O PAPEL DO CONSUMO

| POR LUCIANA STOCCO BETIOL

Para o real desenvolvimento sustentável, as soluções pelo lado da oferta de mercado não serão suficientes, principalmente em um cenário em que a população mundial já consome mais de um quarto acima do que o planeta pode repor naturalmente.

Na pauta da sustentabilidade, as questões relativas ao consumo têm frequentemente se mantido à margem das prescrições políticas e de uma análise crítica descolada da produção. O tema tem entrado na discussão apenas obliquamente, em uma clara sinalização de que o ideal é manter os elevados padrões de consumo, alterando-se apenas a sua forma.

A REBOQUE DA OFERTA

No modelo do consumo sustentável, a solução coube ao mercado, que vem apresentando opções de produtos e serviços ambientalmente menos impactantes. Parte-se de uma lógica eminentemente econômica de superar as chamadas “falhas de mercado”, que gerariam um desenvolvimento “insustentável”. Não se adentrou em qualquer discussão sobre cultura, valores e hábitos de consumo atuais, especialmente nos países mais desenvolvidos e sua consequente

pressão sobre limites e capacidade de reposição dos recursos planetários.

Ou seja, nesse paradigma não há qualquer reflexão se a sociedade, que caminha para 10 bilhões de pessoas em 2050, estaria melhor sem aqueles produtos e/ou serviços, tanto do ponto de vista ambiental quanto social; ou se seria viável que todos tivessem acesso a altos padrões de consumo, o que significaria que a operacionalização do conceito de desenvolvimento sustentável teria como pressuposto a necessidade da manutenção do crescimento econômico ilimitado.

Soma-se a isso o fato de que o consumo está a reboque e subordinado à produção. Não se encontra em um vácuo; é refém do modelo de desenvolvimento escolhido pela sociedade. Se o desenvolvimento tem como valor maior a produção de riquezas sem levar em conta os limites planetários, o consumo não tem como contornar o modelo econômico vigente, sendo falacioso o discurso de que é a demanda que gera a oferta.

A demanda já está previamente formatada por um modelo de desenvolvimento, de produção, de oferta, calcado em produzir indefinidamente mais produtos para mais pessoas. Pouco se verifica a qualidade e a perenidade do que se está demandando e entregando para a sociedade. Nesse cenário, o consumo fica restrito a se movimentar nas fronteiras e regras dadas de antemão pela produção.

Não é por acaso que na expressão “produção e consumo sustentáveis”, que figura nos mais diversos documentos nacionais e internacionais, o termo “produção” lidera o conceito e “consumo” está a seu reboque.

O que se tem, hoje, é o “consumo sustentável” sendo discutido em um contexto racional e linear, que carrega consigo as inconsistências do termo “desenvolvimento sustentável”, cunhado em 1987. Falar sobre sustentabilidade, aquela originária dos limites biofísicos, é falar sobre um conceito muito mais multifacetado e ambíguo do que assumir uma relação linear entre a compra e o resultado que ela implica. A mera oferta de um produto que é ambientalmente menos impactante não vai transformar o consumo em sustentável, mascarando um discurso de manutenção do *status quo* que a poucos serve.

UMA NOVA VISÃO

Para que o consumo possa ser um dos facilitadores para a real sustentabilidade, faz-se necessário um olhar crítico quanto ao tipo de desenvolvimento que almejamos como sociedade humana. É necessário conjugar diversos atores e instrumentos nesse sentido, e não confiar que toda a solução emergirá dos mecanismos de mercado.

Atores como o poder público, o setor privado, a sociedade organizada e os indivíduos devem manejar os mais diversos instrumentos de transformação conforme suas competências, possibilidades e atribuições, partindo de um desenvolvimento sustentável biofísicamente limitado. Vale mencionar desde instrumentos de comando e controle, passando por econômicos, de autorregulação, articulação e mobilização, até os informacionais, especialmente a educação para o consumo voltado à sustentabilidade.

