

ECOLOGICAMENTE CORRETO PARA ALIVIAR A CONSCIÊNCIA OU PARA MUDAR O MUNDO? UMA DISCUSSÃO SOBRE PADRÕES DE CONSUMO

Luis Felipe Machado Nascimento*

Minelle Enéas da Silva**

Marcio Luis Miron Jappe***

Ana Paula Ferreira Alves****

RESUMO: Considerando os impactos que os atuais padrões de consumo têm causado sobre o meio ambiente, o objetivo deste trabalho é discutir a efetividade das ações que visam à preservação ambiental, a partir de uma visão consciente, com apresentação de ações que produzam resultados significativos. Conduzido sob a forma de ensaio teórico, pressupõe-se que, para que mudanças mais profundas venham a ocorrer, será preciso que os processos produtivos sejam mais efetivos e que o consumidor consciente seja melhor informado dos impactos socioambientais dos produtos que deseja adquirir. Neste contexto, surge o conceito do consumo sustentável como aquele que não depende apenas das iniciativas individuais ou da redução do consumo. Como resultados, a educação para a sustentabilidade surge como principal impulsionador da mudança à medida que busca criar uma nova forma de pensamento e trazer para diferentes visões para a sociedade. O indivíduo-consumidor tem responsabilidade pelo que consome e deve exigir produtos e serviços para contribuir com um consumo mais sustentável.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo Sustentável; Consumo Consciente; Impactos Individuais; Mudança; Educação para Sustentabilidade.

GOING ECOLOGICALLY CORRECT TO UNBURDEN ONE'S CONSCIENCE OR TO CHANGE THE WORLD? A DISCUSSION ON CONSUMPTION STANDARDS

ABSTRACT: Consumption standards have caused an impact on the environment.

* Docente do Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

** Doutorando em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

*** Mestre em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

**** Mestranda em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS.

Current essay discusses the effectiveness of activities that aim at preserving the environment from a conscience-raising point of view through the presentation of actions which produce significant results. It is necessary that productive processes are more effective and the aware consumer better informed on the social and environmental impacts of the desired products so that profounder changes may occur. The concept of sustainable consumption does not depend only on individual initiatives or on consumption decrease. Sustainability education becomes the main trigger of change in so far as it develops a new way of thought and opinions. Individual consumers are responsible for what they consume and should demand products and services that would contribute towards sustainable consumption.

KEY WORDS: Sustainable Consumption; Awareness In Consumption; Individual Impacts; Changes; Educating For Sustainability.

INTRODUÇÃO

Os indicadores e métodos para avaliar a sustentabilidade do Planeta Terra demonstram serem insustentáveis os atuais padrões de consumo. As previsões resultantes das pesquisas indicam um futuro pouco animador (ATHAYDE; MATTAR, 2010; PNUMA, 2002; UNEP, 2002; 2008). Diante deste quadro, surgem propostas que visam à mudança dos hábitos de consumo como forma de reduzir os impactos causados pelo homem no ambiente. Algumas Organizações Não Governamentais (ONGs) ambientalistas, especialistas, governos e a própria mídia fazem campanhas e recomendações para que os cidadãos modifiquem seus hábitos quanto ao uso de água no banho, o consumo de energia dos equipamentos eletroeletrônicos, o uso das sacolas plásticas visando reduzir o volume de lixo, ou o uso do transporte público para reduzir os impactos no meio ambiente.

Embora sejam ações educativas importantes, a maioria das recomendações para a redução dos impactos ambientais se concentra em ações com resultados pouco significativos, que pouco contribuem para a resolução dos problemas. Os maiores impactos do consumo são desconhecidos ou pouco valorizados pelos cidadãos. Sem informação sobre os impactos ambientais decorrentes dos seus hábitos de consumo, os cidadãos apenas praticam as ações recomendadas pensando que estão contribuindo de maneira significativa para a preservação do meio ambiente.

É necessário um novo olhar para analisar a situação de maneira mais criteriosa, que considere os macro-impactos e deste modo nos tornemos capazes de agir de forma consciente, consistente e significativa para a preservação do meio ambiente.

Na fábula do beija-flor, há um grande incêndio na floresta, o que faz todos os animais fugirem desesperados. O beija-flor, no entanto, faz o caminho contrário, jogando sobre o fogo gotas de água trazidas em seu bico de um lago próximo. Um tatu, ao ver aquela cena, pergunta intrigado: “Achas mesmo que podes apagar este incêndio?”, ao que o beija-flor prontamente responde: “Tenho certeza que não, mas estou fazendo a minha parte!” Esta fábula serve como analogia para muitas das ações ambientais praticadas pelos cidadãos, cheias de boas intenções, belíssimos exemplos, mas que não são eficazes, não contribuem significativamente para a resolução dos problemas.

Geralmente, a efetividade das ações ambientais, ou seja, ‘fazer as coisas certas para mudar as situações existentes’, não é valorizada. Atualmente, é mais valorizada a prática do que o resultado desta prática. Ao fazer uma ação para proteger o meio ambiente, o cidadão alivia sua consciência, uma vez que considera estar fazendo a sua parte. Obviamente que qualquer economia no uso dos recursos naturais ou não agressão ao meio ambiente são importantes, não se trata de menosprezar a redução de litros da água utilizada durante um banho, mas sim de mostrar que existem alternativas mais eficazes e efetivas para reduzir o uso da água. Por exemplo, se o cidadão souber que os produtos industrializados utilizam milhares de litros no seu processo produtivo, poderá repensar a aquisição de alguns produtos.

Partindo dessa visão, algumas reflexões podem ser realizadas no que se refere: as ações efetivas que poderiam ser desenvolvidas pelo cidadão no seu dia-a-dia; as dificuldades para desenvolver tais ações; as condições necessárias para que sejam desenvolvidas ações de proteção do meio ambiente que resolvam os problemas; a necessidade de que outros atores sociais possam se engajar na construção de um pensamento mais coletivo. Com isso surge a questão: Individualmente é possível ser ecologicamente correto e contribuir efetivamente para a sustentabilidade do Planeta? Visando responder esta questão e buscar uma contribuição positiva na sociedade, toma-se como objetivo deste trabalho discutir a efetividade das ações que visam à preservação ambiental, a partir de uma visão consciente, com a apresentação de

ações que produzam resultados significativos.

