

**Departamento: Economia, Administração e Sociologia**

**LES-237 Sociedade, Cultura e Natureza**

**Professor Responsável: Prof. Paulo Eduardo Moruzzi Marques.**

Bárbara de Mori Machado Amaral, 10754952; Gabriel Zimbaldi de Moraes, 10754848;

João Pedro Catelan Bateli, 10754810; Lucas Contarelli Avancini, 10754852; Maria

Julia Rosolen Lembi, 10754956; Rodrigo Mota Mello Rodriguez, 10790018; Thiago

Storoli Lucas, 10789868.

**A5: Consumo sustentável**

Considerando a crescente preocupação com o impacto ambiental decorrente dos atuais padrões de consumo, Fátima Portilho (2005) explica os deslocamentos de percepção, discurso e definição de tal problemática ambiental. Fundamentado em importante contextualização histórica, o artigo estudado destaca que, até a década de 1970, a crise ambiental era vista como consequência do crescimento demográfico de países em desenvolvimento.

O primeiro deslocamento dessa percepção ocorreu com a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio-Ambiente de Estocolmo, em 1972, quando a responsabilidade pelos danos ambientais passa a ser atribuída às nações industrializadas, o que contribuiu para uma internalização nos meios de produção de questões ambientais. Em seguida, com a realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Eco-92 no Rio de Janeiro, o foco dos discursos sobre problemas ambientais se modificou novamente, passando dos meios de produção para os padrões de consumo. Assim, o estilo de vida consumista, principal fonte de identidade cultural e de vida coletiva na modernidade, tornou-se alvo de contestação.

A partir deste quadro, o artigo tem como objetivo discutir as possibilidades de fortalecer ou inibir a participação na esfera pública em razão do deslocamento das questões ambientais para a esfera do consumo. Para essa discussão, a autora considera a possibilidade de se criar novas ações políticas com base na articulação entre as esferas públicas e privadas, com a perspectiva segundo a qual o consumo se situa na intersecção de ambas.

A questão do impacto ambiental do consumo foi tratada, inicialmente, através da noção de “consumo verde”, que emerge dos debates em torno do ambientalismo público, nos anos 1970, da ambientalização do mundo organizacional, em 1980, e da preocupação com o consumo da sociedade, em 1990, como anteriormente citados. A ideia do consumidor verde enfatizou a responsabilidade individual para com o meio ambiente, focando na capacidade de escolhas adequadas de consumidores conscientes.

Entretanto, esses propósitos foram cada vez mais contestados, uma vez que o consumo verde transferia a responsabilidade ambiental dos governos e das organizações empresariais unicamente para os indivíduos. Nesta discussão, diferentes problemas são levantados, como aqueles relacionados ao acesso à informação (numerosa, ambígua, especializada) para realizar boas escolhas e aqueles associados à desigualdade no

desfrute de bens ambientais. Estes pontos configuram limitações e armadilhas da concepção do consumo verde.

Neste contexto, emergem novas propostas de consumo sustentável enfatizando a ação coletiva e as mudanças institucionais. Com efeito, ações coletivas e intervenções políticas permitem ajustes da estrutura do consumo de maneira menos custosa e mais equitativa, constituindo uma estratégia mais eficaz do que ações individuais. Logo, não se exclui o papel do consumidor, mas se reconhece que o consumo sustentável não se resume à escolha individual.

Por outro lado, o consumismo se funda no preceito da liberdade individual de escolha. Trata-se de um individualismo que forja um ser humano centrado somente em suas vontades, de modo desconectado das vontades coletivas. A propósito, a obra de Theodor Adorno e Max Horkheimer sobre a indústria cultural é pertinente para considerar que uma forma de doutrinação de massa atuando diretamente na cultura constitui a base do consumismo, de modo que uma satisfação efêmera acabe suprimindo o pensamento crítico.<sup>1</sup> Trata-se aqui de uma espécie de vitória do consumismo, tal como sugere Fátima Portilho.

Por outro lado, as iniciativas visando incentivar uma politização de consumo, convertendo o consumidor em cidadão, multiplicam-se. As organizações em defesa do consumidor, os boicotes organizados diante de produtos oriundos de práticas socioambientais indesejáveis<sup>2</sup> e os coletivos de economia solidária são exemplos neste âmbito. Trata-se de modos de exercer um poder de cidadania de fato<sup>3</sup>.

### **Referências Bibliográficas:**

PORTILHO, Fátima (2005), "Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo", in **Caderno EBAPE.BR**, Edição temática, Rio de Janeiro: FGV, p. 1-12.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor (2002), A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 364p.

---

<sup>1</sup> Aqui, a publicidade infantil pode ilustrar como ocorre uma doutrinação favorável ao consumo. Desde muito cedo, as crianças são inseridas na cultura do consumismo.

<sup>2</sup> O exemplo da marca "Forever21" que foi boicotada por seus consumidores em razão de vídeos de maus-tratos a animais em sua produção pode ser mencionado aqui.

<sup>3</sup> Estas ações políticas no âmbito do consumo levam as empresas a promover uma gestão mais sustentável, respondendo a uma demanda por uma produção limpa e justa, que possam corresponder a uma perspectiva de desenvolvimento sustentável. Nesta linha, a orientação pela sustentabilidade pode se constituir numa estratégia promissora para as empresas.