

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

Consumo sustentável no imaginário e nas práticas da nova classe média: um estudo de caso¹

Izabelle Vieira²
Fátima Portilho³

Resumo

Discursos que preconizam a redução do consumo com vistas a salvaguardar o meio ambiente tem se intensificado nas últimas décadas. Concomitantemente, o Brasil vivencia um momento em que uma grande parcela da população passa a ter acesso ao crédito e incremento em sua renda, o que acaba por elevar seus padrões e níveis de consumo. Do ponto de vista analítico, tal situação parece paradoxal: de um lado a possibilidade de aumento do consumo e, de outro, os discursos que preconizam a sua redução. Assim, o presente artigo trará elementos para compreensão de como o consumo sustentável se institucionalizou no Brasil, e um breve mapeamento do debate acerca do fenômeno da ascensão econômica das camadas menos favorecidas no país – doravante denominadas como “nova classe média”. Em seguida é apresentado um estudo de caso que traz indicativos sobre como indivíduos pertencentes a este contingente populacional se posicionariam frente aos discursos e propostas de consumo sustentável, preconizados por ambientalistas, órgãos governamentais e empresas. O estudo revelou que as propostas de consumo sustentável confrontam com concepções sobre o que vem a ser “normal” e aceitável no cotidiano. Também são apontados e discutidos alguns impasses de ordem filosófica e prática, implícitos nas respectivas propostas. Somados, tais fatores limitam a adoção dos comportamentos tidos como sustentáveis. A partir da análise teórica e empírica, admite-se neste estudo que a preconização de comportamentos ambientalmente benignos a serem seguidos pelos cidadãos parece conter um caráter normatizador. A hipótese geral é de que o consumo sustentável podem ser visto como uma nova moralidade e, por conseguinte, configura-se como um tipo particular de processo civilizatório.

Palavras-chave: nova classe média; consumo; sustentabilidade.

¹ O presente artigo é parte de uma pesquisa mais ampla, intitulada “Sustentabilidade nas práticas de consumo na ‘nova classe média’” e apresentada em 2014 como Dissertação de Mestrado ao programa CPDA/UFRRJ.

² Mestre em Ciências Sociais (CPDA/UFRRJ). E-mail: representar.mg@hotmail.com

³ Doutora em Ciências Sociais (Unicamp); Professora do CPDA/UFRRJ. E-mail: faportilho@yahoo.com.br

1. Introdução

A iminência de uma crise ambiental tem sido anunciada há décadas por ambientalistas. Os problemas ambientais vêm ganhando crescente notoriedade pública, e os discursos que preconizam a responsabilidade do Estado, das empresas e das organizações não-governamentais (ONGs) em solucioná-los passam a incluir também o papel dos indivíduos em suas práticas cotidianas, principalmente as de consumo:

“Para prevenir o colapso da civilização humana é necessário nada menos do que uma transformação generalizada [...]. Essa transformação rejeitaria o consumismo – a orientação cultural que leva as pessoas a encontrar significado, satisfação e reconhecimento através daquilo que consomem” (ESTADO DO MUNDO, 2010, p. 3).

Neste sentido, os países de economia emergente e suas populações representam um desafio ambiental para as ideologias que defendem a redução nos níveis de consumo: “[...] com o aumento da renda discricionária, as pessoas passaram a gastar mais em bens de consumo: alimentos mais pesados, moradias maiores, televisões, carros, computadores e viagens de avião” (ESTADO DO MUNDO, 2010, p. 4). O Brasil, uma destas economias emergentes, nos últimos anos optou por uma política econômica que fortalecesse o mercado interno, legitimando a ascensão social de uma grande parcela de sua população por meio do consumo, o que representa um desafio às ideologias que promulgam o consumo sustentável.

2. “Nova classe média” no Brasil

É possível observar uma recente e significativa alteração na composição socioeconômica brasileira, onde camadas mais pobres da população passaram a ter um incremento em sua renda familiar. Diversos autores têm buscado compreender tal fenômeno, travando um intenso debate sobre a sua conceituação: estaríamos diante de uma “nova classe média”, ou tratar-se-iam apenas dos mesmos “trabalhadores precarizados” de outrora? Embora não haja consenso sobre a resposta para esta questão, é fato que a melhoria nas condições socioeconômicas deste segmento representa uma profunda alteração social com impactos nos padrões e níveis de consumo.

As análises comumente apresentadas sobre este fenômeno estão, em grande medida, centradas no aspecto econômico da composição social brasileira. O termo “nova classe média” foi criado pelo economista Marcelo Neri (CPS/FGV 2008a, 2008b, 2009, 2010a, 2010b, 2011; NERI, 2012) para nomear uma parcela da população brasileira que, desde 1994, teve seus rendimentos aumentados a partir da estabilização da moeda, do crescimento dos postos formais de emprego, do acesso ao crédito e do aumento do consumo. Segundo Neri (2012, p. 19-20), a “nova classe média” aufere a renda média da população no sentido estatístico, estando compreendida entre aqueles acima da metade mais pobre e um pouco abaixo dos 10%

mais ricos, tomando por base pesquisas domiciliares⁴. Avaliando mais profundamente a alteração na composição social brasileira, observa-se que o aumento da classe média tem sua origem na ascensão dos indivíduos oriundos de segmentos econômicos menos favorecidos. O impacto desta recente redistribuição de renda no Brasil é tão significativo, que a classe média corresponde atualmente a mais da metade da população brasileira (55,05%) e concentra o maior poder de compra no país: 46,6%. As classes superiores correspondem a 11,76% da população e concentram um poder de compra de 45,6% (NERI, 2012, p.27-29), o que é indicativo de uma sociedade ainda bastante desigual.