A proposta deste trabalho foge de abordagem tradicional da discussão sobre as ações de proteção ambiental e consumo consciente. Demonstra-se como os conceitos de sustentabilidade, consumo e produção sustentável, entre outros, podem ser aplicados pelos cidadãos no seu cotidiano e produzirem resultados que realmente tornem o Planeta mais sustentável. Este estudo caracteriza-se como um ensaio teórico crítico, mas também propositivo e reflexivo (MENEGETTI, 2011). Inicialmente, é desenvolvida uma escrita dinâmica e crítica sobre as ações convencionais e, posteriormente, são apresentadas visões de ações inovadoras que produzem resultados efetivos e propostas de atuação.

Considera-se que os problemas ambientais são graves e requerem ações imediatas. O debate sobre a sustentabilidade do Planeta Terra deve ser ampliado e priorizar as ações mais efetivas, em diferentes contextos que não apenas o individual. Com isso, a fábula do beija-flor é muito útil para sensibilizar as crianças, mas pouco útil quando citada como exemplo de conduta por formadores de opinião. A partir dessa visão, são apresentadas cinco seções que ajudam na compreensão das ações que podem ser utilizadas, considerando a possibilidade de mudança nos atuais padrões de consumo, nas ações individuais e coletivas, o que leva a reflexões sobre a maior contribuição da discussão, sob a perspectiva da sustentabilidade.

2 UMA DISCUSSÃO SOBRE CONSUMO EM UM CONTEXTO SUSTENTÁVEL

O consumo de produtos industrializados e a extração de recursos naturais são as principais causas das agressões ao meio ambiente (SABAPATHY, 2007). O consumo tem aumentado em função do aumento da população e da elevação de seu poder aquisitivo (ATHAYDE; MATAR, 2010). Em várias línguas, o “consumir” possui o sentido de “gastar, destruir, enfraquecer, corroer, extrair...”. Diante disto, o que se tem recomendado aos cidadãos é a redução do consumo. Assim, surgem diferentes questionamentos: o consumo pode ou não ser sustentável? Em ciclos de crescimento da economia será possível reduzir o consumo? Neste trabalho, entende-se “consumo” como sinônimo do uso de matérias-primas de fontes renováveis ou

não, que não precisa ser efetivado por um único indivíduo, mas como resultado de várias interações sociais.

Na produção de um bem, seja ele de origem animal, vegetal ou industrializado, sabe-se que se utilizam recursos do solo, água e energia. Portanto, existe consumo na produção de um vegetal, de um bem industrial ou de um produto para alimentar um animal ou o próprio homem. Porém, são diferentes os impactos destas diferentes formas de consumo, como é descrito a seguir. Os processos produtivos consomem matérias-primas, que são insumos retirados, direta ou indiretamente, da natureza, pois tudo o que é produzido consome energia e retira algum insumo da terra, do ar ou da água. Essa ideia relaciona-se com a discussão sobre produção sustentável, a qual consiste em uma contribuição mais positiva para a sociedade.

Para que essa perspectiva sustentável da produção possa causar mudança na rede de influências de uma organização, as relações de mercado realizadas têm como foco o estímulo a um consumo mais responsável de seus consumidores, os quais precisam ampliar sua consciência e impacto sobre a sociedade. Em relação ao consumo, para atender as necessidades do cidadão, a proposta do consumo sustentável (CS), compreendido como o padrão de consumo resultante de um conjunto de inter-relações entre atores sociais (JACKSON, 2007; MICHAELIS, 2003; PNUMA, 2001; WBCSD, 2008), surge como alternativa que tece sobre a utilização eficiente dos recursos, mas não necessariamente a sua redução (JACKSON, 2007). Propõe novas ações por diferentes atores sociais.

De acordo com Portilho (2005), o CS pode ser alcançado pelo compartilhamento de responsabilidades, em meio a uma nova atuação em todas as esferas – econômicas, sociais e políticas, representadas genericamente pelo governo, as empresas e demais atores da sociedade, enfim, por cada indivíduo-cidadão que possua a autonomia e o entendimento nessa prática (CORTEZ; ORTIGOZA, 2007; MICHAELIS, 2000; 2003). De forma direta, Jackson (2004) indica que a prática sustentável do consumo envolve não apenas consumir menos, mas diferente e eficientemente.

Assim sendo, para que o consumo sustentável seja posto em prática, é necessário levar em consideração as relações de interação que os *stakeholders* mencionados possuem para o consumo, no qual cada um deve assumir a identidade

de seus papéis individuais. Portanto, é importante entender os compromissos e responsabilidade de cada *stakeholder* (SILVA, 2011). Nessa perspectiva, além das empresas que estão inseridas em diferentes estruturas e que possuem diferentes comportamentos no mercado, outros atores podem ser visualizados nesse sistema, direcionando-se para o consumo sustentável, dentre os quais se identifica: os fornecedores, os competidores, as organizações do terceiro setor, as instituições financiadoras, as universidades, a mídia, o governo e os indivíduos (dentro do contexto da comunidade) (MICHAELIS, 2000; 2003; MONT; PLEPYS, 2007; SILVA, 2011).

Nesse sentido, Tukker et al. (2008) argumentam que produção, mercado e consumo devem caminhar paralelamente em um processo de reestruturação e mudança coletiva. Com isso, não adianta que apenas ações pontuais sejam realizadas, sem que haja uma mudança nos padrões de produção que são utilizados. Sabe-se que, para uma nova prática de consumo, mudanças mais profundas são necessárias. Assim, um padrão de produção sustentável é condição *sine qua non* para a efetivação de um consumo sustentável focado na busca por uma mudança no modelo de desenvolvimento, o que estimula a possibilidade de surgimento de um mundo melhor. Diante dessa visão, é necessário entender como a produção pode se tornar mais sustentável e contribuir para novas relações e interações sociais.

