Capítulo 2 do livro: da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano.

Referência:

CORTEZ, Ana Tereza Caceres. Consumo E Desperdício: As Duas Faces Das Desigualdades. In: ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarniere, CORTEZ, Ana Tereza C. (organizadoras). **Da produção ao consumo**: impactos socioambientais no espaço urbano. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009, p. 35-62.

Página 35

Capítulo 2

CONSUMO E DESPERDÍCIO: AS DUAS FACES DAS DESIGUALDADES

Ana Tereza Caceres Cortez (1)

Introdução

Em qualquer cultura, os bens funcionam como manifestação concreta dos valores e da posição social de seus usuários. Na atividade de consumo desenvolvem-se as identidades sociais e sentimos que pertencemos a um grupo e que fazemos parte de redes sociais. O consumo envolve também coesão social, produção e reprodução de valores e é uma atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias. Quando consumimos, de certa forma manifestamos a forma como vemos o mundo. Há, portanto, uma conexão entre valores éticos, escolhas políticas, visões sobre a natureza e comportamentos relacionados às atividades de consumo.

Um dos símbolos do sucesso das economias capitalistas modernas é a abundância dos bens de consumo, continuamente produzidos pelo sistema industrial. Essa fartura passou a receber uma conotação negativa, sendo objeto de críticas que consideram o consumismo um dos principais problemas das sociedades industriais modernas.

Consumismo é o ato de consumir produtos ou serviços, muitas vezes, sem consciência. Há várias discussões a respeito do tema, entre

Inicio da nota de rodapé

(1) Professora adjunta do Departamento de Geografia, IGCE/Unesp, Rio Claro.

Fim da nota de rodapé

Página 36

elas o tipo de papel que a propaganda e a publicidade exercem nas pessoas, induzindo-as ao consumo, mesmo que não necessitem de um produto comprado. Muitas vezes, as pessoas compram produtos que não tem utilidade para elas, ou até mesmo coisas desnecessárias apenas por vontade de comprar, evidenciando até uma doença.

Segundo o Dicionário Houaiss, consumismo é “ato, efeito, fato ou prática de consumir (‘comprar em demasia’)” e “consumo ilimitado de bens duráveis, especialmente artigos supérfluos”.

O simples “consumo” é entendido como as aquisições racionais, controladas e seletivas baseadas em fatores sociais e ambientais e no respeito pelas gerações futuras. Já o consumismo pode ser definido como uma compulsão para consumir. Mas como fazer para não aderir ao perfil consumista? A fórmula clássica e aparentemente simples é distinguir o essencial do necessário e o necessário do supérfluo. No entanto é muito difícil estabelecer o limite entre consumo e consumismo, pois a definição de necessidades básicas e supérfluas está intimamente ligada às características culturais da sociedade e do grupo a que pertencemos. O que é básico para uns pode ser supérfluo para outros e vice-versa.

A sociedade de consumo

O termo sociedade de consumo é uma das tentativas para entender as mudanças que vêm ocorrendo nas sociedades contemporâneas e refere-se à importância que o consumo tem recebido na construção das relações sociais e na formação e fortalecimento das nossas identidades. Dessa maneira, o nível e o estilo de consumo tornam-se a principal fonte de identidade cultural, de participação na vida coletiva, de aceitação em um grupo e de distinção com os demais.

O consumo está presente nas diversas esferas da vida social, econômica, cultural e política. Nesse processo, os serviços públicos, as relações sociais, a natureza, o tempo e o próprio corpo humano transformam-se em mercadorias.

O consumismo emergiu na Europa Ocidental no século 18, e vem se espalhando rapidamente para distintas regiões do planeta, as-

Página 37

sumindo formas diversas. O início do século 21 está sendo marcado por profundas inovações que afetam nossas experiências de consumo, como o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, a biotecnologia, o comércio por meio da internet, o debate ambientalista, a globalização etc. Ao mesmo tempo, novos tipos de protestos e reações ao consumismo emergem, exigindo uma nova postura do consumidor.

Com a expansão da sociedade de consumo, amplamente influenciada pelo estilo de vida norte-americano, o consumo transformou-se em uma compulsão e um vício, estimulados pelas forças do mercado, da moda e da propaganda. A sociedade de consumo produz carências e desejos, tanto materiais quanto simbólicos, e os indivíduos passam a ser reconhecidos, avaliados e julgados por aquilo que consomem, vestem ou calçam, pelo carro e pelo telefone celular que exibem em público.

A qualidade de vida e a felicidade têm sido cada vez mais associa das e reduzidas às conquistas materiais. Tal posicionamento acaba levando a um ciclo vicioso, em que o indivíduo trabalha para manter e ostentar um nível de consumo, reduzindo o tempo dedicado ao lazer e a outras atividades e relações sociais.

A politização do consumo e as estratégias dos consumidores

Para a construção da cidadania um dos pressupostos básicos é que os cidadãos lutem pela conquista dos direitos definidos como legítimos. Isso faz com que a noção de cidadania se torne mais ampla, incorporando novos elementos, como o direito à autonomia sobre o próprio corpo, o direito à qualidade ambiental, o direito do consumidor, o direito à igualdade, o direito à diferença e outros (Dagnino,1994). A partir dessas noções, surgem novas questões relacionadas ao exercício da cidadania como, por exemplo, as atividades de consumo.

Consumo e cidadania podem ser pensados de forma conjunta e inseparável, já que ambos são processos culturais e práticas sociais que criam o sentido de pertencimento e identidade, pois quando selecionamos e adquirimos bens de consumo, seguimos uma definição

Página 38

cultural do que consideramos importante para nossa integração e diferenciação sociais.

Como destaca Portilho (2004), num mundo globalizado, onde a própria atividade política foi submetida às regras do mercado, o exercício da cidadania não pode ser desvinculado do consumo, que é uma das atividades onde atualmente sentimos que pertencemos a um grupo e que fazemos parte de redes sociais.

O consumidor pode atuar de forma subordinada aos interesses do mercado, ou pode não ser submisso às regras impostas de fora, erguendo-se como cidadão e desafiando os mandamentos do mercado. Além disso, o consumidor também pode ser crítico e optar por ser um cidadão ético, consciente e responsável, o que o leva também a novas formas de associação, de ação política, de lutas sociais e reivindicação de novos direitos.