O sociólogo Jessé Souza, o economista Marcio Pochmann e os cientistas políticos Amaury Souza e Bolívar Lamounier são importantes pesquisadores brasileiros que também investigaram tal fenômeno de ascensão econômica. Estes autores exploram os critérios implicados na definição de classe, sejam eles objetivos, tais como, educação, renda, ocupação e prestígio obtido com o emprego; e subjetivos, como, crenças, valores e estilos de vida – estes últimos característicos de uma identidade de classe, no sentido marxista. A partir de destes critérios, tais autores defendem que as mudanças socioeconômicas observadas no país nos últimos anos não seriam suficientes para caracterizar o surgimento de uma classe média. As críticas de Pochmann e de Souza & Lamounier à definição de nova classe média são decorrentes de suas análises de que a camada da população de que trata Neri, apresenta baixa escolaridade, trabalha em condições precárias e em postos de trabalhos subalternos, não possuindo os meios necessários para manterem as condições recém-adquiridas num longo prazo. Jessé Souza (2012) também defende que este contingente populacional não pertence a uma classe média convencional, uma vez que não possui os capitais impessoais mais importantes da sociedade moderna: capital econômico e capital cultural.

No acirrado debate entre defensores e críticos, há autores que buscam relativizar o conceito de *nova classe média*, apontando a relação existente entre consumo, desigualdade e mobilidade social. Para Bomeny (2011), embora as ocupações, a renda e os hábitos deste heterogêneo grupo possam caracterizar seus membros como “pobres”, alguns de seus padrões de consumo atualmente os aproximam da classe média e até mesmo alta – mesmo com as limitações que estes sujeitos apresentam no que tange à habitação, educação e saúde, entre outros aspectos. Veloso (2011) defende que, ao contrário da sociedade norte-americana, onde as descrições raciais são fortes, a sociedade brasileira é paradoxal e as diferenças são negociadas de forma sutil. Os conflitos de classe e de renda são, superficialmente, equalizados a partir da ascensão material destas “novas classes médias”. Não obstante, no nível mais profundo, as mesmas práticas de consumo que apontam para uma melhoria do padrão de vida material das pessoas, reforçam a segregação e a hierarquização de classes no Brasil, por exemplo, por meio dos diferentes usos que cada classe social faz feitos dos mesmos bens.

⁴ Foram adotadas as seguintes pesquisas domiciliares: Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio – PNAD e a Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF.

3. Consumo sustentável

A inclusão social dos segmentos econômicos menos favorecidos da sociedade brasileira é um fenômeno de grande importância, dada a histórica desigualdade de renda em nosso país. Entretanto, isso acaba por proporcionar uma série de desafios e impasses quando o assunto é analisado do ponto de vista ambiental, em especial no que tange aos discursos e propostas de mudança em direção à produção e consumo mais sustentáveis. Afinal, estes “novos” consumidores adquirem poder aquisitivo justamente em uma época onde se intensificam discursos e políticas de cunho ambiental que visam restringir, alterar e regular o consumo.

Segundo Portilho (2010), a exploração excessiva da natureza, juntamente com a desigualdade na distribuição das benesses de tal exploração, levou à reflexão acerca da insustentabilidade socioambiental dos padrões de consumo atuais. A autora identifica dois deslocamentos discursivos da definição da questão ambiental que contribuíram para o processo de ambientalização do consumo.

Inicialmente, o aumento populacional nos países do Hemisfério Sul era identificado como o principal responsável pela degradação ambiental. Posteriormente, a responsabilidade passou a ser atribuída ao modelo de produção, principalmente nos países do Hemisfério Norte. A partir dos anos 1990 surge um novo discurso dentro do pensamento ambientalista internacional, o qual relaciona a degradação ambiental não mais exclusivamente ao aspecto da produção mas também, e principalmente, aos elevados padrões de consumo e estilos de vida dos indivíduos, sobretudo nas sociedades afluentes. Eis os deslocamentos discursivos: da responsabilização do aumento populacional para a responsabilização do sistema produtivo pela crise ambiental e, por fim, para a responsabilização do consumo. Neste sentido, as ações individuais no âmbito das escolhas de consumo passaram a ser defendidas por inúmeros pesquisadores e instituições, e consideradas como uma boa estratégia de mudança rumo a uma sociedade sustentável.

A percepção do impacto ambiental dos padrões e níveis de consumo, a qual ganhou força a partir dos anos 1990, atingiu seu ápice na Conferência Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em Johannesburgo, em 2002. Um dos resultados da conferência, o Plano de Implementação de Johannesburgo, fez um “forte chamado ao mundo”, propondo a elaboração de um marco de programas, com duração de dez anos (10YFP)⁵, para apoiar e fortalecer iniciativas nacionais e regionais que acelerem as mudanças em direção a padrões de produção e consumo mais sustentáveis. Esse debate deu origem ao Programa de Consumo e Produção Sustentável, que ficou conhecido como Processo Marrakech⁶, coordenado pelas agências UNEP e UNDESA⁷ e que deveria ser debatido durante dez anos através de consultas regionais (PORTILHO & RUSSO, 2008). O objetivo do Processo Marrakech consiste em “dar aplicabilidade e

⁵ Sigla em inglês para “10-Year Framework Programme”.

⁶ A primeira reunião do Plano de Implementação de Johannesburgo foi realizada em abril de 2003, em Marrakech/Marrocos, razão pela qual o processo global de consultas, elaboração, apoio e fortalecimento de iniciativas nacionais e regionais para acelerar as mudanças em direção a padrões de produção e consumo mais sustentáveis passou a ser chamado de Processo Marrakech (PORTILHO & RUSSO, 2008).

⁷ *United Nations Environmental Program* e *United Nations Department of Economic and Social Affairs*, respectivamente, nas siglas em inglês.

expressão concreta ao conceito de Produção e Consumo Sustentáveis – PCS” (MMA, p.11), estimulando cada país a desenvolver seu próprio plano de ação e a compartilhá-lo com as outras nações participantes com vistas à construção do *Global Framework for Action on SCP* (Marco Global para Ação em Consumo e Produção Sustentável)⁸. Este programa configurou-se como um novo marco ao incluir a dimensão do consumo nas políticas voltadas à sustentabilidade.

