

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
MESTRADO EM ORGANIZAÇÕES E SOCIEDADE

DÉCIO SOARES VICENTE

MERCADOS VERDES:
Etnografia do Pensamento Sustentável

PORTO ALEGRE, 30 DE MARÇO DE 2011

DÉCIO SOARES VICENTE

MERCADOS VERDES:

Etnografia do Pensamento Sustentável

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Orientadora: Dr^a. Lúcia Helena Alves Müller

PORTO ALEGRE
2011

DÉCIO SOARES VICENTE

**MERCADOS VERDES:
Etnografia do Pensamento Sustentável**

Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Orientadora: Dr^a. Lúcia Helena Alves Müller

Aprovada em ____ de _____ de 2011.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dr^a. Lúcia Helena A. Muller

Prof^a. Dr^a. Isabel Cristina Moura Carvalho

Prof. Dr. Arlei Sander Damo

*Arriscar-se causa ansiedade, mas deixar de arriscar-se é como
destruir a própria alma.*

Kierkegaard

Agradecimentos

Meus sinceros agradecimentos para a professora Lúcia Müller, que me incentivou a ingressar no mestrado, e com muita sabedoria e paciência me orientou na execução deste estudo. Agradeço a oportunidade que a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) me possibilitou ao ceder a bolsa de estudos, o que permitiu a realização deste trabalho.

Aos colegas do mestrado, que me escolheram e confiaram a mim a tarefa de representante discente, companheiros e companheiras que participaram comigo de momentos importantes ao longo deste curso. Aos amigos e amigas do Núcleo de Estudos de Empresas e Organizações (NEEO), que me possibilitaram maiores reflexões e compreensões acerca de teorias da antropologia e sociologia econômica, além dos agradáveis *bate-papos*.

Agradeço aos professores e professoras do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da PUCRS por terem me agüentado novamente. Agradeço à minha família, pela esperança e pelo apoio. E agradeço principalmente à minha mãe Susana, pois sem sua ajuda, nada disto teria sido possível.

RESUMO

Podemos caracterizar diferentes tipos de mobilizações da sociedade em prol da natureza em cada momento da história, desde representações mais filosóficas até decisões voltadas para políticas públicas. Entretanto, a atual discussão sobre os problemas ocasionados aos ecossistemas tem se configurado também em novas formas de atuação que envolve o campo econômico. Os diferentes mercados passam a ser incluídos como espaços de possibilidades de proteção ambiental, o que provoca mudanças perceptíveis, pela adoção da noção que vem sendo denominada como “desenvolvimento sustentável” e pela criação de tentativas para descarbonizar as atividades produtivas (neutralização do CO₂). Mas esta nova forma de preservação ambiental só vem sendo possível e legitimada a partir da participação de movimentos ambientalistas, o que causa estranheza, já que estes movimentos buscaram distanciamento da lógica de mercado em outros momentos. A partir de uma abordagem etnográfica do pensamento moderno, realizada em revistas de circulação nacional, que tratam da emergência e das possibilidades do “desenvolvimento sustentável”, este estudo tem o objetivo de compreender como o pensamento voltado para “sustentabilidade” constrói a ideia do mercado associado à proteção ambiental. Através desse estudo foi possível identificar a multiplicidade de formas de pensamento, que redefinem fronteiras e/ou intersecções entre natureza e cultura, entre sociedade e economia.

Palavras-chaves: Antropologia Econômica, Desenvolvimento Sustentável, Jornalismo de Revista, Mercados, Movimento Ambientalista.

ABSTRACT

We can characterize different types of society mobilization in favor of nature in every coment of history, since most philosophical representations to public policy decisions facing. However, the current discussion about the problems caused to ecosystems has also set up new forms of activity involving the economic field. The different markets are to be included as reas of possible environmental protection, which causes noticeable changes by adopting the notion that has been termed as "sustainable development" and the creation of attempts to decarbonise productive activities (neutralizing CO₂). But this new form of environmental preservation has only been possible and legitimate participation from the environmental movement, which is surprising, since traditionally these movements sought to distance from market logic. From an ethnographic approach of modern thought, held in national magazines, which deal with the emergency and the possibility of "sustainable development", this study aims to understand how thought toward "sustainability" constructs the concept of the market associated with environmental protection. Through this study it was possible to identify the multiplicity of ways of thinking, that redefines boundaries and / or intersections between culture and nature, between society and economy.

Keywords: Economic Anthropology, Markets, Sustainable Development, Corporate Environmentalism, Journalism Review.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sumário da edição nº 25 da <i>Revista Brasil Sustentável</i>	96
Figura 2 - Sumário da edição nº 26 da <i>Revista Brasil Sustentável</i>	97
Figura 3 - Sumário da edição nº 17 da <i>Revista Idea Socioambiental</i>	104
Figura 4 - Sumário da edição nº 18 da <i>Revista Idea Socioambiental</i>	105
Figura 5 - Sumário da edição nº 14 da <i>Revista Primeiro Plano</i>	111
Figura 6 - Sumário da edição nº 15 da <i>Revista Primeiro Plano</i>	112
Figura 7 - Capas das edições 25 e 26 da <i>Revista Brasil Sustentável</i>	115
Figura 8 – Capas das edições 17 e 18 da <i>Revista Idea Socioambiental</i>	117
Figura 9 – Capas das Edições 14 e 15 da <i>Revista Primeiro Plano</i>	119
Figura 10 – Capa da Edição 14 da <i>Revista Primeiro Plano</i>	121
Figura 11 – Capa da Edição 17 da <i>Revista Idea Socioambiental</i>	133
Figura 12 - <i>Siemens Wind Power. Horns Ver 2</i> é o parque eólico Localizado na Dinamarca.....	136
Figura 13 - Ignácio Sachs. Fotografia de Cláudio Reis.....	146
Figura 14 - Fotografia Nascida em Berço Verde. Texto: “Mal nasceu, Yara já ganhou uma árvore no jardim”.....	192
Figura 15 - Fotografia Banheira Ergonômica.....	193
Figura 16 - Fotografia de Logan Abrassi, Haiti/2007.....	214
Figura 17 - Fotografia de Logan Abrassi, Haiti/2008.....	214
Figura 18 – Capa da Edição 14 da <i>Revista Primeiro Plano</i>	222
Figura 19 – Capa da Edição 17 da <i>Revista Idea Socioambiental</i>	225

LISTA DE SIGLAS

ABERJE - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
 ANFAVEA - Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
 ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária
 BCSD - *Business Council for Sustainable Development*
 BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
 C40 - *Large Cities Climate Leadership Group*.
 CBCS - Conselho Brasileiro de Construções Sustentáveis
 CBIC - Câmara Brasileira da Indústria da Construção
 CBIE - Centro Brasileiro de Infra-estrutura
 CIB - Conselho Internacional de Estudos, Pesquisas e Documentações de Construção
 CDES – Conselho de desenvolvimento econômico e social
 CDS - Conselho de Desenvolvimento Sustentável
 CEBDS - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável
 CEMPRES - Associação empresarial dedicada à promoção da reciclagem e gestão integrada do lixo
 CFC - Clorofluocarbonetos
 CGU - Controladoria Geral da União
 CIB - Conselho Internacional de Estudos, Pesquisas e Documentações de Construção
 CLT - Consolidação das Leis do Trabalho
 CNUMAD - Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
 CO₂ – Dióxido de Carbono
 COP-15 - Conferência da ONU sobre mudanças climáticas
 COPEL - Companhia Paranaense de Energia
 COPPE - Coordenação de Pós-graduação da Universidade Federal do Rio de Janeiro
 CPTEC - Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais
 DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
 DJSI - Índice Dow Jones de Sustentabilidade
 EUA – Estados Unidos da América
 ECO 92 - Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente ocorrida no Rio de Janeiro em 1992
 ECOSOC - Conselho Econômico e Social da ONU
 EIR - Exploração de Impacto Reduzido
 EREC - Conselho Europeu de Eficiência Energética
 ESAB - Pós-graduação lato sensu *On-line* - Educação à Distância
 ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing
 FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos
 FGV – Fundação Getúlio Vargas
 FIA - Fundação Instituto de Administração
 FIB - Felicidade Interna Bruta
 FIEP - Federação das Indústrias do Paraná
 FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo

FSC - *Forest Stewardship Council*
 GEE - Emissões de Gases de Efeito Estufa
 GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas
 GRI - *Global Reporting Initiative*
 GT - Grupo de Trabalho
 IBAMA - Instituto Brasileiro de Meio Ambiente
 IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
 IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
 ICMS - Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Serviços
 IDESAM - Programa Unidades de Conservação do Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia
 IEE - Instituto de Eletrotécnica e Energia
 IFPRI - Instituto Internacional de Política Alimentar
 IMAFLORA - Instituto de Manjo Certificação Florestal e Agrícola
 AMAZON - Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia
 INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial
 INPE - Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais
 IPCC - Painel Internacional sobre Mudanças Climáticas
 IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada;
 ISA - Instituto Socioambiental
 ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial
 ISO - *International Organization for Standardization*
 IWEA - Associação de Energia Eólica Irlandesa
 LEED - *Leadership in Energy and Environmental Design*
 MBA – Mestrado em Administração de Empresas
 MDL - Mecanismo de Desenvolvimento Limpo
 MEC – Ministério da Educação
 MMA - Ministério do Meio Ambiente
 NAMAS - *Nationally Appropriate Mitigation Actions*
 NEAA - *Netherlands Environmental Assessment*
 OICA - Organização Internacional de Fabricantes de Veículos Automotores
 OIT - Organização Internacional do Trabalho
 OMC – Organização Mundial do Comércio
 OMS - Organização Mundial da Saúde
 ONG - Organização Não Governamental
 ONGs – Organizações Não-Governamentais
 ONU – Organização das Nações Unidas
 OSCIP - Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público
 PAC - Programa de Aceleração do Crescimento
 PET - Politereftalato de etileno
 PERI - *Political Economy Research Institute*
 PIB – Produto Interno Bruto
 PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
 PNEA – Política Nacional de Educação Ambiental
 PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.
 PNUMA - Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas
 PROINFA - Programa De Incentivo A Fontes Alternativas De Energia Elétrica
 PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
 RAIS - Relação Anual de Informações Sociais
 REBEA - Rede Brasileira de Educação Ambiental

REDD - Redução de Emissões de Desmatamento e Degradação

RTS - Rede Tecnologia Social

SAI - *Social Accountability Internacional*

SCBI - *Sustainable Buildings and Construction Initiative*

TI – Tecnologias da Informação e Comunicação

TNC - *The Nature Conservancy*

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

UNFCCC – sigla em inglês da Convenção Das Nações Unidas Sobre Mudanças Do Clima

USGBC - *United States Green Building Council*

USP – Universidade Federal de São Paulo

UNEP - Programa Ambiental das Nações Unidas

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura

UNIDC - Nações Unidas sobre Drogas e Crimes

WWF - World Wide Fund for Nature

WBCSD - *World Business Council for Sustainable Development*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 MERCADOS E A QUESTÃO AMBIENTAL	18
1.1 A Emergência de Novos Mercados	18
1.2 Mercado de Madeira Certificada	22
1.3 Mercado de Alimentos Orgânicos	24
1.4 Mercado de Alimentos Funcionais	28
1.5 Mercado das Finanças Sustentáveis	31
2 MOVIMENTO AMBIENTALISTA EM OPOSIÇÃO AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	37
2.1 Representações Sobre a Natureza	51
2.2 Modernização Ecológica – Uma Proposta Limitada	57
2.3 Os Múltiplos Mercados	67
3 ETNOGRAFIA DO PENSAMENTO MODERNO	75
3.1 O Pensamento Sustentável	80
3.2 Jornalismo de Revista	85
3.2.1 Narrativas	88
3.2.2 Fotojornalismo	88
4 REVISTAS	90
4.1 Revista Brasil Sustentável	90
4.2 Revista Ideia Socioambiental	101
4.3 Revista Primeiro Plano	108
4.4 Capas	114
4.5 Mudança do Padrão Tecnológico	121
4.5.1 Cidades Sustentáveis	130
4.5.2 Mercados de Energias	134
4.6 Para Além da Tecnologia	143
4.7 Selos, Relatórios, Educação Ambiental e “Consumo Consciente”	151
4.7.1 Família e Consumo	191
4.7.2 <i>Slow Travel</i>	194
4.7.3 Do Lixo ao Luxo	195
4.8 Finanças Sustentáveis e Tributação Verde	198
4.9 Oportunidades e Inclusão	202
4.10 COP-15: Em Busca de Um Novo Contrato	212
4.10.1 Mercado de Carbono e REDD	219
5. A CONSTRUÇÃO DE UMA “ECONOMIA VERDE”	224
CONCLUSÃO	239
REFERÊNCIAS	242

INTRODUÇÃO

As mudanças climáticas como alterações nas estações do ano, com períodos maiores de calor, frio, chuva e secas, além dos fatores cada vez mais presentes no nosso cotidiano, como tempestades, enchentes, furacões, estiagens, onda de calor e frentes frias têm despertado cada vez mais as preocupações de toda a comunidade global. Vivemos num momento em que temos a sensação de que os fenômenos naturais não se encontram mais na sua normalidade. Pelo menos como entendiam os seres humanos num passado recente. Mas, o que não deixa de ser um problema social, pois as alterações climáticas têm sido apontadas como resultantes dos efeitos da intervenção humana na natureza, fato mais intenso nos últimos duzentos anos, justamente o período da revolução industrial, época de maior desenvolvimento econômico para o bem-estar da humanidade.

Esse desenvolvimento agora está sendo reavaliado em razão dos processos danosos aos ecossistemas, e que também colocam os seres humanos em perigo. Esta situação problemática vem mobilizando a comunidade global na criação de novos sistemas de valores, novas crenças e significados culturais que tentam orientar novas práticas e relações sociais. Neste sentido, este trabalho tem como foco de atenção à construção de mercados que visam atenuar os processos de mudanças climáticas. Isto é, a criação de novos mercados pensados como forças capazes de mudar os rumos do próprio desenvolvimento econômico, e, o mais contraditório, construídos com a participação de alguns movimentos ambientais, grupos que em outros momentos se afirmaram pelo distanciamento ou pela crítica da economia capitalista. Portanto, a criação dos mercados como agentes de proteção ambiental é um fenômeno recente, já que podemos demarcar seu surgimento no início da década de 90, período em que uma nova dinâmica adquire importância mundial, isto é, empresas começam a falar sobre *Responsabilidade Socioambiental*, contexto onde o lucro deixa de ser visto como a única finalidade, sendo ele condicionado por novas questões sociais e de preservação ambiental.

Nos dias atuais, as empresas buscam cada vez mais uma imagem associada a altos padrões éticos e os consumidores passam a buscar serviços e produtos ecologicamente corretos. A partir deste contexto, a antropologia tem muito a contribuir no entendimento dos diferentes processos de participação, negociação,

alianças e conflito que estão regendo a construção desses novos mercados voltados para a questão ambiental, na medida em que as diferentes formas de pensar o “desenvolvimento sustentável”, que possuem significados distintos, podem orientar as práticas sociais e se legitimar através de uma nova proposta de relação com a natureza.

Com o objetivo de compreender as diferentes formas de pensamento que vêm configurando as propostas de “economia sustentável”, esta pesquisa partiu do tema a construção de novos mercados envolvidos com a questão ambiental. Assim foi possível buscar nas representações sociais as delimitações das fronteiras e possíveis intersecções entre natureza e cultura, entre sociedade e economia. Estudo produzido sob a forma de uma etnografia do *pensamento moderno*, que conforme GEERTZ (1989), deve buscar as características da dimensão do pensamento de nosso tempo, interpretando todas as reflexões possíveis que contêm valor e norteiam a sociedade.

Para realização desta pesquisa foram mapeadas na internet revistas de circulação nacional que vêm tratando da emergência e das possibilidades dos mercados na solução das questões ambientais. Revistas que apresentam um fluxo de informações sobre os campos empresariais, os movimentos sociais, científicos e o poder público. Foi possível encontrar nas revistas selecionadas informações em formas de manchetes jornalísticas, *cases*, artigos, colunas, entrevistas, anúncios, imagens, divulgação de inovações, etc. em torno do pensamento voltado para a “sustentabilidade”. No levantamento das revistas foram utilizados os temas e palavras-chaves relativas ao campo desta pesquisa: natureza, meio ambiente, sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, ecodesenvolvimento, movimentos ambientais, responsabilidade socioambiental empresarial ou responsabilidade social corporativa, ecologia empresarial e ambientalismo empresarial. Também foram escolhidas as revistas que tivessem publicações impressas e, ao mesmo tempo disponibilizassem versões digitais nos seus *websites*. Além disso, foram priorizados as revistas voltadas para o mundo empresarial e que tratam da questão ambiental.

Através do levantamento realizado na Internet foram escolhidas as seguintes revistas:

- a) *Revista Brasil Sustentável*, com própria edição;
- b) *Revista Ideia Socioambiental*, com própria edição;
- c) *Revista Primeiro Plano*, com própria edição.

Em relação à análise, na edição nº 25 da *Revista Brasil Sustentável* (Agosto e Setembro de 2009) foram analisadas a capa, sumário, fotografias, dezesseis (16) reportagens, três (03) entrevistas, oito (08) boxes de texto e a agenda de eventos. Já na edição nº 26 (Novembro e Dezembro de 2009) foram analisadas a capa, sumário, fotografias, dezesseis (16) reportagens, três (03) entrevistas, cinco (05) boxes de texto e a agenda de eventos.

Em relação às edições da *Revista Ideia Socioambiental*, no nº 17 da (Setembro, Outubro e Novembro de 2009) foram analisadas a capa, fotografias, nove (09) reportagens, quatro (04) entrevistas, três (03) matérias de colunistas, um (01) artigo e treze (13) boxes de texto. Na edição nº 18 (Dezembro de 2009) foram analisadas a capa, sumário, fotografias, oito (08) reportagens, três (03) matérias de colunistas, dois (02) artigos, uma (01) entrevista e doze (12) boxes de texto.

E, finalmente, na edição nº 14 da *Revista Primeiro Plano* (Julho, Agosto, Setembro de 2009) foram analisadas a capa, fotografias, nove (09) reportagens, uma (01) entrevista, quatro (04) artigos e quatro (04) boxes de texto. Na edição nº 15 (Outubro, Novembro, Dezembro de 2009) foram analisadas a capa, fotografias, nove (09) reportagens, uma (01) entrevista, cinco (05) artigos e dez (10) boxes de texto.

A soma das matérias (reportagens, entrevistas, boxes de texto, artigos, colunas e notas) analisadas nas diferentes revistas totalizou cento e cinquenta (150), mas para elaborar esta etnografia foram priorizados apenas aqueles conteúdos mais representativos. Também foram coletados dois exemplares de edições diferentes de cada revista, pois assim foi possível realizar comparações que expõem a estrutura lógica do documento. A principal forma de coleta das revistas foi pela aquisição do documento impresso (por compra ou assinatura) e por via eletrônica (visita ao website).

A coleta de informações ocorreu no segundo semestre do ano de 2009, período escolhido especialmente por ter ocorrido a Conferência da ONU sobre Mudanças Climáticas (COP-15), realizada em dezembro do mesmo ano na cidade de Copenhague, Dinamarca.

Esclarecida a forma de coleta dos dados, iremos descrever agora como foi estruturada esta etnografia. No primeiro capítulo identificaremos a emergência de novos mercados voltados para a questão ambiental, através de revistas e de outras publicações que vêm promovendo a noção de “desenvolvimento sustentável”. No

mesmo capítulo também examinaremos alguns trabalhos da área da sociologia econômica, como CARNEIRO (2007), GUIVANT (2003), GUIVANT e TOMIELLO (2008), RAUD (2008) e MAGALHÃES (2010). São pesquisas que partem das abordagens teóricas de BOURDIEU (1993 e 2005) e FLIGSTEIN (2001a e b) e que trarão contribuições para esta etnografia. Além disso, iremos verificar os diferentes episódios históricos do pós-guerra, em que os movimentos ambientais atuavam em nível internacional, principalmente em oposição à economia capitalista de mercado. Autores como POLANYI (1980), MACCORMICK (1992), NIXON (1993), VIEIRA (2001), STEIL e CARVALHO (2001), ASSIS (2002), REDCLIFT (2002), RIBEIRO (2000; 2008), VIEIRA (2001), ALMEIDA (2009) e SCOTTO *et. al.* (2009) ajudarão na construção histórica.

No segundo capítulo serão analisadas de forma breve alguns contextos sociais e suas representações sobre a natureza. LASCOUMES (1994), LÉVI-STRAUSS (1989), RAYNAUT (2004), OLIVEIRA (2007), FLORIT (1998), e LATOUR *et. al.* (1998) fornecem elementos para o melhor entendimento da complexidade da relação entre natureza e cultura. Também revisaremos alguns trabalhos de GIDDENS (1991; 1995; 1997) para entender os pressupostos da teoria da modernização ecológica, desenvolvida pelos sociólogos holandeses Gert Spaargaren e Arthur Mol, e suas possibilidades de entendimento dos mercados na questão ambiental. Autores como FLORIT (1998), HANNIGAN (1997), OLIVIERI (2009) MILANEZ (2009), MUNCK e SOUZA (2010) ajudarão neste item. E ainda neste capítulo abordaremos os trabalhos de ZELIZER (1992, 2005 e 2007), para pensar uma nova forma de entender os mercados e explicar os esforços de combinação entre “mundos hostis”, no caso economia e ambientalismo.

Para entender as ideias e sentidos na construção da legitimação dos mercados em torno da questão ambiental, no terceiro capítulo buscaremos em GEERTZ (1989; 1997) a melhor forma de etnografar nosso objeto de pesquisa, o *pensamento sustentável*, expresso nos conteúdos das revistas que tratam das possibilidades de emergência de uma “nova economia”. No mesmo capítulo os autores SCALZO (2003) e VILAS BOAS (1996) nos esclarecem como é o universo do jornalismo de revistas. Também serão apresentadas as metodologias e técnicas que auxiliarão nesta etnografia, a primeira é voltada para análise de narrativas (GANCHO, 2006) e a segunda para análise de fotografias (SOUSA, 2004).

No quarto capítulo são apresentadas as revistas selecionadas: *Revista Brasil Sustentável*, *Revista Ideia Socioambiental* e *Revista Primeiro Plano*. Os históricos, as equipes editoriais, públicos de interesse, diagramações e assuntos abordados deverão ser descritos neste trabalho. Ainda no mesmo capítulo são apresentados os conteúdos das matérias analisadas, organizadas em temáticas tais como a substituição do padrão tecnológico, a busca de novas fontes de energia, a criação e exigência dos selos e relatórios, a expansão da educação ambiental, da filosofia do “consumo consciente”, da crítica do marketing, das novas formas de tributação e finanças, das oportunidades de negócios e de inclusão social. Esses diferentes assuntos evidenciam a constatação do entrelaçamento de significados interagentes dentro da ideologia do “desenvolvimento sustentável”. E, finalmente, apresentaremos interpretações dos textos que trataram da COP-15 e as propostas de mercado de carbono e REED (Redução de Emissões de Desmatamento e Degradação).

No quinto capítulo iremos analisar com mais detalhes as temáticas levantadas pela pesquisa, são os conjuntos de matérias que consideramos fundamentais para descrever o *pensamento sustentável*. Aspectos que possibilitam entender um pouco a multiplicidade de arranjos e combinações específicas nas tentativas de pensar a construção de uma nova “economia verde”.

1 MERCADOS E A QUESTÃO AMBIENTAL

Neste capítulo identificaremos alguns mercados emergentes que se baseiam na proposta de “desenvolvimento sustentável”. Na verdade, trata-se de uma breve sondagem para dimensionar o tema *mercados e a questão ambiental*. Além disso, também apresentaremos alguns trabalhos que foram desenvolvidos sobre alguns mercados específicos, como o mercado de madeira certifica, o mercado de alimentos orgânicos, o mercado de alimentos funcionais e o mercado de finanças “sustentáveis”.

1.1 A Emergência de Novos Mercados

É cada vez mais perceptível o surgimento de novos mercados concebidos como espaços de propostas para a preservação e conservação ambiental. Espaços que vêm sendo incluídos nas discussões em torno dos problemas ocasionados ao meio natural, e de suas possíveis soluções. O próprio campo econômico vem passando por mudanças, principalmente pela apropriação e publicização da ideia de “desenvolvimento sustentável”.

A edição especial “Carta Verde” (2010), da *Revista Carta Capital*, em parceria com a *Revista Eletrônica Envolverde* e com a revista britânica *Green Futures*, apresentou, em abril de 2010, a estimativa de que a economia “sustentável” vai movimentar 6,5 trilhões de dólares até o fim do ano.

Na consulta da *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, em edição especial de Janeiro de 2010, *100 Ideias de Negócios*, verificamos as propostas de negócios direcionados à redução ou substituição de produtos/serviços que impactam no meio ambiente. Entre essas propostas, temos a comercialização de defensivos naturais para controle biológico, produtos que substituiriam os agrotóxicos utilizados na agricultura. Conforme a matéria, o pesticida já alcança 2% desse mercado, faturando em R\$ 12 bilhões no Brasil (PEQUENAS, 2010).

Outro tipo de negócio que vem ganhando repercussão é a produção de alimentos orgânicos, como frutas, cujo mercado já movimenta R\$ 150 mil por ano no

Brasil (PEQUENAS, 2010). Mas o destaque do mercado de alimentos orgânicos é o setor voltado para os animais, com a versão orgânica de ração para cães e gatos. Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes, o mercado de ração orgânica já movimentou R\$ 5,8 bilhões no Brasil. A revista ainda traz dados do Ministério da Agricultura, mostrando que o número de agricultores que aderiram algum selo orgânico dobrou no período de oito anos, indo de sete mil em 2002, para 15 mil em 2008. Além disso, a revista comenta sobre o crescimento da criação de lojas especializadas em produtos orgânicos, como restaurantes, padarias e lanchonetes (PEQUENAS, 2010).

A produção de cosméticos orgânicos, como hidratantes, cremes, loções e sabonetes à base de óleos de plantas da Amazônia, certificadas pelo Instituto Biodinâmico, é outro segmento que está em alta. A estimativa de criação de produtos de limpeza biodegradáveis à base de óleos vegetais, corantes naturais e óleos essenciais certificados supõe um crescimento de 20% para o ano 2011. Estes produtos de limpeza biodegradáveis também podem contribuir para a criação de nichos de mercado no setor de serviços, como o de limpeza ecológica (PEQUENAS, 2010). Já no segmento de fitoterápicos, à base de plantas medicinais, estima-se que as vendas neste setor movimentem cerca de um bilhão de reais no país. De acordo com dados da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), já existem mais de cem indústrias atuando no país com a produção de fitoterápicos.

No setor de construção civil, a tendência são os edifícios “sustentáveis”. Segundo *Green Building Council*, as solicitações de certificação “sustentável” dos prédios crescerá 325% no Brasil. Para participar deste ramo, as construtoras devem se adequar às exigências da LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), uma certificação internacional do setor (PEQUENAS, 2010).

Também em grande expansão se encontra a indústria de reciclagem, que não mais se restringe a papel, alumínio e plástico. Já se passou a reciclar resíduos de origem orgânica e eletrônica, para reutilização. Conforme a *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios* (2010), a reciclagem gera R\$ 700 mil por ano, o que tem incentivado o desenvolvimento de pesquisa na área.

Ainda segundo a *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios* (2010), no ramo da consultoria, a demanda de organizações empresariais por profissionais qualificados para adotar uma visão “sustentável” ou uma atitude de “responsabilidade socioambiental” é bastante grande. As principais exigências para

estes profissionais são as qualificações para a elaboração de relatórios de “sustentabilidade” e o conhecimento no uso das normalizações internacionais como *Accountability e GRI (Global Reporting Initiative)*.

No mercado de trabalho, o Relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT), apresentado em 2009, estimou, até o ano de 2050, a geração de dois bilhões de empregos para a área da “sustentabilidade”. No Brasil, o relatório indica a existência de 2,7 milhões de postos de trabalho para a área ecológica (PEQUENAS, 2010).

Encontramos mais algumas referências de mercados no manual¹ elaborado pelo presidente da Oscip Amigos da Terra - Amazônia Brasileira², o jornalista Roberto Smeraldi. Um dos destaques do livro é o Mercado de Crédito de Carbono. Segundo SMERALDI (2009), o mercado de crédito de carbono é uma proposta que surgiu na Conferência Mundial sobre Mudanças Climáticas, em 1997, na qual 160 países assinaram o Protocolo de Kyoto, com o objetivo de estabelecer um acordo

¹ Os manuais são livros elaborados para servirem de instrumentos que trazem passo a passo as lições de “como se fazer”, metodologias próprias de gerenciar, planejar, controlar e decidir. Uma ferramenta que ensina aplicar procedimentos específicos para determinadas tarefas. Os manuais oferecem apenas uma boa dose de novos conhecimentos que as organizações devem adotar. Normalmente, são modelos de padrões standatizados que prometem garantir mais racionalidade para se alcançar fins bem definidos. Um guia que possui muitos mandamentos para ação, até para aquelas rotinas que estabelecem relações de trabalho. Portanto, não é por acaso que pesquisadores como BARBOSA (1999) estudam os manuais de administração, para buscar uma forma de entender a cultura dos negócios. Nos manuais de gerência é possível encontrar elementos que configuram o pensamento empresarial e o imaginário simbólico das empresas, “o que somos e o que queremos ser”. Um conjunto de categorias que ajudam a “tocar” a organização. São elementos que a pesquisadora encontrou na ideologia das práticas administrativas, importadas da visão de mundo estadunidense, não um simples modelo reproduzido, mas procedimentos de gestão que obedecem a formas pragmáticas e instrumentais, percebidos como vantagem competitiva. Um conjunto de valores e símbolos compartilhados, mais ou menos, consciente e inconsciente, cujo significado passa a ser concordar, adotar e, sobretudo, comprometer-se, ou seja, um processo de internalização, que dá sentido a práticas e comportamentos das pessoas da organização de modo mais eficiente. Entretanto, numa breve leitura, parece que o *Novo Manual de Negócios Sustentáveis* não se preocupa em ensinar uma metodologia para melhorar a performance da empresa. Basicamente, o manual apresenta um conjunto de textos para reflexão do leitor, sobre temas como empreendedorismo e a relação com a preservação da natureza, tecnologia, mercados, interferência social, cultura e governança participativa. O leitor “mergulhará” num universo de novos conceitos que esclarecem mudanças nas formas de produção, comercialização e consumo. O manual não orienta as organizações para apenas se adaptar, mas sim, que as empresas devem mudar seus paradigmas.