Por um lado, é consenso que o consumo é realizado porque se espera que produza satisfação (biológica ou simbólica). Por outro, o consumo também pode gerar decepção e insatisfação. Dessa maneira, após experimentar decepções, o consumidor tem, basicamente, duas formas de reação. Se o consumidor recebeu um produto com defeito, terá uma reação individual a um problema individual, pois provavelmente ele o devolverá ou pedirá um desconto. Mas, se entender que o produto adquirido ou o serviço contratado não é seguro ou traz prejuízos sociais e ambientais, será o interesse público que está em pauta, tornando mais provável um engajamento numa manifestação pública. Um consumidor que viveu uma decepção desse tipo poderá estar mais bem preparado que antes para questionar a ordem social e política em geral, podendo se transformar numa importante experiência de mobilização e politização.

O movimento de consumidores utiliza algumas estratégias como formas de politização do consumo: cooperativas, boicotes, rotulagens etc. Trata-se de um tipo de pressão política que extrapola as ações nos locais de trabalho para atuar nas relações de consumo.

A organização de cooperativas ou redes de consumo fortalece uma percepção coletiva sobre a exploração e os abusos que acontecem nessa esfera. As cooperativas permitem aos consumidores esquivar-se,

Página 39

mesmo que parcialmente, das relações de exploração na esfera do consumo.

Um boicote pode ser definido como uma recusa planejada e organizada a comprar bens ou serviços de certas empresas, lojas e até mesmo países. Os boicotes servem para uma ampla variedade de propósitos: protesto contra aumentos injustificáveis de preços, pressão complementar fortalecendo ou mesmo substituindo uma greve, fortalecimento de organizações de trabalhadores, demonstração de descontenta mento com a política salarial ou ambiental de uma empresa etc. As empresas são particularmente sensíveis aos boicotes, uma vez que podem ter sérios prejuízos financeiros. O sucesso de um boicote de consumidores depende de vários fatores, tais como o nível de organização da sociedade, o tamanho do mercado boicotado, a natureza e o número de mercadorias boicotadas, a interferência de governos e empresas etc.

A ecorrotulagem, ou rotulagem ambiental, consiste na atribuição de um rótulo ou selo a um produto ou a uma empresa, informando sobre seus aspectos ambientais. Dessa maneira, os consumidores podem obter mais informações que os auxiliarão nas suas escolhas de compra com maior responsabilidade e compromisso social e ambiental. A rotulagem ambiental pode ser considerada também uma forma de fortalecer as redes de relacionamento entre produtores, comerciantes e consumidores.

A economia solidária é uma prática de colaboração e solidariedade baseada nos valores culturais que colocam o ser humano como sujeito e finalidade da atividade econômica, no lugar da acumulação da riqueza e de capital (Gomes, 2007). Apoia-se numa globalização mais humana e valoriza o trabalho, o saber e a criatividade, buscando satisfazer plenamente as necessidades de todos. Constitui-se num poderoso instrumento de combate à exclusão social e congrega diferentes práticas associativas, comunitárias, artesanais, individuais, familiares e cooperação entre campo e cidade (Arruda, 2001).

Segundo o MMA/MEC/Idec, ao traduzirem as insatisfações pessoais (como defeitos em um produto, propaganda abusiva, processos produtivos poluentes, exploração da mão de obra etc.) em questões públicas, os consumidores organizados reivindicam a substituição

Página 40

de certas regras, leis e políticas existentes por outras novas ou ainda o cumprimento das já existentes.

Neste caso, decepções e frustrações na esfera do consumo privado podem provocar maior interesse por questões públicas e maior participação em ações coletivas, pois formular, expressar, justificar e reivindicar uma insatisfação a torna coletiva e pública. (2005, p.23)

Portanto, as atividades de consumo operam na interseção entre vida pública e privada e por meio do debate sobre a relação entre consumo e meio ambiente a questão ambiental finalmente pode ser colocada num lugar em que as preocupações privadas e as questões públicas se encontram. Surge então a possibilidade de que um conjunto de pessoas busque criar espaços alternativos de atuação, enfrentamento e busca de soluções coletivas para os problemas que parecem ser individuais.

Documentos, discussões e normatização sobre o consumo

O consumerismo é um movimento social organizado, próprio da sociedade de consumo, que surge como reação à situação de desigualdade entre produtores e consumidores. Esse movimento deu origem ao Direito do Consumidor, uma disciplina jurídica que visa estudar as relações de consumo, corrigindo as desigualdades existentes entre fornecedores e consumidores, tais como imperfeições do mercado e sua incapacidade de solucionar, de maneira adequada, uma série de situações como práticas abusivas, acidentes de consumo, injustiças nos contratos de adesão, publicidade e informação enganosa, degradação ambiental, exploração de mão de obra e outros (Idec, 2001).

Além de estabelecer os direitos do consumidor, o Código de defesa do consumidor estabelece as normas de conduta que devem ser seguidas pelos fornecedores de produtos e serviços de consumo. O objetivo é preservar a vida, a saúde, a segurança e a dignidade do consumidor, responsabilizando o fornecedor pela qualidade do que

Página 41

coloca no mercado e exigindo deste a informação necessária sobre seus produtos, além da garantia de reparação de eventuais danos causados ao consumidor, ao meio ambiente ou à comunidade. A divulgação dos direitos do consumidor é essencial para que produção e consumo sejam vistos como áreas de interesse coletivo.

Entre os direitos do consumidor (artigo 6º) estão a educação para o consumo, proteção contra a publicidade enganosa e abusiva e métodos comerciais ilegais, proteção contra práticas e cláusulas abusivas nos contratos, prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, adequação e prestação eficaz dos serviços públicos em geral, acesso à justiça e aos órgãos administrativos, facilitação da defesa em favor do consumidor e informação adequada e clara sobre produtos e serviços.

O consumidor contribui para a melhoria dos produtos e serviços e para a transformação dos padrões e níveis de consumo e a consequente melhoria de vida da coletividade exigindo nota fiscal dos fornecedores de produtos e serviços, participando de ações e campanhas das organizações de defesa do consumidor e lutando por seus próprios direitos.

Ao emitir nota fiscal, o fornecedor é obrigado a pagar impostos que deverão ser usados pelo governo para construir escolas, hospitais, rodovias etc. Quando as pessoas participam de entidades de defesa do consumidor somam força com outros consumidores na luta pela garantia dos direitos de todos. Com essa luta crescente inibem os fornecedores que agem em desacordo com a lei.

Aos poucos, a “soberania do consumidor”, propagada pelo neoliberalismo, pode se mover em direção à “cidadania do consumidor”, em que o consumo se transforma numa prática social, política e ecológica.