Em 2007, o Brasil aderiu formalmente ao Processo de Marrakech e, no ano de 2008, a Portaria nº 44, de 13 de fevereiro, instituiu o Comitê Gestor Nacional de Produção e Consumo Sustentáveis, onde vários ministérios e parceiros do setor privado e da sociedade civil foram articulados com a finalidade de debater e identificar ações que pudessem levar o Brasil a padrões mais sustentáveis de consumo e produção nos próximos anos.

As discussões sobre consumo sustentável parecem eleger um conjunto de práticas como sendo ideais, adequadas e moralmente superiores, as quais devem ser seguidas pelos cidadãos com vistas a mitigar os problemas ambientais das sociedades contemporâneas. Assim sendo, a incorporação dos discursos ambientais no cotidiano das sociedades poderia ser visto um tipo particular de processo civilizador, pois preconiza uma postura universalizante, com comportamentos desejáveis e esperados de todos os indivíduos ou grupos humanos.

Para Portilho (2009) as escolhas de consumo estão sempre enraizadas em experiências concretas de pertencimento a uma determinada comunidade moral, ou seja, um grupo de indivíduos que partilham a mesma base normativa, onde algumas escolhas são consideradas moralmente corretas e superiores a outras. Desta forma, o consumo seria um comportamento permeado por regras e valores morais. O que comprar, onde comprar, quanto pagar e economizar são, portanto, decisões morais que produzem e expressam cultura.

Do ponto de vista analítico, parece configurar-se um paradoxo entre a possibilidade de aumento do consumo, recém-adquirida por uma grande parcela da população brasileira, e a nova moralidade imposta pelas propostas de consumo sustentável, segundo as quais, todos devem reduzir seus padrões e níveis de consumo.

4. Práticas de consumo da “nova classe média”: Um estudo de caso

Cumprir destacar que o presente artigo é parte de uma pesquisa mais ampla, apresentada como Dissertação de Mestrado ao programa CPDA/UFRRJ⁹. O estudo de caso ora apresentado trata da participação de uma das informantes, pois se acredita tratar de um caso emblemático de ascensão econômica, representações do consumo e crenças sobre sustentabilidade, uma vez que, suas falas e práticas resumem, nos princípios centrais da análise, o que foi verificado nos demais casos.

⁸ Disponibilizado em: <http://www.unep.fr/scp/marrakech>

⁹ Vieira (2014).

Laura é moradora do bairro de Jacarepaguá, na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro/RJ. Ela se enquadra no perfil debatido tanto por defensores quanto por críticos do conceito de “nova classe média”: renda, ocupação e o potencial de consumo – auferido por meio do Critério Brasil¹⁰. Durante três meses, Laura foi sistematicamente acompanhada em suas compras cotidianas em supermercados e na realização de tarefas domésticas, tais como preparação das refeições, limpeza e organização do domicílio e descarte de resíduos domésticos. Em seguida foi realizada uma entrevista individual em profundidade na tentativa de verificar as representações que ela tinha sobre o tema sustentabilidade, bem como compreender se o suposto paradoxo entre o aumento do consumo e as propostas de redução do mesmo é percebido pela informante e, de que forma ela vivencia algumas das propostas de consumo sustentável em sua vida cotidiana.

Para definir os comportamentos sustentáveis que serviriam de base para a pesquisa de campo, foram selecionados documentos, aos quais denominamos neste trabalho como “manuais de consumo sustentável”, provenientes de instituições que, ao menos em tese, representassem os três setores: Estado, mercado e sociedade civil¹¹. Destaca-se que a análise da eficácia das propostas de consumo sustentável para o enfrentamento de um suposto colapso ambiental, não é objetivo deste trabalho. Como são muitas as ações promulgadas, especial atenção foi dada a quatro delas, devido ao fato de que as mesmas se repetiam na maioria dos manuais de consumo sustentável. São as seguintes ações: “consumir apenas o necessário”¹²; “reutilizar produtos e embalagens”¹³; “optar por produtos que utilizem o mínimo de embalagem e que esta seja feita com o material menos danoso possível ao meio ambiente (biodegradável, reutilizado/reutilizável, reciclado/reciclável, entre outros)”¹⁴; “separar os resíduos orgânicos e os recicláveis [...] do lixo imprestável, encaminhando para a reciclagem”¹⁵.

5. Quem é Laura

Laura, 32 anos, tem três filhos (dois meninos com 12 e 3 anos de idade e uma menina, então com 9 meses). Estudou até o 5º ano do ensino fundamental e atualmente trabalha, com carteira assinada, como auxiliar de limpeza em um condomínio no mesmo bairro onde mora – Jacarepaguá –, auferindo uma renda mensal de aproximadamente R\$ 1.600, somados todos os seus rendimentos.

Laura afirma que sua vida tem melhorado nos últimos anos. Ela atribui a melhoria socioeconômica ao emprego formal e, principalmente, à sua segunda união afetiva, pois após este evento conseguiu adquirir a casa onde mora e pôde alimentar melhor a si e à sua família. Esta percepção evidencia a relação entre

¹⁰ O Critério Brasil estima e pontua o acesso de bens duráveis tais como, TV, rádio, lava-roupas, entre outros, e também considera ainda o grau de escolaridade do chefe da família (Cf. ABEP, s.d.)

¹¹ São as seguintes instituições: Ministério do Meio Ambiente (MMA), Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), Instituto Akatu para o Consumo Consciente (Akatu), Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Instituto Kairós (Kairós) e Associação Civil Alternativa Terrazul (Terrazul).

¹² Citado por Secom, MMA, Akatu, Kairós, Terrazul.

¹³ Citado por Secom, MMA, Akatu, Kairós e Terrazul.