3 O PAPEL DA PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL PARA NOVAS PRÁTICAS DE CONSUMO

A atual organização da produção e consumo que predomina globalmente apresenta diversos problemas para se tornar sustentável, dos quais podemos salientar dois: a grande utilização de recursos não renováveis e a geração de resíduos em todas as etapas de um processo linear. Uma das linhas seguidas para a solução destes desafios é a inspiração na natureza, onde predominam processos de produção e consumo que utilizam fontes renováveis de energia, tais como a energia do sol, organizados de forma cíclica e altamente eficiente, pois todo resíduo em cada etapa se transforma em matéria-prima para outras etapas do mesmo ou de outros

processos naturais interdependentes (BRAUNGART; MCDONOUGH, 2002).

Estas ideias são defendidas por diversos autores, tais como Michael Braungart e William McDonough, no livro “Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things”; Janine Benyus em “Biomimicry: Innovation Inspired by Nature”; Ray Anderson em “Confessions of a Radical Industrialist: Profits, People, Purpose - Doing Business by Respecting the Earth”; e Amory Lovins, Hunter Lovins e Paul Hawken em “The Natural Capitalism”. Uma das interpretações destas propostas deu origem ao conceito de simbiose industrial. De maneira bastante simples, se define a simbiose industrial como a conexão entre processos de empresas de maneira que os resíduos de uma sirvam de matéria-prima para a outra, em tantas relações quanto forem necessárias para que, idealmente, seja constituído um ciclo fechado, sem desperdícios (BCSD, 1997).

Um exemplo deste tipo de cooperação é o Ecoparque Industrial de Kalundborg, na Dinamarca. Nove empresas, organizadas por meio de contratos bilaterais de fornecimento e dispostas fisicamente próximas umas das outras, geram anualmente um *superávit* superior a 100 milhões de dólares (entre economias realizadas e receitas com venda de produtos), além de outros resultados incríveis: redução de 240.000 toneladas nas emissões de CO₂; economia de 3 milhões de m³ de água por meio de reuso e reciclagem; conversão de 30.000 toneladas de palha em 5,4 milhões de litros de etanol; substituição de 70% da proteína de soja usada para alimentar mais de 800.000 porcos por 150.000 toneladas de cogumelos; reciclagem de 150.000 toneladas de sulfato mineral, entre outros (DARNIL; LE ROUX, 2009).

Fazem parte desta simbiose industrial: a Novo Nordisk (maior fabricante global de insulina), a Novozymes (maior fabricante mundial de enzimas), a Gyproc (fabricante de placas estilo *drywall*), a Prefeitura de Kalundborg, a Dong Energy, a RGS 90 (recicladora e recuperadora de solo), a Statoil (refinaria), a Kara/Novoren (tratamento de resíduos) e a Kalundborg Forsyning (empresa municipal de água e aquecimento). Um dos pontos mais interessantes é que o Ecoparque Industrial de Kalundborg não foi cuidadosamente planejado ou inventado, mas desenvolvido organicamente ao longo de cinco décadas de aproximações entre gestores e acordos bilaterais entre empresas. O seu sucesso decorre em grande parte aos contínuos resultados econômicos, ambientais e de cultura empresarial (SYMBIOSIS, 2012).

Além disso, há outros aprendizados importantes, relatados em depoimentos

dos próprios participantes, tais como a necessidade de se negociar todos os contratos bilateralmente e de maneira economicamente atrativa, seja por gerar economia ou novas receitas. Cada empresa avalia seus acordos de maneira independente, não há um conselho ou processo decisório envolvendo todos, pois seria um processo que demandaria muitas pessoas, tempo e dinheiro. Ademais, as oportunidades desenvolvidas sempre se referem às principais atividades e processos (*corework*) das empresas envolvidas, caso contrário não podem ser trabalhadas, e, finalmente, os riscos são cuidadosamente mitigados, inclusive nos contratos (SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA, 2012).

Um dos pioneiros do projeto, Jørgen Christensen, avalia como pré-requisitos para que iniciativas similares funcionem: (a) as indústrias devem ser diferentes, mas complementares em termos de processos e produtos; (b) os arranjos devem ser comercialmente sólidos e lucrativos; (c) o desenvolvimento deve ser voluntário, em colaboração com as agências reguladoras pertinentes; (d) proximidade física é essencial, em especial para economias nos custos de transporte de insumos (resíduos/matérias-primas); e, (e) os gestores das diferentes empresas devem conhecer uns aos outros. Todas essas características se apresentam complementares e harmônicas no sentido de melhor estruturar o então padrão de produção assumido (DARNIL; LE ROUX, 2009).

Outro exemplo é o programa governamental de simbiose ambiental do Reino Unido. Coordenado pelo governo, encoraja a aproximação de empresas de diferentes indústrias e setores, para a formação de simbioses industriais. Lançado em 2005, já gerou receitas de US\$ 1,5 bilhão e economias de US\$ 1,4 bilhão para as empresas participantes, além de reduzir em 35 milhões de toneladas as emissões de CO₂, eliminar 2 milhões de toneladas de resíduos tóxicos e permitir que 39 milhões de toneladas de resíduos não fossem encaminhadas para aterros sanitários, entre outros resultados. A página do programa detalha os resultados e traz estudos de caso que podem inspirar ações práticas em empresas médias (UK GOVERNMENT, 2012).