A Agenda 21, documento assinado durante a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Rio-92), deixa clara a preocupação com o impacto ambiental de diferentes estilos de vida e padrões de consumo:

Inicio da citação

Enquanto a pobreza tem como resultado determinados tipos de pressão ambiental, as principais causas da deterioração ininterrupta do meio ambiente mundial são os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados. Motivo de séria preocupação, tais padrões de consumo e produção provocam o agravamento da pobreza e dos desequilíbrios. (capítulo 4 da Agenda 21)

Fim da citação

Página 42

A Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável realizada em 2002 em Johanesburgo (África do Sul) instituiu o plano de ação Consumo Sustentável e Sociedade de Consumo, declarando que mudanças fundamentais na forma de as sociedades produzirem e consumirem são indispensáveis para a conquista de um desenvolvimento sustentável global.

Outro evento que trouxe uma contribuição importante para esse tema foi a 12ª reunião da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas em abril de 2004, que alavancou o programa decenal de produção e consumo sustentáveis exigido em Johanesburgo em 2002. Além disso, essa reunião deu um foco importante à água, ao saneamento e aos assentamentos humanos, todos elementos essenciais do consumo sustentável e também chave para a conquista de outra prioridade central das Nações Unidas – a eliminação da pobreza em todo o mundo.

Impactos ambientais e sociais do consumo

Há evidências de que o padrão de consumo das sociedades ocidentais modernas, além de ser socialmente injusto e moralmente indefensável, é ambientalmente insustentável. A crise ambiental mostrou que não é possível a incorporação de todos no universo de consumo em função da finitude dos recursos naturais, não somente para serem explorados como matéria-prima, mas também por receberem resíduos após a utilização dos produtos.

O ambiente natural está sofrendo uma exploração excessiva que ameaça a estabilidade dos seus sistemas de sustentação: exaustão de recursos naturais renováveis e não-renováveis, degradação do solo, perda de florestas e da biodiversidade, poluição da água e do ar e mudanças climáticas, entre outros.

Página 43

Quase metade da população mundial (47%) vive em áreas urbanas, e espera-se que esse número cresça 2% ao ano entre 2000 e 2015 (United Nations Population Division, 2001). Não há dúvida de que a aglomeração populacional, os padrões de consumo e de deslocamento e as atividades econômicas urbanas exercem intensos impactos sobre o meio ambiente em termos de consumo de recursos e eliminação de resíduos. E o resultado dessa exploração excessiva não é dividido igualmente para todos, e apenas uma minoria da população da Terra se beneficia dessa riqueza.

De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), Fundo Monetário Internacional (FMI) e a World Wildlife Foundation (WWF), há uma real e visível relação entre as atividades econômicas e a qualidade das características naturais do planeta, como a água, ar, solo e biodiversidade. O Índice Planeta Vivo é um indicador criado pela WWF que reflete a saúde dos ecossistemas do planeta: florestas, oceanos, rios e outros sistemas naturais. Entre 1970 e 2000, o índice perdeu cerca de 35%; uma tendência global que sugere que estamos deteriorando os ecossistemas naturais a um ritmo nunca visto na história da humanidade.

Página 44

O crescimento econômico mediante a depleção do capital natural e comprometimento da manutenção da vida futura acarreta o chamado overshoot, que é o estágio em que o meio ambiente não mais consegue se regenerar e prover recursos futuros. Esse ponto foi atingido no início da década de 1980, quando as atividades humanas excederam a capacidade da biosfera (WWF, 2004).

Estudos comprovam que, atualmente, o homem ocupa 83% do planeta e a destruição do ecossistema já supera em 20% sua capacidade de regeneração. Em outras palavras, pode-se dizer que o mundo consome mais recursos naturais do que a própria capacidade de regeneração (Boff, 2003).

Panorama do desequilíbrio do consumo

Segundo as Nações Unidas (Informe sobre o Desenvolvimento Humano, 1998), há um consumo desigual no mundo, onde 80% da população mundial (que corresponde aos países menos desenvolvidos, principalmente os países pobres do hemisfério sul) utiliza 20% dos recursos naturais. São 2,8 bilhões de pessoas que mal sobrevivem com menos de US$ 2 diários. Já os países desenvolvidos, com somente 20% da população mundial (principalmente os países do hemisfério norte), consomem 80% dos recursos naturais e energia do planeta e produzem mais de 80% da poluição e da degradação dos ecossistemas.

Essa mesma fonte informa que os países ricos consumiam, na década de 1990, 85% do alumínio e químicos sintéticos, 80% do papel, ferro e aço, 80% da energia comercial, 75% da madeira, 65% da carne, dos pesticidas e do cimento, 50% dos peixes e grãos e 40% da água doce.

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, uma criança nascida em um país industrializado contribuirá mais para o consumo e poluição do que 30 a 50 crianças nascidas em países em desenvolvimento (Unesco, 2003).

De acordo com o Relatório das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Humano (RDH, 2006), entre os países que apresentam

Página 45

um desenvolvimento humano elevado quanto ao consumo estão Noruega, Islândia, Austrália, Irlanda, Suécia, Canadá, Japão, Estados Unidos e Suíça. Já na outra ponta, como países com desenvolvimento humano baixo nesse quesito temos Nigéria, Ruanda, Eritreia, Senegal, Gâmbia, Haiti, Mauritânia e Quênia. O Brasil situa-se na classe de Desenvolvimento Humano Médio com relação ao consumo.

Na questão sobre energia e meio ambiente, há um contraste entre os mais consumistas em eletricidade per capita, como Islândia, Noruega, Canadá, Luxemburgo, Suécia e Estados Unidos em relação aos que consomem muito pouco, como Chade, Ruanda, Burundi, Etiópia, Burquina Faso e Mali (idem).

O Relatório Estado do Mundo 2004 do Worldwatch Institute (WWI) apontou algumas constatações e tendências que mostram a carência da maior parte da população com relação ao saneamento básico e ao consumo de alimentos e de energia:

- Dos 6,2 bilhões de habitantes do planeta, apenas 1,7 consegue consumir além de suas necessidades básicas. Enquanto isso, 65% da população americana é considerada obesa;

- O consumo atual dos recursos naturais supera em 20% a capacidade da terra de se regenerar;

- Um terço da população não tem acesso à energia, como eletricidade e combustíveis fósseis;

- Em 2004, a falta de água limpa matava quase 1,7 milhão de pessoas por ano; em 2005, se nada fosse feito, quatro milhões de pessoas estariam sem acesso a saneamento básico.