¹⁴ Citado por Secom, Idec, MMA, Kairós e Terrazul.

¹⁵ Citado por Secom, Idec, MMA, Akatu e Terrazul.

mobilidade social e casamento. Ribeiro (2007) defende que mesmo as mulheres que estão no mercado de trabalho de forma consistente costumam se casar com homens que têm posições de classe com status socioeconômico mais alto do que as suas.

Um dos motivos que, na concepção de Laura, a impede de relacionar a mobilidade socioeconômica percebida, prioritariamente, com o trabalho é o fato de que sua renda diminuiu entre 2009 e 2012. Na época ela trabalhava, também com carteira assinada, como empregada doméstica, recebendo vencimentos na ordem de R\$ 1.000 e resolveu sair do emprego, pois sua empregadora era “muito chata”. Meses depois estava empregada em seu trabalho atual, que lhe confere rendimentos menores. Ela diz que esta mudança fez com que seu padrão de vida caísse, e por isso se arrepende da troca de empregos. É curioso pensar que mesmo com a responsabilidade sobre seus três filhos pequenos e tendo baixa escolaridade – o que, em tese, reduziria suas chances de empregabilidade – Laura tenha se arriscado a abandonar o emprego. Ocorre que, os anos 2000 foram marcados pela grande expansão dos empregos formais, sobretudo aqueles cujos rendimentos giravam em torno de 1,5 salário mínimo (cf. POCHMANN, 2012); o que poderia ser explicativo do sentimento de confiança de Laura ao optar pela troca de emprego.

Os rendimentos de Laura são provenientes de variadas fontes: em seu emprego formal recebe salário mínimo e cesta básica; é contemplada pelo programa social Bolsa Família¹⁶; recebe “ajuda” financeira de seu companheiro e; auferir ganhos financeiros provenientes de trabalhos avulsos que realiza, tais como, fazer faxinas, passar roupas, vender cosméticos (Natura) e comercializar produtos diversos em sua “quitandinha” – nome dado ao minúsculo armazém que ela construiu em um cômodo na entrada de sua residência. Ela conta que os produtos que recebia mensalmente na cesta básica excediam o consumo de sua família e, então, teve a ideia de vender os itens que sobravam. Laura improvisou prateleiras, comprou produtos de limpeza, cigarros, refrigerantes, biscoitos, doces, balas, e passou a vendê-los aos vizinhos, juntamente com os produtos de sua cesta básica.

¹⁶ Implantado em 2003, o “Bolsa Família” é um programa do Governo Federal que objetiva transferência de renda às famílias em situação de pobreza e extrema pobreza - com renda per capita de até R\$ 140 mensais - que associa à transferência do benefício financeiro do acesso aos direitos sociais básicos - saúde, alimentação, educação e assistência social.



IMAGEM 1 – Fachada da quitanda de Laura
Fonte: Isabelle Fernanda Silveira Vieira



IMAGEM 2 – O interior da quitanda de Laura
Fonte: Isabelle Fernanda Silveira Vieira

A casa de Laura merece destaque, pois parece refletir o paradoxo embutido no termo “nova classe média”. A falta de reboco nas paredes, o chão de cimento batido, as portas e janelas substituídas por lençóis e estes, presos por pregos às paredes contrastam com os eletrodomésticos sofisticados da cozinha, com o ar condicionado e as duas televisões, uma delas, a do único quarto onde toda a família dorme, em LCD de 49 polegadas¹⁷. Longe de ter uma visão moralista do consumo (SCHUDSON, 2007) e das prioridades de Laura, o paradoxo consiste justamente nas condições precárias de subsistência material em contraste com a posse de bens tipicamente atribuídos aos grupos mais abastados (VELOSO, 2011), cuja aquisição se dá à custa de um imenso esforço pessoal (SOUZA, 2012).



IMAGEM 3 – Parte do quarto da família de Laura
Fonte: Isabelle Fernanda Silveira Vieira



IMAGEM 4 – Móvel do quarto de Laura
Fonte: Isabelle Fernanda Silveira Vieira

¹⁷ A casa de Laura tem apenas um quarto, onde dorme ela, os três filhos e, eventualmente, seu companheiro. A pouca distância entre a porta de entrada e os móveis não permite uma foto do ambiente por inteiro. Por esta razão, o quarto de Laura foi fotografado em dois ângulos diferentes: Na *Imagem 3* é possível ver a disposição das camas e, na *Imagem 4* podem ser vistos um dos televisores da casa e dois aparelhos de DVD.

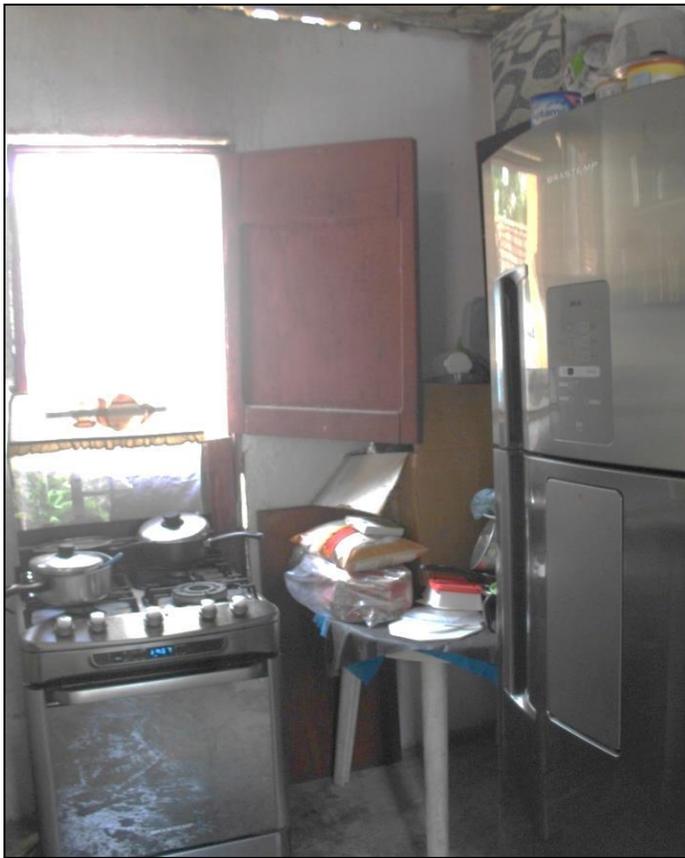


IMAGEM 5 – A cozinha de Laura

Na imagem podem ser vistos os eletrodomésticos, em aço inox, com painéis *touch screen*. A caixa de papelão, no canto direito, contém um exaustor, no mesmo padrão, o qual não foi instalado por falta de espaço no cômodo.