Outra linha de ação inspirada na natureza é referente ao design e produção de bens e serviços, tal como detalhado no livro *“Cradle to Cradle”*, o que em uma tradução livre significa “Do berço ao berço”, já que o livro propõe que a alternativa ao sistema linear de produção e consumo que vai do “berço” (retirada da matéria-prima

e produção) ao “túmulos” (descarte do produto e seus resíduos) seria um sistema de produção e consumo que fosse do “berço ao berço”, com os produtos e serviços sendo concebidos de maneira a que não houvesse resíduo no processo, pois todo o resíduo gerado serviria como matéria-prima (ou “comida” em uma referência clara aos processos naturais) para outras etapas do mesmo ou ainda de outros processos interdependentes (BRAUNGART; MCDONOUGH, 2002).

Braungart e McDonough (2002) sugerem que sejam adotados alguns princípios básicos como ferramentas para processos sustentáveis de produção e consumo, dentre os quais se podem mencionar:

- Estudo criterioso dos ciclos técnico (de manufatura e consumo) e biológico (de decomposição das partes dos materiais), a fim de garantir que o produto seja totalmente “consumido” pelos dois ciclos (um e/ou outro). No biológico, sendo biodegradado em processos naturais de metabolismo, no técnico com a reutilização do material como matéria-prima;
- Design para desmontagem: pensar/desenhar produtos pela sucessiva manipulação de suas partes, a fim de calcular e otimizar o tempo que se leva para o produto ser “montado/desmontado”, ou seja, já na sua concepção pensar em facilitar o seu processo de desmontagem, o que pode facilitar o respeito aos ciclos técnico e biológico mencionados anteriormente;
- Concepção de produtos como serviços, considerando as possibilidades de substituição do produto, total ou parcialmente, por serviços, tal como substituir a venda de produtos químicos corrosivos para a limpeza de equipamentos industriais pela venda do serviço completo de limpeza, por exemplo;
- Consideração da eco-efetividade dos processos produtivos e do produto em si, ao invés de pensar somente em como minimizar o impacto do produto, que será concebido de maneira a ser inserido em processos biológicos ou técnicos, cíclicos e “renováveis”;
- Análise de ciclo de vida, considerando os impactos de todos os processos

envolvidos desde a sua concepção, passando pelo final de sua vida útil até o seu descarte e (re) inserção em novos ciclos técnicos e biológicos.

Tanto os conceitos quanto os exemplos mencionados demonstram a importância de processos que observem os ciclos de vida completos de produtos e serviços na busca pela sustentabilidade. Os consumidores conscientes podem estimular estes processos adquirindo produtos e serviços que foram concebidos desta forma. Este é um exemplo de ação dos consumidores que pode resultar em menor impacto ambiental e um consumo mais sustentável. Portanto, é resultado de interações sociais, mas necessita de ações individuais. Com esse argumento, considera-se como válida a discussão sobre consumo sustentável, antes apresentado, como forma de compreender quais as relações que devem ser realizadas no sentido de emergir uma mudança coletiva quanto à produção e o consumo.

De acordo com o apresentado na discussão até agora, é possível afirmar que vivemos em um dilema entre atender nossos desejos de consumo ou agir de forma a preservar o meio ambiente, seja para aliviar a própria consciência ou para um impacto significativo no mundo. Ainda assim, estas ações são individualizadas e geram minúsculas melhorias incrementais, não havendo a busca e disseminação de mudanças mais profundas e realmente significativas. Como haver produção sustentável sem demanda consciente? Como haver demanda sem produtos que atendam a essa necessidade? Percebe-se então um impasse. Ou as práticas atuais são reorganizadas ou seguiremos com os mesmos problemas. Para aprofundar o debate, é necessário entender o que há atualmente em termos de recomendações, ações e motivações.

4 POR QUE AS AÇÕES ATUAIS NÃO SÃO SUFICIENTES?

A conscientização ambiental está crescendo no Brasil e em diversos países do mundo. Esta conscientização leva os cidadãos a adotarem práticas recomendadas como sustentáveis, as quais focam principalmente na redução do uso de água, no consumo de matérias-primas e energia, nas emissões atmosféricas (CO₂, Metano

etc.), e na geração de resíduos. O Quadro 01 apresenta algumas ações com baixa efetividade nos itens citados. Tais ações responsáveis representam práticas indicadas para que os consumidores se tornem mais conscientes, mas que consideram aspectos muito pontuais, os quais têm seu papel de importância no processo de mudança para um mundo melhor, mas não impactam tão diretamente como novas ações nas práticas produtivas e nas articulações entre diferentes atores sociais na sociedade.

Quadro 1. Exemplos de ações responsáveis sugeridas aos consumidores (continua)

Categoria	Ações Indicadas
Água	- Reduzir tempo no banho
	- Lavar o carro com balde e não com mangueira
	- Urinar durante o banho
	- Fechar a torneira ao escovar os dentes
	- Não usar sabão em excesso para evitar maior número de enxágues
	- Usar a máquina de lavar com a carga máxima de roupas
	- Instalar aerador (peneira) nas torneiras da casa para reduzir a vazão
Energia	- Desligar as luzes quando não for necessário
	- “Hora do Planeta” – desligar todas as luzes e equipamentos nesta hora
	- Manter aberta a porta da geladeira o menor tempo possível
	- Retirar o cabo de energia dos eletroeletrônicos quando não estiverem em uso
	- Sempre que possível, use as escadas em vez do elevador
	- Pintar os cômodos da casa com cores claras
	- Não forrar as prateleiras da geladeira com vidros ou plásticos
	- Manter as borrachas de vedação da porta da geladeira em perfeito estado
Resíduos Sólidos Urbanos	- Eliminação do uso de copos descartáveis e sacolas plásticas
	- Não levar excesso de embalagens para casa
	- Aproveitar o máximo possível dos alimentos
	- Após o uso, não deixar os canudinhos nas garrafas

(conclusão)

Emissões de Gases	- Fazer as revisões regulares do carro
	- Calibrar os pneus dos carros semanalmente
	- Manter regulado o carburador ou injeção eletrônica
	- Optar por carro “flex” e utilizar ao máximo o etanol como combustível
	- Ao abastecer um veículo, utilizar combustível de boa qualidade

