

## O CONSUMO AGREGADO O CAPITAL NATURAL E A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Joana D'arc Bardella Castro

### RESUMO

O ato do consumo é inseparável da vida humana, pois baliza as relações sociais e faz parte da dinâmica da economia. Muitos são os parâmetros que permitem conhecer os caminhos trilhados pelo consumo, mas não existe uma teoria sociocultural do consumo. Sua natureza é multidisciplinar. Os consumidores utilizam bens e serviços para expressar quem e como são, reafirmando sua identidade, status e poder. O objetivo desse estudo é apresentar a dinâmica do consumo sustentável e suscitar discussões sobre seu aspecto macroeconômico. O consumo agregado está relacionado diretamente com a renda, a política fiscal e o grau de substituíbilidade dos bens e serviços. O Governo pode naturalmente afetar o consumo por meio de impostos ou cobranças de taxas de juros, entretanto é muito difícil de captar diretamente o efeito causado para cada consumidor.

**Palavras-chave:** Consumo Agregado. Sustentabilidade. Meio Ambiente

### ABSTRACT

The act of consumption is inseparable from human life, because Beacon social relations and forms part of the dynamics of the economy. Many are the parameters showing the paths taken by consumption, but there is a sociocultural theory of consumption. His nature is multidisciplinary. Consumers use goods and services and to express who they are, reaffirming their identity, status and power. The aim of this study is to present the dynamics of sustainable consumption and raise discussions on macroeconomic their appearance. The aggregate consumption is directly related to income, fiscal policy and the degree of substitutability of goods and services. The Government can naturally affect consumption through taxes or charges interest rates, however it is very difficult to capture directly the effect for each consumer.

**Keywords:** Aggregate Consumption. Sustainability. Environment.

## INTRODUÇÃO

O homem para sobreviver passou ao longo do tempo por etapas distintas quanto à maneira de consumo. No início, foi coletor e retirava da natureza somente o que necessitava. Com o advento do fogo, enceta a mudança na maneira de consumir, forja no fogo objetos que facilitam a vida e proporciona mais bens ao consumo. A invenção da roda proporciona a facilidade de locomoção e, da antiquada biga, surgem as carroças e delas os veículos automotores, grandes poluidores do ar. O homem avança rumo a era da industrialização, do machado a motosserra e dela a todos os outros instrumentos modernos que facilitam a retirada da vegetação para além das margens dos rios, fazendo nascerem novas vilas, vilarejos, cidades e megalópoles, e com elas surgem a poluição de solo e água.

O ato do consumo é inseparável da vida humana, pois baliza as relações sociais e faz parte da dinâmica da economia. No entanto, para muitos, o padrão consumista dessa sociedade estaria conduzindo a um consumo desnecessário, ostentatório, excessivo e perdulário, com decisivos impactos sobre a sustentabilidade ambiental. “O consumo na contemporaneidade cumpre diferentes funções e implica múltiplas referências como construção social; porém, nos padrões atuais, é insustentável, tanto na perspectiva ambiental quanto da construção de direitos e da cidadania” (COSTA; TEODÓSIO, 2011. p. 137).

O consumo não é um mal. Consumir é uma atividade presente em qualquer sociedade humana. Muitos são os parâmetros que permitem conhecer os caminhos trilhados pelo consumo, mas não existe uma teoria sociocultural do consumo. Sua natureza é multidisciplinar. Os consumidores utilizam bens e serviços para expressar quem e como são, reafirmando sua identidade, status e poder.

No final da Primeira Guerra Mundial, já havia a necessidade de encontrar compradores para a produção industrial crescente e a fonte de *status* se alterou de produtores para consumidores (GORZ, 2005; RIFKIN, 2001). A propagação do crédito ao consumidor, a criação das lojas de departamento, a venda por correspondência e a redução da jornada de trabalho podem ser destacadas como os maiores propulsores da urbanização e da criação adequadas para o crescimento do consumo (DURAND, 2003). Essa é a materialidade proporcionada pelo progresso tecnológico.

A economia urbano-industrial continua dependente dos recursos da terra, apesar das ilusões de ótica gerada pela tecnologia. Carley e Spapens (1998) dividiram a humanidade em três grandes blocos. O primeiro, formado por 1/5 da humanidade (cerca de 1,2 bilhões de pessoas), denominado por grupo de alto consumo e responsável por 82,7% do PIB mundial, 81,2% do comércio mundial, 50% da produção de grãos e também responsável pelo consumo de 60% de fertilizantes artificiais, 92% dos carros privados, 75% da energia, 80% do ferro e aço, 81% do papel, 85% dos produtos químicos e 86% do cobre e alumínio. O segundo grupo é formado por 3/5 da humanidade (cerca de 3,6 bilhões de pessoas), denominado grupo de renda média. Ele é responsável por 15,9% do PIB e 17,8% do comércio mundial. Produz 30 a 40% dos alimentos primários e seu consumo energético é de 10 a 15% do planeta. O terceiro grupo é formado pelos últimos 1/5 pelas pessoas mais pobres do planeta (cerca de 1,2 bilhões de pessoas), responsável por 1,4% do PIB mundial e 1% do comércio. Esse grupo não tem acesso a veículos, eletricidade, computadores, internet e vários outros produtos industrializados.

Com vistas a esta distribuição, mesmo que muito contestada, o planeta não está sendo destruído por toda a humanidade, como pode ser observado. A responsabilidade por esta destruição cabe, de forma quase total, a uma minoria de 1/5 da humanidade do primeiro grupo. Sobre este setor é que deve incidir de maneira mais forte as políticas de restrição do consumo material e da emissão de diferentes formas de poluição. O 1/5 dos “mais pobres geram um impacto bastante pequeno sobre esse processo de destruição, consumindo pouquíssima matéria/energia e gerando pouquíssimos dejetos que não sejam assimiláveis pelos movimentos da ecosfera” (PÁDUA, 1999, p. 14). O impacto de sua ação pode ser considerável em termos locais, mas não se compara ao dano global causado pela minoria de alto consumo.

Ainda hoje cerca de 2,8 bilhões de pessoas vivem com menos de dois dólares por dia, sendo 82% da população da Índia, 65% da população da Indonésia, 55% da população da China, 37% da população da África do Sul e 17% da população do Brasil (UNEP, 2002). Os países ricos, com menos de 20% da população mundial, são responsáveis por cerca de 80% do consumo privado mundial, enquanto os países pobres com cerca de 40% da população mundial representam apenas 2% do total do consumo privado (WRI, 2001).

A China tem sido anunciada como a economia que mais cresce no mundo. No entanto, este crescimento foi obtido depredando o ambiente. Um trabalho de Thampapillai; Wu e Sunderaj (2007) compararam o crescimento de PIB e o PIB sustentável desse país e afirmou que o consumo e os investimentos foram os responsáveis pelo aumento do PIB que se manteve numa taxa média de 16% ao ano. A propensão média a consumir caiu cerca de 50% ao longo de 10 anos. O investimento interno é 38% do PIB. O Investimento Direto do Estrangeiro passou de 1% para 4%. O PIB- $C_{EM}$ , considerado como Produto Nacional Sustentável, aumentou 14% na estimativa mínima e 56% na estimativa máxima.

A China apresentou, durante as últimas décadas, uma média de crescimento de 10%. De acordo com a OMS (1997), sete das dez cidades mais poluídas do mundo são Chinesas, 1/3 das grandes cidades tem o dobro do nível de concentração de enxofre do permitido, 70% de seus sistemas de água são fortemente poluídos. A poluição por dióxido de carbono deve ultrapassar os EUA em 2020 (HO e JORGENSON, 2004).