Fonte: Izabelle Fernanda Silveira Vieira

Sobre os eletrodomésticos da cozinha, Laura conta que, quando seus parentes, moradores da zona rural do Piauí, vem visitá-la, ficam impressionados com a beleza e sofisticação dos mesmos, estabelecendo relação entre eles e a condição econômica de Laura:

Eles veem [os eletrodomésticos] e acham que eu tenho dinheiro. Eles me acham metida a besta (sic) também, por causa das minhas roupas, mas é tudo [as roupas] ganhado dos moradores [do condomínio onde trabalha]. (Laura)

Ela lembra que, quando comprou os eletrodomésticos da cozinha, há cerca de três anos, seu marido a criticou, dizendo que ela queria “parecer alguém que não era”, que queria parecer *rica*. Mesmo ante a esta crítica, Laura comprou os eletros, pois este era um de seus sonhos, que ela enfim tinha oportunidade de realizar.

Grimson (2012, *apud* FIGUEIRO, 2013, p.19) fala da estigmatização dos setores populares como sendo ilegítimos beneficiários de um estilo de vida ao qual não deveriam aspirar, dado que não possuem a cultura necessária para desfrutar de tal modo de vida. A isso, Figueiro (2013) chama de moralização do consumo e

da utilização dos bens. Para o autor, a ilusão democrática do livre acesso a todas as mercadorias se contrapõe à classificação social dos objetos, os quais seriam próprios a cada setor da sociedade. Figueiro (2013, p. 24) também critica o “mito do *homo economicus*”, o qual preconiza que os indivíduos são seres racionais e buscam a maximização de seus recursos:

[...] o discurso sobre a racionalidade gera uma demarcação moral das práticas sociais do consumo – ao fazer do *gasto improdutivo*¹⁸ uma prática exclusiva das classes altas e fazer desta mesma relação social uma patologia dentre os setores pobres – aonde existe uma continuidade que não se vincula unicamente aos recursos disponíveis¹⁹ (FIGUEIRO, 2013, p. 27, tradução minha).

Barros & Rocha (2007, p.6), por seu turno, chamam de “consumo de pertencimento”, a posse de determinados bens, tais como eletroeletrônicos por parte das populações de baixa renda. Para os autores, a aquisição deste tipo de item permite que o indivíduo supere a identidade de “pobre”, substituindo-a pela de “consumidor” e, desta forma, ele constrói uma identidade positiva junto a seus pares e aos mais favorecidos.

Veloso (2011) acredita que os bens tenham um importante papel no imaginário sobre classes, por parte das camadas populares de nossa sociedade. A autora aponta que a posse de determinados bens poderia ser vista como uma negociação simbólica da tradicional desigualdade entre os indivíduos de classes sociais diferentes.

6. Excertos da pesquisa

A pesquisa revelou que, durante as compras, aspectos como a otimização do tempo, a economia financeira, o cuidado com a família e as concepções de normalidade no que tange à limpeza, ao conforto e à praticidade, apareceram como valores importantes para Laura. Miller (2002) destaca que a noção de economia não é universal. Segundo o autor, é comum que os sujeitos transformem o ato de comprar (dispêndio) em um meio de poupar dinheiro, como, por exemplo, quando aproveitam descontos e promoções. Miller (2002) também entende a economia como uma extensão das preocupações com as propriedades inalienáveis, com a casa e com a objetificação do valor, haja vista que, tanto os domicílios mais abastados, quanto os mais pobres, traduzem suas compras enquanto uma forma de economia.

A observação participante revelou ainda que muitas das “práticas corretas” preconizadas pelos “manuais de consumo sustentável” são adotadas pela informante. Contudo, suas motivações, apontadas durante as

¹⁸ O conceito de *gasto improdutivo* é utilizado por Figueiro (2013, p. 27), para designar os gastos que não tem por finalidade a produção nem a reprodução do indivíduo ou da sociedade, ou seja, aqueles que se efetua sem que haja uma utilidade aparente.

¹⁹ O texto original é: “[...] el discurso sobre la racionalidad genera una demarcación moral en las prácticas sociales de consumo – al hacer del *gasto improdutivo* una práctica privativa de las clases altas y al hacer de esta misma relación social una patología de los sectores pobres –, allí donde existe una continuidad que no se vincula únicamente a los recursos disponibles”.

entrevistas, não são de cunho ambiental. É o que acontece, por exemplo, com a economia de água e eletricidade, apontada como uma prática usual, normal e desejável, a qual está diretamente associada ao benefício financeiro decorrente da economia de eletricidade.