Grandes faixas da humanidade situam-se abaixo do limiar das necessidades básicas no que diz res peito ao acesso à água, quer permanente quer intermitente. Segundo o RDH (2006), para cerca de 1,1 mil milhões de pessoas que residem a mais de um quilômetro de uma fonte de água, o consumo é frequentemente inferior a 5 litros diários de água imprópria para consumo. Isso significa que uma em cada cinco pessoas no mundo em desenvolvimento tem falta de acesso à água suficiente para garantir até mesmo os requisitos básicos para o bem-estar e o desenvolvimento infantil. Nessa situação estão

Página 46

incluídas as regiões áridas da Índia Ocidental, do Sael e da África Oriental.

No Brasil, ao lado de uma parcela significativa de consumidores com um padrão de consumo dispendioso, comparável ao dos países ricos, temos uma maioria que, para sobreviver, consome pouco, mas que também persegue hábitos de consumo insustentáveis. Dessa forma, as políticas de consumo sustentável no Brasil devem estar relacionadas, em primeiro lugar, com a eliminação da pobreza, ou seja, elevar o piso mínimo de consumo daqueles que vivem abaixo de um padrão de consumo que garanta uma vida digna. Ao mesmo tempo, é necessário mudar os padrões e níveis de consumo, evitando a concentração de renda, e promover um novo estilo de vida mais sustentável.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) informa que 24,7 milhões de brasileiros são considerados indigentes, vivendo com menos de R$ 75 de renda familiar por mês (2004). E o RDH (2006) destaca que, em 2004, o Brasil era o quarto país em desigualdade de renda no mundo, depois da Namíbia, Lesoto e Serra Leoa.

Dados do relatório do WWI de 2004 (figura 2) mostram o consumo doméstico de água, onde é nítida a disparidade entre países como os Estados Unidos e nações do continente africano como Quênia e Uganda.

Segundo WWI, 2004 o consumo doméstico de água, cidades e países selecionados, como Quênia, Uganda e Tanzânia (domicílios conectados), é de no máximo 200 litros. Já Copenhague (Dinamarca), Reino Unido, Cingapura, Manilha (Filipinas), Waterloo (Canadá), Melbourne (Austrália), Sidnei (Austrália) e Seattle (Estados Unidos), o consumo é de no máximo 300 litros. Tampa, (Estados Unidos) consome até 400 litros e Phoenix, nos Estados Unidos consome um pouco mais de 800 litros.

Página 47

Como exemplo, os habitantes do Reino Unido consomem apenas cerca de 70% da água utilizada pelo norte-americano mais poupador. Pelo relatório do WWI, estima-se que o consumo interno nos lares dos Estados Unidos é de uma média de 262 litros per capita, por dia (lpcd).

Outro dado importante é que conforme cresce a renda, as pessoas obtêm acesso a outros bens de consumo que não apenas alimentos. Segundo o Relatório do WWI, o uso de papel, por exemplo, tende a aumentar à medida que as pessoas tornam-se mais alfabetizadas e aumentam os elos de comunicação (2004).

A prosperidade crescente também dá acesso a bens que asseguram novos níveis de conforto, conveniência e entretenimento para milhões de pessoas.

Os gastos familiares em consumo referente a energia elétrica, aparelhos de televisão, linhas telefônicas, celulares e computadores. Observa-se que países como Estados Unidos e Alemanha gastam e consomem pelo menos cem vezes mais que um país menos desenvolvido como a Nigéria.

Na Nigéria, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 194, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 81, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 68, linhas telefônicas é de 6, telefones celulares é de 4, e de Computadores pessoais é de 7.

Na Índia, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 294, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 355, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 83, linhas telefônicas é de 40, telefones celulares é de 6, e de Computadores pessoais é de 6.

Na Ucrânia, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 558, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 2.298, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 456, linhas telefônicas é de 212, telefones celulares é de 44, e de Computadores pessoais é de.

No Egito, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 1.013, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 976, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 217, linhas telefônicas é de 104, telefones celulares é de 43, e de Computadores pessoais é de 16.

No Brasil, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 2.779, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 1.878, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 349, linhas telefônicas é de 223, telefones celulares é de 167, e de Computadores pessoais é de 75.

Na Coreia do Sul, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 6.907, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 5.607, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 363, linhas telefônicas é de 489, telefones celulares é de 621, e de Computadores pessoais é de 556.

Na Alemanha, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 18.580, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 5.963, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 586, linhas telefônicas é de 650, telefones celulares é de 682, e de Computadores pessoais é de 435.

Nos Estados Unidos, os gastos familiares em consumo (Dólares de 1995 per capita) é de 21.707, o consumo de energia elétrica (kWh per capita) é de 12.331, o consumo por mil habitantes de aparelhos de televisão é de 835, linhas telefônicas é de 659, telefones celulares é de 451, e de Computadores pessoais é de 625.

Fonte: EM, 2004

Página 48

Outros levantamentos mostram que nos países pobres os gastos com alimentação são maiores que nos países ricos e desenvolvidos, quando considerados em relação às despesas domésticas per capita. Isso não significa que essa população se alimente bem e melhor, mas sim demonstra que, para os menos favorecidos, o grande desafio é mesmo a sua sobrevivência, ou seja, a alimentação em primeiro lugar, onde não restam condições para as outras necessidades consideradas “supérfluas”.

Segundo EM, 2004, a Proporção das despesas domésticas em alimentação, na Tanzânia a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 375, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 67. Em Madagascar a despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 608, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 61. No Tajiquistão a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 660, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 48. Na Líbia, a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 6.135, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 31. Em Hong Kong, a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 12.468, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 10. No Japão, a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 13.568, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 12. Na Dinamarca a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 16.385, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 16. E por fim, nos Estados Unidos, a Despesa doméstica per capita, 1998 em dólares é de 21.515, e o percentual da Parcela gasta em alimentação é de 13.

A Organização das Nações Unidas para Alimento e Agricultura (FAO) divulga que a presença da fome frente à oferta recorde de alimentos reflete a realidade de seu alto custo para a grande parcela da população pobre mundial, que não dispõe de renda suficiente para adquiri-los.

Na Tanzânia, por exemplo, onde os gastos per capita domésticos foram de US$ 375 em 1998, 67% das despesas familiares destinavam se à alimentação. No Japão, as despesas domésticas per capita foram de US$ 13.568 naquele ano, porém apenas 12% foram gastos em alimentação. (Gardner, Assadourian & Sarin, 2004, p.9)

Página 49

Para reduzir essas disparidades sociais, permitindo aos habitantes dos países do sul atingir o mesmo padrão de consumo material médio de um habitante do norte, seriam necessários, pelo menos, mais dois planetas Terra. Os Estados Unidos, com menos de 10% da população mundial, consomem 25% da energia fóssil e produzem 25% da poluição do mundo. Temos que imaginar o mesmo modelo de consumo e desperdício que existe nos Estados Unidos para os 1,3 bilhão de chineses, por exemplo. Isso bastaria para que a humanidade caminhasse para um grande caos no planeta.