² De acordo com SMERALDI (2009), a Oscip Amigos da Terra – Amazônia Brasileira é uma ONG vinculada a uma rede internacional de movimentos ambientalistas que atuam em mais de cem países. A ONG possui um histórico de atuação no tema “sustentabilidade dos negócios”. No começo da década de 90, a organização trouxe para o debate público brasileiro a questão da economia florestal. No ano de 2000, ela consegue inserir a administração ambiental na agenda dos bancos, ao promover políticas de compra de produtos certificados. Desde 2002, a ONG fornece serviços integrados para pequenos empreendimentos na Amazônia, e mais recentemente, ao fomentar um sistema brasileiro para certificação agropecuária. Um dos projetos da entidade é o *Balcão de Serviços para Negócios Sustentáveis*, que ao longo de cinco anos, providenciou serviços de negócios subsidiados ou gratuitos para 43 micro ou pequenos empreendimentos amazônicos.

entre os países industrializados para conter o aumento do chamado efeito estufa na atmosfera da Terra, causado pela queima de gases poluentes. De acordo com o jornalista:

Desde então houve mudanças expressivas no contexto: no manual de 2004 se previa um mercado global de US\$ 10 bilhões para 2005, o que se verificou pontualmente (US\$ 10,8 bi) e evoluiu para a faixa de US\$ 70 bilhões no final da década. O Protocolo de Kyoto entrou finalmente em vigor, com a implementação do Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL). Também, e mais importante do ponto de vista do mercado, entrou em vigor o esquema de comércio interno europeu (ETS). E, obviamente, o maior destaque do período foi o relatório científico do Painel Internacional sobre Mudanças Climáticas (IPCC) em 2007, que alertou de forma definitiva a opinião pública internacional (SMERALDI, 2009, p. 111).

Para Smeraldi, o mercado de crédito de carbono se caracteriza por um compromisso em que a empresa garante não emitir um determinado volume de gases de efeito estufa por um tempo determinado. É um mercado constituído de uma mercadoria fictícia, uma *commodities* virtual. Conforme o jornalista, existem dois mercados de créditos de carbono, o primeiro é aquele que funciona a partir das exigências normativas das políticas firmadas no âmbito internacional, nacional e local. Já o segundo é o mercado voluntário, no qual a transição ocorre pela livre decisão do comprador. O mercado voluntário foi criado como uma tentativa para que se antecipasse a regulação dos negócios em torno do crédito de carbono, além da preocupação dos investidores como o surgimento de uma legislação muito rigorosa para participação. Neste sentido, Smeraldi explica que o mercado voluntário atendia tanto a expectativa de investidores adquirirem créditos mais baratos, com a crença de que eles valorizariam muito no futuro, quanto na melhora da imagem e reputação de determinadas empresas. Esses dois mercados funcionam a partir de permissões e por projetos. O comprador adquire a permissão de emissão, que é lavrada pelo agente regulador, estabelecendo um limite geral de emissões, e permite que outros investidores negociem entre si os direitos a cada parcela do total; desta forma que vem ocorrendo na União Europeia. No caso das transações baseadas em projetos, o comprador adquire reduções de emissões antigas, de acordo com uma metodologia previamente estabelecida. É o que ocorre com mais frequência na bolsa de *Chicago Climate Exchange*.

Aproximadamente 80% do atual mercado de carbono são representados pelo segmento da troca de permissões. Trata-se de um mercado já bem estabelecido e, principalmente, caracterizado por uma *commodity* homogênea e padronizável, portanto semelhante à maioria dos produtos

financeiros. Já o segmento baseado em projetos apresenta riscos muito maiores: complexas questões de elegibilidade de cumprimento ao longo do tempo, altos custos de transação para verificação, dificuldade para prevenir fraudes, fragmentação em um grande número de países situações diferentes e, às vezes, problemas de escala para sua comercialização. Por todas estas razões, ainda não temos um mercado claramente estabelecido. Também, o *spread* entre os preços do mercado das permissões europeias e aquele dos projetos do MDL tem aumentado recentemente, com os primeiros na faixa dos US\$ 25-30 e os segundos naquela dos US\$ 10-15, ao longo dos últimos anos. Se no segmento das permissões o mercado é dominado pela União Européia – com uma movimentação que passou dos 50 bilhões desde 2007 – naquele dos projetos mais de dois terços são oferecidos pela China, com Índia e Brasil que seguem com 6% cada um. Quem mais compra é, de longe, o Reino Unido, seguido pelos outros europeus e o Japão. (SMERALDI, 2009, p. 115).

Nos diferentes capítulos do manual também são mencionados outros mercados: alimentar, certificação de madeira, ecoturismo, eco-finanças (seguros e fundos), biocombustíveis e uso da garrafa plástica de PET (Politereftalato de etileno) em novos nichos. Além dos mercados, o manual traz o tema sobre políticas públicas voltadas para “tributação verde”.

Enfim, foi possível realizar uma breve sondagem para constatar a emergência de novos mercados voltados para a questão ambiental. No próximo item, iremos revisar alguns estudos que fornecem elementos importantes para ajudar a entender como vêm sendo pensados os mercados combinados com a proteção ambiental.

1.2 Mercado de Madeira Certificada

O trabalho de CARNEIRO (2007) aborda o processo de construção do mercado de madeiras certificadas na Amazônia brasileira, que se iniciou na década de 90. Nesta pesquisa já é possível perceber a nova forma de atuação dos movimentos ambientalistas em cooperação com empresas.

Segundo Carneiro, a criação do selo do *Forest Stewardship Council* (FSC) resultou na desconstrução do antigo mercado madeireiro, em que os padrões de exploração poderiam ser caracterizados como predatórias e ilegais. Na busca para mudanças desta atividade econômica, organizações juntaram-se em cooperação para criar um novo mercado baseado em critérios ambientais, sociais e econômicos, na tentativa de se aproximar da noção de “desenvolvimento sustentável”. As

organizações Greenpeace, WWF (*World Wide Fund for Nature*), Amigos da Terra, Imazon (Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia) e Imaflora (Instituto de Manjo Certificação Florestal e Agrícola) desempenharam o papel de promotoras³ e articuladoras na configuração de uma rede social de agentes globais preocupados com a preservação ambiental. No Brasil, as organizações Amigos da Terra, Imazon e Imaflora foram responsáveis por construir a demanda de certificação de madeiras da Floresta Amazônica, o que só foi possível pelo engajamento e comprometimento de algumas empresas. Esta cooperação possibilitou às organizações buscarem fontes de financiamento e legislação, que foram capazes de intervir positivamente na mudança do padrão de extração de árvores. Com a iniciativa da parceria das as Organizações Não Governamentais (ONGs) Imaflora, Imazon e Amigos da Terra surgiu a “Aliança para o consumo sustentável”.

Carneiro chama a atenção para um dos pontos fundamentais que permitiram o sucesso da criação do mercado de certificação de madeiras. Foram realizadas pesquisas sobre o ramo de atividade (incluindo formas de manejo) e o mercado (clientes). A ONG Imazon desenvolveu pesquisas na área técnica para o “bom manejo florestal”, o que resultou na elaboração da tecnologia da Exploração de Impacto Reduzido (EIR) - método que se constitui em um conjunto de técnicas para maior eficácia econômica e menor dano ambiental na exploração dos recursos naturais.

Para Carneiro, a parceria entre ONGs e empresas foi importante para o desenvolvimento de mecanismos de transferência desta tecnologia EIR, principalmente na sua difusão. Segundo o autor, somente a produção de manuais sobre práticas florestais não bastaram para a promoção e distribuição do conhecimento. Foi preciso criar cursos de treinamento de pessoal qualificado para a propagação da tecnologia. Isto foi um dos pontos fundamentais da participação da Fundação Florestal Tropical em 1994. Esta ONG foi a responsável pelos cursos oferecidos para diferentes empresas. Os custos destes cursos eram bancados pelas próprias empresas florestais.

Carneiro mostra que o que leva as empresas a buscarem o caminho da certificação (com legalidade das operações florestais e o engajamento em prol de

³ Em alguns casos, as ONGs ambientalistas transnacionais organizavam boicote contra empresas que tinham má reputação na preservação ecológica, conforme é apresentado no artigo de Marcelo Sampaio de Carneiro.

uma atitude de preservação) é a possibilidade de obterem lucros consideráveis neste *econegócio*, agregando valores às suas imagens de ambientalmente sustentáveis, e o resultado da conversão desse capital simbólico em outras fontes de capitais, como a financeiro e o comercial.

De acordo com Carneiro, não se pode deixar de mencionar a importância das construções de relações de confiança entre as ONGs, as empresas e o governo (neste caso, ele relata as intervenções e coibições do IBAMA). O pesquisador ainda chama a atenção para a força do *Agente Prescripteur*⁴, um ator que está fora do campo, sendo capaz de impor um “padrão hegemônico” – uma nova visão.

O trabalho de Carneiro serve para mostrar que a criação dos mercados é o resultado efetivo de vários agentes. A capacidade de criação do selo FSC foi o resultado do esforço de criar novas formas de processos produtivos. Pelo pioneirismo, o selo FSC hoje possui capacidade de legitimar outras formas de extração, produção e comercialização.

1.3 Mercado de Alimentos Orgânicos

Outro estudo que traz contribuições para nossa pesquisa é o de GUIVANT (2003 e 2008), que realizou pesquisas sobre alimentos orgânicos, com o foco nas relações entre processos de comercialização e de consumo. Em pesquisas recentes, tanto acadêmicas quanto mercadológicas, a autora identificou uma crescente tendência internacional e nacional de demanda por alimentos orgânicos, que começou na década de 90. Entretanto, essa crescente demanda não resulta de uma expansão de consumidores ativistas sociais ou identificados com os pontos de vista filosóficos dos novos movimentos sociais ambientalistas ou dos movimentos de agricultura orgânica, mas sim, de um novo estilo de vida⁵.

⁴ HATCHUEL, Armand. *Les marchés à prescripteur*. In: JACOB, A.; VÉ- RIN, H. *L'inscription sociale du marché*. Paris: L'Harmatan, 1995. p. 205-225.

⁵ A pesquisadora faz um levantamento de estudos internacionais, que identificam o consumidor de produtos orgânicos como tendo melhor escolaridade, mas não necessariamente uma renda maior. Ela também verifica a contradição dos dados relativos a estratos de idade e tamanho da família. De acordo com Guivant, as várias pesquisas que surgiram para explicar o fenômeno do consumo de alimentos orgânicos descrevem seus consumidores como fazendo parte de transformações culturais na valorização da qualidade de vida e cuidados com a saúde, perspectiva diferente daquelas hipóteses orientadas pelas teorias da racionalidade e do individualismo metodológico.

Para demonstrar sua hipótese, Guivant passou a investigar a expansão dos mercados de alimentos orgânicos, que ganham cada vez mais espaços nas grandes redes de supermercados, em contextos internacionais e nacionais.

O mercado mundial de orgânicos movimenta cerca de US\$ 23,5 bilhões de dólares por ano, e há uma expectativa de crescimento da ordem de 20% ao ano. Neste mercado incluem-se produtos frescos, processados, industrializados e até artigos de cuidados pessoais, produzidos com matérias primas obtidas sob o sistema orgânico.(...), o mercado varejista mundial de alimentos e bebidas orgânicas aumentou de US\$ 10 bilhões de dólares para 17,5 bilhões entre 1999 e 2000 (crescimento de 58% ao ano), sendo estimado para 21 bilhões em 2001, caso se mantivesse a taxa média de crescimento anual de 20%. (citado por GUIVANT, 2003)

Para Guivant, a demanda por alimentos orgânicos fez crescer o interesse das grandes redes varejistas de supermercados. O que fez com que as tradicionais lojas e feiras especializadas em produtos naturais passassem a ter um papel secundário na comercialização desses tipos de alimentos no mercado. Por este motivo, a pesquisadora passou a estudar no Brasil o papel dos supermercados⁶ na comercialização de produtos orgânicos. O objetivo da pesquisa era saber quais eram as estratégias que estas organizações utilizam para comercializar uma variedade de produtos orgânicos. Além disso, a pesquisa objetivava saber quem são as pessoas que consomem este tipo de alimento.

Guivant considera importante a análise, que deve cruzar tanto crescimento de consumo orgânico quanto consumo alimentar saudável. Neste sentido, a pesquisadora parte dos pressupostos da teoria social de Anthony Giddens⁷ e Ulrich Beck⁸, principalmente do conceito de reflexividade, para entender os novos estilos de vida. A reflexividade é típica do contexto industrial, caracterizado pelo avanço da modernidade, em que os agentes, não podendo mais se basear na tradição para sua tomada de decisão, acabam examinando e avaliando informações fornecidas pelos especialistas. O indivíduo reflexivo passa a escolher entre uma pluralidade de alimentos que podem oferecer uma melhor qualidade de vida.

Segundo Guivant, esses consumidores não poderiam ser classificados como *ecológico-trip*, ou seja, consumidores “sustentáveis” ou “socialmente responsáveis”, que procurariam fortalecer formas alternativas de produção de alimentos, uma

⁶ A pesquisadora estudou os grupos Pão de Açúcar (que atua em 12 Estados brasileiros), Casas Sendas S.A. (que atua no Estado do Rio de Janeiro) Supermercados Zona Sul (também Rio de Janeiro) e Carrefour (atua em 14 Estados).

⁷ GIDDENS, Anthony. (2002), *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar eds., 2002.

⁸ BECK, Ulrich. *World risk society*. Londres: Polity Press, 1999.

postura ética em relação ao meio ambiente. Para eles o consumo determinaria a sua relação com a natureza. Consumidores *ecológico-trip* estão preocupados com os riscos ambientais que a industrialização provoca, neste sentido, sua atitude tem a ver com o interesse de “salvar o planeta”. Contudo, os consumidores que Guivant identifica são os que possuem um estilo de vida *ego-trip*, isto é, procuram produtos para tornar sua vida mais saudável. Seu interesse é promover saúde, beleza e estética, demandando produtos para prevenção de doenças e para a melhoria do desempenho intelectual, sexual, esportivo, etc. Neste sentido, seu encontro com o meio ambiente passa por essa personalização de estilo de vida. São sujeitos que afirmam estarem conscientes de que estão fazendo uma escolha correta, porque costumam buscar informações especializadas sobre os produtos que melhor trazem benefícios. Este tipo de consumidor é o mais frequente nos supermercados.

Guivant explica que o setor alimentar de produtos orgânicos, dos grandes grupos varejistas, tem se utilizado de estratégias diferentes. A estratégia do marketing passou a focar esse tipo de consumidor *ego-trip*, que busca um estilo de vida mais saudável, considerando este um nicho de mercado. Empresas de marketing têm destacado essa postura para atrair consumidores aos supermercados. Por outro lado, não faz parte dessa estratégia substituí-los por outros produtos convencionais das gôndolas dos supermercados. Nos casos estudados por Guivant, os produtos orgânicos estavam misturados com outras mercadorias. Também não havia informações adequadas aos consumidores sobre a procedência de origem orgânica nos produtos.

Segundo Guivant, grande parte dos movimentos ecológicos não vê a incorporação dos alimentos orgânicos dentro dos supermercados como uma forma de desenvolvimento desejável, e sim como um problema, pois ele exige sempre produção em grande escala. A alternativa para esses movimentos é continuar resistindo, através das formas de produção, comercialização e consumo em pequena escala, em mercados locais e feiras. Os supermercados têm um desafio constante em negociar com os com esse tipo de produtor, tendo em vista a crescente demanda de consumidores reflexivos *ego-trip*.

Ainda buscando entender as formas de produção, distribuição, divulgação e comercialização dos produtos orgânicos nas redes de supermercados, Julia Guivant, em parceria com Naira Tomiello, realizou o estudo sobre a identidade e a imagem empresarial do grupo Walmart, que passou a adotar estratégias de

“sustentabilidade”. O objetivo da pesquisa foi compreender as ambivalências presentes na comunicação e estratégias de “sustentabilidade” da empresa, em suas dimensões global/nacional e locais de atuação da empresa. Global/nacional a partir de documentos, e local, com observações de campo e entrevistas.

Segundo GUIVANT, TOMIELLO (2008), Walmart é uma empresa transnacional que pauta suas ações pela padronização global, em detrimento dos contextos nacionais e locais. Padronização que visa diminuir custos e promover a marca do grupo em diferentes lugares do mundo, uma postura que dá pouca margem à adaptação dos produtos aos diferentes países. Os principais argumentos em defesa da “homogeneização” do mercado são a eficiência organizacional e a melhor oferta de preços aos consumidores. Além disso, a própria tecnologia, tanto comunicação quanto transporte, impõe padronização. Enfim, padronização da produção, distribuição, marketing e administração seriam melhores para empresa e para o consumidor. Mas, de acordo Guivant e Tomiello, a imagem de uma empresa é construída a partir de outros significados, além dos benefícios econômicos. A imagem empresarial remete, além da eficiência, também à confiança, a percepções positivas e verdadeiras. E é pela imagem que a organização projeta sua identidade empresarial, baseada em características ligadas ao ramo de atividade, ao tipo de público atendido, à missão e à visão da empresa. Identidade que define os limites, possibilidades e posicionamento da marca. O que coloca a Walmart numa posição de ambiguidade, segundo Guivant e Tomiello, já que a empresa acumula por todo o mundo uma série de denúncias, acusações, críticas e processos judiciais relativos à forma de administrar e fazer negócios, divulgadas por notícias tanto na mídia impressa quanto eletrônica. Neste sentido, ao adotar uma estratégia de “sustentabilidade”⁹, a empresa gera confusão ao consumidor.

Para Guivant e Tomiello, a Walmart tem adotado os produtos orgânicos como uma forma de estratégia para aderir a “sustentabilidade”, mas também devido ao

⁹ A noção de “sustentabilidade” que Guivant e Tomiello assumem é trazida do livro *O bom negócio da sustentabilidade*, elaborada por ALMEIDA (2002): “(...) O autor sustenta que a melhor tradução para ‘a idéia de sustentabilidade está na palavra ‘sobrevivência’. Seja do planeta, da espécie humana, das sociedades ou dos empreendimentos econômicos” (citado por GUIVANT E TOMIELLO, 2008, p. 63). ALMEIDA (2002), explica que a ideia de sustentabilidade nas empresas prioriza o cuidado com o meio ambiente, bem-estar dos grupos que se relacionam com a empresa e com a melhoria da reputação organizacional. Para a empresa alcançar isso, ela deve oportunizar ao consumidor as melhores possibilidades de tomadas de decisões; buscar inovação de todo tipo (tecnológica, econômica, social, institucional e política); gerar e distribuir riqueza – diminuindo desigualdades; gerar credibilidade ao público consumidor em sua imagem e reputação.

crescimento da demanda mundial desses alimentos. O grupo aposta na mudança do perfil consumidor, que estaria mais comprometido com a qualidade de vida. No Brasil, o crescimento da produção de alimentos orgânicos está associado ao incentivo das políticas públicas governamentais. Com essa vantagem, os supermercados adotam diversas estratégias de comercialização. As estratégias escolhidas pela Walmart, em 2007, deram origem a metas voltadas para a utilização de energias renováveis, a busca do desperdício zero, a comercialização de produtos ecologicamente corretos, a ampliação da oferta de produtos orgânicos, apoio ao comércio justo e gestão de resíduos.

Entretanto, Guivant e Tomiello apontam que essas metas entram em choque com as antigas práticas e novas denúncias, casos em que a empresa tem que indenizar seus trabalhadores por abuso, ou quando coloca nas suas prateleiras produtos fabricados por trabalhadores sem nenhuma condição estipulada pela OIT. A empresa discursa em favor da “sustentabilidade”, ganhando diversos prêmios, e, ao mesmo tempo, oculta suas ações politicamente incorretas.

O trabalho de Guivant e Tomiello pode contribuir, nesta pesquisa, no sentido de alertar para as contradições entre o discurso e prática de algumas organizações que assumem o *slogan* da “sustentabilidade”, o que pode representar uma armadilha para a organização em termos de aceitação social, pois imagem e legitimação só se sustentam quando construídas juntas. Entretanto, o mercado pelo viés da “sustentabilidade” possibilita formas mais “abertas” para a crítica do que os mercados antigos e tradicionais.

1.4 Mercado de Alimentos Funcionais

Outro estudo que aborda o mercado alimentício é o de RAUD (2008), que analisa a disputa entre as empresas no segmento dos alimentos funcionais. Segundo a autora, os alimentos funcionais estão cada vez mais deixando de ser apenas um nicho de mercado, isto é, eles estão substituindo produtos tradicionais. O grande sucesso deste mercado se encontra na inovação, comprometida em trazer benefícios à qualidade de vida. Inovações que adquiriram legitimidade após comprovações científicas de que podem trazer benefícios em relação à saúde. Por

consequente, o mercado de alimentos funcionais se caracteriza por possuir profissionais especializados da área de saúde. Estas características fazem este mercado se diferenciar dentro do setor alimentício, o que restringe a participação de empresas na concorrência, já que os investimentos em desenvolvimento de pesquisa são altos. Por esta razão, empresas como a *Danone e Nestlé* têm concorrido pela liderança no segmento.

Para entender o funcionamento do mercado alimentício e o lançamento dos alimentos funcionais, Raud utilizou a teoria dos *Campos* de Pierre Bourdieu. Assim, o mercado de alimentos funcionais é entendido como um *campo de lutas* em que os agentes se enfrentam entorno das melhores posições na estrutura. Agentes dotados de recursos diferentes, em termos do capital que possuem: financeiro, cultural, tecnológico, etc., e que definem as estratégias de suas ações. Capitais, muitos deles desiguais, que podem configurar relações hegemônicas dentro do campo. Relações essas de posição, que pressionam e limitam a atuação na estrutura do campo (BOURDIEU, 1993; 2005). As empresas dominantes no campo influenciam nas estratégias das outras empresas. No entanto, não significa que as empresas dominantes são livres na escolha de suas estratégias, elas também sofrem pressões das adversárias no campo. As multinacionais como *Danone e Nestlé* se enfrentaram nas gôndolas dos supermercados brasileiros para liderar o mercado de iogurtes funcionais.

O trabalho de Raud também se fundamentou em Neil Fligstein. Para este autor, o Estado desempenha um papel importante na construção das instituições de mercado.

(...) Os Estados modernos de economia capitalista criaram as condições institucionais para que os mercados se tornassem estáveis. Identifico suas instituições estão em jogo e vejo sua construção como projetos políticos empreendidos por atores poderosos. Grandes crises sociais como guerras, depressões ou a entrada de uma nação no desenvolvimento moderno são determinantes para entender o progresso econômico de uma sociedade. Uma vez estabelecidas, essas “regras” de construção dos mercados e de intervenção nos mesmos, são chaves para a compreensão de como os novos mercados se desenvolvem numa sociedade. (FLIGSTEIN, 2001b, p. 27)

O Estado está sempre profundamente envolvido no funcionamento da economia nacional. Um bom exemplo disso, de acordo com FLIGSTEIN (2001a), foi a criação do Vale do Silício nos Estados Unidos (EUA), considerado o berço da indústria do computador. O governo estadunidense facilitou a construção de um

complexo industrial voltado para o desenvolvimento de tecnologias da comunicação e informação (TI) no início da década de 1950. O Estado financiou a formação e as pesquisas de engenheiros, e se tornou o principal comprador de muitas das inovações tecnológicas no momento da criação do mercado de TI. Ele também participou da criação da *Internet* e pesquisas universitárias financiadas que permitiram o desenvolvimento de muitos *softwares* necessários para o funcionamento da rede de computadores, o que resultou na emergência de setores de transistores, semicondutores e componentes de silicone. Além disso, o Estado promoveu concursos públicos, já que o início da indústria de TI estava ligado à segurança nacional, principalmente produção de tecnologias voltadas para a indústria militar. Para Fligstein, o modelo de “livre mercado” é um mito. Não é que os empresários e a ideologia do empreendedorismo sejam menos importantes, mas é o Estado que dá as condições necessárias para funcionamento do sistema como um todo. Em alguns momentos ele desempenhou um papel mais direto e, em outros, mais discreto, e sua atuação foi muito além de comprador e apoio financeiro. O Estado estabeleceu leis que serviram de interesse empresarial, por exemplo, a lei de propriedade intelectual a favor dos detentores de patentes. Para Fligstein, dois fatores são importantes na determinação sobre as atividades estratégicas de negócios. O primeiro tem a ver com o comportamento dos concorrentes no mercado, e o segundo com a capacidade dos Estados em definir o que constitui um comportamento aceitável, em termos de concorrência, pois para os gerentes e proprietários de empresas, a principal preocupação é garantir a estabilidade de suas interações com os principais rivais.

RAUD (2008) conta que em 2004 a *Danone* lançou no Brasil o iogurte *Activia*, que já fazia sucesso em muitos países europeus desde a década de 90. Em reação, a *Nestlé* lançou o *Nesvita* em junho de 2006. Nesse mercado de produtos lácteos, o Estado desempenhou um papel fundamental, ao definir as regras do jogo. O Estado brasileiro tomou as precauções, de acordo com o que já era tendência na Europa, de elaborar uma legislação específica para analisar produtos com propriedades “funcionais e/ou saúde”. Dentre as normas contidas no direito comercial, existia uma que exigia a comprovação científica da aplicabilidade funcional para a saúde. No caso, a *Nestlé* não tinha comprovação dos resultados funcionais do produto *Nesvita*. Em 2007, a *Danone* entrou na justiça contra a *Nestlé*, o que resultou em ganho e possibilidade de penalidade, caso o iogurte *Nesvita* aparecesse em campanhas

publicitárias com os argumentos de alimento funcional. A penalidade era uma multa equivalente a dez mil reais por dia.

Embora o trabalho de Raud não se relaciona mais profundamente com a questão ambiental propriamente dita, ele traz elementos que ajudam a pensar questões ligadas aos processos institucionais de definição de direitos, que podem vir a legitimar uma organização em relação a outro, sob determinado conhecimento. Isso contribui para entender as novas formas de mercados que surgem com as definições de medidas criadas pelo Estado, como índices e parâmetros.

1.5 Mercado das Finanças Sustentáveis

No mercado financeiro, MAGALHÃES (2010) apresenta as principais mudanças que vêm ocorrendo com a inclusão de critérios socioambientais pelas pressões sociais. Porém, não se trata apenas de alteração do setor financeiro, mas como resultado da construção de um novo campo. Magalhães buscou compreender a gênese social deste novo campo, que é configurado pela interação entre bancos e ONGs ambientalistas. A análise do pesquisador mostra que o mundo das finanças está cada vez mais entrelaçado com o mundo das demandas sociais e ambientais. Fato que se reforça ainda mais com um tipo de paradoxo. Segundo Magalhães, o novo campo formado por critérios ambientais é resultado das falhas dos mecanismos regulatórios internacionais, o que poderia aumentar a fragilidade desses mercados, restringindo a capacidade de monitorar e mitigar riscos. Somado a isso, a ausência de leis em vários níveis da ação empresarial no âmbito transnacional, especialmente em questões relacionadas à “sustentabilidade”, tem provocado o surgimento de variadas formas de governança privada, criadas para definir os padrões sociais e ambientais dos mercados. Por outro lado, é justamente a fragilidade de controle regulatório e a ausência de leis que favorecem e garantem a formação desse sistema, que cria conexões entre agentes financeiros privados e sociedade civil. Neste sentido, confiança, status, legitimidade e reputação viram importantes capitais simbólicos no contexto das finanças “sustentáveis”. Magalhães demonstra que os mercados não são somente moldados pelo Estado, como mostrou

Neil Fligstein. Mas as interações sociais entre bancos e ONGs também podem ser as bases para novos padrões de relacionamentos econômicos.

Segundo Magalhães, reputação era um critério que os bancos utilizavam para realizar avaliações dos riscos dos projetos.

(...) Reputação é um dos ativos mais importantes em todos os mercados e particularmente no mercado financeiro. Ela é um dos principais fatores que garantem a fidelidade dos clientes e, principalmente, a relação entre os bancos, grandes empresas e investidores. Até alguns anos atrás a reputação dos bancos se baseava principalmente na boa relação com os seus clientes e parceiros e no cumprimento da lei (MAGALHÃES, 2010, p. 102).