A premissa “consumir apenas o necessário” é altamente questionável, pois a delimitação de “necessário” e “supérfluo” é tênue demais para ser definida universalmente. Conforme Barbosa & Campbell (2006, p.37-38), a ideia de “necessidades básicas” tem um apelo político, ideológico e prático, num mundo onde os recursos materiais são distribuídos de forma desigual. O conceito de “necessidades básicas” implica mais do que a reprodução física da existência. Ele inclui também o atendimento de um mínimo necessário para que o indivíduo seja membro efetivo e atuante na sociedade em que vive. Nisso se incluiria o acesso às normas de consumo socialmente estabelecidas. Os autores observam que o supérfluo pode ser considerado como fundamental por determinados grupos e pode ser utilizado para definir critérios de direito, postura moral, participação e constituição nas diferentes sociedades. Não obstante, as noções de básico e supérfluo também permitem que sejam observados mecanismos de poder que lhe são subjacentes: por trás da oposição entre necessário e supérfluo, está a possibilidade de controlar o consumo alheio – especialmente das classes trabalhadoras – e a possibilidade de certos grupos sociais e políticos definirem, autoritariamente, o que se pode e deve consumir. Assim, é considerado digno que as classes menos favorecidas busquem suprir carências culturalmente consideradas básicas, enquanto o consumo orientado para a reprodução de estilos de vida que vão além de tais necessidades é percebido como inadequado ou irresponsável. A própria definição de “pobre” indica, para as pessoas nesta situação, como devem gastar sua renda, seja quantitativa ou qualitativamente. Barbosa & Campbell (2006) afirmam que a verticalização do consumo para as outras classes sociais é vista com temor, de forma que, a partir da legitimação do consumo de “necessidades” e amedrontamento diante do consumo “supérfluo”, são reveladas as raízes puritanas da sociedade contemporânea.

Quando estimulada a discorrer sobre uma possível mudança de seus padrões de consumo, Laura se diz disposta a consumir menos: *“Eu acho que eu me adaptaria, mas deveria todo mundo consumir menos, então. Só o pobre não!”* Sua fala revela a descrença em relação ao comprometimento dos demais indivíduos como uma justificativa plausível para a não adoção da prática de “consumir apenas o necessário”. A informante afirma que os demais indivíduos deveriam adotar esta premissa, somente assim adotá-la-ia também. Olson (1971, *apud* PORTILHO, 2010, p.171) identifica como *inação coletiva* a estratégia segundo a qual os indivíduos buscam maximizar seus interesses evitando a participação em ações coletivas, na expectativa de se beneficiarem do resultado coletivo da ação sem, no entanto, arcar com seus custos. A isto o autor chama de estratégia do “carona” ou *“free rider”*.

Sobre as premissas de “reutilizar produtos e embalagens” e “optar por produtos que utilizem o mínimo de embalagem e que esta seja feita com o material menos danoso possível ao meio ambiente (biodegradável, reutilizado/reutilizável, reciclado/reciclável, entre outros)”, a pesquisa revelou que, embora Laura

reproveite alguns tipos de embalagem e afirme acreditar que tal reaproveitamento faça diferença para o equilíbrio ambiental, suas motivações não são ambientais e sim, relacionadas à comodidade e às suas restrições financeiras. A estética das embalagens, quando reaproveitadas como utensílios de cozinha, também parece ser um fator relevante. Laura reutiliza copos de requeijão, geleia e garrafas pet, mas ressalta: “*eu uso... apesar de que é meio feio, né?!?*”. Durante a entrevista foram apresentados exemplos embalagens de papelão, isopor e plástico. Laura identificou diferenças no tempo de decomposição das mesmas, mas afirmou que esse não é um critério no momento da compra.

Em relação à premissa de “separar os resíduos orgânicos e os recicláveis [...] do lixo imprestável, encaminhando para a reciclagem”, ficou evidente que Laura tem algum grau de informações sobre coleta seletiva. O símbolo da reciclagem (FIGURA 1) é familiar, pois o mesmo parece estar amplamente difundido em alguns dos locais frequentados pela informante em seu cotidiano, como no ambiente de trabalho e na escola que um de seus filhos frequenta.

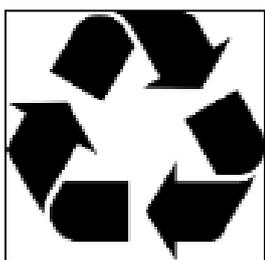


FIGURA I – Símbolo da reciclagem

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Reciclagem>

No que diz respeito ao tratamento dos resíduos, é possível observar que Laura tem uma concepção própria daquilo que deve ser separado. Sua crença difere do que é normalmente promulgado pelos “manuais de consumo sustentável”, segundo os quais o lixo orgânico (molhado) deve ser separado de itens como metais, plásticos, papéis, papelões e vidros, entre outros, o chamado lixo seco ou reciclável. Pôde ser observado que Laura faz algum tipo de separação, mas esta prática não visa à reciclagem. A informante separa e armazena em sacolas plásticas as pilhas, os remédios e as lâmpadas que não lhe servem mais, mas a lixeira comum é o destino de tais materiais. Laura também separa, em um saco plástico “limpo”, os alimentos dos demais resíduos. Ela alega que tem medo de se arrepender de dispensar alimentos na lixeira e querer pegá-los de volta, como já fez outras vezes. São recorrentes as falas de Laura sobre a sacralidade dos alimentos:

Comida é muito abençoada. Todo mundo luta pelo mesmo objetivo, que é ter o que comer. (...) Minha mãe dizia que comida é igual a uma lenda, igual a dinheiro: hoje você tem, mas amanhã você não sabe [se terá]. (Laura)

Segundo Halkier (1999), os indivíduos negociam as propostas de considerações ambientais com outras questões igualmente relevantes, tais como seus desejos e hábitos, restrições financeiras, entre outras. Neste

caso, a crença de que se deva separar os resíduos tenciona com o hábito de separação desenvolvido pela informante em questão, onde tal prática aparentemente está mais relacionada à sua concepção de limpeza e à sua crença sobre a sacralidade dos alimentos.

Os motivos alegados por Laura para não separar o lixo são “*falta de tempo*” e “*preguiça*” – este último parece fazer alusão ao aspecto da praticidade. Há também a justificativa de que mesmo que fizesse a separação de seu lixo reciclável, o mesmo não seria descartado corretamente depois de sair de sua residência, uma vez que, ela sabe que não há coleta seletiva no bairro de Jacarepaguá, local onde mora.