Problemas ambientais da China levantam sérias dúvidas sobre a sua perspectiva de sustentar o crescimento econômico no futuro, porque os recursos ambientais são vitais para o desenvolvimento econômico de longo prazo. Hartwick (1978) mostra que a renda derivada de esgotamento de recursos deve ser exatamente o nível de investimento de capital, a fim de obter um consumo constante no longo prazo.

Smil e Yushi (1998) estimam que o custo dos danos ambientais para a economia chinesa foi 4,1% do PIB total em 1992, enquanto os danos ambientais custaram outros 13,9%. A economia chinesa é a segunda maior do mundo e cresceu 7,8% em 2012. O índice de 2011 foi de 9,3% e, em 2010, foi de 10,4% (BIRÔ NACIONAL DE ESTATÍSTICAS, 2012). Essa queda pode ter muitos motivos e com certeza os problemas ambientais estão agravando essa queda. Aproximadamente 28 bilhões de euros foram os custos do tratamento da poluição, 56% dos quais foram aplicados em programas de descontaminação de água. O relatório da AEPA (2004) estimou que um investimento direto na ordem de US\$ 136 bilhões, quase 7% do PIB, seria para limpar toda a poluição jogada no ar, água e solo do país.

Assim como a China, um exemplo demonstrativo, outros países, como EUA, Índia Rússia, Japão e Brasil, apresentam sérios problemas ambientais devido ao acelerado crescimento e, com ele, a depredação ambiental.

Compete a esse artigo comparar situações cotidianas vivenciadas pelos atores sociais e responder por que consumimos do modo como consumimos. Procura, assim, desvendar o que leva um consumidor pro-ambiental a defender a ideia de consumo sustentável, mudando toda uma situação vivenciada em seu cotidiano por um longo período permeado por costumes, princípios e rotinas. A difícil incumbência de internalizar novas maneiras de agir e de consumir é também abordada. É pretensão suscitar discussão sobre os aspectos macroeconômicos do consumo sustentável.

### **A SIMPLICIDADE DO CONSUMO E SUA COMPLEXA MANEIRA DE ESCOLHA**

O bem-estar dos indivíduos está relacionado ao consumo de bens e serviços. A Teoria do Consumidor infere que o comportamento do indivíduo busca maximizar sua satisfação em relação às suas necessidades e desejos.

Decorre daí o conceito de utilidade que, na linguagem econômica, representa o índice numérico que concebe a satisfação obtida por um consumidor com relação a uma dada cesta de mercado (conjunto com quantidades determinadas de uma ou mais mercadorias). A utilidade total é a satisfação total que um indivíduo obtém ao consumir certa quantidade de um bem ou serviço, enquanto a utilidade marginal consiste na satisfação extra que o indivíduo adquire ao consumir uma unidade adicional desse bem ou serviço (GEOFFREY; PHILIP, 2011).

Com base em uma perspectiva utilitarista, o valor atribuído aos bens por um indivíduo decorre de uma avaliação subjetiva da capacidade desse bem satisfazer as suas necessidades. Assim, ao consumir determinado bem, o indivíduo sempre está fazendo uma escolha, optando por aquela que lhe forneça maior satisfação. Para isso o indivíduo abrirá mão de alguns bens para manter o mesmo nível de bem-estar. Assim, um aumento de consumo pode significar uma redução na qualidade do ambiente. Esse indivíduo estará disposto então, a receber compensação – DAC pela sua atitude. O consumidor precisa trocar ou compensar a troca de bens para manter o mesmo nível de bem-estar (SPASH, 2000).

É interessante ressaltar que existem certas premissas a serem consideradas para compreender o comportamento do consumidor. A primeira premissa é a de que as preferências são completas, ou seja, o consumidor compara e ordena suas preferências, escolhendo uma cesta de mercado a outra, ou pode ser indiferente

entre uma dada cesta e outra. A segunda é que as preferências são transitivas, isto é, se o indivíduo prefere a cesta de mercado **A B** e **B a C**, também pode preferir **A C**. A terceira é que o consumidor sempre opta por maiores quantidades de mercadoria, desde que sua cesta seja balanceada, levando-se em conta suas restrições orçamentárias, que podem limitar sua possibilidade de escolhas (PINDYCK; RUBINFELD, 2010).

Os consumidores sempre escolhem um consumo capaz de maximizar sua utilidade sujeita a uma restrição orçamentária. Este modelo implica que o consumo é uma função da renda e dos preços. Os consumidores decidem sobre a alocação do consumo ao longo do tempo, considerando os seus rendimentos atuais e futuros, bem como a taxa de juros. Este foi operacionalizado por Friedman (1957), que fez uma distinção entre a renda permanente e renda transitória. A primeira é a riqueza do indivíduo e depende das características do indivíduo, tais como formação, habilidade, personalidade. A segunda é a renda considerada como "ocasional", uma vez que pode ser influenciada por uma ampla gama de fatores, tais como ciclos de negócios, doenças e desastres naturais.

Substituir os bens requer disposição a pagar por esses bens, então a disposição a receber compensação e a disposição a receber tendem a ser diferentes, em casos extremos. Spash e Hanley (1995) explicam que as preferências lexicográficas levam a disposição a pagar a ser igual à renda do indivíduo enquanto a disposição a receber sua compensação seria infinita. Assim, bens considerados insubstituíveis têm suas curvas de indiferença representadas por um ponto, ou seja, não há troca possível que mantenha sua utilidade inalterada. O ordenamento das preferências lexicográficas poderia ser completo, transitivo, monotônico e convexo. Entretanto, não são contínuas e isso implica um comportamento não compensatório e esse é um limitante para se derivar a taxa marginal de substituição entre os bens, inviabilizando a representação das preferências por funções, segundo Lanchsar e Louvieri (2006).

As escolhas do consumidor também devem ser analisadas em relação às consequências que elas acarretam. Portanto, em um contexto em que são notáveis os problemas (sejam sociais, econômicos ou ambientais) decorrentes do uso de um bem, não se pode imaginar que o comportamento do consumidor sofrerá ou não mudanças.

Além disso, o comportamento do indivíduo não pode ser considerado apenas parcialmente (mantendo os comportamentos dos outros indivíduos constantes). Deve-se levar em conta o resultado da interação entre as decisões individuais.

É preciso levar em consideração também o fato de que, como o indivíduo busca sempre maximizar sua utilidade, essa modificação no comportamento do consumidor não ocorre de modo simples se o bem lhe oferece uma satisfação de utilidade total. É por isso que problemas ambientais têm sido discutidos em todos os níveis, porque o dano ambiental reduz a disponibilidade de bens em qualidade e quantidade do recurso natural existente.

Outro ponto relevante a se destacar é a dificuldade de mudança no comportamento do consumidor, uma vez que há certa resistência no que diz respeito à modificação de hábitos na população e essa resistência tem intensificado o avanço da degradação ambiental.

O impacto ambiental total de consumo é determinado pela combinação de compras, a utilização e o comportamento de resíduos, em combinação com os gastos com os vários produtos e serviços, e as características tecnológicas dos produtos. Este último compreende tanto a produção como as características dos resíduos.

Ao estudar o comportamento do consumidor e os limites e oportunidades para o consumo sustentável, pelo menos cinco níveis de comportamento precisam ser considerados. Segundo Bergh e Carbonell (2000) são eles: preferências, metas, restrições, decisões baseadas nas preferências dadas, metas e restrições e a tipologia de decisões relevantes para a avaliação do impacto ambiental.

Quanto às metas do tradicional modelo econômico, elas são baseadas na maximização da utilidade. Outras teorias incluem "satisfação", a imitação, rotina de comportamento social ou grupal do cidadão. Ackerman (1997) argumenta que a reciclagem não segue a maximização da utilidade, mas de algum tipo de altruísmo.