Mas essa noção ganhou um novo significado para os agentes financeiros. Em resposta, principalmente, às pressões sociais, reputação passa a ser definida como uma “licença social para operar”. Os bancos perceberam a importância da relação com os agentes externos para melhorar seu posicionamento no mercado. Eles começaram a se adequar às expectativas dos diferentes atores sociais para buscar reconhecimento, mas a legitimidade só é alcançada com uma boa reputação nas redes de relacionamento. Os capitais simbólicos passam a exercer um papel determinante na estruturação do campo das finanças “sustentáveis”. Magalhães menciona a questão da produção da informação, que é produzida pela crítica das organizações sociais, que acaba sendo mais eficientes do que as informações geradas pela dinâmica da competição entre os agentes do mercado, como supunha a teoria econômica neo-clássica.

No mercado das finanças “sustentáveis” as pressões são tanto do lado social quanto do econômico, ou seja, de cobrança das ONGs e, do outro lado, exigência dos bancos. Assim, é construída uma rede de trocas mútuas de capitais simbólicos que contribuem para a legitimação de todos os participantes. Com o acúmulo de capital reputacional, os bancos ganham forte poder de influência sobre os mercados. Em contrapartida, as organizações sociais também preocupam-se em manter sua reputação, pois isso garante a continuidade de suas atividades e mobilização de recursos. Boa reputação é a forma como os doadores financeiros reconhecem as ONGs como leais aos seus princípios e com capacidade de produzir resultados comprometidos. A produção dessa interação recíproca gera estabilidade econômica, mudanças nos indicadores econômicos e novas políticas internas do campo. Magalhães afirma que esta relação, baseada na reputação, gera uma nova forma de

regulação de mercado, que amplia a transparência e coloca as decisões estratégicas dos agentes privados como objeto de debate público, realidade que vem se disseminando em quase todo o campo financeiro.

(...) Os bancos buscam construir parcerias e diálogos com organizações sociais com a finalidade de ampliar sua inserção social, fortalecer a interação com organizações locais e criar novas oportunidades de mercado (mercados inclusivos ou negócios na base da pirâmide). Podem também ter como objetivo o gerenciamento de conflitos e riscos de reputação, ou ainda, promover inovações por meio de parcerias estratégicas com organizações sociais com forte base científica e experiência de campo, ou por meio do diálogo com organizações que monitoram os projetos, identificam falhas e propõem mudanças substanciais nas políticas. (MAGALHÃES, 2010, p. 22).

Neste novo contexto de atuação social, os bancos acabam criando estratégias de relacionamento. Para apontar algumas delas, Magalhães analisou os relatórios anuais, referentes ao ano de 2007, dos 64 bancos signatários dos Princípios do Equador¹⁰ até 2008 (informações que estão disponíveis nos sites das instituições financeiras pesquisadas):

- a) **As novas estratégias de relacionamento:** reconhecimento da importância de agentes externos que influenciam os padrões de concorrência ou cooperação nos mercados. Os *stakeholders*¹¹ passam a fazer parte das preocupações empresariais;
- b) **Padrões de qualidade em relacionamento com stakeholders:** os bancos aderem aos padrões de qualidade já reconhecidos internacionalmente, pois a empresa em particular não possui capacidade de produzir seus próprios parâmetros de análises, já que existe o problema da crescente complexidade das informações sobre os impactos socioambientais. A adesão aos padrões reconhecidos internacionalmente também lhes confere legitimidade imediatamente no momento do engajamento, o que torna o processo mais rápido e barato. Existem três padrões reconhecidos no setor financeiro: o

¹⁰ Em 2003, foram criados os Princípios do Equador, uma das iniciativas globais de ação voluntária do setor privado, com o objetivo de elaborar padrões e normas socioambientais para o mercado financeiro. São dez princípios de comprometimento para projetos financeiros de gestão de questões ambientais e sociais. (Disponível em: <www.equator-principles.com/reporting>).

¹¹ O conceito de *Stakeholders* tem sido usado para designar a interlocução com diferentes grupos de interesse envolvidos, de alguma forma, no processo produtivo de alguma organização empresarial, por exemplo, investidores, fornecedores, consumidores, poderes instituídos e comunidade.

sistema AA1000SES, o ISO 14063 e o AS8000, além do *Global Report Initiative* (GRI). Já os padrões ISO 14063 e AS8000, conforme Magalhães, não são utilizados pelos bancos signatários dos Princípios do Equador;

- c) **Relacionamento orientado para a filantropia:** os bancos investem em assistência social com o objetivo de promover relacionamentos com organizações de âmbito local, assim criam canais de transferência de recursos para as comunidades carentes. Os relacionamentos construídos com vistas à filantropia também têm o objetivo principal de conhecer mais precisamente as demandas e tornar mais eficiente à aplicação de recursos em projetos sociais. De acordo com Magalhães, estes projetos não possuem relação com os negócios dos bancos, e são, na maioria dos casos, conduzidos por fundações;
- d) **A promoção de negócios inclusivos:** os bancos constroem parcerias com organizações econômicas ou especializadas na promoção de negócios de pequeno porte, serviços de microfinanças e outros serviços financeiros e empreendimentos em comunidades de baixa renda. As parcerias visam principalmente identificar as demandas, ter acesso a informações sobre os mercados locais, reduzir custos de transação, avaliar resultados e ampliar a escala de projetos, reduzir as diferenças de filosofia, linguagem e reduzir barreiras na relação com a comunidade. Para a condução desses negócios e parcerias, os bancos criam serviços financeiros, estruturas de avaliação de riscos e de relacionamento específicos para essa finalidade. Porém estes serviços, em todos os bancos analisados, segundo Magalhães, não são as atividades financeiras mais importantes e fazem parte das políticas de responsabilidade social;
- e) **Relacionamento orientado para a gestão da contestação social:** os objetivos desse tipo de relacionamento são conhecer as visões, as expectativas, os interesses e as críticas dos *stakeholders* sobre as atividades bancárias. Além disso, a partir desse relacionamento os bancos buscam adotar mecanismos para evitar ou mitigar esses riscos. Os bancos que adotam políticas inovadoras de organização, métodos avançados de

relacionamento, assim como os que são os mais ativos em parcerias com as grandes ONGs globais são exatamente aqueles cujas estratégias de relacionamento com *stakeholders* têm como foco a gestão da contestação;

- f) **A gestão de riscos reputacionais:** bancos passam verificar os questionamentos sobre a legitimidade de sua ação na sociedade. O cuidado dos bancos é com o tipo de informação que organizações sociais tornam públicas sobre os impactos sociais e ambientais dos financiamentos dos bancos;

- g) **Relacionamentos orientados para a inovação:** bancos desenvolvem atividades que buscam o acesso ao conhecimento técnico de ONGs, assim como buscam encontrar soluções inovadoras para os grandes dilemas socioambientais presentes nos investimentos.

Conforme Magalhães, os bancos buscam criar estratégias de relacionamento para proteger sua reputação, já as ONGs possuem algumas estratégias de ação que resultam em ganhos de legitimidade. Elas também dependem da capacidade de demonstrar uma reputação positiva em aspectos objetivos e subjetivos. Mas para isso, as ONGs adotam grandes ações para ganhar visibilidade, somado a fortes estratégias de comunicação que alcancem repercussões públicas. Campanhas de denúncias e boicotes são bons exemplos. Porém, os boicotes são diferentes das ações do passado, quando visavam atingir consumidores finais. Atualmente, as campanhas de boicote são direcionadas às comunidades empresariais, buscando atingir a reputação das firmas nos seus ambientes de negócios. As ONGs escolhem alvos importantes, como grandes empresas, com grandes investimentos nas marcas, reconhecidas pelo sucesso financeiro e com grande reputação nos mercados. Para isso, as organizações preparam pesquisas detalhadas e utilizam informações estratégicas para atingir os pontos mais vulneráveis das empresas, especialmente aqueles que ameacem a reputação delas. Os movimentos sociais ainda contam com a criação de redes nacionais e internacionais para fiscalização, monitoramento e pressão contra as instituições financeiras, quando não cumprem critérios socioambientais, muitos deles rígidos na dimensão técnico e científico. As políticas socioambientais no campo das finanças sustentáveis têm um forte

embasamento técnico e científico, mas as decisões sobre as novas políticas se orientam por um componente político.

Apesar de ter verificado a falta ou fragilidade de regulação estatal, como um elemento fundamental para a configuração do campo das finanças “sustentáveis”, Magalhães conclui argumentando sobre a necessidade de criar novas leis, que aumentem a influência das organizações sobre os bancos, que buscam legitimidade nas estratégias de negócios.

Os estudos CARNEIRO (2007), GUIVANT (2003), GUIVANT e TOMIELLO (2008), RAUD (2008) e MAGALHÃES (2010), revisados acima, mostram que a combinação entre mercados e as questões ambientais são bastante dinâmicas. Também nos trazem compreensões que os mercados não são dados a priori. São processos que variam muito e podem ser pensados sob várias formas. Portanto, estas análises vão servir como referências para pensar quem são os atores. Quem são os principais agentes. Qual é papel do Estado. Qual é a capacidade do campo científico nas mudanças do mercado, etc. na definição da legitimação contida nas diferentes formas de pensamento sobre mercados e “sustentabilidade”.

2 MOVIMENTO AMBIENTALISTA EM OPOSIÇÃO AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

A principal característica dos movimentos ambientalistas no século XX foi sua contestação ao desenvolvimento econômico. Movimentos sociais que ganharam repercussão internacional e suas reivindicações atingiram o âmbito político, visando promover direitos voltados para temas globais.

MACCORMICK (1992) retrata o histórico do movimento ambientalista. Ele afirma que o período pós-guerra é o momento em que emerge um novo ambientalismo de caráter global, diferente das manifestações do início do século XIX, que surgiram nos Estados Unidos, e que tinha no seu contexto o debate entre as propostas de preservação (sem a presença humana) e as de conservação (para o uso racional e utilitário dos recursos naturais).

A mudança ocorreu entre os anos 40 e 60, momento em que o preservacionismo e o conservacionismo deixariam de ter grande destaque, já que a produção e os testes de artefatos nucleares da indústria da guerra ofereciam maior perigo a toda a humanidade. Segundo STEIL e CARVALHO (2001), o período pós-segunda guerra mundial é o momento em que surgem no contexto internacional as ONGs¹². Na década de 40, essas organizações são criadas com o ideal de autonomia em relação aos Estados-Nação, com objetivo principal de promover projetos de desenvolvimento comunitários nos países afetados pela guerra e onde a modernidade não tinha chegado (atuando principalmente com programas de combate à pobreza).

Na década de 60, ainda surgem movimentos sociais para protestar contra a guerra. É o período marcado pela contracultura, anti-indústria, consumismo e a racionalidade científica da sociedade industrial. Eram os movimentos estudantis e

¹² Conforme STEIL e CARVALHO (2001), o primeiro momento dessas organizações é caracterizado pela filantropia internacional. As ONGs são espaços institucionalizados privados que buscam promover valores e hábitos comportamentais modernos, principalmente em comunidades tradicionais de diferentes países. Essas organizações recebiam ajudas financeiras de órgãos públicos para executar projetos de interesse social. Já, num segundo momento, mais especificamente nos anos 70, quando ocorre a I Conferência Sobre o Meio Ambiente (Estocolmo), as ONGs ressurgem para serem interlocutores da questão ambiental, pois não viam capacidade nos governos de discutir e assumir um tema global como o meio ambiente, na verdade, os Estados-Nação teriam interesses fixos e limitados para estas organizações.

hippies, que se colocavam contra a guerra do Vietnã e que valorizavam o estilo de vida natural (MCCORMICK, 1992).

Depois dos protestos contra as guerras e, ao mesmo tempo, contra a produção de artefatos nucleares, os movimentos ambientalistas começam a se deter mais nos impactos produzidos por uma sociedade industrial. É neste momento que se somam às suas preocupações com a poluição e o com aumento da população. Em 1962 é publicado o livro *Primavera Silenciosa*, da bióloga Rachel Carson. O livro é um estudo que aborda os problemas de contaminação por químicos na agricultura. O trabalho de Rachel Carson foi muito importante porque influenciou a sensibilidade da opinião pública em relação ao desenvolvimento econômico.

Em relação ao aumento da população, MCCORMICK (1992) cita o episódio ocorrido no ano de 1968, encontro de cientistas, empresários e políticos que ficou conhecido como Clube de Roma, onde se discutiu os possíveis problemas que o modelo de crescimento econômico poderia vir a trazer no futuro como, por exemplo, a escassez de recursos naturais. O resultado produziu o relatório *Os Limites do crescimento*, publicado em 1972 pelo pesquisador Dennis L. Meadows. O estudo abordava teses de Malthus sobre o aumento da população. *Crescimento Zero* foi um conceito apresentado no relatório para realizar uma crítica às teorias econômicas.

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, promovida pela ONU, na cidade de Estocolmo, Suécia, em 1972, colocou as questões ambientais na agenda política internacional. O encontro, que contou com “(...) representantes de 113 países, 19 órgãos intergovernamentais e quatrocentas outras organizações intergovernamentais e não-governamentais” (MCCORMICK, 1992, p. 106), pode ser descrito como um marco para o movimento ambiental, pois foi a primeira vez que o meio ambiente estava sendo debatido pelos governos como um tema, mas que envolvia os problemas políticos, sociais e econômicos. O debate envolveu os países pobres e países ricos, com suas percepções diferenciadas das prioridades ambientais. De acordo com MCCORMICK (1992), o objetivo da conferência era que a ONU pudesse avaliar de maneira abrangente os problemas do meio ambiente humano, assim seria possível fazer convergir a atenção de governos e opinião pública. Deveria também identificar aqueles aspectos que só poderiam ser resolvidos ou que melhor se resolveriam através do acordo e da cooperação internacionais, no caso, a questão que estava sendo colocada era a poluição, com destaque para a chuva ácida. Estas preocupações da ONU tinham a ver com as

conclusões apresentadas pelo relatório *Os Limites do crescimento* (1972), que apontava para um futuro de cenários apocalípticos, e com os resultados da Conferência da Biosfera (a Conferência Intergovernamental de Especialistas sobre as Bases Científicas para Uso e Conservação Racionais dos Recursos da Biosfera) realizada em Paris, organizada pela Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura (UNESCO), em 1968.

Segundo VIEIRA (2001), a Conferência de Estocolmo reuniu enorme quantidade de organizações não governamentais que se engajaram na formação de novas redes transnacionais. Fato que significou o avanço do movimento ambientalista internacional, já que eles tinham um papel reduzido dentro da ONU. Assim, um novo ambientalismo se formou, menos conservador e mais politizado globalmente, o que resultou no ganho de legitimidade e sua aceitação por parte dos governos nacionais, que acabaram tratando o meio ambiente como uma questão política. Mas, há também o exercício de atividades menos reconhecidas, “extraoficiais”, desempenhadas pelas ONGs, como prática de *lobby* em órgãos mais amplos, por exemplo, na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (UNCTAD) e Conselho Econômico e Social da ONU (ECOSOC).

(...) As ONGs também influenciaram posições dos Estados-membros mediante pressão doméstica e esforços transnacionais; forneceram informações, análises e interpretações de valor que mostram como problemas, interesses e soluções são definidos; prestaram serviços em níveis local, regional e nacional, recebendo e administrando fundos da ONU nesse processo (VIEIRA, 2001, p. 134).

A partir de então, os governos não puderam mais ignorar as comunidades ambientalistas, pois elas ofereciam novos paradigmas para orientar o comportamento e valores de milhões de pessoas no mundo todo, sendo capazes de pressionar a direção da coordenação das políticas internacionais para proteção da natureza e, às vezes, sobreporem-se ao poder de governos. No entanto, segundo VIEIRA (2001), as ONGs possuem algumas dificuldades:

(...) as ONGs ambientalistas enfrentam muitos obstáculos para consolidar e fortalecer um movimento cuja coordenação permanece relativamente fraca, pelas seguintes razões: a) os governos resistem à invasão de seu tradicional domínio de autoridade, mesmo quando procuram usar as ONGs para escorar sua legitimidade; b) os recursos das ONGs e seu acesso ao poder político são mínimos se comparados às forças que conduzem a destruição ambiental; c) diferenças culturais e ideológicas entre ambientalistas dificultam a coordenação global; d) as mesmas tensões

Norte-Sul que penetram as relações entre Estados podem transbordar para dentro das ONGs na forma de acusações de paternalismo ou paroquialismo (VIEIRA, 2001, p. 134).

Apesar das dificuldades, as ONGs ambientalistas não pararam de se expandir. Para VIEIRA (2001), duas forças foram responsáveis para o seu crescimento. Primeiramente, a expansão das interpretações científicas autorizadas, que percebem problemas ambientais comuns a todos os grupos humanos. Em segunda lugar, abertura de arenas e associação globais, como a ONU, para agendas do meio ambiente. A legitimação científica exigiu aumento de qualificação dos membros das ONGs ambientalistas, o que produziu um novo debate mais qualificado.

(...) Durante o primeiro terço do século XX, estas organizações tendiam a ser formadas em torno de preocupações sentimentais com aspectos específicos da natureza – por exemplo, Amigos Internacionais da Natureza (1895). Outras organizações foram formadas em torno de um conceito de natureza como um conjunto de recursos a ser organizado e alocado – por exemplo, União Internacional para a Pesquisa Florestal (1891). Nas décadas recentes, organizações ambientais tenderam a se formar com base em uma concepção muito mais ampla e científica de natureza como um ecossistema – por exemplo, a Sociedade Ambiental Asiática (1972).

Por trás, está o enorme debate mundial no domínio científico. A expansão do sistema científico mundial criou um quadro em que quaisquer assuntos ambientais podem ser vistos como universalmente significativos e em que muitos tipos de política podem ser tidos como racionais. Claramente, a expansão deste sistema produziu organizações e profissões que poderiam falar com autoridade e objetividade sobre uma vasta gama de questões ambientais (VIEIRA, 2001, p. 139).

A Conferência de Estocolmo resultou na criação do Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas (PNUMA). A conferência também produziu uma Declaração, uma lista de Princípios e um Plano de Ação. Segundo MCCORMICK (1992), os vinte e seis princípios podem ser desmembrados em cinco grupos principais:

a) A capacidade da terra de produzir recursos renováveis deveria ser mantida (...); b) O desenvolvimento e a preocupação ambiental deveriam andar juntos (...); c) Cada país deveria estabelecer seus próprios padrões de administração ambiental e explorar recursos como desejasse, mas não deveria colocar em perigo outros países (...); d) A poluição não deveria exceder a capacidade do meio ambiente de se recuperar (...); e) Ciência, tecnologia, educação e pesquisa deveriam ser utilizadas para promover a proteção ambiental (MCCORMICK, 1992, p. 140).

Além das ONGs ambientalistas transnacionais, surgem na década de 70, na Europa, os movimentos de agricultura alternativos ao modelo industrial. Para ALMEIDA (2009) e ASSIS (2002), os movimentos de agricultura alternativa tomam consciência da destruição que o crescimento da produção em escala industrial poderia acarretar em perda do capital genético do planeta e criar possíveis alterações nos equilíbrios dos ecossistemas. Esses processos industriais eram em boa medida herdados da Revolução Verde, iniciada na década de 50. A Revolução Verde, a partir da propaganda da indústria, estimulava os agricultores a abandonar as variedades crioulas, para adotar sementes geneticamente modificadas (transgênicas), desprezava o conhecimento tradicional local, promovia a mecanização no espaço rural, criava novas formas de irrigação e defendia o uso de intensivos agrotóxicos nas lavouras (produção com utilização de químicos com base sintética, como pesticidas e adubos). Todas essas mudanças na atividade agrícola tinham como discurso o objetivo de superar a fome mundial. Entretanto, essa forma de legitimação não foi bem recebida no meio rural. O novo padrão de desenvolvimento agrícola defendido pela Revolução Verde começa a ser questionado mediante os riscos possíveis que pode provocar, ou seja, a perda da biodiversidade agrícola e o progressivo empobrecimento produtivo dos solos pelo uso intensivo de agrotóxicos. Além disso, para os autores, a produção agrícola industrial poderia favorecer mais ao capital financeiro, o que deixa pouca autonomia para as práticas de agricultura familiar. A partir dessas críticas, alternativas foram buscadas para que envolvessem processos ecológicos para a produção local, não necessariamente voltada para o mercado, já que os movimentos agrícolas alternativos defendiam uma produção autônoma, autossuficiente e sem maiores dependências dos agentes econômicos. Boa parte dessas propostas ajudaram a configurar o que conhecemos como agroecologia, reconhecida hoje como uma ciência. Uma importante vertente dentro da agroecologia é a agricultura orgânica.

Também na década de 70, temos a formação dos partidos verdes na Europa. Segundo MCCORMICK (1992), o principal slogan do partido verde é: "*Nós não somos nem esquerda nem direita; nós estamos na frente*". Dentre os partidos verdes, destaque para o *Die Grünen* (os Verdes), primeiro partido novo a entrar no *Bundestag* em 30 anos, que conseguiu representar a política ambiental na Europa Ocidental após vencerem as eleições de março de 1983, na Alemanha, obtendo 27

cadeiras no Parlamento, superando os democratas-cristãos conservadores e os social-democratas liberais de esquerda.

Die Grünen defendiam de modo variado a criação de uma economia não baseada no crescimento, a subdivisão das grandes companhias em pequenas unidades, a semana de trabalho de 35 horas, impostos mais altos para grupos de renda mais alta, investimento do Estado para criação de empregos, o fim da energia nuclear, o uso sustentável dos recursos naturais, conservação de materiais e energia, crescimento zero da população e desarmamento nuclear (MCCORMICK,1992, p. 143).

De acordo com MCCORMICK (1992), os Partidos Verdes se espalharam pela Europa e por todo o mundo. Mesmo com uma orientação ecológica, os Verdes são os partidos com maior variação ideológica, pois eles não se encaixam dentro do eixo tradicional esquerda/direita; eles buscam mudanças sociais e de amplo espectro, que transcendem as divisões liberal/conservador ou marxismo/capitalismo. Para McCormick, os partidos verdes podem ser agrupados em três categorias: 1) pequenos partidos socialistas - que adotaram políticas ambientais e se transformaram (na percepção do público) em partidos ecológicos; 2) partidos liberais e agrários - que vinham tradicionalmente enfatizando as questões ambientais; 3) os novos partidos - criados especificamente para representar um eleitorado mais consciente das questões ambientais.

Outras manifestações dos movimentos ambientalistas surgem no ano de 1980. O Programa de Meio Ambiente das Nações Unidas (PNUMA) publicou o documento *Uma Estratégia Mundial para a Conservação*, que questiona o modelo de desenvolvimento dos países industrializados. Esta crítica vai ser pauta de discussão em 1987, no encontro realizado pela Organização das Nações Unidas (ONU), em parceria com o governo Norueguês. Do evento resultou o *Relatório de Brundtland*, com o título de *Nosso Futuro Comum*. A noção¹³ de “desenvolvimento

¹³ A maior parte dos trabalhos que foram levantados nesta pesquisa trata a expressão “desenvolvimento sustentável” como um conceito. Isso é perceptível tanto no universo empresarial quanto nas críticas do capitalismo. Nesta etnografia vamos tratá-lo como uma noção ou ideia. Assim estamos buscando um distanciamento analítico, sem comprometimento com uma definição específica. Mas, entretanto, é necessário definir uma distinção entre noção/ideia em relação a conceito. Neste sentido, conceito, para este trabalho, é algo que possui significado definido, consensual e institucionalizado, já a noção/ideia corresponde a diversas representações linguísticas ou simbólicas, exclusivas ou não de um grupo. Assumir a expressão como noção/ideia é uma forma de relativizar, o que permite trabalhar com a heterogeneidade das formas de pensar que fazem parte do universo da nova relação entre ambientalismo e economia. Ao não assumir um certo tipo de exclusividade de definição, ou propriedade conceitual intelectual, esta pesquisa se distancia de qualquer suposta vanguarda ideológica.

sustentável” vai ser definida no relatório como “*aquela que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades*”. Nesta época, segundo RIBEIRO (2000), o *Relatório de Brundtland* popularizou a expressão “desenvolvimento sustentável”, que não oferecia uma definição mais completa de que tipo de desenvolvimento se pretendia. A noção era imprecisa, para que de certa forma fosse constantemente elaborada e resignificada com injunções políticas e pelas mudanças temporais e espaciais. A noção tinha forte caráter de um projeto alternativo ao modelo de desenvolvimento.

SCOTTO *et. al.* (2009), traçam o histórico do significado do conceito “desenvolvimento sustentável”. A expressão que surgiu nos debates ambientalistas da década de 60 e 70, nos países industrializados do norte, como crítica ao desenvolvimento econômico. O ideal do progresso, como ideologia da modernidade, ganhou força após segunda guerra mundial, pela necessidade de construir os países arrasados com os conflitos militares. Desenvolvimento virou crença na possibilidade de estabilidade política, da ordem internacional. Industrialização e urbanização eram as principais propagandas de países como EUA e alguns Europeus, que buscavam a hegemonia do bloco capitalista e sua oposição ao socialismo soviético. E países localizados no hemisfério sul, chamados de subdesenvolvidos, eram disputados para se engajarem no modelo de modernização.

O desenvolvimento foi então identificado como o crescimento econômico, tecnológico, urbano e a internalização da lógica da acumulação e da produção capitalista em todas as esferas da vida social. Um modo de vida desenvolvido ou “moderno” foi estabelecido como um caminho evolutivo, linear e inevitável a ser trilhado pelas sociedades subdesenvolvidas para superação da pobreza e do atraso. O paradigma de desenvolvimento a ser alcançado era a sociedade de consumo norte-americano (SCOTTO *et. al.*, 2009, p. 16).

Os países ditos subdesenvolvidos deveriam crescer economicamente para gozar das benesses da prosperidade que a industrialização trazia. A promessa era a superação da pobreza e a melhoria das condições sociais. Mas, para favorecer o crescimento desses países, instituições como a ONU e o Banco Mundial foram criadas para fomentar políticas de desenvolvimento local. Assim, governos de países da América Latina, África e Ásia, predominantemente rurais naquele momento, contavam com as orientações das políticas públicas e serviços sociais dos novos

órgãos internacionais. Logo, empréstimos e financiamentos foram cedidos aos países do hemisfério sul, e como consequência, gerou uma pesada dívida.

Mas o ideal desenvolvimentista igualmente encantava o bloco socialista. SCOTTO *et. al.* (2009) mencionam o fato de que essas sociedades, mesmo com caráter diferente ao progresso (nos meios de organizar, produzir e distribuir riquezas), também priorizavam a busca tecnológica. Esta corrida desenvolvimentista tecnológica acabou tendo um desfecho trágico, quando em abril de 1986 ocorreu o acidente nuclear de Chernobyl, EX-URSS (atual Ucrânia), o que abalou a opinião internacional e alertou os movimentos ambientalistas.

Já no lado ocidental, em meados da década de 80, surgiram manifestações contra o modelo de desenvolvimento:

É neste contexto que, nos anos 80, num cenário de crise econômica e ambiental, se aprofunda a crítica à idéia de desenvolvimento, tomada como noção central do modelo social hegemônico. A constatação da falência do modelo de desenvolvimentista e a crescente percepção da crise ambiental levam tanto a propostas que buscam os caminhos de superação deste modelo como também iniciativas que ao no sentido de sua reformulação dentro dos marcos da lógica capitalista que o gerou. O debate ecológico é um dos cenários onde esta discussão se dá. Movimentos ecológicos que fazem uma crítica às raízes do sistema capitalista e seu uso do meio ambiente vão se contrapor a outros setores do movimento ecológico e das instituições internacionais que buscarão reformar a noção de desenvolvimento uma dimensão ambiental que este projeto inicialmente excluía de seu horizonte (SCOTTO *et. al.*, 2009, p. 19).

Para SCOTTO *et. al.* (2009), o conceito de desenvolvimento estava passando por reformulações, para responder às críticas sociais e ecológicas, que estavam emergindo de diferentes partes do mundo. Então, aparece no cenário globalizado a expressão “desenvolvimento sustentável”, popularizada pelo *Relatório de Brundtland*, com o objetivo de conciliar crescimento econômico, diminuição da pobreza e reconhecimento dos limites ambientais. Mas, de acordo com Scotto *et. al.*, permanece uma contradição:

(...) Ainda que reconheça os problemas sociais como parte fundamental dos problemas ambientais, este conceito é sustentado pela crença na ideia de um desenvolvimento baseado no crescimento econômico, dentro de uma lógica concorrencial de mercado. Assim, o desenvolvimento sustentável segue anunciando um futuro de oportunidades comuns, um mundo de maior equidade social e equilíbrio ambiental, sem abrir mão da ideia de que isto pode ser obtido com mais crescimento econômico nas condições sócio-políticas vigentes. Anuncia a possibilidade de uma “economia mundial sustentável” (SCOTTO *et. al.*, 2009, p. 33).

Em suma, a expressão “desenvolvimento sustentável” apresentada no relatório é uma tentativa de conciliar a economia e a ecologia no processo de desenvolvimento, entretanto, conforme SCOTTO *et. al.* (2009), ela não rompe com os pressupostos do modelo capitalista, que estavam na origem da crise social e ambiental. A expressão pouco muda a sociedade de mercado.