O Brasil é um dos países que apresenta as maiores contradições em todo o mundo, não só devido às suas dimensões e a ocupação desordenada de seus espaços, mas também porque ainda temos uma boa parcela de nossa população formada por sociedades simples que são impelidas pela força humana e animal, e movidas a madeira e carvão vegetal. Mas também temos uma parte de nossa população formada pelas denominadas sociedades industriais, nas quais a produção e o uso de energia e combustíveis tornam-se muito mais sofisticados. Assim, pela existência de situações tão opostas, são notórias as desigualdades sociais.

O desperdício e as desigualdades também são observados na indústria de energia comercial e no uso de seus produtos. Muitos processos industriais ainda utilizam energia muito além do necessário para seu funcionamento. Um exemplo muito emblemático de desperdício são as perdas superiores a 50% de energia nos sistemas de refrigeração dos prédios comerciais, nos quais não são racionalizados os seus usos e utilizados equipamentos adequados.

As perdas de energia e os impactos ambientais ocorrem em cada etapa, desde a extração até o serviço. As reduções na demanda (parte inferior da figura) trazem reduções no suprimento (parte superior).

O uso final e a eficiência de serviço são particularmente importantes na economia da energia e na redução dos custos ambientais e econômicos. As principais formas de reduzir a demanda são:

- mudanças de comportamento: exercendo atividades que exijam o uso de pouca ou nenhuma energia comercial, redução do desperdício por meio de seu uso racional e eficaz;

Página 50

- investimento em educação e treinamento;

- alterações na estrutura dos sistemas urbanos e de transporte, a exemplo da cidade de Curitiba;

- utilização de mais engenharia: utilizar equipamentos e processos industriais que consumam menos energia, aumentar a eficiência do uso de energia.

A Extração do carvão, gás natural, petróleo, urânio tem impactos Poluição, destruição de paisagem, erosão, disposição de resíduos, e perdas no derramamento, vazamento, tocha.

O aproveitamento hidráulica, de maré, de onda, aeólico, biomassa (ex. álcool) tem impactos na poluição, inundação de terras, obstrução fluvial, sedimentação, e perdas na evaporação, infiltração, assoreamento.

A conversão e Distribuição eletricidade, gás, calor, combustível, tem impactos visual, ocupação de espaço, odor, e perdas na perda na linha, vazamento, derramamento.

O uso final gás, gasolina, querosene de aviação, óleo combustível, óleo diesel, eletricidade, urânio, tem impactos na poluição (do ar, na maior parte), e perdas na falta de eficiência: motores, máquinas, iluminação.

O Serviço gás, gasolina, querosene de aviação, óleo combustível, óleo diesel, eletricidade tem impacto na poluição, e perdas na falta de eficiência, uso exagerado.

Página 51

Não há dúvida de que a otimização do uso da energia e a preservação da poluição decorrente da queima de combustíveis fósseis é uma prioridade para todos os países do mundo. As preocupações são produzir mais energia e administrar a demanda de tal modo a reduzir o consumo e assegurar ações eficazes que evitem o seu desperdício.

Assim, se o consumo ostensivo já indicava uma desigualdade dentro de uma mesma geração (intrageracional), o ambientalismo veio mostrar que o consumismo indica também uma desigualdade intergeracional, já que esse estilo de vida ostentatório e desigual pode dificultar a garantia de serviços ambientais equivalentes para as futuras gerações.

Essas duas dimensões, a exploração excessiva dos recursos naturais e a desigualdade inter e intrageracional na distribuição dos benefícios oriundos dessa exploração, conduziram à reflexão sobre a insustentabilidade ambiental e social dos atuais padrões de consumo e seus pressupostos éticos. Torna-se necessário associar o reconhecimento das limitações físicas da Terra ao reconhecimento do princípio universal de equidade na distribuição e acesso aos recursos indispensáveis à vida humana.

Se considerarmos o princípio de que todos os habitantes do planeta (das presentes e das futuras gerações) têm o mesmo direito a usufruir dos recursos naturais e dos serviços ambientais disponíveis, enquanto os países desenvolvidos continuarem promovendo uma distribuição desigual do uso dos recursos naturais, os países pobres poderão continuar reivindicando o mesmo nível elevado nesse uso, tornando impossível a contenção do consumo global dentro de limites sustentáveis. Assim, os riscos de conflitos por recursos naturais, fome, migrações internacionais e refugiados ecológicos tenderão a aumentar. E, para reduzir a disparidade social e econômica, seria necessário tanto um piso mínimo quanto um teto máximo de consumo. No entanto, é importante lembrar que cada povo tem o direito e o dever de estabelecer padrões próprios de estilo de vida e consumo, não necessariamente copiando os estilos de vida de outras culturas.

Como destaca Zanetti (2003), a produção dos resíduos é o resultado de uma sociedade de consumo, que gera não apenas o rejeito

Página 52

material, como também o social, como é o caso dos catadores de lixo, que se alimentam e sobrevivem do resto e das sobras daqueles que consomem e descartam o que se considera inútil. Assim, no caso do sistema de gestão de resíduos, observam-se níveis de realidade diferentes: de um lado a riqueza, o consumo, o desperdício, o descarte e, de outro, a miséria, a inclusão perversa de um grupo de atores sociais (catadores de lixo de rua) que ainda vivem à margem do sistema.

Essas situações extremas de inclusão/exclusão são traduzidas pela questão de como lidar com os resíduos que representam um problema que tende a agravar-se gerando a sobra de um consumo exacerbado da modernidade e, ao mesmo tempo, significam profundas desigualdades simbolizadas pela chamada sombra social. Não obstante os avanços e conquistas no que se refere à integração do sistema nos seus mais diversos níveis, na prática o que se observa é a existência de uma série de conflitos e contradições que se estabelecem no cotidiano, a “sombra do sistema” (sob a ótica do conceito de sombra de Carl Gustav Jung).

Para remover aquilo que está à sombra é necessário o uso de uma forte iluminação. A Educação Ambiental surge nesse contexto como uma fonte de luz capaz de iluminar e proporcionar meios de diminuir os danos sociais e ambientais causados pela sombra do sistema. Para que a gestão dos resíduos seja sustentável, a educação deve ser compreendida como eixo integrador que favorece a necessária mudança cultural. Ela deverá ser o elemento de articulação das dimensões técnicas, políticas, teóricas, simbólicas e afetivas que fazem parte da trajetória humana no planeta.