Fonte: Adaptado de Enlazador (2012)

Os exemplos demonstrados no Quadro 01 são importantes para a conscientização, permitem identificar os resultados pontualmente e devem continuar sendo postas em práticas. No questionamento feito aqui elas são insuficientes e existem outras ações mais efetivas que estão ao alcance dos cidadãos. Um exemplo disto é o consumo de produtos agrícolas ou industriais. Estima-se que para a produção de 1 kg de carne bovina sejam utilizados cerca de 20.000 litros de água. Consumir carne vermelha em grande quantidade é um tema debatido em diversas áreas. Alguns ambientalistas condenam a ingestão de carne em função dos danos físicos causados aos animais pelos produtores e indústrias socialmente irresponsáveis (SINGER, 1995); os empresários de frigoríficos, fazendeiros e consumidores estimulam seu consumo associando-o a benefícios de saúde.

Menos conhecido é o impacto ambiental devido à necessidade de espaço, água e alimentos para criar o boi. Independente dos aspectos culturais, efeitos sobre a saúde e impacto econômico, deve-se computar na conta do consumidor de 1 kg de carne bovina, a responsabilidade pelos 20.000 litros de água utilizados. Assim, métodos como a “pegada ecológica” e a “pegada hídrica” estão estabelecendo métricas para calcular o impacto do consumo de carnes, vegetais, produtos industrializados, etc. Os cerca de 7 litros economizados ao deixar de dar uma descarga e urinar no banho, são pouco significativos quando comparados com os 1.000 a 2.000 litros de água utilizados para produzir 1 kg de arroz, ou aos milhares de litros de água utilizados na produção de produtos industrializados. Isto é, o impacto ambiental não ocorre apenas nas residências ou no local onde o cidadão está, mas principalmente por meio do que ele consome.

Quanto maior o consumo, maior o impacto. Quanto menos sustentável se encontra a cadeia que produziu determinado produto, mais impacto causará este

produto advindo do mercado. Portanto, o consumidor pode causar maior ou menor impacto ambiental em função das escolhas que fizer, pois produtos similares podem ser produzidos por cadeias de produção mais ou menos eficientes. Um quilo de arroz poderá utilizar 2.000 litros ou talvez 20% disto se forem utilizadas técnicas de produção eficiente. A partir de todas essas considerações, entende-se que atualmente a receita de reduzir consumo não tem obtido muito sucesso, por isto a importância de discutir a reestruturação do padrão de consumo adotado.

5 POR UM PLANETA MAIS SUSTENTÁVEL: BUSCANDO A REESTRUTURAÇÃO DO PADRÃO DE CONSUMO ADOADO

A partir dessa discussão, busca-se fugir da tradicional ideia de proteção ao ambiente com a utilização das mesmas lentes que sempre foram consideradas. Sabe-se que deixar de consumir é incompatível com os interesses e possibilidades da sociedade. No entanto, reestruturar essa prática é possível. Como Jackson (2007) destacou em seu trabalho, para que haja um novo padrão não se quer necessariamente reduzir o consumo, mas torná-lo diferente e mais eficiente. Diante dessa noção, é discutido o consumo sustentável, que vai além do consumo individual e considera as relações entre atores sociais. Assim sendo, assume-se um novo posicionamento de consumo com o emergir do consumo consciente e da produção que se torna sustentável.

As recomendações tradicionais sobre a construção da sustentabilidade apontam para a redução do consumo. Surgem, então, os questionamentos: Quem deve reduzir? Quanto reduzir? Reduzir os supérfluos? Mas o que é supérfluo para uns pode não ser para outros! Certa quantidade de consumo é fundamental para a sobrevivência de qualquer ser vivo. Portanto, o que deve ser questionado são tanto os hábitos de consumo, como o impacto socioambiental dos produtos e serviços ofertados. Dessa forma, esta mudança de hábitos pode significar, para uns, a redução do consumo em si, para outros, um consumo mais qualificado. Cabe salientar que, nesta perspectiva, o consumo sustentável é o resultado de uma série de relações entre atores sociais, não dependendo apenas de um indivíduo.

Estima-se que, no Brasil, o uso de água doce total por habitante por dia, seja de 2.058 litros. Destes, 1.458 litros são utilizados na produção de alimentos, o que corresponde a 70% do total. A produção industrial utiliza 428 litros, correspondendo a cerca de 20%, e para o abastecimento humano, são utilizados 200 litros por pessoa por dia, o que corresponde a cerca de 10% do total de água doce utilizada. Se a produção de alimentos adotar técnicas mais efetivas no uso da água e conseguir reduzir o seu consumo em 15%, que equivale a 218 litros, isto já seria mais do que o uso de água para o abastecimento humano (INSTITUTO AKATU, 2006; G.E.N., 2011). Algo semelhante ocorre com o consumo de energia, onde produtos industrializados consomem enormes quantidades de energia e são muito ineficientes.

Os principais responsáveis pela geração de resíduos e pelas emissões de gases são as indústrias, os automóveis e a produção de alimentos. Normalmente é o consumidor quem estimula a produção de bens industrializados e a produção de alimentos, entretanto, ele desconhece os processos. Ele desconhece os impactos ambientais causados pelo produto que adquire, bem como de que existem ou não processos similares mais efetivos. Por isso, a discussão aqui realizada considera que não apenas um dos lados deve ser observado, são interações que convergem e se direcionam em um mesmo sentido. Só existe produção com consumo, e só consumo com produção. A mudança deve realizar-se em uma via de mão dupla, daí a discussão sob o padrão de consumo sustentável.