O conceito de desenvolvimento sustentável tem alimentado propostas que apontam para novos mecanismos de mercado como solução para condicionar a produção à capacidade de suporte dos recursos naturais. Mecanismos de taxação, licenças e cotas de um bem ambiental escasso no produto final; ou ainda a consideração de que o custo de direitos ambientais afetados (no caso de indenizações, investimentos compensatórios e/ou reparações financeiras) podem ter um efeito inibidor em curto prazo. Mas a questão que permanece em aberto é se estes mecanismos serão capazes de reorientar a lógica mercantil da sociedade ocidental de consumo, sendo efetivamente um freio à degradação social e ambiental, ou se estaríamos apenas vendo surgir um novo tipo de mercado “verde”. Além disso, como o próprio Relatório de Brundtland reconhece, mas não responde, resta a questão das conseqüências sociais da internalização destes custos, ou seja, quem vai pagá-los dentro de uma lógica onde a regra é a “otimização” da produção com a maximização do lucro e minimização dos custos de produção. O repasse destes custos à sociedade aumentaria os níveis de exclusão e desigualdade no acesso aos bens produzidos e/ou comercializados por este “mercado verde” (SCOTTO *et. al.*, 2009, p. 36).

Ainda na análise sobre o *Relatório de Brundtland*, SCOTTO *et. al.* (2009) identificam a variedade de definições que a expressão “desenvolvimento sustentável” apresenta no documento.

NIXON (1993) diz que a ideia “desenvolvimento sustentável” é absolutamente vazia, pois representa um recurso estilístico empregado pela nova ideologia do progresso. Aqui temos a crítica do *oximoro*: uma figura de linguagem que adapta dois conceitos opostos numa só expressão, formando, assim, um terceiro conceito. A expressão é uma evolução semântica. Para Nixon, “desenvolvimento sustentável” deve à sua polissemia seu êxito sem precedente, pois é utilizada por diversos atores sociais com posições institucionais, ideológicas, econômicas radicalmente diferentes. Até se tornou um argumento de venda para a propaganda comercial. Às vezes, no caso de programas políticos, encontram-se formulações híbridas onde se misturam posições teóricas contraditórias. Para este autor, a expressão resultou num “tudo vale”.

Da crítica sobre o conceito surgiram outras noções, tais como a *socioambiental*. De acordo com SCOTTO *et. al.* (2009):

Foi principalmente a partir destas discussões entre diferentes setores da luta social e ambiental que surgiu um dos avanços mais importantes deste período: a noção de que os problemas que estavam em debate não eram exclusivamente sociais e ambientais, e que só poderiam ser enfrentados se compreendidos como fruto da convergência de processos ao mesmo tempo sociais e ambientais. Esta abordagem da questão ambiental passou a ser denominada socioambiental e ajudou a criar um campo de diálogo entre movimentos: muitos movimentos sociais então passaram a reconhecer em suas lutas a importância da dimensão ambiental, bem como o movimento ecológico pôde integrar melhor a dimensão social na constituição dos problemas ambientais (SCOTTO *et. al.*, 2009, p. 39).

Além disso, as críticas, que vinham ao longo da década de 90, iniciam um novo debate, que deslocava a preocupação do “desenvolvimento sustentável” para a ideia de “sociedade sustentável”. O foco então agora não era a questão do modelo de desenvolvimento, mas sim, dar atenção ao sujeito social da “sustentabilidade”, bem como mostra SCOTTO *et. al.* (2009).

Para RIBEIRO (2000; 2008)¹⁴, a própria definição de desenvolvimento, aquela associada ao rumo em direção ao progresso, industrialismo, crescimento econômico, acumulação, secularização, racionalização e individualismo, é problemática porque universaliza um tipo de orientação sobre como viveremos em sociedade. Desenvolvimento não deixa de ser uma ideologia e, ao mesmo tempo, uma utopia, que tem suas bases no projeto Iluminista, momento que surgem diferentes acordos econômicos, políticos e sociais da modernidade, vinculados a uma razão instrumental propulsora do crescimento econômico. O Iluminismo como manifestação intelectual do séc. XIII tinha a crença na promessa de um futuro melhor, graças ao avanço do conhecimento e da tecnologia. Desenvolvimento é ideologia, um sistema ideacional, isto é, um conjunto de ideias selecionadas, muitas em particular, utilizadas num discurso para legitimar pressupostos que rompem com o passado, que acaba dando sentido a posições desiguais, como o uso de metáforas: “atrasados” e “avançados”, “primeiro mundo” e “terceiro mundo”, “desenvolvido” e “subdesenvolvido”, etc. O que expressa uma crença hierárquica funcional, na saída de uma situação inferior para um superior, seguindo ou não uma fórmula estratégica que rompe etapas. Desenvolvimento é uma utopia, já que visualiza os acontecimentos do futuro como deveriam ser. Desenvolvimento é um sistema ideacional que racionaliza o passado e o presente na busca de controlar o

¹⁴ A maior preocupação de Gustavo Lins Ribeiro é com os efeitos da nova ideologia na interferência na vida dos diferentes grupos humanos, que têm o direito de decidir sobre seu próprio destino. Para o pesquisador, o “desenvolvimento sustentável” poderia criar novas formas de assimetria de poder.

tempo futuro, ou seja, ideologias/utopias orientam, de menor ou maior grau, interpretações, projetos e iniciativas individuais e coletivas.

Em suma, é como se, em vários planos, as ideologias operassem preferencialmente como manipulações do passado no presente e as utopias com manipulações do futuro no presente, tanto para fins interpretativos na busca por congruência em um mundo incongruente, quanto para efeitos pragmáticos de estabelecimento e legitimação de níveis diferenciados de acesso a poder. Assim, os sistemas ideacionais, dentro dos quais todas as ideologias e utopias se localizam, são o universo em que se desenrola uma luta por hegemonia tanto em termos de ideologias quanto de utopias. Diferentes atores coletivos estão num esforço permanente de convencer a outros, por meios simbólicos ou materiais, que os seus entendimentos e interpretações são universais (RIBEIRO, 2000, p. 141).

Segundo RIBEIRO (2000), após segunda guerra mundial, começaram a surgir no sistema mundial tentativas de mudanças e reformulação das formas de reprodução da política, econômica, social e cultural com bases na noção de desenvolvimento. O que permitiu a emergência do ambientalismo como mais uma possibilidade, já que matrizes que vinham do pensamento marxista, como alternativa socialista, tiveram uma relativa decadência com o episódio da queda do muro de Berlim em 1989. Além disso, todo um novo discurso em torno da chamada “pós-modernidade”, caracterizada por tom anti-utópico. Neste contexto, o ambientalismo ganha fôlego e consegue se organizar em movimentos sociais, que passam a fazer parte de sistemas de decisões contemporâneos e são, hoje, um dos interlocutores aceitos pelos principais campos de discussão sobre desenvolvimento. Na verdade, o ambientalismo começa a se articular tanto em discursos do capitalismo liberal quanto em vertentes socialistas, o que resulta em distintas noções sobre “sustentabilidade”, disputado por um campo de lutas pela hegemonia da definição, resultando em diferentes formas de adjetivação: *etnodesenvolvimento* e *ecodesenvolvimento*.

Na reunião ECO 92, ou Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, ocorrida no Rio de Janeiro em 1992, o termo “desenvolvimento sustentável” começa a ser entendido como aquele que prioriza o crescimento econômico dos países de população pobre. Por conseguinte, os países ricos devem se adequar à eficiência do uso de recursos naturais. A definição é ainda imprecisa e pouco operacional, o que possibilitou a apropriação de diferentes segmentos

político-ideológicos, como ONGs, órgãos do governo, as agências multilaterais e os empresários.

No evento ECO 92, o principal documento elaborado foi a *Agenda 21*, que abordava aspectos de participação de diferentes segmentos da sociedade na formulação de políticas e práticas, com uma visão sistêmica de dimensão global. Para acompanhar e garantir a implementação das ações da *Agenda 21*, em âmbito regional, nacional e internacional em cinquenta e três países, a ONU criou a instituição Comissão para o Desenvolvimento Sustentável (CDS), órgão subordinado ao Conselho Econômico e Social (ECOSOC). A *Carta da Terra* ou *Declaração do Rio* foi outro documento importante elaborado na ECO 92. A carta foi resultado de uma série de debates realizados em todo o mundo por mais de uma década. A redação da *Carta da Terra* foi feita através de um processo de consulta participativa, através de um Fórum Internacional de ONGs pela rede mundial de computadores - *Internet*. Uma de suas metas é fornecer a base ética para a elaboração de normas jurídicas ambientais voltadas para o “desenvolvimento sustentável”.

Segundo RIBEIRO (2000), o evento ECO 92 fez com que o ambientalismo ganhasse importante espaço de institucionalização, mas, de certa forma, acabou perdendo o status de uma visão alternativa radical.

REDCLIFT (2002), ao examinar os discursos que circulavam no centro da política ambiental internacional, também admitiu que a ECO 92 foi um marco na mudança de rumo na noção de “desenvolvimento sustentável”. A origem dessa expressão vem de um discurso ambientalista, que até 1987 dava ênfase na “sustentabilidade” como ligada à satisfação das necessidades humanas, direitos, autonomia e justiça à natureza, somada a um discurso de oposição à economia de mercado. São discursos situados dentro da globalização, ligados ao novo paradigma tecnológico, principalmente pela rede mundial de computadores e as descobertas da engenharia genética. Isso traz mudanças profundas, no sentido de que o discurso pode penetrar em todos os domínios do sistema ecossocial. Para Redclift, de um lado, “natureza simbólica”, que passa a interagir do local ao universal a partir da comunicada na *Internet*, de outro lado, se tem a “natureza material”, manipulada e modificada geneticamente. O discurso pode desenvolver novos códigos instrumentais e afirmar correntes culturais, incluídas na articulação global, dentro de um contexto de uma “sociedade em redes” ou uma “nova economia” que é informacional, globalizada e em rede.

Segundo Radcliff, com a ECO 92, o adjetivo “sustentabilidade” tomou um rumo de uma política ambiental internacional. Discussões em torno do meio ambiente, da natureza material (manipulada e modificada) e da “natureza” simbólica (representativa), como fica evidente na declaração do ECO 92 – *Agenda 21*: com o objetivo de instituir mecanismos internacionais preocupados com a mudança climática, perda da biodiversidade, etc. e que assegurassem a eficiência dos países em tratá-los como problemas ambientais. Este objetivo mostrou duas coisas: primeiro, a superação de divisões antigas (pós 1945), segundo, o reconhecimento da vulnerabilidade do planeta. Isto é, existia um consenso entre os países do Norte e os do Sul, no interesse de salvaguardar um modelo de desenvolvimento econômico que não prejudicasse o futuro da humanidade e o meio ambiente. Um “consenso liberal” em torno do “desenvolvimento sustentável”; “segurança humana” e “mudança ambiental global”. Neste sentido, os discursos da globalização estão baseados nos valores do pensamento moderno.

Para Redcliff, as discussões que os movimentos ambientalistas iniciaram sobre “sustentabilidade” tinham como principal característica o afastamento das soluções neoliberais. As argumentações envolviam a reivindicação de “direitos” de forma global. A oposição ao neoliberalismo era ainda mais reforçada pelas críticas à economia de mercado, feitas pelas ONGs internacionais organizadas na *Internet*. Mesmo pós-ECO 92, ocorreram ataques “virtuais” contra a Organização Mundial do Comércio (OMC), o que acabou se manifestando na conferência de Seattle, em 1999, e nos protestos de rua em Washington, Praga e na Holanda, em 2000. Essas ações representaram a insatisfação do movimento ambientalista com a democracia representativa.

Os diferentes momentos históricos apresentados mostram a contribuição dos movimentos ambientais na identificação dos riscos que as revoluções científicas, industriais e o desenvolvimento econômico podem trazer para o meio ambiente. Eles colocaram em pauta a vulnerabilidade da natureza, isto é, foram os seus principais porta-vozes politicamente. De acordo com LATOUR *et. al.* (1998), os movimentos ambientais chamaram a atenção para a arbitrariedade da “*Grande Divisão*”, contestaram a realidade que vinha sendo moldada pelo pensamento moderno, paradigma cartesiano que colocava a natureza como exterior aos indivíduos, objeto de transformação rumo ao progresso da humanidade pela objetividade do conhecimento racional.

Os movimentos ambientais causaram uma reviravolta na crença do projeto moderno, ao romperem com a ideia de uma racionalidade que traria bem-estar social baseado no desenvolvimento econômico industrial e urbano. Projeto que se mostrou frágil com o surgimento das sucessivas “crises ecológicas”. Para LATOUR *et. al.* (1998), começa ficar evidente que a “*Grande Divisão*” não é uma separação universal, mas sim, uma representação, isto é, como iguais às outras sociedades, e nossa exploração no meio ambiente nos faz apenas uma cultura em particular. Conclui-se que o modo de vida ocidental moderno é apenas algo recente, um pequeno momento da história da humanidade, e, como tantas outras visões de mundo, provisório.

Em suma, a articulação histórica entre ambientalismo e economia não foi tão harmoniosa. O que nos remete às concepções de POLANYI (1980), autor que identificou um tipo de contramovimento que mudava a dinâmica da economia no século XIX. A mesma dinâmica é identificada na trajetória histórica dos movimentos ambientalistas em relação à economia. Se de um lado havia expansão da ideia de mercado, de outro, a sociedade tendia a criar formas de se proteger e controlar os seus efeitos. Para VIEIRA (2001), os movimentos ambientalistas afetaram e afetam na resolução de problemas ambientais. Podemos citar exemplos como a expansão de parques nacionais, a expansão de medidas de proteção de animais, do ar, água e florestas, além do emprego rotineiro de avaliações de impactos ambientais.

Verificamos que a crítica sobre a expressão “desenvolvimento sustentável” se concentra principalmente na falta de uma definição mais precisa. Isto é, o “conceito” é contraditório e de difícil assimilação, segundo os principais argumentos, o que supostamente impediria a elaboração de projetos políticos. Mas, foi possível identificar que a principal preocupação do debate em torno do “desenvolvimento sustentável” ocorreu no nível de pensar algo “homogêneo”, tanto do lado dos que estavam elaborando o conceito quanto dos que estavam se opondo a ele. E tampouco se identificou no levantamento bibliográfico alternativas de reconhecimento das várias formas de pensamento em torno da “sustentabilidade”. Neste sentido, este trabalho tentará dar prioridade à heterogeneidade destas formas de pensamento, dando possibilidades de refletir sobre alternativas políticas. Mas para isso, buscaremos olhar a partir de outras perspectivas analíticas, que podem contribuir para entender as mudanças políticas do contexto atual entre ambientalismo e economia, e ajudar a compreender a complexidade do tema.

Portanto, iremos iniciar no próximo item a revisão de alguns autores e acontecimentos históricos, que contribuem para o elucidar diferentes tipos de relação entre natureza e cultura.

2.1 Representações Sobre a Natureza

A relação entre natureza e cultura é um tema clássico na antropologia. Tema que ainda provoca e desperta interesses na comunidade científica, visto que, de alguma forma, está mais atual do que nunca, já que os problemas que estamos enfrentando e que possivelmente iremos enfrentar futuramente têm a ver com esta relação. Isto significa que estamos nos afastando das explicações de caráter generalizante e que tem dominado o debate atual, as chamadas causas antropogênicas, isto é, *“de que a culpa é do homem”*. Em nosso entendimento, esse tipo de explicação acaba reduzindo os esclarecimentos sobre a crise ambiental, e o resultado é a ocultação de uma parte da explicação. Por este motivo, esta etnografia buscou qualificar melhor esta questão, trazendo elementos teóricos e históricos que tratam da relação natureza e cultura, e que pudessem ajudar na identificação de uma melhor interpretação que nos levaram a uma situação de crise ecológica.

Um autor importante no debate entre natureza e cultura é Claude Lévi-Strauss. Ele explica como as comunidades tribais usam a “natureza” como sistema de classificação e organização da ordem social. Aqui a natureza é uma representação, já que ela é demarcada, com fronteiras e limites bem definidos pela sociedade tribal, isto é, ao mesmo tempo de oposição e complementar.

Já POLANYI (1980), ao retomar os dados das pesquisas do antropólogo Malinowski, identifica nas instituições sociais dos grupos ditos “primitivos” parte da substância da natureza. As organizações de parentesco, vizinhança, trabalho e credo - como a tribo e o templo, a aldeia, a guilda e a igreja estão ligadas à terra, elemento da natureza. Terra e trabalho são bens básicos e essenciais à vida humana, e não estão separados. O trabalho é parte da vida, a terra continua sendo parte da natureza, a vida e a natureza formam um todo articulado. Neste sentido, a própria economia tribal está entrelaçada nas relações sociais.

Para Polanyi, o desenvolvimento de uma economia de mercado, que surge no início do século XIX com a expansão industrial, só foi possível no momento em que o trabalho e a terra (e também o dinheiro), passaram a ser tratados como se fossem mercadorias. Um tipo de ficção que resultou em uma nova organização que separa sociedade e sistema econômico; o trabalho, a terra e o dinheiro, sendo seus preços as mercadorias denominadas salários, aluguel e juros. Em especial trabalho e terra, quando disponibilizados no mercado, poderiam significar a subordinação da própria substância humana às leis da economia.

Há, ainda, outros casos na história que podemos consultar para tornar mais explícita a importância de nossa análise na relação entre natureza e cultura. Segundo LASCOURMES (1994)¹⁵, a história da humanidade apresenta diferentes formas de representação da natureza. Representações que oferecem interpretações do meio ambiente como uma construção social, histórica, distintas em cada contexto e definida em muitos casos pela política. Representações que são responsáveis por diferentes tipos de sociabilidade entre o homem e a natureza.

No trabalho de RAYNAUT (2004) e OLIVEIRA (2007), encontramos pistas de diferentes tipos pensamentos ecológicos existentes na antiguidade. Estas formas foram encontradas em quase todos os textos que continham o pensamento dos filósofos e poetas gregos e romanos. Formas de consciência da relação de interdependência entre seres humanos e natureza. Conforme RAYNAUT (2004), a primeira, a natureza é representada como uma totalidade que está em interação com os seres humanos. Este pensamento encontra-se nos textos dos gregos Platão e Aristóteles. Em Platão, o texto chamado de *Timée* é uma tentativa de explicação da origem do Universo. Neste texto, Sócrates conduz uma discussão entre seus discípulos sobre como Demiurgo (um tipo deus) organizou o caos do universo. Demiurgo moldou, com seu poder divino, toda matéria em equilíbrio dentro de uma esfera. Em Aristóteles, o conceito de *physis* é representar o mundo da natureza. De acordo com OLIVEIRA (2007), *physis* é um tipo de entidade imanente dotada de alma, vitalidade e inteligência própria, mas que pode existir independentemente dos seres humanos e deuses. *Physis* representava o cosmos, a vida orgânica, era tida

¹⁵ Pierre Lascoume buscou construir critérios normativos baseados nas diferentes representações e fundamentos da natureza que a história apresenta. Contudo, seu instrumental analítico parte de uma abordagem cartesiana, que prioriza a racionalização e o pragmatismo, que descarta qualquer forma emocional que possa atrapalhar a análise, o que é denominado pelo autor como “naturalismo ingênuo” e “performance emocional”. No entanto, ao não levar em consideração os sentimentos e valores, Pierre Lascoume reduz a interpretação e corre o risco de pecar na intervenção da realidade.

como um processo cíclico (no sentido de repetição de processos sempre semelhantes) e, sendo eterna, não era criada e nem imperecível e significava a essência ou o princípio de cada ser singular. O que simboliza a natureza como uma totalidade solidária.

No pensamento dos filósofos romanos, de Cícero e Lucrécio, a natureza é harmonia, coerente entre todos os elementos que compõem o Universo. Segundo RAYNAUT (2004), em Cícero a natureza é energia, também como um ser totalizante e organizado, denominada como *Impetus*. Energia que circula entre os homens. E em Lucrécio, no livro *De Natura Rerum*, os humanos destacam-se da natureza, mas como "apaziguadores", que contribuem para ordenar uma realidade que, sem sua intervenção, tomar-se-ia selvagem.

Com a Queda do Império Romano, novas representações sobre a natureza surgem, muitas delas baseadas no simbolismo cristão, que colocava em segundo plano a natureza, para dar ênfase num Deus criador de todas as coisas. Para OLIVEIRA (2007), o que prevalecia na Idade Média era a visão de mundo do misticismo cristão. Segundo RAYNAUT (2004), existiam duas visões de mundo diferentes: uma de origem do Oriente Médio e da região Persa, que representava como pólos opostos humanidade e natureza; material e imaterial; bem e mal; sagrado e profano; corpo e alma, etc. A outra vinha de diferentes regiões, e considerava o mundo como um ser vivo e, sendo obra divina, era admitido como bom - o criador se revelava a si próprio na natureza - princípio harmônico e complementar. Duas visões de mundo diferentes, mas que tinham em comum a ideia da dominação do ser humano sobre a natureza, do homem como dono do mundo. A mudança desta visão vem com as reflexões de São Francisco de Assis, que desenvolveu com mais força a glorificação da beleza da natureza e das criaturas de Deus.

Já entre os séculos IX e XVI, São Tomás de Aquino retoma os textos de Aristóteles. Isso vai resultar na representação da natureza misturada com o uso da razão. Conforme Raynaut, era o pensamento escolástico que redescobre a visão da antiguidade. Novamente, a representação da natureza como uma totalidade coerente e viva, animada por forças espontâneas, realidade tangível que pode ser conhecida por meio do exercício da razão, sendo o ser humano representado como auge da criação, imagem de Deus.

Com a Renascença, período entre os séculos XIV e XVI, também chamado de o "Século das Luzes", ocorreu o fim de uma visão limitada e autocentrada do universo. Esta nova visão de mundo vem dos estudos astronômicos. Raynaut explica que esse período é marcado pela obra de Voltaire, a *Enciclopédia*. Além disso, ocorreram algumas revoluções: a) na estética, que se aplicou em particular à pintura e à escultura; b) a emergência do sujeito, com a noção de indivíduo. Neste período começou a se desenvolver um olhar analítico sobre o mundo e sobre a natureza. A primeira da metade do século XVII, a partir das ideias de René Descartes, é uma visão de mundo que coloca em oposição o homem como sujeito observando a natureza-objeto (submetida a seu olhar da visão lógica, matemática e geométrica). Novas reflexões sobre a relação homem e natureza surgem com a obra "*Discurso sobre a origem da desigualdade*" (1754), de Jean-Jacques Rousseau. Esta obra pressupõe que a natureza seja harmônica e esteja em equilíbrio, mas existe a necessidade de que os homens preservem-na (RAYNAUT, 2004 e OLIVEIRA, 2007). Essa visão vai influenciar os movimentos sociais do século XX e os conceitos científicos como de clímax¹⁶ e holismo¹⁷.

Mas a visão de mundo do pensamento moderno começa a ser questionada em meados da década de 60, do século XX. Segundo LATOUR *et. al.* (2001), é neste momento em que os movimento ambientalistas emergem em prol da natureza, preocupados com as crises ecológicas, resultadas do processo do paradigma moderno. Para os autores, as contestações de manifestações em defesa do meio ambiente contribuíram para novas formas de representações da natureza, agora de sentido totalizante.

¹⁶ Segundo LARRÈRE e LARRÈRE (2000), *climax* é uma biocenose estável (conjunto de animais e vegetais de diferentes espécies dentro de um mesmo biótipo, cujos membros formam-se, em dependência recíproca, em equilíbrio com o meio). E no melhor dos casos sem intervenção humana. Com base no conceito de clímax, as ações políticas de preservação eram definidas como livre de qualquer intrusão humana, essa definição contribuiu na construção de muitos parques, por exemplo: Monte Aigoual, localizado na França, dentro do Parque Nacional de Cévennes, e o Parque Nacional de Yellowstone, localizado nos EUA, nos Estados de Montana e Idaho. *Clímax* é uma visão kantiana, isto é, as reservas que devem ser preservadas têm um fim em si – valor próprio – o que reforçou questões políticas em torno da noção de patrimônio. Com isso, surgiram definições de patrimônio como a de *Wilderness*, espaços selvagens e intocados.

¹⁷ A visão holística está baseada no processo de desenvolvimento científico e ecológico. Considera que as múltiplas relações são intrínsecas e se tecem dentro da biosfera. Sendo o conjunto da biosfera com potencial de autorregulador e autorreparador. Tal é o sentido profundo da ideia de auto-eco-organização, que podemos definir a Terra também como ser vivo. É um paradigma que efetua a inclusão recíproca e recursiva das ideias do homem e da natureza. Logo, o ser humano é inexoravelmente ligado a todas as coisas e todos os seres vivos que ficam em torno a ele (MORIN, 1997). Esta abordagem contribuiu para teorias sobre Gaia. Edgar Morin foi um autor que participou nesta vertente intelectual.

Os movimentos ambientalistas no primeiro momento da contestação ainda se orientavam com a visão de mundo do pensamento moderno¹⁸, pois não modificava os valores da modernidade e nem oferecia novas dimensões para as ciências, conforme Latour *et. al.* A verdadeira reviravolta veio somente na década de 80, em que os movimentos ambientais, de cunho político e científico, realizaram uma inversão epistemológica e ontológica de sentido, isto é, a natureza novamente deve ser internalizada e unificada, já que o projeto moderno ofereceu uma representação do meio natural que apresentava problemas. A natureza não é uma parte separada ou complementar, para se continuar violando a qualquer preço em nome de revoluções científicas e industriais. De certa forma, foi com as crises ecológicas e os movimentos ambientais, como seus tradutores, que aprendemos a perceber que a existência de uma natureza exterior, separada aos seres humanos, é recente.

Para LATOUR *et. al.* (2001), passa a ser pertinente para as ciências sociais elaborar novas interpretações para questão ambiental, pois a tentativa de purificar a natureza afastada dos seres humanos se tornou pouco eficaz para explicar os fenômenos contemporâneos. Incluir a natureza é desafio para as ciências humanas, e só passamos a tomar conhecimento disso porque os cientistas começaram a perceber que os fatos só existem se forem construídos socialmente. A própria separação/purificação entre as disciplinas como ciências biológicas e ciências sociais seria equivocada. Colocar os fatos como fenômenos para as ciências biológicas e os valores como fenômenos sociais é arbitrário. Um fato em si mesmo não faz sentido, até porque não existiu desde sempre. Se analisarmos nossa história, verificamos que as crises e os problemas ocorridos na natureza só tomaram voz a partir da dimensão política, com os movimentos ambientais. Os fatos não estão dados, até porque não os conhecemos plenamente, eles só se tornaram fatos por processos dialógicos humanos e não humanos na construção dos limites. As

¹⁸ Mas devemos ter presente alguns casos que nos permitem relativizar a crítica à modernidade, para analisar o pensamento e suas possibilidades de legitimação. THOMAS (1988), ao analisar o período entre 1500 e 1800, época do início do pensamento moderno e desenvolvimento industrial, verificou transformações na sensibilidade da população a respeito do ambiente natural, ao descrever a tradição judaico-cristã inglesa antes do período dos processos de urbanização e industrialização. Segundo Thomas, é falsa a ideia de que com a modernidade a civilização deixou de lado a importância do mundo natural. Ao contrário disso, o autor afirma que foi no momento da modernidade que a população resgatou a valorização do mundo natural. Os ingleses se orientavam pela visão tradicional de que o mundo era criado para o bem dos homens, portanto, havia uma diferença entre humanos e criaturas “inferiores”. Uma visão de origem teológica que legitimava atitudes cruéis de tortura e violências contra as “criaturas brutas”. Isto é, as diversas espécies eram subordinadas às necessidades humanas. Com o avanço da modernidade, Thomas verifica que a comunidade inglesa, daquele momento, foi deixando de ser rude em relação à natureza.

crises ecológicas são na verdade questões sociais. HANNIGAN (1997) explica que os problemas ambientais representam reivindicações definidas por ações coletivas, portanto, os fatos naturais não podem ser identificados pela realidade visível e objetiva, mas sim pela construção social, diferentes grupos inseridos em um contexto social identificam e definem os problemas ambientais pelo desenvolvimento de significados e interpretações oriundas das discussões em evidência.

De acordo com LATOUR *et. al.* (2001), as crises ecológicas, traduzidas pelos movimentos ambientais colocam em xeque a representação do pensamento moderno. A modernidade jamais passou de um projeto incompleto. Na ânsia da separação, nos misturamos mais com a natureza. Gerou-se mais híbridos de natureza e de cultura, fato que sempre existiu na humanidade, ou seja, não há fronteira entre natureza e cultura, então já podemos afirmar que nunca fomos modernos. A modernidade é um tipo de cultura que crê que a natureza é seu meio ambiente, no seu sentido complementar. As diferenças entre o humano e o não humano, o cultural e o natural, o artificial e o dado são o resultado das divisões coletivas, e não a sua causa. As ciências humanas devem trabalhar para buscar a maneira pela qual os atores traçam os limites e as divisões, e a maneira pela qual eles são constrangidos a renegociá-los. O antropólogo não toma a natureza como um dado inicial, mas como resultado de um trabalho de estabelecimento e ordenamento do meio ambiente, portanto, devemos documentar a divisão feita pelos atores. Ao levarmos em consideração esses pressupostos, o trabalho de denúncia se torna pouco produtor, porque não podemos afirmar que é imoral modificar o meio natural, até porque muitas de nossas boas intenções contribuíram para algum tipo de catástrofe.

