UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA

EDUARDO DE FARIA NOGUEIRA

CONSUMO, DESCARTE E SUSTENTABILIDADE:

UM ESTUDO DE CASO

Londrina
2017

EDUARDO DE FARIA NOGUEIRA

CONSUMO, DESCARTE E SUSTENTABILIDADE:

UM ESTUDO DE CASO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Sonia Regina Vargas Mansano

Londrina
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Nogueira, Eduardo de Faria.
Consumo, descarte e sustentabilidade : um estudo de caso / Eduardo de Faria Nogueira. - Londrina, 2017.
152 f. : il.

Orientador: Sonia Regina Vargas Mansano.
Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Estudos Sociais Aplicados, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2017.
Inclui bibliografia.

1. Consumo - Tese. 2. Descarte - Tese. 3. Sustentablidade - Tese. 4. Subjetividade - Tese. I. Mansano, Sonia Regina Vargas. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Estudos Sociais Aplicados. Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

EDUARDO DE FARIA NOGUEIRA

CONSUMO, DESCARTE E SUSTENTABILIDADE:

UM ESTUDO DE CASO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

BANCA EXAMINADORA

_____

Orientadora: Profa. Dra. Sonia Regina Vargas Mansano
Universidade Estadual de Londrina - UEL

_____

Prof. Dr. Luis Miguel Luzio dos Santos
Universidade Estadual de Londrina - UEL

_____

Prof. Dr. José Sterza Justo
Universidade Estadual Paulista - UNESP

Londrina, 02 de março de 2017.

“Não basta denunciar. É preciso romper o sentimento de impotência que nos ameaça e alimentar a capacidade de resistir”

Isabelle Stengers

Dedico este trabalho a todos meus familiares e amigos, em especial aos meus pais, pelo companherismo, paciência e apoio.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Antônio e Lívia, pelo apoio e incentivo aos meus estudos, pelo carinho e paciência em todas as etapas deste doloroso, porém gratificante, processo de aprendizado.

Aos meus amigos e demais familiares, pela parceria e por propiciarem momentos agradáveis durante esses últimos anos, deixando as coisas muito mais fáceis do que seriam sem a presença deles.

À minha orientadora, Profª. Drª. Sonia Regina Vargas Mansano, pelo constante e vigoroso apoio na construção deste trabalho. Por acreditar em meu potencial e pelo respeito às minhas ideias e posições. Pela honestidade e intensa dedicação nesses dois últimos anos. E, sobretudo, pelo generoso estoque de paciência que lhe foi exigido durante todo o processo de elaboração deste estudo.

Aos professores Dr. Luis Miguel Luzio Santos e Dr. José Sterza Justo pelo aceite para compor minha banca de defesa e pelas excelentes considerações prestadas desde o exame de qualificação. Suas contribuições foram fundamentais para um melhor direcionamento da pesquisa.

Aos estudantes e professores do grupo de pesquisa “Sustentabilidade Afetiva” do Departamento de Psicologia Social e Institucional da UEL, pelas discussões altamente produtivas. Pelas ideias, por vezes desestabilizadoras, que nos levavam sempre a repensar e questionar nossos pressupostos mais fundamentais, elevando nosso pensamento a perspectivas desafiadoras.

Aos gestores da ONG (objeto de análise deste estudo), pela disponibilidade e atenção dispensada em todos os momentos necessários para constituição deste trabalho.

A todos os demais professores do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da UEL, pelos ensinamentos, pelas disciplinas ministradas com excelência, pelos materiais fornecidos, pela experiência convivida durante esses anos e pela dedicação intensa durante todo o processo.

Aos colaboradores do PPGA, por todas as informações e orientações prestadas com excelência, desde o processo seletivo até a etapa final do curso. Realmente, o serviço prestado e o apoio deles foram fundamentais nessa jornada.

Por fim, em especial, agradeço imensamente aos colegas de sala pelas discussões calorosas e divertidas, pela amizade, solidariedade e compartilhamento de conhecimentos e experiências. Sinto-me privilegiado pela convivência com essa turma, pois tive a grata oportunidade em conhecer exímios pesquisadores e grandes seres humanos.

NOGUEIRA, Eduardo de Faria. **Consumo, descarte e sustentabilidade:** um estudo de caso, 2017. 152 f. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Estadual de Londrina. Londrina, 2017.

RESUMO

O século XX foi um período histórico marcado por intensas transformações e múltiplas crises. O caráter antropocêntrico da exploração da natureza e a busca incessante pela geração e acúmulo de bens têm levado a alguns questionamentos acerca da tensa relação entre o homem e a natureza. Após a Segunda Guerra Mundial, houve um avanço na consolidação da sociedade de consumo, sendo que a produção e o descarte de mercadorias tornaram-se práticas naturalizadas e operacionalizadas por meio de componentes de subjetivação amplamente disseminados na sociedade contemporânea. Diante disso, o presente estudo se propôs a analisar as interfaces entre o consumo, o descarte e a sustentabilidade. Para tanto, a pesquisa foi dividida em dois momentos. Na parte teórica foram problematizados os temas referentes à organização social capitalista, o consumo como prática subjetivamente naturalizada e os seus efeitos destrutivos sobre o meio ambiente, dando destaque à problemática dos resíduos sólidos. Adotando uma metodologia qualitativa, a parte empírica buscou analisar as praticas operacionais e o discurso gerencial de uma ONG da cidade de Londrina/ PR que se ocupa em recolher, recuperar e/ou dar o destino considerado ecologicamente adequado a resíduos eletroeletrônicos. Ao final deste trabalho, foi possível acumular elementos teóricos e empíricos para contribuir criticamente com os debates relativos ao meio ambiente, problematizando a prática naturalizada de consumo e um de seus efeitos mais graves, porém pouco debatido, que envolve a produção de lixo.

Palavras-chave: Consumo. Descarte. Sustentablidade. Subjetividade.

NOGUEIRA, Eduardo de Faria. **Consumption, disposal and sustainability**: a study from case. 2017. 152 p. Dissertation of Master Degree – Post-Graduation Program in Business Administration. State University of Londrina. Londrina, 2017.

ABSTRACT

The twentieth century was a period marked by deep transformations and multiple crises. The anthropocentric characters of the exploitation of nature and the incessant production and collection of goods have led to some questions about the tense relation between man and nature. After World War II, consumer society consolidated, with the production and disposal of goods becoming naturalized practices operationalized through components of subjectivity widely disseminated in contemporary society. Thus, this study aims to analyze the interface between consumption, waste disposal, and sustainability. The research was divided into two parts. In the theoretical part, we address the capitalist social organization, consumption as a subjectively naturalized practice and its destructive effects on the environment, highlighting the problem of solid waste. Adopting a qualitative methodology, the empirical part analyzes the operational interventions and the managerial discourse of an NGO in Londrina/PR in charge of collecting, recovering, and ecologically appropriate disposing of electronic waste. Finally, it was possible to acquire theoretical and empirical data to contribute critically to debates related to the environment, problematizing the naturalized practice of consumption and one of its most serious, but little debated, effects on waste production.

Keywords: Consumption. Waste disposal. Sustainability. Subjectivity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E IMAGENS

Figura 01 - Fundamentação teórica – diagrama de intersecções dos conteúdos.....15
Figura 02 - Fluxo da produção, consumo e descarte: a ONG e o macroambiente 93
Figura 03 - Fluxo operacional: práticas da ONG 94

Imagem 01 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: Barracão da ONG.....102
Imagem 02 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: Campanha de Coleta.....102
Imagem 03 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: TV Tubo e outros resíduos 109
Imagem 04 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: Barracão.....115
Imagem 05 - Loja da ONG: Produtos reaproveitados e disponíveis para venda 130

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Trabalhos científicos - visões alarmantes sobre a questão ambiental inicial.....58
Quadro 02 - Quadro síntese das categorias e aspectos teóricos mais representativos.....88

LISTA DE TERMOS, ABREVIATURAS E SIGLAS

ABETRE	Associação Brasileira de Empresas de Tratamento de Resíduos e Efluentes
ABRELPE	Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PNRS	Política Nacional de Resíduos Sólidos
REEE	Resíduos de Equipamentos Eletroeletrônicos
RSU	Resíduos Sólidos Urbanos
UEL	Universidade Estadual de Londrina
UNEP	*United Nations Environment Programme*
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura
WCED	*World Commission on Environment and Development*

SUMÁRIO

I INTRODUÇÃO 11

1. CAPITALISMO E SOCIEDADE DE CONSUMO: AS MUTAÇÕES ECONÔMICAS DO SÉCULO XX 17
1.1 A I Guerra Mundial e a emergência do consumo 20
1.2 A II Guerra Mundial e a consolidação do consumo 29

2. CRISES E DEBATES AMBIENTALISTAS CONTEMPORÂNEOS 41
2.1 Modernidade, Capitalismo e Consumo 43
2.2 As crises e o debate ambiental contemporâneo 51

3. DA SUBJETIVIDADE CONSUMIDORA AO CUIDADO COM A NATUREZA: DESENCONTROS 61
3.1 O *Marketing* no centro do capitalismo contemporâneo, produção de subjetividade e sua interface com o consumo 64
3.2 O descarte e a natureza: a implicação do social no planeta 75

4. PERCURSO METODOLÓGICO 83

5. ESTUDO DE CASO 89
5.1 A ONG nos cenários nacional e local: análise documental 89
5.2 Análise das Entrevistas 95

CONSIDERAÇÕES FINAIS 138

REFERÊNCIAS 143
APÊNDICES 150
APÊNDICE A: TCLE – Termo de Compromisso Livre e Esclarecido 150
APÊNDICE B: Roteiro de Entrevista 151

INTRODUÇÃO

O século XX foi um período histórico marcado por intensas transformações e múltiplas crises. Instituições até então fortalecidas como a ciência, a religião, a família e o Estado passaram a ser ainda mais questionados após mais de trinta anos de conflito mundial que marcaram especialmente a primeira metade deste século. Nesse contexto, também emergiram discussões sobre a questão ambiental. Se, por um lado, os avanços científicos e tecnológicos, incorporados ao processo produtivo ao longo dos dois últimos séculos, têm proporcionado um desenvolvimento econômico material jamais visto na história humana, por outro, o crescimento industrial, a proliferação de centros urbanos, os conflitos sociais e as catástrofes naturais têm desencadeado diversas crises socioambientais e colocado em xeque as formas de organização sociais existentes.

O caráter antropocêntrico de exploração da natureza e a busca incessante pela prosperidade econômica, sobretudo por parte dos países mais desenvolvidos, têm levado a alguns questionamentos acerca da tensa relação entre o homem e a natureza. Nesse sentido, ao final da década de 1960, a problemática ambiental ganhou destaque e se apresentou como ponto crítico na agenda política e econômica global (PIERRI, 2001; O'CONNOR, 2002; JACOBI, 2005). Noções como "sustentabilidade" e "desenvolvimento sustentável", passaram a ser definidas e resignificadas sob diversos pontos de vista, buscando alinhar os interesses econômicos com as demandas sociais e a capacidade de suporte da natureza.

Após a Segunda Guerra Mundial, houve um avanço na consolidação da sociedade de consumo, caracterizado por modificações em diversos âmbitos sociais e nos modos de produção da vida urbana, marcados pela fabricação e consumo excessivo de mercadorias, símbolos, ícones, imagens e/ou serviços (BAUMAN, 2008; LIPOVETSKY, 2004; BAUDRILARD, 1995). A busca por prazer, a satisfação de necessidades e expectativas a serem atendidas em curto prazo representam alguns dos valores disseminados desde então. O consumo torna-se, então, prática naturalizada na sociedade contemporânea, que se coloca como força central do sistema capitalista, expandindo-se e produzindo os mais diversos componentes de subjetividade. Indissociável do consumo está a produção incessante de lixo, responsável por agravar ainda mais as crises ambientais.

Partindo desse cenário, a presente pesquisa se ocupará em analisar como a geração de resíduos sólidos implica grave impacto ambiental. Produção, consumo, descarte e geração de lixo representam etapas de um ciclo inesgotável e degradante. Toda matéria-prima extraída da natureza, processada pelas organizações e transformada em mercadoria gera simultaneamente milhões de toneladas de lixo – em todas as etapas do processo produtivo, desde a extração de elementos do meio ambiente até a chegada dos produtos nas casas dos consumidores.

Tudo aquilo que é produzido para o consumo se transforma em lixo. Com isso, a geração de resíduos nos centros urbanos vem sendo apontada por ambientalistas como um dos problemas ambientais mais graves da atualidade (LAYRARGUES, 2011; JACOBI; BESEN, 2011). Diante disso, muitas cidades do mundo, e mais especificamente alguns municípios brasileiros, vêm encontrando sérias dificuldades em manter um tratamento adequado e uma destinação final correta para seus resíduos. Em termos globais, de acordo com o relatório "*What a Waste: a global review of solid waste management*" publicado pelo Banco Mundial em 2012, atualmente as cidades de todo o mundo geram aproximadamente 1,3 bilhões de toneladas de resíduos sólidos por ano. Conforme exposto no relatório, estima-se que este volume deverá aumentar para 2,2 bilhões de toneladas em 2025. Nos EUA, são gerados um total aproximado de 624,7 mil toneladas de resíduos sólidos por dia. No que se refere aos países emergentes, o Brasil se destaca, com uma produção diária de aproximadamente 149,09 mil toneladas de resíduos sólidos, perdendo apenas para a China, sendo esta a maior geradora entre os países emergentes, somando o valor de 520,54 mil toneladas de resíduos sólidos por dia (WORLD BANK, 2012).

Podemos perceber, por esses dados, a dimensão problemática que a produção de resíduos representa no que se refere aos danos ambientais. Isso nos leva a tomar criticamente em análise as bases produtivas e modos de consumo da sociedade contemporânea. Se todos os países alcançassem um nível de produção e consumo em proporções equivalentes aos EUA, por exemplo, precisaríamos de aproximadamente cinco planetas Terra para sustentar esse padrão consumista (SILVA, 2012). Estamos, portanto, diante de um modo insustentável de vida, que necessita urgentemente de alguns questionamentos.

Ao fazer uma articulação entre produção, consumo e geração de lixo, o presente estudo justifica-se por apontar a insustentabilidade do modo consumista de vida para a relação entre homem e natureza na contemporaneidade. Nesse contexto cabe questionar: quais são as reais consequências que o modo de vida caracterizado pela sociedade de consumo traz para o mundo contemporâneo? Existem possibilidades de um desenvolvimento sustentável nesse cenário? Como resignificar nossos modos de vida nas cidades diante do paradoxo consumo e produção de lixo? Essas são questões que se apresentam nos dias atuais e que nos levam a pensar sobre problemas pouco explorados e muitas vezes negligenciados por organizações privadas e até mesmo governamentais. Consideramos que são temas urgentes que precisam ser debatidos desde âmbitos microssociais do cotidiano até esferas macrossociais, que envolvem as políticas governamentais e as instituições internacionais.

Diante disso, esta investigação propõe compreender alguns efeitos socioambientais causados pelo consumo e por sua consequente produção de lixo. Nesse sentido, elegemos o seguinte problema para ser abordado neste trabalho: Como se efetiva a interface entre o consumo, o descarte e a sustentabilidade na contemporaneidade? Para tanto, o objetivo central da pesquisa consistiu em analisar as interfaces entre o consumo, o descarte e a sustentabilidade a partir das práticas operacionais e do discurso gerencial de uma ONG da cidade de Londrina/ PR que atua com atividade de coleta, tratamento e destinação de resíduos eletroeletrônicos.

Trata-se de uma organização situada na cidade de Londrina/PR que se dedica principalmente ao conserto de produtos eletroeletrônicos descartados e considerados obsoletos. Ela trabalha também com a destinação adequada dos componentes impossíveis de serem reaproveitados. Isto significa que a organização em questão faz do lixo eletrônico sua principal fonte geração de trabalho e rentabilidade. Vale destacar que o lixo eletrônico, conhecido também por *E-waste* ou REEE (resíduos de equipamentos eletroeletrônicos) atualmente representa um resíduo bastante problemático em âmbito mundial no que se refere aos impactos ambientais, sobretudo em virtude do aumento exponencial de sua produção, consumo e descarte. Os lixos eletrônicos mais comuns são aparelhos celulares, *tablets*, *notebooks*, baterias, carregadores, fones de ouvido e câmeras filmadoras (UNEP, 2009). Trata-se de itens que não se decompõem facilmente na natureza e que possuem em sua composição física diversos metais pesados com elementos

químicos altamente nocivos ao meio ambiente e prejudiciais à saúde humana (UNEP, 2009).

Consideramos que as práticas e ideais da ONG investigada podem ser situadas na interface entre produção, consumo e descarte, com apelo diretamente relacionado às dimensões centrais da sustentabilidade. Para que seja possível alcançar o objetivo geral proposto, definimos os seguintes objetivos específicos: 1) problematizar as premissas da sociedade de consumo no contexto capitalista do século XX; 2) evidenciar as crises ambientais consequentes do modo de produção e consumo contemporâneo; 3) analisar como as práticas de obsolescência programada e as estratégias de *marketing* se intensificaram na contemporaneidade; 4) analisar os valores e ideias que permeiam as práticas da ONG no que se refere ao consumo, ao descarte e à sustentabilidade, valendo-se dos depoimentos dos gestores e de documentos de domínio público disponibilizados pela organização.

No que se refere à organização geral do trabalho, ele se divide em duas partes: teórica (composta por três capítulos) e empírica (estudo de caso). No primeiro capítulo, intitulado “Capitalismo e Sociedade de Consumo: as mutações econômicas do século XX”, a ideia central consiste em evidenciar fatos históricos relevantes sobre a emergência e consolidação do consumo na contemporaneidade, com base em um cenário de grandes transformações políticas, econômicas, sociais e ambientais destacadas no século XX. O objetivo do capítulo consiste em analisar as mudanças que ocorreram no âmbito econômico e comercial em termos mundiais, sobretudo na Europa e EUA, destacando suas estratégias de ação e suas formas de adaptação aos novos padrões mundiais de consumo. O capítulo busca demonstrar e compreender as transformações do consumo, que deixou de ter uma base de necessidade, para assumir uma forma multifacetada que extrapola essa função. Descrevemos a emergência e consolidação do consumo dentro sociedade capitalista contemporânea e como isso se tornou algo exacerbado e naturalizado como modo de vida, caracterizando assim a sociedade de consumo.

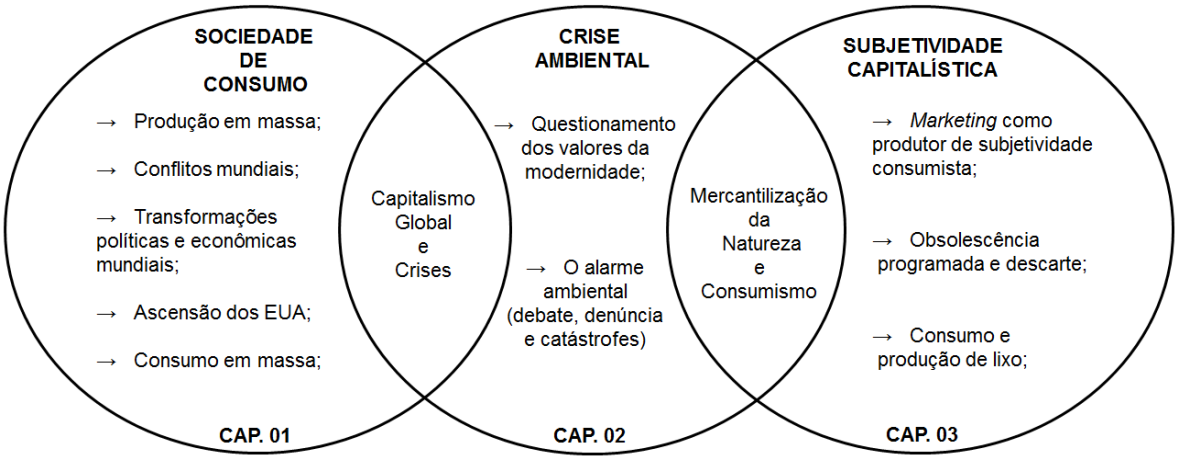
Quanto ao capítulo dois, denominado “Crises e Debates Ambientalistas Contemporâneos”, o objetivo principal consiste em avançar nas discussões acerca do consumo, agora na interface com meio ambiente dentro de uma perspectiva questionadora. Com intuito de complementar a análise histórica do capítulo anterior, apresentamos outras perspectivas do sistema capitalista contemporâneo, dando ênfase em como o pensamento moderno tornou-se propulsor do consumo nos

moldes capitalistas. Além disso, o capítulo se propõe a discutir parte do debate ambiental empreendido no final do século XX, suas origens e crises, de modo a buscar uma articulação entre o ambientalismo e a sociedade de consumo, debatendo as principais crises por ela geradas.

No terceiro capítulo, denominado “Da subjetividade consumidora ao cuidado com a natureza: desencontros”, busca-se caracterizar o sujeito consumidor, destacando os componentes subjetivos produzidos historicamente, que estão amplamente conectados aos valores disseminados pelo capitalismo e pelo mercado. Será discutido como as estratégias de obsolescência programada, de comunicação em massa e o *marketing* participaram desse processo que disseminou valores e aspectos subjetivos capitalistas. O capítulo apresenta um breve precurso histórico das práticas de *marketing,* buscando compreender como suas intervensões contribuíram para a produção de componentes subjetivos que colocam em circulação as práticas naturalizadas de consumo e descarte. Apresenta ainda algumas questões envolvendo a sustentabilidade e os efeitos destrutivos do consumo, estendendo-se para a problematização acerca da temática de geração de lixo.

O percurso teórico deste trabalho, que pode ser visualizado na figura 1, trata de questões que demonstram a disseminação e intensificação do consumo após a Segunda Guerra Mundial, bem como da expansão de crises ambientais globais. Estas últimas têm na produção de mercadorias em escala industrial e no consumo de massa seus maiores problemas e desafios em relação ao meio ambiente.

Figura 01: Fundamentação teórica – diagrama de intersecções dos conteúdos



Fonte: Elaborado pelo autor.

Após o aporte teórico dos três primeiros capítulos, nosso objetivo é analisar, por meio de um estudo de caso, as práticas organizacionais e os discursos gerenciais da ONG selecionada como objeto de pesquisa. Para tanto, o quarto capítulo, denominado “Percurso Metodológico”, fornece a base metodológica com objetivo de delinear a classificação geral da pesquisa, a natureza, a unidade de análise, as formas estratégicas de coleta e o plano de análise dos dados.

Já no quinto capítulo, chamado de “Estudo de Caso”, será apresentado um histórico da organização, a síntese das observações, bem como os dados empíricos da pesquisa desde as etapas iniciais até a conversa com os gestores. Nele faremos aproximações entre o referencial teórico e aquilo que foi coletado por meio de fontes primárias e secundárias.

Ao final deste trabalho, teremos acumulado elementos teóricos e empíricos para contribuir criticamente com os debates relativos ao meio ambiente, problematizando a prática naturalizada de consumo e um de seus efeitos mais graves, porém pouco debatido, que envolve a produção de lixo. Espera-se ainda que este trabalho contribua para que a análise sobre o modo de vida consumista ganhe um lugar relevante em discussões socioambientais, prezando por uma abordagem crítica do acúmulo e do descarte.

Todavia, empreender esse debate no campo da Administração coloca-se como um desafio, uma vez que, frequentemente, essa área de conhecimento mantém em seus estudos um direcionamento à generalização, sendo em alguma medida confrontada por outras áreas do saber, bem como por abordagens mais problematizantes dentro da própria Administração, por aderir a uma posição por vezes reducionista e reprodutora de modelos demasiadamente institucionalizados, sendo reconhecida majoritariamente na vertente dedicada a aperfeiçoar os processos de produção e estratégias para a expansão e o acúmulo de capital.

1. CAPITALISMO E SOCIEDADE DE CONSUMO: AS MUTAÇÕES ECONÔMICAS DO SÉCULO XX

O consumo de bens e serviços é a prática central, o "coração", o "motor" que impulsiona todo o funcionamento do sistema capitalista contemporâneo. Ao longo dos anos, a questão do consumo vem sofrendo alterações importantes e as implicações disso para a sociedade são enormes e de longo alcance.

Embora a sociedade ocidental moderna, em particular, seja muitas vezes chamada de sociedade do consumo (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2008; LIPOVETSKY, 2004), historicamente, os homens consomem bens, objetos e algum tipo de serviço em todas as sociedades. Para Campbell e Barbosa (2006, p. 21), "[...] o consumo é um processo social profundamente elusivo e ambíguo". Elusivo no sentido de algo abstrato, impreciso, pois, "[...] só se toma conhecimento de sua existência quando é classificado, pelos padrões ocidentais, como supérfluo, ostentatório ou conspícuo" (CAMPBELL; BARBOSA, 2006, p. 21), ainda que possua importância fundamental para a reprodução física e social de qualquer sociedade humana. E ambíguo "[...] porque por vezes é entendido como uso e manipulação e/ou como experiência; em outras, como compra, em outras ainda como exaustão, esgotamento e realização" (CAMPBELL; BARBOSA, 2006, p. 21). Essa dualidade se traduz na sua própria etimologia, conforme assinalam Campbell e Barbosa:

> *Consumo* deriva do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir; e do termo em inglês *consummation*, que significa somar e adicionar. No Brasil, o significado do termo *consumo* ficou mais próximo da primeira dimensão, que tem sentido negativo, enquanto *consumação*, com sentido positivo de realização e clímax, ficou mais restrita ao ato sexual (CAMPBELL; BARBOSA, 2006, p. 21).

São diversas as maneiras como o consumo é interpretado e trabalhado em sua definição (BARBOSA, 2004). Nos últimos anos, tal ambiguidade (entre esgotar e somar) vem estimulando interesses pelo estudo do consumo, seus significados e consequências no mundo contemporâneo. No sentido de esgotar, o consumo "[...] não diz respeito apenas à exaustão de bens materiais. Possui também uma dimensão física e emocional, quando se refere à consumição do indivíduo" (CAMPBELL; BARBOSA, 2006, p. 21-22).

Muitos pontos positivos e negativos sobre os significados do consumo entrelaçam-se em nossa forma cotidiana de falar da maneira como utilizamos,

apropriamos e usufruímos do mundo que nos rodeia. Toda e qualquer sociedade, seja ela antiga ou moderna, utiliza o universo material a sua volta para sua própria reprodução física e social. Bens e serviços que satisfazem nossas necessidades mais básicas e fundamentais até as mais profundas e complexas são consumidos no sentido de chegar a um esgotamento - conforme sua etimologia - e servem também como fonte de intermediação de nossas relações sociais. Assim, os "[...] mesmos bens e serviços que utilizamos para nos reproduzir física e socialmente nos auxiliam na 'descoberta' ou na 'constituição' de nossa subjetividade e identidade" (CAMPBELL; BARBOSA, 2006, p. 22).

O ato de consumir também se traduz no sentido de conferir posição de *status*, de reprodução social, de conexão individual e coletiva, estabelecendo vínculos entre pessoas e grupos. Veblen (1994) entende o consumo como um modo de responder aos anseios das classes sociais dominantes no sentido de conferir *status*. Para além da satisfação das necessidades do consumidor moderno, os fenômenos do consumo dependem da estrutura social, ou seja, as necessidades sociais vinculadas ao consumo predominam, por vezes, sobre a satisfação de necessidades supostamente mais imediatas. Conforme sugere Lima (2010, p. 8), "[...] a troca e o uso de objetos são práticas que criam e mantêm vínculos entre os membros de uma sociedade", e, simultaneamente, de acordo com a autora, "[...] operam para fornecer sentido e ordenar a vida coletiva em uma totalidade" (LIMA, 2010, p. 9). O consumo, no senso comum, é algo simples, corriqueiro, às vezes até banal. Passamos nossas vidas consumindo diariamente, muitas vezes de maneira rotineira, sem muito planejamento, ou seja, vivemos, logo consumimos. Sobre isso, Bauman assinala:

> [...] o fenômeno do consumo tem raízes tão antigas quanto os seres vivos – e com toda certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos. [...] Qualquer modalidade de consumo considerada típica de um período específico da história humana poder ser apresentada sem muito esforço como uma versão ligeiramente modificada de modalidades anteriores (BAUMAN, 2008, p. 37).

Tradicionalmente, conforme colocado, o consumo sempre esteve atrelado à exaustão, esgotamento e aquisição de algo e suas modificações vêm sendo vistas como uma construção histórica gradual, porém sem muito esforço em compreendê-lo como uma dinâmica central de vínculo social. Entretanto, ao final do século XX, as ciências sociais passaram a tratar a questão do consumo para além do aspecto

básico de exaustão e esgotamento, correlacionando análises acerca do consumo como construção subjetiva e reprodução de vínculos sociais e, com isso, passou a se tornar extremamente relevante nos debates atuais (LIMA, 2004; CAMPBELL; BARBOSA, 2006; BARBOSA, 2004). Paralelo a isso, torna-se igualmente importante a discussão da etapa anterior ao consumo: a produção. Assim, é fundamental para este capítulo realizar uma discussão de fatores históricos e econômicos, tal como a era industrial, como propulsor do consumo.

Sabe-se que, desde as primeiras décadas do século XX, período de grande expansão industrial, o consumo de bens cresceu de forma exponencial em termos de volume. Entretanto, as transformações ocorridas no consumo não dizem respeito somente às quantidades, mas à diversidade nas formas de se consumir. A sociedade moderna ficou tão vinculada à dinâmica de produzir, vender e consumir mercadorias e/ou serviços que se torna difícil imaginar qualquer outra forma de estruturação dos negócios humanos. Sobre isso, Rifkin diz:

> Somos ensinados que adquirir e acumular bens materiais faz parte integral de nossa estada na Terra e que somos, pelo menos em parte, um reflexo do que temos. Nossa própria noção do modo como o mundo funciona baseia-se, em grande extensão, no que passamos a considerar como a necessidade primordial de trocar bens uns com os outros e de nos tornarmos membros da sociedade que possuem posses (RIFKIN, 2001, p. 3).

De fato, a economia capitalista contemporânea é baseada fundamentalmente nas premissas da produção e do consumo, e sabemos que não há possibilidade de desenvolvimento da vida humana no cenário capitalista sem esses dois termos. Nesse sentido, com base nos avanços industriais ao longo do século XX, muitas transformações ocorreram em termos econômicos, políticos e sociais. Intensificou-se um processo de industrialização e urbanização dando origem aos grandes centros ao redor do mundo, especialmente, na Europa e nos Estados Unidos da América (EUA). Foram inúmeras as transformações em termos de produção, distribuição, troca, relações sociais e, sobretudo, no âmbito do consumo. Nesse contexto de plena transformação, a industrialização e o comércio tiveram papel de destaque, pois a sociedade capitalista, no decorrer deste século, produziu ampla gama de produtos e serviços diferenciados, sendo que tal produção tornou-se indispensável para manter a nova configuração social emergente.

Com base nesse cenário mutante, o presente capítulo tem por objetivo analisar as mudanças que ocorreram no âmbito econômico e comercial em termos mundiais, sobretudo na Europa e nos EUA, destacando suas formas e suas adaptações aos novos padrões sociais de consumo. A questão central a que o capítulo se propõe busca compreender as alterações do consumo, que deixou de ter uma base de necessidade para assumir uma forma que extrapola essa função. Apresentaremos uma breve contextualização da trajetória - emergência e consolidação - do consumo dentro sociedade capitalista contemporânea e como ele se tornou algo exacerbado, um consumismo como modo de vida, caracterizando a sociedade de consumo. De acordo com Bauman:

> Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar deve ser, tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada ("alienada") dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a "sociedade de consumidores" em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano, enquanto ao mesmo tempo estabelece parâmetros específicos para as estratégias individuais de vida que são eficazes e manipula as probabilidades de escolha e conduta individuais (BAUMAN, 2008, p. 41).

A partir disso, será feito um resgate histórico desde os primeiros anos do século XX, demonstrando alguns paralelos entre as grandes guerras mundiais, a crise de 1929 e o papel dos EUA no contexto da emergência e consolidação do consumo. O capítulo buscará compreender as transformações econômicas daquele século bem como a expansão e a consolidação do consumismo até nossos dias.

1.1 A I Guerra Mundial e a emergência do consumo

Ao final do século XIX e início do século XX, época emergente da segunda revolução industrial que, segundo Bauman (2001, p. 20), pode ser caracterizado como "estágio sólido da era moderna", o consumo passou efetivamente a se estruturar no ocidente. Nessa época, percebeu-se um significativo avanço econômico em consequência de um conjunto de processos de racionalização tanto em termos contábeis quanto político, jurídico e administrativo (WEBER, 1968). Conforme relata Souza, alguns fatores foram importantes para a constituição do mundo moderno e levaram à formação do ocidente com um racionalismo peculiar:

> Além da religião, Weber enfatiza, dentro outros fatores, a importância da cidade ocidental e de sua forma de sociabilidade e de organização política revolucionárias; também a racionalização jurídica em direção ao direito formal e previsível que assegura a possibilidade da sociedade moderna regulada por contratos; o desenvolvimento da tecnológica e dos modos de produção econômica que permitiram o capitalismo moderno e o desenvolvimento do Estado racional e centralizado moderno (SOUZA, 2006, p. 12).

Além da racionalização em todas as esferas políticas e sociais juntamente com a grande expansão da oferta de mão de obra, o capitalismo começou a ganhar novos patamares e, a partir daí, a se efetivar como principal modo de organização socioeconômico ocidental. Nesse período, a economia foi marcada pela ampla fabricação de produtos duráveis e pelo avanço tecnológico, buscando-se altos índices de produtividade, crescentes lucros e redução de perdas. Nesse sentido, a chamada “administração científica” desenvolvida pelo engenheiro americano Frederick Winslow Taylor começou a se tornar muito influente nas grandes indústrias norte-americanas. Segundo Barley e Kunda:

> During the first decade of the century, Taylor delivered numerous public lectures and attempted to sell scientific management to interested industrialists. [...] Thus, by the end of the first decade of the twentieth century scientific management had gained considerable support among the industrial elite. [...] A series of events between 1910 and 1912 transformed scientific management almost overnight into what may have been the first American business fad. [...] Taylor (1911) published *The Principles of Scientific Management*, which became a best seller. [...] These and other developments occasioned a public mania known among historians as the "efficiency craze". [...] Rhetorics of efficiency became so popular in America that in 1914 an "efficiency exposition" was held in New York City with Taylor as the keynote speaker (BARLEY; KUNDA, 1992, p. 370)[1].

O avanço industrial, sobretudo sob uma lógica de produção em escala e máxima eficiência, proporcionou uma revolução técnica e científica nos modos de produção. No sistema fabril, ao substituir as ferramentas pelas máquinas bem como

[1] Durante a primeira década do século, Taylor participou de inúmeras palestras públicas e tentou vender a gestão científica para os industriais interessados. [...] Assim, até o final da primeira década do século XX, a gestão científica ganhou um apoio considerável entre a elite industrial. [...] Uma série de eventos entre 1910 e 1912 transformou a gestão científica, quase que da noite para o dia, no primeiro modelo de negócio da moda norteamericana. [...] Taylor (1911) publicou “Os Princípios da Administração Científica”, que se tornou um *best-seller*. [...] Estes e outros desenvolvimentos ocasionaram uma mania pública conhecida entre os historiadores como a "mania de eficiência". [...] A retórica da eficiência se tornou tão popular nos Estados Unidos que em 1914 uma "exposição sobre eficiência" foi realizada em Nova Iorque tendo Taylor como o orador principal.

transformar a energia humana em energia motriz, a industrialização inaugurou o início de uma era marcada pela produção de bens, competitividade acirrada, disputa por novos mercados e estímulo ao consumo. Iniciou-se um comércio em grandes proporções mundiais, pois o emergente processo de industrialização passou a ser visto como forma de progresso econômico, inclusive determinando a divisão dos países do globo em desenvolvidos e subdesenvolvidos.

Nesse contexto de desenvolvimento racional e industrial, em 1914, eclodiu a Primeira Guerra Mundial, um conflito extremamente trágico para algumas nações europeias "[...] que assinalou o colapso da civilização (ocidental) do século XIX" (HOBSBAWM, 1995, p. 16). Mesmo entre os países considerados vitoriosos, tais como França e Inglaterra, as consequências do conflito foram extremamente nocivas, sobretudo quanto às relações econômicas e industriais. Muitas indústrias europeias tiveram queda significativa na produtividade, entre outros sérios problemas em função das consequências do conflito. Tais situações tiveram de ser enfrentadas como consequência do pós-guerra, fato que fragilizou a capacidade produtiva de alguns países do velho continente.

Todavia, a grande guerra favoreceu o crescimento econômico dos EUA, pois, antes mesmo do conflito, o país já se colocava como grande potência emergente. Os "[...] EUA já eram uma grande economia industrial, o grande pioneiro, modelo e força propulsora da produção em massa e da cultura de massa que conquistaram o globo durante o Breve Século XX" (HOBSBAWM, 1995, p. 24). A partir da guerra, os EUA conquistaram maior relevância internacional em termos políticos e econômicos, sobretudo na produção industrial mundial. Nesse sentido, destacou-se a denominada linha de produção de Henry Ford (que tinha como base a gestão científica de Taylor). Ele foi o grande propulsor do desenvolvimento econômico, em produções para abastecimento dos países beligerantes. "[...] o fordismo foi, em seu apogeu, um modelo de industrialização, de acumulação e de *regulação*" (BAUMAN, 2001, p. 67). Ainda, segundo Bauman, descrevendo algumas ideias de Alain Lipietz:

> [...] [uma] combinação de formas de ajuste das expectativas e do comportamento contraditório dos agentes individuais aos princípios coletivos do regime de acumulação... O paradigma industrial incluía o princípio tailorista da racionalização, juntamente com a constante mecanização. Essa "racionalização" baseava-se na separação dos aspectos intelectual e manual do trabalho... o conhecimento social sistematizado a partir de cima e incorporado ao maquinário pelos projetistas. Quanto Taylor e os engenheiros tailoristas introduziram

> esses princípios no começo do século XX, seu objetivo explícito era forçar o controle da administração sobre os trabalhadores. Mas o modelo fordista era mais que isso, um local epistemológico de construção sobre o qual se erigia toda uma visão de mundo e a partir da qual ele se sobrepunha majestaticamente a totalidade da experiência vivida (BAUMAN, 2001, 67-68).

O fordismo, como principal método racional de industrialização, foi fundamental nessa época como "engenharia social orientada pela ordem" (BAUMAN, 2001, p. 68), repercutindo no âmbito do consumo. Vale destacar ainda as contribuições de Henri Fayol (1841-1925), que introduz no campo da gestão alguns princípios gerais como a divisão do trabalho, a separação de autoridades e responsabilidades, a disciplina, unidade de comando e direção, a subordinação do interesse particular ao interesse geral, a remuneração justa, a centralização e a hierarquia. Tais princípios tornaram-se fundamentais para as transformações dos modelos de gestão das grandes indústrias europeias da época. Além disso, outros elementos cruciais foram implementados na dinâmica gerencial tendo com referência os métodos descritos por Fayol, tais como as funções administrativas de prever, organizar, comandar, coordenar e controlar (MORGAN, 2009). Estabeleceram-se, assim, premissas fundamentais que passaram a ser agregadas aos modelos de gestão das indústrias europeias. Entre os fatores que possibilitaram essa emergência industrial encontra-se o fato de que os EUA estavam geograficamente distantes dos enfrentamentos da guerra, que ocorrera basicamente em solo europeu. Para Hobsbawm:

> [...] os EUA tinham estado muito distantes do conflito, embora por um curto e decisivo período tivessem se envolvido nele. Assim, longe de perturbar sua economia, a Primeira Guerra Mundial, como a Segunda, beneficiou-os espetacularmente. Em 1913, os EUA já se haviam tornado a maior economia do mundo, produzindo mais de um terço de sua produção industrial - pouco abaixo do total combinado de Alemanha, Grã-Bretanha e França. [...] Em suma, após o fim da Primeira Guerra Mundial, os EUA eram em muitos aspectos uma economia tão internacionalmente dominante quanto voltou a tornar-se após a Segunda Guerra Mundial. Foi a Grande Depressão que interrompeu temporariamente essa ascensão (HOBSBAWM, 1995, p. 101).

Conforme exposto, ao final da primeira guerra, os EUA não tiveram sua capacidade fabril atingida; muito pelo contrário, suas fábricas, por intermédio dos métodos de produção fordistas, passaram cada vez mais a aumentar a produtividade

de maneira exponencial. As linhas de produção das suas indústrias se expandiam a cada dia, emergindo uma produção industrial em larga escala: a produção em massa. Em paralelo a isso, cresciam também as demandas de consumo dos países europeus envolvidos na guerra, que estavam extremamente debilitados. Isso favorecia ainda mais a produção industrial norte americana. Segundo Hobsbawm:

> [...] a guerra não apenas reforçou sua posição como maior produtor industrial do mundo, como os transformou no maior credor do mundo. Os britânicos haviam perdido cerca de um quarto de seus investimentos globais durante a guerra, sobretudo os aplicados nos EUA, os quais tiveram de vender para comprar suprimentos de guerra; os franceses perderam mais ou menos metade dos deles, em grande parte devido às revoluções e colapsos na Europa. Enquanto isso os americanos, que tinham começado a guerra como um país devedor, terminaram-na como o principal credor internacional. [...] seu impacto na Europa foi decisivo (HOBSBAWM, 1995, p. 101-2).