Como o consumo faz parte do relacionamento entre as pessoas e promove a sua integração nos grupos sociais, e a mudança nos seus padrões é muito difícil, esse tema vem fazendo parte também de programas de Educação Ambiental.

Em suma, há problemas (superexploração dos recursos naturais e resíduos), há uma causa (o modelo de desenvolvimento econômico), há um objetivo a ser atingido (a sustentabilidade), há uma necessidade (mudança de paradigma), há um instrumento dentre outros que contempla uma ação transdisciplinar (Educação Ambiental).

Página 53

Em busca da sustentabilidade: mudança dos padrões de consumo

A necessidade de construir uma sociedade mais sustentável começou a se fortalecer principalmente a partir da crítica ao consumismo e da percepção de que os atuais padrões de consumo estão nas raízes da crise ambiental.

Enquanto os paradigmas vigentes nas sociedades industrializadas de consumo são apontados pelos grupos ambientalistas originais como a causa primeira da problemática ambiental, o setor empresa rial postula exatamente o contrário, ou seja, que o mercado e o capital serão capazes de resolver todos os constrangimentos ambientais, dentro do atual e hegemônico modelo de desenvolvimento econômico, sobretudo por meio da competitividade empresarial que estimularia o uso de tecnologias limpas, o desenvolvimento de produtos “verdes” e “ecologicamente corretos” e a visão de meio ambiente como nova possibilidade de negócio. A conscientização ecológica e a consequente pressão exercida pelos consumidores que buscam produtos “verdes” também são apontadas como exemplos de autorregulação do mercado, assumindo quase “naturalmente” os constrangimentos ambientais. Paradoxalmente, se para alguns a civilização industrial tecnológica de consumo é apontada como determinante da crise ambiental, para outros, essa é justamente a solução.

A partir da Rio-92 o tema do impacto ambiental do consumo surgiu como uma questão de política ambiental relacionada às propostas de sustentabilidade, ficando cada vez mais claro que estilos de vida diferentes contribuem de forma diferente para a degradação ambiental. Como salienta Portilho (2004), a crise ambiental é reflexo dos estilos de vida de uso intensivo de recursos naturais, principalmente das elites dos países do hemisfério norte.

Os impactos dos indivíduos em suas tarefas cotidianas começaram a ser considerados por diversas organizações ambientalistas como responsáveis pela crise ambiental e por meio de estímulos e exigências para que mudem seus padrões de consumo, começou-se a cobrar sua corresponsabilidade. Dessa maneira, atividades simples

Página 54

e cotidianas como “ir às compras”, seja de bens considerados de necessidades básicas, seja de itens considerados luxuosos, começaram a ser percebidas como comportamentos e escolhas que afetam a qualidade do meio ambiente.

Dessa forma, muitos cidadãos tornaram-se mais conscientes e interessados em reduzir sua contribuição pessoal para a degradação ambiental, participando de ações a favor do meio ambiente na hora das compras.

Mas é preciso estar consciente de que essa ênfase na mudança dos padrões de consumo não deve nos levar à ilusão de que os problemas ambientais decorrentes da produção industrial capitalista já tenham sido solucionados com sucesso. As lutas por melhorias e transformações na esfera da produção estão relacionadas e têm continuidade nas ações por melhorias e transformações na esfera do consumo, já que os dois processos são interdependentes.

Nesse contexto, uma das primeiras questões que é preciso fazer é se não estaria havendo uma espécie de transferência da responsabilidade, do Estado e do mercado para os consumidores. Frequentemente, governos e empresas buscam suavizar sua responsabilidade, transferindo-a para o consumidor, que passou a ser considerado o principal responsável pela busca de soluções. Muitas vezes o consumidor assume sozinho essa responsabilidade que, na verdade, deve ser compartilhada por todos, em cada esfera de ação.

O destaque na mudança dos padrões de consumo deve ser visto como uma forma de fortalecer a ação política dos cidadãos. Dessa maneira, quando os consumidores lidam com dificuldades e dilemas diários relacionados ao seu papel, ao seu poder e à sua responsabilidade pela melhoria ambiental pelas suas escolhas e comportamentos, estão aprendendo a posicionar-se sobre quem são os atores e quais são as instituições que devem ser responsáveis por cada problema e cada solução. É uma nova forma de percepção e definição da questão ambiental que estimulou o surgimento de uma série de estratégias, como “consumo verde”, “consumo responsável/consciente/ético” e “consumo sustentável”.

Página 55

Consumo responsável, consumo consciente, comércio ético e solidário Essas expressões surgiram como forma de incluir a preocupação com aspectos sociais, e não só ecológicos, nas atividades de consumo. Nessas propostas, os consumidores devem incluir, em suas escolhas de compra, um compromisso ético, uma consciência e uma responsabilidade quanto aos impactos sociais e ambientais que suas escolhas e comportamentos podem causar nos ecossistemas e sobre outros grupos sociais, na maior parte das vezes geográfica e temporalmente distantes.

A cadeia do comércio ético e solidário envolve desde os grupos produtores até chegar ao público consumidor, no momento da compra do produto em determinado ponto de venda. A proposta é considerada ética e solidária se todos os elos da cadeia estiverem atuando em conformidade com os princípios acordados e previa mente estabelecidos, tendo, cada integrante, direitos e obrigações fundamentais. De acordo com Pistelli e Zerbine (2003), a primeira consideração que se costuma fazer quando se trata de comércio ético e solidário refere-se às garantias do produtor: preço justo, relação comercial duradoura e pré-financiamento da produção.

Com relação ao consumo responsável, a atenção é voltada diretamente à outra ponta da cadeia comercial – o consumidor – que, apoiado também em princípios de comércio ético e solidário, reivindica seu direito à informação sobre o produto que pretende consumir, sobre sua origem e seu processo, sobre a distribuição do valor pago, entre outros aspectos.

Consumo responsável é a capacidade de cada pessoa ou instituição, pública ou privada, escolher e/ou produzir serviços e produtos que contribuam, de forma ética e de fato, para a melhoria de vida de cada um, da sociedade e do ambiente. (Instituto Kairos)

Segundo Zerbini, Barciotte e Pistelli (2003 ) há uma convergência muito nítida entre o “consumo responsável” e suas raízes

Página 56

nos movimentos ambiental e dos consumidores, e o movimento do comércio ético e solidário. As premissas são as mesmas: horizonte na justiça social e na sustentabilidade e o poder político adquirido pelos indivíduos, seja consumidores, cidadãos ou pequenos produtores.

É importante lembrar que algumas premissas devem estar envolvidas nessas questões. Por um lado, o consumo responsável se veria extremamente limitado em sua capacidade de concretização no dia a dia, caso não houvesse um movimento com vistas a garantir relações comerciais mais justas e sustentáveis em toda a cadeia.