(...) As ciências humanas não têm por finalidade proibir, limitar, impedir a experimentação coletiva, mas transformar a experimentação parcial numa experimentação coletiva, impedir que ela se limite a uma porção do coletivo (LATOUR *et al.*, 2001, p. 109).

Com a crise de representação da natureza, somada às críticas dos movimentos ambientalistas, o desenvolvimento econômico passou a tomar novos rumos. Um deles é a tentativa de estender a fronteira do mercado, de forma que incorpore a proteção do meio natural. LATOUR *et. al.* (2001) contribuem para este trabalho ao relativizarem a dimensão dos processos construídos em torno da

concepção de natureza. Construção definida pelos fatos e valores que podem estar contidos nas novas formas de pensamento, capazes de negociar limites à dimensão econômica, isto é, mercados mudam e novos são criados. Assim, os mercados passam a ser espaços de definições e arranjos para a saída da crise ecológica, tendo em vista que, o que era antes definido por reivindicações e lutas dos movimentos sociais ambientalistas, agora passa a moldar ações empresariais nas ofertas e demandas comerciais, o que é contraditório e merece atenção, já que a construção desses novos mercados depende da participação de alguns movimentos ambientais.

Esta pesquisa busca compreender essa nova configuração da relação entre ambientalismo e economia. Neste sentido, a antropologia pode contribuir no entendimento dos diferentes processos de participação, negociação, alianças, conflito e construções simbólicas, próprias deste momento histórico das relações entre o homem e a natureza, que estão regendo a configuração dos novos mercados voltados para a questão ambiental, tendo o foco nas diferentes formas de pensar o “desenvolvimento sustentável”, que possuem significados distintos e que podem orientar as definições das práticas sociais, principalmente como os mercados vêm sendo colocados socialmente, ou como o ser humano constrói uma nova relação da natureza sob a forma de mercado. Como os argumentos se constroem e se reafirmam, quais as fronteiras, que são negociadas moralmente. Por outro lado, o “desenvolvimento sustentável” pode estar ampliando novas representações do mercado, que podem ser localizadas e classificadas nas diferentes formas de pensamento que fornecem linguagem, interesses, oposições, negociações e novos padrões culturais.

2.2 Modernização Ecológica – Uma Proposta Limitada

No campo da sociologia ambiental surgiram algumas teorias que tentaram dar conta de novos processos que aliam preservação e mercado. Na década de 80, a denominada Teoria da Modernização Ecológica nasceu com a proposta de compreender a nova dinâmica da modernidade. Ela foi desenvolvida pelos sociólogos holandeses Gert Spaargaren e Arthur Mol, e pode se dizer que é uma

perspectiva resultante do aperfeiçoamento da Teoria da Modernidade Reflexiva, do autor Anthony Giddens, e aperfeiçoada por Ulrich Beck e Scott Lash.

Na interpretação do sociólogo Anthony Giddens, o pensamento moderno produziu um tipo de sociabilidade, o industrialismo como extensão dos processos da natureza e a disseminação de contextos de “incerteza fabricada”. Dentro desta concepção, o autor apresenta conceitos para interpretar as consequências da modernidade, como segurança, perigo, confiança e risco para definir os complexos mecanismos que distanciam e separam o tradicional do moderno (FLORIT, 1998; GIDDENS, 1991).

GIDDENS (1991) afirma que a transição da tradição para a modernização criou um movimento *continuum* caracterizado pelo processo de *desencaixe* e *descontinuidade*, e que já podemos sentir seus efeitos de forma universalizada e radicalizada. Isto é, o autor foca seus argumentos na separação entre tempo e espaço para explicar a dinâmica da transição para uma sociedade moderna.

Nas sociedades pré-modernas e/ou tradicionais prevaleceria o modo de produção agrária. O tempo para atividades produtivas está colado aos ciclos climáticos, como por exemplo, um fazendeiro que necessita confiar nas estações para poder produzir. A própria noção de hora do dia só pode ser fornecida com outros referenciais socioespaciais, sem muita exatidão. Neste sentido, essa noção colada a tempo-espaço contribui para que a natureza seja em parte estruturadora das relações sociais pré-modernas. Sociedades em que os seres humanos, de certa forma, viviam em continuidade com a natureza. E se a confiança é temporal, os tipos de riscos que existem nestas sociedades estão relacionados aos perigos ecológicos, por exemplo, enchentes, furacões, ciclones, secas, doenças, etc.

Mas a lógica do encaixe tempo-espaço em sociedades pré-modernas não se dá apenas em situações produtivas, nas quais o meio de subsistência é a atividade agrícola. Giddens argumenta que nessas sociedades, mesmo com evidências de migrações e nomadismo, os grupos humanos tendiam a se estabelecer em lugares, por exemplo, vilas, de forma isolada de outras comunidades. A vida comunitária em pequenas vilas acabava por definir o próprio senso de espaço, pois era o lugar mais importante entre seus membros. Isso gerava formas “estáticas” de mobilidade da população, em que o deslocamento não era tão frequente, e muito pouco realizado em longas distâncias. A vida nestes contextos pré-modernos era estável. A própria confiança se estabelecia por laços de parentesco, envolvendo intimidade emocional.

Assim, a segurança era estabelecida, por um lado, pelo apoio familiar e, por outro, a partir da tradição.

A tradição tinha um papel muito importante no controle do tempo, pois com base no passado, ela guiava as práticas humanas. Entendido que tradição não é costume, ou seja, ela não é estática, tem que ser reinventada a cada nova geração. Porém, a tradição está vinculada ao costume, superstição e religião. Neste sentido, tradição combina conteúdo moral e emocional, sendo o ritual o principal fenômeno social de controle. O ritual reforçava a memória em ideias fixas, o que faz a tradição também vinculada ao futuro, ou seja, a noção de verdade está baseada nessas práticas rituais de ideias fixas. Ideias próprias de um dado lugar e que tinham continuidade pela sua reprodução. GIDDENS (1997) aponta para a responsabilidade dos chamados guardiões em reproduzir as ideias “fixas na história”, um tipo de *verdade formular*, e é esse o elemento que estabelece conexão entre o presente, passado, futuro e a ação prática. Os guardiões são os principais tradutores das verdades formulares. Monopólio legítimo de um conhecimento místico e inacessível ao leigo comum. Conhecimento que somente é concedido aos iniciados, privilegiados ao acesso à verdade formular, que aceitam as tradições como elas são. Temos aqui uma continuação e preservação de práticas sociais, com isso não há rupturas maiores nos contextos pré-modernos.

Conforme GIDDENS (1991), foi no início do século XVIII, mais precisamente na Europa, que começaram a ocorrer mudanças significativas nas instituições tradicionais, o que desencadeou o processo de *desencaixe* (em relação ao social com o tempo e o espaço) e *descontinuidade* (a tradicional concorrendo com novos conteúdos), a partir da ascensão de novos estilos de vida, novos costumes e formas de organizações sociais que vão influenciar todo o mundo. No entanto, não de forma unilinear, mas com *desencaixe* e *reencaixe*, continuidade de *descontinuidade*, *reapropriação* e *remodelação* das relações sociais.

Giddens apresenta quatro grupos institucionais que fizeram parte do processo de transição de sociedades pré-modernas para modernas: Estado-nação como poder administrativo, militarismo, industrialização e capitalismo.

Um ponto importante nas organizações ocorre com a substituição do caráter pessoal das relações sociais para o impessoal. Um bom exemplo é o Estado, que irá se transformar em Estado-nação. Os Estados em sociedades pré-modernas eram poderes centralizados, e sua autoridade era imposta de cima para baixo. Seu

domínio acontecia com a vigilância do território, que era favorecido pela baixa mobilidade dos indivíduos. Já nos Estados-nação, em sociedades modernas, o espaço vai ser definido pelo reconhecimento mútuo entre outras nações. Neste novo tipo de instituição predomina a “racionalidade legal”, isto é, o Estado-nação é um ator administrativo, que cria mecanismos de coordenação e vigilância. E é o Estado-nação também responsável pela generalização da democracia nos próximos séculos, o que resulta em mais fragmentação da comunidade local.

No âmbito da tecnologia, Giddens cita uma série de inovações responsáveis pelo processo de desencaixe tempo-espaço: a invenção do relógio mecânico; a padronização do calendário; a universalização de mapas geográficos, etc. Por conseguinte, com o advento da indústria, o processo de transição se intensifica, porque a tecnologia é aliada ao conhecimento científico, o que resulta em uma nova relação entre homem e natureza. A indústria passa a ser o principal elo de interação nessa relação.

Neste sentido, Giddens identifica três formas de *descontinuidade* na transição para a modernidade, que fazem parte do processo de *desencaixe*: a) o ritmo da mudança; b) o escopo da mudança; c) a natureza intrínseca da tecnologia. O primeiro refere-se à velocidade de mudança que a modernidade impõe nas sociedades tradicionais. O segundo é a forma como a mudança consegue conectar e penetrar virtualmente diferentes partes do globo. E o terceiro refere-se à complementação da continuidade de ordens sociais tradicionais com os novos princípios da ordem moderna. Além disso, Giddens apresenta também outros mecanismos de desencaixe, que foram responsáveis pelo surgimento de instituições modernas. Denominadas como *Fichas Simbólicas* e *Sistemas Peritos*, que vão resultar no deslocamento de interações de contextos locais, e sua reestruturação, para relacionamentos sociais realizados em longas distâncias tempos-espaciais. Neste novo contexto espacial, novas formas de divisão de trabalho serão criadas. O trabalho passa não estar necessariamente colado ao local.

O dinheiro pode ser considerado como uma *Ficha Simbólica*, que a partir de um valor padrão, pode ser trocado e “circulado” em diferentes contextos do globo. O dinheiro pode ser negociado por diferentes atores separados no tempo-espaço. A economia passa para escalas de trocas globais, portanto, o capitalismo não segue limites nacionais. O que coloca os Estados-nação na necessidade de firmar cada

vez mais relações internacionais uns com os outros. Neste sentido, a globalização acelera o processo de modernização.

Apesar de que, mesmo com a intensificação das relações sociais em âmbito mundial, as práticas de autonomia local e identidade cultural regional se fortalecem cada vez mais, segundo Giddens. A modernidade incorpora à tradição, uma expressão de sua continuidade. Mas, agora, readequada a novos contextos de modernidade.

Nos *Sistemas Peritos* a referência é o profissional especializado, para realização de técnica ou competência que objetiva determinada finalidade. Ao citar Weber, Giddens quer demonstrar o tipo de autoridade tem a figura do especialista. O especialista está desprovido de vinculações locais. Ele é mutável, busca revisar e atualizar seu conhecimento. Ele se desincorpora, abandonando o conteúdo tradicional. O especialista não está ligado à *verdade formular*, mas a uma crença na possibilidade de correção do conhecimento. O acúmulo de conhecimento especializado envolve processos intrínsecos de especialização. A especialização interage com a reflexividade institucional crescente, e é o que retroalimenta novamente a lógica do sistema.

Os novos contextos modernos vão ser caracterizados pelo pluralismo de opções de tomadas de decisões. O agente faz parte do processo que determina a modulação da natureza. Significa que os sistemas naturais são também produto da tomada de decisões, o que torna a vida cotidiana cada vez mais governada por exigências de conhecimento especializado. O que gera certo tipo de confiança em *sistemas abstratos*, ou em especialistas. A confiança não está nos indivíduos, mas na abstração. As pessoas não ficam se questionando sobre a segurança da infraestrutura do prédio que habitam, se ele pode desabar. Em contextos modernos, nós interagimos cotidianamente com sistemas abstratos, que não exigem sabedoria aprofundada nos seus mecanismos de funcionamento (o sistema bancário, a informática, os recursos que envolvem uma viagem de avião são exemplos), o que é diferente dos contextos pré-modernos, por exemplo, o aventureiro tinha controle de muitas informações para sua viagem. Neste sentido, confiança não está vinculada a risco, mas sim às garantias da credibilidade. A fé nos princípios impessoais dos sistemas abstratos é reafirmada pelo uso cotidiano. A confiança pessoal se estabelece por processos de autoquestionamento, se entrelaça em sistemas abstratos, uma dinâmica dialética, em que a estrutura não determina o agente. Nem

o agente tem plena liberdade de agir sobre a estrutura. A refletividade é essa dialética.

A reflexividade dentro da reprodução do sistema é o que diferencia Giddens da explicação do projeto iluminista. “(...) *reflexão sobre a natureza da própria reflexão*” (GIDDENS, 1991, p. 39). A razão iluminista acredita que o conhecimento é dado como certo, que é possível acumular sem questionar. Giddens argumenta que, na modernidade, todo conhecimento é passível de revisão. O conhecimento pode ser renovado, sempre colocado em dúvida. E a ideia de que com mais conhecimento geraria mais controle dos riscos, acabou se apresentando falsa, e tampouco superou os saberes tradicionais. O iluminismo não gerou uma nova certeza, uma segurança ontológica que supere os costumes, nem mesmo o equilíbrio entre os riscos. Giddens não nega que a modernidade ampliou as formas de segurança, mas ele considera que ela também criou outras formas de risco. Esses riscos são produtos da crescente ação humana sobre a natureza e sobre os modos sociais, a “incerteza fabricada”. A modernidade através do dinamismo produz efeitos observáveis nas experiências do cotidiano, expressam na sensação de insegurança, ansiedade, perigos e incertezas. De um lado, reflexividade, de outro, a incerteza.

Ao citar Marx, Durkheim e Weber, Giddens quer superar as visões desses autores, que produziram reflexões sobre a modernidade. Para Marx e Durkheim a modernidade traz muitas consequências indesejáveis, contudo, eles também defendem que esses problemas podem ser superados pelas próprias possibilidades da modernidade. Já para Weber, a modernidade tende a se configurar numa “jaula de ferro”, uma sociedade cada vez mais racionalizada tende a oprimir burocraticamente as liberdades humanas. Para Giddens, a modernidade marca uma época de desorientação, o sentimento de que não compreendemos plenamente os eventos sociais. Isto é, a separação entre tempo e espaço, desenvolvimento de mecanismos de desencaixe e apropriação reflexiva do conhecimento acabam dando a impressão de estarmos dirigindo um “carro Jaguar em disparada”, ou seja, perdemos em certa medida o controle. A modernidade possui essa característica obscura. Vivemos agora numa fase de grandes consequências derivadas dos riscos gerados pela interferência de conhecimento no meio ambiente natural e no social. Assim, passamos a conviver com consequências não-pretendidas, já que a complexidade resulta em outros efeitos, além daqueles objetivos imaginados pelos especialistas. O próprio conhecimento aplicado na reprodução do sistema provoca

efeitos bem diferentes daquele que originalmente se propunha. A complexidade é tanta que a forma como um indivíduo age, por exemplo, ao comprar determinado produto, poderá prejudicar economias do outro lado do mundo, isto é, interdependência cada vez maior entre o local e o global.

Giddens explica que podem ocorrer grandes consequências para a maior parte da população. Um exemplo é o poder militar, que aliou política com economia, o resultado disso é a indústria da guerra, que produz artefatos com grande poder de destruição. Ele também cita os perigos causados pelas catástrofes ecológicas. De fato, o mundo fica cada vez mais perigoso, mas de acordo com o autor, não há mais como “pularmos fora do carro desgovernado”.

Para GIDDENS (1995), a emergência de novos movimentos ambientais e agenda política representaram na verdade algumas posições políticas. De um lado, alguns defendem a retomada da tradição, de outro, a criação de novas instituições que venham a substituir as organizações modernas. No primeiro caso, Giddens argumenta que não é mais possível defender qualquer mudança se colocando ao lado da tradição¹⁹. E, no segundo caso, a criação de novas instituições nada mais é do que a configuração da radicalização da própria modernidade. Portanto, para o autor, os movimentos ecológicos engajados em reduzir os impactos contra as fontes de perigo acabam assumindo ideias do conservacionismo filosófico, em que a proteção da natureza está baseada nos saberes de uma herança do passado. Logo, a natureza é tão importante quanto a tradição. Ou seja, o pensamento ecológico acaba desenvolvendo um entendimento mais amplo sobre a natureza moldada pela tradição. Essa forma de pensar associa “tradição” e “natureza”. Para Giddens, vivemos hoje em uma “natureza” remodelada, destituída de natureza, e isso tem que ser nosso ponto de partida para uma análise da teoria política verde. Portanto, parte do pressuposto de que a natureza não pode mais ser defendida da maneira natural. As questões ecológicas devem ser entendidas a partir da modernidade reflexiva, no

¹⁹ O principal problema na teoria de Giddens é a redução que este autor faz das possibilidades da tradição no mundo contemporâneo, tanto de sobrevivência quanto de possibilidades de soluções as consequências do modelo industrial. O que não deixa espaço para o conhecimento local e outros tipos de saberes tradicionais. Aqui temos o reducionismo em sua análise, o que é um erro, pois ao partir de um ponto de interpretação eurocêntrica, homogênea, universal e linear, ele pouco reflete as complexidades, variações e possibilidades dos modos de vida das culturas tradicionais. Giddens tem um tipo de postura etnocêntrica, já que um certo tipo de “fundamentalismo tecnocientífico” é defendido pelo autor. Isto é, uma grande aposta na radicalização da modernidade a favor da natureza, o que não deixa de ser utopia. Giddens também não deixa de ser determinista ao assumir esta postura política em prol da modernidade.

contexto da globalização. O debate tem que se dar dentro da “destraditionalização”, com a questão principal: “como viveremos?” Situação em que a ciência e a tecnologia fazem parte dos mecanismos de crescimento econômico, e que o caráter moral tem relevância neste contexto. De acordo com autor, a moralidade tem papel importante para lidar com os riscos (incerteza fabricada) produzidos pela modernidade. Questões como poluição e degradação ambiental, que são causadas pelo desenvolvimento da indústria, que têm consequências imprevistas, podem ser avaliadas em níveis de perigos controlados. Uma forma de gestão. Esses perigos devem ser monitorados e controlados em níveis “aceitáveis”. Giddens defende que a ciência e a tecnologia são os únicos meios de colocar em perspectiva os próprios danos que as causam. Uma nova forma de socialização da natureza. O domínio da natureza é um modo defensivo a muitas ameaças e riscos de grandes consequências. Giddens explica que não se trata de uma avaliação dos modelos de domínio sobre a natureza controlada, mas sim os valores que conduzem o controle; as questões ecológicas quanto ao controle do meio ambiente é o controle da ciência e tecnologia, vistas no contexto da indústria moderna. A moral participa nos limites da modernidade, e as descobertas científicas devem ser questionadas, criticadas de forma reflexiva para orientar novos conhecimentos. Uma ordem “destraditionalizada”, ou seja, “(...) *não podemos mais responder a essas questões por meio da tradição - entendida da maneira tradicional, mas podemos nos apoiar na tradição para fazê-lo*”. O “como viveremos?” Para Giddens a questão é respondida com o controle do risco, de forma aberta e pública, e ligada à busca de valores positivos da vida e outras preocupações éticas, e isso só é possível de forma política. Neste sentido, essa nova postura que o autor defende explicaria a emergência de novos movimentos sociais e agenda política na configuração da “Pós-modernidade”.

Com base nestes pressupostos acima, a teoria da modernização ecológica também reconhece os riscos globais que o paradigma moderno oferece e a perda de controle que o tempo e o espaço limitavam. Para HANNIGAN (1997), a teoria da modernização ecológica percebeu que os sistemas peritos não são tão confiáveis, como acreditava Giddens. Os cientistas de nossa época, modernidade tardia, apresentam mais dúvidas do que certezas, com isso eles não asseguram mais quaisquer afirmação sobre os riscos ambientais, o que os coloca numa posição igual e concorrentes com as opiniões dos diferentes públicos leigos.

De acordo com HANNIGAN (1997), os autores Spaargaren e Mol entendem por modernização ecológica uma nova etapa da história da sociedade moderna que deseja mudanças ecológicas no processo de industrialização. A melhor forma para definir esta abordagem teórica é a busca pela manutenção da base de subsistência existente. Como é uma abordagem reflexiva, a mudança do processo industrial só ocorrerá com mais superindustrialização. Portanto, a modernização ecológica defende, para resolução dos problemas ambientais, mais invenções sofisticadas de tecnologias limpas ou substituição de inovações e novos ciclos de produção e consumo.

Segundo OLIVIERI (2009), os autores da teoria da modernização ecológica elaboraram premissas que refletissem uma maneira de tentar reverter ou restaurar o “equilíbrio” entre natureza e a sociedade moderna, através de mecanismo de “re-encaixe”, dentro da lógica de globalização e aceleração da modernidade reflexiva. Para isso, o projeto moderno deve respeitar os limites ecológicos e devolver para as estruturas tradicionais e locais a autonomia econômica, através da institucionalização de nas práticas de produção e consumo, ou seja, “ecologizar a economia e economizar a ecologia”. Neste sentido, a teoria da modernização ecológica é um manifesto de emancipação de uma “racionalidade ecológica”.

A Modernização Ecológica pode alcançar na forma de uma melhora incremental (tecnologias mais limpas) ou como uma inovação radical (tecnologias limpas). O aperfeiçoamento e a inovação tecnológica afetam diversas dimensões, tais como a intensidade das matérias primas (uso eficiente das matérias primas), a intensidade energética (uso eficiente de energia), intensidade de transporte (logística eficiente), intensidade da superfície (uso eficiente do espaço) e intensidade do risco (relativamente às indústrias, substâncias e produtos) (OLIVIERI, 2009, p. 72).

OLIVIERI (2009) explica que o ponto de partida do projeto de emancipação da “racionalidade ecológica” se inicia com o comprometimento *a priori* de critérios e fins específicos como justiça social, equidade e intergerencial, além de defesa de um programa de reforma ambiental radical para alterar a forma como a sociedade se relaciona com a natureza (Estado, mercado, ciência e tecnologia). Devemos entender que a proposta é a transição da modernidade tardia para uma modernidade “sustentável”.

A teoria da modernidade ecológica se propõe a oferecer um conjunto de ideias e conceitos específicos para analisar o modo através do qual a sociedade

moderna reage e enfrenta seus problemas ecológicos. No entanto, ao analisar com mais atenção, percebemos que a teoria é mais um programa de ação do que um instrumento explicativo ou interpretativo da realidade. A proposta defende o desenvolvimento industrial contínuo com adoção de inovações tecnológicas ecológicas (HANNIGAN, 1997; OLIVIERI, 2009; MILANEZ, 2009; MUNCK, SOUZA, 2010).

MOL (1995), o principal autor na elaboração da teoria da modernidade ecológica defende que só é possível uma avaliação dos processos contemporâneos de mudança institucional levando-se em conta a crise ambiental nas sociedades industriais. No entanto, somente no final da década de 90 é que a teoria colocou o mercado em destaque para a análise. Mas o mercado é incluído na teoria porque tem a finalidade de potencializar a produção de tecnologias ambientais, pois somente a lógica de redução dos custos e da competição para inovação possibilitaria colocar o progresso em serviço do meio ambiente.

Dentro da perspectiva de mercado, a teoria da modernização ecológica tem duas correntes. A primeira vê a relação entre sociedade e meio ambiente economicamente viável através das dinâmicas do capitalismo de mercado. Já a segunda vê como possível o desenvolvimento econômico continuado, mas com adoção de inovações tecnológicas pensadas a partir da preservação do meio ambiente. Nas duas expectativas os atores sociais são percebidos como agentes pró-ativos que buscam construir em conjunto novas relações voltadas para a proteção, conservação ambiental e transformação política da sociedade, rumo à “sustentabilidade”. A estratégia desta abordagem teórica depende simultaneamente da radicalidade da criação de inovação tecnológica para benefício ambiental e a difusão a partir dos mercados pioneiros e líderes, que contribuem para impor mudanças do padrão tecnológico. O mercado global é entendido como a grande força motriz. Em relação à intervenção estatal, a teoria denomina de “regulação inteligente” o papel que a política pode exercer na melhoria da qualidade da transição de uma modernidade tardia para uma modernidade “sustentável”. A regulação é considerada essencial quando supre as necessidades funcionais da competição pela inovação e proteção ambiental, por exemplo, quando ajuda a criar novos mercados para indústrias, quando, às vezes, é percebida como ameaça, estimulando os agentes a tomarem novas medidas para evitar constrangimentos

governamentais e, além disso, quando reduz com impedimentos internos a continuação de antigos padrões tecnológicos poluentes.

Para MUNCK e SOUZA (2010) a teoria da modernização ecológica, se comparada à noção de “desenvolvimento sustentável”, é mais densa em relação ao rigor analítico e possui um melhor foco, o que possibilita indicar rumos operacionais na ação econômica e elaboração de políticas públicas voltadas para “sustentabilidade”. Apesar de que os autores às vezes colocam o “desenvolvimento sustentável” sob a aura da modernização ecológica.

Porém, algumas limitações se verificam nesta abordagem teórica. A teoria da modernização ecológica possui os mesmos problemas da teoria reflexiva de Anthony Giddens, pois é um tipo de análise que coloca em oposição cultura tradicional e cultura moderna em oposição como duas dimensões absolutas. A teoria também entende as mudanças da sociedade em etapas, como se existisse um *continuum*, ou seja, “um ponto de saída e um ponto de chegada”, pouco se altera a direção do progresso e tampouco se revisa a continuidade da existência das instituições modernas. Apesar destas limitações, a teoria da modernização ecológica pode ajudar na economia, principalmente na orientação de produtos ecologicamente corretos, na orientação de algumas definições de políticas públicas, na redução do uso de recursos naturais e na construção de alternativas para se enfrentar os problemas socioambientais presentes em diversos países.

2.3 Os Múltiplos Mercados

Vimos acima que a teoria da modernização ecológica é muito mais normativa do que analítica ou interpretativa. Na verdade, esta teoria é mais um projeto pragmático, do que um instrumento para leitura da realidade social. O que coloca limitações para esta etnografia. Para superar isso, este estudo buscou os pressupostos da autoria Viviana Zelizer, para ajudar a entender esta nova configuração de “mercados verdes”.

Em um estudo sobre as indenizações das vítimas do atentado de 11 de setembro de 2001, no *World Trade Center*, EUA, ZELIZER (2005) traz contribuições importantes para se entender de que forma esferas distintas, como a econômica e a

social se adaptam e se misturam. Ao analisar como foram conduzidos os pedidos de indenizações para os familiares que perderam parentes, vítimas do atentado de 11 de Setembro, a autora mostra alguns equívocos contidos na teoria sociológica e na econômica, principalmente as abordagens teóricas que têm como pressupostos a separação entre economia e social, ou como Zelizer chama de “separação de esferas” ou “mundos hostis”, em que se verifica uma diferença fundamental entre transações econômicas e relações sociais. De um lado, a economia seria o espaço da eficiência, da racionalidade, do cálculo e do interesse particular. Do outro lado, estaria a esfera das relações de solidariedade e do carinho pessoal. Pela própria natureza de suas particularidades, qualquer contato entre elas geraria a poluição moral, deteriorização e destruição. O progresso e a prosperidade de uma e de outra só é possível na medida em que há barreiras bem definidas e intromissões bem controladas. Todo o cuidado para que não ocorra o perigo do cálculo econômico nas relações pessoais. Os “mundos hostis” produzem fortes fronteiras morais entre o mercado e as diversas áreas da vida, como a intimidade, religião e a política. Zelizer mostra que a ideia de incompatibilidade, incomensurabilidade ou contradição em relação à economia e o social é antiga e recorrente no pensamento dos cientistas sociais. Qualquer mistura é vista como potencialmente corruptora. Por exemplo, a ideia de que emoções afetam a racionalidade instrumental do mercado, o que pode criar favoritismo como nepotismo, clientelismo, além das formas muitas vezes mal interpretadas, como as denominadas tutelares, por exemplo, assistencialismo, paternalismo, etc. Por isto esta fronteira exige medidas de proteção contra a poluição recíproca.

ZELIZER (1992) apresenta uma alternativa analítica ao paradigma neoclássico da teoria econômica de mercado, que é paradigma da ciência econômica. Modelo que tem como base o utilitarismo puro e universalizante, segundo a qual o mercado é uma instituição auto-regulada e ordena a produção, distribuição, precificação, comércio e consumo. Instituição que tem como máxima o lucro como o único guia motivacional e a empresa como forma de organização por excelência. Esse modelo de mercado serviria para todos os setores da sociedade, isto é, a fundamentação teórica baseada na crença no equilíbrio determinado pelo sistema competitivo entre empresas, resultaria em benefício coletivo, tanto na dimensão macro como micro da economia. Além disso, Zelizer ainda se propõe a superar as abordagens deterministas: culturais e socioestruturais, que surgiram nos

anos 70 e 80, e que orientaram os estudos de sociólogos e antropólogos, e que resultaram mais em críticas dirigidas à teoria neoclássica da economia do que em uma nova abordagem analítica para compreender os mercados. Estas orientações para pesquisa, segundo a autora, acabam reduzindo a dimensão econômica.

