

Sustentabilidade e o Consumidor Ativista

Por Adriano Borges

27/10/2009

O consumo responsável, solidário e ético diz ao consumidor não ser tão vulnerável a propagandas e marcas famosas, devendo ser mais racional na escolha, de forma a captar o valor de uso do que adquire.

Sustentabilidade é um conceito em construção, de forma que é possível observar cotidianamente os mais diversos usos para esta mesma palavra. Mais que em construção, sustentabilidade é um conceito em disputa e em disseminação. O processo de disseminação de um novo conceito é um processo de translação e apropriação, de forma que é natural que um novo conceito passe por fases de “bagunças teóricas”.

No entanto, o conceito de sustentabilidade adquiriu nos últimos anos um grau e uma capacidade de disseminação que nem mesmo os ambientalistas imaginavam uma década atrás. Assim, vamos passar nos próximos anos por um processo de refinamento e melhor definição desse conceito, e é neste momento que a disputa é mais acirrada.

Neste amadurecimento do conceito de sustentabilidade, algo fundamental é seu caráter multidimensional. Alguns autores falam em sustentabilidade ambiental, econômica e social; mas as dimensões da sustentabilidade vão além e podem ser vistas como um leque de dimensões que se interrelacionam, como a ecológica (estoque e uso de recursos naturais utilizados na produção e no consumo); ambiental (capacidade da natureza para absorver e recuperar-se das agressões); demográfica (à luz das duas anteriores, analisar o impacto da dinâmica demográfica); cultural (preservação de valores e práticas com base na integração nacional, regional e local); social (melhoria da qualidade de vida e justiça distributiva); política (possibilidades de construção participativa da cidadania e de um novo projeto de desenvolvimento) e institucional (como todos esses aspectos se refletem em nossas instituições sociais, políticas e econômicas) .

CONSUMIDOR COMO UM NOVO ATOR POLÍTICO

A política está passando por transformações. Os sistemas de atuação, as formas de pensar a ação, os estilos de atuação e a própria cultura política têm sofrido grandes desconfigurações e buscam um novos significados. Giddens (1991, 1996) apresenta o conceito de “políticas de vida”, como sendo uma expressão moderna da política e que indica o rumo do que será a política no futuro. Esse conceito é uma expressão política que se ocupa das lutas e disputas sobre como se deve viver, tanto na perspectiva individual como coletiva.

Movimentos como o feminista e o ecologista são apontados como exemplos das lutas de “políticas de vida”, e a importância alcançada por tais expressões refletem a importância que esta forma de política já têm na contemporaneidade (GIDDENS, 1991, 1996).

Beck (1997 , apud PORTILHO, 2005) e Giddens (1991, 1996) se referem a um esvaziamento das instituições e das formas tradicionais de política, como sindicatos e comícios, partidos e campanhas. Em contraposição surgem manifestações não institucionais de política, o que seria a nova cultura política, que se expressa nos meios de comunicação, em iniciativas de cidadãos, movimentos sociais etc.. (BECK, 1997 , apud PORTILHO, 2005). As “velhas políticas” vêm cedendo espaço para as “novas políticas”.

Fátima Portilho cita Carvalho (2001 , Apud PORTILHO, 2005) para dizer que essa visão positiva do que seria a nova política não é consenso. A autora apresenta três grupos diferentes de autores, que se dividem em três interpretações: que se vive um período de decadência da política e sobreposição do privado sobre o público; que há uma crise políticas, mas que é um processo de repactuação entre o público e o privado; e que está em surgimento uma nova e promissora cultura política (PORTILHO, 2005).

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR ATIVISTA

Crescem as manifestações de consumo que se caracterizam como formas de atuação política. São definidos os atos de consumo que atuam na proteção do meio ambiente, os comportamentos de compra que buscam reduzir as desigualdades de renda, o consumo que beneficia os produtores pobres dos países subdesenvolvidos, entre outras diversas manifestações.

A pesquisa “A (In)Adequação das Teorias do Comportamento do Consumidor para a Análise do Consumidor Ativista”, de Adriano Borges, pesquisador do Instituto Pólis, buscou analisar exatamente o comportamento desses atos de consumo que possuem uma intencionalidade política em sua efetivação. São formas de consumo que não buscam apenas satisfação individual, o auto-prazer ou a distinção social, mas que se caracterizam como formas de ativismo. Portanto, dentro desse conceito existem diversas manifestações sobre intencionalidades diferentes.

Sobre as conclusões da pesquisa, o autor destaca dois aspectos: o papel do status e da construção da individualidade na adoção de comportamentos de consumo ativista, bem como a racionalidade existente neste atos. A análise de pesquisas realizadas com consumidores mostrou que os chamados sistemas de valores são altamente explicativos de comportamentos de consumo ativistas, principalmente o sistema de valor chamado de simplicidade voluntária. O pesquisador conclui: “Desta forma, a construção de uma identidade social baseada na simplicidade pode bem apontar para

uma forma diferenciada e atual de status como elemento importante na explicação de comportamentos de consumo tidos como ativistas”.

O consumo ético tem em seu discurso a racionalidade nas escolhas de compra. O consumo verde diz que as pessoas devem ser racionais ao escolherem o que compram para que o meio ambiente não seja prejudicado. O consumo responsável, solidário e ético diz para o consumidor não ser tão vulnerável a propagandas e marcas famosas, devendo ser mais racional na escolha, de forma a captar o valor de uso do que é adquirido, além de avaliar as externalidade negativas envolvidas em tais atos de compra.

Já no que diz respeito ao campo produtivo, a pesquisa destacou a necessidade de se considerar o capital natural como um capital inicial, acumulado e que estamos passando por um processo de descapitalização de capital natural. Neste ponto é necessário destacar que a mudança para uma sociedade de fato sustentável passa também por resignificar a própria natureza, deixando-a de ver apenas como um recurso econômico.

Como consequência, a tendência na construção de uma sociedade mais sustentável é buscar aumentar a produtividade e a eficiência energética, das matérias primas e dos recursos naturais como um todo, pois é fundamental reduzirmos o desperdício de recursos existente hoje.

O caminho da sustentabilidade passa também pelo desenvolvimento de mecanismos de internalização de externalidades e o desenvolvimento de mecanismos de responsabilização do tipo “poluidores pagadores”. Também é necessário ressaltar sobre esse ponto que o desenvolvimento desses mecanismos de mercado possuem seus limites, pois acabam legitimando e permitindo ações poluidoras, se estas são pagas e mitigadas.

Por fim, destaca-se a importância das soluções “públicas” e “coletivas” no futuro das cidades sustentáveis, afirmando que a sustentabilidade caminha também para a substituição de carros por metrô e ônibus, por exemplo.

No plano de fundo de todo este debate está um processo de recontextualização do que é desenvolvimento e subdesenvolvimento. A teoria atual de desenvolvimento separa aqueles que “chegaram lá” e diz ao resto onde devem chegar. Um novo paradigma pressupõe outra referência de desenvolvimento que certamente não é o padrão de vida americano, pois já está claro que ele não pode ser universalizado.