Ao se lembrar das restrições, Bergh e Carbonell (2000) afirmam que a economia padrão concentra-se em renda ou restrição orçamentária como determinante do comportamento do consumidor. Outras restrições são culturais / sociais ou institucionais como horas de trabalho, horários comerciais, normas sociais, contatos familiares, políticas, normas, leis.



Decisões baseadas em preferências dadas, metas e restrições à economia mostram que se pode traçar o impacto de variações de preços e de renda sobre o comportamento de compra. Com base nessas ideias, políticas orientadas ao consumidor ou políticas orientadas para produtores podem ser projetados (BAUMOL e OATES, 1988). Políticas fiscais ambientais não só altera os preços, mas também a renda, que, posteriormente, irá afetar o comportamento.

As tipologias de decisões relevantes para a avaliação do impacto ambiental incluem a compra (ou investimento, incluindo dinheiro de poupança e empréstimos), uso, reuso, reciclagem, reparo, tratamento ilegal de resíduos.

As preferências podem ser consideradas como mudanças no estilo de vida, ou devido à mudança de moda, renda, disponibilidade de novos produtos ou preferências relativas que são influenciadas por outras culturas e até mídia de massa.

O consumo que depende do estilo de vida, e é determinado pelas características: individual, porém, segundo o contexto familiar, social ou ambiental ou, ainda, de acordo com características tecnológicas. Uma distinção detalhada foi usada por Jackson e Marks (1999), e abrange os seguintes componentes de consumo: alimentação, habitação, consumo de combustível, saúde, vestuário, manutenção, eletrodomésticos, comunicação, livros e jornais, fumo e álcool, móveis, recreação e entretenimento, viagens e outros.

A economia neoclássica tem assumido que o comportamento dos indivíduos, para satisfazer a maximização da utilidade, considera as escolhas tão facilmente previsíveis com base em informações de preços e de renda desde que os indivíduos assumam suas preferências. E assim os formuladores de políticas podem modificar a demanda dos consumidores em qualquer direção desejada, influenciando os preços ou rendimentos.

Isso pode ser dividido em níveis que, segundo Norton et al. (1998), distinguem quatro graus de soberania do consumidor: (a) preferências imutáveis, (b) preferências dadas, (c) política destinada às preferências inconsistentes com os princípios democráticos e (d) políticas democraticamente destinadas a mudar as preferências. As preferências lexicográficas denotam que as pessoas, primeiramente, vão satisfazer uma necessidade primária (saciar a fome) antes de tornar-se interessado em necessidades secundárias (recreação) (MASLOW, 1970).



Os custos de transação implicam que satisfação pode ser mais adequada do que a otimização de comportamento

A cultura do consumo vai além da reprodução da vida cotidiana e atinge, de modo dominante, um alcance prático e uma profundidade ideológica que permitem estruturar e subordinar outras culturas numa relação interpessoal (SILVA, 2012). O consumo é uma prática constante do ser humano; todavia, a partir do momento em que se torna extravagante, passa a ser denominado consumismo (BAUMAN, 2008). Esse excesso de consumo indica uma despreocupação dos indivíduos quanto aos aspectos da coletividade, à medida que a consequência individualista indica o pensamento alienado quanto à abundância de recurso no meio ambiente. Tal fato demonstra a necessidade de mudança na maneira como se visualiza o modelo de desenvolvimento atual.

Percebe-se, a partir dos tipos de consumo até então abordados, a existência de uma ampliação no escopo dos motivos de escolha do consumidor. E isso implica novas teorias que expliquem as tomadas de decisões, uma vez que as antigas teorias não correspondem mais a essa dinâmica.

Se o consumo se tornar sustentável novas perspectivas deverão ser adequadas em relação às estratégias públicas quanto à esfera de consumo, às novas formas de produção das empresas, bem como às mudanças comportamentais dos indivíduos no mercado. Mas, para que esse consumo se torne realmente sustentável, Michaelis (2003) sugere que três dimensões devem ser observadas: (1) desenvolvimento de novas tecnologias e práticas; (2) mudanças nos incentivos econômicos, não apenas num sentido financeiro; (3) mudança cultural na rede de influências da empresa que, ao serem incorporados pelas empresas, possam contribuir para o novo estilo de consumo.

Ao se visualizar o indivíduo como o principal responsável pelas transformações, na busca pela sustentabilidade, além da cultura na qual a sociedade está envolvida, é preciso considerar também o estilo de vida adotado, o poder aquisitivo da população, as questões éticas assumidas por cada um, bem como a educação a qual essa sociedade está sujeita, para obter uma percepção sistemática da necessidade de se tornar mais consciente.

Featherstone (1991) apresenta que a cultura do consumo pode ser vista a partir de três perspectivas basilares: econômica, sociológica e psicológica.

A concepção econômica remonta a expansão da produção capitalista de mercadorias, que deu origem a uma vasta acumulação de cultura material, na forma de bens e locais de consumo e isso resultou na proeminência cada vez maior do lazer e das atividades de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas. Na concepção sociológica, “as pessoas usam as mercadorias de forma a criar vínculos ou estabelecer distinções sociais”, e, na concepção psicológica, “a questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural consumista produzem excitações físicas e prazeres estéticos” (GONÇALVES-DIAS; MOURA, 2007.p.3).

Essas perspectivas não são determinadas por uma cronologia categórica nem são estagnas, mas formam a cultura do consumo baseada na utilidade de um produto. No entanto Canclini (2006) explica que o ato de consumir também pode ser antropológico. Como nem todas as economias seguem um mesmo padrão deve-se iniciar uma educação para a sustentabilidade de maneira distinta. Tukker et al. (2008) apontam para três distinções no padrão econômico de consumo, segundo o desenvolvimento que o país alcançou, e alertam para as políticas de incentivo e regulação adotadas. Segundo os autores, para as economias desenvolvidas é fazer mais com menos; para as em desenvolvimento, é estar no processo de construção de estruturas sustentáveis para a produção e consumo; já para as subdesenvolvidas, à primeira meta é criar uma base sustentável com crescimento equitativo, erradicação da pobreza e melhor atuação dos atores.

## **O CONSUMIDOR PRO-AMBIENTAL E A IDEIA ANGUSTIANTE DO CONSUMO SUSTENTÁVEL**

O que leva uma pessoa a pensar no meio ambiente na hora de comprar? Por que se tornar um consumidor verde? Por que se posicionar como consumidor consciente ou responsável? E, finalmente, por que se autodenominar consumidor sustentável?

Existe na literatura falta de consenso em relação a esses conceitos. Assim, antes de caracterizar um consumidor sustentável, é preciso entender os diferentes momentos em que se inseriram tais termos no vocabulário dos consumidores.

Toda ação reflete uma reação e com o meio ambiente não seria diferente. Ao se explorar o ambiente no processo de produção, as reações ambientais mostram-se, às vezes, de maneira surpreendente para aqueles que ignoram as consequências de suas ações ou das ações de outrem. As transformações que vem sendo observadas em diferentes âmbitos no mundo são resultantes da produção e consumo da população que geram tanto a redução na capacidade de carga do planeta como grandes impactos sobre os recursos naturais.

O desafiante modelo de desenvolvimento coloca em xeque pensamentos e atitudes do homem, no sentido de se reorganizarem novas tecnologias, novos enfoques no planejamento e gestão dos recursos, e provoca os atores envolvidos para demonstrar práticas diferentes das adotadas no cotidiano na qual haja a incorporação de atitudes mais amplas como condição essencial de vida em grupo.

Essa mudança de prática iniciou-se, segundo Portilho (2005), com o consumo verde no qual o consumidor, além da variável preço/qualidade, acrescentou no processo de escolha a variável ambiental. O consumidor mais consciente de seu papel e na busca por um equilíbrio evidencia que, não só a tecnologia envolvida era a responsável pelas mudanças ambientais, mas também toda a logística da distribuição e, nessa complexidade de dados, surge o consumo consciente.