Pode surgir outra visão, considerando agora as ações em uma residência familiar. Mesmo que sejam pequenas ações, elas podem ser significativas ou não. Por exemplo, se a parcela dos 7 bilhões de habitantes do Planeta que possui acesso a água, seguir a campanha “xixi no banho”, evitarão uma descarga no vaso sanitário e teria a redução do uso de bilhões de litros de água potável, mas esse resultado é pouco efetivo no nível local. As regiões carentes de água continuariam carentes. A poluição dos rios continua praticamente a mesma. O volume de água economizada no Planeta seria muito grande, mas o impacto local muito pequeno. Por outro lado, se essas mesmas pessoas resolvem separar o lixo seco do orgânico, dispondo os resíduos gerados em recipientes separados e encaminhar o lixo seco para a reciclagem, o volume de lixo que deixaria de ser encaminhado para lixões e aterros sanitários seria enorme.

O impacto global e local seria efetivo, pois esta ação iria criar uma demanda por mão de obra para processar a triagem de todo o lixo seco recolhido. Iria demandar máquinas e equipamentos adequados, bem como estimularia o mercado de matérias-primas recicladas. Estas duas ações são simples e exigem apenas mudanças nos hábitos. Ambas reduzem o impacto ambiental dos cidadãos, mas os resultados obtidos são muito diferentes e exigem interações diferentes. Portanto, o consumo consciente deve levar em conta a efetividade da ação na sociedade, e deve considerar o impacto que as decisões tomadas por um cidadão mais responsável influenciam diretamente na construção das relações para o consumo sustentável.

Entende-se por consumo consciente o processo de transformar o ato de consumir em uma prática de cidadania. O que se procura é o bem estar coletivo e a adequação de seus impactos sobre o contexto ao qual está inserido (FABI; LOURENÇO; SILVA, 2010; SEYFANG, 2006). Assim, o consumo consciente se torna efetivo ao ser levado em consideração os impactos provocados pelo consumo, na busca por maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos de acordo com os princípios da sustentabilidade (INSTITUTO AKATU, 2002). Surge, desse modo, o envolvimento do consumidor como ator cidadão na sociedade, ao perceber sua responsabilidade – por meio do consumo socialmente responsável tido como equivalente ao consumo consciente (VIEIRA, 2010).

O indivíduo-consumidor tem a responsabilidade pelo que consome e o dever de exigir produtos e serviços que lhe permitam ter um consumo mais sustentável. No momento de seu consumo, os consumidores devem considerar em suas decisões e escolhas quais as origens dos produtos, o quão responsáveis são as empresas produtoras, o potencial impacto desse produto no meio ambiente, enfim, procurar alternativas que buscam o estímulo mesmo que de forma individual uma atuação responsável (SILVA; GÓMEZ, 2010). Isto é ratificado nos estudos de Eddine, Vitorazzi e Freitas (2008) e Oliveira e Cândido (2010), quando afirmam que cabe ao consumidor exigir produtos mais sustentáveis, conhecer melhor as empresas e disseminar uma cultura de não desperdício. Essa visão é apresentada como requisitos pelo Instituto Akatu para que esse consumidor se torne consciente.

Por outro lado, as propostas de consumo consciente são questionadas sob o argumento de que o indivíduo não possui condições para conhecer as cadeias produtivas dos produtos e serviços que consome. Como ter acesso às informações

sobre os processos produtivos? Como saber se são verdadeiros os anúncios de que os produtos e serviços são ecologicamente corretos? Esta dificuldade realmente existe. Não cabe apenas ao cidadão comum fiscalizar os processos produtivos, mas sim às organizações especializadas que gozem de boa reputação. Serão estas organizações que deverão fiscalizar, certificar e informar as condições em que tais produtos e serviços estão sendo produzidos. O cidadão consciente estará atento a estas informações e as levará em consideração na sua decisão de compra, ou não, de um determinado produto ou serviço.

Para que o cidadão possa estar bem informado, é fundamental o fortalecimento dos órgãos de controle, bem como das organizações que atestam a qualidade e certificam produtos e serviços. Com informações confiáveis e selos com credibilidade, o consumidor poderá fazer suas escolhas lendo as informações disponíveis no próprio produto, ou nos sites de consulta para consumidores conscientes. Assim, o que deve haver inicialmente é a incorporação da ideia de mudança. O capitalismo encontra-se em crise, deve-se então estimular o consumo exacerbado para mantê-lo ou buscar alternativas de produção que dê continuidade às relações de mercado, mas que assuma novos valores? É desta forma que o consumo consciente se torna viável e a sustentabilidade mais operacionalizável.

Mesmo havendo condições de o cidadão identificar claramente os produtos e serviços ecologicamente corretos, não há garantias que o consumo consciente será predominante, nem que o mesmo seja impossível. Para tanto, serão necessárias políticas públicas e iniciativas da sociedade que promovam a conscientização dos consumidores. Um novo estilo de vida com novos hábitos de consumo depende de diversos fatores. Esta visão é compartilhada por Silva e Gómez (2010), que afirmam que é possível o estabelecimento de novas relações a partir de mudanças nos comportamentos individuais para o consumo consciente, o que depende diretamente dos aspectos educacionais que são ofertados a esse indivíduo consumidor.

Quando se fala em educação, estes autores se referem à perspectiva tradicional voltada para as escolas e unidades de formação, mas também consideram novo posicionamento da mídia na transmissão de notícias e informações, novas práticas empresariais de marketing, enfim mudanças em diferentes áreas que levam a tal reestruturação e facilitem o alcance de um consumo sustentável, sob a perspectiva de interação entre os atores. Nesse sentido, deve-se trabalhar com uma

ideia de educação para a sustentabilidade em diferentes âmbitos considerando a essência de mudança e reestruturação como norteadora dos estímulos ofertados por essa perspectiva.

Essa noção educacional tem como objetivo a busca por um novo modo de pensar, no qual o indivíduo reconhece-se como cidadão capaz de alimentar a ideia da solidariedade, da igualdade e do respeito à diferença dentro do contexto de desenvolvimento (JACOBI, 2005). Corroborando, Gomes (2007) diz que a formação de indivíduos com nova racionalidade ambiental será capaz de superar a crise global presenciada atualmente. De tal modo, trabalhar com a perspectiva educacional como o principal ponto para uma mudança coletiva maior e mais responsável que se preocupa com os diferentes impactos na sociedade surge como a resposta mais palpável e inovadora no sentido de construir um pensamento social. Não adiantam propostas de mudança pontuais, mas programas com maior profundidade que consideram resultados macro e voltados para uma noção mais sustentável.