E o comércio ético e solidário, por outro lado, também não se concretizaria se não houvesse um público consumidor suficientemente conscientizado, quer do ponto de vista ambiental, quer do político e social, que percebesse a importância do ato contido na compra de um produto procedente dessa cadeia.

Nessa conjuntura é que a educação para o consumo responsável começa a ter maior significado dentro das propostas de ampliação do movimento de comércio ético e solidário. O consumidor, como um dos elos da cadeia e que assume a outra ponta da relação, pode representar um ator significativo, até impulsionador, desde que seja conscientizado para tal.

O comércio ético e solidário representa, atualmente, uma das principais ferramentas de intervenção por parte do consumidor responsável que, ao perceber o modelo de comércio tradicional como uma das causas e também como reflexo de muitos dos problemas, se vê predisposto a intervir por meio de suas escolhas e de suas opções de consumo.

Consumo verde

Consumo verde é aquele em que o consumidor, além de buscar melhor qualidade e preço, inclui em seu poder de escolha a variável ambiental, dando preferência a produtos e serviços que não agridem o meio ambiente, tanto na produção quanto na distribuição, no consumo e no descarte final (MMA/MEC/Idec, 2005).

Página 57

A estratégia do consumo verde tem alguns benefícios importantes, como o fato de os cidadãos comuns sentirem, na prática, que podem ajudar a reduzir os problemas ambientais e se sentirem parte de um grupo crescente de pessoas preocupadas com o impacto ambiental de suas escolhas.

No entanto a estratégia de consumo verde tem algumas limitações. A primeira delas é que os consumidores são estimulados a trocar uma determinada marca por outra, para que os produtores percebam que suas escolhas mudaram. Portanto, a possibilidade de escolha acabou se resumindo às diferentes marcas e não entre consumismo e não-consumismo. Muitas empresas passaram a focar o poder de compra de pessoas com alto poder aquisitivo interessadas em um estilo de vida de baixo impacto ambiental, percebendo-as como um novo nicho de mercado. Dessa maneira, a necessidade de redução e modificação dos padrões de consumo foi substituída pelo simples “esverdeamento” dos produtos e serviços. Outra limitação é que o consumo verde atacaria somente uma parte do problema – a tecnologia –, enfatizando o desenvolvimento de produtos verdes para uma parcela da sociedade, enquanto os pobres ficam com produtos inferiores e com um nível de consumo abaixo da satisfação de suas necessidades básicas.

Segundo Acselrad (1999), o tema da desigualdade no acesso aos bens ambientais desapareceu completamente dos debates e propostas de consumo verde.

Consumo sustentável

Essa proposta tem o objetivo de ser mais ampla que as anteriores, pois, além das inovações tecnológicas e das mudanças nas escolhas individuais de consumo, enfatiza ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais para fazer com que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis. O consumo sustentável é uma meta a ser atingida, mais do que uma estratégia de ação a ser implementada pelos consumidores.

Página 58

A preocupação se transfere da tecnologia dos produtos e serviços e do comportamento individual para os níveis de consumo desiguais. É preciso considerar que o meio ambiente não está relacionado apenas a uma questão de como os recursos são usados (padrões), mas também a uma preocupação com o quanto são utilizados (níveis), tornando se uma questão de acesso, distribuição e justiça social e ambiental.

Para o caso da área de transportes, na estratégia de consumo ver de haveria mudanças tecnológicas para que os carros se tornassem mais eficientes (gastando menos combustível) e menos poluentes, e mudanças comportamentais dos consumidores, que considerariam essas informações na hora da compra de um automóvel. Na estratégia do consumo sustentável, haveria também investimentos em políticas públicas visando a melhoria dos transportes coletivos, o incentivo aos consumidores para que utilizem esses transportes e o desestímulo para que não utilizem o transporte individual.

A ideia de um consumo sustentável, portanto, não se limita a mudanças comportamentais de consumidores individuais ou, ainda, a mudanças tecnológicas de produtos e serviços para atender a este novo nicho de mercado. Apesar disso, não deixa de enfatizar o papel dos consumidores, porém priorizando suas ações, individuais ou coletivas, enquanto práticas políticas. Neste sentido, é necessário envolver o processo de formulação e implementação de políticas públicas e o fortalecimento dos movimentos sociais (MMA/MEC/Idec, 2005, p.20).

O que se conclui é que é mais importante o impacto social e ambiental da distribuição desigual do acesso aos recursos naturais do que o próprio impacto ambiental do consumo: tanto o “subconsumo” quanto o “superconsumo” causam degradação social e ambiental.

Contudo, a estratégia de consumo sustentável baseada exclusivamente na redução do consumo nos países do hemisfério norte não garante que haverá uma melhor redistribuição dos recursos. Nesse sentido, as políticas de consumo sustentável devem contribuir para eliminar as desigualdades de poder na determinação dos mecanismos de comércio internacional entre os países (Acselrad, op. cit.).

Página 59

De acordo com Portilho (op. cit.), é possível identificar algumas características essenciais que devem fazer parte de qualquer estratégia de consumo sustentável: ser parte de um estilo de vida sustentável em uma sociedade sustentável; contribuir para nossa capacidade de aprimoramento, enquanto indivíduo e sociedade; requerer justiça no acesso ao capital natural, econômico e social para as presentes e futuras gerações; o consumo material deve tornar-se cada vez menos importante em relação a outros componentes da felicidade e da qualidade de vida; deve acarretar um processo de aprendizagem, criatividade e adaptação.

Um novo papel para o consumo

A maioria das pessoas nos países industrializados ainda continua numa rota de consumo ascendente e muitas outras, nos países em desenvolvimento, permanecem atoladas na pobreza. A fim de promover um novo papel para o consumo, qualquer visão terá que incluir respostas a quatro quesitos-chave: se a classe de consumidor global estará tendo uma qualidade de vida melhor em função dos seus níveis crescentes de consumo; se as sociedades poderão perseguir o consumo de forma equilibrada, especialmente harmonizando o consumo ao ambiente natural; se as sociedades poderão reformular as opções do consumo para uma escolha genuína; e se as sociedades poderão priorizar o atendimento às necessidades básicas de todos.

De modo geral, é preciso responder a questão de se os consumidores estarão se beneficiando da cultura global de consumo. Os indivíduos podem ser importantes julgadores dessa questão, quando consideram os custos pessoais associados a altos níveis de consumo: dívida financeira, tempo e estresse relacionado ao trabalho para sustentar esse consumo e tempo necessário para manter as posses.