Logo após o término da guerra, no início da década de 1920, com uma engrenagem industrial bélica operando a todo vapor, os EUA continuaram com sua economia superaquecida, especialmente em termos de produção e consumo. Além da ampla produção, seu mercado consumidor interno apresentava-se cada vez mais expansivo. Nesse período, "[...] os EUA respondiam por mais de 42% da produção mundial total, comparados com apenas pouco menos de 28% das três potências industriais europeias" (HOBSBAWM, 1995, p. 101) – se referindo à Alemanha, Grã-Bretanha e França. Entretanto, algumas modificações começavam a se desenhar no cenário econômico estadunidense, pois:

> [...] as vendas de armas e munições desapareceram quase instantaneamente com o fim da guerra, elas foram logo substituídas pela não menos substancial procura por alimentos, matérias-primas e bens de capital para socorrer as populações famintas e atender às necessidades de reconstrução das nações europeias (ARTHMAR, 2002, p. 100).

Assim sendo, embora houvesse uma queda significativa na produção e na venda de armamento, outras necessidades de consumo por parte dos países europeus começaram a emergir, fazendo com que a produção passasse a se voltar para novos setores. Outro fato dessa época é que, em função do aumento da oferta de bens de consumo, sobretudo insumos alimentícios, "[...] os fazendeiros norte-americanos usufruíram um virtual monopólio na comercialização de suas safras até meados de 1920, expandindo ainda mais os seus lucros excepcionais" (ARTHMAR,

2002, p. 100). Esse crescimento em termos de rentabilidade agrícola dos EUA provocou uma grande especulação financeira sobre as propriedades rurais. Conforme afirma Arthmar, houve o:

> [...] surgimento de uma bolha especulativa centrada nas terras, que se valorizaram de forma desmedida num curto espaço de tempo. [...] Os produtores mais bem-sucedidos passaram a se endividar pesadamente na aquisição de novas áreas para ampliar as suas plantações, confiantes na continuidade da demanda europeia. Ao romper o ano de 1920, os preços das propriedades rurais encontravam-se já 70% acima dos níveis de 1914 (ARTHMAR, 2002, p. 100).

No entanto, a especulação estava prestes a sofrer uma brusca queda. O período supostamente próspero da econômica encontrava-se, na realidade, em um estado delicado e prestes a ruir. Números referentes a despesas governamentais aumentavam acentuadamente, "[...] bens e serviços dentro do país, em menos de 12 meses foram subtraídos do circuito de produção e de renda exatos $9 bilhões" (ARTHMAR, 2002, p. 100). No que diz respeito às despesas militares, elas sofreram, de acordo com o autor, cortes significativos. Com base nisso, as contas públicas estadunidense entraram em uma séria "[...] crise, da deflação e do desemprego após o esgotamento do efeito multiplicador que o extinto déficit fiscal exercia sobre o poder de compra doméstico" (ARTHMAR, 2002, p. 101).

Por fim, cabe salientar que os resultados das medidas de contenção fiscal e monetária do pós-guerra foram extremamente nocivos à economia norte-americana, conforme ilustrado por Arthmar: "[...] os preços tiveram de ser cortados para convencer as pessoas a entrar nos estabelecimentos e comprar" (Macrosty *apud* Arthmar, 2002, p. 103). O autor diz ainda que, ao final de 1921:

> [...] as vendas nas lojas de departamentos declinariam 16%, enquanto a produção em todas as linhas das manufaturas reduziria 36%, escoltada pelo desabamento de 43% no índice de preços no atacado. Centenas de empresas fecharam suas portas, outras tantas acorreram aos bancos em busca de socorro financeiro, e milhares de produtores rurais endividados foram despojados de suas terras. Mais de cinco milhões de norte-americanos, ou um em cada nove homens em idade produtiva, passaram sem aviso a engrossar as fileiras dos desempregados. Transcorridas algumas semanas, o processo deflacionário extravasaria as fronteiras da América, arrastando consigo diversos países mundo afora cuja retração correspondente não seria menos traumática. A crise econômica do pós-Primeira Guerra assumia uma trágica dimensão internacional (ARTHMAR, 2002, p. 104).

Conforme evidenciado até aqui, na década seguinte ao fim da Primeira Guerra, a situação econômica foi agravada em vários países, sobretudo nos EUA. Ficou evidente, em função dos índices elevados de desemprego, que apenas uma pequena parcela da população teria condições de consumir bens e/ou serviços em detrimento da grande parcela que se encontrava em uma situação crítica em termos econômicos e sociais. Tal fato limitou o poder de compra e consumo por parte de uma classe menos favorecida. Nesse cenário de crise, o mercado interno norte-americano ficava cada vez mais saturado, com uma produção muito maior do que a demanda, evidenciando um desequilíbrio entre produção e consumo que contribuiu para a desaceleração da produção industrial da época. Hobsbawm afirma:

> A segunda perspectiva da Depressão se fixa na não geração, pela economia mundial, de demanda suficiente para uma expansão duradoura. As fundações da prosperidade da década de 1920, como vimos, eram fracas, mesmo nos EUA, onde a agricultura já se achava praticamente em depressão, e os salários em dinheiro, ao contrário do mito da grande era do *jazz*, não estavam subindo, mas na verdade estagnaram nos últimos anos loucos do *boom*. [...] O que acontecia, como muitas vezes acontece nos *booms* de mercados livres, era que, com os salários ficando para trás, os lucros cresceram desproporcionalmente, e os prósperos obtiveram uma fatia maior do bolo nacional. Mas como a demanda da massa não podia acompanhar a produtividade em rápido crescimento do sistema industrial nos grandes dias de Henry Ford, o resultado foi superprodução e especulação. Isso, por sua vez, provocou o colapso (HOBSBAWM, 1995, p. 104).

Em 1929, como consequência da crise de superprodução e especulação financeira, os efeitos econômicos se tornaram cada vez mais graves. Segundo afirma Frieden:

> O colapso de 1929 foi único em termos de profundidade e amplitude. [...] A economia dos países industrializados permaneceu desintegrada por mais de cinco anos, com uma redução de 1/5 na produção e o desemprego atingindo 1/4 da força de trabalho. Crises financeiras e cambiais se reproduziram no mundo todo em um intervalo de semanas, fazendo com que economias inteiras afundassem juntas. Nenhuma das principais nações foi poupada (FRIEDEN, 2008, p. 191).

Sérias crises financeiras afetaram fortemente o cenário econômico mundial, com demissões e desemprego sendo elevados a índices historicamente nunca vistos. Tanto que “[...] 22% a 23% da força de trabalho britânica e belga, 24% da

sueca, 27% da americana, 29% da austríaca, 31% da norueguesa, 32% da dinamarquesa e nada menos que 44% da alemã não tinham emprego" (HOBSBAWM, 1995, p. 97). Estima-se nessa época que "[...] quase metade das hipotecas domésticas americanas ficou em atraso e mil propriedades por dia eram executadas" (MILES et al. *apud* HOBSBAWN, 1995, p. 105). Além disso, referente ao consumo de automóveis, os compradores "[...] deviam 1,4 milhão de um total de endividamento pessoal de 6,5 milhões em empréstimos de curto e médio prazo" (ZIEBURA *apud* HOBSBAWN, 1994, p. 105).

Em função disso, entre outros fatores políticos e econômicos, a bolsa de valores norte-americana foi atingida. Ela tinha um papel fundamental nas grandes negociações feitas pelas principais empresas do mundo e era responsável, entre outras coisas, por quase a totalidade do comércio de ações feitas nos EUA. Nesse sentido, em virtude dos problemas ocorridos na economia produtiva dos EUA, a bolsa teve de encerrar suas negociações, dando início à grande crise de 1929, conhecida como "Grande Depressão" ou "Crise de 1929". De acordo com Hobsbawm:

> [...] com a quebra da Bolsa de Nova York em 29 de outubro de 1929. Equivaleu a algo muito próximo do colapso da economia mundial, que agora parecia apanhada num círculo vicioso, onde cada queda dos indicadores econômicos (fora o desemprego, que subia a alturas sempre mais astronômicas) reforçava o declínio em todos os outros (HOBSBAWM, 1995, p. 96).

Alguns meses depois do início da crise, sobretudo nos EUA, um caos social começou a surgir. Muitas famílias, em função dos índices de desemprego que cresciam de forma exorbitante, ficaram em situação precária de sobrevivência. Tal caos social e econômico começou a repercutir fortemente em outros países. Assim sendo, a repercussão da crise se estendeu em grande parte ao mercado internacional, segundo a interpretação de Polanyi:

> [...] no início da década de 1930, a mudança surgiu abrupta. Seus marcos foram o abandono do padrão-ouro pela Grã-Bretanha, os Planos Qüinqüenais na Rússia, o lançamento do New Deal, a Revolução Nacional-Socialista na Alemanha. [...] Uma sequência quase ininterrupta de crises monetárias ligava os indigentes Bálcãs aos afluentes Estados Unidos, através da conexão elástica de um sistema internacional de crédito que transmitiu a tensão de moedas imperfeitamente restauradas primeiro da Europa Oriental para a

> Europa Ocidental, depois da Europa Ocidental para os Estados Unidos. Finalmente, os próprios Estados Unidos foram engolfados pelos efeitos de uma estabilização prematura das moedas européias: Começara o colapso final (POLANYI, 2000, p. 39-40).

No entanto, diante da crise instalada, foram várias as iniciativas de promover sua superação. Uma dessas medidas veio a partir das estratégias do então presidente dos EUA, Franklin Delano Roosevelt, por meio do chamado "*New Deal*" (FRIEDEN, 2008, p. 254). O *New Deal* consistia em programas do governo voltados para a geração de empregos e direitos trabalhistas para os estadunidenses, conforme observa Frieden:

> [...] em 1935, administração Roosevelt tomou um caminho diferente, às vezes chamado de o segundo New Deal. Foram incluídos programas governamentais de geração de empregos, seguros sociais e direitos trabalhistas. [...] O governo do New Deal se concentrou na redução do desemprego e na provisão de seguros sociais. [...] Também criou o primeiro sistema de seguro-desemprego da nação, que seria controlado pelos estados. [...] O New Deal moldou uma nova aliança democrática entre o trabalho urbano e os fazendeiros do sul, com algum apoio dos estados agrícolas republicanos do centro-oeste. [...] O New Deal transformou uma politica econômica altamente descentralizada, com baixos níveis de seguro social e direitos limitados aos trabalhadores, em um novo governo federal comprometido em controlar a oferta, prover programas sociais e serviços públicos e abrir espaço para que os trabalhadores pudessem barganhar e participar da politica (FRIEDEN, 2008, p. 254-6).

Conforme exposto, o governo norte-americano buscava medidas corretivas, por meio de programas governamentais, investindo bilhões de dólares na tentativa de minimizar os problemas, sobretudo quanto aos desempregados. No entanto, "[...] o socorro do *New Deal* à indústria fora só emergencial; e em 1939 existiam ainda 9,5 milhões de desempregados nos EUA" (COGGIOLA, 2010, p. 10). Para Hobsbawm:

> [...] várias experiências para estimular a economia feita pelo "New Deal" do presidente F. D. Roosevelt – às vezes de maneira inconsistente – não corresponderam exatamente à sua promessa econômica. Uma forte subida foi seguida, em 1937-8, por outro *crash* econômico, embora em escala mais modesta que após 1929. O principal setor da indústria americana, de produção de automóveis, jamais reconquistou seu pico de 1929. Em 1938, estava pouco acima do que em 1920 (HOBSBAWM, 1995, p. 105-6).

Após a Primeira Guerra Mundial e a Grande Depressão de 1929, a Segunda Guerra Mundial, de acordo com Coggiola (2010, p. 01), “[...] fora o método capitalista para encontrar uma saída à depressão econômica mundial da década de 1930”, na medida em que o conflito servisse como modo de destruição das forças produtivas de outros países. Assim sendo, a Segunda Guerra Mundial muito contribuiu para alavancar novamente o potencial produtivo das indústrias e, por conseguinte, traçar novos rumos para as emergentes demandas consumidoras.

1.2 A II Guerra Mundial e a consolidação do consumo

Desde o início do século XX, graças aos avanços industriais, à disputa por mercados, à expansão capitalista e ao grande impulso trazido à produção industrial nos EUA e Europa pelos métodos taylorista e fordista, houve a necessidade de criar novos mercados e buscar novas maneiras de estimular as pessoas para que consumissem os bens produzidos em larga escala. Nesse contexto de evolução industrial capitalista, eclodiram, como visto, a Primeira Guerra Mundial e a Grande Depressão de 1929, tendo esses dois episódios amplas consequências no âmbito político e econômico.

Como estratégia para reorganizar a situação econômica e como uma maneira radical de solucionar a grande crise financeira instalada em 1929, conforme visto, emergiu a Segunda Guerra Mundial (1939 até 1945). Esse período, marcado por grandes rupturas sociais e econômicas, favoreceu novas políticas de produção e consumo entre os países em guerra, sobretudo os EUA e, nesse contexto, a Segunda Guerra tornou-se um marco importante de consolidação do consumo. Com base nisso, a partir dela, se evidencia uma nova configuração social: a sociedade do consumo (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2008; LIPOVETSKY, 2004), conforme ilustrado por Bauman:

> [...] em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura do consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação (BAUMAN, 2008, p. 71).

A sociedade de consumo, nesse momento, começa a ganhar corpo com novas demandas e indústrias em crescimento acelerado. Com a emergência da Segunda Guerra Mundial, a produção em massa cada vez mais se apresentava em um desenvolvimento expansivo. Nesse sentido, o conflito exigiu uma ênfase na otimização da produção industrial, pois era preciso um aumento significativo em termos de volume de produtos fabricados, bem como uma racionalização efetiva de custos produtivos. Nesse contexto, destacamos novamente o papel da organização científica implementada por meio dos trabalhos de Taylor e Ford, que iniciaram suas ideias antes da Primeira Guerra e, já na Segunda, seus modelos de administração com base na eficiência produtiva se tornaram grandes referências. Sobre isso, Rifkin assinala:

> [...] com a introdução da divisão do trabalho e a linha de montagem nas primeiras décadas do século XX. Frederic Taylor introduziu seus princípios de administração científica nas oficinas e nos escritórios das fábricas, revolucionando a organização de produção (RIFKIN, 2001, p. 84).

Tamanha foi a influência dos métodos científicos de Taylor e, posteriormente, dos valores de Ford, que ambos se tornaram relevantes durante e após a Segunda Guerra Mundial. Suas ideias se transformaram em modelos de produção para a economia da época, ou seja, o principal *modus operandi* das grandes indústrias. De acordo com Bauman:

> O fordismo era autoconsciência da sociedade moderna em sua fase "pesada", "volumosa", ou "imóvel' e "enraizada', "sólida". Nesse estágio de sua história conjunta, capital, administração e trabalho estavam, para o bem e para o mal, condenados a ficar juntos por muito tempo, talvez para sempre – amarrados pela combinação de fábricas enormes, maquinaria pesada e força de trabalho maciça. Para sobreviver, e principalmente para agir de modo eficiente. [...] O capitalismo pesado era obcecado por volume e tamanho, e por isso, também por fronteiras, fazendo-as firmes e impenetráveis (BAUMAN, 2001, p. 69).

Conforme sugere Bauman, como o "capitalismo pesado" (2001, p. 69) estava em ampla ascensão, o fordismo e taylorismo passaram a ser os principais modos de organização produtiva da sociedade moderna, interferindo em toda a cadeia industrial e ampliando a produção de bens em um volume significativo. Isso repercutiu diretamente nas novas diretrizes para o consumo, pois para os produtos

serem consumidos, era preciso rotatividade: os estoques precisavam ser liquidados, ou seja, consumidos. Nesse cenário, os EUA, durante a Segunda Guerra Mundial, tiveram sua produção aumentada significativamente:

> [...] a produção industrial duplicou em cinco anos, perfazendo entre 40% e 45% do total da produção, período no qual o "setor civil" não variou em valor absoluto. Os empregos industriais passaram de 10 para 17 milhões entre 1939 e 1943, o total de empregos de 47 a 54 milhões no mesmo período. Se o PIB aumentou de 150%, a concentração econômica espantosa determinou a feição definitiva do capital monopolista nos Estados Unidos — 250 sociedades industriais passam a controlar 66,5% da produção total, uma percentagem equivalente àquela controlada por 75 mil empresas antes da guerra. As exportações dos Estados Unidos passaram de pouco mais de 5 bilhões de dólares em 1941, para quase 14,5 bilhões em 1944. No período 1938 a 1944, a produção de guerra passou de 2 para 100, nos Estados Unidos; de 4 para 100, na Inglaterra; de 16 para 100, na Alemanha; de 8 para 100, no Japão (COGGIOLA, 2010, p. 2-3).

Com o rápido crescimento industrial, a forte acumulação de capital e o alto grau de monopolização, os EUA emergiram da Segunda Guerra Mundial como a mais forte economia capitalista do mundo. Conforme já observado anteriormente neste capítulo, no final da I Guerra Mundial, os EUA haviam se tornado o maior credor do mundo, enriquecendo especialmente graças à venda armas e ao empréstimo de dinheiro aos países aliados. Assim, "[...] a produção industrial dos EUA em 1945 era mais do que o dobro da produção anual da década precedente" (COGGIOLA, 2010, p. 10). Em consequência do conflito mundial, novas áreas de produção foram criadas por intermédio de financiamentos do governo. Centenas de novas fábricas surgiram, especialmente fábricas em que se estabelecia parceria entre militares e grandes indústrias. Ainda de acordo com Coggiola:

> No final de 1943 eram produzidos materiais de guerra em quantidade excedente, de tal sorte que se projetou uma redução de produção da ordem de US$ 1 bilhão por mês ao longo de 1944. De julho de 1940 até agosto de 1945, fábricas e estaleiros norte americanos produziram quase 300.000 aviões, 86.000 tanques, três milhões de metralhadoras, 71.000 navios, além de aço, petróleo e alumínio. O Estado tinha sido decisivo para a constituição de grandes indústrias na produção de armas em grande escala: os dirigentes dessas empresas não eram "capitalistas típicos"; o Estado era seu cliente exclusivo; fornecia-lhes o essencial do seu financiamento, e uma parte importante do seu trabalho de pesquisa e desenvolvimento técnico (COGGIOLA, 2010, p. 10-11).

Já no período pós-guerra, os EUA detinham a maioria dos investimentos externos mundiais, especialmente investimentos em carvão, petróleo e eletricidade. Mas, acima de tudo, "[...] detinham mais de 60% das reservas mundiais de ouro (com valor de US$ 26 bilhões, para um total estimado em US$ 40 bilhões) e a bomba atômica ('exclusividade' que foi quebrada pela URSS em 1948)" (COGGIOLA, 2010, p. 11). Com a liberação do comércio mundial, os EUA estavam em posição privilegiada para lucrar mais do que qualquer outro país do mundo. Como havia rumores de que a paz poderia trazer de volta a depressão e o desemprego, os EUA buscavam uma ordem econômica mundial em que pudessem adentrar em mercados inicialmente fechados e abrir novas oportunidades para investimentos estrangeiros para suas empresas. Portanto, a Segunda Guerra Mundial mal havia terminado "[...] quando a humanidade mergulhou no que se pode encarar, razoavelmente, como uma Terceira Guerra Mundial, embora uma guerra muito peculiar" (HOBSBAWM, 1995, p. 224), a chamada "Guerra Fria entre EUA e URSS, que dominou o cenário internacional na segunda metade do Breve Século XX" (HOBSBAWM, 1995, p. 224). Ainda para Hobsbawn, a peculiaridade da Guerra Fria era a de que:

> [...] em termos objetivos, não existia perigo iminente de guerra mundial. Mais que isso: apesar da retórica apocalíptica de ambos os lados, mas sobretudo do lado americano, os governos das duas superpotências aceitaram a distribuição global de forças no fim da Segunda Guerra Mundial, que equivalia a um equilíbrio de poder desigual mas não contestado em sua essência. A URSS controlava uma parte do globo, ou sobre ela exercia predominante influência — a zona ocupada pelo Exército Vermelho e/ou outras Forças Armadas comunistas no término da guerra — e não tentava ampliá-la com o uso de força militar. Os EUA exerciam controle e predominância sobre o resto do mundo capitalista, além do hemisfério norte e oceanos, assumindo o que restava da velha hegemonia imperial das antigas potências coloniais. Em troca, não intervinha na zona aceita de hegemonia soviética (HOBSBAWM, 1995, p. 224).

A polarização política e econômica dos blocos antagonistas (sistemas econômicos e políticos: capitalista e socialista) estabeleceu o referencial ideológico com que seriam introduzidos no discurso político e econômico ocidental e suas regulamentações sociais, com a aceitação do papel do Estado como regulador central, tendo funções de planejar e coordenar investimentos. Todavia, se a indústria armamentista acelerou a economia até certo momento, foi sob a influência das

forças do mercado que a expansão prosseguiu. Tratou-se, a partir de então, de uma expansão capitalista com a multiplicação das indústrias de bens de produção e consumo. Vale ressaltar que o contexto em que se insere o período da Guerra Fria é o mesmo período de prosperidade e crescimento econômico, "os trinta anos gloriosos" (HOBSBAWM, 1995, p. 253) do capitalismo, um período compreendido do pós-guerra até o início dos anos 1970, "[...] as três décadas de crescimento sem precedentes e de estabelecimento da riqueza e da segurança econômica no prospero Ocidente" (BAUMAN, 2001, p. 23).

Contudo, com a prosperidade econômica pós-Segunda Guerra e Guerra Fria, com a indústria cada vez mais expansiva, com a ascensão da classe média e da massa de jovens consumidores, sobretudo nos EUA, o consumo se intensificou. No entanto, apenas o aumento da produtividade não era o bastante para que o sistema pudesse se manter. O consumidor teria um papel principal em alimentar constantemente o funcionamento desse sistema. Isso significava que era preciso que as pessoas continuassem adquirindo produtos e, dessa forma, contribuindo para a continuidade produtiva das indústrias, conforme nota Rifkin:

> Na década de 50, o mercado foi do vendedor. A manufatura era soberana e os olhos corporativos fixaram-se quase exclusivamente nos custos de produção e distribuição. Com os consumidores comprando tão rapidamente quanto os produtos podiam ser fabricados, havia pouca necessidade de se preocupar em desenvolver relações de longo prazo com os clientes. As caixas registradoras não paravam de tilintar. As transações de mercado apareciam suficientes e os negócios frequentes pareciam garantidos (RIFKIN, 2001, p. 86).

As corporações davam ênfase de forma quase que exclusiva aos custos de produção e distribuição de bens, não havendo tanta necessidade de uma ampla preocupação em manter relacionamentos de longo prazo com seus públicos. Até então, a produção era consumida de forma ampla, quase em sua totalidade, não precisando de estímulos para favorecer o escoamento dos produtos.

Durante a primeira metade do século XX, o paradigma industrial taylorista-fordista obteve uma expressiva expansão com a introdução da produção em massa e o aumento na escala produtiva (MORGAN, 2009). No entanto, no início da década de 1970, em virtude das mudanças políticas e econômicas pós-guerra, os métodos de gestão taylorista-fordista das indústrias americanas começam a apresentar sinais

de esgotamento (SANTOMÉ, 1998), pois passaram a enfrentar inúmeras dificultadas para se adaptar à nova dinâmica dos mercados globais de consumo. Isso ocorreu em função da crescente concorrência introduzida pelas indústrias do Japão e da Alemanha Ocidental, cujos produtos passaram a ter um reconhecimento internacional de qualidade (MORGAN, 2009; BARLEY; KUNDA, 1992). As políticas comerciais assimétricas e a vantagem do menor custo da mão de obra no sudeste asiático permitiram que os japoneses, em particular, comercializassem seus produtos a preços mais baixos do que aqueles produzidos no EUA (BARLEY; KUNDA, 1992). Com isso, houve ainda a necessidade de modificações nos padrões de consumo. Os próprios trabalhadores passaram a ser vistos como potenciais consumidores.

Foi nesse contexto que emergiu a ideia de uma reestruturação produtiva. A incorporação da reestruturação produtiva obteve sucesso no Japão entre os anos de 1950 e 1960, por meio dos trabalhos realizados pelo engenheiro chefe da Toyota. A reestruturação produtiva, também conhecida como gestão flexível ou toyotismo, correspondeu à flexibilização do trabalho da cadeia produtiva, em que extensas linhas de produção passaram a ser substituídas por pequenas equipes com melhor formação e qualificação. O objetivo central era organizar uma fábrica “enxuta” de maneira a reduzir custos produtivos e aumentar o ganho em termos de competitividade (SANTOMÉ, 1998).

Nesse contexto do pós-Segunda Guerra, permeado pela sociedade do consumo, a evolução do *marketing* e da comunicação passou a ter um papel central na disseminação e consolidação do consumo (CORRÊA, 2006; FONTENELLE, 2005). O *marketing,* em larga escala, se intensificou nos anos cinquenta, especialmente graças aos meios de comunicação em massa (CORRÊA, 2006; COBRA, 2002; RIFKIN, 2001). O *marketing* teve um papel central nessa nova tendência social de possuir, comprar, consumir. O consumo passou a ser a força propulsora da sociedade, ditando padrões universais de estilos de vida, traçando novos objetivos individuais e coletivos, interferindo até mesmo nas mais profundas relações sociais. Nesse contexto, a evolução do *marketing*, além da extrema relação com a demanda do consumidor, tem também como eixo central as novas tecnologias de informação e comunicação de massa, que possibilitam uma relação mais estreita entre empresas e clientes. Diz Rifkin:

> As inovações nos processos de manufatura, principalmente na era após a Segunda Guerra Mundial, expandiram imensamente o fluxo de novos bens no mercado. Nos primeiros anos após a guerra, a demanda limitada era suficiente para absorver praticamente todo item que saía da linha de montagem. A Grande Depressão e o período de guerra desaceleraram o fluxo de produção. Ansiosa para recuperar o tempo perdido e os anos em que passaram sem as necessidades e os luxos da vida, a geração pós-Segunda Guerra embarcou em uma onda de compras. A migração para os subúrbios, a criação da cultura das estradas e a proliferação dos shopping centers tornaram-se atrativos para o consumo (RIFKIN, 2001, p. 86).

Com a expansão tecnológica afetando fortemente as relações de produção e consumo, com a proliferação de grandes lojas e *shopping centers*, com a migração de pessoas de diferentes países para os centros urbanos, Rifkin mostra que, por volta de 1960, (2001, p. 86), "[...] os mercados de consumo estavam se tornando abarrotados de bens". Segundo o autor:

> A maioria das famílias tinha dois automóveis na garagem, lavadoras e secadoras nas lavanderias, aparelho de TV em cores ligados, no último volume, praticamente na sala de todas as casas. As empresas começaram a enfrentar uma nova realidade: a superprodução *versus* a queda na demanda de consumo. A questão não era mais como produzir com rapidez suficiente para acompanhar o mercado de consumo, mas como captar e manter atenção do consumidor por tempo suficiente para torná-lo um cliente fiel, ao longo do tempo (RIFKIN, 2001, p. 86-87).

O *marketing* e a comunicação foram essenciais para a configuração de uma nova estratégia de estímulo ao consumo (FONTENELLE, 2005; CORRÊA, 2006). Suas intervenções buscavam sempre novas estratégias e ações voltadas a atender novas necessidades individuais e coletivas, mostrando o consumo como nova fonte de suprimento das satisfações pessoais. Nesse sentido, Bauman (2001, p. 88) afirma: "A lista de compras não tem fim. Porém, por mais longa que seja a lista, a opção de não ir as compras não figura nela". Trata-se, portanto, de uma existência social que passa a ser organizada em torno do consumo.

Além disso, e de importância igualmente fundamental, foi evidenciada a tendência das fábricas em disseminar a ideia de uma obsolescência programada. Logo após a Segunda Guerra Mundial, atrelado à intervenção do *marketing* e da comunicação em massa, as indústrias e o governo, sobretudo norte-americano, passaram a utilizar a programação da obsolescência da mercadoria como uma das principais estratégias de estímulo para que os consumidores pudessem idealizar o

consumo, as mercadorias e as novidades. Em paralelo a isso, conforme já discutido, com o fim da Segunda Guerra, os EUA contavam com uma enorme capacidade industrial que necessitava ser mantida em funcionamento, o que não combinava com produtos duráveis que eram consumidos apenas uma vez. Assim sendo, após a década de 1950, o economista e consultor de *marketing* do governo norte-americano Victor Lebow redigiu o enunciado que, pode-se dizer, rege a sociedade de consumo até os dias atuais. Em um artigo intitulado como "*Price Competition in 1955*", publicado no *Journal of Retailing* da Universidade de New York, encontra-se tal solução articulada por Lebow, que se tornaria praticamente uma norma do sistema capitalista. Ele disse:

> The Real Meaning of Consumer Demand. Our enormously productive economy demands that we make consumption our way of life, that we convert the buying and use of goods into rituals, that we seek our spiritual satisfactions, our ego satisfactions, in consumption. [...] We need things consumed, burned up, worn out, replaced, and discarded at an ever increasing pace (LEBOW, 1955, p.07)[2].

Percebe-se que as corporações e o governo, nesse período, passaram a ter como principal estratégia a disseminação ampla do consumo, buscando o consumismo como objetivo central de desenvolvimento econômico. Além das campanhas de *marketing*, as indústrias, com aval governamental, passaram a produzir bens de consumo com mínima duração em termos de vida útil. Sobre isso afirma Silva (2012, p. 183): "Com a crise de 1929 e a consequente queda do consumo, a obsolescência programada se consolidou como uma estratégia da indústria para retomar o crescimento". Dessa forma, a obsolescência programada, atrelada às campanhas de *marketing* e comunicação em massa, se consolidou como saída para a economia em crise, sendo adotada tanto por governos quanto por indústrias. Segundo Silva, a obsolescência programada:

> [...] é uma estratégia da indústria para "encurtar" o ciclo de vida dos produtos, visando a sua substituição por novos e, assim, fazendo girar a roda da sociedade de consumo. Poderíamos dizer que há uma lógica da "descartabilidade" programada desde a concepção dos produtos. Em outras palavras, as coisas já são feitas para durarem pouco. Mas essa estratégia não é de agora. [...] A história

[2] O significado real da demanda do consumidor. A nossa enorme economia produtiva exige que façamos do consumo nossa forma de vida, que tornemos a compra e uso de bens em rituais, que procuremos a nossa satisfação espiritual, a satisfação do nosso ego, no consumo. [...] Precisamos que as coisas sejam consumidas, destruídas, substituídas e descartadas a um ritmo cada vez maior.

> da obsolescência programada confunde-se com a história da indústria no século XX (SILVA, 2012, p. 182).

O desenvolvimento de um produto com base na estratégia da obsolescência programada conforme exposto, já prevê, de forma intrínseca, o fim da sua vida útil, seja pelo desgaste programado de suas peças, como, por exemplo, a criação de meias com fios de alta resistência e durabilidade (Nylon) - sendo este o "sonho de consumo" de muitas mulheres da época -, que foram "reprogramadas" para diminuír consideravelmente sua vida útil (SILVA, 2012), ou pela evolução tecnológica que torna obrigatória a compra de um modelo mais atualizado. Silva assinala:

> [...] a obsolescência programada não diz respeito apenas à durabilidade ou funcionalidade do produto − muitas formas estão juntas − desde a tecnológica pura à forma psicológica em que para "ser feliz" o consumidor precisa adquirir o "último modelo" de qualquer coisa para seguir a moda, ou para satisfazer uma nova necessidade criada pelo mercado no "mundo das necessidades fabricadas" (SILVA, 2012, p. 183-84).

Com base nisso, nota-se que existem diferentes ramificações dessa estratégia, caracterizadas como formas de obsolescência perceptiva ou simbólica (LAYRARGUES, 2011; BAUMAN, 2001), como, por exemplo, a chegada de um novo produto ou nova tecnologia. A título de ilustração: quando os CDs substituíram os discos de vinil; ou mesmo aspectos ligados a diferenciações por intermédio da criação de novos *designs* dos produtos.

Sobre isso, conforme exemplificado por Silva (2012), o caso dos primeiros carros produzidos pela Ford, que eram considerados extremamente fortes, com alta durabilidade. A Chevrolet, nesse contexto, sem possibilidades de competir com os veículos da Ford, sobretudo em termos de durabilidade (sinônimo de qualidade na época), começou a operar em uma nova faceta da obsolescência programada: o *design*. Dessa forma, segundo assinala a autora, a Ford possuía durabilidade, mas a Chevrolet, *design*. À medida que um novo *design* surgia, o anterior tornava-se "velho", exigindo consequentemente a troca em períodos cada vez mais curtos. Com isso, o forte e velho Ford perdia lugar no mercado.

O lançamento de novos modelos de produtos, com aparência e *designs* mais atrativos e atuais, ou pequenas mudanças funcionais de equipamentos, caracterizam as formas de obsolescência. Nesse sentido, segundo complementa

Layrargues (2011, p.190), “[...] mesmo que um determinado produto ainda esteja dentro do prazo de sua vida útil, do ponto de vista funcional, simbolicamente já está ultrapassado”.

Existe ainda a obsolescência quando o valor do concerto supera a relação custo/benefício e quando partes essenciais não estão mais disponíveis para a fabricação de um item. Silva (2012) exemplifica isso com um famoso caso envolvendo a primeira geração do iPod: uma celebridade de Nova York adquiriu o produto por US$ 500 mas a bateria simplesmente parou de funcionar oito meses após sua aquisição. Quando o artista foi solicitar informações sobre o ocorrido, a resposta da Apple foi que, neste caso, seria mais compensatório comprar um aparelho novo. O caso gerou uma grande polêmica, desencadeando algumas passeatas e ações coletivas na justiça.

Temos, portanto, que “[...]a obsolescência programada é filha da sociedade de consumo, mais especificamente do chamado consumismo” (SILVA, 2012, p. 187), conforme assinala Bauman:

> O “consumismo” chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. [...] De maneira distinta do *consumo*, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o *consumismo* é um atributo da *sociedade* (BAUMAN, 2008, p. 41).

Para Bauman (2008), o consumo é um componente indissociável da própria existência humana; já o consumismo diz respeito às “novas” necessidades, que, por sua vez, carecem de novas mercadorias e bens de consumo, que desencadeiam novas necessidades e desejos, em um ciclo vicioso e autorreferencial. Assim, o ambiente consumista, característico da sociedade de consumo contemporânea, inaugura uma era de busca pela novidade, por satisfação de curto prazo, pelo desapego à durabilidade, ao velho, ao defasado, estimulando cada vez mais o consumo de produtos e serviços. Tal fato desencadeia, de maneira simultânea, o descarte e acúmulo de lixo consequente desse modo de vida consumista. Nota-se que as relações de consumo se confundem, por vezes, como os laços humanos. Estes estão cada vez mais inseridos na dinâmica da obsolescência e da descartabilidade, obedecendo à lógica do consumismo, conforme destacado por Bauman:

> Condições econômicas e sociais precárias treinam homens e mulheres (ou os fazem aprender pelo caminho mais difícil) a perceber o mundo como um contêiner cheio de objetos descartáveis, objetos para uma só utilização; o mundo inteiro – inclusive outros seres humanos. [...]. Em outras palavras, laços e parcerias tendem a ser vistos e tratados como coisas destinadas a serem consumidas, e não produzidas; estão sujeitas aos mesmos critérios de avaliação de todos os outros objetos de consumo (BAUMAN, 2001, 187).

As relações sociais e afetivas tornam-se, por vezes, imersas na ideia de consumo e descarte. Com a emergência da comunicação em massa, do *marketing*, e da obsolescência programada, inaugura-se uma nova etapa social marcada pelo consumismo, isto é, uma economia que se nutre da circulação constante e exponencial de mercadorias, gerando grandes necessidades de consumo de produtos e serviços. Por extensão, isso gera também amplas consequências sociais e ambientais, que discutiremos mais amplamente nos capítulos seguintes deste trabalho.

Diante desse breve percurso sobre a consolidação do consumo no século XX, cabe questionar quais são as consequências que o consumismo traz para o mundo contemporâneo. Críticas à sociedade de consumo direcionam-se não somente a partir de uma abordagem econômica ou social, mas, especialmente, pelo viés ambiental. Alguns trabalhos têm apontado o consumismo como um dos responsáveis, senão o principal, por crises ambientais e pela ampliação da exploração dos recursos naturais para a geração de matérias-primas voltadas à fabricação sempre exacerbada de mercadorias (SILVA, 2012; LAYRARGUES, 2011; O'CONNOR, 2002; SCHNAIBERG, 1997). Além disso, criou-se uma forma de estratificação social em que o valor do indivíduo é medido pelo seu padrão de consumo. Estimativas apontam, conforme considera Silva (2012, p. 186), que "[...] se todos os habitantes do planeta alcançarem as mesmas taxas de consumo dos países desenvolvidos, precisaríamos do equivalente a quatro ou cinco planetas". Desde já é possível dizer que esta situação é insustentável.

Segundo evidenciado por Fox (2005), durante as últimas décadas do século XX, foram consumidos 33% dos recursos naturais do planeta. Nos EUA restam menos de 04% de toda sua floresta original e 40% dos cursos de água estão impróprias para o consumo. A poluição atmosférica e a degradação dos ecossistemas acarretam consequências destrutivas para o meio ambiente e para a saúde humana: em 2012, aproximadamente 12,6 milhões de mortes em todo o

mundo foram atribuídas aos problemas ambientais e cerca de 7 milhões de pessoas, em todo o mundo, morrem todos os anos como resultado da exposição diária à má qualidade do ar (UNEP, 2016). O futuro de muitos organismos vivos vem sendo colocado em xeque: os *hábitats* e as populações de espécies estão em declínio constante (WWF, 2016). Além disso, contam-se os dias de os recursos não renováveis chegarem à escassez total, como é o caso das reservas de petróleo e de diversos minérios utilizados para a fabricação dos mais diferentes produtos ditos vitais para a sociedade.

Um dos fatores amplamente criticados no que se refere à sociedade de consumo é a própria obsolescência programada, que é considerada uma das principais responsáveis por intensificar o consumismo, demandar a exploração de recursos naturais e produzir resíduos, elevando ainda mais a problemática ambiental decorrente do processo (SILVA, 2012; LAYRARGUES, 2011). Os dados apresentados são alarmantes e nos levam a questionar: quais os limites do consumismo atual e suas consequências para a sociedade? Como estender a análise do consumo para o debate sobre a sustentabilidade? Podemos falar em desenvolvimento sustentável sem questionar as bases atuais do consumismo desenfreado? Tais questões são necessárias e atuais. Neste capítulo, procuramos contextualizar brevemente alguns pontos históricos que contribuíram para emergência e consolidação do consumo até chegar à sua configuração contemporânea. No capítulo seguinte, apresentaremos um panorama geral sobre esses debates, sobretudo o questionamento acerca das possibilidades de termos práticas sustentáveis ou mesmo um desenvolvimento sustentável.

2. CRISES E DEBATES AMBIENTALISTAS CONTEMPORÂNEOS

Grandes mudanças no curso da história, aquelas que essencialmente alteram nosso modo de agir e pensar, vão sendo gradativamente incorporadas pela sociedade, de forma discreta e surpreendente, até que percebemos que estamos em um mundo novo ou, pelo menos parcialmente. Conforme aponta Beck, da mesma forma que:

> [...] no século XIX a modernização dissolveu a esclerosada sociedade agrária estamental e, ao depurá-la, extraiu a imagem estrutural da sociedade industrial, hoje a modernização dissolve os contornos da sociedade industrial e, na continuidade da modernidade, surge uma outra configuração social (BECK, 2011, p. 12-3).

Particularmente a respeito da cultura ocidental moderna, sob uma perspectiva macroambiental, vivemos atualmente em uma sociedade amplamente marcada por crises ambientais, econômicas, políticas, sociais e, até mesmo, uma crise de valores. A população encontra-se inserida em um mundo altamente globalizado, em que as ideias de progresso e desenvolvimento foram disseminadas para além das fronteiras geográficas e culturais em diversos países do globo.

Situamo-nos em uma época histórica, conforme sugere Bauman (2001), caracterizada por uma “modernidade líquida”, ou ainda, na perspectiva de Beck (2011), uma “modernidade reflexiva”. Trata-se de um período em que as relações sociais estão diretamente imersas em um modelo racional de desenvolvimento social, cultural e político baseado em uma visão fortemente atrelada a aspectos antropocêntricos, etnocêntricos, tecnocráticos e pautados pelo cientificismo. Tempos em que as leis de mercado - oferta e demanda, produção e consumo - ainda são regras centrais do jogo político burocrático entre corporações e Estados, intermediado pela cultura e regulado pela pretenciosa “mão-invisível” de Adam Smith (2003) ou, em outras palavras, pelas “forças ocultas do mercado” (FOLADORI, 2001, p. 161). O mercado, conforme complementa Rifkin,

> [...] é uma força avassaladora em nossas vidas. Todos somos profundamente afetados por seus humores e oscilações. Seu bem-estar se torna uma medida de nossa própria condição. Se os mercados estão saudáveis, sentimo-nos animados. Se enfraquecem, entramos em desespero. O mercado é nosso guia e conselheiro e, às vezes, a maldição de nossa existência. [...] Vivemos segundo as

> regras da mão-invisível do mercado e aperfeiçoamos nossa vida à tarefa de comprar barato e vender caro (RIFKIN, 2001, p. 3).

Neste jogo, o mercado se consagra como o grande protagonista que direciona as regras e leis. O mercado se torna a instituição que redireciona comportamentos dos mais variados *stakeholders* (partes interessadas, agente ou grupo que possui interesse). Ele mantém e regula toda estrutura política de poder dentro de um amplo processo histórico, sistêmico e complexo conhecido como capitalismo moderno. Este, de acordo com Weber:

> [...] existe onde quer que se realize a satisfação de necessidades de um grupo humano, com caráter lucrativo e por meio de *empresas*, qualquer que seja a necessidade de que se trate. Diremos que, via de regra, uma exploração *racionalmente* capitalista é uma exploração com conta de capital, isto é, uma empresa lucrativa que controla sua rentabilidade na ordem administrativa por meio da contabilidade moderna, estabelecendo um balanço. [...] O capitalismo se nos apresenta em forma diferente nos diversos períodos da história, porém a satisfação das *necessidades cotidianas*, baseada em técnicas capitalistas, só é peculiar no Ocidente; nos países desta região é coisa natural desde a segunda metade do século XIX (WEBER, 1968, p. 250).