O consumo verde refere-se às escolhas individuais e um exemplo clássico são os lacavores, que são grupos de pessoas que, nos EUA e na Europa, programam-se para viverem de maneira autossustentável, ou seja, plantam tudo o que desejam consumir e compram dos fazendeiros vizinhos o que lhes faltam para reduzirem o consumo de derivados de petróleo usados no transporte e armazenamento de produtos.

Até se transformarem em um modelo de vida verde / orgânica, os lacavores enfrentaram muitas dificuldades, entre elas a contenção do consumo dos variados tipos de produto a qualquer época do ano, a adaptação das particularidades de cada período para abastecimento das necessidades mais proeminentes, além da renúncia ao conforto e à segurança de se fazerem compras em grandes supermercados. Outra dificuldade enfrentada foi que nem sempre as sementes são de origem orgânica (CASTRO. 2009).

No Brasil, a produção de orgânicos, de forma comercial, começou com cooperativas de consumidores em 1978. O cultivo é feito de forma natural, respeitando-se o equilíbrio microbiológico do solo (FORTES, 2009). O movimento dos lacavores pretendia despertar o consumo consciente. O consumidor identifica-se como protagonista dentro do amplo contexto social, político e cultural. “O consumidor tem poder. Pode e deve usá-lo em benefício de uma sociedade mais sustentável. Ele parte da forma básica do cidadão consumidor para se tornar um consumidor cidadão” (DIÁRIO DO NORDESTE, 2006).

Como se pode notar é uma mudança de estilo de vida, ao se considerar o que e quanto se consome. Estilos que privilegiam a qualidade de vida é o que Gunn e Lazzarine (2007, p. 435) chamam de desmaterialização da economia, ou seja, “o direcionamento da atividade econômica para o setor de serviços” mais do que para a produção de bens.

As ações individuais bem informadas com as questões ambientais aparecem como uma nova estratégia para a solução dos problemas ligados ao meio ambiente. Stern (1997), Connolly e Prothero (2003) acreditam que o consumidor não relaciona o seu consumo com a degradação ambiental. A habilidade de agir em conjunto é que caracteriza o consumo verde quando, em campanhas, trocam uma marca pela outra para que produtores percebam a mudança da demanda, boicotes contra produtos que façam uso de gases CFCs, a pressão exercida sobre produtores e a conscientização aos consumidores por meio da internet. A divulgação de programas de educação ambiental que envolva a reciclagem e redução do desperdício é citada Harrison et al. (2005) como uma forma de exigir novos padrões tecnológicos mais limpos. No entanto a estratégia de comprar um futuro melhor acabou sendo posta em xeque pelos dilemas e desafios dos altos preços associados a esses produtos ditos verdes (FELDMAN: CRESPO, 2003).

A mensagem do consumo verde é a cômoda “consuma cuidadosamente” em vez de “não consuma” ou “consuma menos” (HARRISON et al., 2005). A estrutura da sociedade, em que ocorre o consumo verde, permanece inalterada, pois se consome produtos diferentes, muda-se o padrão tecnológico, o foco é a oferta (produção) e os consumidores respondem às informações adequadas ou planejadas. Assim cresce o “verde” no lugar do crescimento econômico (COOPER, 2002). Paavola (2001) enfatiza que os produtos são elitizados e Murphy (2001) alerta que a incorporação do custo ambiental aumenta o preço das mercadorias,

indicando que as empresas estariam repassando seus custos ambientais para os consumidores.

Capaz de englobar as características conexas ao consumo verde, o consumo consciente necessita de uma ampliação para que consiga, de forma efetiva, representar o papel do consumidor que tem uma visão ambiental na hora de escolher o produto. Fabi et al. (2010, p. 6) considera o consumo consciente como “o ato ou decisão de compra ou uso de serviços, de bens industriais ou naturais, praticados por um indivíduo levando em conta o equilíbrio entre satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão”.

O consumir é inerente à pessoa. O consumir consciente busca maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos de acordo com princípios de sustentabilidade, todavia a discussão sobre o pensamento e a prática do consumo consciente envolve relações intrínsecas entre produção-consumo que, no olhar de Silva (2012), a empresa deve alinhar ações que o consumidor perceba sem, no entanto, desenvolver somente uma linha de produtos para um grupo de consumidores (nicho de mercado); porque, no longo prazo, perde a essência para o qual se designa. Nessa linha de pensamento, Barros e Costa (2008) observam ser necessário considerar os aspectos de um desenvolvimento sustentável para maior continuidade das atividades sociais e empresariais no meio ambiente.

Na definição do que vem a ser consumo sustentável pelos diversos autores, percebe-se a falta de consenso, muitas vezes confundido como consumo consciente focado apenas nas escolhas dos indivíduos (COSTA; OLIVEIRA, 2011; BORINELI et al, 2010; AMORIM et al., 2009; KLETZAN et al., 2005; TANNER; KAST, 2003; SANNE, 2002).

A conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1992) deixou bem claro que existe uma relação direta entre a prática do consumo e a forma de desenvolvimento das nações. Portanto, para que haja consumo sustentável, é preciso que haja desenvolvimento sustentável. Assim é necessário “promover padrões de consumo e produção que reduzam as pressões ambientais e atendam às necessidades básicas da humanidade” (CNUMAD, 1992). Dessa forma, vale a máxima de que o consumo sustentável é uma prática que utiliza recursos naturais para satisfazer as necessidades atuais sem comprometer as necessidades futuras.

Desse modo Silvia (2012, p. 225) conceitua o consumo sustentável como sendo “o padrão de consumo resultante da inter-relação de atores sociais, num perspectiva de interação política [...] pressupondo a existência de uma consciência individual, um alinhamento organizacional [...] e atuação governamental ativa” direcionada aos aspectos socioambientais.

O consumo sustentável só será possível se os sistemas que os envolvem forem sustentáveis em suas raízes. Se os padrões de consumo e estilos de vida não mudarem, também não existirá o consumo sustentável. Para Portilho (2005, p. 4), o “simples acesso a conhecimentos relacionados à questão ambiental não leva a estilos de vida e práticas ambientalmente corretas” Assim, até os dias atuais, um consumidor sustentável “genuíno” não poderá ser caracterizado apenas idealizado.

### **ASPECTOS MACROECONÔMICOS DO CONSUMO SUSTENTÁVEL**

O consumo agregado faz parte da teoria Keynesiana. O keynesianismo tradicional é orientado para o crescimento, enquanto a economia ecológica salienta limites para o crescimento. Políticas expansionistas, necessárias para lidar com a recessão, podem estar em conflito com as metas de redução de recursos e uso de energia e emissões de carbono. Keynes não se concentra em questões de sustentabilidade ecológica. Do ponto de vista atual certamente parece razoável incluir a degradação ambiental como um dos "defeitos" do sistema econômico. O ponto central que Keynes (1930) enfatizou foi a instabilidade do investimento devido à ligação incerta entre o presente e o futuro. Os investimentos atuais são baseados nos preços atuais e nas expectativas sobre o futuro. As variações resultantes do investimento podem gerar auto-reforço nos ciclos da demanda agregada, levando a longos períodos de expansão ou depressão (HARRIS, 2013).

Na nova abordagem em Teoria Keynesiana os principais setores da demanda agregada (consumo, investimento, gastos do governo) podem ser divididos em setores que representem bens materiais, serviços, investimento intensivo de recursos e conservação de recursos e investimento em capital humano e natural. Para poder distinguir entre os agregados macroeconômicos que devem ser estritamente limitados tem-se consumo intensivo de recursos e investimentos e infraestrutura energética.

