividade regulatória em dois aspectos: do Estado para o mercado, com mecanismos de auto regulação e do mercado para o cidadão, com a imposição de mudanças em suas práticas de consumo. Porém, ambas as estratégias, de forma implícita e explícita, numa orientação liberal, descarrega no indivíduo a responsabilidade.

Neste sentido, questiona-se a possibilidade do indivíduo ser de fato este agente responsável sem o entendimento claro das questões ambientais, sem o empoderamento necessário às tomadas de decisões em suas escolhas enfim, sem a consciência dos interesses fundantes da sociedade. O mercado - grande responsável pelos males ao meio ambiente - continua isento da responsabilidade e o problema de acesso e de distribuição dos bens se acentua na medida em que oportunidades de direito aos proveitos materiais não são equitativas.

O CONSUMO SUSTENTÁVEL COMO ALTERNATIVA

E o “consumo sustentável” seria uma estratégia de ação para fortalecimento do exercício da cidadania e participação, contribuindo para as mudanças sociais necessárias no tocante a questão ambiental?

Geralmente colocamos a atitude do consumo como uma ação individual e não coletiva. A pessoa quando se dirige ao mercado, o faz para atender uma necessidade própria e, assim, não havendo a consciência de que as escolhas são socialmente definidas, torna-se complexo projetar um interesse não individual nas decisões de compra e contratação. Além disso, o padrão de consumo imposto pela própria sociedade de consumo, afasta cada vez mais a atitude sustentável.

Numa conjuntura em que é cidadão apenas aquele que participa do mercado de consumo, estando à margem aqueles que não tem acesso até mesmo aos bens essenciais, as decisões sobre o tipo de consumo serão tomadas em ambiente fortalecido prioritariamente em torno dos ideais de mercado. Consumo sustentável seria, nesta ótica, um ideal liberal para favorecer ainda mais as desigualdades no mercado de consumo, distante da maioria das pessoas.

Deste modo, para que práticas isoladas se fortaleçam em perspectiva de mudar contornos sociais e, para que estas decisões promovam um novo movimento de defesa do meio ambiente a partir de uma orientação sustentável, é preciso que o consumidor se organize de forma consciente. Deste modo, o consumo passa a ser compreendido como decisão política e moral e não apenas atitude que visa “mera posse individual de objetos isolados, mas apropriação coletiva” (PORTILHO, 2005).

As práticas de cidadania em ambiente de consumo devem, destarte, ser fortalecidas para que pressionem politicamente debates e mudanças necessárias, através de novas práticas de produção e consumo. Enquanto observarmos as atitudes individuais e grupais sem tensão mínima e consciente, as práticas de consumo sustentável não assumirão o protagonismo necessário para pautar agendas de interesse coletivo e políticas públicas indispensáveis.

Porém, seria precipitado desprezar o comportamento consciente do consumidor e assim, devemos considerar que, mesmo de forma individual, mas constante, o consumidor consciente e preocupado com as questões coletivas ligadas ao meio ambiente pode motivar outros consumidores, criando redes que possam gerar, a partir de contextos históricos favoráveis, práticas diferenciadas de consumo, mais preocupadas com a coletividade.

OS DIÁLOGOS ENTRE PROTEÇÃO AMBIENTAL E CRESCIMENTO ECONÔMICO

O que queremos evidenciar aqui são os possíveis diálogos que surgem desde que o discurso ambiental emergiu e se fez mais presente na sociedade, ele se faz sentir como algo oposto ao crescimento econômico que, muitas vezes demanda um maior consumo. Pensamos que o consumo pode ser pensado se não em harmonia com a preservação ambiental, pelo menos de forma consciente, usando dos conhecimentos sobre a capacidade de carga do planeta e equilibrando as relações entre um crescimento econômico e a preservação do planeta a partir da perspectiva da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável.

Para isso é necessário refletir sobre as práticas de inclusão social a partir da posse ou não de determinado objeto- o aparelho celular de determinada marca ou modelo ou o tênis de um determinado fabricante, por exemplo. É preciso também refletir sobre as práticas das empresas das quais consumimos os produtos: Elas respeitam a capacidade de carga do planeta ao extrair ou comprar suas matérias primas? Elas empregam mão-de-obra legal e respeitam a legislação trabalhista vigente no país? Em seu processo de produção está presente a preocupação com a sustentabilidade? Como é feito o descarte? Como são utilizados os recursos hídricos e elétricos envolvidos no processo de produção? Há logística reversa? Como é feito o transporte das mercadorias? E a venda?

CONSUMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Como podemos ver, não apenas o consumo sustentável, mas também o consumo consciente deve estar presente na perspectiva de atingirmos um desenvolvimento sustentável. Há que se pensar em sustentabilidade como SACHS (2008) a propõe no tripé Sociedade, Economia e Ambiente. Não se desenvolve um aspecto esquecendo de outro. Há que se refletir que muitas das nossas necessidades foram criadas para atendermos uma demanda de consumo e alimentarmos um mercado internacional e nacional. E para atendê-la muitas vezes sequer pensamos no estímulo ao artesanato, ao comércio local, o que auxiliaria no desenvolvimento de uma dada cidade ou região.

Na perspectiva do consumo alguns laços se perdem ao optamos pela compra de produtos de grandes corporações. Um bom exemplo é o hábito de ir à feira bem mais comum na década de 1980 do século XX e que persiste até os dias atuais, de forma bem mais tímida. Este hábito algumas vezes coloca o consumidor em contato direto com o produtor. As relações que se estabelecem não são apenas de compra e venda, mas de cordialidade e muitas vezes de afetividade. Com a mudança do hábito de fazer a compra de mantimentos no

supermercado, as relações se tornaram apenas comerciais, e o contato com o produtor deixou de existir.

Faz-se necessário pontuar que quando optamos por comprar em grandes redes estamos também optando pelo deslocamento do capital para outros lugares do país e muitas vezes do mundo. É preciso pensar que consumir é também um ato político. A quem estou beneficiando ao consumir um dado produto? Este beneficiário traz algum benefício para a sociedade na qual estou inserido? Em um cenário internacional no qual tudo está conectado, além de pensarmos que a sustentabilidade engloba aspectos sociais, ambientais e econômicos, temos que lembrar que ela é atravessada pelas questões pertinentes às políticas públicas, ao Direito, à Educação à saúde. Estas são questões que devem ser repensadas no âmbito de atingirmos um ponto mais próximo do equilíbrio entre a capacidade de carga do planeta e o nosso consumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste artigo tentamos traçar uma trajetória na qual explicássemos com fundamento histórico e social como emergiu o discurso ambiental no Brasil e no mundo. Depois refletimos um pouco sobre sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, crescimento econômico, consumo (sustentável e consciente), desenvolvimento local e regional e os diálogos possíveis entre estes temas. Vimos ainda que fala consumo sustentável não é algo que pode ser reduzido às questões de Economia e Meio Ambiente, elas perpassam as questões de políticas públicas, de legislações, de Educação, de saúde em um amplo debate se não multi mas pelo menos interdisciplinar.

O tema é complexo e demanda muita reflexão, mas acima de tudo conscientização para que sejam efetivadas políticas públicas que dialoguem com a sustentabilidade, para que possamos ter disponíveis no mercado produtos e serviços que atentem para a necessidade de proteger o meio ambiente ao mesmo tempo em que garantam um melhor bem estar e atendam a necessidade de uma dada sociedade em um determinado tempo e em um dado espaço. Lembramos, por fim, que as necessidades de consumo variam de pessoa para pessoa, e variam também no tempo e no espaço. Na verdade muitas delas são culturalmente, economicamente ou politicamente construídas e difundidas direta ou indiretamente através de vários canais para atender a um ritmo de crescimento do mercado ditado muitas vezes pelas grandes corporações. Fugir desta rede, pensar diferente é possível, através da reflexão e da

conscientização e um dos maiores vetores para que isto ocorra é a Educação, em suas mais variadas possibilidades.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro, Zahar, 2008.

DEAN, Warren. **A ferro e fogo: a História e a devastação da Mata Atlântica brasileira.** São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DUARTE, Regina Horta. **História & natureza.** Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

INSTITUTO CARBONO BRASIL
<http://www.institutocarbonobrasil.org.br/artigos/noticia=735346> acesso em 02-12- 2013.

ODUM, Eugene Plesants. **Fundamentos de Ecologia.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

PORTILHO, Fátima. **Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo.** Cadernos Ebape.Br. Edição Temática 2005.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.