O capitalismo, na contemporaneidade, além da racionalidade técnica administrativa e dos princípios de acumulação e propriedade privada, baseia-se sobretudo nas premissas fundamentais do consumismo; consiste em um sistema fundamentalmente expansivo, em que os detentores do controle do fluxo de investimento têm por finalidade o aumento sistemático do retorno financeiro para além do valor investido. O capitalismo funda-se, portanto, na noção de expansão, tendo como foco sua manutenção e seu crescimento. Sendo autorreferencial, retroalimenta-se sistematicamente e independe do ambiente externo, tendo um funcionamento que se desenvolve, cresce e se mantém de maneira sistêmica e independente. Bauman o denomina (2010, p. 7) como um “capitalismo parasitário”. De acordo com o autor:

> Sem meias palavras, o capitalismo é um sistema *parasitário*. Como todos os parasitas, pode prosperar durante certo período, desde que encontre um organismo ainda não explorado que lhe forneça alimento. Mas não pode fazer isso sem prejudicar o hospedeiro, destruindo assim, cedo ou tarde, as condições de sua prosperidade ou mesmo de sua sobrevivência. [...] Hoje, quase um século depois de Rosa Luxemburgo ter divulgado sua intuição, sabemos que a força do capitalismo está na extraordinária engenhosidade com que

> busca e descobre novas espécies hospedeiras sempre que as espécies anteriormente exploradas se tornam escassas ou se extinguem. E também no oportunismo e na rapidez, dignos de um vírus, com que se adapta às idiossincrasias de seus novos pastos (BAUMAN, 2010, p. 8-10).

No entanto, essa caraterística funcional ou condição parasitária de manutenção do sistema capitalista, conectada às bases essenciais da sociedade de consumo, tem levantado sérios questionamentos sobre os caminhos e perspectivas de vida para as gerações futuras.

Diante disso, o presente capítulo se propõe a avançar nas discussões acerca do consumo e sua relação com meio ambiente dentro de uma perspectiva questionadora voltada para as relações capitalistas modernas. Para tanto, abordaremos como a modernidade tornou-se propulsora do consumo, discutiremos parte do debate ambiental contemporâneo no mundo, suas origens e crises e, por fim, buscaremos fazer uma articulação entre o ambientalismo e a sociedade de consumo, debatendo as principais crises por ela geradas.

2.1 Modernidade, Capitalismo e Consumo

Existem várias maneiras de definir os contornos daquilo que se conhece por modernidade. Do ponto de vista filosófico, podemos entender como modernidade "[...] aquele momento em que o homem se inventou, em que ele não mais se viu como reflexo de Deus ou da natureza. [...] que elegeu a Razão como o atributo humano mais elevado" (COOPER; BURRELL, 2007, p. 315). Sua origem histórica advém de um período que se inicia aproximadamente com o advento do capitalismo mercantil do século XVII e com o alvorecer do olhar científico sobre o mundo, se estende com as especulações da filosofia Iluminista europeia do século XVIII, passa pelo século XIX com o fortalecimento de instituições como Estados Nação e o mercado e se intensifica no século XX até o final da Segunda Guerra Mundial. Pode se dizer que ainda vivemos imersos neste tempo histórico, embora agora com características distintas com relação às décadas passadas (BECK, 2011; BAUMAN, 2001; RIFKIN, 2001).

Antes, porém, a distribuição de riquezas e a luta de classes entre burguesia e proletariado, analisadas por Karl Marx no século XIX, bem como os processos de racionalização e a organização burocrática (vetores para emergência do capitalismo

moderno) evidenciadas por Max Weber na transição para o século XX, eram os pontos centrais de críticas dirigidas à denominada “época sólida” (BAUMAN, 2001), ou “modernidade simples” (BECK, 2011). Atualmente, a chamada “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001) escorre, flui e se esgota nas bases efêmeras da sociedade do consumo. As lutas de classes se disseminaram e ampliaram para diversas lutas das mais variadas classes e não há mais apenas uma lógica distribuição de riquezas conforme se imaginava em séculos anteriores com base nas teorias econômicas clássicas e neoclássicas, mas sim uma “lógica da distribuição dos riscos” (BECK, 2011, p. 23). Conforme observa Rifkin, a modernidade:

> [...] viu tanto o triunfo da propriedade privada como a base para a estrutura das relações humanas e para a ascensão do racionalismo, do positivismo científico, do materialismo, da ideologia e, também, as noções lineares de progresso como uma imensa superestrutura filosófica construída no topo de um regime de propriedade privada. As ideias do Iluminismo sobre a natureza, sociedade e consciência humana reforçaram, em cada detalhe, um sistema capitalista incipiente baseado na posse privada e na troca de propriedades de capital no mercado (RIFKIN, 2001, p. 154).

Essa visão de mundo moderna proporcionou a elaboração de metanarrativas (amplas teorias sobre a dinâmica do mundo moderno) para explicar o funcionamento de uma nova organização social associada às relações de produção, consumo, propriedade e acumulação, alavancada pelo desenvolvimento do sistema capitalista. A ideia central do pensamento moderno defendia que o pensamento racional, metódico e matematizado, seria capaz de desvendar todos os mistérios do mundo e proporcionar ao homem o progresso e o controle absoluto sobre a mente humana, o desenvolvimento e a natureza (PELICIONI, 2014; RIFKIN, 2001; MORIN, 2005; BECK, 2011; LEFF, 2001; 2010).

Os precursores da era moderna, segundo assinala Pelicioni (2014, p. 414) “[...] acreditavam que, quando se atingissem o saber e a verdade, poder-se-ia tornar-se senhor possuidor da natureza. Assim reforçaram a ideia da dominação da natureza pelos seres humanos em detrimento da relação mítica que existia até então”. A ideia de progresso e controle da natureza se tornou premissa fundamental da modernidade, em que a vontade humana – e não mais a intervenção divina – traria uma perspectiva de desenvolvimento ilimitado a partir dos recursos naturais abundantes e disponíveis para toda humanidade. No século XXI, entretanto,

podemos perceber que tais perspectivas têm levado a natureza aos limites de sua capacidade de reposição e hoje estamos vivenciando as consequências reais da degradação natural de toda biosfera em função das premissas do pensamento moderno, que valorizam a acumulação de riquezas e estimulam o consumo dos mais variados produtos e serviços desenvolvidos e negociados no mercado capitalista. Para Jacobi:

> Vive-se, no início do século XXI, uma emergência que, mais que ecológica, é uma crise do estilo de pensamento, dos imaginários sociais, dos pressupostos epistemológicos e do conhecimento que sustentaram a modernidade. Uma crise do ser no mundo que se manifesta em toda sua plenitude: nos espaços internos do sujeito, nas condutas sociais autodestrutivas; e nos espaços externos, na degradação da natureza e da qualidade de vida das pessoas (JACOBI, 2005, p. 240).

Frente a este cenário caracterizado como moderno, nota-se que crises sociais e ambientais vêm sendo motivos de discussões e embates internacionais ao longo dos anos por parte diversos países do globo, sobretudo após a segunda metade do chamado “breve século XX” (HOBSBAWM, 1995, p. 7). Os crescentes problemas sociais, políticos e especialmente ambientais enfrentados pelos diferentes países têm nos levado a pensar sobre a preocupante ameaça de catástrofe social e ambiental que nos cerca. Tais problemas nos conduzem a alguns questionamentos acerca das bases fundamentais do capitalismo vigente movido sobretudo pelas leis da sociedade de consumo.

Historicamente, nenhum outro modo de produção anterior ao capitalismo atingiu índices de depredação ambiental tão significativos a ponto de nos colocar em um cenário trágico e comprometedor de toda a vida existente na Terra. Beck (2011, p. 26) mostra que “[...] o desmatamento contemporâneo acontece *globalmente* – e na verdade como consequência *implícita* da industrialização – com consequências sociais e políticas inteiramente diversas”.

Sabe-se que, ao longo da história, o ser humano buscou na natureza a principal fonte para suprir suas necessidades. Sua relação com o meio ambiente causou, e ainda causa, grandes transformações nos ecossistemas ao interagir para a obtenção de elementos fundamentais para sua sobrevivência. Entretanto, vivemos atualmente em uma era marcada por relações de produção e consumo cada vez mais intensas, o que tem resultado em elevados níveis de desgaste ambiental

causados pela ação do homem. Tal desgaste é particularmente impulsionado pelo modo de produção capitalista vigente que, em larga medida, tem sido a causa central de desigualdades sociais e crises ambientais cada vez mais acentuadas. Segundo afirma Pierri:

> El capitalismo es intrínsecamente expansionista y esto tiende a crear los problemas de polución y depredación. [...] Sin embargo, no puede resolver la desocupación, pobreza y desigualdad sin cuestionar esa base, desde que no son sólo consecuencias, sino condiciones para el propio estabelecimiento de las relaciones capitalistas (PIERRI, 2001, p. 28) [3].

As crises ambientais, por sua vez, se tornaram evidentes dentro do sistema capitalista moderno, especialmente em função do movimento envolvendo o progresso urbano-industrial em oposição à preservação ambiental. Nos países europeus, nos EUA e até mesmo no Brasil, as mutações econômicas ao longo do século XX, sobretudo após sua segunda metade, muito contribuíram para elevar os índices de destruição ambiental a limites sem precedentes na história. Plantações nativas e grande parte da biodiversidade do planeta foram destruídas e substituídas pela urbanização, monocultura e criação de gado, gerando um quadro avassalador em diversos países do globo.

Além disso, o processo de destruição vem sendo gradativamente intensificado pela lógica do consumismo, sendo a "[...] a cultura do consumismo como um dos alvos da crítica a sociedade moderna" (LAYRARGUES, 2011, p. 189). O autor ainda assinala:

> [...] o consumismo é o item mais expressivo da crítica da sociedade sustentável. Segundo Ekins (1998a), desde que Adam Smith afirmou que a produção tem como finalidade o consumo, a economia estabeleceu como objetivo aumentá-lo, e ele passou a ser entendido culturalmente como sinônimo de bem estar. O problema é que atualmente o consumismo é visto também como responsável por uma série de problemas ambientais e, desse modo, não pode mais ser compreendido unicamente como sinônimo de felicidade (LAYRARGUES, 2011, p. 189).

O modo de produção capitalista atual, especialmente regido pela lógica do consumismo, tem intensificado a relação entre homem e natureza de maneira

[3] O capitalismo é intrinsecamente expansionista e isso tende a criar os problemas de poluição e degradação. [...] No entanto, não podemos resolver questões como o desemprego, a pobreza e a desigualdade sem questionamento sobre isso, uma vez que não são apenas consequências, mas sim condições para o estabelecimento das relações capitalistas em si.

desequilibrada, consequentemente proporcionando um cenário marcado por sérias crises e uma extensa multiplicidade de riscos sociais e ambientais (BECK, 2011; O'CONNOR, 2002). Para Jacobi (2005, p. 239), "[...] a multiplicação dos riscos, em especial os ambientais e tecnológicos de graves consequências, é elemento chave para entender características, os limites e as transformações da modernidade". Beck alerta:

> [...] a oposição entre natureza e sociedade é uma construção do século XIX, que serve ao duplo propósito de controlar *e* ignorar a natureza. A natureza *foi* subjugada e explorada no final do século XX e, assim, transformada de fenômeno externo em *interno*, de fenômeno predeterminado em *fabricado*. Ao longo de sua transformação tecnológico-industrial e de sua comercialização global, a natureza foi absorvida pelo sistema industrial. Dessa forma, ela se converteu, ao mesmo tempo, em pré-requisito indispensável do modo de vida *no* sistema industrial. Dependência do consumo e do mercado agora também significa um novo tipo de dependência da "natureza", e essa dependência *imanente* da "natureza" em relação ao sistema mercantil se converte, no e com o sistema mercantil, em lei do modo de vida na civilização industrial (BECK, 2011, p. 9).

Percebe-se que a degradação ambiental que se apresenta nos tempos atuais pode ser entendida de maneira ampla como consequência de intensas crises e riscos que atingem a humanidade de maneira geral. As mudanças climáticas no cenário global, o colapso dos oceanos e as catástrofes naturais já não são apenas previsões alarmistas. Trata-se de evidências concretas, geradas pelo processo de mercantilização da natureza cada vez mais crescente, que passa a incluir todos os aspectos da biodiversidade global e seus ecossistemas (STENGERS, 2015; BECK, 2011). Nessa perspectiva exploratória, tudo pode se tornar mercadoria: florestas tropicais, plantações nativas, animais, rios, até mesmo o ar que respiramos, enfim, a vida se tornou comercializável e absorvida pelas forças de mercado.

A exploração desenfreada dos recursos naturais começa, portanto, a demonstrar sua dimensão mais dramática: inundações, secas, poluição do ar, envenenamento dos alimentos com pesticidas (causando uma epidemia de câncer, por exemplo), chuva ácida, deslizamento de terras, contaminação dos lençóes freáticos, aumento da pobreza e desigualdades sociais. Esses são problemas crescentes e não podem mais ser tratados isoladamente. Diante disso, Pelicioni (2014, p. 413) alerta sobre "[...] o resultado da introjeção de valores e práticas que estão em desacordo e com as bases necessárias para a manutenção de um

ambiente sadio, que favoreça uma boa qualidade de vida a todos". Complementa ainda Jacobi:

> [...] o que se observa é que, enquanto se agravavam os problemas sociais e se aprofundava a distância entre os países pobres e os industrializados, emergiram com mais impacto diversas manifestações da crise ambiental, que se relacionam diretamente com os padrões produtivos e de consumo prevalecentes (JACOBI, 2005, p. 236).

Em complemento à ideia exposta, outro ponto a ser considerado nessa análise é que, especialmente no período pós-Segunda Guerra, os países desenvolvidos da Europa e os EUA tornaram-se o núcleo do universo econômico capitalista global e passaram a vender bens de produção, capital e tecnologia aos países periféricos. Nesse processo, grandes conglomerados transnacionais passaram a migrar e se instalar em países subdesenvolvidos. Estes, por sua vez, passaram a exportar seus recursos cada vez mais para os países centrais com o objetivo de amenizar suas dívidas crescentes advindas dos processos de negociações com eles. Com isso, a polarização entre as nações do norte e do sul começou a se tornar mais discrepante, pois os padrões de produção e consumo nestes países começam a acarretar inúmeros problemas sociais e ambientais promovidos pelo amplo processo de internacionalização de empresas globais para o denominado "Terceiro Mundo" (HOBSBAWM, 1995, p. 59).

Diante desse contexto marcado por práticas insustentáveis da sociedade capitalista moderna, nos é exigido talvez um rompimento para com muitas compreensões superficiais sobre conceitos, fenômenos e processos que envolvem questões sociais e ambientais. Para Foladori (2001, p. 136), "[...] a crise ambiental contemporânea tem nos obrigado a repensar a relação entre ser humano e natureza". Com isso, diversos setores da sociedade têm concentrado seus esforços em prol de uma atenção mais detalhada sobre as questões ambientais. Tanto que nos últimos anos tais questões ganharam centralidade e ampla repercussão pública, gerando debates em âmbito internacional. Segundo assinala Jacobi (2005, p. 235): "As transformações no debate 'meio ambiente-desenvolvimento' têm início nos anos de 1970, quando assumem visibilidade publicações que pretendem mostrar a finitude no interior do modo de produção capitalista e seus impactos globais". A construção de uma consciência de que o ser humano afetou radicalmente a

natureza, provocando consequências que podem pôr em risco a sua própria vida (FOLADORI, 2001).

A temática ambiental assume, portanto, após década de 1970 (embora haja registros de debates ambientalistas mundiais datados de alguns anos anteriores), um papel importante e maior relevância no que se refere às dimensões do desenvolvimento econômico e de alternativas para que se tenha uma articulação igualitária entre os aspectos global e local. Sobre isso adverte Morin (2005, p. 179): "[...] não podemos trocar o singular e o local pelo universal: ao contrário, devemos uni-los"; em outras palavras, cabe articular uma problematização das relações do homem com a natureza em todos os níveis de tempo e espaço.

A partir daí, entendemos como essencial levantar alguns questionamentos referentes aos problemas atuais nos âmbitos local e global que contribuem diretamente para a degradação ambiental de maneira inconsequente e danosa. Indagações acerca do atual modo de vida, caracterizado pelo consumismo desenfreado, bem como questionamentos sobre a busca do crescimento econômico a todo custo em detrimento da preservação ou conservação natural do meio ambiente. Sempre em defesa de uma felicidade ou bem-estar falsamente prometido pelo consumismo, conforme aponta Santos (2003, p. 49), "[...] consumismo e competitividade levam ao emagrecimento moral e intelectual da pessoa, a redução da personalidade e da visão do mundo". Bauman ainda complementa a ideia no sentido de que:

> O consumismo de hoje, porém, não diz mais respeito à satisfação das necessidades – nem mesmo as mais sublimes, distantes (alguns diriam, não muito corretamente, 'artificiais', 'inventadas', 'derivativas') necessidades de identificação ou a auto-segurança quanto a 'adequação'. Já foi dito que o *spiritus movens* da atividade consumista não é mais o conjunto mensurável de necessidades articuladas, mas o *desejo* – entidade muito mais volátil e efêmera, evasiva e caprichosa, e essencialmente não-referencial que as 'necessidades', um motivo autogerado e autopropelido que não precisa de outra justificação ou 'causa'. A despeito de suas sucessivas e sempre pouco duráveis reificações, o desejo tem a si mesmo como objeto constante, e por essa razão está fadado a permanecer insaciável qualquer que seja a altura atingida pela pilha dos outros objetos (físicos e psíquicos) que marcam seu passado (BAUMAN, 2008, p. 88).

Esse desejo pelo consumo, conforme evidenciado acima, remete à ilusão atribuída contemporaneamente ao próprio ato de consumir como principal meio de

satisfação pessoal, negligenciando, com isso, o cuidado com a natureza em prol de uma satisfação insaciável de compra e de acúmulo. Cabe considerar, entretanto, que, diante das mudanças econômicas, políticas e sociais ocorridas no mundo, em particular no capitalismo ocidental moderno do século XX, o consumismo e a questão ambiental tornaram-se temas amplamente discutidos e polêmicos. Tal debate envolve uma extensa gama de problemas referentes aos "[...] impactos da ação humana sobre as condições climáticas, hidrológicas, geomorfológicas, pedológicas e biogeográficas, em todas as escalas de tempo e espaço" (PELICIONI, 2014, p. 413). Ainda para Pelicioni (2014, p. 413), "[...] *o modo de ser, de produzir e de viver dessa sociedade* é fruto de um modo de pensar e agir em relação à natureza e aos outros seres humanos que remonta há muitos séculos". Referindo-se especificamente ao pensamento ocidental, a autora salienta:

> [...] percebem-se, nas obras de alguns filósofos da Grécia e Roma clássicas, bem como na tradição judaico-cristã, espinha dorsal da cultura ocidental, indícios de certos valores bastante presentes nas sociedades atuais, como o antropocentrismo e a visão dicotomizada entre ser humano e natureza (PELICIONI, 2014, p. 413).

Diante disso, podemos perceber características antropocêntricas existentes desde séculos anteriores, nos quais a natureza era considerada fonte inesgotável de recursos colocada a serviço do humano. Desta maneira, com a crescente urbanização e industrialização, as ideias de desenvolvimento e de progresso tornaram-se sinônimos de aumento da produtividade industrial por meio da aplicação crescente do lucro que, por sua vez, comprometeu as estruturas sociais e as economias locais, assim como a saúde humana e o ambiente natural. Conforme sugere Jacobi (2005, p. 235), "[...] a base material do processo de desenvolvimento é fundamental, mas deve ser considerada como um meio e não como um fim em si".

A concepção de natureza transformada pelo homem, sob um prisma capitalista e consumista que a subjuga como apenas um recurso a ser utilizado a serviço do homem e do mercado, demonstra a relevância de pensar criticamente sobre as bases e limites do consumo na sociedade atual. Essa perspectiva deixa mais evidente as consequências negativas e desastrosas que o estilo de vida contemporâneo traz para o bem-estar da natureza e da própria população, com reflexos sociais e ambientais ainda não totalmente conhecidos, tampouco definidos

em relação às consequências para gerações que ainda estão por vir. Dessa forma, conforme aponta Jacobi:

> A necessidade de abordar o tema da complexidade ambiental decorre da percepção quanto ao incipiente processo de reflexão sobre as práticas existentes e as múltiplas possibilidades que estão colocadas para, ao pensar a realidade de modo complexo, defini-la como uma nova racionalidade e um espaço no qual se articulam natureza, técnica e cultura (JACOBI, 2005, p. 243).

Tomando em consideração esta perspectiva complexa de compreensão da relação com a natureza, passaremos a abordar a relevância das crises no debate ambiental contemporâneo e as possibilidades de aprendizagem que elas colocam em curso.

2.2 As crises e o debate ambiental contemporâneo

A problemática ambiental é considerada uma das questões mais urgentes que a humanidade enfrenta nos dias atuais (DOVERS, 1996; O'CONNOR, 2002; SEGHEZZO, 2009; LEFF, 2010). Juntamente com problemas como a distribuição de renda, a pobreza, a fome, a violência urbana, o terrorismo e demais crises sociais, a temática envolvendo as coordenadas ambientais tornou-se uma preocupação central no cenário capitalista moderno das últimas décadas. Este fato ganha relevância, sobretudo, em virtude das graves catástrofes ambientais que vêm ocorrendo em diversos países. Sobre isso, Pelicioni (2014, p. 413) adverte: "[...] pode-se considerar que a degradação ambiental que hoje se apresenta seja decorrente da profunda crise social, econômica, filosófica e política que atinge toda humanidade".

A partir do final do século XVIII e até meados do século XX, grandes revoluções e expansões industriais ocorreram no mundo moderno. A emergência de indústrias petroquímicas e de aço, a construção de ferrovias interligando estados e nações, a criação da máquina a vapor e a ascensão dos meios de comunicação em massa, bem como os princípios de otimização e eficiência da produtividade taylorista, conjugado com a linha de montagem de Ford, fizeram os processos de industrialização expandir sistematicamente, concebendo a natureza como um recurso ilimitado, como fonte de matéria-prima inesgotável para atender as

demandas humanas e industriais. Trata-se, portanto, de um período chave no que diz respeito às transformações do capitalismo moderno.

Obviamente, se fizermos um rastreamento histórico mais apurado, podemos notar que a preocupação com a degradação ambiental já existia desde os séculos passados, com evidências de diversas denúncias quanto aos impactos ambientais negativos provocados pelo homem, bem como as medidas que visavam a seu monitoramento e controle. Pelicioni (2014) evidencia, por exemplo, as ideias do memorialista e naturalista John Evelyn, que já havia notado na Inglaterra do século XVII os danos causados pelas emissões de gases ácidos emitidos pela queima de carvão daquele período. A autora também descreve os registros do naturalista alemão Humboldt, que identificou alterações nos regimes hídricos em regiões da Venezuela (PELICIONI, 2014).

Pierri (2001) observa ainda o surgimento de diferentes correntes epistemológicas contemporâneas, contendo raízes no conservacionismo naturalista do século XIX. A autora classifica três grandes linhas de pensamento, a saber: a perspectiva “ecologista conservacionista”, conhecida também como sustentabilidade forte, a linha traçada pelo “ambientalismo moderado” ou sustentabilidade fraca e a corrente de pensamento marcada por uma abordagem crítica humanista, esta com ramificações e influências anarquistas e marxistas. A linha denominada “ecologista conservacionista” (sustentabilidade forte) enfatiza a dimensão ambiental. Caracteriza-se por ter uma visão de mundo ecocêntrica, muito estudada por biólogos e ecologias que evidenciavam a importância da preservação das condições naturais do meio ambiente. Tal visão se apoia em propostas polêmicas como a de crescimento zero e de controle populacional, além de defender um caráter técnico como resolução dos problemas ambientais e sociais.

A corrente do “ambientalismo moderado” (sustentabilidade fraca) enfatiza a dimensão econômica da sustentabilidade. Caracteriza-se por uma visão de mundo antropocêntrica, etnocêntrica, tecnocrata, sendo muito valorizada por teóricos da engenharia e economia neoclássica. Ela evidencia a questão do chamado crescimento econômico eficiente como principal modo de resolução dos problemas socioambientais, sobretudo no que se refere à pobreza. Seus idealizadores depositam grandes expectativas no avanço científico e tecnológico, aliado às leis de livre mercado como principal via para a melhoria da qualidade de vida social e da eficiência em termos de utilização de recursos naturais. O ambientalismo moderado

se destaca por representar a corrente epistemológica hegemônica atualmente, sendo a que mais se aproxima dos documentos e discursos apresentados por organizações mundiais como a ONU, a WCED e o Banco Mundial (MOL, 1997).

A terceira linha epistemológica ambientalista é denominada crítica humanista. Trata-se de uma corrente que enfatiza a dimensão social da sustentabilidade, adotando também uma visão antropocêntrica. Ela assume pressupostos enraizados nos movimentos sociais de países periféricos com referências anarquistas e marxistas. O humanismo crítico apresenta propostas de mudanças radicais em âmbito social, no processo de racionalização administrativa, nas relações de trabalho e na macroestrutura social. Nessa abordagem, as críticas são dirigidas para as grandes organizações políticas internacionais no sentido de desconstruir a lógica capitalista e defender relações mais igualitárias.

Na Europa e nos Estados Unidos podemos encontrar também, na segunda metade do século XIX, algumas raízes de um movimento ambiental mais amplo. Isso ocorreu especialmente com os primeiros grupos protecionistas criados na Grã-Bretanha e os movimentos em reação ao processo de degradação pelo surgimento dos socialismos utópicos em países europeus e diversas outras manifestações sociais (PELICIONI, 2014).

Embora nessa época já houvesse inúmeras manifestações em prol de uma preservação ou conservação do meio ambiente, o debate mais crítico e alarmante acerca da crise ambiental começou a surgir efetivamente no cenário político ao final da década de 1960 e início de 1970. Nessas décadas, a preocupação ambiental, por parte de pesquisadores e da própria sociedade, tornou-se mais evidente em função do agravamento das crises econômicas e ambientais causadas pela ação do homem (DOVERS, 1996; O'CONNOR, 2002; SEGHEZZO, 2009; LEFF, 2010; PIERRI, 2001).

Neste período, destacamos dois momentos fundamentais da problemática ambiental que suscitaram discussões pelo mundo. O primeiro foi em setembro de 1968 em Paris, no qual a UNESCO foi responsável pela organização da Conferência Intergovernamental de Especialistas sobre as Bases Científicas para Uso e Conservação Racionais dos Recursos da Biosfera, conhecida também como Conferência da Biosfera. Ela tinha como objetivo avaliar os problemas e impactos ambientais no âmbito global e sugerir ações corretivas para tais situações (PELICIONI, 2014; PIERRI, 2001). Tratava-se de um programa interdisciplinar que

visava problematizar e discutir as consequências das ações humanas sobre o meio ambiente. Ao término da Conferência da Biosfera, segundo aponta Pelicioni,

> [...] foram elaboradas vinte recomendações, entre as quais se ressaltava a necessidade de promover a realização de mais pesquisas sobre ecossistemas, ecologia humana, poluição, recursos genéticos e naturais; desenvolver práticas de inventário e monitoramento de recursos; levar em consideração os impactos ambientais dos projetos de desenvolvimento de grande escala, criar um novo programa de pesquisa internacional sobre o ser humano e a biosfera; e desenvolver novos enfoques para educação ambiental (PELICIONI, 2014, p. 426).

Com base nisso, a questão ambiental se tornava cada vez mais evidente e, em decorrência de uma das recomendações provenientes da Conferência da Biosfera, representantes suecos propuseram uma conferência para discussão, em âmbito internacional, sobre problemas ambientais. Nesse período, a Suécia sofria fortemente os efeitos da poluição gerada por outros países. Assim emergiu um segundo momento chave acerca da temática envolvendo meio ambiente e sociedade, a Conferência de Estocolmo, realizada em 1972, dando continuidade à discussão de temas que já haviam sido abordados na conferência de 1968. Nesta denominada Primeira Conferência Mundial sobre o Homem e o Meio Ambiente, organizada pela ONU (Organização das Nações Unidas), representantes de 113 países (desenvolvidos e em desenvolvimento) se reuniram para tentar compreender as graves consequências ambientais em escala global ocasionadas por processos industriais e pelo modo de vida contemporâneo (PELICIONI, 2014; PIERRI, 2001; JACOBI, 2005).

A Conferência de Estocolmo, conforme salienta Jacobi (2005, p. 236), foi o "[...] momento no qual a questão ambiental ganha visibilidade pública e se coloca a dimensão do meio ambiente na agenda internacional". De acordo com Pierri (2001), a conferência foi importante, pois tanto introduziu o debate ambiental na agenda política internacional como foi a primeira tentativa de conciliar os objetivos tradicionais do desenvolvimento econômico com a questão protecionista da natureza, visando contemplar interesses de diferentes países do mundo.

O evento em Estocolmo se aproxima muito da visão hegemônica do "ambientalismo moderado" (PIERRI, 2001, p. 41), conhecida também como "sustentabilidade fraca" e representa a ideia inicial de desenvolvimento sustentável que se consolidara posteriormente por meio do Relatório de Brundtland, documento

intitulado “Nosso Futuro Comum”, publicado em 20 março de 1987 e elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED - *World Commission on Environment and Development*). O documento popularizou o conceito de que o desenvolvimento deve atender “[...] às necessidades presentes sem comprometer a habilidade das gerações futuras em atenderem às suas próprias necessidades” (WCED, 1987, p. 43), tendo por objetivo evidenciar diretrizes internacionais de ações políticas e econômicas. Desde então, a noção de desenvolvimento sustentável vem sendo incorporada nos discursos ambientalistas, governamentais e empresariais (VIZEU et al., 2012; DOVERS, 1996).

Para Dovers (1996), o Relatório de Brundtland colocou a noção de “desenvolvimento sustentável” no topo das agendas políticas nacionais e internacionais. Em virtude de seu caráter generalista, economicista e antropocêntrico, o conceito de desenvolvimento sustentável vem recebendo inúmeras críticas desde sua disseminação na agenda global (DOVERS, 1996; PIERRI, 2001; VIZEU et al., 2012; CASTRO, 2004; SEGHEZZO, 2009). Além disso, parte do debate foi fomentada pelos amplos desastres ambientais causados por indústrias petrolíferas na Europa, acidentes industriais ocorridos em países asiáticos, contaminação de alimentos por pesticidas e testes atômicos em diversas partes do mundo, enfim uma série de problemas e catástrofes ocasionadas pela atividade humana. Sobre isso, Pierri observa:

> La transformación del capitalismo que tuve lugar en las primeras décadas del siglo XX, con el pasaje a la producción y consumo en masa basados en el taylorismo-fordismo, y en el uso del petróleo y la electricidad como fuentes energéticas, supuso un cambio radical en el uso de los recursos naturales y sus efectos. En este marco, un momento clave fue 1945, en dos sentidos: en primer lugar, por la explosión de las primeras bombas atómicas que supusieron uma amenaza planetaria inédita generada por la propia humanidad; y en segundo lugar, porque fue el comienzo de un desarrollo económico también inédito, basado en la generalización del taylorismo-fordismo, que se extendió sin problemas hasta fines de los 60s (PIERRI, 2001, p. 31-2)[4].

[4] A transformação do capitalismo, que teve lugar nas primeiras nas décadas do século XX com a emergência da produção e consumo em massa baseados nos métodos de produção taylorista-fordista, assim como o uso do petróleo e da eletricidade como fontes energéticas, significou uma mudança radical no uso dos recursos naturais e seus efeitos. Neste contexto, um momento chave foi a partir de 1945, por dois motivos: em primeiro lugar, pela explosão das bombas atômicas, que significaram uma ameaça global sem precedentes gerada pela própria humanidade; em segundo lugar, tratou-se de um início de desenvolvimento econômico também inédito, baseado na generalização dos métodos taylorista-fordista que funcionaram bem até o final dos anos 60.

Conforme exposto, as transformações industriais e as ameaças decorrentes dos testes atômicos causaram um demasiado mal-estar entre diversas camadas sociais, dando margem à emergência de uma preocupação crescente e demonstrando que o homem realmente era capaz de produzir efeitos letais contra si mesmo e contra a natureza. Os testes nucleares e as contaminações com pesticidas se tornaram potenciais ameaças de catástrofe global e, com isso, o debate ambiental começou a evidenciar os efeitos negativos de todo esse processo.

A título de ilustração, podemos evidenciar alguns exemplos reais ocorridos que desencadearam ampla preocupação de diversos setores da sociedade, como é o caso do perigo de precipitação nuclear provocada por testes atômicos. Esses, segundo argumenta Pelicioni (2014, p. 429), tiveram visibilidade pública "[...] em virtude das consequências da detonação da bomba de hidrogênio norte-americana realizada no atol de Bikini, no oceano Pacífico, em 1954". A autora evidencia que, "[...] entre 1945 e 1962, um total de 423 detonações nucleares foram realizadas pelos seguintes países: EUA (271), URSS (124), Grã-Bretanha (23) e França (5)" (PELICIONI, 2014, p. 429). Apresentando uma análise nessa mesma direção, Beck mostra que:

> [...] entre 1951 e 1983, de 143 para 378 kg/ha, o consumo de insumos químicos agrícolas cresceu entre 1975 e 1983 na Alemanha Ocidental de 25 mil para 35 mil toneladas. A produtividade por hectare também aumentou; de modo algum, porém, tão rápido como o emprego de fertilizantes e pesticidas (BECK, 2011, p. 44).

Tivemos também diversos casos de desastres ambientais causados pela ação humana. Como por exemplo:

> Entre 1966 e 1972, outra série de desastres ambientais começou a ter um efeito catalisador sobre as inquietações da época. Ganharam muito destaque, por exemplo, o derramamento de petróleo causado pelo navio *Torrey Canyon* na costa inglesa e a eutrofização do lago Eric nos EUA. O petroleiro, ao chocar-se contra um recife, em março de 1967, derramou cerca de 117 mil toneladas de petróleo cru. A utilização de detergentes (não testados) para diluir o óleo aumentou o dano biológico. O incidente também afetou os contribuintes britânicos em virtude dos custos financeiros da poluição (PELICIONI, 2014, p. 421).

O desastre evidenciado acima, além de causar sérios danos ambientais, trouxe à tona a inabilidade dos órgãos governamentais em fomentar projetos e

ações com o objetivo de prevenir ou reparar tais problemas. Além disso, a repercussão pública foi imensa, causando indignação por parte de setores sociais civis e organizações paralelas. Tal fato promoveu a mobilização da população no entorno dos locais afetados no sentido de reivindicar uma maior proteção ambiental. Segundo observa Foladori, na década de 1970 (2001, p. 141), "[...] coincide uma crise econômica mundial com a tomada de consciência generalizada sobre a gravidade dos problemas ambientais".

De maneira simultânea aos acontecimentos catastróficos da época, o sistema capitalista dos anos de 1970, especialmente na Europa e EUA, passava por uma intensa crise: desaceleração produtiva, altos índices de desemprego, baixas salariais, especulações e altas taxas inflacionárias, e especialmente um período marcado pelos choques do petróleo, alertando os países sobre a dependência das economias deste recurso natural e uma efetiva possibilidade de sua exaustão (PIERRI, 2001; VIZEU et al., 2012; O´CONNOR, 2002). Tratou-se de um período de dificuldades, pois se percebia uma decadência do *Welfare State* (Estado de Bem-Estar Social) pós-Segunda Guerra, para um grande estímulo a políticas neoliberais que defendiam a posição do mercado como protagonista das novas formas de produção e consumo (GOUGH, 2015; LEME, 2010; O'CONNOR, 2002; HOBSBAWM, 1995).

Além disso, desde o final da década de 1970, o acelerado processo de interconexão e interdependência das economias desenvolvidas, caracterizados pela ascensão de mercados globais e políticas neoliberais, propiciaram modificações de algumas normas de competitividade entre indústrias e corporações. Isso as obrigou a revisar e alterar os processos produtivos de maneira ampla, impactando diretamente as formas de produção e consumo (SANTOMÉ, 1998).

Além disso, é de fundamental importância a publicação de trabalhos e informativos científicos que denunciavam a finitude dos recursos naturais e as consequências da degradação ambiental ocasionada pelo intenso processo de industrialização também contribuíram para alavancar discussões em diversas partes do mundo (PIERRI, 2001; JACOBI, 2005; PELICIONI, 2014). Esses trabalhos e relatórios científicos possuíam um caráter altamente crítico. Alertavam para as limitações dos recursos naturais e denunciavam as práticas nocivas das ações antropocêntricas frente aos ecossistemas e a biodiversidade.

Muitos desses trabalhos questionavam as operações danosas de grandes indústrias e mostravam tanto a gravidade de problemas ambientais locais quanto de problemas de âmbito global. Segundo observa Pierri,

> La introducción de las crisis ambiental en la arena política tuvo lugar a fines de los 60s, principios de los 70s pasados. Fue impulsada por la producción de una serie de informes científicos, y tuvo una instancia decisiva en la Conferencia sobre el Meio Humano, de la ONU realizada en Estocolmo (Suecia, 1972), en torno a la cual se plantearon diferentes formas de entender y asumir el problema por parte de los países desarrollados y los países en desarrollo (PIERRI, 2001, p. 32) [5].

Esses estudos procuravam alertar para a crescente ameaça ambiental e, muitos deles, até elaboravam a proposta de "crescimento zero" (BOULDING, 1966; EHRLICH, 1968; MEADOWS et al., 1972; GOLDSMITH et al., 1972) visando conter ou mitigar as consequências incalculáveis que os danos e potenciais riscos representariam para as gerações futuras.

No Quadro 1, abaixo, elaborado por Pierri (2001), destacam-se alguns trabalhos que tiveram grande relevância no diz respeito à denúncia e posicionamentos críticos acerca das potenciais ameaças ambientais e que contribuíram para a expansão da consciência ambiental e dos movimentos ambientais contemporâneos.

Quadro 01 - Trabalhos científicos - visões alarmantes sobre a questão ambiental inicial

Em 1949, **Farfield Osborn**, presidente da Sociedade Zoológica de New York, com sua obra **La planèete au pillage**, anunciava a imensidade do risco criado pela humanidade;
Em 1962, **Silent spring**, um livro da norte-americana **Rachel Carson**, denunciava os efeitos dos agroquímicos na extinção das aves; tinha aliança com movimentos ambientalistas provenientes dos cientistas radicais como Barry Commoner;
Em 1966, **Barry Commoner,** renomado biólogo norte-americano, ativista antinuclear e um dos arquitetos do ambientalismo científico, lançou a "ciência crítica" em **Science and survival**, obra que chamou a atenção para os riscos do complexo técnico-científico e denunciou o que ele chamava de orientação biocida da civilização industrial;
No mesmo ano, o economista **Kenneth Boulding** escreveu sobre o anticrescimento no artigo denominado **The economics of the coming spaceship Earth**, no qual propôs a substituição da economia atual "cow boy" por uma economia de cerco, adequado para a "Navío espacial Tierra" que, por sua vez, possui recursos limitados e espaços finitos para a poluição e eliminação de resíduos;
Também em 1966, foi publicado **Nous allons tous à la famine** de **René Dumont**;
Em 1968, Paul Ehrlich publica **The population bomb**, obra fundamental para a vertente neomalthusiana do ambientalismo contemporâneo;

[5] A introdução da temática sobre a crise ambiental na arena política se estabeleceu ao final dos anos 60, início dos anos 70. Foi impulsionada pela produção de uma série de relatórios científicos e teve uma etapa decisiva na Conferência sobre o Meio Humano, das ONU, realizada em Estocolmo (Suécia, 1972), com objetivo de buscar diferentes formas de entendimento sobre os problemas ambientais por parte dos países desenvolvidos e países em desenvolvimento.

Em 1969, o relatório **Resources and man** da Academia Nacional de Ciências de EEUU. Chamava dramaticamente a atenção para o esgotamento dos recursos e da explosão demográfica
Em 1970, Paul e Anne Ehrich publicaram **Population, resources and environment,** que insistia em apontar o crescimento demográfico como ponto chave da crise ambiental;
Em 1971, Barry Commoner publica **The closing circle,** que aponta os efeitos da industrialização e da tecnológica sobre a crise ambiental e qualidade de vida humana;
No mesmo ano, Jean Dorst publica **Avant que nature meure;**
Em 1972, René Dubos e Barbara Ward publicam **Only one Earth;**
Também neste ano, **E. Goldsmith, R. Allen, M. Allaby, J. Davoll e S. Lawrence** publicam **El manifiesto para la supervivencia**, que recebeu 37 adesões e reconhecimento de renomados biólogos, zoólogos, bacteriólogos, geógrafos, geneticistas e economistas do Reino Unido, incluindo estudiosos que receberam prêmio Nobel. O trabalho apresenta um amplo conjunto de testes e provas acumuladas sobre os graves problemas ecológicos e concluía que o mundo não pode fazer frente ao incremento contínuo da demanda ecológica.
Nesse mesmo ano, foi publicado o **Primeiro relatório do Clube de Roma**, elaborado por uma equipe de cientistas prestigiados do Instituto Tecnológico de Massachusets (MTT, EUA) dirigido por **Dennis Meadows**, chamado **The limites to growth**, que sustenta a proposta do crescimento zero e é considerado o documento mais influente para estabelecer o alarme ambiental contemporâneo;
Em 1973, René Dumont publica **L'utopie ou la mort.**

Fonte: Traduzido e adaptado pelo autor de Pierri (2001, p. 32).