Àqueles que podem expandir, ao longo do tempo, sem consequências ambientais negativas tem-se as áreas de saúde, educação, atividade cultural e de recursos e investimento de conservação de energia. Porém não há muito espaço para o crescimento da atividade econômica, concentrada nessas categorias, sem a transferência de recursos, e com queda significativa na taxa de transferência de combustíveis intensivos de carbono (HARRIS, 2013).

As questões ambientais entraram na cena global, em uma conferência da ONU em Estocolmo, em 1972, com a preocupação com o esgotamento dos recursos naturais. A Agenda 21, de 1992, alertava para o estilo de vida Norte Americano – um consumo excessivo, incompatível com um desenvolvimento sustentável global. A carga ecológica varia entre os diferentes tipos de consumo. Isso exige uma análise das atividades no consumo global, uma vez que é realizado em diferentes estilos de vida.

Elevar o nível de consumo de uma população é geralmente considerado como o objetivo fundamental de qualquer política de governo, portanto uma alta produtividade e maior eficiência tecnológica são incentivadas para as empresas. Se houver economia de energia e recursos naturais por unidade de produção, logicamente haverá custos mais baixos que incentivarão o consumo por causa dos preços mais acessíveis.

O consumo excessivo pode ser alertado pelas políticas públicas à população através da educação no longo prazo, mas não pode ser feito de forma a coagir o consumidor. As pessoas podem concordar com regras e normas, mas não concordariam com proibições de consumo em certas circunstâncias. A condução ao consumo pode se dá por meio de jovens que saem cedo da casa paterna, idosos que moram sozinhos, mudança involuntária para novos empregos ou estudos, divorciados que precisam organizar uma nova casa, multiplicando o consumo da linha branca e marrom. Viver junto é mais econômico, pois uma dupla consome dois terços do que uma única pessoa necessita (SANNE, 2002).

A média de pessoas por domicílio diminuiu. Mais habitação é preciso. Com a expansão urbana, aumentam-se as distâncias para trabalho, estudo e lazer. Maiores são as dependências por transportes e infraestrutura. A expansão no consumo de carro afeta o meio ambiente. Uma solução seria o transporte público coletivo.



O crime e a violência podem ampliar o consumo por áreas mais apropriadas. Isso força as pessoas a trabalharem mais e terem lazer de menos. O estado de negligência com a educação e com a segurança afetam as famílias negativamente.

As mudanças tecnológicas podem motivar renovação, às vezes, prematura de utensílios domésticos e o comércio alimenta a busca por novidades, consolidando a cultura de consumo. Na década de 90, as multinacionais desenvolveram suas marcas em conceitos de um bom estilo de vida. E sua produção foi terceirizada com subcontratantes, oferecendo trabalho em condições subumanas.

Grandes somas em dinheiro são gastos com propaganda e marketing para afetar a opinião pública e intensificar o consumo. Poucas leis coíbem o consumo exagerado, como a lei dos medicamentos e da publicidade dirigida às crianças.

Uma forma radical para reduzir o consumo é reduzir a entrada de trabalhadores no mercado de trabalho. A quantidade de trabalho realizado *per capita* é controlado por uma ordem social e não pela escolha do indivíduo. Um a cada seis indivíduos aceitariam trabalhar menos com cortes salariais. Trabalhar mais para consumir mais é uma ordem contraproducente para o esforço do desenvolvimento sustentável. Muitos governantes acreditam que, ao promover o crescimento econômico, também vão levar ao pleno emprego (SANNE, 2002).

Existe uma relação conflituosa entre as pessoas (consumidores), as empresas (vendedores) e a classe política (eleita para representar as pessoas). As pessoas são submetidas à massificação do marketing. A classe política está imbuída de poder e exerce sua governança sobre as pessoas. A pressão é exercida de ambos os lados. A relação entre as empresas e a classe política é desigual. O sistema político cria regras sobre as empresas, porém as empresas têm os recursos econômicos e podem fazer ou desfazer oportunidades de emprego. Assim o capitalismo de mercado deu lugar ao capitalismo de sistema, efetuando transações menos transparentes e espoliando os governos (SANNE, 2002).

Os efeitos entre as pressões exercidas entre pessoas, empresas e classe política podem assim ser resumidos, segundo a propensão a consumir:

1. O padrão de trabalho e gasto promovido pelo trabalho remunerado, naturalizado como "tempo inteiro" ao longo de uma vida, é justificado por uma estrutura jurídica de seguro social, a elegibilidade para benefícios sociais.
2. A construção de uma cultura de consumo, onde a comercialização de bens é transmitida como um meio para satisfazer as necessidades não só materiais, mas também de estratificação social e identificação cultural.
3. A promoção de meios de transporte individuais, em carros particulares, que pressupõem pesados investimentos em infraestrutura rodoviária, com um objetivo clássico de lobby de negócios.
4. Novas infraestruturas de comunicação que forcem uma mudança de tecnologia para satisfazer os consumidores.

A fim de organizar a sustentabilidade ambiental, os custos externos devem abranger não só as externalidades presentes, mas também todas as externalidades futuras. Uma vez que é impossível de obter todas as informações necessárias, para o cálculo dessas externalidades às questões ambientais, orientadas ao consumidor, têm-se centrado em políticas sobre o consumo de energia, tais como elétrica ou a gasolina e, em menor grau, em água. Políticas têm utilizado, principalmente ou exclusivamente, os impostos como um instrumento. A política deve também ter em conta as implicações sociais, uma redução do consumo poderia implicar uma redução de bem-estar.

Assim, a política econômica neoclássica se baseia apenas em medidas de incentivo e negligencia a possibilidade de mudança de políticas de preferência (GINITS, 1998). Se a maximização da utilidade não é titular, relações de demanda podem assumir relações individuais. Outra consequência de descartar a maximização da utilidade é que o preço das políticas pode ser aplicado a produtores/fornecedores ou consumidores /demandantes. A resposta lógica a esta incerteza seria a implementação de instrumentos que operem diretamente para terem um impacto mais eficaz, ou seja, uma preferência por padrões, como os requisitos técnicos e de regulação da quantidade. Licenças negociáveis e padrões individuais são atraentes em tal cenário.

A ideia de que os consumidores têm a satisfação, não só de produtos em si, mas também a partir do contexto social que gera implicações para o meio ambiente e para os recursos econômicos, precisa ser mais difundida por meio da Educação Ambiental. Tais efeitos implicam que a política ambiental pode ter efeitos contra intuitivos, pois as preferências lexicográficas podem estar relacionadas com a noção de sustentabilidade forte, na qual a exclusividade, complementaridade e substituíbilidade não dão suporte à vida. Da mesma forma, Söderbaum (1994) defende a possibilidade de mudar as preferências como uma opção para a política ambiental.

A teoria econômica padrão concentra-se em corrigir os preços relativos dos bens e serviços, a sustentabilidade parece apontar para licenças negociáveis como um instrumento mais atraente e as teorias de preferência relativa concentram-se no consumismo via educação e informação pública, enquanto as teorias de preferência endógenas implicam instrumentos como persuasão moral e restrição à propaganda comercial. É desafiante combinar várias perspectivas teóricas para se chegar a um pacote de políticas eficazes para o consumo sustentável, que leva em conta, não apenas os impactos ambientais, mas também a satisfação com a vida do consumidor (VAN DEN BERGH; CARBONELL, 2000).