A partir de toda essa discussão, pode-se trabalhar com a ideia de ser ecologicamente para aliviar sua consciência, não sob uma perspectiva efetiva de mudança, mas buscando uma tranquilidade interna. Em uma perspectiva filosófica, a qual considera os impactos das ações na sociedade, o 'ter consciência' é preocupar-se com aspectos éticos do consumo no meio, uma vez que esse comportamento do individual para o coletivo retorna do coletivo para o individual, como uma via de mão dupla (SILVA; MENK, 2012). Apesar dessa noção, ainda imersos em uma perspectiva de manutenção do *status quo* como apresentam Hopwood, Mellor e O'Brien (2005) em sua discussão sobre o desenvolvimento vivenciado, as poucas ações que são observadas servem para aliar a consciência em um sentido egoísta, sem considerar os impactos que essas ações têm sobre o Planeta.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No atual contexto vivenciado pela sociedade, muitas são as inquietações e contradições observadas na maneira como se observa a realidade. Procuram-se muito os culpados, os responsáveis pelos grandes impactos, bem como respostas paliativas para uma mudança instantânea no que vem sendo praticado. Como se discutiu

nesse trabalho, o que se diz hoje contribuir para uma mudança coletiva voltada para um mundo sustentável, pode ser tido como apenas discursivo e superficial na efetividade das ações que são apresentadas. Joga-se a culpa sobre o consumidor, como aquele que desperdiça água, energia, emite gases de efeito estufa ou gera resíduos no meio. Entretanto, de forma míope, não se dá a relevância necessária para os principais impactos ambientais que estão na produção agrícola e industrial.

Sabe-se que é difícil realizar mudanças de acordo com as condições que existem atualmente na sociedade, todavia como apresentado ao longo do texto, a produção tem papel importante na mudança das relações e consegue contribuir com novas relações voltadas para a busca de um consumo mais eficiente. Como resultado de toda a discussão, identificou-se que o consumo consciente surge como a possibilidade de mudança no qual o consumidor enquanto cidadão assume um novo papel social, mais responsável pelos seus impactos, e modifica seus hábitos de consumo de modo tal que se consegue construir um novo estilo de vida voltado para um pensamento mais coletivizado.

Diante dessa visão, considerando que o objetivo da pesquisa foi discutir a efetividade das ações que visam à proteção ambiental, entende-se que os argumentos apresentados dão base para um entendimento claro da proposta deste trabalho, uma vez que se evidencia que não existe uma única forma de consumo por parte dos indivíduos. Mudanças mais profundas devem ser realizadas na produção e nas relações sociais entre diferentes atores sociais, considerando os processos de tomada de decisão que normalmente são realizados. Nesse sentido, de acordo com a proposta de atuação aqui apresentada, estas mudanças vão propiciar uma visão mais consciente por parte dos consumidores, que dependem dos produtos e serviços ofertados, deve ser realizada para uma mudança geral.

Para tanto, a educação para a sustentabilidade surge como principal impulsionador da mudança à medida que busca criar uma nova forma de pensamento e consegue trazer para diferentes contextos da sociedade, perspectivas que até então eram tidas como insuficientes e impossíveis de serem consideradas. Com isso, percebe-se como possível a construção de um mundo sustentável, no qual haverá novas relações entre os diferentes atores sociais. A discussão aqui realizada surge como visão crítica ao que se discute atualmente sobre a temática e não se limita a

observar ações cotidianas individuais. Sabe-se que são diferentes os impactos na sociedade e que a depender de como se observa determinado fenômeno, nova discussão pode ser realizada para novos esclarecimentos.

REFERÊNCIAS

ATHAYDE, E.; MATTAR, H. Apresentação da edição brasileira do Estado do Mundo. In: WORLDWATCH INSTITUTE. **Estado do Mundo, 2010**: estado do consumo e o consumo sustentável. Salvador: Uma Ed., 2010.

BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, W. **Cradle to cradle**: remaking the way we make things. [s.l.]: Douglas & McIntyre Ltd., 2002.

BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT – BCSD. **By-Product Synergy**: a strategy for sustainable development. United States: [s.n.], 1997.

CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. **Consumo sustentável**: conflitos entre necessidades e desperdício. São Paulo: Ed. da UNESP, 2007.

DARNIL, S.; LE ROUX, M. “**80 Homens para mudar o mundo**”. São Paulo: Clio, 2009.

EDDINE, S. C.; VETTORAZZI, K. M.; FREITAS, V. P. Consumo e sustentabilidade: desafios para uma nova atitude ecológica. In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI, 17., 2008, Brasília. **Anais...** Brasília: CONPEDI, 2008.

ENLAZADOR, T. **Almanaque para práticas sustentáveis**. 2. ed. Disponível em <http://www.catalogosustentavel.com.br/arquivos/file/praticas_sustentaveis%20almanaque.pdf>. Acesso em: ago. 2012.

FABI, M. J. S.; LOURENÇO, C. D. S.; SILVA, S. S. Consumo consciente: a atitude do cliente perante o comportamento sócio-ambiental empresarial. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 4., 2010, Florianópolis, SC. **Anais...** Florianópolis, SC: [s.n.], 2010.

GUARDIAN ENVIRONMENT NETWORK - G.E.N. **A pegada hídrica da humanidade**. 2011. Disponível em: <<http://www.oeco.com.br/semana-da-agua-2011/24896>>

pegada-hídrica-da-humanidade >. Acesso em: ago. 2012.

GOMES, D. V. **A importância do exercício da cidadania na efetivação do direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado**. 2007. 120f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade de Caxias do Sul, 2007.