Os trabalhos descritos acima, assim como inúmeros outros que também buscavam um questionamento crítico acerca do paradigma industrial vigente, tiveram ampla repercussão mundial e foram responsáveis pelo impulsionamento de diversas manifestações sociais que emergiram paralelamente. Nesse período, inicia-se uma série de movimentos ambientalistas por meio da criação de ONGs (Organizações Não Governamentais) nacionais e internacionais, sobretudo em países em desenvolvimento e subdesenvolvidos. Surgiram, ainda, as primeiras políticas institucionais, em âmbito nacional e internacional, que começaram a tratar a questão ambiental em um âmbito governamental e que se concretizaram, segundo aponta Pierri:

> [...] por un lado, en la celebración de conferencias y convenciones internacionales de la ONU y la creación de instituciones internacionales específicas, y por otro, a nivel de los países, en la promulgación de las primeras leyes ambientales y la creación de organismos estatales con competencias en el tema (PIERRI, 2001, p. 32) [6].

Frente ao exposto, nota-se que as décadas do século XX foram períodos marcantes no que diz respeito a transformações da modernidade e do capitalismo global, mudanças essas que deram contornos à atual sociedade de consumo. As crises ambientais e econômicas, a emergência de um amplo processo de

[6] [...] por um lado, em conferências e convenções da ONU e na criação de instituições internacionais específicos, e, por outro, em âmbito nacional, na promulgação das primeiras leis ambientais e a criação de agências estatais com responsabilidades sobre o tema.

globalização, o expansivo desenvolvimento tecnológico e o surgimento de políticas neoliberais foram acontecimentos que estimularam novas perspectivas de progresso e desenvolvimento (GOUGH, 2015; LEME, 2010; HOBSBAWM, 1995). Com isso, a dimensão econômica, focada no crescimento dos mercados, tornou-se o foco de interesse dos países industrializados – negligenciando as dimensões social e ecológica da sustentabilidade. Tal foco contribuiu para traçar novos padrões de produção e consumo.

Diante disso, percebemos que as discussões acerca do consumo e do meio ambiente foram se desenvolvendo sob uma base mutante e diversificada. As ideias centrais da modernidade sobre o progresso e desenvolvimento tornaram-se fundamentais para o entendimento da evolução do debate ambiental e o estímulo a políticas de crescimento econômico. O que buscamos evidenciar neste capítulo foi que as transformações do sistema capitalista moderno, paralelamente à emergência do debate ambiental, não foram suficientes para evitar ou minimizar as crises e os acontecimentos catastróficos.

Diante desse cenário, em que ambientalismo e consumo se enfrentam, buscaremos, no capítulo a seguir, compreender o sujeito que consome. Partimos da perspectiva de que este sujeito é fruto de componentes subjetivos produzidos historicamente e está amplamente conectado aos valores disseminados pelo capitalismo e pelo mercado. Mostraremos alguns pontos essenciais sobre como a subjetividade contemporânea está imersa em hábitos de consumo, apresentando pouca abertura para uma análise crítica das consequências ambientais que esse estilo de vida contemporâneo causa. Além das consequências ambientais danosas que o aspecto consumista vem causando, especialmente no que diz respeito ao acúmulo e descarte inadequado de lixo pelos centros urbanos mundiais.

3. DA SUBJETIVIDADE CONSUMIDORA AO CUIDADO COM A NATUREZA: DESENCONTROS

As transformações do sistema capitalista, as crises socioambientais, os conflitos históricos, o processo de globalização e a emergência dos meios de comunicação em massa e da sociedade de consumo são temas complexos que se entrelaçaram ao longo das últimas décadas. Pode-se considerar que tais processos históricos são efeitos de uma forma de pensamento essencialmente antropocêntrica, controladora (também dominadora) e desenvolvimentista com relação à natureza (STENGERS, 2015; PELICIONI, 2014; LEFF, 2001; 2010).

Essa complexidade de acontecimentos globais muito contribuiu para as transformações ocorridas no âmbito político, econômico, social e ambiental, desencadeando mudanças significativas no modo de produção e nas formas de consumo da sociedade contemporânea (BAUMAN, 2001; 2008; RIFKIN, 2001; LIPOVETSKY, 2004). O consumo, neste contexo, impacta diretamente a configuração social urbana. Conforme aponta Fontenelle (2005, p. 66), a "[...] questão da racionalidade do consumo pode ser pensada, de um ponto de vista social", pois o fenômeno do consumo foi algo capaz de modificar de maneira profunda os modos de vida, os gostos, as aspirações e os comportamento de grande parte da sociedade (LIPOVETSKY, 2004; BAUMAN, 2001; 2008; BAUDRILLARD, 1995).

A promoção de um estilo de vida pautado pelo consumismo tem causado sérios danos socioambientais com consequências muitas vezes irreversíveis e incompatíveis com a problemática e discussão atual acerca da sustentabilidade global (O'CONNOR, 2002; SCHNAIBERG, 1997; FOLADORI, 2001). A prática consumista da sociedade contemporânea tem negligenciado a capacidade de suporte do meio ambiente e trazido sérios problemas mundiais, que se tornam cada dia mais evidentes.

No século XX, época determinante como período de emergência e consolidação do consumo (conforme brevemente relatado no capítulo I), este ganhou *status* fundamental como princípio organizador de ações individuais e coletivas das sociedades modernas. Conforme aponta Lipovetsky (2004), no início do século XX, o consumo de determinados bens e serviços era ainda restrito apenas a uma classe minoritária e poucas pessoas tinham acesso aos produtos produzidos

em massa até então. Já a segunda fase, após a década de 1950, caracteriza-se pelo fato de que:

> [...] produção e consumo de massa não mais estão reservados unicamente a uma classe de privilégiados; em que o individualismo se liberta das normas tradicionais; e em que emerge uma sociedade cada vez mais voltada para o presente e as novidades que ele traz, cada vez mais tomada por uma lógica da sedução. [...] Assiste-se aí a extensão a todas as camadas sociais do gosto pelas novidades. Da promoção do fútil e do frívolo, do culto ao desenvolvimento pessoal e ao bem-estar – em resumo, da ideologia individualista hedonista (LIPOVETSKY, 2004, p. 24).

O consumo, portanto, passa a ser a força propulsora da sociedade capitalista, disseminando-se como algo central e fundamentalmente organizador da sociedade pós-Segunda Guerra. A questão do efêmero, da novidade, da sedução e da busca pelo prazer imediato configura novas formas de relações sociais, uma etapa que se caracteriza pelo apelo ao consumo como fonte principal de satisfações individuais (LIPOVETSKY, 2004; BAUMAN, 2001; 2008). Trata-se, todavia, de um deslocamento de percepção, uma mudança de foco que provoca transformações em diversos aspectos da vida em sociedade, tanto em termos culturais quanto individuais. Conforme adverte Fontenelle (2005, p. 68), “[...] vivemos hoje, portanto, em uma forma social na qual o consumo tornou-se o ato social por excelência”.

A sociedade de consumo envolve, portanto, uma mundança paradigmática em que o consumo deixa de ser fonte de suprimento de necessidades básicas e se torna algo extremamente espetacularizado, desejado e movido por sentimentos como o prazer e a sedução (BAUMAN, 2008; LIPOVETSKY, 2004). Conforme sugere Bauman (2008, p. 20), ainda que de maneira sutil e cuidadosamente disfarçada por mecanismos mercadológicos, “[...] ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria”. Assiste-se aí a dimensão subjetiva sendo incorporada por relações de compra e venda; ainda de acordo com o autor, “[...] a característica mais proeminente da sociedade de consumidores. [...] é a *transformação dos consumidores em mercadorias*; ou antes, sua dissolução no mar de mercadorias” (BAUMAN, 2008, p. 20).

Neste sentido, a própria subjetividade torna-se atributo mercadológico. As expectativas, os medos, as frustrações, entre outras tantas dimensões afetivas, passam a ter caráter fundamental de valor de mercado. Trata-se de uma transição de valores pulverizada pelo capitalismo, enfatizando a experiência humana e tendo a

subjetividade como centro das atenções mercadológicas. Nas palavras de Rifkin: “[...] estamos fazendo a transição para o que os economistas chamam de economia da ‘experiência’ – um mundo em que a própria vida de cada pessoa se torna, de fato, um mercado comercial” (RIFKIN, 2001, p. 6). Ainda de acordo com o autor:

> Nos círculos de negócio, o novo termo operacional é o “valor ao longo da vida” (*lifetime value,* LVT) do cliente, a medida teórica do quanto o ser humano vale se todo momento de sua vida for transformado em commodity de uma ou de outra forma na esfera comercial. Na nova era, as pessoas compram sua própria existência nos pequenos segmentos comerciais (RIFKIN, 2001, p. 6).

Tais modificações têm impactado diretamente a vida individual e coletiva, interferindo de maneira decisiva na produção social de subjetividades. Guattari e Rolnik (1995, p. 16) consideram que estamos diante de um processo de “*produção de subjetividade capitalística*”, que pode ser compreendida como a nova fonte de oportunidade de mercado, ou seja, onde os valores subjetivos passam a ser comercializdos, negociados e remanufaturados.

Diante desse cenário complexo e controverso, em que as questões ambientais e as premissas consumistas do capitalismo se entrelaçam, buscaremos, neste capítulo, compreender o sujeito que consome. Para tanto, partiremos da perspectiva de que o sujeito consumidor é fruto de componentes subjetivos produzidos historicamente e está amplamente conectado aos valores disseminados pelo capitalismo e pelo mercado, sobretudo tendo o *marketing* como ferramenta central de disseminação de valores e aspectos subjetivos capitalistas. Nosso esforço, para este capítulo, consiste em apresentar alguns pontos essenciais sobre como a subjetividade contemporânea está imersa em hábitos de consumo, encontrando pouca abertura para uma análise crítica das consequências ambientais que esse modo de vida acarreta.

Para tanto, o capítulo foi organizado em dois momentos: primeiro, será realizado um breve precurso histórico das práticas de *marketing,* evidenciando as ferramentas centrais do capitalismo contemporêno e buscando compreender como suas intervensões contribuíram para a produção de componentes subjetivos que colocam em circulação as práticas de consumo e descarte. No segundo momento, será analisado como a questão da sustentabilidade e dos efeitos destrutivos do consumo são pouco abordados na produção desse modo de vida voltado

exclusivamente para o mercado. A partir disso, problematizaremos a temática de geração de lixo como consequência principal do modo consumista da sociedade contemporânea.

3.1 O *Marketing* no centro do capitalismo contemporâneo, produção da subjetividade e sua interface com o consumo

As raízes históricas do *marketing* ora se cruzam e ora se confundem com a história do surgimento do comércio. Na própria gênese do comércio, desde a Antiguidade até o século XIX, podemos encontrar na literatura registros de práticas de *marketing*, embora elas ainda não existissem com tal nomenclatura, tampouco como conceito ou atividade distinta de outras comerciais (AMBLER, 2004; LAS CASAS, 2001; SANDHUSEN, 2003).

Entretanto, somente no século XX, o *marketing* se distinguiu da área comercial, à qual esteve subordinado ao longo de sua elaboração como corpo específico de conhecimento teórico (MIRANDA; ARRUDA, 2004; SANTOS et al., 2009) e emergiu como área de aplicação. Isso ocorreu nos EUA (COBRA, 2002), tendo como ideia central das empresas norte-americanas a vinculação das necessidades das demandas com os produtos ofertados, de modo eficiente e lucrativo, visando basicamente ao estabelecimento da relação entre produtores e compradores.

Inicialmente, o *marketing* surgiu sob uma perspectiva econômica em virtude da ascensão da economia de mercado e das teorias econômicas neoclássicas, que se expandiram rapidamente no ocidente (CHAUVEL, 2001; CORRÊA, 2006). Com a ideia de "[...] um sistema auto-regulável de mercados [...] uma economia dirigida pelos preços do mercado" (POLANYI, 2000, p. 62), o sistema econômico expandiu-se com uma produção em larga escala, ampliando também a concorrência. Isso propiciou o estímulo a inovações: as indústrias precisaram desenvolver novos produtos para atender a crescente demanda populacional. Santos et al. (2009, p. 94) destacam ainda o marco fundamental do início da história do *marketing* como sendo o aparecimento do especialista de mercado. Segundo os autores, um dos primeiros especialistas a surgir "[...] trabalhava na Procter e Gamble, como gerente de marca para o sabonete Camay, em 1926".

Como conceito, o *marketing* é extremamente abrangente e abarca diversas perspectivas que se desenvolveram ao longo dos anos (SHETH; GARDNER; GARRETT, 1988), mesclando conhecimentos comerciais, logísticos e econômicos, refletindo mudanças nas preocupações empresariais e na sociedade de maneira ampla em virtude da expansão industrial nos países desenvolvidos. Conforme aponta Cobra:

> A expressão anglo-saxônica *marketing* deriva do latim “mercare”, que definia o ato de comercializar produtos na antiga Roma. Enquanto tudo o que se produzia era vendido, ou melhor, era comprado, não havia a necessidade de um esforço adicional de vendas e, portanto, o marketing era desnecessário. Somente no século passado constatou-se a necessidade do marketing... tanto que ele foi criado. Onde? Nos Estados Unidos, coração do capitalismo, na década de 1940. E, de lá para cá, ninguém conseguiu fazer mais sucesso do que eles, os americanos, pelo menos nesta área (COBRA, 2002, p. 28).

Nota-se que as empresas norte-americanas surgiram como as pioneiras na prática do *marketing*, que despontou em razão da necessidade de esforço adicional para um incremento nas vendas, pois, conforme exposto anteriormente, esse esforço era desnecessário até então, uma vez que tudo o que se produzia era vendido. Em uma perspectiva cronológica, Cobra (2002) identifica quatro grandes eras na história do *marketing*: a era da produção, a era da venda, a era do *marketing* e a era do *marketing* digital.

A era da produção configura-se do início do século XX até aproximadamente meados de 1925 e foi caracterizada por uma relação de demanda maior do que a oferta, fazendo como que as ideias dos empresários e a disponibilidade de recursos se tornassem fatores determinantes para a comercialização, pois nesse período em economias mais desenvolvidas, muitas empresas “[...] do Oeste Europeu e dos Estados Unidos estavam orientadas pela produção. Não havia preocupação com a venda, e marketing não existia, uma vez que praticamente tudo que se produzia era vendido” (COBRA, 2002, p. 28). Os níveis de concorrência entre empresas e a diversidade de produtos ainda se encontravam em baixos patamares. Existia, nessa época, uma preocupação amplamente focada na logística, na produtividade e maximização de lucros provenientes desses processos, não possibilitando aos consumidores qualquer poder de negociação. De acordo com Wilkinson (2001), diversos estudiosos de *marketing*, na primeira metade do século XX, se dedicavam

ainda a um foco analítico descritivo acerca da estrutura de redes e canais de distribuição de mercadorias.

Entre os anos de 1925 e início dos anos 1950, inicia-se a era da venda, e neste caso,

> [...] as técnicas de produção já estavam dominadas, e, na maioria das nações desenvolvidas, a preocupação era com o escoamento dos excedentes de produção. Uma empresa com orientação para vendas era aquela que assumia que os consumidores iriam resistir em comprar bens e serviços que não julgassem essenciais. Para subsidiar o trabalho dos vendedores, as empresas começam a anunciar seus produtos, na expectativa de que os consumidores abririam suas portas para receber os vendedores, principalmente os de venda domiciliar de produtos como aspiradores de pó Electrolux, cosméticos Avon, carnê do Baú da Felicidade, enciclopédias, listas telefônicas e tantos outros (COBRA, 2002, p. 28-9).

Conforme exposto, neste período, técnicas mais agressivas de venda começaram a surguir. Com as inovações nos processos de manufatura e uma extensa gama de produtos sendo produzidos e ofertados nos mercados, as empresas precisavam pulverizar seus estoques, que começavam a se acumular nas prateleiras em função do aumento exponencial do fluxo de mercadorias. Esse período assinala um momento importante de transição das perspectivas teóricas do *marketing,* pois, nesse estágio, os estudos começaram a se deslocar e concentrar esforços para uma perspectiva de venda. Comerciantes e vendedores se empenhavam em vender tudo aquilo que era produzido em larga escala. As empresas buscavam proporcionar ferramentes para que as vendas fossem bem sucedidas e para que a produção pudesse escoar seus produtos e movimentar a acelerada economia deste período.

Diante disso, com enfoque ainda na perspectiva de venda, foram inaugurados nos EUA os primeiros supermercados, instalados em armazéns, galpões e garagens abandonados durante a “Grande Depressão” (HOBSBAWM, 1995, p. 17) e também os grandes *shoppings*. O primeiro *shopping center* nos EUA, de acordo com Rifkin (2001, p. 125-6), “[...] foi desenvolvido por J. C. Nichols, em Kansas, 1924. O Country Club Plaza tournou-se o protótipo para os shopping centers que se seguiram após a Segunda Guerra Mundial”. Tratava-se de grandes empreendimentos arquitetônicos e imponentes, uma nova maneira de reunir

pessoas imersas no consumo, envolvendo ambientes estrategicamente controlados e fechados.

Contudo, após os anos 1950, período marcado pelo pós-Guerra e por transformações radicais na economia norte-americana e na sociedade mundial (SCHULTZ et al., 1996; HOBSBAWM, 1995), as técnicas e estratégicas mercadológicas se deslocaram no sentido de dar maior atenção às aspirações dos consumidores. Inicia-se o que é chamado por Cobra (2002) de a era do *marketing,* conforme salienta o autor:

> Após a Segunda Guerra Mundial, surge nos Estados Unidos a população denominada "*baby boomer*". Com a volta dos soldados da Segunda Guerra Mundial, nascem muitas crianças, fato animador do mercado de fraldas, alimentos infantis, medicamentos, roupas, brinquedos, etc. Logo após, há uma outra explosão, a dos "*teenagers*" – adolescentes ávidos por consumir som, roupas, comida e uma parafernália de produtos e serviços (COBRA, 2002, p. 29).

Após o conflito mundial, as inovações nos processos de manufatura expandiram amplamente o fluxo de novas mercadorias pelos países capitalistas do mundo todo. Novos consumidores norte-americanos vindos da guerra e seus descendentes são lançados em um ambiente repleto de produtos diversificados, sobretudo bens de consumo, surgindo, portanto, novas demandas e necessidades de satisfação e bem-estar. Conforme aponta Corrêa (2006, p. 11), "[...] toda a produção foi orientada para atender as necessidades das populações que queriam se compensar por aqueles anos difíceis".

Porém, com as drásticas mudanças dos hábitos de consumo, em virtude da diversidade de bens produzidos em massa, na década de 1960, ocorre a saturação dos mercados. Diante disso, a questão fundamental não se pautava mais por como produzir com rapidez para abastecer as demandas, mas sim por como captar e manter a atenção dos consumidores em longo prazo, por como conseguir torná-los fiéis. Em 1960, o professor emérito da *Harvard Business School*, Theodore Levitt, publica um texto clássico intitulado "*Marketing myopia*", no qual o autor adverte sobre a importância em dar atenção não somente nos produtos produzidos e seus atributos, mas sobretudo atenção às necessidades dos consumidores. De acordo com o autor, as empresas deveriam trabalhar em um processo inverso, pensando primeiro no cliente antes de iniciar a produção. O objetivo central das empresas a

partir disso era o de captar clientes e não apenas produzir bens e serviços. Sobre isso Rifkin observa:

> Todas as novas vozes do marketing e do gerenciamento partilham um sentimento comum – que a ênfase na formação de relacionamentos duradouros com o cliente é muito mais importante para o sucesso de uma empresa que o objetivo mais limitado de fazer transações de vendas separadas (RIFKIN, 2001, p. 87).

Trata-se de um enfoque amplamente voltado para suprir as necessidades dos consumidores. Novas abordagens teóricas surgiram, direcionadas agora ao entendimento sobre comportamento e aspirações dos consumidores. Nesse período, os profissionais se preocupavam com temas como: fatores sociais influenciadores do comportamento humano, interações entre consumidores e canais de distribuição, princípios éticos e sociais vinculados a práticas comerciais, aspectos demográficos dos consumidores, maior mobilidade e facilidade em comercialização de produtos, bem como aspectos conceituais envolvendo bem estar e satisfação dos consumidores (MIRANDA; ARRUDA, 2004). Diante deles, as empresas precisavam se atentar à dinâmica comportamental, às aspirações subjetivas, à satisfação e ao relacionamento de longo prazo. Segundo Rifkin:

> [...] a mudança na ênfase da manufatura e venda de produtos para o estabelecimento e manutenção de relações comerciais a longo prazo leva a perspectiva de marketing a assumir um papel relevante na vida comercial. A produção que reinava soberana na Era Industrial, está sendo cada vez mais vista como uma função auxiliar do marketing (RIFKIN, 2001, p. 83).

Passa-se agora a considerar o *marketing* como ferramenta central dentro do cenário comercial. Suas intervensões e estratégias voltadas ao mercado consumidor proporcionaram uma estreita relação entre a marca, atributos dos produtos e as necessidades dos consumidores. Empresários, empreendedores e consultores de negócio percebiam que era preciso investir menos tempo em dirigir esforços para a produção e começaram a entender que precisavam designar mais tempo para elaborar estratégias de *marketing*. Peter Drucker (1954), considerado o pai das modernas práticas de Administração de Empresas, foi quem captou bem o sentido dessa mudança de perspectiva, enfatizando que o cliente é quem realmente mantém a empresa. Drucker sinalizava que a preocupação e a responsabilidde pelo *marketing* deveriam permear todas as áreas do empreendiento (RIFKIN, 2001).

Concomitantamente, conforme aponta Fontenelle (2002), esse é o período de consumo massificado de aparelhos de televisão e, por conseguinte, coloca-se o desafio da criação de novos formatos de propaganda, estreitanto cada vez mais as relações entre os produtos, as marcas e as pessoas. A autora ilustra isso com um exemplo fundamental dessa relação: o caráter simbólico que representou o palhaço Ronald McDonald´s, considerado um expoente significativo entre os exemplos de uma orientação focada no consumidor. De acordo com a autora:

> [...] em 1965, Ronald torna-se o "personagem de marca" para as campanhas nacionais e, posteriormente, internacionais, do McDonald's. [...] Os estrategistas de marketing alegaram que a televisão exigiria um novo formato de imagem – um símbolo que pudesse transmitir o discurso da marca de uma forma mais dinâmica e, consequentemente, mais divertida. Veicular um anúncio como um divertimento era um desafio de todas as grandes marcas da época (FONTENELLE, 2002, p. 140).

Certamente a televisão, assim como meios de comunicação mais antigos como o rádio, passaram a oferecer muito mais opções para que as campanhas de *marketing* pudessem contar "novas histórias" e estimular potencialidades de compra nos consumidores, enfatizando em menor proporção os atributos dos produtos propriamente nas campanhas e vinculando de maneira mais intensa os valores subjetivos atrelados aos símbolos e marcas, tais como: diversão, prazer, sedução, lazer e entretenimento, valendo-se de imagens ou icones simbólicos, como no caso do Ronald McDonald.

A figura emblemática do palhaço Ronald representou uma mudança paradigmática em termos de estratégia de *marketing* dessa época, um símbolo caricato que inaugura e evidencia a forte perspectiva centrada nos consumidores; conforme aponta a autora: "[...] uma época na qual a sociedade de consumo desenvolveu-se a um estágio tal que a imagem passou a ocupar o lugar da própria mercadoria" (FONTENELLE, 2005, p. 64), ou seja, a figura do palhaço representa um momento em que a marca e as imagens ganharam vida própria, proporcionando uma conexão entre marca e consumidor de uma maneira muito mais próxima e irreverente. Nesse sentido, a construção de imagens para a marca passou a ser a estratégia mais importante para venda de produtos e serviços. Assiste-se neste momento ao vínculo entre signos, símbolos, mercadorias e consumidores (BAUDRILLARD, 1995).

Os anos 1970 e 1980 foram também muito frutíferos em termos de novas conceitos e contribuições para o *marketing*. Na década de 1970, a General Eletric começa a trabalhar em novas teorias e propagandas com ênfase em compreender o indivíduo como “receptor” de informações, entendendo que suas intervensões pudessem modificar o comportamento dos consumidores. Nos anos 1980, teóricos chegaram à conclusão de que o produto deveria estar posicionado, a priori, na mente dos consumidores de maneira que os distinguia da concorrência (CORRÊA, 2006). Após os anos 1990, com novas formas de comunicação, meios de comunicação digital cada vez mais sofisticados e transformações econômicas ocorrendo em todo o mundo, sobretudo com a emergência de mercados globais, inagura-se a era do *marketing* digital, conforme observa Cobra:

> [...] a Internet e o comércio eletrônico que a acompanhou estão mudando os hábitos de comunicação e consumo. Consome-se praticamente de tudo através do computador, de serviços de turismo até compras de supermercado, roupas, eletroeletrônicos, roupas, livros, discos, etc. É o *eticket* substituindo passagens aéreas e inúmeros outros serviços, como *vouchers* de hotéis, ingresso para espetáculos musicais e teatrais, etc (COBRA, 2002, p. 29).

As transações comerciais e campanhas mercadológicas feitas por intermédio da internet inauguram uma nova perspectiva nas relações entre marcas e consumidores. Trata-se de um cenário altamente globalizado, demandando estratégias e campanhas de *marketing* voltadas ao atendimento das demandas mundiais, numa escala de grande magnitude, especialmente propiciados pela tecnologia digital. A exemplo disso, Rifkin (2001, p.15) observa que “[...] em 1998, empresas norte-americanas estavam fazendo negócio *on-line* em um valor superior a $43 bilhões de dolares”. Ainda de acordo com o autor,

> Em meados da década de 90, só as empresas norte-americanas estavam gastando mais de $1 trilhão de dólares por ano – ou um em cada seis dólares de PNB - em marketing. A propaganda somou a $140 bilhões de dólares do total, enquanto as promoções de vendas corresponderam a mais de $420 bilhões de dólares. O marketing é a maneira de o sistema capitalista traduzir normas culturais, práticas e atividades em formas de commodity. Usando a arte e as tecnologias de comunicação, os profissionais de marketing atribuem valores culturais a produtos, serviços e experiências e imbuem nossas compras de significado cultural (RIFKIN, 2001, p. 139-40).

Diante disso, novas formas de estímulo ao consumo foram criadas. As ferramentes de comunicação eletrônicas possibilitaram aos profissionais novas estratégias de *marketing.* Sob tais perspectivas comerciais, mediadas pela ascensão dos meios digitais, Keegan (1995) levanta algumas críticas ao conceito de *marketing*, considerando-o ultrapassado e com isso desenvolve a ideia de um conceito estratégico. A denominada estratégia de *marketing* "[...] foi uma revolução na história do pensamento de marketing e mudou o foco do 'produto sobre o consumidor'" (CORREA, 2006, p. 13). A partir disso, de acordo com o autor, para que se obtenha sucesso nos negócios:

> [...] os profissionais de marketing precisam conhecer o consumidor em um contexo que inclua a concorrência e a política governamental, além de possuir uma visão macro das forças econômicas, sociais e políticas que influenciam a evolução dos mercados (CORREA, 2006, p. 13).

Sendo assim, o mundo globalizado e as inovações tecnológicas, sobretudo digitais, demarcaram um importante passo em direção às novas estratégias de *marketing*, buscando atrelar constantemente os aspectos objetivos e subjetivos por meio da vinculação entre marcas, ícones, símbolos e as dimensões afetivas dos consumidores. Os consumidores passam a ter mais acesso a informações sobre as mercadorias e os serviços, possibilitando compará-los e diferenciá-los entre os concorrentes. Kotler (2010, p. 5) destaca: "[...] o valor do produto é definido pelo cliente. As preferências dos consumidores são muitíssimo variadas. O profissional de marketing precisa segmentar o mercado e desenvolver um produto superior para um mercado-alvo específico". Ainda na visão do autor, "[...] os profissionais de *marketing* de hoje tentam chegar ao coração e à mente do consumidor" (KOTLER, 2010, p.5), destacando claramento uma abordagem orientada para o atendimento das expectativas dos consumidores.

Tal vinculação, ao longo das últimas décadas, tem atraído diferentes interesses e diretrizes estratégicas dos estudos sobre *marketing;* desde o início do século XX até os dias atuais, o *marketing* se desenvolveu e se tornou estratégia central do capitalismo contemporâneo (FONTENELLE, 2005). Sobre isso, Rifkin (2001, p. 140) observa que "[...] a função do marketing mudou com os anos, refletindo a mudança na ênfase de vender produto para vender experiência". A preocupação dos profissionais da área, atualmente, baseia-se em buscar entender as características subjetivas dos consumidores, demonstrando em campanhas ou

comerciais não apenas o produto propriamente dito e seus atributos físicos mas também os benefícios ou a experência que eles podem proporcionar aos consumidores. Sobre isso Fontenelle observa,

> [...] a história das técnicas de pesquisa em marketing, que desde seu surgimento – tenham sido originadas da administração ou da comunicação – estiveram voltadas para entender o consumidor, oferecendo às empresas uma visão clara desse consumidor e de como as empresas poderiam chegar a ele. Tratava-se, nas primeiras décadas do século XX, de insistir em "um novo tipo de consumidor", do qual as teorias econômicas não conseguiam mais explicar, porque era preciso pensá-lo para além de seu aspecto racional no ato de consumo. Ou seja: o consumidor "ideal" da teoria econômica não correspondia ao "consumidor real" que as empresas precisavam entender e atender (FONTENELLE, 2005, p. 66).

O interesse pelo consumidor e pelos estudos sobre a demanda começa a surgir de maneira mais sistematizada, conforme exposto, dentro de um contexto específico, acompanhando o desenvolvimento do mercado e toda a perspectiva histórica retratada até o momento. Em uma abordagem recente, segundo adverte Fontenelle (2005, p. 65), "[...] o *marketing* ganha destaque justamente quando a cultura assume o lugar de principal mercadoria do capitalismo contemporâneo".

Em complemento à ideia anterior, Rifkin (2001, p. 139) evidencia que "[...] a mudança de uma orientação de produção para uma perspectiva de marketing [...] representa um dos eventos mais importantes na história do capitalismo", sobretudo enfatizando suas intervensões dentro da perspectiva de uma "economia da experiência" (RIFKIN, 2001). Nela, valores como prazer, individualidade, sedução, entre outras dimensões da subjetividade, são pontos de partida para planejar e executar as principais campanhas mercadológicas. Algo próximo daquilo que Guattari e Rolnik (1996, p. 26) denominam como "economia coletiva do desejo", que compreende a "[...] produção de subjetividade como sendo matéria-prima da evolução das forças produtivas" (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 26), forças atualmente operacionalizadas pelo *marketing* e pelo apelo à subjetividade.

Nessa direção, ocorreu uma ampliação do número de pesquisas sobre os valores subjetivos, buscando vinculá-los às premissas capitalistas (CHANLAT, 1996). Foi operacionalizada, de acordo com Guattari e Rolnik (1996, p. 25), a produção de "[...] uma subjetividade de natureza industrial, maquínica, ou seja, essencialmente fabricada, modelada, recebida, consumida". Os valores

mercadológicos, disseminados pelas ferramentas de comunicação e *marketing*, afetaram toda dinâmica de funcionamento do sistema econômico. As campanhas de comunicação em massa, voltadas a alguns aspectos e dimensões da existência humana, contribuíram para a produção de uma subjetividade em "escala industrial, maquínica", algo próximo daquilo que Guattari e Rolnik (1996, p. 16) denominam de uma "*produção de subjetividade capitalística*", que envolve a disseminação de valores do mercado em diversos aspectos da cultura. Nas palavras dos autores,

> Tudo o que é produzido pela subjetivação capitalística – tudo o que nos chega pela linguagem, pela família e pelos equipamentos que nos rodeiam – [...]. Trata-se de sistemas de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas, as grandes máquinas de controle social, e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 27).

Nesse horizonte está descrita pelos autores, entre outros aspectos, a crítica aos meios de comunicação em massa, a posição reacionária da cultura e os desdobramentos do sistema capitalista aos quais se torna imprensindível (sobretudo com as intervensões das estratégias de *marketing*) a produção de "indivíduos" deslocados de suas percepção subjetivas aos imperativos do mercado, sendo criado um "ambiente maquínico" (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 27) que tende a disciplinar as pessoas desde a infância nas escolas até as influências das campanhas em televisões, internet e diversos meios de comunicação em massa. Negligenciam-se assim diversas dimensões da subjetividade humana, minando os processos de reflexão e criação, persistindo uma subjetividade industrializada capitalística que "se dá em escala internacional" (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 25), em decorrência de uma ordem social e cultural de produção mercadológica que se sobrepõe aos esquemas de condutas individuais, de ações e pensamento, de relações com a natureza e dos modos como nos relacionamos com outras pessoas, com os símbolos, as marcas, mercadorias, enfim, especialmente com o consumo. Conforme complementa Fontenelle (2005, p. 72): "[...] trata-se, portanto, de pensar a cultura contemporânea como uma cultura orientada para o consumo, na medida em que teria se dado uma fusão entre cultura e mercado".

Rifkin (2001, p. 6) analisa esse cenário, demonstrando que "[...] estamos fazendo uma mudança de longo prazo da produção industrial para a produção cultural. [...] o *marketing* de um vasto arranjo de experiências culturais". Diante disso,

percebe-se que as dimensões subjetivas e as experiências sociais foram muito bem compreendidas e operacionalizadas pelas campanhas de *marketing* da atualidade. Para além disso, Guattari e Rolnik (1996, p. 26) observam que as "[...] forças sociais que administram o capitalismo" captaram bem a sua importância e "entenderam que a produção de subjetividade talvez seja mais importante do que qualquer outro tipo de produção, mais essencial até do que o petróleo e as energias (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 26).

Nesse sentido, a ênfase das estratégias de *marketing* em aspectos subjetivos tem participado da produção de modos de vida diferentes no século XXI. As pessoas constroem sentidos a partir de um universo simbólico espetacularizado e disseminado pelos meios de comunicação de massa, por campanhas de *marketing* e ferramentas digitais. Tanto que "[...] os meios de comunicação de massa exercem sobre a imaginação popular, coletiva e individual imagens poderosas, 'mais reais que a realidade'. [...] a vida desejada tende a ser a vida 'vista na TV'" (BAUMAN, 2001, p. 99). São peças publicitárias que retratam situações do cotidiano carregadas marcas, enfatizando perspectivas de vida voltadas, por exemplo, às tendências efêmeras da moda (LIPOVETSKY, 2004), ao apêlo aos signos e símbolos (BAUDRILLARD, 1995), às inovações tecnológicas e ao *status*, disseminando valores como acumulação de riqueza e glamour.

Entendemos, portanto, opós deste breve percurso, que o *marketing* se torna a ferramenta central de disseminação dos valores capitalistas que permeiam a sociedade de consumo contemporânea. Ele contribui para a produção das subjetividades em escala mundial, incluindo diversas culturas e países na dinâmica do consumo. Diante disso, cabe questionar: quais os efeitos colaterais globais de todo esse processo de produção de subjetividades, potencializado pelas diversas campanhas de *marketing*? Conforme relatado no capítulo II, trazemos novamente a questão ambiental como uma problemática central decorrente deste processo.

A disseminação de um modo de vida caracterizado pelo consumismo tem levado a danos ambientais, desde níveis locais até uma escala global (SCHNAIBERG, 1997; FOLADORI, 2001). A sociedade contemporânea tem se desenvolvido em termos de riqueza material, negligenciando de maneira alarmante a capacidade de suporte da natureza. Tal fato desencadeia problemas ambientais cada vez mais evidentes.

Por meio das estratégias de *marketing,* suas intervenções contribuiram para a produção de componentes subjetivos que colocam em circulação, além das práticas de consumo, também o descarte de mercadorias. Este, por sua vez, tem sido considerado um grande problema ambiental em função da grande quantidade de resíduos gerados pelo mundo (LAYRARGUES, 2011; JACOBI; BESEN, 2011).

A busca incessante pela compra de novos produtos, a insatisfação pessoal e o estímulo às inovações têm sido grandes atributos utilizados pelo *marketing.* Em contra partida, isso tem gerado danos ambientais em geral, destacando o extensivo acúmulo de lixo sem precedentes na história. Afinal de contas, ao consumirmos, produzimos lixo, fato que é claramente negligenciado pelo *marketing* e por outras estratégias de campanha mercadológicas. Tudo o que consumismo se transforma rapidamente em milhões de toneladas de resíduos. Trata-se de um tema complexo e que precisa urgentemente ser problematizado e discutido.

3.2 O descarte e a natureza: a implicação do social no planeta

O estilo de vida característico da contemporaneidade, pautado por valores capitalistas, tem causado sérios efeitos colaterais em termos de impactos ambientais e sociais. Crises ambientais e problemas urbanos são temas alarmantes e constantemente debatidos em agendas internacionais (DOVERS, 1997; SEGHEZZO, 2009; LEFF, 2010). As discussões mundiais acerca do desenvolvimento sustentável e dos problemas emergentes nas grandes cidades envolvem temáticas que se concentram, em larga medida, nos aspectos técnicos e econômicos em detrimento de uma dimensão política que realmente envolve tais questões (DOVERS, 1997; PIERRI, 2001; O'CONNOR, 2002).

No entanto, os efeitos destrutivos decorrentes do modo de vida urbano consumista e seus desdobramentos, especialmente no que tange à problemática da geração de resíduos, ainda carecem de reflexões mais abrangentes em se tratando do cenário brasileiro (DEUS; BATTISTELLE; SILVA, 2015; LAYRARGUES, 2011). Alguns autores questionam essa produção nos seguintes termos:

> [...] o que teríamos a dizer sobre uma prática complementar ao consumo, qual seja, o descarte de objetos e os múltiplos efeitos que ele produz sobre a vida social e ambiental? Pouco analisado, o descarte pode ser compreendido como um imperativo à consolidação do consumo, visto que sua prática cria condições para a aquisição de

> novas mercadorias. Sem o descarte, não sobraria espaço para acumular e armazenar novos objetos (RODRIGUES; MANSANO, 2013, p. 10).

Entre os principais efeitos danosos da sociedade contemporânea consumista, a produção de lixo se destaca. Quanto mais se consome, mais ele é produzido. Temos, portanto, o estabelecimento de "[...] um círculo vicioso que envolve a seguinte sucessão de práticas: produzir bens e serviços – consumir – descartar – produzir lixo" (RODRIGUES; MANSANO, 2013, p. 10).

Milhares de toneladas de resíduos são diariamente gerados pelas cidades. Todavia, a preocupação mundial com relação a isso ainda é baixa, tendo em vista o crescimento da produção e do consumo frente ao gerenciamento inadequado e a falta de áreas de disposição final dos resíduos sólidos (JACOBI; BESEN, 2011).

Nos anos 1970, período em que o debate ambiental se insere na agenda mundial (PELICIONI, 2014; SEGHEZZO, 2009; PIERRI, 2001), ocorre também uma problematização sobre a questão dos resíduos, sendo esta uma temática frequentemente abordada em conferências internacionais tais como: Estocolmo, na Suécia em 1972, em seguida na ECO 92, no Rio de Janeiro, e, em 1997, na de Tibilisi (VELLOSO, 2008; CALIXTO; HERNÁNDEZ PRADOS, 2008).

Os países desenvolvidos, embora sejam os maiores produtores de lixo, em virtude de uma somatória de fatores (maior disponibilidade de recursos econômicos e tecnológicos e/ou melhores índices educacionais etc.), possuem melhores sistemas de gestão integrada e uma maior capacidade de equacionamento da questão dos resíduos sólidos. Já nos centros urbanos dos países em desenvolvimento, por possuírem inúmeros problemas infraestruturais e educacionais, verificam-se grandes dificuldades em assegurar um controle de qualidade ambiental de maneira eficiente, especialmente em se tratando de manutenção de gestão e destinação adequada de resíduos (JACOBI; BESEN, 2011).

Só no Brasil, em 2014, a geração total de Resíduos Sólidos Urbanos (RSU) foi de aproximadamente 78,6 milhões de toneladas. Embora deste total o índice de cobertura de coleta seja de 90,6%, temos ainda pouco mais de 7 milhões de toneladas de RSU que deixaram de ser coletadas no país neste ano e, consequentemente, tiveram uma destinação inadequada (ABRELPE, 2014).

Os resíduos produzidos e não coletados são dispostos de maneira inadequada em avenidas, ruas, córregos, rios e terrenos baldios. Com efeito, isso tem causado a destruição de áreas verdes, a proliferação de insetos e agentes transmissores de doenças (mosquito da dengue, baratas, ratos etc.), a poluição do ar atmosférico, além de assoreamento de rios e córregos e entupimento de bueiros, com consequente aumento de enchentes nas épocas de chuva (JACOBI; BESEN, 2011). A Pesquisa Nacional de Saneamento Básico de 2008, publicada em 2010, demonstrou que, entre os anos de 2004 e 2008, aproximadamente 30,7% das prefeituras das cidades brasileiras consideraram que os resíduos sólidos jogados em avenidas, ruas, rios, lagos e córregos foram os principais vetores causadores das enchentes nas cidades. A pesquisa demonstra ainda que um em cada três munícipios passou por situações de enchente entre os referidos anos (IBGE, 2010).

O tratamento do lixo, portanto, é um problema recorrente em centros urbanos, uma vez que diversos municípios ainda carecem de programas estruturados para destinação adequeda no que se refere aos resíduos sólidos (ABRELPE, 2014). Isso impacta direta ou indiretamente a qualidade da saúde pública e da preservação ambiental.