O desenvolvimento sustentável requer uma economia líquida que valorize todas as formas de capital. Os resultados são facilmente sintetizados. O comércio, a dependência dos investimentos diretos do estrangeiro e a liberdade econômica aumentam a poupança genuína. Isso vai contra o que alguns teóricos da escola da dependência têm argumentado em termos de um sistema capitalista mundial, afirmando que prejudica o bem-estar das gerações futuras. Os países que estão mais integrados nos mercados mundiais e que permitem um maior grau de liberdade econômica protegem seu bem-estar futuro melhor do que países isolados que firmemente restringem a liberdade.

Até bem recentemente os economistas viam o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) como uma medida do desenvolvimento. A degradação do capital natural no processo da atividade econômica ficou desaparecida em estatísticas do PIB. Processos contábeis “Verdes” iniciaram a correção para fazer o PIB refletir a degradação do meio ambiente natural como consequência da produção econômica. Como resultado, o Banco Mundial procurou estimar a "Riqueza das Nações" para incluir capital natural, manufaturado e humano.

As mudanças redefiniram as estimativas de riqueza, indicando que a sustentabilidade numa trajetória de desenvolvimento ao longo do tempo é importante. No entanto, esses dados também mostram que o componente mais importante de estoque da maioria das nações é o capital humano. Infelizmente o capital social é deixado de fora dos cálculos, devido às complexas questões que envolvem sua mensurabilidade. Com base nesses dados, os cálculos revelam que os países mais pobres têm muito capital natural, mas uma relativa falta de capital humano (SOYSA; NEUMAYER, 2005).

Dados mostram que países mais pobres têm cerca de cinco vezes mais capital natural em riqueza total. Estes dados foram construídos para 100 países, em 1994, pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento e representam a primeira medida desagregada da riqueza real das nações. Os dados para o capital natural total são compostos de terras de cultivo, solo, pastagens, madeira, não madeireiros ativos, as áreas protegidas e todos os recursos do subsolo. O capital humano é calculado como o valor do trabalho com base na educação e saúde. E o capital manufaturado consiste de objetos feitos pelo homem, tais como edifícios, estradas portos entre outros.

Uma tentativa de lidar com a relação entre consumo sustentável e renda no contexto das contas nacionais é a abordagem da poupança genuína, quando ela consegue ajustar a renda e as diferentes formas de capital. A poupança genuína é igual à poupança convencional menos a depreciação exercida sobre os estoques de capital acrescido da valorização do capital existentes, de acordo com Pearce (2000), que ressalta que a poupança genuína é uma medida de sustentabilidade fraca; pois, se for positiva, a poupança compensa a depreciação do capital, e, se for negativa, a sociedade está consumindo seu capital social que, ao longo do tempo, torna-se insustentável. Se a poupança for zero em sustentabilidade fraca, esse capital fornece o nível máximo sustentável para o consumo, mas não o nível ótimo.

Hamilton e Clemens (1999) calcularam a poupança genuína no período de 1970 a 1993 para diversos países, apresentando como foco o esgotamento dos recursos humanos e as emissões do dióxido de carbono, e chegaram à conclusão que países produtores de minerais apresentam baixa poupança genuína.

Em uma pesquisa feita em cerca de 140 países, durante os anos de 1980 a 1999, com mais de 2.000 dados, Soysa e Neumayer (2005) chegaram à conclusão que as taxas de Poupança Nacional Genuína (GS) baixas são apresentadas por

países intensivos em recursos naturais e as taxas altas de GS são apresentados em países com alta renda per capita, não linear, sugerindo rendimentos decrescentes. Além disso, concluíram que um aumento na abertura comercial aumenta a taxa de regimes políticos de países mais abertos, aumentando a taxa da GS; que economias dedicadas à agricultura diminuem a GS; que crises cambiais não abaixam a taxa da GS; que efeitos da democracia são estatisticamente significantes e positivas para a GS; que restrições sobre os formuladores de políticas governamentais e estabilidade afetam a taxa da GS; que sociedades mais densamente povoadas estão associadas com taxas mais elevadas para a GS; que o aumento do percentual de população urbana e redes de influência prejudicam a taxa da GS; além de perceberem que o comércio é significativo e promotor de sustentabilidade com exceção daqueles fortemente dependentes da extração de recursos naturais, que a liberdade econômica está positivamente associada com a taxa de GS e que a globalização melhora as condições de sustentabilidade fraca.

A importância da Poupança Genuína resulta da sua capacidade para indicar se as mudanças ocorridas no capital social total será benéfico ou prejudicial para o bem-estar futuro. É uma maneira de verificar se o caminho percorrido pelas nações pode ser considerado sustentável.

O consumo é derivado da renda e para melhor compreender o efeito da renda sobre o consumo sustentável foram elaborados trabalhos empíricos para verificar a relação entre o efeito da renda, do consumo final de bens e serviços e o aumento da degradação ambiental, conhecido como curva de Kuznetz ambiental. Dentre os trabalhos um se destacou: o de Grossman e Krueger (2002) que usaram dados disponibilizados pelo painel Global Environmental Monitoring System (GEMS).

Os resultados foram apresentados em gráficos. Sobre a qualidade de ar urbano esses resultados exibiram uma relação em forma de U invertido (PIB versus  $SO_2$ ). A poluição aumenta com o PIB, chega a um pico e depois cai, mas volta a crescer quando a renda *per capita* atinge elevados níveis. Foi encontrada uma relação monotônica decrescente para partículas pesadas significativas a 1%. Percebeu-se que problemas ambientais diminuía uma vez alcançados um nível de renda média entre US\$10.000 e US\$ 12.000. Para DBO e DQO, os pontos de viragem estão entre US\$ 7.500. Para coliformes fecais, US\$ 8.000. Para coliformes totais, US\$ 10.000. Para metais pesados, entre US\$ 10.000 e US\$ 12.000.

O surgimento do U invertido pode se dar, porque os países se desenvolvem e deixam de produzir determinados bens intensivos de poluição e começam a importar de outros países, com leis ambientais menos restritivas.

Pesquisadores encontraram pouca evidência de que a qualidade do ambiente se deteriora de forma constante com o crescimento econômico. A suspeita é de que exista um aumento de demanda por proteção ambiental quando a renda nacional atinge o limite médio de US\$ 8.000. Outra observação é que a poluição de ar é menos grave em cidades costeiras, reflexo da dispersão causada por ventos. As partículas pesadas são encontradas em concentrações mais elevadas em cidades situadas perto de desertos, enquanto que a fumaça prevalece em áreas densamente povoadas.

A principal deficiência teórica encontrada, segundo Barros, Mueller e Nogueira (2007), é que não se conseguiu definir por que o aumento da renda influencia a redução da degradação ambiental de alguns poluentes. Os autores usam variáveis diferentes para testarem suas hipóteses.

Barros, Mueller e Nogueira (2007) afirmam que o comportamento dos agentes frente ao poluente depende do ambiente institucional, visto que um mesmo indicador de degradação apresenta formas e pontos distintos de reversão da degradação, dependendo da área e da época em que se analisa. Apesar de alguns autores acharem que isso ocorre naturalmente com o processo de desenvolvimento, outros destacam que uma melhora nos indicadores ambientais é fruto de uma maior demanda por bens ambientais que passa a pressionar as políticas públicas para maiores regulações e investimentos na área ambiental.

Das muitas questões ambientais existentes, duas são destacadas pelos diversos autores como cruciais ao bem-estar dos indivíduos: a redução da camada de ozônio e a alteração climática. Elas nos chamam a atenção pelos graves desafios políticos impostos pelos bens públicos globais, mesmo já tendo sido provado (NORDHAUS, 1991,1994 e CLINE, 1992) que os custos de redução das substâncias depletoras do ozônio eram pequenos comparados aos benefícios. Em contraste, os melhores estudos hoje disponíveis sugerem que os custos de uma redução substancial de emissões dos gases causadores do efeito estufa se equiparam ou excederam os benefícios.