No Brasil, temos presenciado movimentos positivos desses atores e utilizando esses instrumentos. Para começar com instrumentos de comando e controle, políticas públicas têm sido elaboradas para exigir a comunicação de impactos que um produto pode causar na saúde de seus consumidores e para dar tratamento mais restritivo a determinados setores. Cabe citar, a proibição da exploração do amianto, mineral ambiental e socialmente pernicioso. É um sinal de que

alguns produtos não mais serão tolerados pela sociedade, ainda que existam em abundância.

O poder público tem figurado, ainda, como um importante ator no uso de instrumentos econômicos, tanto ao trabalhar com a extrafiscalidade ambiental de alguns tributos (como a redução da alíquota do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS para produtos que sejam mais eficientes do ponto de vista energético) quanto ao estimular as compras públicas como indutoras de sustentabilidade. Com relação a esse último aspecto, dados de 2014 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que aproximadamente 20% do produto interno bruto (PIB) nacional é gasto em compras e contratações. Quase todas as políticas públicas são executadas por meio de contratações, e em 50% dos municípios brasileiros o poder público é o maior agente econômico. Assim, ao inserir atributos de sustentabilidade ambiental e social em seus editais, o Estado sinaliza para o mercado o novo modelo de desenvolvimento que o Brasil busca para si.

Em termos de autorregulação, identifica-se um enorme crescimento de ferramentas de comunicação de atributos socioambientais em produtos, entre eles, selos e certificações. Eram mais de 600 em 2015, de acordo com estudos então realizados pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). Além disso, há avanços nas normatizações. A mais recente é a ISO 20400, de compras sustentáveis, que aponta diretrizes para aliar sustentabilidade à estratégia organizacional e integrá-la às políticas de aquisições das empresas.

A sociedade organizada também tem pressionado tanto as corporações quanto o poder público para um modelo de consumo social e ambientalmente menos impactante. No caso do consumo infantil, por exemplo, exige-se que a venda de refrigerantes em escolas seja controlada; que políticas e práticas de publicidade dirigidas a esse público sejam revistas; e que açúcar, gorduras e sódio nos alimentos destinados a crianças e adolescentes sejam reduzidos.

Já com relação ao setor produtivo, é possível identificar duas grandes frentes: produtor e fornecedor de bens e serviços; e comprador de insumos para a sua atividade (nesse caso, destacam-se sistemas de avaliação de fornecedores que consideram critérios de sustentabilidade, afastando-se do mantra preço, prazo e qualidade). Em ambas, pode-se identificar grande potencial de impacto na tomada de decisão. Espera-se que sejam avanços na busca por modelos de negócios que venham a oferecer mais valor aos consumidores, atentando-se aos limitados recursos ecossistêmicos.

INICIATIVAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL

SETOR PÚBLICO	SETOR PRIVADO
<p>Esforço conjunto para acessar produtos sustentáveis nas compras brasileiras federais</p> <p>Sistemas de compras compartilhadas entre organizações do governo federal brasileiro geram ganhos de escala que viabilizam a aquisição de produtos com padrões socioambientais pelo mesmo preço e, em alguns casos, por valores menores do que os produtos convencionais.</p>	<p>Modelo de negócio baseado no design berço ao berço (<i>cradle to cradle</i>) no mercado americano</p> <p>Criação de um carpete de uso comercial que pode ser reciclado ilimitadamente, sem perder a sua qualidade, reduzindo a necessidade de extração de novas matérias-primas, e o volume de resíduos em seu descarte.</p>
<p>Proteção aos Direitos Humanos dos fornecedores na China, por meio de compras públicas da cidade de Estocolmo</p> <p>Com base em um relatório que denunciou a violação de direitos trabalhistas de um fornecedor de tecnologia da informação (TI) na China, a cidade de Estocolmo pressionou a contratada a remediar as violações e se responsabilizar pela sua cadeia de fornecimento.</p>	<p>Mudança na cadeia de suprimentos para redução de resíduos</p> <p>Uma empresa americana de entretenimento identificou que a embalagem das bebidas oferecidas em seus eventos era o material que tinha maior impacto ambiental. Para diminuir os resíduos, passou a contratar barris de vinho de quatro uvas, o que gerou uma redução, só em 2016, de 65.130 garrafas, 97,7 toneladas de vidro, 5.427 caixas de papelão e 65.130 rolhas e cápsulas.</p>
<p>Desenvolvimento de fornecedores para atender à demanda por eficiência energética da Universidade da Califórnia (EUA)</p> <p>Dois fabricantes de congeladores de ultrabaixa temperatura desenvolveram equipamentos com melhor eficiência energética para atender à demanda de compras públicas da Universidade da Califórnia, passando a ser os modelos da instituição, a fim de que ela possa cumprir suas metas de combate às mudanças climáticas até 2025.</p>	<p>Adesão a sistemas de autorregulação no setor de vestuário, reduzindo o impacto ambiental e social na produção de algodão</p> <p>Multinacionais do setor têxtil têm aderido a programas de produção sustentável de algodão, estimulando sua cadeia de fornecimento a práticas ambientais e sociais menos impactantes. Têm, inclusive, fixado metas para que 100% do fornecimento atenda ao que se esperaria de um fornecimento sustentável. Algumas vão além do critério de algodão orgânico e incluem questões como: pegada hídrica do produto, uso de produtos químicos, impacto na qualidade do solo e condições éticas de trabalho.</p>

FONTE: SUSTAINABLEPURCHASING.ORG E MARKET-NEWS.ECOVADIS.COM

Economia compartilhada, substituição de produto por serviço, economia circular e sistema do berço ao berço (*cradle to cradle* – veja exemplo no quadro) têm sido algumas alternativas que se avizinham aos modelos citados. Mas são experiências pontuais e que dependem exclusivamente da maturidade da empresa em entender que são estratégicas para o negócio. Agrega-se a isso o fato de que tais iniciativas não nascem levando em conta a necessidade de adaptação para um cenário de menos consumo. Agem para ressignificar o consumo e os consumidores em busca da sustentabilidade, visando à manutenção do crescimento econômico via consumo.

O desafio do consumo voltado para a sustentabilidade é sistêmico, multifacetado, não linear, e só terá aptidão para entregar o que dele se espera caso o desenvolvimento e o crescimento (quando ainda necessário) sejam vistos por outras

lentes. Acelerar o consumo tem sérios impactos no clima global, na oferta de água e de terra cultivável, e pode atuar como uma trava para o desenvolvimento sustentável. As mudanças, portanto, precisam ser disruptivas; não há mais tempo nem espaço para as alternativas meramente incrementais. ●

PARA SABER MAIS:

- Luciana Stocco Betiol, Thiago Uehara, Florence Laloe, Gabriela Apugliese, Sérgio Adeodato, Ligia Ramos e Mario Monzoni. *Compra sustentável: a força do consumo público e empresarial rumo à economia verde e inclusiva*, 2012.
- Samantha del Pino, Eliot Metzger, Deborah Drew e Kevin Moss. *The elephant in the boardroom: why unchecked consumption is not an option in tomorrow's markets*, 2017.
- Sharachandra Lelé. *Rethinking sustainable development*, 2013. Disponível em: <https://search.proquest.com/openview/1ba679f6856e0f26fd2c1ea3cd32413/1?pq-origsite=scholar&cbl=41559>
- Johan Rockström, Jeffrey Sachs, Marcus Öhman e Guido Traub. *Sustainable development and planetary boundaries*, 2013. Disponível em: post2015ship.org/wp-content/uploads/2013/06/Rockstrom-Sachs-Oehman-Schmidt-Traub_Sustainable-Development-and-Planetary-Boundaries.pdf
- José Eli da Veiga. *Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor*, 2010.

LUCIANA STOCO BETIOL > Professora da FGV EAESP > luciana.betiol@fgv.br