No Brasil, o sistema de coleta seletiva ainda é fragil e a infraestrutura de diversas cidades do país não estão devidamente preparadas para receber os resíduos gerados em virtude do acelerado ritmo crescente de produção, consumo e descarte (ABRELPE, 2014; JACOBI; BESEN, 2011). Entretanto, no que se refere à legislação sobre limpeza urbana, em particular o manejo dos resíduos sólidos, foi sancionada e aprovada a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), pela Lei n. 12.305 de 2010, regulamentada por meio do Decreto n. 7.404 de 2010, após vinte anos de tramitação no Congresso Nacional. Ela estabelece um importante marco regulatório em âmbito nacional. A Lei nº 12. 305/2010 define resíduos sólidos como:

> [...] material, substância, objeto ou bem descartado resultante de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigado a proceder, nos estados sólido ou semissólido, bem como gases contidos em recipientes e líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnica ou economicamente inviáveis em face da melhor tecnologia disponível (BRASIL, 2010).

Além da definição sobre os resíduos sólidos, a política nacional estabelecida em 2010 estipulou alguns objetivos a serem alcançados, entre os quais destacamos: a eliminação dos lixões de todo o país, sobretudo trabalhando sob uma perspectiva social com a ideia de um remanejamento de catadores dos lixões para outras atividades de coleta seletiva, buscando proporcionar condições de trabalhos mais dignas e justas para esses catadores; a implementação da coleta seletiva, buscando diminuir o fluxo percorrido dos resíduos pelos centros urbanos com a disponibilização de pontos de coleta e infraestrutura de triagem; e, por fim, a implementação da logística reversa daqueles resíduos considerados perigosos à saúde e ao meio ambiente, visando à estruturação de uma cadeia sistêmica entre os diversos setores da sociedade civil, empresas e instâncias governamentais, estabelecendo assim, em todo o país, estados e municípios, a gestão integrada e gerenciamento dos resíduos sólidos (BRASIL, 2010).

Embora a criação de uma política nacional possa ter significado um avanço em termos legais e institucionais, percebemos que grande parte dos objetivos propostos pelo plano não conseguiram atingir os níveis propostos. Pelo contrário, os resultados foram muito abaixo do esperado, conforme apontam os dados apresentados pelo “Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2014” (ABRELPE, 2014). Vale ressaltar que o prazo estipulado para cumprimento dos objetivos determinado pela própria política era final do ano de 2014. Contudo, conforme alguns fragmentos do relatório, podemos perceber que os resultados estão muito aquém daquilo que se esperava:

> As metas não foram atingidas. [...] vários entraves para a aplicação da lei na prática ainda são notados. [...] de 2010 a 2014, nota-se que a evolução na gestão de resíduos sólidos no país tem sido bastante lenta, apresentando até mesmo uma estagnação em vários pontos, o que impede a plena aplicação da Lei que instituiu a PNRS. A geração de resíduos vem crescendo a cada ano [...]. De 2010 a 2014 a produção de resíduos cresceu 29%, a cobertura dos serviços de coleta passou de 88,98% para 90,68% [...]. A implantação da destinação final adequada dos resíduos sólidos urbanos e rejeitos no Brasil, estabelecida para ocorrer até agosto de 2014 pela Lei 12.305/2010, não aconteceu. O percentual de resíduos encaminhados para aterros sanitários permaneceu praticamente inalterado nos últimos anos - 57,6%, em 2010 e 58,4%, em 2014 - porém as quantidades destinadas inadequadamente aumentaram, e chegaram a cerca de 30 milhões de toneladas por ano, em 2014. [...] menos de 65% dos municípios contam com iniciativas de coleta seletiva (ABRELPE, 2014, p. 114).

Apesar dos esforços empreendidos desde a implementação da lei e alguns pequenos avanços registrados, de acorddo com o relatório Abrelpe (2014), os índices registrados ao final do prazo estabelecido demonstram claramente que a situação está bastante distante daquilo que foi discutido e proposto. Diante disso, podemos perceber a dimensão do problema e as reais dificuldades apresentadas pelos orgãos governamentas em estabelecer uma gestão integrada com setores empresariais e setores da sociedade civil. A geração de resíduos sólidos, o descarte e a destinação ambientalmente adequada têm desafiado gestores empresariais, dirigentes públicos e cidadãos a buscarem um monitoramento e uma implementação de práticas que possam vir a minimizar os impactos no meio ambiente.

Entre inúmeros problemas políticos para a implementação efetiva da lei, diversas ações e estratégias esbarram em níveis precários em tecnologia. Nesse sentido, o estabelecimento de um gerenciamento compartilhado e integrado dos resíduos sólidos, bem como a destinação e/ou disposição final ambientalmente adequada (BRASIL, 2010) também se tornam ações desafiadoras, à medida que nem governos, nem empresas, e sequer a sociedade civil conseguem impelementar medidas de correção e prevenção. Pouco se discute sobre uma reestruturação ou mudanças de hábitos e padrões de consumo, conforme Layrargues evidencia:

> [...] apesar da complexidade do tema, muitos programas de educação ambiental na escola são implementados de modo reducionista, já que, em função da reciclagem, desenvolvem apenas a coleta seletiva de lixo, em detrimento de uma reflexão crítica e abrangente a respeito dos valores culturais da sociedade de consumo, do consumismo, do industrialismo, do modo de produção capitalista e dos aspectos políticos e econômicos da questão do lixo (LAYRARGUES, 2011, p. 187).

Nas próprias bases educacionais, a problematização entre o consumo e produção de lixo é quase inexplorada, a não ser quando salienta o caráter reducionista sobre a temática da reciclagem. Não resta dúvida sobre a importância das práticas cotidianas de preservação, tão bem esclarecidas na própria PNRS, que, em seu Art. 9º, ressalta a importância de que, na gestão e gerenciamento de resíduos sólidos, "[...] deve ser observada a seguinte ordem de prioridade: não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento dos resíduos sólidos e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos" (BRASIL, 2010). São medidas que proporcionam benefícios, como por exemplo: uma redução significativa

do volume de resíduos na fonte geradora, o reaproveitameto das matérias-primas e sua recolocação na cadeia produtiva, a geração de emprego e renda com a inclusão social dos trabalhadores e a redução de uso dos aterros sanitários, entre outros (BESEN, 2006).

No entanto, ocorre que, enfatizando apenas a questão da reciclagem, princípios tais como a não geração, a redução ou a reutilização de determinados bens, produtos ou serviços não chegam a ser tratados de maneira reflexiva e crítica. Evidentemente, a reciclagem ocupa um *status* muito mais elevado se comparado às outras ações previstas na lei (redução e reutilização). Desde campanhas governamentais até mesmo no discurso da sociedade civil, pouco esforço tem sido empreendido para fomentar um questionamento acerca da superficialidade que envolve a questão da reciclagem. A preocupação decorrente dessa tendência consiste em promover algumas mudanças de caráter comportamental no sentido de estimular apenas a separação e/ou a destinação correta dos resíduos e isso acaba desencadeando um desserviço em termos ambientais, uma vez que o caráter reducionista da reciclagem não abre possibilidade de um questionamento acerca dos valores culturais que sustentam o modo de produção e consumo da sociedade contemporânea (LAYRARGUES, 2011; SILVA, 2012; RODRIGUES; MANSANO, 2013).

A não geração, a redução ou a reutilização, pouco explorados por campanhas governamentais e empresariais, são dimensões que confrontam diretamente os valores capitalistas que permeiam a sociedade de consumo da atualidade, pois tendem a problematizar, entre outras coisas, as grandes estratégias de obsolescência programada dos fabricantes e as campanhas de *marketing* e comunicação em massa, que estimulam cada vez mais a aquisição de novos produtos e serviços. Nesse sentido, ocorre,

> [...] uma união entre a obsolescência planejada e a criação de demandas artificiais no capitalismo. [...] que induz à ilusão de que a vida útil do produto esgotou-se, mesmo que ele ainda esteja em perfeitas condições de uso (LAYRARGUES, 2011, p. 190).

Além disso, tais estratégias provocam uma espécie de cisão, de separação no pensamento, no sentido de que as pessoas não conseguem vincular o ato de consumir com a geração de resíduo. A produção de lixo permanece propositalmente oculta, disfarçada e bem trabalhada pelas campanhas empresariais e

governamentais de estímulo ao consumo no sentido de encobertá-la. Neste caso, o princípio da reciclagem acaba por ressignificar essa dupla inseparável de consumo-descarte. Assim, o consumidor pode consumir “tranquilamente”, sem arcar com a responsabilidade pela destinação do lixo, uma vez que o consumido será reciclado. Isso tende a legitimar ainda mais a prática consumista da sociedade contemporânea. A tendêndencia quase que exclusiva a práticas de reciclagem por parte de empresas privadas e governos, em detrimento dos princípios da não geração, redução e reutilização, “[...] remete-nos de forma alienada à discussão dos aspectos técnicos da reciclagem, evadindo-se da dimensão política” (LAYRARGUES, 2011, p. 186-7).

Assim sendo, observa-se a necessidade de expandir e fortalecer o acesso à informação sobre a produção cotidiana de lixo. Pensar para além dos aspectos superficiais da reciclagem envolve, entre outras coisas, uma mudança paradigmática. Implica ainda uma mudança de percepção das práticas cotidianas de consumo. O resíduo produzido torna-se um indicador do nível de consumismo individual e coletivo que ora alcançamos, sem contar os inúmeros desperdícios e produtos descartados ainda em condições de uso. Isso evidencia uma prática que necessita urgentemente de problematização crítica e transformação. Consumo e descarte são, portanto, duas faces da mesma moeda,

> [...] a frequência elevada do primeiro e o volume exagerado do segundo são sinais de desperdício, de problemas que afetam a coletividade e colocam em curso questões políticas sobre a organização da vida nas cidades (RODRIGUES; MANSANO, 2013, p. 11).

Ressaltamos que todo consumidor é, simultaneamente, um produtor de lixo. Trata-se de uma afirmativa perturbadora que, por isso mesmo, é pouco ou nada abordada nas campanhas publicitárias. Assim, o que se nota é a recorrente intensificação da estratégia da obsolescência das mercadorias (LAYRARGUES, 2011; SILVA, 2012) empreendida por uma parte significativa das indústrias, que desconsideram sua responsabilidade nessa produção com objetivo claro de aumentar suas rentabilidades. Nessa direção caminham, como evidenciado na primeira parte desse capítulo, as estratégias de marketing e comunicação que reforçam “[...] a adesão a valores mercadológicos que prio¬rizam o lucro e o consumo em detrimento dos ‘valores sustentáveis’” (RODRIGUES; MANSANO, 2013, p. 14). Sobre isso, Bauman faz a seguinte ponderação:

> Entre as maneiras com que o consumidor enfrenta a insatisfação, a principal é descartar os objetos que a causam. A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando “velho” a “defasado”, impróprio para continuar sendo utilizado e destinado à lata do lixo. É pela alta taxa de desperdício, e pela decrescente distância temporal entre o brotar e o murchar do desejo, que o fetichismo da subjetividade se mantém vivo e digno de crédito, apesar da interminável série de desapontamentos que ele causa. A sociedade de consumidores é impensável sem uma florescente indústria de remoção de lixo. Não se espera dos consumidores que jurem lealdade aos objetos que obtêm com intenção de consumir (BAUMAN, 2008, p. 31).

Os aspectos abordados acima demonstram que a insatisfação e o descarte representam a desvalorização de características como durabilidade e conservação. A interdependência entre consumo e geração de lixo, de certa maneira, atrapalham as ferramentes de mercado, sendo negligenciadas em prol de um estímulo a novas formas de consumo e novos modos de satisfação de necessidades.

Diante desse cenário, cabe-nos perguntar: como repensar os modos de vida e a configuração sustentável de cidades diante da dualidade consumo-descarte? Podemos falar em sustentabilidade sem problematizar a sociedade de consumo e sua inevitável produção de lixo? São questões urgentes que colocam a demanda por debate em escolas, universidades e no cotidiano populacional a fim de que a dicotomia entre consumo e produção de lixo seja desnaturalizada e problematizada. Nesse sentido, passaremos ao capítulo seguinte, que abordará o caminho metodológico por meio do qual será apresentado o estudo de caso da referida ONG. Sua prática central consiste em recolher, recuperar e dar novo destino a resíduos eletrônicos que são descartados pela população.

4. PERCURSO METODOLÓGICO

Este capítulo tem por objetivo explicitar o percurso metodológico que foi seguido no decorrer deste trabalho, abordando o delineamento, a classificação geral e a natureza da pesquisa, a unidade de análise e as formas como foram realizadas a coleta e a análise de dados.

Optou-se, neste estudo, por uma pesquisa de natureza qualitativa, de caráter exploratório. De acordo com Flick (2009), a pesquisa qualitativa parte da construção social das realidades em estudo. Assim, ela está interessada nas perspectivas dos participantes, em suas práticas do dia a dia e em seu conhecimento cotidiano relativo à temática estudada. Godoy (2010) complementa essa ideia mostrando que a pesquisa qualitativa envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos participantes.

Dessa forma, o sentido atribuído pelas pessoas às suas experiências, a construção de um significado sobre seu mundo consiste na perspectiva de interesse da pesquisa qualitativa (MERRIAM, 2009). Considerando o consumo, o descarte e a sustentabilidade como fenômenos complexos e de natureza social, entendeu-se que a abordagem qualitativa é a mais adequada aos objetivos proposto neste trabalho.

Para a análise, compreensão e interpretação deste estudo de caráter qualitativo, fez-se necessário apreender os significados que os atores sociais compartilham em relação à temática anteriormente definida. Dessa forma, para o desenvolvimento da investigação optou-se, como estratégia de pesquisa qualitativa, pelo o estudo de caso. Este consiste em um método de visualização da realidade social “[...] que utiliza um conjunto de técnicas de pesquisa usuais nas investigações sociais como a realização de entrevistas, a observação participante, o uso de documentos pessoais, a coleta de histórias de vida” (GODOY, 2010 p. 118). Para Yin (2014; 2015), trata-se de um método de investigação empírico sobre um fenômeno contemporâneo inserido em seu contexto real de vida, sobretudo quando os limites entre contexto e fenômeno não estão definidos de maneira clara; caracteriza-se ainda por ter um embasamento em diversas fontes de evidência que poderão ser trianguladas e beneficia-se do desenvolvimento prévio de proposições teóricas que auxiliam na condução da coleta e a análise de dados.

Um estudo de caso se fundamenta no exame específico de algum problema e implica a escolha de um determinado objeto que se pretende investigar, seja ele “[...] uma pessoa, um programa, uma instituição, uma empresa ou um determinado grupo de pessoas que compartilham o mesmo ambiente e a mesma experiência” (GODOY, 2010, p. 119). Assim, a utilização do estudo de caso,

> [...] denota que o interesse do pesquisador está mais voltado à compreensão dos processos sociais que ocorrem num determinado contexto do que às relações estabelecidas entre variáveis. [...] Os pesquisadores geralmente utilizam o estudo de caso quando desejam compreender uma situação em profundidade, enfatizando seu significado para os vários envolvidos (GODOY, 2010, p. 119).

Considerando o delineamento teórico e os objetivos propostos, esta pesquisa definiu como unidade de análise uma ONG que atua diretamente com lixo eletrônico, situada na cidade de Londrina, norte do estado do Paraná. Ao eleger esta ONG como unidade de análise para o estudo de caso, o pesquisador pretendeu dar visibilidade às percepções de seus agentes no que se refere às práticas de consumo e descarte, buscando conhecer em profundidade *como* e *por que* essa prática acontece, procurando investigar aspectos subjetivos e característicos. Dessa forma, o estudo aqui proposto se configura como um estudo de caso descritivo-exploratório, pois buscou apresentar um relato detalhado do contexto histórico e social em que a organização estudada está inserida.

A ONG pode ser caracterizada como uma organização que trabalha com a coleta de resíduos computacionais, resíduos eletrônicos e/ou lixo eletrônico. Seu objetivo consiste em recolher, reformar, destinar corretamente e/ou comercializar todo e qualquer material eletroeletrônico (computadores, aparelhos de televisão, rádios, geladeiras, celulares, entre diversos outros dispositivos) descartado ou considerado obsoleto pela população da cidade e região.

Tal ONG foi selecionada como unidade de análise por representar uma iniciativa que trabalha na recuperação e reaproveitamento de bens e produtos eletrônicos avaliados como obsoletos, desenvolvendo atividades que, de certa forma, alteram a concepção consumista e de descartabilidade de produtos. Essa concepção, tal como dito na parte teórica deste trabalho, está sendo disseminada de maneira quase natural e instantânea. Suas atividades chamaram a atenção do pesquisador por trabalhar a questão do consumo e das mercadorias obsoletas,

contribuindo para uma relativa diminuição nos índices de degradação ambiental, estimulando consumidores a não descartarem seus itens ou artefatos tecnológicos tão facilmente e incentivando o reaproveitamento dos produtos, peças ou componentes. Com isso, a ONG afasta-se, em alguma medida, de uma perspectiva meramente consumista de compra e descarte imediato, atuando em um segmento cujos produtos novos possuem grande giro no mercado consumidor.

No que se refere aos instrumentos de coleta de dados, a pesquisa foi delineada por meio de análise documental, observações e entrevistas semiestruturadas. Em um primeiro momento, foi realizada a análise documental, com objetivo de buscar um entendimento mais aprofundado acerca do processo de construção da organização e encontrar subsídio material para fundamentar investigações. Os documentos propiciam informações fundamentais na medida em que nos auxiliam a mais bem compreender processos, eventos e transformações nas relações sociais (MAY, 2004). Os documentos analisados consistem em relatórios e informações sobre a ONG, disponibilizados em site e mídias sociais, bem como os demais registros oficiais da empresa que entendemos relevantes para a temática central deste trabalho. Assim, a análise dos documentos ofereceu subsídios para uma leitura acerca das peculiaridades da organização estudada, fornecendo informações documentais e históricas para o estabelecimento de conexões sobre a sustentabilidade, o consumo e o descarte.

No segundo momento, foi realizada uma observação do espaço físico e das relações sociais estabelecidas na ONG. A observação possui uma importante função no estudo de caso qualitativo, pois visa captar as “[...] aparências, eventos e/ou comportamentos. [...] procura ver e registrar o máximo de ocorrências que interessam ao seu trabalho” (GODOY, 2010, p. 133). De acordo com a autora, as observações são relevantes à medida que permitem um contato direto com as atividades “[...] realizadas durante visitas de reconhecimento do local, observações de reuniões, observações feitas por ocasião da realização de entrevistas e outras situações para as quais o pesquisador tenha sido convidado” (GODOY, 2010, p. 133). Neste caso, buscou-se apreender algumas peculiaridades nas práticas operacionais e gerenciais da ONG, de modo a identificar possíveis interfaces delas com as questões centrais da pesquisa.

Por fim, foram realizadas entrevistas em profundidade. Estas proporcionaram um amplo e frutífero material para análise, sendo relevante para entender a relação

entre os indivíduos representantes da organização em questão e suas ações perante seu contexto social. Além disso, a entrevista configura-se como uma técnica fundamental de coleta de dados e de estímulo acerca de uma relação próxima entre os envolvidos na pesquisa (pesquisador e pesquisado) (RICHARDSON, 2008; MAY, 2004).

Optou-se, neste estudo, pela entrevista do tipo semiestruturada. Minayo (2012) observa que esta é uma maneira de elaborar perguntas abertas e fechadas, possibilitando que o entrevistado discorra sobre o tema em questão sem que se fixe de maneira rígida a indagações previamente formuladas. Como diretriz da pesquisa, foi elaborado um roteiro prévio, que foi dividido em categoria de análises, com base nos capítulos teóricos e nas informações coletadas durante a pesquisa documental (Apêndice B).

A seleção dos entrevistados ocorreu de maneira intencional. A partir das categorias de análise formuladas (expostas abaixo) e dos roteiros de entrevista estabelecidos, foram selecionados dois membros da administração da ONG (o fundador e o gerente operacional), que têm acompanhado sua fundação e desenvolvimento no mercado. Consideramos que, com o relato histórico de suas vinculações à ONG, eles puderam contribuir de forma significativa com seus depoimentos. Mediante autorização prévia dos participantes e com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) devidamente lido e assinado (Apêndice A), as entrevistas foram registradas por meio de gravação de áudio, a fim de captar todos os detalhes dos discursos, bem como facilitar o registro dos depoimentos. Em seguida, as entrevistas foram transcritas com o intuito de proporcionar um sentido individual ao depoimento de cada sujeito.

No que se refere à análise dos dados, considerando o contexto social e histórico, as relações entre os indivíduos entrevistados e a organização em questão, bem como as particularidades próprias de cada interlocutor da pesquisa, tornou-se relevante a análise sociológica do discurso como ferramenta de interpretação, na medida em que tal ênfase analítica permeia uma exploração conjunta de representações sociais e opiniões sobre a temática de investigação (MINAYO, 2012).

A análise sociológica do discurso proporcionou condições analíticas para além do discurso manifestado pelo entrevistado, ou seja, permitiu considerar aspectos mais amplos em termos históricos e vivenciais com intuito de compreender

o discurso e/ou a linguagem como forma de produção de sentido (GODOI, 2010; RODRIGUES; DELLAGNELO, 2013). Nesse tipo de análise, a linguagem "[...] não é examinada em abstrato, como um fenômeno isolado, mas sempre em relação a uma situação, seja ela social, organizacional, psicológica e interativa" (GODOI, p. 387, 2010). Em complemento à ideia anterior, Rodrigues e Dellagnelo (2013, p. 627) assinalam que tal análise "[...] almeja demonstrar que aquilo que é lido não é a realidade, mas apenas um relato da realidade propositadamente construído de determinado modo por determinado sujeito".

Nesse sentido, ao recorrer à análise sociológica do discurso como ferramenta analítica, fez-se necessário tomar o contexto social como uma dimensão mais ampla do texto, com base em interpretações que envolvam aspectos subjetivos. Ao estabelecer conexões entre as ações e o plano discursivo, tal análise confere como ocorre a produção de sentido empreendida pelos atores sociais (GODOI, 2010). Portanto, a busca de sentidos e significados não implica a crença rígida em um único sentido, mas considera a diversidade do discurso com maior aprofundamento, visando à desconstrução daquilo que se apresenta como literal ou imediato, propondo interpretações e articulações teóricas mais aprofundadas, estabelecendo assim uma conexão direta entre os conceitos propostos pelos capítulos teóricos e os depoimentos dos entrevistados.

Dessa forma, para uma melhor compreensão acerca dos dados coletados, foram elaboradas três categorias de análise, definidas a partir da fundamentação teórica, que nortearam as observações e os roteiros de entrevista, a saber: *(1) o consumo, avanço tecnológico, o marketing e a obsolescência programada, (2) as crises socioambientais e a produção de lixo eletrônico, (3) as articulações entre a ONG, o Estado e as empresas privadas*.

No Quadro 02 abaixo, é possível visualizar as categorias e sua relação com a parte teórica desenvolvida nos três primeiros capítulos.

Quadro 02: Quadro síntese das categorias e seus aspectos teóricos mais representativos.

Categorias de análise	Capítulos teóricos mais representativos
O consumo, avanço tecnológico, o *marketing* e a obsolescência programada	Capítulo I e III
As crises socioambientais e a produção de lixo eletrônico	Capítulo II e III
As articulações entre a ONG, o Estado e as empresas privadas	Capítulo III

Fonte: Elaborado pelo autor.

Entendemos que tais categorias foram de suma importância enquanto apoio de discussão e compreensão do problema em pauta. Diante do exposto, passaremos agora à parte empírica da pesquisa, com a apresentação da análise dos dados.

5. ESTUDO DE CASO

Nesta parte, serão apresentados os dados empíricos da pesquisa bem como sua análise. Ela está dividida em dois momentos. Primeiro será feita uma apresentação geral da ONG estudada, com uma breve contextualização nacional e as principais informações sobre seu funcionamento, tendo como base a análise documental. No segundo momento, serão apresentados fragmentos das entrevistas realizadas com suas respectivas análises.

5.1 A ONG nos cenários nacional e local: análise documental

A partir da década de 1970, as diferentes crises que atravessaram o mundo, foram fundamentais para impulsionar a sociedade civil a se mobilizar em prol de causas coletivas (OLIVEIRA; HADDAD, 2001; GOHN, 2005). Surge, então, uma nova esfera emanada da sociedade civil organizada que passou a ser denominada de Terceiro Setor – composta pelas organizações privadas de interesse/finalidade pública, disputando espaço com as duas outras já consagradas - o Primeiro Setor, caracterizado pelas organizações públicas de interesse/finalidade pública, e o Segundo Setor, que integra as organizações privadas de interesse/finalidade privada (LUZIO DOS SANTOS, 2014).

A expressão ONG - Organização Não Governamental - surgiu logo após a Segunda Guerra Mundial, inicialmente em documentos da ONU, como expressão para designar as entidades mundiais que se encontravam desvinculadas dos governos nacionais. A expressão era utilizada em referência às organizações internacionais que se destacaram a ponto de possuírem direito a uma presença formal na ONU, embora não representassem governos (OLIVEIRA; HADDAD, 2001; LUZIO DOS SANTOS, 2014).

No Brasil podemos identificar o surgimento das primeiras ONGs na Igreja Católica e na atuação de grupos e pesquisadores engajados com o desenvolvimento de projetos de assistência aos movimentos populares, em especial na década de 1970. Já nos anos 1980, essas organizações aumentam consideravelmente, tendo suas operações ligadas, sobretudo, à parceria e assistência aos movimentos sociais. Desde a Conferência Mundial do meio Ambiente, realizada no Rio de Janeiro e conhecida como Eco-92, a denominação Organizações Não Governamentais passou

a ser empregada como sinônimo de entidades sem fins lucrativos (OLIVEIRA; HADDAD; 2001). Nos últimos anos, no cenário nacional, em virtude de constantes crises politicas e econômicas, a sociedade civil tem buscado exercer uma função mais engajada com as questões públicas e inúmeras entidades sociais organizadas vêm ganhando relevância em diversos campos de atuação. (OLIVEIRA; HADDAD; 2001). Desde então, cresce cada vez mais o número e a diversidade de ONGs com o objetivo de buscar atuar em lacunas deixadas pelo Estado e pelo mercado capitalista. A ONG analisada neste trabalho atua na esfera ambiental, especificamente na coleta e reciclagem de resíduos sólidos.

Diariamente, no Brasil, são gerados aproximadamente 1,03kg de resíduos sólidos por pessoa, resultando um total de 149.096 toneladas/dia. Em 2025, estima-se que a relação *per capita* aumente para 1,6kg por dia, ocasionando um total de 330.960 toneladas de resíduos sólidos (WORLD BANK, 2012). Diversos municípios brasileiros se deparam constantemente com problemas relacionados às dificuldades em manter condições adequadas de gerenciamento e destinação final dos resíduos sólidos gerados (ABRELPE, 2014; JACOBI; BESEN, 2011).

A situação piora quando se trata de resíduo eletrônico, um resíduo extremamente problemático em âmbito global no que diz respeito aos impactos ambientais. Os lixos eletrônicos mais comuns são aparelhos celulares, *tablets*, *notebooks*, baterias, carregadores, fones de ouvido, câmeras filmadoras etc. Tais itens não se decompõem facilmente na natureza e possuem em sua composição física diversos metais pesados, com elementos químicos altamente nocivos ao meio ambiente e prejudiciais à saúde humana (UNEP, 2009).

Recentemente, a Associação Brasileira de Empresas de Tratamento de Resíduos e Efluentes (ABETRE) divulgou dados importantes demonstrando um panorama sobre os maiores produtores de resíduos eletrônicos no país. O estudo foi elaborado com base em informações disponibilizadas pela Organização das Nações Unidas (ONU), que mostra um volume de 1,4 milhão de toneladas de resíduos eletrônicos gerados em 2015 no Brasil.

O relatório divulgado pela Abetre (2016) evidencia que o estado do Paraná é um dos maiores geradores de resíduos eletrônicos, do país com um volume de aproximadamente 86 mil toneladas por ano. De acordo com os dados, o estado ocupa a posição de quarto lugar, perdendo apenas para Minas Gerais, com mais de 127 mil toneladas por ano, Rio de Janeiro, com mais de 165 mil toneladas por ano, e

São Paulo, com mais de 448 mil toneladas por ano (ABETRE, 2016). Entre os municípios paranaenses, a cidade de Londrina se destaca por implementar alguns programas de coleta seletiva e gerenciamento de resíduos sólidos, apresentando bons resultados em termos de gestão do sistema de limpeza urbana (SELUR; PWC, 2016). Londrina é considerada um referencial nacional no que se refere à implementação de iniciativas de coleta seletiva de resíduos sólidos.

Uma das organizações que atua na cidade de Londrina, objeto de investigação desta pesquisa, é uma ONG especializada em coleta de lixo eletrônico. Ela recolhe mais de 60 toneladas por mês de resíduos eletrônicos, incluindo não apenas o lixo da cidade de Londrina, mas também de outros municípios da região e da capital. De acordo com o fundador da ONG, esses materiais, muitas vezes, podem ser recuperados e destinados à adoção por entidades carentes, além de comercialização para manutenção da entidade assistencial. Conforme dados da reportagem publicada no site da Rádio Globo[7] em 28/06/2016 por Bruno Carraro, a Secretaria Municipal do Ambiente informou que o município não tem outro meio de recolher os materiais eletroeletrônicos a não ser pelas operações da ONG.

Constituída em 2008 na cidade de Londrina, estado do Paraná, a ONG nasceu de uma iniciativa de seu fundador. Com formação profissional no ramo de informática, ele sempre esteve envolvido com atividades correlacionadas à tecnologia da informação. Ao longo de alguns anos trabalhando com acessórios e componentes eletroeletrônicos, percebeu que muitos computadores e aparelhos tecnológicos eram constantemente descartados, por vezes, em condições ainda possíveis de reaproveitamento. O fundador da ONG viu nessa deficiência uma oportunidade de colocar em prática algumas de suas ideias e inquietações.

Trata-se de uma organização que se dedica principalmente ao conserto de produtos eletroeletrônicos descartados e considerados obsoletos. A ONG atua também com a destinação adequada dos componentes impossíveis de serem reaproveitados, fazendo do lixo eletrônico sua principal fonte de geração de trabalho e rentabilidade. A ONG conta com uma licença ambiental de operação específica para lixo eletrônico concedida pelo Instituto Ambiental do Paraná (IAP). Registra uma média mensal de mais de 60 toneladas de lixo eletrônico. Possui locais apropriados para o armazenamento desse tipo de material.

[7] Disponível em: (http://www.radioglobolondrina.com.br/noticias/)

A organização trabalha também por meio de parcerias e apoio da mídia para a conscientização da população quanto aos riscos, consequências e danos causados pelo descarte indevido de lixo e resíduos eletrônicos. A ONG se dispõe a atender toda a sociedade, desde o cidadão que busca o descarte correto de um simples aparelho celular até empresas de diferentes portes e segmentos com uma quantidade mais elevada de lixo eletrônico. Conforme evidenciado no site oficial da ONG, ela se propõe como missão institucional:

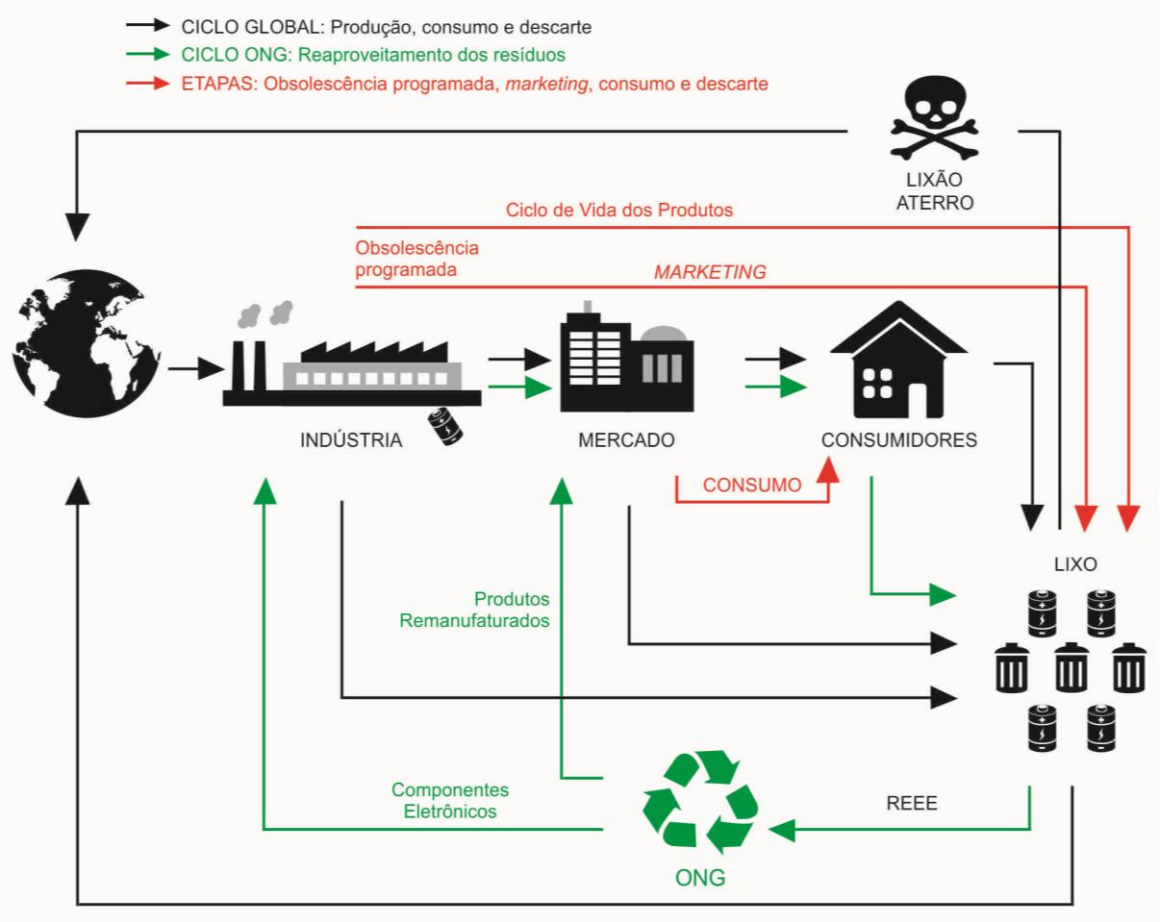
> Nossa missão é dar destino ecologicamente correto ao lixo eletroeletrônico e assim, contribuir para o desenvolvimento sustentável. Nossa visão é ser referência nacional em reciclagem e destinação do lixo eletroeletrônico e ainda, servir de exemplo para atitudes mais sustentáveis (ONG, 2016).

Percebe-se que a destinação ambientalmente adequada dos resíduos eletroeletrônicos é um ponto central de atuação da organização. A principal função, conforme demonstrado no site, consiste em,

> [...] coletar, reciclar, reutilizar e dar a destinação correta ao lixo eletroeletrônico (qualquer produto ou similar que possua placa eletrônica). Nossa responsabilidade social é conforme necessidades, elaborar e realizar projetos sociais e ambientais para oportunizar a reintegração de pessoas ao mercado de trabalho através da reutilização de produtos recicláveis. Buscamos também parcerias para a conscientização e envolvimento de funcionários, colaboradores e clientes quanto aos riscos, consequências e danos causados pelo descarte indevido de lixo e resíduos eletroeletrônicos. Nós realizamos ações de cunho social através de doações de computadores para escolas, órgãos públicos e entidades assistências em Londrina e outras cidades da região (ONG, 2016).

A coleta, a reciclagem e a reutilização são práticas que permeiam toda a dinâmica de funcionamento da organização, buscando atrelar interesses sociais e ambientais. O fluxo operacional da ONG pode ser visualizado na Figura 2:

Figura 2: Fluxo da produção, consumo e descarte: a ONG e o macroambiente



Fonte: Elaborado pelo autor.

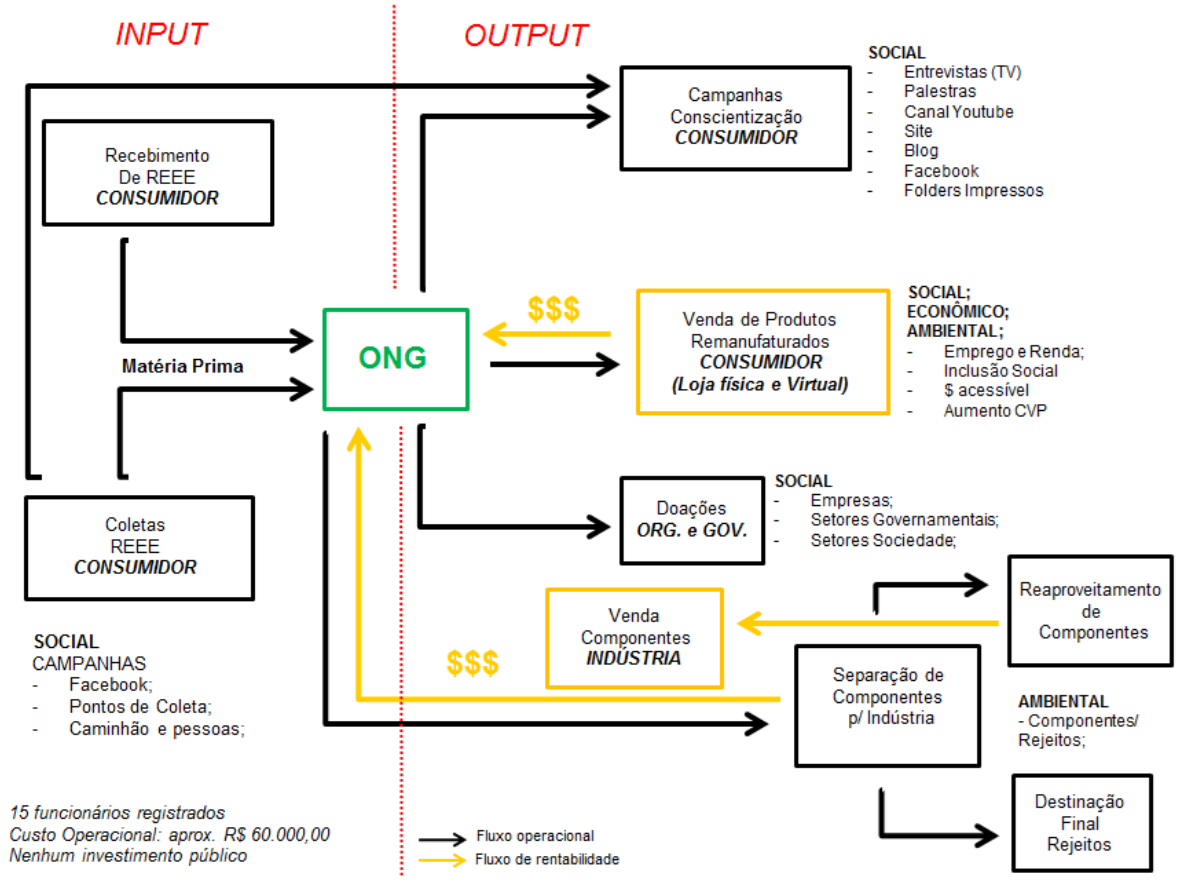
A ONG possui um modelo de gestão muito semelhante aos modelos de empresas privadas. Conta atualmente com 15 funcionários registrados, atuantes em diferentes setores e funções. Possui ainda um gerente administrativo financeiro que se responsabiliza por grande parte das decisões administrativas e políticas juntamente com o fundador. Existem oito subdivisões da estrutura operacional na ONG:

- Setor administrativo: questões burocráticas, fornecedores, clientes, parceiros;
- Setor de coleta de resíduo;
- Setor de triagem dos resíduos para reaproveitamento e/ou reciclagem;
- Setor de conserto de peças e componentes eletroeletrônicos;
- Setor de testes;
- Setor de vendas;
- Museu/Estoque de produtos antigos;

- Barracões de armazenamento;

Entre as práticas operacionais da ONG, destacamos dois momentos fundamentais. Chamaremo-los aqui de *inputs* e *outputs,* sendo que os *inputs* são as práticas que permeiam as etapas iniciais de entrada de insumos para sua operacionalização e os *outputs,* as práticas de saída; consideramos os dois momentos como sendo aquilo que a ONG se propõe a realizar em suas atividades cotidianas. Segue, na Figura 3, abaixo, o detalhamento das operações da organização.

Figura 3: Fluxo operacional: práticas da ONG



Fonte: Elaborado pelo autor.

No que se refere aos *inputs*, conforme exposto no site, a ONG recebe os resíduos eletroeletrônicos de duas formas: por intermédio de consumidores que necessitam destinar resíduos eletrônicos considerados obsoletos e por meio de campanhas de coletas divulgada por suas mídias sociais (*blog, website* e *Facebook*)

que estimulam que pessoas e empresas destinem seus resíduos às instalações da ONG. Os *inputs* representam, portanto, as etapas iniciais operacionais da organização e correspondem à coleta dos materiais que servirão de matéria-prima para suas operações de saída.

Quanto aos *outputs*, a organização operacionaliza sob diversas frentes. A ONG utiliza-se de mídias sociais, promoção de eventos e palestras para divulgação e problematização sobre problemas ambientais e produção de resíduo eletroeletrônico. Fomentando discussões, por meio de campanhas de conscientização acerca dos problemas ambientais e sociais ocasionados pela produção e consumo excessivo de eletroeletrônicos.

Além disso, a ONG também realiza campanhas de doação de produtos remanufaturados para instituições da sociedade civil e governamentais. A ONG conta ainda com uma loja física em suas instalações, que corresponde a principal fonte de faturamento e geração de renda para organização. Por meio da loja, a organização disponibiliza produtos remanufaturados a preços mais acessíveis, fornecendo garantias sobre o produto adquirido.

Outra importante fonte de rentabilidade da ONG refere-se aos componentes reaproveitados e enviados para diversas indústrias de manufatura. Alguns elementos, como cobre, ouro e prata, são separados e enviados para fabricantes de outros estados. São componentes que serão reaproveitados na cadeia produtiva de outros produtos. Com base nesse breve panorama histórico da instituição, apresentaremos em seguida a análise dos dados coletados nas entrevistas.