Políticas públicas poderiam ser perpetradas, porém as “vicissitudes da implementação de programas governamentais têm sido entendidas como uma das dimensões cruciais – senão a variável central – para a explicação do insucesso dos governos em atingir os objetivos estabelecidos no desenho de políticas públicas” (NAJBERG, 2010, p. 77). Um dos vários problemas existentes é o tamanho do público-alvo que deverá ser atingido. Quanto maior e mais diverso o grupo mais difícil é a implementação de um programa. Também faz parte desse contexto a extensão da mudança comportamental esperada do grupo-alvo.

A opinião pública acerca de certas políticas afeta a adesão aos programas ambientais e diminui ou aumenta o nível do conflito ou do consenso, por isso os objetivos deverão ser bem explícitos. Recursos econômicos e políticos bem delineados e contínuo suporte do aparato público são fundamentais em teoria causal viável, a fim de que se justifiquem as ações recomendadas para a resolução dos problemas de contaminação ambiental (HOWLETT; RAMESH, 1995).

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Motivos díspares levam ao consumo. Os indivíduos, movidos por um conjunto de influências, sejam da tecnologia moderna, dos meios de comunicação ou até mesmo de suas necessidades basilares. O certo é que não vivemos sem consumir. Nesse processo, os meios de produção estão sempre prontos em satisfazer nossas demandas, racionais ou não. A propaganda e o Marketing global trazem as últimas criações como necessidades primeiras, independente da origem, meio social ou etnia do indivíduo.

Difícilmente um consumidor faz uma ligação entre o produto consumido e os problemas ambientais enfrentados na sua produção. Pouquíssimas informações são emitidas a esse respeito e quando o fazem é de difícil compreensão, levando ao cômputo o senso comum, a educação e a cultura dos consumidores.

O consumo agregado está relacionado diretamente com a renda, a política fiscal e o grau de substituíbilidade dos bens e serviços. O consumo sustentável pode ser obtido igualando-se as taxas marginais de retorno sobre diferentes formas de capital. Um aumento na renda e no consumo final não significa aumento de degradação ambiental, tudo depende de como o bem é produzido, do padrão de consumo de uma população, das políticas adotadas para regular essa produção e



dos desafios enfrentados pelos formuladores de políticas em conceber o bem-estar da sociedade, bem como a qualidade e a quantidade de capital disponível. E como afirma Hicks (1939), ao pensar sobre a renda centrada no consumo, ela é o “montante máximo que pode ser gasto sem reduzir o consumo real no futuro”. Isso leva à definição de consumo sustentável.

A riqueza de um país também influencia no consumo. Isso ocorre porque um aumento persistente no estoque de riqueza é visto como um aumento de renda permanente e permite que as famílias gastem mais, porém a velocidade com que isso ocorre ainda é incerta. Deveria ser instantâneo porque consumo remete a hábito e os hábitos demoram a mudar.

Conforme assume a OCDE (2002), o consumo sustentável ideal é teoricamente possível, eticamente desejável e filosoficamente definível, mas continua a ser um objetivo ilusório no sentido operacional. O consumo, por ser uma operação dinâmica, pode ser orientado para padrões sustentáveis por meio da educação, do uso dos instrumentos de mercado ou comando e controle.

O Governo pode naturalmente afetar o consumo através de impostos de renda, ou cobranças de taxas de juros, entretanto é muito difícil de captar diretamente o efeito causado para cada consumidor. Essas medidas podem ser impopulares, e influenciar negativamente sobre a vida pública dos decisores políticos, que preferem claramente colocar em xeque os problemas ambientais. A sociedade civil organizada pode recorrer, através de informações mais precisas, e exigir ações mais firmes. Para tanto, deve haver uma consciência coletiva acerca dos problemas ambientais e de sua relação com o consumo.

## REFERÊNCIAS

ACKERMAN, F. *Why Do We Recycle? Markets, Values, and Public Policy*. Island Press, Washington D. C. 1997.

AEPA - Departamento de Proteção Ambiental (2004) disponível em: <<http://www.vivaterra.org.br>>. Acesso em: 12 mar.2012.

AMORIM, B. C.; ARAUJO, A. C. C.; GONÇALVES, G. A. C.; QUEIROZ, C. T. A. P. Diagnóstico da consciência ambiental dos gestores: eco-atitudes e consumo sustentável em Campina Grande/PB – Brasil. *Qualit@s Revista Eletrônica*. 2009. n. 8 v.2.

- ARGYLE, M. Causes and correlates of happiness. In: KAHNEMAN, D.; DIENER, E.; SCHWARZ (eds.). *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. Russell Sage Foundation, New York. 1999. Chapter 18.
- BARROS, D. F.; COSTA, A. M. Consumo consciente no Brasil: Um olhar introdutório sobre práticas de resistência ao consumo por meio de análises de discurso do Instituto Akatu pelo consumo consciente. *Anais do XXXII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração*. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2008.
- BARROS, F. H. G.; MUELLER, B.; NOGUEIRA, J. M. Crescimento econômico e meio ambiente: o que está faltando para entender o elo entre eles? *Anais do XXXV Encontro Nacional de Economia*. ANPEC, 2007.
- BAUMAN, Z. *Vida para o consumo: a transformação de pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2008.
- BAUMOL, W.J.; OATES, W. E. *The Theory of Environmental Policy*. 2nd ed. Cambridge University Press, Cambridge, UK. 1988.
- BERGH, V. D. J.C.J.M.; CARBONELL, A.F. Economic Theories of Sustainable Consumption: Empirical and Policy Implications. Paper for presentation at the ESEE conference, Vienna, Mai. 2000.
- BORINELLI, B.; COLTRO, F. L.; MORIYA, I.; SANTOS, L. M. L. (2008). Regulação Ambiental e Consumo Sustentável: uma discussão a partir da percepção dos consumidores de Londrina-PR. *Revista Capital Científico*. n. 8, v. 1. 2010.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos: multiculturais da globalização*. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.
- CANTRIL, H. *The pattern of human concerns*. Rutgers University Press. New Brunswick. 1965.
- CARLEY, M.; SPAPENS, P. *Sharing the world*. London: Earthscan. 1998
- CASTRO, J. D. B. O movimento dos lacavores. II Simpósio Nacional do Centro Interdisciplinar de Estudos África–Américas. Anápolis: UEG. *Anais... Territórios Religião raça e educação*, 2009.
- CLINE, W. R. *The Economics of global warming*. Washington, DC: Institute for International Economics. 1992.
- CNUMAD: Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. 1992. Agenda 21 Global. Recuperado em Setembro, 2010. Disponível em:  
<<http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18&idConteudo=575&idMenu=9065>>. Acesso em: 10 mar.2013

CONNOLLY, J.; PROTHERO, A. Sustainable Consumption: consumption, consumers and the commodity discourse. *Consumption, Markets and Culture*, v. 6, n. 4, pp. 275–291, 2003.

COSTA, F. J.; OLIVEIRA, L. G. L. Produção e consumo sustentável: um estudo de caso da Adao. *Revista de Negócios FURB (Online)*. 2011. n.16,v.2,p. 31-46.

COSTA, D. V.; TEODÓSIO, A. S. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. *Revista de Administração da Mackenzie*. v.12, n.3, maio-jun. 2011.

COOPER, R. *The Design Experience – The Role of Design and Designers in the 21 Century*. Cornwall, Ashgate Publishing, 2002.

DIÁRIO DO NORDESTE. *Caderno Viva*. 22.01.2006.

DIENER, E et al. The relationship between income and subjective well-being: relative or absolute? *Social Indicators Research*, n.28, 1993,p. 195-223.

DURAND, J. C. Formação e Internacionalização da 'Sociedade de Consumo' norte-americana, 1870-1929. São Paulo: EAESP-FGV. *Relatório do Núcleo de Pesquisa e Publicações*, n. 8. 2003.