Zelizer parte de um conjunto de pressupostos básicos de teorias sociológicas voltadas para fenômenos econômicos. Assim, ela elabora três alternativas para a visão tradicional da teoria neoclássica da economia. O primeiro é a definição de “*Mercado Ilimitado*”, que pressupõe a existência de um tipo de força expansionista que penetraria de forma dominadora em todas as áreas da vida, tornando-as vulneráveis e precárias. Ou seja, o mercado possui todos os poderes e a sociedade se conformaria a ele. Sua intrusão na vida pessoal levaria à degradação moral e à corrosão das formas tradicionais de cooperação e compromisso recíproco. Nesta abordagem existe uma dicotomia entre mercado e valores, isto é, quando essas duas dimensões se misturam, então surgem problemas. Segundo esta visão, deve-se considerar o dinheiro apenas instrumental, enquanto que os valores são sagrados, não podem ser monetarizados. Os mercados e os valores devem ser pensados separadamente para que não ocorra a destruição de um pelo outro. Assim, toda intervenção na economia se dá através de formas de isolamento, que serviriam para proteger a vida social e o mercado, pois razão e emoção não devem se misturar. O isolamento normalmente se configura em um processo institucional, restrições normativas que devem impedir a expansão do mercado.

De acordo com Zelizer, ao realizarem a crítica dos fenômenos de mercado e das relações monetárias, os estudiosos acabam assumindo uma perspectiva da teoria econômica neoclássica, o utilitarismo, reforçando assim a visão do mercado “todo poderoso”, autônomo e instrumental, que sempre acaba escapando das limitações culturais e sociais.

Já na segunda perspectiva, *Mercado Subordinado*, os intelectuais insistem menos na predominância do mercado todo poderoso. Para eles o mercado não é ilimitado, porque depende de fatores não econômicos, portanto, assume-se nesta abordagem, que o mercado não é uma instituição independente de qualquer valor. É uma instituição que difere, dependendo do contexto cultural, e que é limitada por processos sócio-históricos, sendo que o importante para os intelectuais adeptos a este tipo de abordagem teórica não é identificar constrangimento à expansão do mercado, e sim saber que tipo de ética o molda.

Dentro da perspectiva de *Mercado Subordinado*, Zelizer identifica dois modelos de respostas:

1) *Alternativa Cultural*:

Para esta primeira alternativa explicativa, o consumo não é definido apenas pela racionalidade, pois o comportamento também é guiado por outros códigos como o da religião e o da política. As explicações dos autores desta perspectiva consideram o mercado como uma estrutura normativa prescritiva. O principal autor é Karl Polanyi²⁰, com o conceito de “contrato”, que condiciona os sujeitos que estão determinados pela cultura.

Zelizer identifica estratégias que esta abordagem adota nas explicações econômicas:

1.1) Cultura de mercado como um conjunto de significados apropriados: os pesquisadores do mercado adotam o conceito de "cultura de mercado" para a análise. "Cultura de mercado" seria uma forma de visão de mundo que é formada por estruturas fundamentais de significados e percepções da realidade de um “mercado livre”, inteligível, controlável, aceitável e independente de valores. Visão que contribuiria para a mercantilização do mundo moderno e que dá origem à percepção fragmentada do indivíduo isolado;

1.2) Mercado como camuflagem cultural: a cultura de mercado ainda é um elemento chave desta teoria, mas agora é adaptada às limitações sociais. A cultura que dá sentido à utilidade, isto é, capitalismo é um processo simbólico, mas seu simbolismo opera principalmente na esfera econômica. Dentro desta linha de reflexão surgem teorias mais radicais que defendem que o mercado é uma grande mistificação cultural;

²⁰ POLANYI (1981) verifica nos dados históricos as economias que estavam sempre atreladas a questões culturais e sociais. O próprio modelo de economia capitalista nasce a partir da criação de instituições sociais, que o fazem funcionar. Além disso, esse sistema baseia seus contratos na confiança mútua entre os sujeitos. Seguindo a linha de reflexão de Karl Polanyi, os pesquisadores buscarão traçar a biografia do mercado, já que a história possibilita outras formas de interpretação da cultura econômica, não somente aquela explicada pelo cálculo. Passa a se considerar que o sistema de intercâmbio econômico está sob o comando do significado cultural e do curso variável da história.

1.3) "Cultura material": nesta estratégia os pesquisadores estudam o significado simbólico dos bens adquiridos, para desmistificar o consumidor como um ser utilitarista individualista. Os autores desta corrente demonstram a falsidade do modelo atomístico, para ressaltar o consumidor como eminentemente um ser social. Além disso, estas pesquisas sobre o consumo evidenciam a variação dos estilos de vida na economia contemporânea. O que reforça a distinção entre valores materialistas (utilizam os bens por uma finalidade específica) e estilo de vida materialista (usam os bens como meio para outros fins), o que leva a outros argumentos explicativos sobre o mercado. Num a "cultura material" pode ser prejudicial para o desenvolvimento de relações com a comunidade e a igualdade social. E em um segundo argumento, ao contrário, sustentam que a "cultura material" pode ser uma "cultura inalienável", promovendo a coesão e a ordem social, então, o mercado passa a ser um "agente moralizador", em que o consumidor possui o direito de expressar e criar significados. Já pela via das lutas sociais, adotar regras que regem o melhor ato de gastar dinheiro. São estudos que mostram a importância da moral do consumo para desenhar as fronteiras culturais entre as despesas legítimas e ilegítimas.

2) Alternativa socioestrutural:

Tendo como principal autor Mark Granovetter²¹, o mercado é definido como uma estrutura social com fluxos de informação, influência e exercício de poder. O mercado se configura como uma rede de empresas, aglomerados de firmas. Os sociólogos nesta perspectiva assumem a noção de Redes Sociais. A análise não foca os indivíduos, mas as relações sociais estruturadas. Duas categorias são importantes nesta perspectiva: laços fortes (entre familiares e amigos) e laços fracos (entre conhecidos). São estes laços que organizam a rede de um modo geral, sendo que a segunda proporciona mais oportunidade de acesso dos indivíduos a várias redes, a outros universos, contatos, oportunidades e conhecimentos. Passa-se, então, a ser focado as trajetórias e não o comportamento de escolha individual. A

²¹GRANOVETTER, Mark. ***Economic action and social structure: the problem of de embeddedness.*** 1985, p.481-510.

principal crítica de Zelizer nesta abordagem é que a compreensão dos processos do mercado se especifica tanto que acaba excluindo os fenômenos culturais.

De acordo com Zelizer, tanto a *Alternativa Cultural* quanto a *Alternativa Socioestrutural*, que a autora apresenta no modelo de *Mercado Subordinado*, oferecem diferentes estudos que revelam relações sociais e valores que não se submetem passivamente a um mercado potente e homogeneizador, mas também que esses fatores não subordinam o mercado como um todo. O que se percebe são as diferentes formas de relacionamento que formam múltiplos mercados.

Neste sentido, Zelizer vai propor o terceiro conceito baseado principalmente na contraposição dos modelos teóricos apresentados acima. Isto é, a autora realiza um exercício de crítica à moralidade dos teóricos das abordagens do *Mercado Ilimitado*, que adotam a mesma perspectiva utilitarista que criticam para explicação dos fenômenos econômicos, o que é um paradoxo que reforça a ideologia tradicional da teoria econômica neoclássica. Já nas teorias do *Mercado Subordinado*, Zelizer crítica a determinação absoluta da cultura e da estruturação social na definição dos fenômenos monetários. Nesta, o mercado aparece como um sistema de significados, mas continua a ser um corrosivo e destrutivo da vida social. Portanto, a proposta de *Mercados Múltiplos* é um novo modelo conceitual que se localiza na interação entre fatores culturais (sistema de significados), socioestruturais (sistema de redes sociais) e econômicos, evidenciando a interdependência entre estas esferas.

A partir de casos empíricos de pesquisas com temas como a adoção de crianças, trabalho infantil, seguro de vida, significado do dinheiro e indenizações às vítimas de 11 de setembro de 2001, Zelizer demonstra que os mercados são construções sociais e simbólicas como tantas outras esferas da vida. Espaços de trocas onde a oferta e as demandas são construídas e estruturadas socialmente. Os mercados não são autônomos, não possuem seu próprio conjunto de normas e valores, mas resultam de interações culturais e sociais. Portanto, as relações sociais e os valores não se submetem passivamente a um mercado homogeneizador, mas, sim, diferentes formas de relacionamentos definem os *Múltiplos Mercados*. Eles são interdependentes em relação a outros valores e instituições, ou seja, não são amorais, são heterogêneos, e temos que considerar as características dos diferentes tipos de agentes envolvidos, como classe, gênero, diferentes faixas etárias, estilo de vida, costume, tradição, parentesco, religião, ideologia, etc. Logo, as diferenças qualitativas não são reduzidas à quantidade abstrata, e o dinheiro também é

moldado por fatores relacionados à cultura e estrutura social. Como construção simbólica, a utilidade é uma variável, há coisas que são úteis e outras não tanto. No conceito de *Mercados Múltiplos* não existe hierarquia entre mercado, a cultura e o social, então, o mercado não domina tudo. Nesse sentido, esse conceito se diferencia principalmente da ideia de “contrato condicional”, que coloca os sujeitos determinados pela cultura ou estrutura social.

Zelizer conclui em muitos de seus estudos que as pessoas conseguem realizar transferências de dinheiro em redes de obrigações mútuas mais sustentáveis quando há a criação cultural do significado monetário e, logo após, apoio institucional. Portanto, antes da normatização, vem a regra social. E esta regra varia em relação ao tipo de grupo (rede social). Trabalhar a perspectiva de *Mercados Múltiplos* permite entender a economia pela subjetividade, tanto das instituições como dos indivíduos. Assim é possível conciliar aquilo que era contraditório para muitos teóricos dos modelos apresentados acima. O que amplia a possibilidade de estudar mercados exitosos, não apenas a ineficiência das economias.

Com a abordagem de mercados múltiplos é possível entender que cada mercado é o resultado de um processo específico. E as diferentes formas de pensamento são formas específicas que revelam um tipo de construção e “retrato” de um tipo de mercado que se está tentando legitimar.

Em *Ethics in the Economy* (2007), Zelizer identifica uma série de intersecções entre ética e atividade econômica que as ciências sociais pouco investigou. Isto é, os pesquisadores não produziram resultados, até o momento, sobre como surgem as questões éticas na vida econômica, como os atores econômicos respondem a ela e quais os efeitos que essas respostas têm sobre o desempenho econômico.

O contexto contemporâneo apresenta muitos casos de intersecções entre ética e atividade econômica. Por exemplo, executivos que falam de ética em escolas de negócios e criam novos cursos sobre o assunto, empresas que adotaram “códigos de ética” (entendido como um conjunto codificado de regras para o comportamento moral aplicado a uma população específica), ou seja, todo dia é possível verificar nas organizações questões morais e códigos delimitando fronteiras nítidas entre o comportamento aceitável e o inaceitável. Há, ainda, a divulgação cada vez mais presente na mídia de escândalos empresariais que violarem normas de conduta, o que acaba manchando a reputação pública da organização. E, em casos de crise, vemos novas regras criadas a partir do debate moral. Apesar de

serem cada vez mais presentes, estes fenômenos pouco são estudados pelos cientistas sociais. Segundo Zelizer, o desinteresse pode ser explicado pela crença, que se instaurou no pensamento intelectual sobre o social, de que a esfera da economia é autônoma. Esta é a crença de que o dinheiro, os lucros, os mercados e as corporações são partes de uma "máquina econômica". Como máquinas são incapazes de ações morais, a produção intelectual coloca o comércio fora do âmbito ético. Por conseguinte, passa-se a considerar economia como uma esfera autônoma, distinta da atividade humana, organizada em torno de racionalidade e eficiência. O que tem impedido a produção intelectual de considerar a moralidade na vida econômica.

Partindo dos pressupostos apresentados acima, este estudo busca compreender transformações nas formas de entendimento das relações entre cultura e natureza, entre sociedade e economia. Neste sentido, nossa questão principal é como vem sendo construída a ideia de mercados nas questões ambientais? Já que em outros momentos, ambientalismo e economia representavam "mundos hostis".

3 ETNOGRAFIA DO PENSAMENTO MODERNO

A contribuição teórico-metodológica de Clifford Geertz não se restringiu apenas na obra *A Interpretação das Culturas*, dez anos depois o antropólogo norte-americano publicaria *O Saber Local*, texto composto de oito ensaios que foram resultados de palestras e conferências. Na verdade, *O Saber Local* é um trabalho que revê algumas premissas teóricas e metodológicas da abordagem interpretativa. Mas nosso interesse se detém no capítulo sete, com o artigo *Como pensamos: a caminho de uma etnografia do pensamento moderno* que apresenta um novo programa disciplinar, com o objetivo de produzir conhecimento sobre as novas tendências e rumos do pensamento moderno sobre o social. Nesta discussão, Geertz enfoca mais detalhadamente sobre o tipo de pensamento desenvolvido dentro da academia, o pensamento científico.

O pensamento é um objeto de estudo antigo dentro das ciências humanas, e como destaca GEERTZ (1997), tem sido abordado de duas formas: na primeira, os autores o tratam como um ato ou processo cognitivo, um fenômeno psicológico interno, como a atenção, a expectativa, a intenção, etc. Na segunda abordagem, o pensamento é tratado como um fato social, exterior ao indivíduo, um produto do pensamento, como uma ideia ou noção.

Ao aproximar essas duas dimensões de pesquisa, Geertz revela os diversos campos de conflitos e os problemas que as ciências humanas se depararam ao teorizar sobre o pensamento. Um dos principais problemas é o da unidade e o da diversidade, ou seja, a abordagem “psicológica” se coloca em defesa de uma visão sobre o pensamento como algo parcial, enquanto que a abordagem que considera o pensamento como um produto social defende a pluralidade, no sentido “cultural”. Dessas discussões de oposição entre as vertentes concorrentes, o resultado foi o surgimento do paradoxo processo/produto, ou subjetividade/coletivo, ou parcial/plural, ou particular/universal, etc. Tal paradoxo orientou as ciências humanas a tomarem diferentes rumos de produção teórica, surgindo uma diversidade de explicações.

Do lado do “pensamento produto”, que influenciou diferentes áreas da antropologia, história, filosofia, literatura e sociologia, surgiram duas formulações do problema:

- 1) “O problema da mente primitiva” – estudos que estabelecem distinções entre o que é “primitivo” e o que é “civilizado”;
- 2) “Relativismo cognitivo” – estudos que analisam os processos de percepção, imaginação, recordação, etc. de acordo com sua condição socioeconômica, ou em uma dada situação e ou em determinado local onde vivem.

Do lado do “pensamento processo”, que teve a psicologia, linguística, teoria dos jogos e informática seus precursores, resultou a seguinte formulação do problema: “(...) *que o funcionamento do pensamento humano é invariável através do tempo, do espaço e da cultura e das circunstâncias*”. (GEERTZ, 1997, p. 225). Uma concepção universalista.

Como resultado das discussões das vertentes concorrentes surgiram uma terceira e uma quarta vertentes melhoradas, que realizam a junção entre “pensamento produto” e “pensamento processo”. A terceira foi composta pelos teóricos do determinismo sociológico, no qual os sistemas de significados se transformam em um termo médio entre estruturas sociais, que variam, e mecanismos psicológicos, que não variam. E, na quarta temos a ação simbólica, a qual o próprio Geertz assume sua filiação. O pensamento nada mais é do que o resultado de uma manipulação intencional de formas culturais.

Cabe destacar também os temores que surgem, tanto daqueles intelectuais de tradição teóricas do fato social (e as novas correntes de pluralismo), quanto os herdeiros da tradição teórica dos acontecimentos internos (também conhecidos como unificados), em relação à redução das possibilidades de obter um conhecimento mais geral. Para GEERTZ (1997) esse desconforto acadêmico representa um tipo de neurose de intelectuais que querem garantir a generalidade do pensamento, sua objetividade, sua eficácia e sua veracidade. Isso é definido por Geertz como *Grande Peur* – medo do relativismo – que possui diferentes denúncias epistemológicas:

- a) *Acusação subjetivista*: pode ocorrer um problema se interpretarmos ideologias ou teorias inteiramente em termos dos horizontes conceituais;

- b) *Acusação idealista*: podemos ser superficiais ao darmos mais atenção a símbolos do que aos fatos mais profundos, como os neurônios;
- c) *Acusação de laxismo moral e confusão lógica* – o pensamento está onde for encontrado. E pode ser encontrado em todos os tipos de modelos culturais e tamanhos sociais.

Para GEERTZ (1997), as diferentes concepções que surgiram com o paradoxo processo/produto, na verdade, só afirmam a existência de uma multiplicidade de maneiras de pensar. Geertz, portanto, se posiciona a favor de uma nova “matriz disciplinar”: uma abordagem epistemológica com caráter contextualista, antiformalista, relativista e que também coloca as ciências, de um modo geral, como um tipo de *humanidade*.

Conforme Geertz, o pensamento, qualquer tipo de pensamento, pode ser compreendido etnograficamente. O pensamento deve ser apreendido de forma: histórica, sociológica, comparativa, interpretativa, flexível e dentro daquele mundo específico onde ele faz algum sentido. A etnografia do pensamento moderno é o estudo que trata o aqui e o agora da vida moderna, isto é, a “compreensão da compreensão”.

Neste sentido, a melhor forma de analisar o uso de símbolos como ações sociais, segundo Geertz, é escrever uma “*psicologia do ar livre*”, navegando no paradoxo plural/unificado, produto/processo, pensamentos construídos/desconstruídos, em que a história seja o próprio território de captura e entrega. Além disso, para quem deseja realizar uma etnografia do pensamento moderno, é importante considerar a cognição, a emoção, a motivação, a percepção, a imaginação, a memória, etc., como coisas sociais. Com isso, Geertz chama a atenção para o caráter da unidade e da diversidade, o interesse é muito mais específico e, ao mesmo tempo, geral. O estudo do pensamento passa a ser a interação entre psicologia, de um processo interno que resulta de atitude “mental”, que pode vir a ser uma estrutura de sentimentos, como a esperança, medo, desejo, desilusão, etc., com a visão de mundo que algumas pessoas possuem a partir de certos tipos de padrões etários, relacionados com a estrutura social, como o desempenho papéis, cultura, organizações, etc.

Tendo como objetivo priorizar a unidade e a diversidade da vida e da mente, Geertz conclui que uma etnografia do pensamento moderno tem que ter uma

perspectiva do pensamento como uma atividade social, com origens, organização e objetivos distintos. Para isso, Geertz oferece o seguinte roteiro para o estudo do pensamento moderno:

- a) **A expressão da responsabilidade:** as várias disciplinas que compõem o discurso disperso da ciência moderna são modos de estar no mundo; ou formas de vida, ou ainda variedades da experiência intelectual, como tantas outras formas sociais. Quando o antropólogo entender isso, ele começa a decifrar o imaginário dessas comunidades;
- b) **Os usos de dados convergentes e registros divergentes:** os tipos de dados que os “nativos” obtêm, através de pesquisas de opinião, de levantamentos e censos produzem fatos sobre grupos de indivíduos que só têm aquela conexão específica. Os dados podem ser do tipo convergentes: informações diversas que se fixam em um só argumento, ou podem ser divergentes: dados que se opõem e competem entre si. É possível coletar dados convergentes e divergentes, pois, na maioria dos casos, o relacionamento entre seus habitantes não é puramente intelectual, mas também político, moral, e intensamente pessoal. Laboratórios e institutos de pesquisa, sociedades acadêmicas, departamentos universitários mais importantes, círculos literários e artísticos, facções intelectuais, todos se enquadram nesse modelo de “aldeias intelectuais”;
- c) **As categorias linguísticas:** o vocabulário através do qual as diferentes disciplinas falam delas mesmas e entre elas. A antropológica tem de concentrar-se em palavras-chaves, que quando têm seu significado decifrado ajudam a entender a forma de viver no mundo;
- d) **A retórica da persuasão:** são formas de classificações mais amplas e grandiosas, que contêm elementos do tipo “definições persuasivas”; podem ser submetidas à análise, por exemplo, a divisão entre “ciência” e “humanidades”, assim passamos a classificar o social, o comportamental, o vital, ou mesmo as ciências humanas. Isso acaba nos revelando bastantes coisas sobre o que achamos que deveria ser, ou ainda, sobre o que

deveríamos incansavelmente evitar que se tornasse. Aqui temos o caráter ideológico das ciências;

- e) **Os modelos de carreira que marcam as diferentes disciplinas:** devemos observar o ciclo vital da trajetória de vida do nativo. O ciclo vital está relacionado com padrões etários, porém não são plenamente associados ao biológico, mas sim ao social, cultural e psicológico. São dois tipos: o primeiro tem haver com os rituais de passagem, elos de geração, papéis assumidos pela idade ou gênero. Na verdade são elementos importantes que demarcam posições e hierarquias. No segundo, admite-se que o campo do conhecimento tem vários ciclos de maturação. Os vários campos de maturação provocam, moldam, através de um processo interno, grande parte da atitude “mental” do nativo, e que mudam com o seu amadurecimento;
- f) **A representação da autoridade:** é a sensação ou percepção de que possa vir a existir uma única cultura, que integrará toda a sociedade e toda a estrutura da nossa vida moral. Essa sensação/percepção é responsável por dar a base para o campo do conhecimento, que dita as normas das classes cultas intelectualizadas e que tem a esperança de que este tipo de cultura possa vir a ser superior no futuro, a medida que se aperfeiçoa. O trabalho do etnógrafo do pensamento moderno é se aprofundar nesta representação de autoridade, para revelar sua falsidade de unidade única, fechada e dada como certa. Para mostrar que o que realmente existe é uma multiplicidade de maneiras de pensar;
- g) **A delimitação das fronteiras:** num mundo em que a consciência coletiva é uma multiplicidade desordenada de perspectivas, composta por pessoas diferentes e exercendo as vocações mais diversas, mas que acabam por se influenciar reciprocamente, dando vitalidade ao pensamento moderno. Cabe ao antropólogo em sua interpretação criar as condições para que essa interação possa ocorrer. O primeiro passo para condição é a aceitação da existência de diferenças, pois são profissionais formados em distintos *métiers* do conhecimento. Segundo ponto, quais são essas diferenças? E terceiro, construir algum tipo de vocabulário capaz de formulá-las publicamente.

3.1 O Pensamento Sustentável

Para melhor delimitar o objeto de estudo desta etnografia, aquilo que iremos definir como *pensamento sustentável* é, na verdade, o pensamento ideológico.

GEERTZ (1989), usou os pressupostos da sua metodologia do pensamento moderno para etnografar o pensamento científico. No mesmo sentido, este trabalho usará as definições metodológicas do pensamento moderno para estudar o *pensamento sustentável*. Para isso, buscou-se desenvolver interpretações do conteúdo jornalístico de revistas especializadas no ambientalismo empresarial.

De acordo com GEERTZ (1989), o pensamento ideológico e o pensamento científico, mesmo considerando os dois como sistemas culturais que têm relações entre si, são de natureza diferentes, principalmente nas estratégias simbólicas que englobam suas representações.

(...) A ciência nomeia a estrutura das situações de tal forma que revela, no conteúdo de sua atitude, seu desinteresse. Seu estilo é contido, parcimonioso, resolutamente analítico; evitando os artifícios semânticos que formulam de forma mais efetiva o sentimento moral, ela procura maximizar a clareza intelectual. A ideologia, porém, nomeia a estrutura das situações de maneira tal que revela em sua atitude um compromisso com elas. Seu estilo é ornamental, vívido, deliberadamente sugestivo; objetificando o sentimento moral através dos mesmos artifícios que a ciência evita, ela procura motivar a ação. Ambas se preocupam com a definição de uma situação problemática e constituem respostas a uma falta sentida de informações necessárias. Mas a informação necessária é bem diferente, mesmo nos casos em que a situação é a mesma. Um ideólogo é apenas um pobre cientista social, da mesma forma que um cientista social é um pobre ideólogo. Os dois estão — ou deveriam estar — em linhas muito diferentes de trabalho, linhas tão diferentes que pouco se ganha e muito se obscurece tentando medir as atividades de um contra os objetivos do outro.

Enquanto a ciência é a dimensão de diagnóstico, de crítica da cultura, a ideologia é a dimensão justificadora, apologética — refere-se "à parcela da cultura que se preocupa ativamente com o estabelecimento e a defesa dos padrões de crença e valor". Torna-se claro, portanto, que há uma tendência natural para que as duas se confrontem, principalmente quando são dirigidas para a interpretação do mesmo âmbito de situações. Entretanto, são muito duvidosas as suposições de que esse confronto seja inevitável e de que as descobertas da ciência (social) debilitarão, necessariamente, a validade das crenças e valores que a ideologia escolheu defender e propagar. Uma atitude ao mesmo tempo crítica e apologética em relação a uma mesma situação não é uma contradição intrínseca em termos (embora muitas vezes possa tornar-se uma contradição empírica), mas um indício de um certo nível de sofisticação intelectual (GEERTZ, 1989, p. 203).

GEERTZ (1989) explica que durante muito tempo nas ciências sociais não se possuía uma concepção genuinamente não avaliativa da ideologia. O que existia na verdade era uma gama de variações desse objeto de estudo. Ideologia era o conceito polêmico que acabava sendo discriminado, desvalorizado e mal interpretado. Ideologia era definida por aspectos negativos, como irracional e tendencioso. Para as ciências sociais o pensamento ideológico que se afasta do seu objetivo é um tipo de pensamento "deformado", "contaminado", "falsificado", "distorcido", "sombreado" pela pressão das emoções pessoais, como o ódio, o desejo, a ansiedade ou o medo. Dentro da crítica das ciências sociais sobre a ideologia, surgiram representações pejorativas como: "o ideólogo é um tolo", pois existe uma discrepância entre o que se acredita e o que pode ser. Boa parte dos intelectuais buscava evitar trabalhar com o conceito de ideologia. Porém, quando usado, as pesquisas eram orientadas para mostrar os erros do pensamento ideológico e, ao mesmo tempo, buscar seu fim.

Para Geertz, o que havia no pensamento científico, em relação ao pensamento ideológico, era a confusão conceitual, erro que distorcia a realidade das práticas ideológicas. Geertz explica que as ciências sociais buscaram se construir com a ideia de perseguição da verdade, isto resultou em disciplinas como a sociologia do conhecimento. Em busca da verdade, as ciências sociais desenvolveram os estudos dos determinantes sociais da ideologia e outras abordagens teóricas. A primeira foi a Teoria do interesse, segundo a qual ideologia tem fator político, é como militância, em busca de poder. Seu conteúdo é mascarado e usado como uma arma, em luta por vantagens. Segundo Geertz, esta teoria está entre o utilitarismo e o historicismo.

A segunda, Teoria da tensão, a ideologia é ao mesmo tempo uma doença e sua cura. Nesta abordagem são levados em consideração os conceitos psicológicos e sociológicos. O estado de tensão pessoal (fundo motivacional) e o contexto social estrutural são retratados mais sistematicamente. A ideologia é o desequilíbrio sociopsicológico que deve ser corrigido com outras ideologias. Segundo Geertz, quatro tipos de explicações são mais frequentemente empregadas pelas ciências sociais: 1) "explicação catártica": a tensão emocional é esvaziada por sua transposição a inimigos simbólicos. Ideologia se dá por oposição; 2) "explicação moral": significa a capacidade de uma ideologia de sustentar indivíduos (ou grupos) em face da pressão crônica, tanto negando-a totalmente como legitimando-a em

termos de valores elevados. Ideologia é aquilo que une pela dor; 3) "explicação da solidariedade": significa o poder da ideologia de unir um grupo ou classe social. Neste caso, ideologia é a "coincidência" que une as pessoas; 4) "explicação advocatória": significa a ação das ideologias (e dos ideólogos) na articulação, embora parcial e indistinta, das tensões que as impelem, forçando-as ao reconhecimento público.

Tanto a teoria do interesse como a teoria da tensão vão diretamente da análise das fontes à análise das consequências, sem nunca examinarem seriamente as ideologias como sistemas de símbolos interatuantes, como padrões de significados entrelaçados (GEERTZ, 1989, p. 177).

Para a terceira e última, a teoria extrínseca, a ideologia é o pensamento que consiste na construção e manipulação dos sistemas simbólicos, que são empregados como modelos de outros sistemas (físico, orgânico, social, psicológico etc.). Mas o problema é que eles são fontes extrínsecas de informações em termos das quais a vida humana pode ser padronizada. Como o religioso, filosófico, estético e científico, a ideologia é um tipo de "programa", que fornece um gabarito para a organização dos processos sociais e psicológicos. Isso resulta em modelação da sociedade. Para Geertz, essa corrente teórica reduz a psicologia na ciência social. Passa-se a falar em níveis de organização de controle e se discrimina níveis como o organismo, personalidade, sistema social e cultura.

Para Geertz, os diversos argumentos levantados e as diferentes teorias que as ciências sociais elaboram, na verdade, serviram para elucidar o trabalho científico, e assim revelar a ideologia.

Embora a ciência e a ideologia sejam empreendimentos diferentes, elas não deixam de ter relações entre si. As ideologias fazem exigências empíricas sobre as condições e a direção da sociedade, o que é assunto da ciência avaliar (e, quando falta o conhecimento científico, do senso comum). A função social da ciência vis-à-vis as ideologias é, primeiramente, compreendê-las — o que são, como funcionam, o que dá origem a elas — e, em segundo lugar, criticá-las, forçá-las a chegar a termos com a realidade (mas não necessariamente render-se a ela). A existência de uma tradição vital de análise científica dos temas sociais é uma das garantias mais efetivas contra o extremismo ideológico, pois ela fornece uma fonte incomparavelmente fidedigna de conhecimento positivo com o qual a imaginação política pode trabalhar e que ela pode prezar (GEERTZ, 1989, p. 204).