5.2 Análise das Entrevistas

Passaremos, agora, a analisar as entrevistas realizadas com os gestores da ONG. Antes, porém, cabe reafirmar que compuseram a unidade de análise da pesquisa dois trabalhadores da ONG, que serão denominados a partir de agora como gerente e fundador.

O gerente possui, entre suas atribuições, a responsabilidade por grande parte das decisões gerenciais e financeiras. Trata-se de um profissional com experiência no campo da gestão, com conhecimentos e capacitação técnica nas áreas de administração financeira, gestão empresarial e sistemas de informação. Está

vinculado indiretamente à ONG desde 2010 por meio de parcerias, mas atua diretamente como gestor da organização há pouco mais de um ano.

O fundador da ONG foi responsável pela sua criação em 2008 e por sua operacionalização inicial. Trata-se de um profissional ligado ao ramo da informática e preocupado com questões ambientais em sua cidade. Atualmente, cursa a faculdade de Direito e atua como o principal disseminador dos ideais da ONG. É responsável pela articulação política da organização e exerce uma atividade de prospecção de parcerias e viabilização de campanhas de coleta de lixo eletrônico.

Com base nos depoimentos dos dois entrevistados, juntamente com informações extraídas dos documentos (disponibilizados diretamente ou indiretamente pela ONG: certificados, mídias digitais, reportagens públicas, fotografias, etc.), buscaremos analisar alguns aspectos envolvendo os valores e práticas desta organização, ampliando as discussões sobre o consumo, o descarte e a sustentabilidade. A seguir, serão apresentados fragmentos das entrevistas, que estão divididos em três categorias: ***1)*** *O consumo, avanço tecnológico, o marketing e a obsolescência programada,* ***2)*** *As crises socioambientais e a produção de lixo eletrônico,* ***3)*** *As articulações entre a ONG, o Estado e as empresas privadas*.

Primeira Categoria:

O consumo, avanço tecnológico, o *marketing* e a obsolescência programada.

A primeira categoria estabelece uma correlação entre o primeiro e o terceiro capítulos teóricos deste trabalho. Os conceitos apresentados nesses capítulos proporcionaram alguns pontos para a discussão a seguir. O principal deles foi a própria noção de consumo e sua ampla disseminação a partir da segunda metade do século XX.

Nessa disseminação, as estratégias de *marketing* tiveram papel fundamental, que é reconhecido pelo gerente da ONG quando ele diz: *"[...] existe um exagero absurdo com relação ao consumo, principalmente por causa da publicidade. [...] principalmente os jovens. A propaganda é maciça em cima do jovem. [...]. O consumo de eletrônico, não só no Brasil, mas no mundo inteiro, tem sido muito grande, em função [...] 'daquela necessidade' que a publicidade incute nas pessoas: de estar sempre no 'topo da linha' [...]. Quer dizer, as pessoas foram entrando nessa, foram seduzidas por este tipo de publicidade [...]. O problema é que a nossa*

sociedade de consumo, a população, está sendo 'massacrada' pela publicidade e pela venda daquela ideia de que você tem que ter sempre, sempre o 'suprassumo', o 'mais novo'. E não é por aí!". Na perspectiva do fundador*: "[...] o consumo de eletroeletrônico, pelas gerações: essa geração de hoje, consome muito cedo. [...] Com 11 anos, cada uma tem 1 celular, cada uma tem um notebook, tem uma televisão no quarto [...]. Tem Internet, tem todos os atrativos. E isso fez com que o consumo crescesse, junto com o fácil financiamento também. [...]. As pessoas consomem, consomem, consomem! Você liga a televisão e as propagandas falam: Consumam, consumam! Mas, a gente vai ter que parar com essa cultura. [...]. É isso que estão inserindo na cabeça da criançada. Mas, isso é criado, isso é construído".*

No que se refere à problematização do consumo na contemporaneidade, nota-se que ambos os entrevistados evidenciam as estratégias de *marketing* (especialmente a publicidade e a propaganda) como operações fundamentais para a pulverização dos produtos e das marcas em suas diversas formas de produção e consumo. Os fragmentos chamam a atenção pela constatação do caráter sedutor e incisivo que as campanhas midiáticas exercem sobre a população, demonstrando o quanto a publicidade e a propaganda são estratégias centrais de disseminação do consumismo. Sob o ponto de vista dos entrevistados, trata-se de uma cultura que precisa ser combatida. Conforme apontado pelo gerente, as noções implícitas nas campanhas ("suprassumo", "topo da linha", "daquela necessidade") indicam alguns mecanismos estratégicos das operações de *marketing* que mobilizam os indivíduos a irem às compras, em busca dos benefícios das inovações e da satisfação das suas necessidades.

Além disso, tanto o gerente quanto o fundador destacam as operações midiáticas como sendo muito bem direcionadas ao universo infantil. Na visão dos entrevistados, nota-se a ideia de que valores subjetivos vêm sendo introjetados nos modos de pensar e agir das crianças e adolescentes, de maneira intensa e precoce, fazendo com que a cultura consumista seja cada vez mais naturalizada e incorporada no cotidiano. Nessa direção, conforme proposto por Bauman:

> A sociedade de consumidores concentra seu treinamento, assim como as pressões coercitivas exercidas sobre seus membros desde a infância e ao longo de suas vidas. [...]. Tão logo aprendem a ler, ou talvez bem antes, a "dependência das compras" se estabelece nas crianças. Numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa

> ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação (ou seja, ver e tratar o consumo como vocação) (BAUMAN, 2008, p. 72-73).

O envolvimento das crianças e adolescentes com as mercadorias, com a mídia, com os significados e as imagens entrelaça suas percepções com o mundo do comércio e se configura como aspectos fundamentais na construção da subjetividade e do estilo de vida contemporâneo. Para essa incidência da publicidade na infância, Guattari e Rolnik (1996, p.32) alertam: “Seu tempo é passado principalmente diante da televisão, absorvendo relações de imagem, de palavras, de significação. Tais crianças terão toda sua subjetividade modelizada por esse tipo de aparelho”.

A tentativa de modelização da subjetividade favorece um emaranhado de modos de apreensão da realidade e de percepção de mundo que está, em larga medida, em consonância com os interesses das corporações: “[...] uma modelização que diz respeito aos comportamentos, à sensibilidade, à percepção, à memoria, as relações sociais, as relações sexuais, aos fantasmas imaginários, etc.” (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p.28). Neste ponto, vale resgatar o exemplo mencionado no terceiro capítulo deste trabalho do palhaço Ronald *McDonalds* (FONTENELLE, 2002). A criação do personagem para a empresa *McDonald,* representa bem a ideia de um direcionamento midiático, delineado estrategicamente para atingir os consumidores, principalmente as crianças e jovens adolescentes ávidos por consumir. Segundo Guattari e Rolnik (1996, p. 40), “[...] é desde a infância que se instaura a máquina de produção de subjetividade capitalística, desde a entrada da criança no mundo das línguas dominantes, com todos os modelos tanto imaginários quanto técnicos nos quais ela deve se inserir”. A imagem irreverente do palhaço *Ronald*, simbolizando noções como diversão e entretenimento, demonstra claramente o direcionamento da marca para com seu principal público alvo: crianças e adolescentes.

Nessa direção, o gerente observa ainda: “*Existe também, um apelo quanto à posição social do indivíduo na sociedade. [...] uma televisão 4K, por exemplo, não vai fazer a pessoa ficar mais alegre, mais bonita, mais interessante, mais inteligente. Não, não vai! Então, as pessoas têm que ter responsabilidade no momento da compra, do consumo. [...] o Iphone 6 não vai te deixar mais bonito e nem mais inteligente”. A* televisão 4K ou o *Iphone* 6, conforme apresentado pelo gerente, ilustram o valor de *status* e inclusão social que o consumo de marcas e

determinados produtos, considerados de ponta, assumem na contemporaneidade. Os produtos tecnológicos e de comunicação são os grandes representantes desses ideais. Trata-se de um ideal socialmente compartilhado e difundido que evidencia, por exemplo, a importância em se ter um celular de última geração ou uma televisão de alta tecnologia. A posse desses equipamentos é compreendida hoje por parte significativa da população como algo essencial para vida social. O agravante, neste caso, é que os produtos, especialmente os eletroeletrônicos, são consumidos e descartados em um ritmo cada vez mais rápido: *"[...] é o caso desses aparelhos de telefone celular de 'renome*'", diz o gerente.

Em todos os fragmentos demonstrados até aqui, os entrevistados indicam bem a ideia de produção de componentes de subjetivação capitalísticos (GUATTARI; ROLNIK, 1996) que, em grande medida, são operacionalizados pelas estratégias de *marketing* e funcionam como artifícios centrais no capitalismo contemporâneo (FONTENELLE, 2005; RIFKIN, 2001) e na dinâmica do consumismo. Conforme salientam Guattari e Rolnik (1996, p.27), as dimensões subjetivas foram muito bem absorvidas pela organização capitalista e pelos "[...] sistemas de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas, as grandes máquinas de controle social, e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo". Pode-se dizer que estamos diante de um processo que se dá em escala global e que é percebido também nas dinâmicas microssociais. No âmbito global, isso ocorre à medida que governos e grandes conglomerados empresariais fomentam o ideal de crescimento econômico e progresso social por meio de novas formas de produção e consumo, sobretudo estimulando políticas de crédito. Já em âmbito microssocial, nota-se que as práticas cotidianas da população estão imersas em processos capitalistas: crianças se divertem cada vez mais por meio de entretenimento pago, ao passo que os adultos buscam aumentar suas rendas com intuito de melhorar seu potencial de consumo.

Além disso, segundo os entrevistados, a facilidade de financiamento das compras e as flexíveis condições de pagamentos também configuram-se como atrativos relevantes que contribuem com a dinâmica do consumismo. Sobre isso, o Fundador afirma: *"A questão do fácil financiamento [...]. Você olha pro Magazine ao lado e alguém está oferecendo... Você leva uma televisão pra um conserto custando 60% do valor de uma nova. Você olha para uma nova, com 3 anos de garantia, parcelado em 36 vezes, no boleto: o cara vai lá e compra! Joga a dele fora! Isso é*

uma cultura [...], mas a gente tem que trabalhar isso aí para mudar, através de educação ambiental, porque o planeta já não sustenta mais. [...]. Hoje, o planeta precisa que você reaproveite ao máximo aquilo que já se tem. Para que o fabricante, não explore o meio ambiente para poder fabricar".

As facilidades de financiamento nas compras, as campanhas publicitárias, os anúncios televisivos, os eventos promocionais, a pulverização de imagens e marcas pelos diferentes meios de comunicação, bem como as diversas estratégias midiáticas funcionam como "sistemas de conexão direta" (GUATTARI; ROLNIK,1996, p. 27) entre os consumidores e as "grandes máquinas produtivas" (GUATTARI; ROLNIK (1996, p. 27). Com efeito, isso tem "fabricado, produzido, modelado" (GUATTARI; ROLNIK, 1996), em larga medida, sujeitos consumidores e modos de vida: consumistas e descartáveis. Diz o gerente: *"E, dentro do contexto do consumo, este também tem se desenfreado, principalmente pela publicidade. Pois as pessoas estão sendo muito influenciadas. As pessoas precisam entender que precisam 'puxar um pouco o freio de mão', não é? E isso elas não fazem. Elas são envolvidas. Realmente a publicidade é um negócio muito interessante: porque pode fazer o bem ou o mal. Mas o fabricante está certo no ponto dele e nós temos que conscientizar as pessoas do outro lado. [...] A indústria está errada? Dentro do capitalismo, não! Só que eu acho que, o cidadão precisa ter consciência. [...] Acho que nós temos que ter responsabilidade, e aí entram a conscientização e responsabilidade".*

O consumo desenfreado, os interesses dos fabricantes e a falta de consciência do consumidor sobre a responsabilidade na compra são dimensões assinaladas na fala do gerente. Com isso, mais uma vez, ele evidencia a dimensão subjetiva que o consumo assumiu no cenário contemporâneo e alerta para a necessidade de medidas de conscientização da população no sentido de uma problematização sobre as relações de consumo. Diante disso, alguns trabalhos da ONG são exemplificados por ele como medidas de enfrentamento dessa questão. Sobre isso o gerente diz: *"[...] este tipo de trabalho que nós estamos fazendo. [...] palestras em faculdades, em colégios, em diversas empresas também. Nós vamos e fazemos a palestra, é gratuita, não custa nada. E a gente tenta conscientizar as pessoas que realmente existe uma necessidade de se trabalhar da forma correta".* O fundador complementa: *"[...] queremos praticar mais a educação ambiental, daqui pra frente. Chegamos até aqui com muita prática, mas quero também ser um pouco*

mais teórico. [...]. Queremos, cada vez mais, disseminar palestras nas escolas, nas universidades, nas faculdades, levando o meu negócio e as práticas de consumismo para que se tornem um consumo consciente".

Nota-se a preocupação por parte dos entrevistados em discutir e disseminar valores que abordem questões como: consumismo e educação ambiental, seus limites e desafios, de modo que a ONG se torne um canal de comunicação da discussão acerca desses temas. Entre os objetivos da organização, percebe-se, por esses depoimentos, que a ONG se propõe a problematizar o modo de produção e consumo de maneira a desnaturalizar, em um âmbito microssocial e situado, as práticas consumistas da vida contemporânea.

Esse tipo de iniciativa ainda é bastante discreto em nossa sociedade, pois os valores disseminados pelas campanhas mercadológicas e midiáticas favorecem um contexto social em que as pessoas buscam consumir as inovações (bens de consumo, símbolos, serviços etc.) num ritmo cada vez mais veloz, visando à satisfação de expectativas e desejos que nunca cessam. Nas palavras de Bauman (2008, p. 88): "[...] o desejo – entidade muito mais volátil e efêmera. [...] tem a si mesmo como objeto constante, e por essa razão está fadado a permanecer insaciável qualquer que seja a altura atingida pela pilha dos outros objetos (físicos e psíquicos)". A volatilidade das expectativas e a insaciabilidade dos desejos dos consumidores impulsionam a uma prática consumista. O consumo, então, se intensifica e, numa proporção equivalente, a produção de lixo.

Nessa direção, analisando o espaço físico da ONG e seus objetos, o fundador comenta: *"Tudo que você está vendo aqui: computador, impressora, televisão, são todos aparelhos que vieram do lixo reciclável. É muito lixo. [...]. Se não existisse a ONG [...], onde estariam todos esses materiais aí? Provavelmente, estariam lá no Aterro. É um lixo gravíssimo. Plásticos, muitos produtos que nem mesmo se deterioram. [...]. O volume de coleta de lixo eletrônico é grande: em torno de 60 toneladas por mês, pois coletamos em diversos municípios. [...]. Eu acho que eu não coleto nem 0,01%, do que é gerado por aqui na região de lixo eletrônico".* Durante as observações realizadas na ONG e em alguns de seus pontos de coleta, nos deparamos com algumas situações que servem para esclarecer a última fala do fundador, como é o caso das Imagens 1 e 2.

Imagem 01 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: Barracão da ONG

Fonte: Mídias Sociais da ONG, 2016.

Imagem 02 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: Campanha de Coleta

Fonte: Mídias sociais da ONG, 2016.

Abordando essa mesma temática, o gerente afirma: "*[...] nossa cidade, eu diria, é uma das 'campeãs' de produção de lixo eletrônico do Paraná inteiro. Mas, não apenas Londrina, todos os municípios produzem quantidades grandes de lixo eletrônico e sem responsabilidade alguma com relação ao descarte. [...] Para você ter uma ideia, nos aterros sanitários: 70% do que contêm lá é metal pesado. Por causa do descarte inadequado feito antes da gente. [...] Então, as pessoas têm que se conscientizar da importância daquilo que ele está comprando. [...] Temos que conscientizar; conscientizar 'governos', nós temos que 'lutar' para educar os mais jovens. Educar os mais jovens no quesito: consumo".*

Segundo os entrevistados, a população, especialmente os jovens, está influenciada por processos midiáticos massivos, trocando e substituindo seus aparelhos eletrônicos por novos modelos de maneira muito natural e acelerada. Eles evidenciam em seus depoimentos que as estratégias de *marketing*, entre outros discursos delineados pelos sistemas de conexão e operação do capitalismo, contribuem para que o consumidor busque novos produtos e serviços, satisfaça momentaneamente suas necessidades e expectativas, mas não se visualize como um produtor de lixo. Trata-se de uma *glamourização* do consumo e um significativo descaso quanto à produção de lixo decorrente desse processo. Isso ocorre, sobretudo, com os produtos eletroeletrônicos, que são substituídos e descartados de maneira corriqueira, conforme evidencia o fundador: "*Às vezes, o cara descarta uma televisão de LCD – e que hoje é realidade! Hoje é realidade o pessoal descartar TV de LCD. Você vai consertar e não compensa".* Também o gerente complementa essa ideia dizendo: *"[...] foi lançada, recentemente, a televisão 4K, é muito bonita e tudo mais. Mas, existe transmissão 4K? Não! Existe DVD 4K? Não! [...]. Não existe suporte para este tipo de tecnologia. Então as pessoas compram por quê? Porque é novidade, porque é coisa boa e joga fora aquela TV de LED dele. [...] Nós acostumamos a sempre falar sobre isso, inclusive, dentro das empresas: 'Calma! Não vai trocar os equipamentos agora, continue com eles! Use o equipamento até o final da vida útil dele, se adapte, vale a pena!'. Não há necessidade de você ficar trocando de celular de seis em seis meses, só porque o outro é mais bonito e tem mais capacidade".*

Os entrevistados demonstram, na prática da ONG, que os ciclos de vida dos produtos diminuem a cada nova versão. Além da curta durabilidade física do produto, outro problema ganha relevância: à medida que novos modelos são

lançados (em escala industrial), o equipamento anterior torna-se, simbolicamente, obsoleto (BAUMAN, 2008; LAYRARGUES, 2011), mesmo que ainda em perfeito estado funcional. De acordo com o fundador: *"[...] veja só! Muita coisa vem pra cá em função de ter saído de linha, mas ainda tem utilidade pra pessoa. [...] às vezes, o cara troca uma câmera, porque a câmera tem uma resolução menor ou uma maior; ou a câmera tem flash na frente; ou o celular tem flash na frente e o outro não tinha".* Nessa mesma direção, comenta o gerente: *"[...] tudo isso é programado, a gente vê muito disso, ou via muito disso (hoje praticamente não tem mais nada) nas câmeras digitais. Primeiro, lançava a de 2Mega, depois a de 4Mega, depois a de 5Mega. Quer dizer: já estava tudo programado dentro das empresas, das indústrias, para a cada seis meses laçarem o produto um pouquinho melhor, para que as pessoas jogassem aqueles anteriores fora e comprassem novos. [...]. As indústrias produzem produtos para durarem um determinado período de tempo: muito pouco. Aqui no Brasil, nós estamos em torno de um ano e dois meses a um ano e meio; porque o equipamento mandado pro Brasil, por exemplo, dos fabricantes estrangeiros, ao invés de ter uma peça de metal que iria durar mais, eles colocam plástico. E existe uma série de modificações que eles fazem, e para quê? Para que o produto, em um ano, um ano e pouco, "morra" e você compre outro".*

É notável pelos depoimentos que, além da obsolescência da mercadoria, está consolidada uma situação objetiva: o produto, de fato, deixa de funcionar, seja integral, seja parcialmente. Conforme assinalado pelo gerente, os fabricantes utilizam peças com durabilidade de curto prazo para elaboração de seus produtos, fazendo com que os demais componentes se danifiquem rapidamente e não possam ser substituídos, seja por falta de peça de reposição, seja pela inviabilidade financeira de seu conserto. Além disso, as campanhas de *marketing,* com o lançamento de produtos em novas versões, provocam um desvio da função primária dos produtos, seu valor de uso. Com isso, ainda que o produto esteja em perfeito funcionamento e dentro do prazo de vida útil, diante do lançamento de novos modelos, eles são considerados simbolicamente ultrapassados. Para Layrargues (2011, p. 190), "[...] a obsolescência planejada e a descartabilidade são hoje elementos vitais para o modo de produção capitalista, por isso encontram-se presentes tanto no plano material como no simbólico".

Valores subjetivos também reforçam a dinâmica da descartabilidade. São componentes subjetivos colocados em circulação de maneira intensa e circunscritos

nos processos “capitalísticos” (GUATTARI; ROLNIK, 1996) de consumo e descarte. O que isso significa? Modos de vida delineados e disseminados pela lógica institucional capitalista. Entre eles estão ideias como de inovação e expansão produtiva, expectativa pelo novo, relações comerciais de curto prazo e a *glamourização* do consumo, que trazem consigo a noção de obsolescência. Sobre isso relata o gerente: “*A população não conhece o perigo, não conhece o perigo. [...] Então, há necessidade de conscientização da população. É o que eu falei: um equipamento de última geração, um computador de última geração ou um celular de última geração não vai deixar você mais bonito, não vai deixar você mais inteligente, não vai deixar você mais atraente. [...]. Nós pedimos e tentamos conscientizar a população, nós ‘brigamos’ para que isso realmente funcione. Para realmente evitar um problema maior para a população que virá depois de nós. Nossa responsabilidade também é essa. Nós temos que “brigar” por isso; [...]. Parar com esse excesso de consumo, analisar o que vai comprar. Não é só o produto eletrônico. Ele tem que ter responsabilidade em tudo. Na hora de comprar comida, na hora de comprar equipamento eletrônico, na hora de comprar sapato, na hora de comprar combustível. Tudo isso ele precisa se conscientizar e parar de jogar dinheiro fora e ter um retorno correto naquilo que ele precisa”.*

Em complemento a essa ideia, relata o fundador: *“Aqui, eu ainda estou apenas na área do eletrônico. Mas tem outras áreas que você vê e que não tem, assim... Embalagens de alimentos, até mesmo carros – outro dia eu estava vendo algo sobre carros –, você vê que não tem mais espaço pros carros na cidade. Você vê essas garagens, todas entupidas de carros, entendeu! Pessoas querendo trocar por carros novos, concessionárias abarrotadas dizendo: ‘Olha, saiu um modelo novo’. E o que nós estamos fazendo com os carros que estão ficando? Então, tem outras áreas aí também que não estão com os problemas resolvidos [...]. Fiz uma experiência, há pouco tempo atrás com sofá. Porque eu também vejo que o sofá impacta bastante em uma cidade. Você não vê reciclagem de sofá. Você não vê reciclagem de colchão. Isso também é uma coisa que, num grande centro como Londrina/PR, precisava ser pensado, não é? Precisava ter alguém para promover isso. A gente não deveria fechar os olhos para uma coisa que você sabe que não tem: ‘ah, mas não tem reciclagem de colchão, não tem reciclagem de sofá’. Onde eu jogo meu sofá quando eu compro outro? O sofá impacta muito visualmente, como um sofá jogado na rua. E aí você fala: ‘poxa, mas os fundos de vale estão todos*

contaminados'; mas não tem uma política para se jogar um sofá fora! Não tem uma política para se jogar um colchão fora! Um travesseiro. Vai acabar enterrado! E isso tem reflexo na vida do planeta".

Os argumentos apresentados pelos entrevistados problematizam algumas questões importantes sobre a obsolescência e o descarte de mercadorias. Eles entendem que a população precisa de melhores direcionamentos sobre como tratar os resíduos gerados e que faltam iniciativas nas prefeituras para coleta e destinação adequada de produtos que foram descartados. Nesse sentido, para Layrargues, 2011, p. 190):

> [...] o que deveria ser discutido é a diferença entre o desejo de ter uma geladeira para conservar alimentos e o desejo de trocá-la a cada novidade, o que acrescenta uma nova função concreta ou simbólica ao aparelho tecnológico. Esse é o problema do consumismo, uma questão eminentemente cultural, relacionada à incessante insatisfação com a função primeira dos objetos em si (LAYRARGUES, 2011, p. 190).

A insatisfação traduzida na prática consumista demonstra a falta de conscientização e/ou conhecimento da população sobre os riscos e impactos ambientais que o excesso de consumo e a produção de resíduos causam ao meio ambiente. O fundador cita o exemplo dos carros e do sofá, demonstrando muito bem a inabilidade e falta de iniciativas por parte das organizações, sejam elas privadas ou públicas, em proporcionar programas para a destinação correta dos produtos que são descartados. As pessoas parecem não se visualizar como produtoras de lixo; a obsolescência das mercadorias, o lançamento de novos produtos induzem os consumidores para que eles substituam seus produtos. Todavia, a produção de lixo decorrente desse processo passa despercebida pela própria população, uma vez que não há iniciativas de divulgação de maneira massiva sobre como e onde descartar.

> Nessa conjuntura, emerge o problema da mudança do padrão de produção e consumo advogada pelo ambientalismo alternativo, que visualiza a necessidade tanto da mudança qualitativa da produção, alterando insumos e matrizes energéticas, como a diminuição da descartabilidade e a eliminação da obsolescência planejada, material e simbólica (LAYRARGUES, 2011, p. 191).

Embora, o consumo e as inovações sejam questões muito bem direcionadas pelas campanhas de *marketing* e pelos sistemas de expansão de crédito, a obsolescência e o descarte tornam-se dimensões esquecidas pelos consumidores, pelos fabricantes e pelos governos.

Ainda, sobre a obsolescência e o descarte, nas palavras do gerente: "*Então, as empresas hoje, fazem produtos para durarem menos tempo: a chamada obsolescência programada. Uma televisão de LED, por exemplo, tem uma vida útil de um ano e meio. Depois disso ela 'queima', você vai comprar a peça interna dela e já não existe mais porque já mudaram todos os modelos, mudaram tudo, e para quê? Para que você continue consumindo. [...]".* Nessa perspectiva, o fundador afirma ainda: *"[...] nossa televisão não aguenta três anos! Compra uma televisão e observe, não dura três anos!".* Ao lançar no mercado novas mercadorias e tecnologias, a indústria e o *marketing* articulam suas campanhas com ênfase nos benefícios vindouros a partir da aquisição (CORRÊA, 2004; RIFKIN, 2001). Os produtos adquiridos, ainda em pleno funcionamento (como ocorre com aparelhos celulares, televisores, *tablets* etc.), tendem a ser descartados, trocados, substituídos. Na perspectiva do gerente: *"Por exemplo: o "Pokemon Go". Só funciona nos equipamentos que são certificados por eles (criadores do aplicativo). Quem tem um smartphone comum, por exemplo, não vai conseguir baixar o aplicativo. Eles, portanto, forçam, inclusive através do próprio programa e do aplicativo, o uso "daqueles" equipamentos compatíveis [...], e muitas vezes são bem mais caros".*

O exemplo sugerido pelo Gerente, ilustrado pelo jogo "*Pokemon Go*" (aplicativo/game de celular para caça de monstros de desenho animado em ambientes virtuais e reais monitorados por GPS), demonstra uma forma muito atualizada de obsolescência da mercadoria. À medida que os aparelhos celulares antigos não possibilitam o *download* do referido aplicativo, muitos adolescentes, e até mesmo adultos, se sentem na "obrigação", ou o "desejo" (BAUMAN, 2008) de adquirir um modelo de aparelho celular mais novo, compatível com o aplicativo recém-lançado pela empresa que detém os direitos comerciais do jogo.

O que isso significa? Entre outras coisas, que o lançamento de novos produtos, com diferentes funcionalidades e configurações, tem acelerado o processo de obsolescência das mercadorias. A troca do produto, neste caso, torna-se praticamente inevitável. Isso corresponde a uma espécie de estratégia "híbrida" entre as campanhas de *marketing* e a obsolescência programada. À medida que as

empresas lançam no mercado novos produtos com diferentes configurações tecnológicas, os equipamentos antigos tornam-se automaticamente obsoletos e destinados à "lata de lixo", mesmo estando ainda em perfeito funcionamento. Bauman assinala:

> Afinal de contas, nos mercados de consumidores-mercadorias, a necessidade de substituir objetos de consumo 'defasados', menos que plenamente satisfatórios e/ou não mais desejados está inscrita no *design* dos produtos e nas campanhas publicitárias calculadas para o crescimento constante das vendas. A curta expectativa de vida de um produto na prática e na utilidade proclamada está incluída na estratégia de *marketing* e no cálculo de lucros: tende a ser preconcebida, prescrita e instilada nas práticas de consumidores mediante a apoteose das novas ofertas (de hoje) e a difamação das antigas (de ontem) (BAUMAN, 2008, p.31).

A maioria dos bens materiais perde sua importância e utilidade, por vezes antes mesmo de terem sido integramente desfrutados. Novas necessidades exigem novas marcas e mercadorias, trata-se de um fluxo contínuo e cada vez mais veloz. Neste caso, o gerente ainda relata outra situação, referindo-se às mudanças tecnológicas do sinal analógico dos televisores para o sinal digital: *"Principalmente as televisões de tubo, aquelas mais antigas. Daqui alguns dias, vai se intensificar o sinal 'digital' substituindo o 'analógico' e, com isso, a quantidade de televisores de tubo que estamos recebendo é um absurdo. Tivemos que alugar outro barracão, somente para desmontar as televisões de tubo. Então, está havendo uma demanda muito grande desse tipo de produto, os televisores de tubo sendo descartadas. Elas envenenam absurdamente, contêm chumbo e fósforo, trata-se de um perigo absurdo e as pessoas jogam em fundo de vale" (Gerente).*

Com relação a essa última fala do gerente, a imagem 3 ilustra diversos equipamentos descartados pelos consumidores e coletados pela ONG por meio de suas campanhas de coleta. O depoimento do gerente, juntamente com tal imagem, ajuda a perceber a dimensão problemática causada pelo descarte desse tipo de resíduo.

Imagem 03 - Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: TV Tubo e outros resíduos

Fonte: Mídias sociais da ONG, 2016.

Vale salientar que parte da dinâmica de funcionamento da sociedade de consumo gera um ciclo que se retroalimenta: produção de subjetividade pelos dispositivos capitalistas, consumo, descarte, produção de lixo. Nesse sentido, localizamos as quadro dimensões que ajudam a dar consistência a esta primeira categoria de análise: o consumo, a dinâmica de inovação das tecnológicas e dos produtos, as campanhas de *marketing* e as operações de obsolescência. Cada uma delas, mas em especial sua articulação, tem sido considerada engrenagens importantes para o funcionamento do capitalismo contemporâneo. Com isso, a "[...] união entre a obsolescência planejada e a criação de demandas artificiais no capitalismo. [...] induz à ilusão de que a vida útil do produto esgotou-se, mesmo que ele ainda esteja em perfeitas condições de uso" (LAYRARGUES, 2011, p. 190). Essa articulação encontrou também em Bauman uma consideração relevante:

> Entre as maneiras com que o consumidor enfrenta a insatisfação, a principal é descartar os objetos que a causam. A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando velho a defasado, impróprio para continuar sendo utilizado e destinado à lata do lixo. [...] A sociedade de consumidores é impensável sem uma

> florescente indústria de remoção do lixo. Não se espera dos consumidores que jurem lealdade aos objetos que obtêm com intenção de consumir (BAUMAN, 2008, p. 31).

Os dados analisados nesta categoria demonstram que a durabilidade e o longo prazo são características cada vez menos compatíveis com a dinâmica de funcionamento da sociedade de consumo. Há uma relação direta entre valores efêmeros e a busca incessante pela inovação. A inovação, o apelo à compra de novos modelos e marcas, evidencia o caráter mercadológico que o consumo assumiu na contemporaneidade (FONTENELLE, 2005; BAUMAN, 2008; 2001); nas palavras de Lipovetsky (2004, p. 31): "[...] chegamos ao momento em que a comercialização dos modos de vida não mais encontra resistências estruturais, culturais nem ideológicas; e em que as esferas da vida social e individual se reorganizam em função da lógica do consumo". O culto às imagens, a espetacularização das campanhas publicitárias, a rápida expansão tecnológica e dos meios de comunicação em massa bem como o apelo aos benefícios da inovação têm colocado o *marketing* como área de intervenção fundamental para o funcionamento da sociedade de consumo contemporânea (FONTENELLE, 2005; BAUMAN, 2008; RIFKIN, 2001). Suas articulações midiáticas juntamente com as inovações tecnológicas e as operações de obsolescência das mercadorias têm produzido modos de vida consumistas e descartáveis.

Diante disso, cabe ressaltar que um dos resultados desse processo são as pilhas de lixo acumuladas nos ambientes urbanos. O consumo e a produção de bens e serviço têm se expandido como jamais visto na história humana. Os avanços científicos e tecnológicos têm proporcionado grandes melhorias na vida cotidiana da população de modo geral. Questões como o acúmulo de lixo e os impactos ambientais decorrentes desse desenvolvimento, porém, precisam ser problematizadas e desnaturalizados, pois os riscos de danos ambientais estão cada vez mais evidentes no cenário contemporâneo. Ao final dessa categoria acumulamos informações para questionar: quais os impactos sobre a natureza desse modo de vida consumista e descartável? Tal questão lança-nos para exposição e análise da próxima categoria.

Segunda Categoria:
As crises socioambientais e a produção de lixo eletrônico

Para esta categoria, direcionaremos como eixo de discussão uma abordagem de temas referentes à crise socioambiental e à produção de resíduo nos centros urbanos, em especial o lixo eletrônico. Daremos destaque para as noções e conceitos presentes no segundo e terceiro capítulos teóricos deste trabalho.

As discussões sobre os problemas ambientais realizadas nos últimos anos vêm chamando a atenção da população de modo geral e das organizações em particular, pondo em xeque a relação contemporânea entre o homem e a natureza (BECK, 2011; O'CONNOR, 2002). Estamos diante de uma relação predatória que marca também o cotidiano urbano, delineada por uma lógica capitalista que favorece o culto a valores e noções consumistas (LIPOVETSKY, 2004; BAUMAN, 2008) produzindo graves impactos sobre a natureza.

No que diz respeito ao posicionamento dos entrevistados sobre as crises socioambientais, o fundador afirma: *"[...] a crise existe e eu acredito que ela tende a se agravar. [...] os rios contaminados, os lençóis freáticos, o Aquífero Guarani (que já está sendo poluído); a situação é complexa. [...] Na nossa região, especificamente, e na vida do planeta também. [...] O meio ambiente, não é apenas Londrina, não é Jataizinho, não é Ibiporã, mas tudo; é o planeta todo! [...] Temos que pensar; tem que começar as práticas, as boas práticas, pra poder mudar o rumo do nosso planeta".* Nessa mesma direção, o gerente complementa: *"Existe sim a crise. [...] A poluição ocorre dentro deste 'bolo', eu chamo de 'bolo'; nós somos apenas os enfeites em cima do bolo. Então, tudo o que você fizer vai atingir este bolo. [...] Há televisões, computadores, aparelhos de som; tudo isso envenena: chumbo, cádmio, lítio, uma série de metais que são realmente prejudiciais. Esses produtos, esses 'venenos', vão para a Terra, e da Terra para o lençol freático. Nós estamos em cima do Aquífero Guarani, um dos maiores aquíferos do Mundo, e vamos acabar deixando uma 'herança violenta' para nossos netos e bisnetos: o envenenamento. O trabalho da ONG é exatamente minimizar este tipo de envenenamento".*

Nota-se, pelos depoimentos, que ambos os entrevistados destacam a existência de uma crise ambiental. A constatação problematizante feita por eles sobre a poluição global, os danos ao Aquífero Guarani, o envenenamento dos solos com metais pesados e a contaminação dos lençóis freáticos são questões de

extrema relevância e ilustram algumas consequências negativas da ação do homem na natureza, decorrentes do modo de vida contemporâneo. Nessa direção, cabe resgatar a consideração de Beck (2011, p. 25), que afirma o quanto "[...] dissemina-se a consciência de que as fontes de riqueza estão 'contaminadas' por 'ameaças colaterais'. Isto, de forma alguma, é algo novo, mas passou despercebido por muito tempo". Atualmente, no entanto, tal consciência emerge como ameaças ambientais e efeitos destrutivos evidentes, conforme exposto pelos entrevistados, quando eles destacam a questão do envenenamento e da contaminação dos ambientes naturais. São efeitos em larga medida negligenciados por grande parte das organizações e da própria população. Sobre isso, o gerente destaca: "*Então, o lixo eletrônico é sempre deixado em uma segunda linha, não chama muito a atenção. [...] Não digo que não envolva tanto a sociedade, mas não comove tanto a sociedade. Mas eu acho que é um ponto que deveria ser muito batido, porque esse envenena".* Entendemos o solo e a água como principais fontes de riqueza que, conforme destacado pelos entrevistados, vem sendo danificados constantemente, sem que haja grandes preocupações com relação à gravidade e os efeitos colaterais desse processo: a menção ao Aquífero Guarani, feita por ambos, ilustra essa perspectiva. Nesse sentido, cabe o alerta: "[...] diante não apenas de uma natureza 'que deve ser protegida' contra os danos causados pelos homens, mas também de uma natureza capaz de incomodar, de uma vez por todas, nossos saberes e nossas vidas" (STENGERS, 2015, p. 11).

A relação direta estabelecida pelos entrevistados entre o descarte inadequado de resíduos eletroeletrônicos e a contaminação dos ambientes naturais evidencia bem o incomodo e os danos causados pela ação humana à natureza e remete à ideia de uma "produção social de risco" (BECK, 2011, p. 23). Conforme assinalado por Beck (2011, p. 25): "[...] cedo ou tarde na história social começam a convergir na continuidade dos processos de modernização as situações e os conflitos sociais de uma sociedade 'que distribui riqueza' com os de uma sociedade 'que distribui riscos'". Neste caso, o envenenamento da natureza como consequência da produção elevada de lixo e seu descarte inadequado nos ambientes naturais e urbanos demonstra a dimensão destrutiva que a ideia risco assume neste tempo histórico: tornam-se riscos sistemáticos e irreversíveis, baseados em interpretações causais (científicas ou anticientífica). Portanto, podem ser alterados, ampliados ou reduzidos. Nessa mobilidade, eles transformam-se em instrumentos políticos "[...]

abertos a processos sociais de definição [...]. De acordo com seu feitio, eles ameaçam a *vida* do planeta, sob *todas* as suas formas" (BECK, 2011, p. 27-6). Os riscos produzidos cotidianamente pelas organizações e pela população são crescentes. *"A produção de material eletroeletrônico é muito grande. A irresponsabilidade da população, por falta de conhecimento – não vou culpar o cidadão. Mas existe uma falta de conhecimento, falta de informação para as pessoas realmente direcionarem corretamente seus lixos eletrônicos. [...]. Ao invés de jogarem no fundo de vale, joguem aqui! Tragam aqui para ONG! Não custa nada, mas não! As pessoas preferem jogar fora do que trazer na ONG",* observa o gerente. Isso contribui com a produção social dos riscos, cada vez mais difíceis de serem mensurados, rastreados e combatidos. Seus efeitos colaterais se multiplicam e a degradação ambiental se torna crônica. A ideia de contaminação e de envenenamento, conforme destacada pelos entrevistados, reflete precisamente essa dimensão.

O diagnóstico feito pelos entrevistados demonstra a preocupação da ONG em manter um posicionamento crítico perante a complexidade da crise ambiental, desde o local até uma escala mundial. A preocupação com os recursos naturais e com as futuras gerações reflete um discurso ambientalista importante e demonstra que a ONG assume uma dimensão micropolítica engajada e ciente do seu papel frente à crise socioambiental. Percebe-se essa preocupação também quando os entrevistados mencionam as contribuições da ONG na minimização do envenenamento e na disseminação de práticas ambientais. O gerente assinala: "*[...] O problema do meio ambiente é que existem muitas preocupações, muitos focos".* Para o fundador: "*Tudo tem que ser debatido, analisado, com calma, porque o reflexo é direto com relação à questão ambiental".* Destacam, com isso, a urgência em discutir o meio ambiente e direcionar esforços para o enfretamento da crise socioambiental, uma vez que se trata de uma questão múltipla, complexa e de caráter político.

Mas, que tipo de debate e análise, como assinala o fundador, deve ser colocado em evidência? A questão que emerge aqui se refere ao crescimento econômico, identificado com o progresso, que, no entanto, continua se impondo como único horizonte concebível. A constatação feita pelo gerente de que existem muitos focos sobre o debate ambiental retrata a dificuldade, por parte de todos os envolvidos (organizações públicas, privadas e a população), em abordar a dimensão

ambiental como um problema de âmbito público. Especialmente no que se refere à relação direta entre a produção de lixo eletrônico e as práticas consumistas que permeiam a vida urbana. Dovers (1996) destaca que são discussões a serem tratadas sob uma abordagem sistêmica: cabe discutir as causas mais fundamentais da sociedade contemporânea como, por exemplo, o processo de urbanização acelerado, consumo e estilo de vida.

Tal tema, na visão de Jacobi e Besen (2011), "[...] tem se mostrado prioritário desde a Conferência Rio 92, em escala global, tanto nos países ricos quanto nos mais pobres". Os autores assinalam ainda que "[...] desde a Rio92, incorporaram-se novas prioridades à gestão sustentável de resíduos sólidos que representaram uma mudança paradigmática, que tem direcionado a atuação dos governos, da sociedade e da indústria". Entretanto, de acordo com a visão dos entrevistados, sob uma ótica local e regional de operação da ONG aqui analisada, a atuação dos governos e dos fabricantes demonstra não estarem cumprindo seus papéis na cadeia sistêmica de uma articulação sustentável. Em se tratando, especificamente, da questão do lixo eletrônico, o fundador diz: *"Não tem, nem coleta efetiva de lixo eletrônico, e não tem nem reciclagem. E você vê que, já tem uma lei de logística reversa, que já foi promulgada e tem que ser praticada, mas você não vê prática nenhuma. Na verdade, responsabilidade compartilhada, tem que estar todo mundo junto: fabricante, comerciante, consumidor. Por quê? Na verdade, a lei deve atingir um impacto ambiental também. Mas, você não vê ninguém coletando. Pega uma televisão hoje e leva em algum Magazine pra você ver se eles pegam de volta! Leva uma geladeira! Eles não pegam de volta. Não tem um sistema agressivo de coleta".* O gerente complementa*: "[...] temos leis espetaculares com relação à política reversa, porém não são aplicadas. O governo não cobra dos fabricantes uma destinação final".*

As declarações dos entrevistados evidenciam o descaso por parte dos fabricantes, comerciantes e governo com relação às iniciativas para minimização e/ou mitigação dos impactos ambientais, especialmente no que se refere à coleta, destinação final de resíduos sólidos e procedimentos de logística reversa. Embora as leis e as discussões entre pesquisadores e acadêmicos demonstrem a importância de temas como a redução de resíduos em fontes geradoras, a disposição final, a maximização do reaproveitamento e da coleta seletiva, a questão da reciclagem, entre outros, as organizações públicas e privadas operam claramente

em prol de interesses individuais e econômicos em detrimento de qualquer importância efetiva para com questões ambientais que afetam a coletividade.