O termo *sustentabilidade* já foi ouvido por Laura, que o vincula ao ambiente natural:

Eu já ouvi falar, mas eu não estou ligada (sic) não. (...) Eu ouvi esta palavra, não é estranha. Eu estou sempre ouvindo... no jornal [televisado] às vezes fala. Eu acho que é um conjunto, de um lugar assim tipo Amazônia com a vida do dia-a-dia. É como as pessoas têm que viver dentro desse planeta. (Laura)

A entrevista revelou que Laura acredita que o planeta será pior para as futuras gerações e que em sua concepção isto está relacionado, sobretudo, à poluição gerada pelo descarte dos resíduos. A dimensão social da sustentabilidade não foi mencionada espontaneamente, evidenciando que, em seu imaginário, a sustentabilidade está mais ligada aos fatores ambientais do que aos sociais.

Pôde ser identificada uma estreita relação entre inclusão social e consumo, sendo a inclusão percebida como uma consequência do consumo. Laura parece acreditar que o aumento da renda e dos padrões de consumo, por parte dos segmentos menos favorecidos economicamente, terá consequências nefastas ao planeta. Desta forma, sua noção de *sustentabilidade* parece conflitar com a ideia que faz de justiça social. Contudo, ela relativiza esta concepção, evidenciando certa preocupação com a dimensão social:

O rico vai lá e compra as coisas que foi o pobre quem fez (...) ganhando um salário lá embaixo. O mundo está muito dividido entre ricos e pobres. Quem ganha um salário mínimo não pode, assim, fazer nem uma festa para o filho. (...) Eu acho que para o planeta seria pior [se os mais pobres puderem consumir tanto quanto os mais ricos], mas nem por isso, o pobre tem que sofrer na pele a pobreza. Você não sabe o que é viver com um salário mínimo tendo três crianças para criar. (Laura)

Como solução para os problemas ambientais identificados pela própria informante, foi apontada a atuação do governo, por meio da elaboração e aprovação de leis, da fiscalização constante e da aplicação de multas, medidas estas, dirigidas aos cidadãos: “*A solução é isso que eu falei, é darem multa, e falar com as pessoas: ‘não jogue lixo na rua, que entope tudo’*. Eu acho isso uma forma de ajudar o planeta, não só a cidade, mas

o planeta”. Laura não associou espontaneamente a aplicação das supostas legislações às empresas e ao próprio Estado. Pode ser que este superdimensionamento do papel dos indivíduos deva-se às perguntas que foram feitas. Tais perguntas versaram, principalmente sobre as ações individuais.

7. Conclusões

Ao que parece, as propostas de consumo sustentável presentes nos “manuais de consumo sustentável” esbarram em questões de ordem filosófica e prática, esta última relacionada aos sistemas de provisão. A inexistência de coleta seletiva no bairro onde a informante mora é um empecilho prático às ações individuais de separação do lixo. O pressuposto de “consumir apenas o necessário” pode ser considerado como exemplo de um impasse de ordem filosófica, pois a definição de necessidade é classificada dentro do sistema de valores dos diferentes sujeitos e, todavia, é constantemente relativizado pelos mesmos.

A informante tem algum contato com temas relacionados ao consumo sustentável. O próprio termo *sustentabilidade* é conhecido e, embora não precise exatamente do que se trata, relaciona-o, sobretudo, ao mundo natural. Também pôde ser identificada a crença de que a sociedade estaria, de fato, diante da existência de problemas ambientais e, estes problemas estão relacionados principalmente à poluição gerada pelo descarte de resíduos.

O aumento dos padrões e níveis de consumo da população mais pobre também é visto como uma fonte em potencial de degradações ambientais, mas as falas da informante buscam relativizar este paradoxo, fazendo uma alusão, ainda que bastante precária, à ideia de justiça social. As questões ambientais e sociais aparecem como um domínio onde ou não há agência por parte dos indivíduos, ou sua agência decorreria da ação do Estado. A informante se percebe muito mais como *objeto* de ações de sustentabilidade do que como *sujeito* de tais ações.

Finalmente, a conclusão aponta o caráter normatizador e civilizatório presente nas propostas de consumo sustentável preconizadas pelas instituições e manuais pesquisados. Quando confrontadas com o cotidiano da informante, estas normas parecem ter sido concebidas desconsiderando as lógicas que guiam a percepção do que seria desejável e normal em sua vida prática.

Como já foi explicitado, a análise da eficácia das propostas de consumo sustentável para o enfrentamento de um suposto colapso ambiental não é objetivo deste artigo. Justificá-las, além de requerer conhecimentos multidisciplinares, implicaria em defender a postura normatizadora a qual entendemos que os “manuais de consumo sustentável” promulgam. Modestamente sugerimos que as propostas de consumo sustentável precisam solucionar problemas estruturais e de suprimento de bens serviços implícitos nas mesmas, sem desconsiderar as concepções que os sujeitos têm sobre o que seria normal e aceitável em seu cotidiano. Outro ponto que merece destaque é que, por não se tratar de um estudo comparativo entre grupos sociais

distintos, não é possível afirmar que indivíduos de outras classes sociais pensem e ajam de maneira distinta de nossa informante, o que aponta para a necessidade de novos estudos sobre o tema.