JAIME (2005) elaborou uma etnografia do pensamento moderno a partir de dois livros: “*Terceiro Setor: desenvolvimento social sustentado*”, publicado no ano de 1997 e “*Governo e sociedade civil: um debate sobre espaços públicos democráticos*”, publicado em 2003. Em nossa etnografia, buscamos realizar um estudo do *pensamento sustentável* a partir de outro tipo de material documental, que fosse possível constituir em um universo de análise. Para isso, foi necessário fazer um mapeamento das principais fontes de pesquisa via *Internet*. A exemplo de SCOTTO *et. al.* (2009), na rede global de computadores podemos encontrar uma variedade de assuntos relacionados ao “desenvolvimento sustentável” e “sustentabilidade” em sites, blogs e comunidades virtuais de todos os tipos e de todos os estilos.

Basta digitar em qualquer “buscador” na Internet o termo “desenvolvimento sustentável” para ver surgirem na nossa frente centenas de páginas. Numa busca recente obtivemos 756.000 endereços relacionados a desenvolvimento sustentável em poucos segundos. A variedade dos sites relacionados a estas palavras mostra a grande disseminação do conceito nas mais diversas áreas. A expressão “desenvolvimento sustentável” aparece, por exemplo, em blog, sites do governo, empresas, organizações não-governamentais (ONGs); movimentos sociais, organismos ligados às Nações Unidas como o fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) e o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), páginas de beleza, de produtos alimentares e artesanais, acordos sobre o clima e desertificação, e a lista não pára por aqui.

Não é diferente se a busca for somente pelo adjetivo “sustentável”. O atributo “sustentável” bem como “sustentabilidade” aparecem associados a estudos, indicadores, ferramentas organizacionais, agricultura e alimentação. Mata atlântica e outros ecossistemas, gestão empresarial, economia, indústria, políticas públicas, turismo ecológico, campesinato, comunidade, agroecologia, responsabilidade social, entre outros. (SCOTTO *et. al.*, 2009, p. 7).

Entre publicações, sites, blogs, comunidades, etc. decidimos pelas revistas como a melhor forma de etnografar o *pensamento sustentável*. As revistas são um tipo de material documental onde podemos encontrar informações em diversos formatos, manchetes, *cases*, artigos, colunas, entrevistas, anúncios, imagens, etc. sobre o tema pesquisado.

No levantamento das revistas foram utilizados os temas e palavras-chaves relativas ao campo desta pesquisa: natureza, meio ambiente, sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, codesenvolvimento, movimentos ambientais, responsabilidade socioambiental empresarial ou responsabilidade social corporativa, ecologia empresarial e ambientalismo empresarial. Além disso, priorizou-se as

revistas que tivessem publicações impressas e, ao mesmo tempo, disponibilizassem versões digitais nos seus *websites*. E, ainda, foi priorizado na escolha aquelas que possuísem circulação nacional e facilidade de acesso à leitura. As revistas escolhidas foram àquelas voltadas para o mundo empresarial e que tratam da questão ambiental.

No levantamento realizado na *Internet* foram encontradas as seguintes revistas:

- 1) **Revista Agro Ecológica** (disponível em: <<http://www.guiademidia.com.br>>);
- 2) **Revista Atitude Sustentável** (disponível em: <<http://atitudesustentavel.uol.com.br>>);
- 3) **Revista Brasil Sustentável** (disponível em: <<http://www.cebds.org.br>>);
- 4) **Revista Caminhos da Terra** (disponível em: <<http://www.revistaterra.com.br>>);
- 5) **Revista Eco 21** (disponível em: <<http://www.eco21.com.br>>);
- 6) **Revista Ecoturismo** (disponível em: <<http://revistaecoturismo.com.br>>);
- 7) **Revista Eletrônica Envolverde** (disponível em: <<http://www.envolverde.com.br>>);
- 8) **Revista Horizonte Geográfico** (disponível em: <<http://www.horizontegeografico.com.br>>);
- 9) **Revista Ideia Socioambiental** (disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br>>);
- 10) **Revista Info Geo** (disponível em: <<http://www.mundogeo.com>>);
- 11) **Revista Meio Ambiente** (disponível em: <<http://www.revistameioambiente.com.br>>);
- 12) **Revista Filantropia** (disponível em: <<http://www.revistafilantropia.com.br>>);
- 13) **Revista Meio Ambiente Industrial** (disponível em: <<http://www.meioambienteindustrial.com.br>>);
- 14) **Revista Mercado Ético** (disponível em: <<http://mercadoetico.terra.com.br>>);
- 15) **Revista Natureza** (disponível em: <<http://www.meioambienteindustrial.com.br>>);

- 16) **Revista Primeiro Plano** (disponível em:
<<http://www.primeiroplano.org.br>>);

Dentre essas, foram selecionadas as seguintes revistas:

- a) *Revista Brasil Sustentável*;
- b) *Revista Ideia Socioambiental*;
- c) *Revista Primeiro Plano*.

Foram coletados dois exemplares de edições diferentes de cada revista, para realizar comparações sobre a estrutura lógica do documento.

A coleta de informações ocorreu no segundo semestre do ano de 2009, período escolhido especialmente por ter sido quando ocorreu a Conferência da ONU sobre Mudanças Climáticas (COP-15), Copenhague, Dinamarca.

3.2 Jornalismo de Revista

Ao empreender um mapeamento das edições de revistas que foram publicadas no período próximo à COP-15, esta proposta de estudo considerou este momento histórico como o próprio “contexto local”.

A análise foi realizada da mesma forma que a leitura de um livro, em que o pesquisador deve buscar se projetar naquele universo linguístico que compõe o pensamento a ser estudado. Um “mergulhar na história”, onde o antropólogo deve ser capaz de realizar a reflexão e observação minuciosa do pensamento que está sendo apresentado. O olhar também passa a ser sensível aos símbolos, para captar o significado, pois boas fotografias, material publicitário e *layouts* criativos dizem mais que palavras.

Mas, temos que prestar atenção em alguns detalhes. O profissional do jornalismo não pode ser tratado como um escritor, pois segundo os argumentos de SCALZO (2003), o jornalista possui certas características. Ele media da forma mais ética e parcial possível a notícia, os acontecimentos ocorridos no mundo, para que possa ser transmitido até o público de maneira que o assunto seja entendido. Para isso, muitas vezes ele reúne mais informações possíveis, e assim tem chance de

que as matérias ou reportagens saiam completas e que tenha garantia que o que está escrito seja compreendido. Outra característica fundamental de um jornalista é a observação, normalmente são treinados para captar muitos detalhes, mas o que não o impede de possuir preferências, posições e ideologias. Entendido isso, estamos dando a devida atenção à subjetividade do profissional e também do projeto editorial da revista na construção objetiva do mundo. Em outras palavras, *“não comer na mão do informante”*.

Em nossa etnografia, o jornalista é tratado como um informante, que dispõe personagens em suas histórias, num roteiro que pode ser uma “ficção científica”, um “drama”, um “suspense”, uma “comédia”, um “conto”, uma “aventura” e talvez um “romance”.

Segundo SCALZO (2003), as revistas podem ser semanais, mensais, bimestrais, trimestrais, semestrais, etc., já o jornal se caracteriza pela informação diária, ou em alguns casos semanais. Além disso, as revistas possuem maior liberdade em seu formato do que os jornais. Mas, atualmente, nos domingos, os jornais podem ser comparadas às revistas, pela forma como os conteúdos são apresentados. O estudo de Scalzo ainda mostra que as revistas feitas no Brasil pretendiam cumprir um papel integrador de uma cultura brasileira (dirigida ao homem brasileiro ou à mulher brasileira). Mas no início das décadas de 60 e 70 começam a ocorrer mudanças, elas ficam cada vez mais segmentadas, como as revistas internacionais. Hoje em dia existem diversos tipos de revistas especializadas, em temas como para noivas, vestuário, moda, mães, futebol, automóveis, imóveis, informática, etc. Há também revistas feitas sob medida, para as próprias empresas como, por exemplo, as empresas de viação aérea Gol. Este tipo de revista sob medida é uma forma de comunicação exclusiva para os funcionários e clientes. Normalmente, uma revista sob medida visa sedimentar a imagem institucional de sua organização. É um tipo de revista corporativista.

Atualmente existe a forte tendência das revistas incentivarem o consumo, o que as faz cada vez mais parecidas a catálogos de compras. Entretanto, há também o movimento contrário, revistas produzidas para mudar os padrões culturais de consumo. Assim são as ligadas ao ambientalismo:

Se, de um lado, as compras e os catálogos estão em alta, essa mesma sociedade seduzida pelo consumo – ou pelo menos a parte dela que não se rende a ele – está gerando um mercado crescente para revistas que

pregam exatamente o contrário: uma vida mais simples, com ênfase no “consumo consciente”. O foco desvia-se do consumismo desenfreado para o que seriam as “necessidades essenciais” das pessoas e para uma filosofia ecológica, de proteção do planeta. No conturbado mundo contemporâneo, esse é, em vários países, um mercado em franca ascensão (SCALZO, 2003, p. 45).

Conforme VILAS BOAS (1996), as revistas possuem muitas vantagens em relação aos jornais. Elas disponibilizam maior tempo para produção dos textos, o que resulta em maior exploração das informações, análises e interpretações dos fatos. Os textos ficam mais sofisticados já que não estão comprometidas com a velocidade do jornalismo diário. O lado criativo e sensível dos jornalistas flui melhor na produção do conteúdo, o que permite a utilização de recursos como gírias, neologismo e coloquialismo, de acordo com certos limites. O que pode ser chamado de *estilo magazine*, esta forma de construir um tipo de texto com maior liberdade de prazos. Vilas Boas comenta que as revistas conseguem sair daquela rotina dos demais veículos de comunicação, pois suas publicações acrescentam pesquisas e documentações mais aprofundadas que saem do padrão noticiário. Logo, os textos publicados em revistas mais elegantes e sedutores, que exploram novos ângulos e buscam notícias exclusivas, sempre pensadas nas características do seu leitor. Além disso, a preocupação das revistas é tanta com seu público, que elas acabam adotando a própria linguagem de seu leitor. A tonalidade do texto da revista também é outro diferencial em relação ao jornalismo diário. Geralmente o jornal busca passar a ideia de objetividade e isenção, ao contrário, as revistas podem ter diferentes tons lingüísticos, como humor, tragédia, drama, tensão, etc. O tipo de tom do texto produzido na revista freqüentemente dá ao leitor a noção de rumo que a narrativa vai tomar. O tom também se refere à maneira como os textos serão apresentados, pode ser sarcástico, compreensivo, de esperança, indignação/crítica, etc. Vilas Boas apresenta uma boa definição de revista que nos aproxima da nossa proposta de analisar a “sustentabilidade” como uma forma de pensamento moderno.

Nosso foco de atenção são as revistas voltadas para o ambientalismo empresarial. Revistas que possuem uma característica distinta de outras marcas, pois não necessitam estar no mercado concorrencial, já que a principal fonte de recursos vem do financiamento de organizações, ou seja, são revistas direcionadas ao público corporativista, como as empresas. Revistas que dependem menos da publicidade. Este tipo de revista apresenta discussões dentro do campo empresarial,

sendo possível encontrar nas entrevistas empresários realizando críticas à outros empresários. São revistas que delimitam o campo das ideias do ambientalismo empresarial.

3.2.1 Narrativas

Para analisar estas revistas, uma boa técnica que auxilia em nossa produção etnográfica do *pensamento sustentável* é a análise de narrativas. GANCHO (2006) oferece um bom esquema para iniciar uma análise literária. Segundo este autor, os elementos fundamentais de uma narrativa são: enredo, personagens, tempo, espaço e narrador.

3.2.2 Fotojornalismo

Se as revistas podem ser estudadas como produções literárias, então, as fotografias, nelas contidas, podem ser analisadas como obras de arte. SOUSA (2004) oferece uma boa técnica para descrever as fotografias.

Segundo Sousa, a fotografia é uma forma de registro, uma ferramenta de observação, informação, comunicação, análise e de opinião sobre a vida humana e sobre as consequências provocadas ao Planeta. Imagens chocantes, irônicas, denunciadoras e empáticas são utilizadas para revelar acontecimentos, exposição e denúncia sobre fatos. As fotografias são capazes de transmitir uma ideia ou uma sensação: a pobreza, a calma, a velhice, a exclusão social, a tempestade, o pôr do sol, o instante de dor, a cerimônia ritual, gestos significativos das pessoas, as expressões faciais, o insólito, o acidente, etc. Uma imagem pode transmitir uma única ideia ou várias.

De acordo com Sousa, o fotojornalismo refere-se às fotografias de cunho jornalístico, usadas para notícias, documentários, ilustrações, registro de situações peculiares, etc. A finalidade do fotojornalismo é informar sobre assuntos da atualidade, juntando foto e texto. As atividades de fotojornalismo são sinônimas de

contar histórias em imagens. O Fotojornalismo trabalha a linguagem de instantes registrados nas imagens como se fosse possível “congelar” o significado de um acontecimento. Uma imagem fotojornalística normalmente é bem sucedida quando une a representação da força visual com a força da notícia.

Alguns elementos são essenciais para dar sentido ao fotojornalismo. Elementos que podem estar na própria fotografia, como a pose, a presença de determinados objetos, o melhoramento visual, a utilização de várias imagens, etc. Ou elementos mais específicos da linguagem fotográfica, como a relação espaço tempo, a profundidade de campo, o movimento, etc. Estes elementos deverão ajudar nesta etnografia.

4 REVISTAS

Neste item detalharemos as revistas, com o objetivo de compreender as ideias dos textos, reportagens, entrevistas, boxes de texto, fotografias e os símbolos que estão sendo transmitidos. As formas e os conteúdos contidos nas revistas serão agrupados para melhor apresentar uma leitura das formas de pensar o “sustentável”.

4.1 Revista Brasil Sustentável

A *Revista Brasil Sustentável* foi criada em 2004, pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), uma associação sem fins lucrativos que surgiu em 1997 para representar no país o grupo *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) (fonte: <<http://www.cebds.org.br>>.).

De acordo com VINHA (2000), WBCSD surgiu da iniciativa do investidor suíço Stephan Schmidheiny, um milionário que começou no ramo de joalherias. O empresário envolveu-se com as questões ambientais por meio de sua amizade com Maurice Strong, colega profissional que trabalhou junto com ele na Secretaria Geral da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD). Stephan Schmidheiny foi o principal assessor para os negócios e indústria de Maurice Strong no ano de 1990. No ano seguinte, Stephan Schmidheiny foi o responsável em criar o primeiro Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável (*Business Council for Sustainable Development – BCSD*), com quarenta e oito (48) líderes empresariais que iriam representar a voz dos negócios para uma “economia sustentável”. No dia 12 de abril de 1991 ocorre na cidade de Haia, localizada nos Países Baixos na Europa, a primeira reunião do BCSD. O grupo recém formado foi o que participou no evento que ocorreria em 1992 no Brasil, Rio de Janeiro.

Maurice Strong, que viria a ser o secretário geral da ECO-92, convidou Stephan Schmidheiny para participar como coordenador das discussões empresariais no evento, pelo motivo dele ser o principal organizador das discussões ambientais no meio empresarial. Após ECO-92, Stephan Schmidheiny colaborou na

elaboração do livro *“Mudando o Rumo: uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente”*²², resultado do grupo de empresas que participaram no evento. Isso o levou a continuar as discussões empresariais que tinha coordenado na ECO-92 com o grupo BCSD, elaborando fóruns que engajassem mais empresas nas questões ambientais. No ano de 1995 foi criada a instituição WBCSD, com o objetivo de ser um tipo de conselho com a finalidade de construir e promover uma visão empresarial sobre o meio ambiente, priorizando a mudança nos rumos do desenvolvimento econômico e promovendo novos modelos de negócios (MOTTA, 1993; SOUZA, 1993; VINHA, 2000).

A WBCSD tem sede em Genebra e, segundo dados da própria instituição, é composta principalmente por grandes empresas multinacionais que somam quase duzentas (200) organizações afiliadas, de mais de vinte (20) setores industriais, que faturam anualmente US\$ 6 trilhões e geram 11 milhões de empregos diretos. Já na sua criação, se juntaram ao WBCSD a ONU e o Conselho Mundial da Indústria para o Meio Ambiente (WICE).

Em 1991, foi criado o *Business Council for Sustainable Development* (Conselho Empresarial para Desenvolvimento Sustentável), um órgão ligado à ONU, que tem como objetivo engajar a comunidade Internacional de empresários nas discussões em torno do desenvolvimento industrial sustentável. Entre os preceitos do *Business Council* estão os de estimular o empresariado mundial a cooperar com os governantes na discussão e estabelecimento de metas ambientais e também garantir que o desenvolvimento destas propostas ocorra dentro da economia de mercado (SOUZA, 1993).

A WBCSD integra uma rede global de mais de sessenta (60) conselhos nacionais e regionais, em mais de trinta (30) países. Na Ásia, as Filipinas são os locais onde a BCSDs lançam negócios para o meio ambiente, incluindo Indonésia e Malásia. Na América Latina o primeiro comitê BCSDs nacional é criado na Argentina e depois no Brasil, Rio de Janeiro. No Brasil, a BCSD é denominada CEBDS, e atualmente já faz parte do comitê mais de cinquenta (50) grandes grupos empresariais, que representam aproximadamente 40% do PIB. (Disponível: <http://www.cebds.org.br/cebds/cebds-quem-somos.asp>).

²² Segundo MOTTA (1993), o nome original do livro é *“Changing course: a global business perspective in development and the environment”*, e foi publicado em 1992. Basicamente o livro é um tipo de manual que aborda uma inicial tentativa de elaborar um pensamento empresarial/gerencial em torno da noção de “desenvolvimento sustentável”.

A *Revista Brasil Sustentável* é uma publicação de autoria do grupo CEBDS. A revista é especializada nos temas ecologia empresarial e meio ambiente. Sua publicação é trimestral. Ela se caracteriza pelo estilo corporativista, voltada principalmente para organizações, como empresas, ONGs e governos (federal, estadual e municipal). É um tipo de publicação que não se encontra disponível nas bancas, seu acesso ocorre principalmente pelo website, disponível pelo endereço eletrônico <<http://www.cebds.org.br>>.

Os principais assinantes são: Associados CEBDS: 3M do Brasil Ltda; Abralatas; Alcoa Alumínio S.A; Amanco Brasil S.A; AmBev (companhia de Bebidas das Américas); ArcelorMittal Brasil; Banco do Brasil; Banco Real /Grupo Santander; Basf S.A; Bayer S.A; Bradesco S.A; BP Brasil Ltda; Braskem S.A; Caixa Econômica Federal; Chemtech; Cia. Brasileira de Petróleo Ipiranga; Cia. Energética de Minas Gerais – CEMIG; Coca-Cola; Copel; DNV; Ecopart; Eletrobras Termonuclear S.A. – Eletronuclear; Energias do Brasil; Furnas – Centrais; Elétricas S.A; Gerdau Açominas S.A; Grupo Abril; HSBC; Holcim Brasil S.A; Itaú Unibanco; Lorentzen Empreendimentos S.A; Menezes, Lopes, Dessimoni e Abreu Advogados; Michelin; Natura Cosméticos; Nestlé Brasil Ltda; Organização Odebrecht; Organizações Globo; Petróleo Brasileiro S.A. – Petrobras; Philips; Shell Brasil Ltda; Souza Cruz S. A; Solvay do Brasil Ltda; Syngenta Seeds Ltda; Usiminas – Usinas Siderúrgicas de MG S.A; Vale; Votorantim Participações S.A; Walmart Brasil.

O número de páginas da *Revista Brasil Sustentável* não é padrão, varia a cada edição. Na edição nº 25 o número de páginas chegou a cinquenta e uma (51) e na edição nº 26 atingiu cinquenta e nove (59) páginas, somado o *Encarte Especial*. As edições pesquisadas foram as digitais, que estão disponibilizadas gratuitamente no site da organização. Mesmo nas edições virtuais existe a informação sobre a tiragem impressa. Nas duas edições a tiragem foi de cinco (5) mil exemplares. A *Revista Brasil Sustentável* destaca que não se responsabiliza pelas opiniões dos colaboradores, colunistas e entrevistados.

O conselho de administração é formado por Fernando Almeida (Presidente Executivo), Marcos Bicudo (Chairman), Erling Sven Lorentzen (Presidente de Honra). Diretoria Executiva: Beatriz Bulhões (Vice-presidente) e Marina Grossi (Diretora). Diretoria: Luiz Cláudio Castro (Vale), Wilson Santarosa (Petrobras).

A revista possui grupos de profissionais que se dedicam a determinados assuntos. Os grupos são divididas nas seguintes câmaras temáticas:

a) Água - Yazmin Trejos da Amanco (Presidente), José Mauro de Moraes da Coca-Cola (Vice-presidente);

b) Biodiversidade e Biotecnologia - Maria Cláudia Grillo da Petrobras (Vice-presidente);

c) Comunicação e Educação para a Sustentabilidade - Eraldo Carneiro da Petrobras (Presidente);

d) Construções sustentáveis - Carlos Eduardo Garrocho de Almeida da Holcim (Presidente), Fábio José Pereira Leme do Banco Itaú Unibanco (Vice-presidente)

e) Energia e Mudança do Clima - Luís César Stano da Petrobras (Presidente), David Canassa da Votorantim Participações (Vice-presidente)

f) Finanças Sustentáveis - Wagner Siqueira do Banco do Brasil (Presidente), Jean Philippe Leroy do Bradesco (Vice-presidente);

g) Legislação Ambiental - Erico Sommer da Gerdau (Presidente);

h) Gestão Sustentável - Ana Lúcia Suzuki da Basf (Presidente), Luiz Fernando Nery da Petrobras (Vice-presidente).

A edição da revista conta com uma equipe exclusiva da CEBDS. A equipe é formada por Beatriz Bulhões, Fernanda Resende, Flávia Ribeiro, Leandro Batista, Maria Lúcia Assunção, Marina Grossi, Márvio Alencar, Patrícia Vianna, Phelipe Coutinho, Silvana Nocito, Sueli Mendes e Verônica Oliveira.

A direção é formada por Álvaro Almeida e Estevam Pereira. Conselho editorial: Ana Lúcia Suzuki (BASF), Carlos Eduardo Garrocho de Almeida (Holcim), Cristiane Oliveira (Souza Cruz), Eraldo Carneiro (Petrobras), Erico Sommer (Gerdau), Luís César Stano (Petrobras), Luiz Fernando Nery (Petrobras), Yazmin Trejos (Amanco), Wagner Siqueira (Banco do Brasil).

Na coordenação da edição da revista:

a) CEBDS - Beatriz Bulhões, Flávia Ribeiro, Marina Grossi

b) Edição - Ricardo Arnt (redator-chefe), Alessandra Pereira, Álvaro Penachioni, Daniela Vianna, Fernando Badô, Gustavo Magaldi e Rita Nardy (editores), Michele Silva, Paula Andreggheto e Paulo César Pereira (repórteres), Sílvia Wargaftig (assistente editorial)

c) Direção de arte - Mentis Design, Marcel Votre e Marcio Penna;

d) Fotografia – Ricardo Corrêa, Agência Fotosite - Marcelo Soubhia (editor) e Danilo Grimaldi.

- e) Administrativo - Cristina Almeida (gerente), Carlos Nascimento e Cicero Gomes;
- f) Publicidade - Sólida Conceitual - Marcia Alvaredo (diretora), Melissa Canero e Michel Santos (executivos de atendimento), Jefferson Eduardo (marketing), Denise Barreto (gerente financeira)
- g) Impressão – Ediouro.

Pois bem, podemos perceber no quadro técnico que a maioria dos profissionais faz parte do conjunto executivo de grandes empresas. Justamente organizações que tiveram grande participação em atividades poluidoras.

Nos sumários das edições da *Revista Brasil Sustentável* somente são apresentadas as matérias principais. As demais matérias aparecem com o decorrer da leitura. Abaixo, as imagens dos sumários das edições nº 25 e nº 26:

NESTA EDIÇÃO

BRASIL SUSTENTÁVEL 25
AGO/SET 2009

FOTO DE CAPA: RICARDO CORREA

IMAGEM ED KASHI FLAGRA A TERRA DE NINGUÉM NA NIGÉRIA	8	28	ESPECIAL SUSTENTÁVEL 2009 AGRONEGÓCIO, CONSTRUÇÃO CIVIL E ÁGUA INSPIRAM PROJETOS E INICIATIVAS
NOTAS DIREITOS TRABALHISTAS NAS USINAS DE CANA, FATOR MARINAE FUNDOS SUSTENTÁVEIS	12	34	ENTREVISTA MANISH TRIPATHI REVELA O SEGREDO DA EFICIÊNCIA DOS DABBAWALAS, OS MARMITEIROS DA ÍNDIA
MUDANÇAS CLIMÁTICAS PRESIDENTE DO WBCSD ESPERA POSIÇÃO DO BRASIL PARA A COP-15, EM COPENHAGUE	16	38	ENTREVISTA MARK LEE, DIRETOR DA SUSTAINABILITY, INDICA AS BOAS ONDAS PARA AS EMPRESAS
FINANÇAS SUSTENTÁVEIS BANCOS ADEREM AO PROTOCOLO VERDE E BANCO CENTRAL ADOTA SUSTENTABILIDADE	18	42	ODM CAPÍTULO FINAL DA SÉRIE MOSTRA QUE A COOPERAÇÃO INTERNACIONAL RECUOU EM 2009
VIDA NOVA MAMÃES ECOLÓGICAS E BEBÊS "VERDES"	20	46	LIDERANÇA VIRGÍLIO VIANA, CRIADOR DO BOLSA-FLORESTA E DO PRIMEIRO PROJETO REDD DO BRASIL
PANORAMA GENTE LESA NA TV, EMPREENDEDORES SOCIAIS E SEGREDOS SOCIOAMBIENTAIS	22	48	FERRAMENTA SELO ÉTICO NORTE AMERICANO PODE SER ÚTIL PARA EMPRESAS DOS PAÍSES EMERGENTES
AGENDA PROGRAME-SE PARA OS EVENTOS DE SETEMBRO A DEZEMBRO	24	50	CONTROVÉRSIA HIDRELÉTRICAS: SÃO, OU NÃO, A MELHOR FONTE DE ENERGIA RENOVÁVEL PARA O PAÍS?
REPORTAGEM DE CAPA 3º. CONGRESSO INTERNACIONAL PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL PREGA INOVAÇÃO	26		

Figura 1 – Sumário da edição nº 25 da *Revista Brasil Sustentável*
Fonte: *Revista Brasil Sustentável* (edição 25, 2009, p. 7)

NESTA EDIÇÃO

BRASIL SUSTENTÁVEL 26
NOV/DEZ 2009

FOTO DE CAPA: BRUNO DOMINGOS/REUTERS

IMAGEM PARQUE EÓLICO DINAMARQUÊS IMPRESSIONARIA ATÉ D. QUIXOTE	8	34	ENTREVISTA JOHN THACKARA, DESIGNER SOCIAL INGLÊS, PREGA UM MUNDO MENOS VELOZ
NOTAS AS CONTAS DAS OLIMPÍADAS NO RIO, CELULAR SOLAR E PIB DA CANA	10	38	SOLUÇÕES POPULARES NEGÓCIOS INCLUSIVOS DIMINUEM A POBREZA E DINAMIZAM A ECONOMIA
ECO SÃO PAULO METRÓPOLE APROVA LEI DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS	14	42	LIDERANÇA ETEL CARMONA, PIONEIRA NA VALORIZAÇÃO DA MADEIRA AMAZÔNICA
VIDA NOVA CONHEÇA O SLOW TRAVEL, O TURISMO INTELIGENTE	16	46	FERRAMENTA O SELO LEED DA CONSTRUÇÃO CIVIL ALCANÇA 100 MIL EMPREENDIMENTOS
PANORAMA ECONOMIA VERDE, INSENSATEZ COLETIVA E ECOFASHION	18	48	PACTO GLOBAL DEZ ANOS DA MAIOR AÇÃO GLOBAL DE RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL
AGENDA PREPARE-SE PARA OS EVENTOS DE NOVEMBRO E DEZEMBRO	20	50	CONTROVÉRSIA DEPARTAMENTOS DE SUSTENTABILIDADE SÃO OU NÃO NECESSÁRIOS ÀS EMPRESAS?
REPORTAGEM DE CAPA O PAPEL DO BRASIL E AS EXPECTATIVAS COM A COP-15, EM COPENHAGUE	24		

Figura 2 - Sumário da edição nº 26 da *Revista Brasil Sustentável*
Fonte: *Revista Brasil Sustentável* (edição 26, 2009, p.6)

Nossa análise parte da descrição das seções, destacando algumas reportagens que consideramos mais representativas para interpretar o *pensamento sustentável*. Abaixo, apresentamos as seções da *Revista Brasil Sustentável*:

- **Foto de Capa** – o nome do fotógrafo responsável pela foto da capa. Nas edições 25 e 26, a revista traz as fotografias de Ricardo Corrêa;

- **Imagem** – a revista dá destaque ao trabalho de profissionais que registraram numa fotografia a atual situação da natureza. Iremos dar destaque a fotografia de Bob Strong/Reuters, apresentada na edição nº 26, uma imagem do Parque eólico dinamarquês;

- **Reportagem de Capa** – as principais reportagens da edição;

Na capa, destaque para as reportagens da seção especial sustentável 2009 – matérias de Darlene Menconi:

- 1) “3º Congresso internacional para o desenvolvimento sustentável prega inovação – Em Busca da Inovação”;
- 2) “Agronegócio Amigável”;
- 3) “Laboratório de Soluções”;
- 4) “Ativo do Futuro”.