Nem mesmo a marca das corporações estampadas nas pilhas de lixos descartados pelos consumidores causa algum estranhamento por parte dos fabricantes ou estimulam iniciativas para uma destinação adequada. As marcas estampam o lixo; as pilhas de resíduos parecem prateleiras bagunçadas ou galpões de estoque dos grandes magazines de varejo; mas com uma diferença: nos lixões a céu aberto, as marcas preferem não aparecer. Nesse contexto, referindo-se aos resíduos eletroeletrônicos coletados pela ONG e armazenados nos galpões da organização, o fundador comenta: "*[...] aqui tem produtos da Samsung, aqui tem produtos da HP, aqui tem produtos da Apple, tem produtos de todo e qualquer fabricante, que, na verdade é o seguinte: eles que não tão coletando e por isso que vem pra cá. Agora, me mostra uma coleta efetiva de um fabricante!? Não tem! [...] Como eles veem a ONG? Eu acho que um aluno podia, algum dia, fazer também um trabalho e conversar também com o outro lado. Conversar com o fabricante, conversar com eles: 'ah, mas você sabe da existência da ONG? Sabe que a ONG coleta Intel? Sabe que a ONG coleta Toshiba?' Acer, HP, Philips, Panasonic, Dell: as marcas estão todas aqui.*

Imagem 04 – Lixo Eletroeletrônico coletado pela ONG: Barracão

Fonte: Mídias sociais da ONG, 2016.

O depoimento e a imagem 4 demonstram a evidente negligência dos fabricantes, bem como a falta de interesse pela coleta ou destinação correta dos lixos produzidos. Diz o fundador: *"[...] aqui, o comerciante é omisso e o fabricante também".* O gerente complementa*: "[...] as empresas, os fabricantes, têm que vender muito para manter os empregos e pagar os dividendos para seus acionistas. E acionista não quer saber se está poluindo ou não, ele quer dinheiro, lucro".* Ambos evidenciam, portanto, o aspecto econômico sendo utilizado como discurso de interesse em detrimento da dimensão ambiental. Conforme aponta Layrargues:

> [...] a respeito da interface entre a educação ambiental e a questão do lixo, observa-se uma excessiva predominância da discussão a respeito dos aspectos técnicos, psicológicos e comportamentais da gestão do lixo, em detrimento de seus aspectos políticos. A discussão conduzida pela educação ambiental está consideravelmente deslocada do eixo da formação da cidadania como atuação coletiva na esfera pública, já que há um expressivo silêncio no que se refere à implementação de alternativas para o tratamento do lixo por intermédio da regulação estatal ou dos mecanismos de mercado (LAYRARGUES, 2011, p. 187).

A crise ambiental, em especial no que se refere à problemática do lixo, possui um aspecto político relevante. Verifica-se, tanto pela visão dos entrevistados quanto na literatura, a carência, por parte das organizações, de uma articulação ampla para transformar as atividades de coleta e destinação dos resíduos sólidos, sobretudo os eletroeletrônicos, em medidas efetivas de política pública ou engajamento por parte da iniciativa privada. Com isso, a população consumidora continua não se visualizando, ou não querendo se colocar, como uma produtora de lixo. O gerente diz: "*A irresponsabilidade da população é muito grande. 'Ah eu vou jogar fora isso aqui', jogar fora por quê? Nós somos prisioneiro do planeta, não existe lado de fora! Não existe lado de fora! A televisão que você descarte aqui pode afetar a pessoa que mora em Curitiba, que mora em São Paulo. O inverso também é verdadeiro, as mesmas coisas acontecem lá, se alguém de lá descartar de maneira inadequada, também afetará aqui".* A dimensão global assinalada pelo gerente demonstra o caráter sistêmico e múltiplo que os impactos ambientais ganham na problemática contemporânea. Isso avança ao ponto de se perceber que os danos ocorridos em uma dada região afetam sistematicamente outras localidades. Assim, "[...] trata-se com certeza de uma globalização, e isso, antes de tudo, do ponto de vista das ameaças que se aproximam" (STENGERS, 2015, p. 11).

Tais ameaças já são evidentes e necessitam ser problematizadas. O gerente ainda complementa: "*O cidadão olha para uma placa de computador e fala: 'olha que bonitinha as pecinhas, os capacitores'; aquele negócio todo! Ali, ele não está fazendo nada, está inerte. Mas se você colocar ou jogar na natureza, ele vai reagir com a Terra, aquele plástico vai 'acabar', quer dizer, aqueles componentes vão todos para a natureza. [...]. As pessoas têm que ter essa responsabilidade no descarte. O indivíduo vai falar: 'ah mais é lixo'; Não! Não é lixo, não é a mesma coisa que o lixo que você paga para a prefeitura recolher, não! Trata-se de outro tipo de lixo, então você tem que ter responsabilidade e pagar pelo seu descarte".*

O gerente evidencia a irresponsabilidade e a falta de percepção dos cidadãos quanto aos danos ambientais ocasionados pelo descarte inadequado de peças e componentes eletrônicos. Ele destaca a ausência de um entendimento político, por parte da população, das questões ambientais e seus desdobramentos na vida cotidiana. Sobre isso, podemos destacar aquilo que Guattari e Rolnik (1996, p. 75) observaram como "[...] processos de minorização que atravessam a sociedade"; em outros termos, são:

> [...] processos de minorização e de infantilização, [...] que tocam certas concepções da relação com a produção, da relação com a natureza - concepções que não são reconhecidas pela sociedade como um todo (por exemplo, as do movimento ecológico) (GUATTARI; ROLKIN, 1996; p. 75).

As concepções políticas sobre a crise ambiental e seus efeitos destrutivos vão de encontro à construção de uma subjetividade que se conecta e se entrelaça majoritariamente com valores capitalistas e consumistas – que associam qualidade de vida ao consumo e desconsideram outras perspectivas como, por exemplo, o descarte, a produção de lixo e seus efeitos destrutivos sobre a natureza. Em outro momento, Guattari e Rolnik observam:

> A ordem capitalística produz os modos das reações humanas até em suas representações inconscientes: os modos como se trabalha, como se é ensinado, como se ama [...]. Ela fabrica a relação com a produção, com a natureza, com os fatos, com o movimento, com o corpo, com a alimentação, com o presente, com o passado e com o futuro - em suma, ela fabrica a relação do homem com o mundo e consigo mesmo. Aceitamos tudo isso porque partimos do pressuposto de que esta é a ordem do mundo, ordem que não pode ser tocada sem que se comprometa a própria ideia de vida social organizada (GUATTARI; ROLNIK, 1996, p. 42).

Uma vida socialmente organizada e delineada pela lógica institucional capitalista. Ela atua associando consumo à qualidade de vida, *status* ao bem estar, riqueza à beleza, avanço tecnológico ao progresso social. Isso enfraquece o debate crítico sobre temas ligados ao meio ambiente, ou, conforme citado pelo gerente, do descarte de componentes que vão reagir com o solo ou dos materiais eletroeletrônicos que demoram anos para efetivar sua decomposição física na natureza (UNEP, 2009). Stengers destaca:

> Sabemos que novas mensagens já afetam o infeliz consumidor, que supostamente devia ter confiança no crescimento, mas está sendo igualmente convidado a medir sua pegada ecológica, ou seja, o caráter irresponsável e egoísta de seu modo de consumo. Ouvimos a afirmação de que será preciso 'modificar nosso modo de vida', mas o desespero dos políticos é quase palpável. Como conciliar o imperativo de 'soltar as rédeas do crescimento', de 'ganhar' na grande competição econômica, e o desafio de ter que pensar um futuro que define esse tipo de crescimento como irresponsável, até mesmo criminoso (STENGERS, 2015, p. 11).

Neste caso, a produção e o acúmulo de lixo se impõem como um dos grandes desafios da contemporaneidade. Seria possível modificar nossos modos de vida? Como conciliar o crescimento econômico e a problemática ambiental? Tais questões tornam-se imperativas para a população global, para as organizações e para o Estado que se propõem a discutir noções como desenvolvimento sustentável e sustentabilidade.

Nesse contexto, a ONG aqui estudada demonstra, em suas práticas e pelo discurso de seus administradores, uma questão importante: problematizar a crise ambiental a partir da questão do lixo, algo amplamente negligenciado por organizações privadas e públicas. Sobre isso o fundador assinala: *"[...] ONG surgiu, porque não estava sendo solucionada a questão do lixo eletrônico, nem por parte do poder privado, muito menos pelo poder público. Então, existe uma lacuna entre o privado e o público, e no meio, não tem ninguém fazendo. Onde então, surgem as associações, as ONGs. [...]. Na verdade, as grandes indústrias, as empresas de celulares são as maiores geradoras de material eletroeletrônico".* O gerente complementa: *"[...] o poder público dá prioridade para aquilo que vai chamar mais a atenção, que vai mais dar um retorno de publicidade para eles. [...] Então, o lixo eletrônico é sempre deixado em uma segunda linha, não chama muito a atenção".*

Isto ocorre, pois, na visão dos entrevistados: a destinação adequada do lixo eletrônico é dificultada por falta de medidas e iniciativas por parte daqueles que deveriam agir com maior dedicação: as empresas e os governos. Com isso, as pessoas, por não terem locais específicos para destinação desses resíduos, descartam em locais inadequados, acumulando, então, pilhas de lixo nas cidades, nos aterros, nos lixões, nos córregos e em fundos de vale. Sobre isso Valli diz:

> Todos os anos, são produzidos aproximadamente 50 milhões de toneladas - 10% desse total nos Estados Unidos e na China. De acordo com a Organização das Nações Unidas, o lixo tecnológico cresce três vezes mais do que o tradicional, e o problema é cada vez mais grave nos países em desenvolvimento. No Brasil, estima-se que sejam descartadas quase 400.000 toneladas de eletrodomésticos e eletroeletrônicos por ano - o que equivale a quase 2 quilos por habitante. Somente uma pequena parcela, cerca de 2%, é reciclada de maneira correta. A baixa destinação está ligada à falta de capacidade instalada para lidar com esse tipo de resíduo (VIALLI, 2012, p. 66-68).

A inabilidade em lidar com os riscos ambientais e com a questão dos resíduos sólidos, em especial os eletroeletrônicos, por parte das organizações privadas, dos governos e da população, demonstra a situação caótica e alarmante presente nos centros urbanos. Sobre isso, o fundador destaca outro grave problema: a crise hídrica, um fato que tem atingido diversos locais do Brasil. Ele diz: "*[...] veja a falta de água em São Paulo/SP. Não tem água. Já estamos vivendo momentos como este. Com relação a essa crise hídrica, eu acredito que ainda deva piorar. As cidades estão cada vez mais 'inchadas'; uma cidade igual São Paulo/SP é concreto puro; não tem vazão pra água; o Rio Tietê é super poluído e não se vê solução. Quanto custa a água, para chegar na casa do cidadão né? É complicado. [...] Em se tratando, especificamente, da água. Não se tem água de qualidade para se consumir".*

O alerta para o problema da falta de água, as cidades sem escoamento de chuvas e a poluição do Rio Tietê confere uma situação caótica evidenciada pelos entrevistados e ajuda a destacar a dimensão da crise socioambiental instalada no cotidiano contemporâneo. Isso demonstra a incapacidade das organizações públicas, a negligência das empresas privadas e do próprio cidadão em buscar soluções para esses problemas. O estímulo para o consumismo, a produção de lixo e o descarte inadequado dos resíduos sólidos configuram-se em práticas que

agravam essas questões e que estão presentes em diversos centros urbanos, conforme salientam Jacobi e Besen (2011, p. 135): “[...] um dos maiores desafios com que se defronta a sociedade moderna é o equacionamento da geração excessiva e da disposição final ambientalmente segura dos resíduos sólidos”.

Nesse bojo, a questão do lixo é deixada em segundo plano. Sobre isso, o gerente diz: “*A produção de material eletroeletrônico é muito grande. [...] o lixo eletrônico é sempre deixado em uma segunda linha, não chama muito a atenção. Não digo que não envolva tanto a sociedade, mas não comove tanto a sociedade. [...] Nós fazemos o serviço de lixeiro, sem receber a taxa sobre o lixo. Então, sobra para nós o pior problema: o lixo eletrônico. O lixo eletrônico ele não apenas polui, ele envenena! Ou seja, fazemos o trabalho mais perigoso, o pior trabalho de todos e não temos contrapartida”.* O fundador assinala: “*Você vê televisão jogada, você vê computador jogado e por quê? Porque não consegue ter eficiência na parte de gerenciamento, nem na coleta, nem na entrega; não tem ponto de coleta. No mínimo, deveria ter ponto de coleta próximo da sua casa. O comerciante deveria colocar um ponto de coleta para destinação do material, para coleta ser eficiente”.*

Os entrevistados evidenciam as dificuldades em operacionalizar e manter um sistema gerenciamento de resíduos sem que haja um comprometimento de todos os envolvidos: consumidor, governos, empresas e comunidade. A correta destinação de resíduos eletrônicos se transformou num enorme desafio ambiental. O fundador complementa a ideia ainda: “*Sobre o eletrônico, temos nós aqui, é pouco, mas somos apenas nós. Espuma não tem. Gesso, a gente não ouve falar muito. Isopor, também não se ouve falar muito. Então, fechar os olhos para aquele ‘cara’ que está vendendo, e que não está fazendo a parte de retorno desses produtos... É complicado. Aí cabe ao poder público cobrar ‘esse cidadão’, para poder promover uma melhoria nas questões ambientais da cidade. Você vê muita coisa jogada...”.* O descarte de materiais como espuma, gesso, isopor e diversos outros produtos sequer são discutidos. Nesse sentido, Layrargues faz a seguinte ponderação:

> [...] a discussão que inaugura o debate a respeito da coleta seletiva de lixo como uma alternativa tecnológica para o tratamento dos resíduos sólidos baseia-se no panorama da saturação dos depósitos de lixo: a cada ano, avolumam-se as dificuldades que os municípios encontram para a destinação final do lixo. Problemas de ordem política e técnica tornam a coleta convencional de lixo cada vez mais onerosa (LAYRARGUES, 2011, p. 187).

A discussão proposta nos depoimentos dos entrevistados, juntamente com a observação evidenciada na citação acima, demonstra um expressivo descaso quanto à implementação de alternativas para a destinação e tratamento adequado do lixo por meio das inciativas estatais e privadas. Além disso, a questão dos resíduos sólidos, especialmente os eletroeletrônicos, ainda não se tornou objeto de demanda social viabilizada pela elaboração de políticas públicas. Dados do Abrelpe (2014) ilustram parte desse quadro:

> [...] nota-se que a evolução na gestão de resíduos sólidos no país tem sido bastante lenta, apresentando até mesmo uma estagnação em vários pontos. [...] Um dos instrumentos para atendimento da meta de disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos prevista na Lei, consiste na implantação de sistemas de coleta seletiva que propiciem o recolhimento dos resíduos, no mínimo, em duas frações: secos e úmidos. Tais sistemas deveriam estar disponíveis e em funcionamento em todo o país, porém não é essa a situação que se verifica a partir dos dados apresentados, os quais demonstram que menos de 65% dos municípios contam com iniciativas de coleta seletiva. [...]. Para que um sistema de gestão de resíduos sólidos seja adequadamente implementado e operado, há necessidade de disponibilização e alocação de recursos econômicos no volume necessário para atender a demanda apresentada (ABRELPE, 2014, p. 114).

As evidências apresentadas demonstram que, no Brasil, apenas a elaboração de leis ou iniciativas isoladas parecem não ser suficientes para estimular mudanças e promover o desenvolvimento de ações efetivas sobre questões ambientais. Segundo o fundador, os problemas ambientais, sobretudo do acúmulo de lixo nos centros urbanos, parece ter sido deixado em segundo plano. Ele diz: *"Tem um professor meu [...] que fala: 'a vida humana vai ser extinta do planeta'. Nós estamos causando isso, porque a gente está vendo que tem que ser feito alguma coisa, com relação a muitos produtos que se criam, onde só se dá valor ao comercial, ao financeiro e a questão ambiental é esquecida. E é esquecida no meio do processo! Pois, veja só: 'ah, então vamos fabricar produtos eletrônicos'; então, nós temos que pensar: a fabricação, o meio (o consumidor), e o fim (que pode ser a reciclagem, pode ser a coleta, pode ser o armazenamento), e que não seja o meio ambiente em si. Que não tenha a destinação incorreta. Não pode haver destinação incorreta. Então, eu acredito que isso não se 'fechou' ainda, este ciclo, não se fechou ainda".*

Nesse ponto, cabe a questão: "é possível um capitalismo sustentável?" (O'CONNOR, 2002, p. 27). Parece cada vez mais difícil responder positivamente

essa indagação, tendo em vista a dinâmica consumista e descartável instalada nos modos de vida contemporâneos, delineados pelos processos de “subjetivação capitalísticos” (GUATTARI; ROLNIK, 1996). Os discursos midiáticos tendem a negligenciar o fato de o consumidor ser, simultaneamente, um produtor de lixo. A publicidade ou propaganda que evidencia a produção de lixo decorrente do consumo pode incomodar ou desinteressar muitos fabricantes, especialmente os grandes conglomerados empresariais que levantam a “bandeira do desenvolvimento tecnológico e econômico” como um grande projeto de progresso social.

Sobre esse problema, o gerente comenta: *“As empresas, os fabricantes, têm que vender muito para manter os empregos e pagar os dividendos para seus acionistas. E acionista não quer saber se está poluindo ou não, ele quer dinheiro, lucro. [...] O governo não cobra dos fabricantes uma destinação final”.* O desenvolvimento tecnológico das últimas décadas, embora tenha se expandido de maneira importante e substancial, deixou suas marcas no excesso de produção de lixo que se impõe como um dos problemas centrais do desenvolvimento econômico sustentável (O’CONNOR, 2002; LAYRARGUES, 2011). Isso ocorre desde as esferas locais, municipais, até a federal e global, passando pelos países desenvolvidos até os periféricos. Diz o fundador: *“A situação é complexa. É preciso ter uma visão muito clara sobre as questões ambientais, porque o planeta já não suporta mais tanta poluição e degradação, tanto lixo. Você vê, atualmente, pessoas fazendo pesquisas fora do planeta, a NASA, os Satélites e por quê? Porque o ‘povo’, daqui a pouco, quer sair daqui do planeta. É como um amigo meu sempre diz: ‘em 2050, a vida na Terra está totalmente comprometida, totalmente’”.*

Diante disso, assistimos uma batalha mundial para determinar como serão definidas pelas organizações (públicas e privadas) e apropriados pela população as noções de "desenvolvimento sustentável" ou "sustentabilidade". Nota-se, entretanto, que também nessas definições o capital não se limita apenas a apropriar-se da natureza para transformá-las em mercadorias. Mais do que isso, o capital considera a natureza (com sua biodiversidade e ecossistemas) algo ilimitado para exploração ininterrupta (O’CONNOR, 2002).

Em âmbito global, conforme apontam os dados do Bando Mundial (2012) – uma das instituições capitalistas mais influentes e poderosas do Mundo –, a expectativa de aumento de lixo, nos próximos anos, é extremamente alarmante. Estima-se que alcançaremos a meta de 2,2 bilhões de toneladas de resíduos sólidos

em 2025, somando-se todas as cidades do mundo (WORLD BANK, 2012). Em se tratando de Brasil, nem mesmo o estabelecimento de uma Política Nacional de Resíduos Sólidos (BRASIL, 2010; ABRELPE, 2014) conseguiu implementar medidas sérias e eficientes de tratamento substancial para essa questão latente: o acúmulo de lixo nas cidades, em especial o lixo eletroeletrônico. São questões que envolvem discussões entre todos os agentes envolvidos no sistema econômico: as organizações privadas, governamentais, ONGs e a sociedade civil. Sobre essas articulações, a próxima categoria propõe algumas discussões.

Terceira Categoria:
As articulações entre a ONG, o Estado e as empresas privadas

Esta categoria visa realizar uma discussão a respeito das organizações (a ONG, as organizações governamentais e as empresas privadas) e das suas articulações em termos de medidas ambientais, em particular sobre o gerenciamento dos resíduos sólidos. Para tanto, utilizaremos como eixo de discussão alguns objetivos e princípios estabelecidos na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

No que se refere às relações entre a ONG analisada e os diferentes níveis de governo (federal, estadual ou municipal), o fundador observa: "*Só pra você ter uma ideia, hoje, não existe investimento aqui, de nenhum tipo de órgão: nem do governo federal, nem do governo estadual, nem municipal. Investimento nenhum. Precisa-se de investimentos para que se possa fazer mais. [...] Se você ver a quantidade de pedidos que temos para atender, você não acredita. Poder público é ineficiente! Só pra você ter ideia: escola pública, delegacia, presídio, tudo isso a gente ajuda. E não temos contrapartida. De vez em quando, 'os caras' fazem operações nos presídios, coletam celulares e mandam pra cá".* Nessa mesma direção, o gerente complementa: *"Não existe participação do governo com relação a este tipo de trabalho; tudo tem que ser feito de forma particular. O governo cobra muito da gente e não fornece contrapartida alguma. Nós fazemos o serviço de lixeiro, sem receber a taxa sobre o lixo. [...] A ONG não recebe, não tem nenhuma vinculação com o Estado. Não recebe nenhum centavo de verba do Estado. E faz o trabalho do Estado em muitas ocasiões, por exemplo: as televisões que tem na PEL (Penitenciária Estadual de Londrina) e as câmeras, quando queimam ou estragam,*

quem as substitui? A ONG, de graça! A Polícia Civil recebe computadores nossos, doados, porque o governo do Estado não manda o dinheiro. Creches, escolas, que precisam de computadores e não têm verba do governo para isso, nós doamos. [...] Eu falo: o governo não ajuda e atrapalha pra 'burro', o que puderem fazer para atrapalhar, eles fazem".

Nota-se, pelos depoimentos anteriores, um claro distanciamento entre a ONG e as esferas governamentais no que diz respeito a apoio financeiro ou a qualquer outro tipo de incentivo. As declarações dos entrevistados evidenciam uma posição de indignação sobre essa lacuna, a ponto de considerarem que o governo faz apenas cobranças, não fornece contrapartida alguma e ainda atrapalha suas operações cotidianas. Apesar disso, a ONG realiza alguns trabalhos de doação e disponibilização de equipamentos para setores governamentais, como é o caso das doações para a polícia, escolas e creches. Por essa via, a ONG mantém um relacionamento com algumas instâncias do governo.

É importante destacar que, nas observações realizadas durante a pesquisa, constatou-se que a ONG possui licenciamento ambiental: trata-se de uma exigência legal que visa estabelecer condições para que a atividade ou o empreendimento com potencial poluidor cause o menor impacto possível ao meio ambiente. No caso da ONG, por se tratar de uma organização que manipula resíduos eletroeletrônicos (portanto perigosos), a licença ambiental se faz necessária. A concessão da licença ambiental fica a cargo dos órgãos ambientais estaduais. Ela representa uma articulação importante entre a ONG e o governo do Estado à medida que cria a possibilidade de estabelecer parcerias, trazendo resultados positivos para a organização em termos de retorno financeiro e viabilização de recursos, como na situação declarada pelo próprio fundador: *"Pra você ter uma ideia, eu coleto lixo eletrônico até em São Paulo/SP, porque temos licenciamento ambiental. Várias empresas, muitas vezes até multinacionais, nos procuram, para que possamos fazer coleta de lixo eletrônico pra eles. [...] Fizemos o maior convênio da história da ONG com a maior instituição financeira dos EUA. O banco [...] pegamos quatrocentos computadores. Todos eles funcionando, tudo novo ainda. [...]. Eu penso assim: quando alguém me doa alguma coisa aqui, eu entendo como sendo um patrocinador. [...]. Você, quando me doa, me patrocina. Você está dizendo assim: 'faça o que quiser com o material'".*

Nessa mesma linha de argumentação, o gerente assinala: *"A ONG é a única que faz realmente o trabalho correto para evitar que esse lixo vá envenenar o solo e os lençóis freáticos. Para que você tenha uma ideia... O banco [...] fez uma pesquisa no Brasil inteiro, eles têm uma filial em São Paulo/SP e chegaram à conclusão que a única empresa, ou ONG, no Brasil, que poderia receber o lixo eletrônico deles, é a nossa: [...] e por quê? Porque ela tem toda a documentação e faz a coisa correta. Então, nós somos os únicos 'recebedores' do lixo eletrônico [...]. E o lixo eletrônico deles é um verdadeiro luxo, não é lixo. Porque o material que eles descartam são computadores de última geração, todos funcionando e isso é bom porque a gente consegue novamente manter a vida útil deles e trazer para população equipamentos realmente decentes para uso".* A concessão de licenças estabelecidas em leis e disponibilizadas pelas instâncias governamentais, embora seja algo importante, ainda representa pouco em termos de incentivo e investimento do governo estadual no que se refere às medidas de apoio para melhorias socioambientais das cidades, sobretudo no caso dos resíduos eletroeletrônicos. Do ponto de vista de investimentos em pesquisa, tecnologia, limpeza urbana efetiva, coleta seletiva, conscientização da população, parcerias entre ONGs e governo, a situação se caracteriza como algo muito aquém daquilo que deveria ser estabelecido como parâmetro nacional tal, como estipulado na própria PNRS (ABRELPE, 2014).

Este tipo de limite por parte das organizações governamentais, demonstrada pelos entrevistados, evidencia a dificuldade em estabelecer medidas de gestão integrada e sustentável para as questões ambientais, principalmente no que se refere às articulações de tratamento, coleta e destinação adequada dos resíduos sólidos, em especial os eletroeletrônicos. Jacobi e Besen (2011, p. 136) salientam que "[...] a administração pública municipal tem a responsabilidade de gerenciar os resíduos sólidos, desde a sua coleta até a sua disposição final, que deve ser ambientalmente segura". Os autores ainda observam:

> Cabe aos municípios a elaboração de planos integrados de gerenciamento que incorporem: a) Programa Municipal de Gerenciamento (para geradores de pequenos volumes); b) Projetos de Gerenciamento em obra (para aprovação dos empreendimentos dos geradores de grandes volumes) (JACOBI; BESEN, 2011, p. 141).

Esses projetos, sob a responsabilidade dos municípios, têm a função de classificar, caracterizar, indicar procedimentos para coleta, triagem,

acondicionamento, transporte e destinação final dos resíduos gerados nas cidades. Os depoimentos dos entrevistados, entretanto, evidenciam uma situação diferente: o distanciamento das instâncias governamentais em relação ao trabalho da ONG demonstra a dificuldade em manter vigente o princípio da "[...] cooperação entre as diferentes esferas do poder público, o setor empresarial e demais segmentos da sociedade" (BRASIL, 2010), tal qual descrito na PNRS. Dessa forma, qualquer projeto, plano ou programa integrado sobre meio ambiente ou articulação conjunta para melhoria da coleta e destinação de resíduos sólidos, sob o ponto de vista dos entrevistados, não são prioridade do governo. De acordo com Abramovay, Speranza e Petitgand:

> [...] há problemas específicos de administração pública, de ineficiência e até de corrupção na gestão brasileira de resíduos sólidos. Uma boa expressão disso é o fato de cerca de 10% apenas dos municípios brasileiros terem levado adiante seus planos de resíduos, entrando no círculo vicioso de que não podem receber recursos federais para continuá-los, o que dificulta ainda mais o próprio planejamento. Há práticas e poderes consolidados em contratos de limpeza pública que impedem a emergência de soluções mais dinâmicas e inovadoras. Contrariamente ao que ocorre quando se trata dos setores em que a logística reversa já opera de forma eficiente no Brasil, a esmagadora maioria dos planos hoje existentes, sejam estaduais, sejam municipais, é vaga, genérica e desprovida de metas quantitativas ambiciosas (ABRAMOVAY; SPERANZA; PETITGAND, 2013, p. 51).

Para além do distanciamento entre a ONG e o poder público, as próprias instâncias governamentais têm dificuldades em estabelecer acordos de cooperação entre si. Os municípios possuem problemas desde a elaboração até a implementação de seus planos de gestão de resíduos. Por conseguinte, os órgãos federais ficam impossibilitados em enviar recursos e verbas para as prefeituras, visto que os planos municipais não possuem os requisitos mínimos para sua efetivação.

> No Brasil os recursos aplicados pelos municípios para custear os serviços de limpeza urbana e manejo de resíduos sólidos pouco aumentaram ao longo dos anos. A variação foi de apenas 0,3% entre 2010 e 2014, quando o total aplicado foi de R$ 9,98 por habitante/mês para fazer frente a todos os serviços executados para limpeza das cidades. As razões econômicas surgem como forte justificativa para o atraso registrado, vez que atualmente a gestão de resíduos é totalmente dependente da combalida situação financeira dos municípios, cujos recursos estão legalmente comprometidos com outras rubricas orçamentárias (ABRELPE, 2014, p. 115).

Identifica-se, assim, um distanciamento entre os municípios e os governos de Estado, ocasionando diversos problemas para o andamento das políticas públicas de gerenciamento dos resíduos. Tal como previsto na PNRS, para o desenvolvimento de um sistema de gestão de resíduos em âmbito nacional, estima-se que o volume de recursos investidos em infraestrutura representa valores da ordem de R$ 11,6 bilhões até 2031 e cerca de R$ 15 bilhões por ano para operação plena dos sistemas que serão implementados (ABRELPE, 2014). Neste caso, as diretrizes federais sobre meio ambiente e saúde pública devem ser muito bem articuladas entre as diferentes esferas governamentais, para que haja a disponibilização de recursos adequados e instrumentos eficientes que propiciem aos municípios condições de cumprimento dos ditames legais e efetivação dos serviços ambientais que beneficiem a população e tragam melhorias às cidades, sobretudo no desafio quanto ao gerenciamento dos resíduos eletroeletrônicos.

Nessa direção o fundador comenta: "*[...] o poder público, como um todo, é omisso em todas as partes. Ele não consegue entregar para a população um serviço de ponta naquilo que é primário: saúde, educação e segurança. O meio ambiente, para o poder público, eu vejo que é, talvez, o quinto ou sexto item de condições de prioridade. Não vejo o governo investindo em meio ambiente de maneira agressiva. Não acontece, muito menos com relação ao lixo eletrônico. Vejo até mesmo o lixo doméstico, mal gerenciado. Porque tem o 'dedo' do poder público. O poder público não entrega qualidade para seu cidadão. Você paga imposto, paga tudo, e o poder público te entrega um serviço ruim. Péssimo. Horrível. Reclamam de dinheiro, reclamam de recursos e deixam a população insatisfeita. [...] A carga tributária aumenta, a insatisfação aumenta; e o serviço prestado, pelo poder público, é cada dia pior. [...] Então, eu vejo o poder público com uma omissão muito grande. Além disso, você ainda vê a degradação ambiental por parte do poder público. O poder público degrada o meio ambiente".*

A percepção do fundador sobre a iniciativa pública demonstra a insatisfação por parte da ONG em buscar algum apoio governamental para melhoria e aprimoramento de suas operações. A ONG se apresenta com uma visão crítica, em que escancara a má qualidade do serviço público. Além disso, o que chama a atenção na fala do fundador é a afirmação de que o poder público, em certa medida, atua no sentido de degradar o meio ambiente quando as políticas ambientais são praticamente inexistentes, especialmente no que se refere à questão do lixo

eletrônico da região. Tal situação pode ser compreendida como um contraponto direto ao objetivo da PNRS, que destaca a importância de uma "[...] articulação entre as diferentes esferas do poder público, e destas com o setor empresarial, com vistas à cooperação técnica e financeira para a gestão integrada de resíduos sólidos" (BRASIL, 2010). Assim, sob o ponto de vista dos entrevistados, as articulações entre as diferentes esferas do poder público são raras e não há cooperação técnica nem financeira. Nesse contexto, Jacobi e Besen (2011; p. 143) observam: "[...] a ausência de uma estrutura de planejamento e gestão metropolitana dos resíduos é um dos fatores que dificultam uma ação integrada e coordenada entre os municípios e que poderiam reduzir custos ambientais e financeiros".

O Plano Municipal de Saneamento Básico de Londrina/PR (2015), elaborado pela prefeitura, apresenta um "*Sistema Integrado de Gerenciamento, Coleta, Tratamento, Processamento Total e Destinação Final de Resíduos Sólidos*". Embora se proponha a estabelecer metas e diretrizes para a gestão adequada dos resíduos, diversos problemas foram diagnosticados no município, fortalecendo alguns argumentos apresentados pelos entrevistados, como a falta de programas de educação ambiental de caráter permanente e profissional, coleta seletiva cara e ineficiente, barracões de triagem inadequados e com riscos para a integridade física e saúde dos trabalhadores, alto custo da coleta seletiva para o poder público, alto custo de gerenciamento e dificuldade de fiscalização, coleta convencional tecnologicamente atrasada, Eco Pontos subaproveitados, pontos de descarte clandestinos, falta de processamento total do lixo, falta de capacidade da unidade de compostagem, baixa vida útil das células do aterro sanitário, baixa valorização da importância dos serviços relacionados aos resíduos sólidos urbanos por parte da população (LONDRINA, 2015). Tais dificuldades reafirmam alguns problemas recorrentes nos centros urbanos brasileiros que desafiam os dirigentes públicos no enfrentamento do descarte de seus resíduos.

Problemas de ordem política e técnica acabam tornando onerosa qualquer medida de coleta, gerenciamento e/ou destinação ambientalmente adequada dos resíduos. Nesse caso, acabam por não serem efetivadas pelas organizações competentes, contrariando o fato de que "[...] o tratamento do lixo descartado diz respeito às corporações e aos governos que legalmente estão comprometidos e responsabilizados pela preservação dos recursos ambientais" (RODRIGUES; MANSANO, 2013, p. 14).

Diante disso, o gerente salienta: "*[...] existem focos diferentes, por exemplo: a prefeitura da cidade apoia muito as cooperativas de lixo reciclável, daquelas que fazem as coletas. E eu acho isso importantíssimo. Só que eles focaram essa situação e esqueceram o restante. Porque o recurso foi todo pra lá. Então, eles não podem fazer os outros. Estão errados? Eu acho que sim, deveria haver uma divisão, mas focaram nas cooperativas e foram as iniciativas que mais deram resultados de publicidade para eles".* O fundador complementa: *"O poder público age mais como um fiscalizador. Ele tem que fazer valer a lei. Só que ele não faz valer a lei. Daí é o seguinte, hoje, aqui na ONG, apareceu por quê? Nem o setor privado fazia, e o público também cobrava. Aconteceu, então, a ONG. Aqui na ONG, hoje, tem a responsabilidade apenas da ONG e do consumidor. Aqui, o comerciante é omisso e o fabricante também. Na verdade, nós estamos fazendo um papel que, na realidade, não é nosso, e nem recebemos apoio para fazer. Tem responsabilidade aqui, muitas responsabilidades aqui, que não são nossas".*

Sobre essas afirmações, cabe relembrarmos o objetivo da política nacional de resíduos sólidos que destaca: o "[...] incentivo à indústria da reciclagem, tendo em vista fomentar o uso de matérias-primas e insumos derivados de materiais recicláveis e reciclados" (BRASIL, 2010). Conforme observado pelo gerente, apenas alguns setores do município são beneficiados por meio de políticas governamentais, como no caso de cooperativas de catadores, que são mantidas por alguns setores do governo e que respondem pela coleta de resíduos domiciliares da região. Mesmo assim, na perspectiva de Layrargues (2011, p. 187), "[...] as dispersas e isoladas iniciativas de criação de cooperativas de catadores de lixo, [...] ainda não alcançaram uma articulação ampla e coesa o suficiente para transformar essa atividade em política pública". A situação se agrava no caso do lixo eletroeletrônico, pois, conforme destacado pelos entrevistados, são medidas inexistentes.

Segundo os entrevistados, a ONG necessita, diariamente, levantar recursos próprios, desde a coleta até a destinação final daquilo que a organização não consegue recolocar na cadeia produtiva ou disponibilizar para o consumidor final. Diz o gerente: *"[...] muitos produtos que são doados, eles podem ainda funcionar por mais quatro ou cinco anos, então, o que nós fazemos? Na triagem, no recebimento, nós separamos e testamos todos eles. Aqueles que tiverem condições de serem reaproveitados e voltarem a 'vida', eles são consertados e colocados à venda. Esta atividade é o foco, [...] mantém a ONG financeiramente".* O fundador complementa*:*

“Tudo aquilo que reaproveitamos vem pra cá: pra ‘lojinha da ONG’. Isso aqui que também ajuda a pagar as contas. Tem uma parte que a gente vende, tem outra parte que a gente doa para algumas instituições. Então, a gente coloca um preço bem mais acessível, para que a população venha e tenha condições de adquirir um produto. Não é pela mão da ONG que inflacionamos o produto, pois são vendidos com preços bem abaixo do mercado. É um produto usado e tem garantia, damos garantia, para o cara ter segurança”.

Durante as observações, foi possível constatar a quantidade de equipamentos que são reaproveitados e disponibilizados pela ONG, como pode ser visualizado na imagem 5.

Imagem 05 – Loja da ONG: Produtos reaproveitados e disponíveis para venda

Fonte: Mídias sociais da ONG, 2016.

Os depoimentos evidenciam a importância do reaproveitamento dos resíduos como fonte de renda da ONG e demonstram que são mínimos os investimentos públicos nessas áreas. Jacobi e Besen alertam:

> Existem, entretanto, barreiras associadas com os interesses econômicos privados envolvidos, que, por sua vez, fazem parte de um círculo vicioso que dificulta romper com a lógica baseada em contratos que priorizam coleta, transbordo e aterramento em

> detrimento de uma coleta seletiva mais ampla e abrangente (JACOBI; BESEN, 2011, p.154).

Trata-se de uma coleta seletiva que deveria incluir, além da coleta convencional, outros resíduos perigosos, como os resíduos eletroeletrônicos. As dificuldades em operacionalizar medidas de incentivo ao gerenciamento integrado dos resíduos multiplicam-se à medida que o lixo ainda tende a ser avaliado negativamente. Nesse sentido, a gestão compartilhada, que deveria ser propagada como uma saída para esse problema, não ocorre de maneira efetiva nos municípios brasileiros, em específico na região em que a ONG se insere.

Outro aspecto importante e totalmente vinculado às discussões anteriores refere-se ao princípio da "responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos" (BRASIL, 2010). Na PNRS, ele é definido como um:

> [...] conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos (BRASIL, 2010).

Nota-se que a cadeia sistêmica envolvendo diferentes atores com objetivo de minimizar o volume dos resíduos e visando ao compartilhamento das responsabilidades direciona o debate para a questão da logística reversa. Sobre isso, o gerente observa: "[...] *nós temos leis espetaculares com relação à política reversa, porém não são aplicadas. O governo não cobra dos fabricantes uma destinação final. [...] Não é apenas Londrina, é no Brasil inteiro. Motivo? Por um motivo muito simples, os fabricantes pagam muito impostos. Se o governo for cobrar a reciclagem e implementação de políticas reversa, os fabricantes vão 'pegar' suas fábricas e levá-las para o Paraguai. Pagando 30% dos impostos que pagam aqui e podendo exportar diretamente para os EUA, coisa que o Brasil não pode. Então, o governo não cobra, exatamente para evitar desemprego, saídas das indústrias do país".* Nessa mesma perspectiva, o fundador comenta*: "[...] tem a lei de logística reversa e que deveria ser praticada. E por que não acontece? O governo fatura muito em cima das indústrias, então, a indústria que ganha muito dinheiro, que paga muito imposto, uma indústria que emprega muita gente, o governo faz 'vista grossa'. [...] já tem uma lei de logística reversa, que já foi promulgada e tem que ser*

praticada, mas você não vê prática nenhuma. Na verdade, responsabilidade compartilhada, tem que estar todo mundo junto: fabricante, comerciante, consumidor".

O princípio anteriormente destacado estabelece que os resíduos sólidos sejam reutilizados, reciclados ou recolhidos pelas organizações responsáveis juntamente com o apoio da população. Para tanto, são definidos acordos setoriais como "[...] ato de natureza contratual firmado entre o poder público e fabricantes, importadores, distribuidores ou comerciantes, tendo em vista a implantação da responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida do produto" (BRASIL, 2010)". Assim, as diversas cadeias produtivas poderiam funcionar de modo integrado: "[...] os fabricantes, distribuidores, comerciantes e consumidores deverão compartilhar a responsabilidade pelos resíduos" (JACOBI; BESEN, 2011, p. 139). Os autores complementam que a lei exige "[...] acordos setoriais a serem firmados entre o poder público e o setor empresarial. Esses têm por finalidade viabilizar a logística reversa e a implantação e universalização da coleta seletiva nos municípios brasileiros" (JACOBI; BESEN, 2011, p. 139).