Referências bibliográficas

ABEP. Critério Brasil. s.l., s.n., s.d. Disponível em: <http://www.abep.org/new/Servicos/Download.aspx?id=02> (Acesso em: 09/09/2013)

AKATU. Doze princípios do consumidor consciente. s.l., s.n., s.d. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Temas/Consumo-Consciente/Posts/Doze-Principios-do-Consumidor-Consciente-trazem-sustentabilidade-para-o-seu-dia-a-dia> (Acesso em 10/09/2013)

BARBOSA, L. & CAMPBELL, C. O estudo do consumo nas Ciências Sociais contemporâneas. In: BARBOSA, L. & CAMPBELL, C. (orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BARROS, C. & ROCHA, E. Lógica de Consumo em um Grupo das Camadas Populares: Uma visão antropológica de significados culturais. In: EnANPAD, 31º. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

BOMENY, H. Do frango ao avião ou o que é possível dizer sobre a nova classe média brasileira? Notas exploratórias. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 2011.

CORRÊA, S.B. O processo ambientizador e a etiqueta ambiental da CNS: a empresa que “pensa verde”. XXIX Encontro Anual da ANPOCS: Caxambu, 2005. Disponível em: http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=3645&Itemid=318 (Acesso em 18/02/2014)

CPS/FGV. A nova classe média. Rio de Janeiro: CPS/FGV/IBRE, 2008a.

_____. Miséria e a nova classe média na década da igualdade. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2008b.

_____. Atlas do bolso dos brasileiros. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2009

_____. A nova classe média: O lado brilhante dos pobres. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2010a.

_____. A pequena grande década: crises, cenários e a Nova Classe Média. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2010b.

_____. Os Emergentes dos Emergentes: reflexões globais e ações locais para a nova classe média brasileira. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2011

ELIAS, N. O processo civilizador. Uma História dos Costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

ESTADO DO MUNDO. Worldwatch Institute. (Org) Erik Assadourian. 1ª ed. Uma Editora: Salvador, 2010.

FIGUEIRO, P. Lógicas sociales del consumo: el gasto improductivo em um asentamiento bonaerense. 1ª ed. Unsam Edita: Buenos Aires, 2013.

HALKIER, B. Consequences of the politicization of consumption: the example of environmentally friendly consumption practices. *Journal of Environmental Policy and Planning*, n.1, 1996, p.25-41.

HERCULANO, S.C. Do desenvolvimento (in)suportável à sociedade feliz. In: Ecologia, Ciência e Política: participação social, interesses em jogo e luta de ideias no movimento ecológico. Coord. Mírian Goldenberg. Rio de Janeiro: Revan, 1992, pp. 9-46.

IDEC. *Consumo sustentável: o que fazer por nós e pelo planeta*; s.l., s.n., s.d. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/folheto-consumo-sustentavel.pdf> (Acesso em 22/09/2013)

KAIRÓS. Apostila Facilitador comércio justo e solidário, s.l., s.n., s.d. Disponível em: http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A3ADC4075013AFECE0534696A/Kair%C3%B3s_Apostila%20cjs%20facilitador.pdf (Acesso em 22/08/2013)

LOPES, J. S. L. Sobre processos de ‘ambientalização’ dos conflitos e sobre dilemas da participação. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 12, n. 25, 2006, p. 31-64. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v12n25/a03v1225.pdf> (Acesso em 18/02/2014)

McCORMICK, J. Rumo ao Paraíso. A história do movimento ambientalista. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1992.

MILLER, D. *Teoria das Compras*. São Paulo: Nobel, 2002.

MMA. Plano para Produção e Consumo Sustentáveis, versão para consulta pública, 2010.

_____. Manual de educação para o consumo sustentável. Brasília: Consumers International/ MMA/ MEC/ IDEC, 2005. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf> (Acesso em 30/03/2014)

NERI, M. *A Nova Classe Média: o lado brilhante da base da pirâmide*. São Paulo: Saraiva, 2012.

POCHMANN, M. *Nova Classe Média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira*. São Paulo: Boitempo, 2012.

PORTAL BRASIL. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/consumoconsciente> (Acesso em 03/08/2013)

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. In: Dossiê Política & Sociedade, v.8, no. 15. pp.199-224, 2009.

_____. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 2ª Edição. São Paulo: Cortez, 2010.

PORTILHO, F. & RUSSO, F. Processo Marrakech - O consumo sustentável visto pelos organismos internacionais. *IV Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedades (IV ENAMPPAS)*, 2008, Brasília-DF. Anais do IV ENAMPPAS, 2008.

RIBEIRO, C.A.C. Casamento ou trabalho? A opção social das mulheres. *Insight Inteligência*, s.l., A.10, n.38, 2007. Disponível em: http://www.insightinteligencia.com.br/38/PDFs/mat_04.pdf (Acesso em 17/11/2013)

SHOVE, E. *Comfort, Cleanliness and Convenience: The Social Organization of Normality*. Berg, Oxford, UK, 2003.

SCHUDSON, M. Citizens, Consumers, and the Good Society. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 611, The Politics of Consumption/The Consumption of Politics, pp. 236-249, 2007.

SOUZA, A. LAMOUNIER, B. *A Classe Media Brasileira*. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2010.

SOUZA, J. *Os batalhadores brasileiros. Nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: UFMG, 2012.

TERRAZUL. a. *Sustentabilidade, consumo e gênero*; s.l., s.n., s.d. Disponível em: http://www.terrazul.m2014.net/IMG/pdf/Cartilha_2-2.pdf (Acesso em 13/09/2013)

_____ b. *O que é consumo sustentável*. s.l., s.n., s.d. Disponível em: http://www.terrazul.m2014.net/IMG/pdf/Cartilha_1-2.pdf (Acesso em 13/09/2013)

UNEP. s.l., s.n., s.d. Disponível em: <http://www.unep.fr/scp/marrakech> (Acesso em 11/05/2013)

VELOSO, L. *Class as Everyday Imagination and Practice in Brazil*. Paper presented at Environmental Awareness and Mobile Lifestyles Conference, Lancaster University, February, 2011.

VIEIRA, I. F. S. *Sustentabilidade nas práticas de consumo da “nova classe média”*. Dissertação (Mestrado) CPDA/UFRRJ: Rio de Janeiro, 2014.