HOPWOOD, B.; MELLOR, M.; O'BRIEN, G. Sustainable development: mapping different approaches. **Sustainable Development**, v. 13, n. 1, p. 38-52, 2005.

INSTITUTO AKATU PARA O CONSUMO CONSCIENTE. **O que é consumo consciente?** 2002. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/consumo_consciente/oque>. Acesso em: jul. 2010.

INSTITUTO AKATU PARA O CONSUMO CONSCIENTE. **Setores industrial e agropecuário são campeões no consumo de água**. 2006. Disponível em: <<http://www.oeco.com.br/semana-da-agua-2011/24896-pegada-hidrica-da-humanidade>>. Acesso em: ago. 2012.

JACKSON, T. Negotiating Sustainable Consumption: A review of the consumption debate and its policy implications. **Energy & Environment**, v. 15, n. 6. p. 1027-1051, 2004.

JACKSON, T. Sustainable Consumption. In: ATKINSON, G.; DIETZ, S.; NEUMAYER, E. (Ed.). **Handbook of Sustainable Development**. [s.l.]: Edward Elgar Publishing, 2007.

JACOBI, P. Educação ambiental: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo. **Educação e Sociedade**, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 233-250, 2005.

MCDONOUGH, W.; BRAUNGART, M. **Cradle to Cradle: remaking the Way We Make Things**. New York: North Point Press, 2002.

MENEGHETTI, F. K. O que é um ensaio teórico? **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 15, n. 2, p. 320-332, 2011.

MICHAELIS, L. Sustainable consumption and production. 2000. In: DODDS, F.; MIDDLETON, T. **Earth Summit 2002: a new deal**. [s.l.]: Earthscan Publications Ltd.

2000.

MICHAELIS, L. The role of business in sustainable consumption. **Journal of Cleaner Production**, v. 11, n. 8, p. 915-921, 2003.

MONT, O.; PLEPYS, A. Sustainable consumption progress: should we be proud or alarmed? **Journal Cleaner Production**, v. 16, n. 4, p. 531-537, 2007.

OLIVEIRA, V. M.; CÂNDIDO, G. A. Contemporaneidade do consumo sustentável e as suas correlações com as Práticas Empresariais e o Comportamento do Consumidor. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS, 5., 2010, Florianópolis, SC. **Anais...** Florianópolis, SC: [s.n.], 2010.

PNUMA. Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. Rumo ao consumo sustentável na América Latina e Caribe. In: WORKSHOP SOBRE CONSUMO SUSTENTÁVEL NA AMÉRICA LATINA E CARIBE, 2001. São Paulo. **Workshop...** São Paulo: [s.n.], 2001. Disponível em: <<http://www.pnuma.org/industria/documentos/conslacp.pdf>>. Acesso em: jul. 2010.

PNUMA. Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. **Jovens rumo à mudança**: kit de formação para o consumo sustentável – O guia. [s.l.]: UNESCO-PNUMA, 2002.

PORTILHO, M. F. F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

SABAPATHY, J. **Sustainable Consumption and Production: a business primer**. University of Cambridge: Programme for industry. 2007.

SEYFANG, G. Ecological citizenship and sustainable consumption: examining local organic food networks. **Journal of Rural Studies**, v. 22, n. 4, p. 383-395, 2006.

SILVA, M. E. **A contribuição de práticas empresariais responsáveis para o consumo sustentável no varejo de supermercados: o caso Walmart Brasil**. 2011. 137f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD), Universidade Federal de Pernambuco, Recife: 2011.

SILVA, M. E.; GÓMEZ, C. P. Consumo consciente: o papel contributivo da educação. **Revista Reuna (Belo Horizonte)**, v. 15, n. 3, p. 43-54. 2010.

SILVA, M. E.; MENK, T. F. A prática do consumo e os níveis de consciência: Um ensaio sobre consumo consciente sob a perspectiva filosófica de Hegel. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO – ENEC E II ENCONTRO LUSO-BRASILEIRO DE ESTUDOS DO CONSUMO, 6., 2012, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ: ESPM, 2012.

SINGER, P. **Ética prática**. Cambridge: Gradiva, 1995.

SUSTENTABILIDADE NA EMPRESA. **Casos de sustentabilidade empresarial**. 2012. Disponível em: <www.sustentabilidadenaempresa.com.br> Acesso em: nov. 2012.

SYMBIOSIS. **Eco-parque de Kalundborg**. 2012. Disponível em: <www.symbiosis.dk> Acesso em: nov. 2012.

TUKKER, A.; EMMERT, S.; CHARTER, M.; VEZZOLI, C.; STO, E.; ANDERSEN, M. M.; GEERKEN, T.; TISCHNER, U.; LAHLOU, S. Fostering change of sustainable consumption and production: an evidence based view. **Journal of cleaner production**, v. 16, n. 11, p. 1218-1225, 2008.

UK GOVERNEMENT. **Environmental symbiosis**. 2012. Disponível em: <www.gov.uk> Acesso em: out. 2012.

UNEP. **Traking progress: implementing sustainable consumption policies: a global review of implementation of the United National Guidelines for Consumer Protection**. 2nd ed. UNEP Publications, 2002.

UNEP. **Resource Kit on Sustainable Consumption and Production**. Practice Guideline. [s.l.]: UNEP Publications, 2008.

VEIRA, D. M. O consumo socialmente irresponsável. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 4., 2010, Florianópolis, SC. **Anais...** Florianópolis, SC: ANPAD, 2010.

WBCSD. World Business Council for Sustainable Development. **Sustainable Consumption: FACTS E TENDS – from a business perspective**. 2008. Disponível em: <http://www.wbcd.org/DocRoot/I9Xwhv7X5V8cDIHbHC3G/WBCSD_Sustainable_Consumption_web.pdf>. Acesso em: maio 2011.

Recebido em: 01 de fevereiro de 2013

Aceito em: 13 de junho de 2013