No entanto, nota-se, pelos depoimentos dos entrevistados, que a responsabilidade compartilhada pelos resíduos ainda carece de uma implementação sistemática e integrada. O interesse governamental em manter as grandes indústrias, mesmo que distantes das responsabilidades ambientais, evidencia o descaso tanto dos órgãos públicos quanto da iniciativa privada em promover alternativas integradas de coleta e destinação final dos resíduos. No Brasil existem alguns acordos setoriais vigentes, como no caso dos pneus, óleos lubrificantes e embalagens de agrotóxicos. Neles, "[...] os fabricantes e os importadores já respondem a metas de reciclagem controladas pelo Ibama, com base em leis que antecedem à PNRS (ABRAMOVAY R.; SPERANZA, J. S.; PETITGAND, C., 2013, p. 43-44). No caso dos resíduos eletroeletrônicos, a situação ainda carece de acordos que objetivam a gestão integrada dos resíduos desde a produção até o descarte. Na percepção da ONG, não há uma fiscalização ou cobrança efetiva por parte do poder público das indústrias e fabricantes, especialmente no caso daqueles que produzem equipamentos eletroeletrônicos; pelo contrário, a relação que se estabelece consiste em uma prática irresponsável por parte das organizações e do governo, legitimando a produção de resíduos e descarte inadequado pelos fabricantes, sem qualquer

responsabilidade ambiental ou social decorrente desse processo. Nessa perspectiva, Bauman salienta:

> [...] a inclinação do Estado enfraquecido a passar muitas de suas funções e prerrogativas para os lados, e não para cima, cedendo-as aos poderes impessoais dos mercados. [...] a *política*, que, embora continue a ser domínio do Estado, é cada vez mais despida de sua liberdade de manobra e de seu poder de estabelecer as regras e apitar o jogo. [...] O Estado como um todo, incluindo seus braços jurídico e legislativo, torna-se um executor da soberania do mercado (BAUMAN, 2008, p. 87).

Diante disso, as articulações entre os governos e os fabricantes, no que diz respeito aos parâmetros da responsabilidade compartilhada e a logística reversa, demonstram a submissão do Estado aos imperativos do mercado. O fundador chega a destacar que o governo faz "*vista grossa*". O gerente afirma que os fabricantes podem preferir deslocar suas instalações para outros países caso haja uma fiscalização rígida por parte dos órgãos governamentais, causando assim problemas sociais como desemprego e diminuição da renda da população. Para Stenger, a situação se agrava a cada dia:

> Quanto aos Estados, sabe-se que, num grande impulso de resignação entusiasta, eles renunciaram aos meios que lhes teria permitido assumir suas responsabilidades e deixaram o futuro do planeta a cargo do livre mercado globalizado (STENGERS, 2015, p. 19).

Nessa dinâmica de dependência entre governo e empresas, a população também se encontra em uma posição passiva e dependente. Com isso, as pessoas tendem a continuam a consumir de modo excessivo: adquirem e descartam produtos de modo rotineiro, especialmente os eletroeletrônicos. Os fabricantes e comerciantes buscam alavancar suas metas de produções e vendas valendo-se das estratégias de *marketing* que pulverizam os ideais *glamourizados* do consumo. Embora os acordos setoriais anteriormente abordados tenham como foco "[...] viabilizar a logística reversa e a implantação e universalização da coleta seletiva nos municípios brasileiros" (JACOBI; BESEN, 2011, p.139), fica evidente que o consumo e a geração excessiva de lixo inviabiliza tais programas.

Embora existam as leis, sob o ponto de vista dos entrevistados, elas não são cumpridas como deveriam e nessa direção o gerente observa: *"[...] pela lógica, a lei*

é linda. Agora, na prática? A coisa não funciona, é totalmente diferente. Então, nós temos que ter esses parâmetros. Se sairem as grandes empresas daqui, como é que fica? É um problema social absurdo, então precisa ser pensado nisso também. Tá errado o governo? Talvez não, mas deveria ter uma participação maior e até mesmos dos próprios fabricantes. Grandes fabricantes poderiam, por exemplo, apoiar iniciativas ou uma ONG como a nossa".

A situação exposta pelos entrevistados da relação entre o governo e os fabricantes remete a uma espécie de "irresponsabilidade organizada", em que a omissão dos atores sociais de diferentes frentes e a ausência de responsabilidades específicas alimentam uma cadeia que pretere ou mesmo inviabiliza a busca pela sustentabilidade. Essa situação, em que a responsabilidade por ações efetivas é transferida para outros agentes, é bastante comum em nosso país. Para Beck, ela também se configura em uma escala mundial:

> [...] a altamente diferenciada divisão do trabalho implica uma cumplicidade geral e esta, por sua vez, uma irresponsabilidade generalizada. Todos são causa *e* efeito, e portanto uma *não* causa. As causas esfacelam-se numa vicissitude generalizada de atores e condições, reações e contrarreações. Isto confere evidência social e popularidade à ideia sistêmica. Desse modo, evidencia-se exemplarmente onde reside a importância biográfica da ideia sistêmica: *pode-se fazer algo e continuar a fazê-lo sem ter de responder pessoalmente por isto* (BECK, 2011, p. 39).

As diferentes esferas sociais (fabricantes, distribuidores, comerciantes, consumidores e órgãos públicos) poderiam se articular e dividir responsabilidades para realizar a gestão de resíduos sólidos nos centros urbanos, mas não o fazem. As leis já existem, mas sua implementação é frágil. As organizações, sob o prisma da PNRS, deveriam elaborar medidas para a redução dos resíduos sólidos, por meio de estratégias de retorno dos produtos para a cadeia industrial após o consumo. De acordo com o depoimento dos gestores, isso não ocorre. Conforme complementa Beck, "[...] a interdependência sistêmica dos altamente especializados atores da modernização na economia, na agricultura, no direito e na política corresponde à ausência de causas específicas e responsabilidades isoláveis" (BECK, 2011, p. 38). Nota-se que os depoimentos dos entrevistados ganham um contorno altamente crítico. Mas, ao mesmo tempo, eles guardam uma dimensão idealizada, uma vez que as soluções para esses impasses não são simples nem rapidamente viabilizáveis. Em nosso entendimento, esse descompasso evidencia a dificuldade de

articulação política entre os diversos autores e interesses envolvidos na questão ambiental. A saída mais imediata acaba sendo apontar os limites dos outros. Nesse sentido, conforme Jacobi e Besen destacam:

> [...] a realidade brasileira demanda muito compromisso dos dirigentes municipais na escolha de soluções adequadas de baixo custo, de tecnologias compatíveis com o contexto local e com a implantação da coleta seletiva. [...] o investimento da administração municipal não vai ao encontro da gestão integrada e sustentável dos resíduos sólidos urbanos quando se trata dos resíduos domiciliares e que essa problemática necessita ser enfrentada em suas dimensões da sustentabilidade urbana, socioambiental e financeira. [...] Torna-se necessário definir estratégias para promover a redução de resíduos nas fontes geradoras, por meio de educação ambiental permanente, a coleta seletiva com inclusão de catadores e metas de redução de disposição de resíduos no solo, por meio de um plano de gestão abrangente, integrado e pactuado com a sociedade (JACOBI; BESEN, 2011, p. 153).

Longe das saídas certeiras, estamos diante de desafios que se impõem e demandam debates sobre as alternativas factíveis nos cenários locais, estaduais, federais e mundial. As medidas são, antes de tudo, políticas e demandam ações efetivas tanto da administração pública quanto das organizações privadas. Nota-se, assim, que:

> As questões técnicas, econômicas e institucionais dificultam aos municípios brasileiros realizar uma gestão integrada e sustentável dos resíduos de sua competência, tais como os resíduos urbanos e os da construção civil e de serviços de saúde produzidos pelas próprias municipalidades (JACOBI; BESEN, 2011, p. 152).

Incluímos, nessas dificuldades, os resíduos eletroeletrônicos. Diante desse cenário, o que vemos é a ampliação dos riscos e danos ambientais. O lixo produzido e não coletado é disposto de maneira irregular nas ruas, em fundos de vale, em rios e córregos, o que traz efeitos colaterais tais como assoreamento, entupimento de bueiros com consequente aumento de enchentes nas épocas de chuva, além da destruição de áreas verdes, mau cheiro, proliferação de moscas, baratas e ratos, todos com graves consequências diretas ou indiretas para a saúde pública. Sobre esse agravamento de problemas, Jacobi e Besen afirmam:

> Além do expressivo crescimento da geração desses resíduos, observam-se, ainda, ao longo dos últimos anos, mudanças significativas em sua composição e características e o aumento de sua periculosidade (OMS, 2010; EPA, 2010). Essas mudanças

> decorrem especialmente dos modelos de desenvolvimento pautados pela obsolescência programada dos produtos, pela descartabilidade e pela mudança nos padrões de consumo baseados no consumo excessivo e supérfluo (JACOBI; BESEN, p.136).

A produção industrial, em larga escala, tem gerado um aumento e uma diversificação dos componentes eletrônicos. De acordo com o fundador: *"O consumidor, hoje, ele é quem detém o material a ser descartado. Apesar de a logística reversa ser uma ação compartilhada entre fabricante, comerciante e consumidor. Hoje, aqui, a relação está só entre a ONG e o consumidor. Aqui não tem a relação do fabricante e do comerciante, e nem do poder público. [...] O consumidor tem estado mais consciente [...]. E, o que acontece? Se você estimular, se você tem uma porta aberta aqui onde você fala: 'olha só, lixo eletrônico é lá'; o cara vem trazer! A população, pelo menos a local, tem reagido dessa forma. [...]. O que eu vejo, muitas vezes, é que faltam estímulos, até mesmo do poder público. [...] De incentivar práticas como essa; de contribuir com práticas como essa; de ajudar mesmo na divulgação, nas ações de coleta, pra poder fomentar e melhorar o ambiente onde a gente vive. [...] A responsabilidade do consumidor está cada vez mais presente. [...] O consumidor é o grande propulsor da ONG. Ele é quem fomenta tudo isso".*

O fundador observa a importância do consumidor na cadeia sistêmica de responsabilidades para com a destinação correta dos resíduos. Embora em iniciativas ainda muito isoladas, os consumidores, na visão do fundador, estão assumindo sua parcela de responsabilidade quanto ao descarte do resíduo gerado. No entanto, Jacobi e Besen destacam:

> [...] embora tenha havido um incremento na conscientização da população, no geral essa tem pouca informação sobre o que acontece com o destino do seu lixo e pouco espaço de decisão sobre a melhor forma de gerenciá-lo. Também não existem espaços institucionais de interlocução da prefeitura com universidades e organizações não governamentais que atuam com a gestão de resíduos sólidos para a construção de um modelo de gestão para a cidade (JACOBI; BESEN, 2011, p. 153-154).

As articulações entre a população e as organizações ainda carecem de mecanismos que estabeleçam programas e discussões que problematizam as relações de produção e consumo contemporâneas e seus desdobramentos sobre os aspectos ambientais. Além disso, "[...] a ausência de áreas para disposição final é

um problema global" (JACOBI; BESEN, 2011, p. 153) e também contribui para que a população descarte de maneira inadequada seus resíduos, comprometendo de modo significativo a ideia de integração entre a população e os diferentes setores organizacionais, na medida em que o consumidor possui um papel fundamental a respeito da responsabilidade acerca da gestão compartilhada dos resíduos.

Outro ponto que pudemos notar nesta categoria é que os entrevistados assumem um discurso crítico em relação às ações governamentais e as demais organizações. Entretanto, uma prática sustentável requer uma análise multifacetada tanto dos agentes sociais quanto das ações efetivas a serem assumidas. As considerações dos entrevistados, assim como os estudos teóricos, evidenciam que as iniciativas e programas ambientais esbarram em interesses políticos e funcionam com base em articulações majoritariamente econômicas, voltadas à expansão da produção e do consumo. Nesse sentido, "[...] atualmente, o desafio é inverter a lógica prevalecente e investir cada vez mais na redução da produção excessiva e no desperdício, assim como na coleta seletiva e na compostagem, e cada vez menos na destinação final" (JACOBI; BESEN, 2011, p. 154).

São situações que só poderão ser enfrentadas à medida que forem estabelecidas legislações efetivamente comprometidas com a preservação da natureza em suas múltiplas dimensões (social, ambiental e econômica). Nesse sentido, programas de redução do consumo que busquem o reaproveitamento e a reutilização dos diferentes resíduos gerados em todas as etapas dos processos de produção até o pós-consumo ganham relevância. Entretanto, cabe questionar até que ponto isso se consolida como um investimento interessante para a atual base econômica capitalista nacional e mundial. Acreditamos que nesse campo existam tensões, impasses e interesses políticos díspares que apontam para a dificuldade e complexidade de sua gestão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diariamente, o mundo contemporâneo nos coloca diante do desafio de compreender os modos de existência que estamos construindo, desde as relações microssociais até o contato com a natureza. Nesse sentido, a análise empreendida neste trabalho buscou dar destaque a uma problematização acerca do consumo contemporâneo – considerado um dos componentes centrais para a constituição do nossa existência na atualidade – e alguns de seus efeitos tanto sociais quanto ambientais. Buscou-se evidenciá-los como ponto central da discussão sobre as relações entre homem e natureza, entre as organizações e o debate da sustentabilidade dentro do cenário capitalista. Para tanto, estabeleceu-se um campo de diálogo com a ONG pesquisada a fim de compreender as ideias e modos operacionais de uma possível prática sustentável.

A pesquisa se propôs a estabelecer uma conexão com diferentes áreas do saber, dando destaque para a Administração e dialogando com a Economia, a Psicologia Social e a Sociologia. Tal diálogo permitiu uma compreensão mais ampla das questões tematizadas nos objetivos do estudo, de modo a possibilitar que a área da Administração transite por outros territórios analíticos, prezando por uma interdisciplinaridade.

O problema aqui investigado trouxe à tona dimensões relativamente pouco problematizadas na área de Administração: as consequências destrutivas do modo de produção e consumo contemporâneos, sobretudo no que diz respeito à geração de resíduos sólidos nos centros urbanos, e, em particular, a geração excessiva de resíduos eletroeletrônicos. Essa dimensão destrutiva nos direcionou a tomar criticamente em análise as bases produtivas e modos de consumo da sociedade contemporânea.

O acúmulo de lixo nos centros urbanos tem se destacado como um grave problema ambiental nas últimas décadas. O aumento exponencial da produção industrial e o estilo de vida consumista da sociedade contemporânea tem intensificado ainda mais essa problemática. Lixões cada vez mais poluentes, a falta de programas efetivos para a implementação de coleta seletiva e a escassez de iniciativas privadas e governamentais têm sido alguns dos problemas que enfrentam os centros urbanos e os gestores brasileiros (JACOBI; BESEN, 2011), uma situação

que pode ser constatada, em âmbito local, quando em contato com os resultados obtidos na ONG analisada.

A produção, o tratamento e a destinação correta do lixo eletrônico implicam um grave problema do cotidiano urbano e que necessita soluções efetivas. A pesquisa nos levou a compreender que a situação é de alta complexidade e envolve um jogo de interesses privados coorporativos, mas também públicos, que se manifestam no campo político de discussão das prioridades dos municípios. Em virtude da relação ambientalmente insustentável gerada pelo consumo e descarte contemporâneos, os centros urbanos do mundo todo, e mais especificamente os municípios brasileiros, se deparam com sérias dificuldades para manter um gerenciamento e tratamento adequado, bem como uma destinação final correta para os resíduos cotidianamente produzidos em todas as etapas dos processos de produção até o pós-consumo. São estas situações evidenciadas na pesquisa que nos colocam em estado de alerta, desafiam gestores e colocam em xeque as formas de organização sociais existentes. Diante disso, ao final deste percurso, destacamos três pontos fundamentais que entendemos ser relevantes para uma síntese das discussões a respeito da sustentabilidade e das organizações.

Primeiramente, foi possível constatar que está em curso uma produção de subjetividades que, neste tempo histórico, está amplamente conectada ao sistema econômico dominante. Trata-se de um capitalismo globalizado que tem como principal vetor de sua expansão a *glamourização* e o estímulo incessante para o consumo. Isso dá contornos bem marcados de uma sociedade de consumo, na qual os modos de vida da população, o direcionamento das políticas públicas e as ações empresariais privadas fomentam práticas predatórias de exploração e/ou de poluição sistemática da natureza.

Um dos efeitos dessa organização social é a disseminação de um modo de existência consumista e, simultaneamente, descartável. Sujeitos e objetos, em alguma medida, tornaram-se mercadorias consumíveis, obsoletas e descartáveis. Nesse contexto, entendemos que a ONG se propõe a assumir um posicionamento crítico com relação à preservação do meio ambiente. O fato de a organização promover palestras, cursos e trocas de informação com a população local, incentivar a redução da compra e a reutilização de equipamentos eletroeletrônicos, de certo modo, a posiciona no enfrentamento do consumo. Práticas estas que demonstram, ainda que de modo parcial, uma proximidade com as discussões sobre

sustentabilidade, em particular sobre uma gestão adequada dos resíduos sólidos. Apesar disso, é notável em seus valores a presença de algumas dimensões idealizadas, à medida que atribui à conscientização um caminho chave para enfrentamento desses processos subjetivos complexos que favorecem o consumismo.

Em segundo lugar, ressaltamos que o consumidor é, simultaneamente, um produtor de lixo. Tal constatação é pouco ou nada posta em questão nas campanhas midiáticas das organizações, sejam elas privadas ou governamentais. Como constatado no contato com a ONG, poucas são as iniciativas que objetivam enfrentar diretamente os efeitos naturais e sociais dos resíduos gerados nas cidades. Os relatórios nacionais sobre tal produção, em consonância com as perspectivas da ONG, demonstram que as iniciativas nessa direção são escassas, isoladas e ineficientes.

Em terceiro lugar, destacamos o princípio da reciclagem. Em grande medida, a adesão isolada ao princípio da reciclagem se mostra insuficiente para a construção de um programa efetivo de sustentabilidade. Deixando as outras dimensões da sustentabilidade em segundo plano (não utilização, redução e reutilização), a implementação de processos exclusivamente focados na reciclagem tende a suavizar os efeitos do consumismo e do descarte, produzindo sensações de que o consumo pode e deve ser realizado sem muitas preocupações com a destinação do lixo. Reconhecemos aqui a importância do trabalho da ONG em que pese as operações de reaproveitamento, assim como de outras iniciativas de reciclagem da região.

Entretanto, a questão que se impõe neste caso é: será que, em alguma medida, a ideia da reciclagem (quase como um sinônimo de desenvolvimento sustentável) não estaria servindo para legitimar ainda mais a prática consumista da sociedade contemporânea, já que não coloca diretamente em debate os efeitos corrosivos do consumismo? A valorização das práticas de reciclagem, em prejuízo dos princípios da não geração de novas mercadorias, da redução do consumo e da reutilização de objetos já adquiridos, reduz o problema a uma esfera que não questiona diretamente os valores de mercado. Pensar para além dos aspectos da reciclagem envolve, entre outras ações, uma mudança política nas práticas cotidianas de consumo.

A partir da temática analisada nesta pesquisa, nos deparamos com a necessidade urgente de que gestores e/ou estudantes da área de Administração tenham acesso a uma formação capaz de elaborar a crítica necessária ao modos de produção capitalista atual e seus desdobramentos em consumo e produção de lixo. Trata-se de uma formação menos técnica e idealizada, que adote uma dimensão mais problematizadora dos riscos e danos ambientais decorrentes desse sistema socioeconômico. Empreender um debate de caráter crítico e problematizante sobre o consumo e o capitalismo contemporâneo e suas consequências destrutivas, no âmbito da Administração, impõe-se como um grande desafio. Isso ganha concretude à medida que, constantemente, essa área de conhecimento direciona seus esforços teóricos e empíricos para o aprimoramento de métodos e estratégias de produção e acúmulo de capital.

O estudo de caso sobre esta ONG, articulado ao referencial teórico aqui adotado, abriu caminho para dar visibilidade a perspectivas locais e situadas capazes de analisar as organizações como instâncias micropolíticas que produzem efeitos sociais e ambientais macropolíticos. Assim sendo, aquilo que poderia se constituir como um limite da área da Administração (com sua tradição mais técnica, prescritiva e econômica) pode se reconfigurar como um campo promissor de pesquisa para avançar em perspectivas teoricas e empíricas. Entendemos, desse modo, que, para além da aplicabilidade puramente instrumental, a área de Administração pode se situar em um campo desafiador, conectada com as dimensões política, social e ambiental de nosso país.

Nesse empreendimento, destacamos a relevância de que a área de Administração estabeleça diálogos com outras áreas de conhecimento a partir de vertentes problemaziadoras e complexas que, embora ocupem uma posição marginal no que se refere ao debate das organizações, podem trazer colaborações importantes para a construção de programas voltados à sustentabilidade nas empresas. Consideramos também que as experiências mais microssociais, que só podem ser acessadas a partir dos saberes locais e situados por meio de estudos qualitativos, são de grande relevância para a área de Administração, apesar de ainda serem, em alguma medida, menos frequentes e, por vezes, desqualificadas.

Por fim, cabe dizer que esta pesquisa não esgota o tema abordado, mas abre perspectivas para novas investigações. Afinal, diante da estreita relação entre consumo e descarte, como repensar os modos de vida e uma configuração mais

sustentável nos centros urbanos? Como abordar a sustentabilidade sem problematizar conexão entre a sociedade de consumo, sua tendência à exploração predatória da natureza e sua inevitável produção de lixo? São indagações que demandam uma abertura política e crítica para serem investigadas em novos estudos.

Entendemos que o tema ainda guarda muitas dimensões a serem exploradas, que podem contribuir para o avanço da discussão envolvendo as organizações e a sustentabilidade. Tais investigações podem contribuir para desnaturalizar algumas práticas comuns do cotidiano e problematizar temas importantes que necessitam urgentemente de debates e trabalhos teóricos mais aprofundados, sobretudo na área da Administração.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY R.; SPERANZA, J. S.; PETITGAND, C. **Lixo zero**: gestão de resíduos sólidos para uma sociedade mais próspera. São Paulo: Planeta sustentável: Instituto Ethos, 2013.

ABRELPE – Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais. **Panorama de Resíduos Sólidos no Brasil 2014**. São Paulo: Abrelpe, 2014.

AMBLER, T. The new dominant logic of marketing: views of the elephant. London: Centre for Marketing of London Business School. **Working Paper**, n. 04-903, 2004.

ARTHMAR, R. Os Estados Unidos e a economia mundial no pós-Primeira Guerra. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº 29, p. 97-117, 2002

BARBOSA, L. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

_____.; CAMPBELL, C. (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BARLEY, S. R.; KUNDA, G. Design and devotion: surges of rational and normative ideologies of control. **Administrative Science Quarterly**, v. 37, n. 3, p. 363-399, 1992.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Z. **Capitalismo parasitário e outros temas contemporâneos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BECK, U. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. 2. ed., São Paulo: Editora 34, 2011.

BESEN, G. R. Programa de coleta seletiva de Londrina: caminhos inovadores rumo à sustentabilidade. In: Jacobi, P. (Org). **Gestão compartilhada dos resíduos sólidos no Brasil**. São Paulo: AnnaBlume. São Paulo. 2006.

BOULDING, K. E. The economics of the coming spaceship Earth. In: JARETT, H. (ed.). **Environmental quality in a growing economy**. Baltimore, MD: Resources for the future/John Hopkins University Press, 1966.

BRASIL. Lei n. 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a política nacional de resíduos sólidos; altera a lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998 e dá outras providências. **Centro de Documentação e Informação**, Brasília: Edições Câmara, 2010.

CALIXTO, P.S.; HERNÁNDEZ PRADOS, M. Á. La evolución del concepto de sostenibilidad y su incidencia en la educación ambiental. **Teor. educ**. 20, p. 179-204, 2008.

CARRARO, B. **Rádio Globo**. Disponível em http://www.radioglobolondrina.com.br/noticias/.

CHANLAT, J. F. **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1996.

CHAUVEL, M. A. The history of marketing thought and “The Great Transformation” of Polanyi: how to conciliate social and economic Interests. Balas Conference, 2001. San Diego. **Anais**... San Diego, 2001.

COBRA, M. Um resumo do percurso do marketing brasileiro. **Revista FAE Business**, n. 4, dez., 2002.

COGGIOLA, O. **O poder e a glória**: crescimento e crise no capitalismo de pós-Guerra (1945-2000). Porto Alegre: Pradense, 2010.

COOPER, R.; BURRELL, G. Modernismo, pós-modernismo e análise organizacional: uma introdução. In.: CALDAS, M. P.; BERTERO, C. O. **Teoria das organizações**. São Paulo: Editora Atlas, 2007. p. 312-335.

CORRÊA, R. **Comunicação integrada de marketing**: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.

DEUS, R. M.; BATTISTELLE, R. A. G.; SILVA, G. H. R. Resíduos sólidos no Brasil: contexto, lacunas e tendências. **Eng. Sanit. Ambient**, v. 20, n. 4, p. 685-698, out.-dez., 2015.

DOVERS, S. R. Sustainability: demands on policy. **Jornal of Public Policy**, v. 16, n. 3, p. 303-318, 1996.

DRUCKER, P. F. **The practice of management**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1954.

EHRLICH, P. R. **The population bomb**. New York: Oxford University Press, 1968.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOLADORI, G. **Limites do desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, São Paulo: Imprensa Oficial, 2001.

FONTENELLE, I. A. O mundo de Ronald McDonald: sobre a marca publicitária e a socialidade midiática. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 137-149, jan.-jun., 2002.

_____. O trabalho da ilusão: produção, consumo e subjetividade na sociedade contemporânea. **Interações**, Campo Grande, vol. X, n. 19, p. 63-86, jan.-jun., 2005.

FOX, L. **A história das coisas**. Documentário. 2005.

FRIEDEN, J. A. **Capitalismo global**: história econômica e política do século XX. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

GODOI, C. K.; BALSINI, C. P. V. A pesquisa qualitativa nos estudos organizacionais brasileiros: uma análise bibliométrica. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DEMELO, R.; SILVA, A. B. (orgs). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. 2. ed., Editora: Saraiva; São Paulo: 2010. p. 89-113.

GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DEMELO, R.; SILVA, A. B. (orgs). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. 2. ed., Editora: Saraiva; São Paulo: 2010. p. 115-145.

GOHN, M. G. **O protagonismo da sociedade civil**. São Paulo: Ed. Cortez, 2005.

GOLDSMITH, E.; ALLEN, R.; ALLABY, M.; DAVOLL, J.; LAWRENCE, S. **A blueprint for survival**. London UK: Penguin, 1972.

GOUGH, I. Welfare states and environmental states: a comparative analysis. **Environmental Politics**, v. 25, n. 1, pp. 24-47 2015.

GUATTARI, F; ROLNIK, S. **Micropolítica**: cartografias do desejo. 4. ed., Petrópolis: Vozes, 1996.

HOBSBAWM, E. J. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional de Saneamento Básico**, 2008. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.

JACOBI, P. R. Educação ambiental: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo. **Revista Educação e Pesquisa FE-USP**, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 302-313, maio/ago., 2005.

JACOBI, P. R.; BESEN, G. R. Gestão de resíduos sólidos em São Paulo: desafios da sustentabilidade. **Estudos Avançados**, v. 25, n. 71, p. 135-158, 2011.

KEEGAN, W. J. **Global marketing management**. 5. ed., New Jersey: Prentice Hall, 1995.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

LAS CASAS, A. L. Marketing: uma introdução. In: _____. **Marketing**: Conceitos, Exercícios e Casos. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

LAYRARGUES, P. P. O cinismo da reciclagem: o significado ideológico da reciclagem da lata de alumínio e suas implicações para a educação ambiental. In: LOUREIRO, C. F. B.; LAYRARGUES, P. P.; CASTRO, R. S. (Orgs.). **Educação ambiental:** repensando o espaço da cidadania. 5. ed., São Paulo: Cortez, 2011.

LEBOW, V. Price Competition in 1955. **Journal of Retailing**, New York University School of Retailing, v. XXXI, n. 1, Spring, 1955.

LEFF, E. **Discursos sustentáveis**. São Paulo: Cortez Editora, 2010.

_____. **Epistemologia ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001.

LEME, A. A. Neoliberalismo, globalização e reformas do Estado: reflexões acerca da temática. Barbarói: **Revista do Departamento de Ciências Humanas**, Santa Cruz do Sul, n. 32, jan./jul., 2010.

LEVITT, T. Marketing myopia. **Harvard Business Review**. v. 38, p. 45-56, jul.-ago., 1960.

LIMA, D. N. O. **Consumo**: uma perspectiva antropológica. Petropolis: Vozes, 2010.

LIPOVETSKY, G. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LONDRINA. **Plano municipal de saneamento básico de Londrina** – PR. Londrina: 2015.

LUZIO DOS SANTOS, L. M. **Socioeconomia**: solidariedade, economia social e as organizações em debate. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

MAY, T. **Pesquisa social**: questões, métodos e processos. 3. ed., Porto Alegre: Artmed, 2004.

MEADOWS, D. H.; MEADOWS, D. L.; RANDERS, J.; BEHRENS, W. **The limits to growth:** a report for the Club of Rome's project on the predicament of mankind. New York: University Books, 1972.

MERRIAM, S. **Qualitative research**: a guide to design and implementation. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2009.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2012.

MIRANDA, C. M. C.; ARRUDA, D. M. O. A evolução do pensamento de marketing: uma análise do corpo doutrinário acumulado no século XX. **RIMAR - Revista Interdisciplinar de Marketing**, Maringá, v. 3, n. 1, p. 40-57, jan.-jun., 2004.

MORIN, E. **Ciência com consciência**. 8. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

_____. **Saberes globais e saberes locais**: o olhar transdisciplinar. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

MORGAN, G. **Imagens da organização.** Tradução Cecília Whitaker Bergamini, Roderto Coda. 1. ed. 13. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

O'CONNOR, J. ¿Es posible el capitalismo sostennible? In: ALIMONDA, H. Ecologia politica. **Naturaleza, sociedad y utopia**. Buenos Aires: CLACSO, p. 27-52, 2002.

OLIVEIRA, A. C.; HADDAD, S. As organizações da sociedade civil e as ONGs de educação. **Cadernos de Pesquisa**, n. 112, Março, 2001.

ONG. 2016. **Web site**.

PELICIONI, A. F. Movimento ambientalista e educação ambiental. In: PHILIPPI JR., A.; PELICIONI, M. C. F. (Eds.). **Educação ambiental e sustentabilidade**. 2. ed. rev. e atual., Barueri: Manole, p. 413-443, 2014.

PIERRI, N. El Proceso histórico y teórico que conduce a la propuesta del desarrollo suntentable. In: PIERRI, N.; FOLADORI, G. (Eds.) **Sustentabilidade?** Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable. Montevideo: Trabajo y Capital, 2001.

POLANYI, K. **A grande transformação**: as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

RODRIGUES, M. S.; DELLAGNELO, E. H. L. Do discurso e de sua análise: reflexões sobre limites e possibilidades na Ciência da Administração. **Cad. EBAPE.BR**, v. 11, n. 4, artigo 8, Rio de Janeiro, p. 627-635, dez., 2013.

RODRIGUES, R. R. J.; MANSANO, S. R. V. Consumir e descartar: verbos perigosos? In: CAMARGO, H. W. C.; MANSANO, S. R. V. (Orgs). **Consumo e modos de vida**. Londrina: Syntagma Editores, 2013.

SANDHUSEN, R. L. O processo de marketing: conceitos básicos. In: _____. **Marketing básico**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SANTOMÉ, J. T. As origens da modalidade de currículo integrado. In: **Globalização e Interdisciplinariedade:** o Currículo Integrado. Porto Alegre; Editora: Artmed; p. 9-23. 1998.

SANTOS, N. **Por uma outra globalização do pensamento único a consciência universal**. São Paulo: Editora Record, 2003.

SANTOS, T.; LIMA, M. V. V.; BRUNETTA, D. F; FABRIS, C; SELEME, A. O desenvolvimento do marketing: uma perspectiva histórica. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 89-102, jan.-mar., 2009.

SCHNAIBERG, A. Sustainable development and the treadmill of production. In BAKER, S et al. (Ed.s). **The politics of sustainable developmen**t: theory, policy and practice within the European Union. London & New York: Routledge Press, 1997. p. 72-88.

SCHULTZ, D. E.; TANNENBAUN, S. I.; LAUTERBORN, R. F. **Integrated marketing communications**. Illinois: NTC Business Book, 1996.

SEGHEZZO, L. The five dimensions of sustainability. **Environmental Politics**, v. 18, n. 4, p. 539-556, 2009.

SELUR - SINDICATO NACIONAL DAS EMPRESAS DE LIMPEZA URBANA; PWC – PRICEWATERHOUSECOOPERS. **Índice de sustentabilidade da limpeza urbana para os municípios brasileiros**. 2016. Disponível em <http://www.selur.com.br/wordpress/wp-content/uploads/2016/06/SELUR-ISLU-2016-acessibilizado1.pdf> Acesso em 20 de janeiro de 2017.

SHETH, J.; GARDNER, D.; GARRETT, D. **Marketing theory**: evolution and evaluation. New York: John Wiley & Sons, 1988

SILVA, M. B. O. Obsolescência programada e teoria do decrescimento versus direito ao desenvolvimento e ao consumo (sustentáveis). **Veredas do Direito,** Belo Horizonte, v. 09, p. 181-196, 2012.

SMITH, A. **A riqueza das nações**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

SOUZA, J. Apresentação: o mundo desencantado. In: WEBER, M. **A gênese do capitalismo moderno.** Organização e comentários Jessé Souza. São Paulo: Ática, 2006.

STENGERS, I. **No tempo das catástrofes** - resistir a barbárie que se aproxima. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

UNEP - UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. **Healthy environment, healthy people**. Executive Summary. Thematic Report. Ministerial Policy Review Session. Nairobi. 2016.

_____. **Recycling – from e-waste to resources**: sustainable innovation and technology transfer industrial sector studies. UNEP DTIE, 2009.

VEBLEN, T. The theory of leisure class. An economic study of institutions. **The Collected Works of Thorstein Veblen**. V. I. 1994.

VELLOSO, M. P. Os restos na história: percepções sobre resíduos. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 13, n. 6, p. 1953-1964, 2008.

VIALLI, A. Seu computador velho vale dinheiro. **Guia Exame de Sustentabilidade**. São Paulo. p. 66-70, abril, nov. 2012.

VIZEU, F.; MENEGHETTI, F. K.; SEIFERT, R. E. Por uma crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável. **Cadernos EBAPE.BR (FGV)**, v. 10, n. 3, artigo 6, Rio de Janeiro, p. 569–583, set., 2012.

WEBER, M. A origem do capitalismo moderno. In.: _____. **História geral da economia**. São Paulo: Mestre Jou, 1968.

WILKINSON, I. A history of network and channels thinking in marketing in the 20th century. **Australasian Journal of Marketing**, v. 9, n. 2, p. 23-53, 2001.

WORLD BANK. **What a waste**: A global review of solid waste management. Washington, DC, 2012.

WWF - World Wide Fund For Nature. **Living planet report summary**. Formerly World Wildlife Fund. 2016.

YIN, R. K. **Case study research design and methods**. 5. ed., Thousand Oaks, CA: Sage. 2014.

_____. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed., Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICE A: TCLE – Termo de Compromisso Livre e Esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Convidamos o senhor a participar da Pesquisa: "**Consumo, descarte e sustentabilidade: um estudo de caso"**, sob a responsabilidade do pesquisador: Eduardo de Faria Nogueira, cujo objetivo consiste em "analisar as práticas operacionais e o discurso gerencial da ONG e suas interfaces com o consumo, o descarte e a sustentabilidade".

Sua participação é muito importante e se dará por meio de **entrevistas semiestruturadas com gravação de áudio** para posterior transcrição e análise do material. Além disso, contaremos com a possibilidade de uma **análise documental e observações** do cotidiano da ONG em duas ou três sessões, de duas horas cada.

Esclarecemos que sua participação é totalmente **voluntária**, podendo recusar-se a participar ou mesmo desistir a qualquer momento, sem que isto acarrete qualquer ônus ou prejuízo à sua pessoa. Portanto, o senhor não pagará e nem será remunerado por sua participação. Esclarecemos, também, que suas informações serão utilizadas somente para os fins desta pesquisa e serão tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade. Informamos que os resultados da pesquisa serão publicados, resguardados os seus dados pessoais. Pedimos permissão apenas para a divulgação do nome da ONG e dos dados coletados durante a disseminação dos resultados.

Os benefícios da pesquisa estão na aproximação da academia com a comunidade, fomentando a produção de conhecimento na área de Administração. Quanto aos riscos, informamos que eles não existem, uma vez que faremos uso apenas de entrevistas, observações e documentos.

Caso o senhor tenha alguma dúvida ou necessite de maiores esclarecimentos, poderá entrar em contato com o pesquisador pelo telefone (43) 9938-2692 / 3343-0616, ou entrar em contato com a coordenação do PPGA/UEL - CESA - Campus Universitário: Rod. Celso Garcia Cid, Km 380, (43) 3371-4693 - Londrina-PR.

Este termo deverá ser preenchido em duas vias de igual teor sendo uma delas devidamente assinada e devolvida ao senhor.

Londrina, ___ de _____ de 2016.

Eduardo Nogueira

Pesquisador Responsável

RG:

Eu, **(Nome do entrevistado),** tendo sido devidamente esclarecido sobre os procedimentos da pesquisa, concordo em participar voluntariamente da pesquisa descrita acima.

Assinatura:_____

Data: ___ de _____ de 2016.

APÊNDICE B: Roteiro de Entrevista

Gerente

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO
Idade:
Escolaridade:
Função:
Tempo de trabalho na função:
Tempo de trabalho na ONG:

INTRODUÇÃO
- Conte-me a sua história com a ONG.

CATEGORIA 1: A produção capitalista e o consumo
- Como entende a produção de lixo em nosso país e em nossa cidade?
- Qual seu entendimento sobre a configuração social contemporânea conhecida como: sociedade de consumo?
- Como avalia o consumo de equipamentos eletrônicos em nosso país e cidade?
- Qual a importância que o senhor atribui à ONG nesse contexto?

CATEGORIA 2: Repercussões das crises socioambientais na ONG e cidade
- Acredita que estamos vivendo uma crise ambiental hoje? Como a descreve?
- Como avalia a cidade de Londrina em relação ao cuidado com o meio ambiente?
- O senhor conhece algum programa voltado para o meio ambiente na cidade de Londrina?
- Como a ONG se posiciona em relação a essa crise ambiental?
- Quais são os valores ecológicos da ONG?

CATEGORIA 3: O consumidor e a produção de lixo eletrônico
- Como o senhor analisa o consumo tecnológico nesses últimos anos?
- Quais os motivos que levam as pessoas a consumirem produtos eletrônicos?
- O que as leva a descartar esses produtos?
- Qual sua opinião sobre as estratégias de marketing e de obsolescência programada disseminadas em nosso cotidiano?
- Como você compreende o problema ambiental do lixo eletrônico?

CATEGORIA 4: Práticas organizacionais e valores sustentáveis da ONG
- Qual papel social da ONG frente ao problema da produção de lixo?
- Quais valores ela adota?
- Como ocorre sua organização interna de trabalho?
- Como ela atua junto à cidade?

Outras Informações:
- Há alguma outra informação que gostaria de acrescentar à nossa conversa?

Fundador

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO
Idade:
Escolaridade:
Função:
Tempo de trabalho na função:
Tempo de trabalho na ONG:

INTRODUÇÃO
- Conte-me um pouco sobre sua história com a ONG.

CATEGORIA: Práticas organizacionais e valores sustentáveis da ONG
- Como ocorre sua organização interna de trabalho? Como ela atua junto à cidade de Londrina e Região? Quais as perspectivas futuras da ONG?
- Quais são os valores, em termos, sociais, ambientais, políticos da ONG?
- Qual papel da ONG frente ao problema da produção de lixo e da sustentabilidade em geral?

CATEGORIA: A produção capitalista e o consumo
Alguns sociólogos, antropólogos, economistas, teóricos organizacionais, entre outros, atribuem o rótulo "sociedade de consumo" para designar a configuração social da contemporaneidade. Um modelo de organização social, capitalista, baseados na expansão sistemática da produção e do consumo, sobretudo do consumo, em um nível que extrapola quantitativamente e qualitativamente outras épocas anteriores na história da civilização humana.
- De maneira geral (desde um nível global até uma perspectiva regional-local) sobre o modo de produção e consumo: me fale suas impressões a respeito, sobre as causas, consequências e desdobramentos desses no mundo contemporâneo.
- Sobre a produção, o consumo e o descarte de produtos eletroeletrônicos (desde um nível global até uma perspectiva regional-local), me fale suas impressões sobre isso.
- Qual a importância que o senhor atribui à ONG nesse contexto?

CATEGORIA: Das crises socioambientais, ONG e cidade
Alguns estudiosos entendem que estamos vivendo tempos de crises: crise política, social, econômica, cultural e ambiental. O discurso sobre sustentabilidade começa a ganhar força pós a segunda metade do século XX.
- Sobre a perspectiva da crise socioambiental: me fale suas impressões sobre isso (a nível global até regional-local).
- Como avalia nosso país, o Paraná e a cidade de Londrina em relação ao cuidado com o meio ambiente? Como a ONG se posiciona diante da crise ambiental?

CATEGORIA: O consumidor e a produção de lixo eletrônico?
- Qual a importância, qual papel do consumidor diante do paradoxo consumo-descarte? Como a ONG atua frente a este consumidor?
- Qual a gravidade da problemática sobre lixo eletrônico (global e local)?
- Na sua visão, em termos Nacionais e Locais, como as cidades enfrentam a problemática dos lixos eletrônicos.

CATEGORIA: Estado e ONG: relações, limites e desafios
- Quais as relações da ONG com o Estado?
- Quais os desafios e dificuldades que a ONG enfrenta nessa relação?

Outras Informações:
- Há alguma outra informação que gostaria de acrescentar à nossa conversa?