FEATHERSTONE, M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications, 1991.

FELDMANN, F.; CRESPO, S. *Consumo Sustentável*, 3 vols. Rio de Janeiro: ISER/Ministério do Meio Ambiente/FBMC, 2003.

FRIEDMAN, M. *A theory of consumption function*. Princeton University Press, Princeton, NJ. 1957.

FORTES, G. Supermercado espera adesão de indústria para preço cair e ganhar mais consumidores. *Folha de São Paulo- Caderno Agrofolha*.B10.12-05-2009.

GEORGESCU-ROEGEN, N. *Analytical Economics*. Harvard University Press, Cambridge. 1966.

GEOFFREY, J. A.; PHILIP, R. J. *Advanced Microeconomic Theory*. 3. ed. Financial Times Prentice Hall. Inglaterra, 2011.

GINTIS, H. *The individual in economic theory: a research agenda*. Unpublished paper. Dept. of Economics, University of Massachusetts, Amherst, MA. 1998.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F.; MOURA, C. *Consumo sustentável: Muito além do consumo verde*. XXXI encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, set.2007.

GORZ, A. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

- GUNN, L.; LAZZARINI, M. Produção e consumo sustentáveis. In: CAMARGO, A.; CAPOBIANCO, J. P. R.; OLIVEIRA, J. A. P. de. (org.). *Meio Ambiente Brasil: avanços e obstáculos pós-Rio 92*. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2002, p. 414-433.
- GROSSMAN, G. M.; KRUEGER, A. B. Economic Growth and the Environment. In: MUNASINGHE, M. *Macroeconomics and the Environment* (ed). Edward Elgar Publ., Cheltenham, UK. 2002. Cap 9, p.354-377.
- HAMILTON, K.; CLEMENS, M. “Genuine Savings Rates in Developing Countries”, *The WorldBank Economic Review*.1999.No. 2: 333, Vol. 13-56.
- HARRIS, J. M. *Green Keynesianism: Beyond Standard Growth Paradigms*. Global development and environment institute. 2013. v.2, n.13.p. 1-18.
- HARTWICK, J. M. ‘Substitution among exhaustible resources and intergenerational equity’, *Review of Economic Studies*, 1978.v. 45, pp.347–354
- HICKS, J. R. *Value and Capital*. 2. ed. New York: Oxford University Press, 1939.
- HO, M. S. ; JORGENSON, D. W. ‘Policies to control air pollution damages’, Harvard University Center for the Environment, Paper presented in the Proceedings of the *Fourth US–China Workshop on Reconciling Economy, Energy, and Environment* (September 2002), Beijing, MA, 2004.
- HOWLETT, M.; RMESH, M. *Studying public: policy cycles and policy subsystems*. Oxford University: Toronto, 1995.
- JACKSON, T.; MARKS, N. Consumption, sustainable welfare, and human needs – with reference to UK expenditures patterns between 1954 and 1994. *Ecological Economics*. n.28. 1999. p. 421-441.
- KLETZAN, D.; KÖPPL, A.; KRATENA, K.; SCHLEICHER, S.; WÜGER, M. Towards sustainable consumption: Economics modeling of mobility and heating for Austria. *Ecological Economics*. 2005. n. 57. p. 608-626.
- KEYNES, J. M. *The Great Slump of 1930*, London: The Nation & Athenæum, issues of December 20 and December 27, 1930 (First Edition).
- LANCSAR, E.; LOUVIERE, J. Deleting “irrational” responses from discrete choice experiments: a case of investigating or imposing preferences? *Health Economics*, v. 15, n. 8, p. 797-811, 2006.
- MASLOW, A. H. *Motivation and Personality*. Harper and Row publishers, 2.ed. 1970.
- MICHAELIS, L. The role of business in sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production*. 2003.

MURPHY, J. Sustainable consumption and environmental policy in the European Union. In: COHEN, M.; MURPHY, J. (Ed.). *Exploring sustainable consumption: environmental policy and the social sciences*. Oxford: Elsevier Science, 2001.

NAJBERG, E. Abordagens sobre o processo de implementação de políticas públicas. In: BERNARDES, G. D.; MORAIS, R.P. *Políticas públicas: meio ambiente e tecnologia*. Goiania: Editora Vieira, 2010.

NORDHAUS, W. To solw or not slow: the economics of the greenhouse effect. *The Economic Journal* n. 101 p. 920- 937. 1991

NORDHAUS, W. *Magnating the global connons*. Cambridge, MA: Harvard University. 1994.

PAAVOLA, J. Towards sustainable consumption: economics and ethical concerns for the environment en consumers choices. *Review of Social Economy*, v.LIX, n.2, p.227-248, June 2001.

PÁDUA, J. A. *Produção, consumo e sustentabilidade: o Brasil e o contexto planetário*. Cadernos de Debate n.6. Brasil Sustentável e Democrático, 1999.

PEARCE, D.W. Public Policy and Natural Resources Management: A framework for integrating concepts and methodologies for policy evaluation”, mimeo, DGXI, European Commission. 2000,

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D.L. *Microeconomia*. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidadesde ambientalização e politização das práticas de consumo. *Cadernos EBAPE. Br. FGV*, edição temática, 2005 p. 1-12.

PORTILHO, M. F. F. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.

RIFKIN, J. *A era do acesso*. São Paulo: Makron Books, 2001.

SANNE, C. Willing consumers-or locked-in? Policies for a sustainable consumption. *Ecological Economics* v.42, p.273-287, 2002.

SILVA, M. E. Consumo sustentável: a articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. *Revista eletrônica de Ciências Administrativa – RECDM* v.11, n.2, jul. -dez.2012. p. 217-232.

SMIL, V.; YUSHI, M. *The Economic costs of China’s Environmental degradation*. Cambridge, Ma: American Academy of Arts and Sciences.

SPASH, C. L. Multiple Value Expression in Contingent Valuation: Economics and Ethics†. *Environ. Sci. Technol.*, v. 34, n. 8, p. 1433-1438, 2000.

SPASH, C. L.; HANLEY, N. Preferences, information and biodiversity preservation. *Ecological Economics*, v. 12, n. 3, p. 191-208, 1995.

SÖDERBAUM, P. Actors, ideology, markets. Neoclassical and institutional perspectives on environmental policy. *Ecological Economics* n.10: 1994, p..47-60.

STERN, P. Toward a working definition of consumption for environmental research and policy. In: STERN, P. et al (Ed.). *Environmentally significant consumption*. Washington: Committee on the Human Dimensions of Global Change/Commission on Behavioral and Social Sciences and Education/National Research Council/National Academy Press, 1997. p.12-25.

TANNER, C.; KAST, S. W. Promoting sustainable consumption: determinants of green purchases by Swiss consumers. *Psychology & Marketing*. 2003. n.20, v.10. p. 883-902.

THAMPAPILLAI, D. J.; WU, X; SUNDERAJ, L. R. Economic growth, the environment and employment: challenges for sustainable development in China. *Int. J. Environment, Workplace and Employment*, 2007. v.3, n.1.

TUKKER, A. et al. Fostering change of sustainable consumption and production: an evidence based view. *Journal of cleaner production*. 2008.

UNEP, Sustainable Consumption: A Global Status Report . Abril/2002.

VAN DEN BERGH, J. C. J. M.; CARBONELL, A. F. *Economic Theories of Sustainable Consumption: Empirical and Policy Implications*. Paper for presentation at the ESEE Conference, Vienna, Mai. 2000.

WORLD RESOURCES INSTITUTE - WRI. World Resources 2000-2001 – People and ecosystems: The fraying web of life. 2001. p. 27