Após as considerações expostas é razoável afirmar que as relações entre meio ambiente e desenvolvimento estão diretamente relacionadas aos padrões de produção e consumo de uma determinada sociedade. Mas em vez de limitar-se a mudanças tecnológicas de

Página 60

produtos e serviços e transferir a responsabilidade exclusivamente para os consumidores individuais, o debate sobre os padrões e níveis de consumo precisa ser ampliado para incluir o processo de formulação e implementação de políticas públicas, com a criação de um espaço de uniões entre diferentes setores da sociedade.

Os padrões de produção devem ser modificados, de um lado, por meio da substituição de matérias-primas e matrizes energéticas e, de outro, combatendo o desperdício, a obsolescência planejada dos produtos e sua descartabilidade. Além disso, os padrões de consumo, segundo o discurso ecológico original, devem ser drasticamente reduzidos, estabelecendo-se não apenas um piso, mas também um teto de consumo, especialmente referindo-se ao consumo ostentatório das sociedades afluentes existentes tanto nos países de primeiro quanto nos de terceiro mundo.

A construção de padrões e níveis de consumo mais sustentáveis envolve a construção de relações mais solidárias entre diversos setores sociais, como produtores, comerciantes e consumidores. Iniciativas de apoio a formas alternativas de produção (agricultura familiar e orgânica, reservas extrativistas, cooperativas de produtores, economia solidária etc.) precisam ter o apoio de ampla identificação e participação dos consumidores.

Desse modo, a procura por formas alternativas e solidárias na esfera da produção, articulando experiências bem-sucedidas em “mercados limpos e justos”, deve se aliar aos movimentos de consumidores, organizados na articulação de mecanismos que fortaleçam seus direitos e seus anseios.

A chegada do terceiro milênio é um momento especial para a humanidade. O homem, principal ator da degradação ambiental, sofre as consequências do desrespeito ao meio ambiente em todas as esferas de sua vida. A mudança de postura no relacionamento com o meio ambiente é imprescindível para que haja uma transformação.

Da relação de interdependência existente entre os atos de produção e de consumo e a proteção do meio ambiente, surge a necessidade de discutir cada vez mais o tema consumo sustentável.

Página 61

Referências bibliográficas

ACSELRAD, H. Sustentabilidade e desenvolvimento: modelos, processos e relações. Cadernos de debate projeto Brasil sustentável e democrático. n.4. Rio de Janeiro: Fase, 1999.

ARRUDA, M. A. Nova economia: transformações no mundo do trabalho e seu futuro. Rio de Janeiro: Pacs, 2001.

BOFF, L. Ecologia e espiritualidade. In: TRIGUEIRO, A. (Org.). Meio ambiente no século 21. Rio de Janeiro: Sextante, 2003, p.35-44.

BRAKEL, M. V. Os desafios das políticas de consumo sustentável. Cadernos de debate projeto Brasil sustentável e democrático. n.2. Rio de Janeiro: Fase, 1999.

BRASIL. Ministério da Justiça. Código de Defesa do Consumidor. Lei n.8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasília: 1990.

CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

DAGNINO, E. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: DAGNINO, E. (Org.). Os anos 90: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.103-15.

GARDNER, G., ASSADOURIAN, E., SARIN, R. 2004. O estado do consumo hoje. In: WORLDWATCH INSTITUTE. Estado do mundo, 2004: estado do consumo e o consumo sustentável. Tradução: Henry Mallett e Célia Mallett. Salvador: Uma Ed., 2004.

GOMES, F. P. et al. Introdução à economia solidária. Projeto Casa Brasil, Secretaria Nacional de Economia Solidária. Ministério do Trabalho e Emprego, Brasília: 2007.

IDEC & INMETRO. Direitos do consumidor – ética no consumo. São Paulo: Idec/Inmetro, 2002. (Educação para o consumo responsável).

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Objetivos de desenvolvimento do milênio: relatório nacional de acompanhamento. Brasília: Ipea, 2004.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Consumo sustentável: manual de educação. Brasília: Consumers International/MMA/MEC/Idec, 2005. 160p.

PÁDUA, J. A. Produção, consumo e sustentabilidade: o Brasil e o contexto planetário. Cadernos de debate projeto Brasil sustentável e democrático. n.6. Rio de Janeiro: Fase, 1999, p.11-48.

Página 62

PISTELLI, R., ZERBINI F. A comercialização no contexto do comércio ético e solidário. In: Comércio ético e solidário no Brasil. FRANÇA, C. L. de (Org.). São Paulo: Fundação Friedrich Ebert/Ildes, dez. 2003. 144p.

PORTILHO, F. Limites e possibilidades do consumo sustentável. In: Educação, ambiente e sociedade: ideias e práticas em debates – Programa de Comunicação Ambiental. Serra, CST, 2004, p.73-96.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). Relatório do desenvolvimento humano 2006: a água para lá da escassez: poder, pobreza e a crise mundial da água. Nova Iorque: PNUD, 2006.

RIOS, J. de O., LAZZARINI, M., NUNES Jr., V. S. (Orgs.) Código de defesa do consumidor comentado. São Paulo: Idec/Globo, 2001. (Cidadania).

RUSCHEL, R. Desperdício de energia – um problema brasileiro. In: http://www.carolinedutra.hpg.com.br/desperdicio.html. Acesso em 20 maio de 2008.

UNESCO. The world water development report: water for people, water for life. Paris: Unesco Publishing/Berghahn Books, 2003.

UNITED NATIONS POPULATION DIVISION. World urbanization prospects: the 1999 revision. Key Findings. United Nations Population Division, 2001. Disponível em http://www.un.org/esa/population/pubsarchive/urbanization/urbanization.pdf [Geo-2-203]. Acesso em 15 jun. 2008.

WORLDWATCH INSTITUTE. Estado do mundo, 2004: estado do consumo e o consumo sustentável. Tradução Henry Mallett e Célia Mallett. Salvador: Uma Ed. 2004, 326p.

WORLD WIDEFUND FOR NATURE (WWF). Living planet report 2000. WWF International, 2004.

ZANETI, I. C. B. Educação ambiental, resíduos sólidos urbanos e sustentabilidade: um estudo de caso em Porto Alegre, RS. Brasília, 2003. Tese (Doutorado) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, UnB.

ZERBINI F., BARCIOTTE, M., PISTELLI, R. Um diálogo inicial entre educação para o consumo responsável e o comércio ético solidário. In:

FRANÇA, C. L. de (Org.). Comércio ético e solidário no Brasil. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert/Ildes, dez. 2003. 144p.