Na edição nº 26 é apresentada a *Reportagens de capa*, “Sinais de Fumaça - o papel do Brasil e as Expectativas com a COP-15”, matéria de Cezar Martins e Ricardo Arnt.

- **Notas** – são anotações, comentários, resumos de reportagem sobre algum tipo de assunto, em áreas como direitos, política, administração, consumo, empreendimentos, clima, esportes, etc.

A seção *Notas* da edição nº 25 foi organizada por Fernando Badô e reportagens de Magaldi e Paula Andregheto. São apresentadas as seguintes matérias:

1. “Direitos trabalhistas nas usinas de cana”, por Fernando Badô;
2. “Paciência”, por Gustavo Magaldi ;
3. “Quanto quer consumir?”, por Paula Andregheto;
4. “Reciclagem Radical”, por Paula Andregheto.

Na edição nº 26, edição de Gustavo Magaldi, são apresentadas as seguintes reportagens:

1. “Olimpíadas: contas na porta do lápis”, por Gustavo Magaldi e Conrado Loiola;
2. “Consumidor interativo”, por Conrado Loiola;
3. “Magnatas Verdes”, por Gustavo Magaldi;
4. “Lavadora com copo d’água”, por Paulo César Pereira.

- **Entrevista** – estilo ping-pong (pergunta e resposta). A entrevista é geralmente com algum *expert* que trata algum tema específico que envolva “sustentabilidade”.

Na edição nº 25, destacamos as seguintes entrevistas:

1. “Como pegar a onda certa”, entrevista realizada por Regina Scharf com Mark Lee, diretor da organização *Sustainability*;
2. “Copa Verde”, entrevista com o arquiteto Vicente de Castro Melo, por Paula Andreggheto;

Na edição nº 25, destacamos as seguintes matérias:

- 1) “Coçar a orelha com a mão certa”, reportagem de Regina Scharf com John Thackara;
- 2) “Verde, de imaturo”, entrevista no estilo pingue-pongue com Rogério Ruschel, matéria de Paula Andreggheto.

- **Liderança** – a trajetória de algum profissional que teve destaque em empreendimentos voltados para preservação e conservação da natureza. A revista considera esses personagens como exemplos inspiradores para mudar o mundo;

- **Vida Nova** – reportagens que tratam de iniciativas de pessoas que visam mudanças na vida cotidiana, rumo para uma “sociedade sustentável”;

Na edição nº 25, a seção *Vida Nova* é organizada por Álvaro Penachioni. Destaque para a reportagem “Mamães ecológicas e bebês ‘verdes’ – Nascida em Berço Verde”, de Paula Andreggheto;

Na edição nº 26 é apresentada a reportagem “Conheça o *slow travel*, o turismo inteligente - Devagar e Sempre”, texto de Silvia Wargaftig;

- **Panorama** – assuntos gerais que ocorrem nos diferentes veículos de comunicação. A seção também apresenta referências de fontes bibliográficas e resenhas de livros.

Na edição nº 25, elaborada por Daniela Vianna, são apresentadas quatro referências bibliográficas. Na edição nº 26, por Ricardo Arnt, também são apresentadas quatro publicações.

Na edição nº 26, é analisada a reportagem “Moda para ecodescolados”, sem especificação autoral.

- **Agenda** – programação de eventos;
- **Pacto Global** – aborda tema do meio ambiente nas as relações internacionais (é uma seção avulsa, só apareceu na edição 26ª). Destacamos nesta seção a reportagem “Certificadoras Pioneiras – Dez anos da maior ação global de responsabilidade empresarial”, reportagem de Darlene Menconi;
- **Controvérsia** – item que apresenta uma questão chave e opiniões divergentes sobre temas polêmicos;
- **Mudanças Climáticas** – reportagens que trazem diagnósticos das alterações que clima tem sofrido, e os impactos que isso tem resultado na sociedade (é uma seção avulsa, só apareceu na edição 25). Destacamos a reportagem “Reta Final - Presidente do WBCSD espera posição do Brasil para a COP-15”, texto de Cezar Martins;
- **Finanças Sustentáveis** – reportagens que tratam de mudanças e o surgimento de novos instrumentos financeiros para incentivar as práticas sustentáveis (é uma seção avulsa, só apareceu na edição 25). Destacamos a reportagem “Bancos aderem ao protocolo verde e banco central adota sustentabilidade – Bancos estão mudando”, texto de Álvaro Penachioni;

- **Ferramenta** – reportagens sobre as principais tecnologias na área gerencial, como indicadores, selos, normas, guias, certificados e métodos de fomento à inovação nas corporações. Destacamos a reportagem da edição nº 26: “O Selo LEED da Construção Civil Alcança 100 mil Empreendimentos”, texto de Conrado Loiola;
- **Soluções Populares** – seção que soluções tradicionais (é uma seção avulsa, só apareceu na edição 26). Destacamos a reportagem “Negócios inclusivos diminuem a pobreza e dinamizam a economia”, texto de Darlene Menconi;
- **Especial Sustentável** – reportagens de destaque (é uma seção avulsa, só apareceu em uma das edições);
- **ODM** – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (é uma seção avulsa, só apareceu na edição 25). Destacamos a reportagem: “Um novo Mundo é Possível”, texto de Darlene Menconi;
- **Eco São Paulo** – reportagens que falam sobre as possibilidades de mudanças para a cidade de São Paulo tornar-se mais “sustentável” (é uma seção avulsa, só apareceu na edição 26). Destaque para a reportagem “Metrópole aprova a lei de Mudanças Climáticas”, matéria de Silvia Wargaftig;
- **Encarte especial** – é um item avulso, só apareceu na 26ª edição. Destacamos as seguintes reportagens desta seção:
 1. “Nova Educação Corporativa”, de Michele Silva;
 2. “No caminho da sustentabilidade”, reportagem de Paula Andreggheto;
 3. “Reeducando os sentidos”, entrevista de Michele Silva com Rubem Alves;

A maneira como são nomeadas e o tipo de conteúdo que as diferentes seções abordam já nos trazem algumas pistas do tipo de linguagem e pensamento que tenta aproximar economia e ambientalismo.

4.2 Revista Ideia Socioambiental

A *Revista Ideia Socioambiental* foi criada em 2005 pela empresa Oficio Plus Comunicação e Editora Ltda. A revista tem sede na cidade de São Paulo e é distribuída para todo o Brasil. O principal objetivo da revista é prestar consultoria em comunicação organizacional e marketing institucional (fonte: <<http://www.ideiasustentavel.com.br>>).

A revista é especializada nos temas ecologia empresarial e meio ambiente. Ela visa e apóia as empresas na comunicação sobre “sustentabilidade”. No seu conteúdo, dissemina e incentiva a criação de ferramentas para área executiva, negócios voltados para a “sustentabilidade”.

A *Revista Ideia Socioambiental* se caracteriza pelo estilo corporativista, voltada principalmente para organizações, como empresas, ONGs e governos (federal, estadual e municipal). É um tipo de publicação que não se encontra disponível nas bancas. Os principais assinantes são: O boticário; Instituto Arcor Brasil; Associação Comercial de São Paulo; Serasa Experian; Senac São Paulo; Fiat; Setor 2 ½; Caixa; Correios. Seu acesso ocorre principalmente pelo website, disponível pelo endereço eletrônico <<http://www.ideiasustentavel.com.br>>. Nele podemos encontrar a seção de assinaturas individuais, que dá acesso também a outras edições passadas.

De acordo com as informações da organização, a revista possui publicação trimestral da versão impressa, já estando na 19ª edição em março de 2010. No seu *website*, já distribui boletim eletrônico para de 10 mil pessoas em todo o Brasil. Os conteúdos da revista são reproduzidos em noventa (90) veículos de informação em todo o país. A organização também realiza pesquisas que contribuem para a elaboração de relatórios de gestão empresarial com foco na “sustentabilidade”. Além de desenvolver estratégias de gestão de conhecimento na forma de prêmios internos, concursos, encontros e programas de desenvolvimento para sensibilizar, mobilizar e educar as pessoas com a cultura de “sustentabilidade”.

A equipe editorial é composta por Ricardo Votolini (Publisher), Juliana Lopes (Editora-assistente), Ana Elisabete Neumann (Coordenadora administrativa), André Almeida da *Revista Brasil Sustentável* (Relações institucionais e recursos), César

Mangiacavalli (Direção de Arte e Diagramação), Érico Hiller (Editor de Fotografia), Cristina Tavelin (Redação) e Ana Carolina Addario (Assistente de Redação).

Conselho Editorial é formado por Fernando Almeida (CEBDS), Fernando Rossetti (GIFE), Paulo Nassar (ABERJE) e Ricardo Young (Instituto Ethos).

Os colaboradores desta edição são Fernando Almeida, Ernst Ligteringen, Sérgio Rizzo (colunistas).

Editoração eletrônica é realizada pela empresa Studio52 e a impressão e acabamento realizada pela empresa Vox. Há, também, os apoiadores como Fundação Bradesco, CNI Sesi; Gife; Aberje; Sistema Fiemg; Sistema Fieb; Cieb; Sesi; Senai, IEL, ABA.

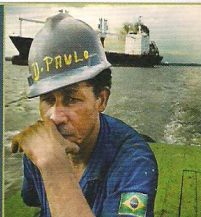
As edições impressas consideradas na análise foram: edição nº 17 (Setembro, Outubro e Novembro de 2009) e edição nº 18 (Dezembro de 2009). A edição 17 contou com a colaboração de Luiz Bouabci, Fabián Echegaray (artigo) e na edição 18 contou com a colaboração de Fabián Echegaray (Dossiê); Maurício Tolmasquim e Amílcar Guerreiro (artigo). Sobre a participação dos colaboradores, colunistas e entrevistado nas edições, a revista não se responsabiliza pelas opiniões emitidas por eles.

Podemos perceber no quadro técnico, que a maioria dos profissionais desta revista fazem parte do conjunto executivo de grandes empresas e também de organizações representantes do universo empresarial.

Nos sumários das edições da *Revista Ideia Socioambiental*, somente, são apresentadas as matérias principais. As demais matérias aparecem com o decorrer da leitura. Abaixo, as imagens dos sumários das edições nº 17 e nº 18:

Especiais

22



Panorama do setor energético: Perspectivas diante do desafio de gerar cada vez mais energia, emitindo menos carbono.

40



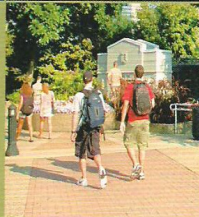
Eficiência energética: As oportunidades e melhores práticas dos diferentes setores da economia na gestão dos recursos energéticos

56

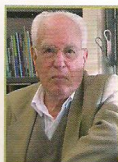


Empregos verdes: O potencial do mercado de energias renováveis e dos programas de eficiência energética para gerar postos de trabalho novos e mais decentes

92



Educação para a sustentabilidade: Como as melhores universidades do mundo estão integrando questões socioambientais aos seus currículos para gerar conhecimento e formar líderes em sustentabilidade



47 Entrevista

José Goldemberg, do Instituto de Eletrotécnica e Energia (IEE-USP), analisa os desafios e oportunidades relacionados à questão energética no Brasil e no mundo.



67 Tendência

Mundo dos negócios se prepara para a realidade cada vez mais próxima da precificação do carbono em escala global



75 Dossiê

Levantamento da Market Analysis avalia a evolução na maneira de refletir, pensar e agir dos brasileiros sobre as questões da sustentabilidade



102 Boa Ideia

Mecanismos fiscais e tributários transcendem o mero intuito arrecadatório e passam a ser discutidos com o caráter de incentivo a uma economia de baixo carbono



108 Réplicas

Ed Miliband, ministro de energia e mudanças climáticas do Reino Unido, apresenta as estratégias do país em busca de uma nova trajetória de desenvolvimento de baixo carbono

Livre Pensar

46

Ricardo Voltolini analisa a evolução do consumo responsável com base nos resultados da série histórica de pesquisas do Monitor de Responsabilidade Social

Colunas

106

Ernst Ligteringen, executivo-chefe da Global Reporting Initiative (GRI), reforça o papel dos governos para o avanço da prática de *reporting* pelas empresas

114

Fernando Almeida destaca a importância das negociações para um novo acordo climático em Copenhague, uma vez que a referência das próximas gerações dependerá do legado deixado pelos atuais tomadores de decisão

113

Sérgio Rizzo comenta sobre o documentário *Juízo*, de Maria Augusta Ramos, que propõe uma reflexão sobre a justiça no Brasil, ao registrar audiências de jovens infratores no Rio de Janeiro

Sumário

Especiais	
16	 <p>Quem produz verde: levantamento revela as empresas que estão investindo no desenvolvimento de produtos sustentáveis no Brasil</p>
28	 <p>Quem consome verde: o perfil dos consumidores que valorizam questões sociambientais e o papel das empresas para estimular o consumo responsável</p>
60	 <p>A nova geografia do clima: como a adaptação às mudanças climáticas influenciará a evolução ou simples sobrevivência da espécie humana</p>
34	 <p>Ecologia industrial Com base nas ideias de Daniel Goleman, no livro <i>Inteligência Ecológica</i>, Ricardo Voltolini sentença: "O consumo responsável está na Idade da Pedra"</p>
36	 <p>Tendência Luiz Bouabci mostra como as empresas estão adaptando suas estratégias e estruturas para potencializar oportunidades na área de inovação sustentável</p>
40	 <p>Entrevista Para Paul Simpson, executivo-chefe do Carbon Disclosure Project, o aquecimento global está intimamente ligado a gestão de riscos das empresas</p>
47	 <p>Dossiê Estudo revela avanços, desafios e tendências relacionados à produção de relatórios de sustentabilidade</p>
68	 <p>Livre Pensar Lester Brown fala da necessidade de mudança estrutural dos impostos – diminuindo os que incidem sobre a renda e aumentando os das atividades destrutivas da natureza</p>
70	 <p>Vida Solidária A trajetória de Solitaire Townsend, co-fundadora da Futerra, que propõe uma revolução na forma de comunicar a sustentabilidade</p>
75	 <p>Réplicas C. K. Prahalad analisa progressos e oportunidades de inovação na base da pirâmide</p>
Artigo	
33	Fabián Echegaray analisa a emergência do cidadão-consumidor
Colunas	
46	Ernst Young , executivo-chefe da Global Reporting Initiative (GRI), convida leitores dos relatórios de sustentabilidade a demonstrarem sua opinião e expectativas sobre essas publicações
80	Sérgio Rizzo analisa a abordagem de catástrofes climáticas pelo cinema, que apesar de recorrente não tem sido eficiente para alertar quanto a ameaça do aquecimento do planeta
81	Fernando Almeida aborda o desafio de inclusão das camadas mais pobres na economia, sem reproduzir padrões de consumo predatórios

Sumário

Figura 4 - Sumário da edição nº 18 da *Revista Ideia Socioambiental*
Fonte: *Revista Ideia Socioambiental* (edição 18, 2009, p. 3)

A Revista Idea Socioambiental é dividida nas seguintes seções:

- **Carta ao leitor** – uma introdução breve das principais reportagens e entrevistas que serão apresentadas na revista;

- **Especiais** – são reportagens de temas de destaque.

Na edição nº 17, escolhemos as seguintes reportagens:

1. “Energia para mover o mundo sem destruir o planeta”, por Juliana Lopes;
2. “Da máquina a vapor às pás eólicas”, por Cristina Tavelin;
3. “O desafio de educar líderes para uma economia verde”, por Juliana Lopes.

Na edição nº 18, escolhemos as seguintes matérias:

1. “Quem produz ‘verde’ no Brasil?”, por Cristina Tavelin;
2. “Consumidor com valores”, por Cristina Tavelin;
3. “A nova geografia do clima”, por Juliana Lopes.

- **Pérolas Finais** – é uma seção que apresenta informações em textos curtos, Boxes;

Na edição nº 17, temos os seguintes títulos selecionados:

1. “O Caminho até 2050”;
2. “(R)evolução energética”;
3. “Bons ventos no Brasil”;
4. “Chineses investem em energia eólica”;
5. “Empregos verdes: saída para a recessão”;
6. “Risco em biodiversidade preocupa investidores”;
7. “Desafios para o mercado de energia”;
8. “Mudança climática já é irreversível”;
9. “Ética em primeiro lugar”;
10. “Aumento anual de CO₂ cai pela metade”.

Na edição nº 18, temos os seguintes títulos selecionados:

1. “Transparência total”;
2. “Os brasileiros e o clima”;
3. “Novidade para a produção de energia eólica”;

4. “Embalagem biodegradável”;
5. “Soluções em eficiência energética”;
6. “Posição brasileira em Copenhague”;
7. “Consumidor recompensa marcas sustentáveis”;
8. “Brown lança Plano B 4.0 no Brasil”.

- **Pontos de Vista** – normalmente é uma matéria de autoria assinada que expõe a crença ou opinião de algum profissional sobre determinado tema da “sustentabilidade”.

Na edição nº 17, selecionamos a reportagem “Empreendedores sociais inspiram modelos de negócios do futuro” é o de Alfred Vernis (líder de treinamento do Instituto de Inovação Social da ESADE *Business School* – *Universidad Roman Llull*);

Na edição nº 18, selecionamos o artigo: “O novo mundo dos cidadãos-consumidores”, texto de Fabián Echegay (Cientista político e diretor da Market Analysis).

- **Tendência** – reportagens que mostram as principais mudanças que as empresas vêm aderindo em relação a “sustentabilidade”.

Na edição nº 17, selecionamos a reportagem: “Quanto vale ou é por quilo?”; por Juliana Lopez;

Na edição nº 18, escolhemos as seguintes reportagens:

1. “Tempos de transparência radical, quem se habilita”, por Ricardo Voltolini;
2. “Novos modelos de negócios sustentáveis”, por Luiz Bouabci.

- **Entrevista** – sempre uma entrevista no estilo pingue-pongue (pergunta e resposta) com algum *expert* da área.

Na edição nº 17, escolhemos as seguintes entrevistas:

- 1) “Empregos Verdes e decentes”, entrevista com Paulo Muçouçah;
- 2) “Porta-voz das energias renováveis”, entrevista com José Goldemberg, realizada por Juliana Lopes e Ricardo Voltolini;
- 3) “Abandonando velhos moldes”, entrevista com Simon Zadek.

- **Dossiê** – reportagens que abordam estudos avançados sobre as novas tendências.

Na edição nº 17, destacamos a reportagem: “Consumo responsável: tendências, riscos e oportunidades” de Fabián Echegaray;

Na edição nº 18, escolhemos a matéria: “Tendências em Relatórios de Sustentabilidade”, por Ricardo Voltolini.

- **Livre pensar** – artigo com a opinião de algum ideólogo sobre um tema que envolve uma “economia sustentável”;

Na edição nº 17, selecionamos o artigo: “O impacto da Sustentabilidade na percepção das marcas”, de Ricardo Voltolini;

Na edição nº 18, destacamos o artigo “Mudando impostos e subsídios para uma economia de baixo carbono”, de Ricardo Voltolini.

- **Vida Solidária** – reportagem que aborda a trajetória de sucesso de algum profissional que trabalha para uma “economia sustentável” (é uma seção avulsa, só apareceu na edição nº 18).

Selecionamos a reportagem: “O que Shakespeare tem a ver com a sustentabilidade?”, por Juliana Lopes.

- **Boa Ideia** – esta seção muda com o assunto em cada edição, são reportagens que tratam da legislação tributária e suas mudanças;

Na edição nº 17, selecionamos a reportagem “Tributação Verde”, por Juliana Lopes com a colaboração de Ana Carolina Addário;

Na edição nº 18, destacamos a reportagem: “Mercado da Garantia”, por Ana Carolina Addário.

- **Ecologia industrial** – trata de temas em torno de novos processos industriais;

- **Réplicas** – reportagens voltadas à defesa de um tema;

Na edição nº 18, destacamos a reportagem: “Inovação na Base da Pirâmide”, texto de Juliana Lopes e tradução de Ana Carolina Addário;

- **Artigo** – uma matéria escrita sobre algum tema específico, estudo ou pesquisa, no qual geralmente o autor expressa sua opinião sobre o assunto;
- **Colunas** – são textos com autoria assinada. A revista apresenta sempre três colunistas:
 - 1ª) “Transparência” - coluna de Ernst Legterigen (Presidente da *Global Reporting Initiative*), na edição nº 17, com o título “Além do Voluntarismo” e na edição nº 18, com o título: “O que querem os leitores dos relatórios?”;
 - 2ª) “Cinema Social” – coluna de Sérgio Rizzo (jornalista, crítico da Folha de S. Paulo e professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie). Destaque na matéria da edição nº 18, com o título “De catástrofe em catástrofe”;
 - 3ª) “Negócio da Natureza, Natureza do Negócio” – coluna de Fernando Almeida (presidente executivo do CEBDS). Na edição nº 17, com o título “Mudança do clima: mitigação & adaptação”. Na edição nº 18, com o título “Economia verde e democracia”.

Da mesma forma que a revista anterior, as seções da *Revista Ideia Socioambiental* também tenta relacionar economia e ambientalismo.

4.3 Revista Primeiro Plano

A *Revista Primeiro Plano* é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), criada em 8 de março de 2005, localizada na cidade de Florianópolis, Santa Catarina. Segundo a própria revista, seu objetivo é ser uma organização de comunicação nos temas de “sustentabilidade” e consultoria na área socioambiental. É uma revista especializada em desenvolver estudos na área da responsabilidade social empresarial (fonte: <<http://www.primeiroplano.org.br>>).

A *Revista Primeiro Plano* já alcançou 17ª edição desde o ano de seu surgimento. As publicações são trimestrais e, atualmente, aproximadamente existem

quatrocentos (400) assinantes (particulares e institucionais). Isto é, a revista não se volta só ao estilo corporativista, seu público é formado tanto por pessoas quanto por organizações, porém, não é possível encontrá-la nas bancas. A assinatura é realizada pelo seu *website*, disponível pelo endereço eletrônico <<http://www.primeiroplano.org.br>>. No seu site é mantido um boletim eletrônico, que diariamente envia mensagens para cerca de 7.000 endereços, para pessoas que se cadastraram voluntariamente. O número de acessos mensais fica entre 3.000 a 4.000 visitas aproximadamente, segundo dados da própria organização.

Nos seus cinco anos, a *Revista Primeiro Plano* já possui parcerias com empresas e organizações como: Petrobras, Basf, Eletrosul, Besc, Fundação Banco do Brasil, Tractbel, Akatu, Caixa Econômica Federal, OIT, WWF/Brasil, Greenpeace, Câmara de Comércio Brasil Alemanha/AHK, PNUD.

A equipe editorial é composta por: Odilson Luis Faccio (Diretor), Maria José H. Coelho (Direção de Redação), Alessandra Mathyas (Editora Chefe), Maria José H. Coelho e Cristiane Cardoso (Edição de Arte), Sérgio Vignes; Cláudio Silva da Silva (Fotografia). Secretaria e Distribuição, Lílian Franz.

Colaboradores: Clemente Ganz Lúcia, Michelle Lopes, Vinicius Carvalho, Paula Scheidt, Ronaldo Baltar, Vanessa Campos, Beat Grüninger, Leandro Belinaso Guimarães.

Parceiros Institucionais: Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DIEESE), Fundação Vale do Rio Doce, Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imaflora), Instituto Observatório Social, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Rede Tecnologia Social (RTS) e BSD Consulting.

Podemos perceber que a *Revista Primeiro Plano*, ao contrário das outras revistas citadas acima, é formada principalmente por um quadro de profissionais da comunicação. Os colaboradores da revista vêm desde organizações do governo, empresas até ONGs.

A revista também destaca que não se responsabiliza por opiniões emitidas pelos colaboradores, colunistas e entrevistados nas edições.

Primeiro Plano é uma revista que não possui uma padronização na distribuição das seções. Apenas a seção *soluções* se repetiu de uma edição para outra.

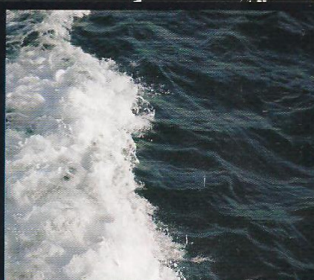
O número de páginas da *Revista Primeiro Plano* é padrão, pelo menos na comparação entre as duas edições. Nas duas o número de páginas atingiu 62. Já o formato da revista é de 26,5 cm altura x 20 cm de largura. As edições são impressas e foram adquiridas através de assinatura.

Nos sumários das edições da *Revista Primeiro Plano*, somente, são apresentadas as matérias principais. As demais matérias aparecem com o decorrer da leitura. Abaixo, as imagens dos sumários das edições nº 14 e nº 15:



06

**CONSTRUÇÕES
SUSTENTÁVEIS**
Consciência ambiental pode
alavancar negócios



36

ENERGIA DOS OCEANOS
Há um imenso potencial com fins
energéticos no mar



56

ENTREVISTA
JACQUES PENA
Fundação Banco do Brasil

- 21 | ARTIGO
Clemente Ganz Lúcio |
DIEESE
- 22 | A EVOLUÇÃO DOS
RELATÓRIOS DE
SUSTENTABILIDADE
- 26 | ARTIGO
Marcelo Bertini Aversa |
BSD CONSULTING
- 28 | O CORAÇÃO DOS NEGÓCIOS
- 32 | ARTIGO
Paula Scheidt |
CARBONO BRASIL

- 34 | PLANETA
MODA
- 41 | HIPER
SUSTENTÁVEIS
- 46 | TECNOLOGIAS
SOCIAIS

- 50 | ENSAIO:
FERIDA SOCIAL
- 54 | AGENDA GLOBAL
- 60 | MEU MUNDO:
LECI BRANDÃO
- 62 | SOLUÇÕES

Figura 5 - Sumário da edição nº 14 da *Revista Primeiro Plano*
Fonte: *Revista Primeiro Plano* (edição 14, 2009, p. 5)



REVISTA QUINZE

		
<p>06</p> <p>O PLANETA NAS MÃOS DAS CRIANÇAS Como inserir consciência ambiental no universo infantil</p>	<p>34</p> <p>MUDANÇAS CLIMÁTICAS O complicado horizonte da vida no planeta até 2050</p>	<p>56</p> <p>ENTREVISTA DR. CLÁUDIO LOTTEMBERG Hospital Israelita Albert Einstein</p>
<p>18 ARTIGO Leandro Belinaso Guimarães UFSC</p> <p>20 PLANETA BRINQUEDO</p> <p>22 O IMPACTO DA SA8000 NO BRASIL</p> <p>25 ARTIGO Beat Grüninger BSD CONSULTING</p>	<p>26 ENERGIAS RENOVÁVEIS DESAFIOS E PERSPECTIVAS</p> <p>38 ARTIGO Paula Scheidt CARBONO BRASIL</p> <p>40 AGRICULTORES EXPERIMENTADORES</p> <p>44 ARTIGO Clemente Ganz Lúcio DIEESE</p>	<p>46 EM DESTAQUE</p> <p>52 ENSAIO: INFÂNCIA QUILOMBOLA</p> <p>60 MEU MUNDO: MAURICIO DE SOUSA</p> <p>62 SOLUÇÕES</p>

Figura 6 - Sumário da edição nº 15 da *Revista Primeiro Plano*
Fonte: *Revista Primeiro Plano* (edição 15, 2009, p. 5)

Na edição nº 14, escolhemos a entrevista com Ignacy Sachs, realizada pelo jornalista Vinícius Carvalho, do Portal RTS (Rede de Tecnologia Social);

Reportagens escolhidas da edição nº 14:

- 1) “Construções Sustentáveis – consciência ambiental pode alavancar negócios”;
- 2) “A evolução dos relatórios de sustentabilidade”;
- 3) “O coração dos negócios”;
- 4) “Mais empregos à vista”;
- 5) “Planeta moda”;

Reportagens escolhidas na edição nº 15:

- 1) “O planeta nas mãos das crianças – como inserir consciência ambiental no universo infantil”;
- 2) “O impacto da SA8000”;
- 3) “Mudanças climáticas – o complicado horizonte da vida no planeta até 2050”;
- 4) “Energias renováveis – desafios e perspectivas”;
- 5) “Agricultores experimentadores”.

Matérias da Seção Soluções, edição nº 14:

- 1) “E-Bikes”;
- 2) “Descarga Ecológica”;

Matérias da Seção Soluções, edição nº 15:

1. “Hidrômetro individual”;
2. “Embalagem biodegradável”.

Artigos selecionados da edição nº 14:

- 1) “Os desafios do setor da construção civil”, texto de Clemente Ganz Lúcio (DIEESE);
- 2) “Materialidade dos relatórios – engajamento ou gestão da sustentabilidade”, texto de Marcelo Bertini Aversa (BSD *consulting*);
- 3) “O novo acordo climático e os serviços ambientais”, texto de Paula Scheidt (Carbono Brasil).

Artigos selecionados da edição nº 15:

1. “Como a educação ambiental poderia não deixar fugir a vida que nos beija?”, texto de Leandro Belinaso Guimarães (UFSC);
2. “O empurrão saudável da certificação”, texto de Beat Grüninger (BSD *consulting*);
3. “Política, dinheiro e até clima estarão em jogo em Copenhague”, texto de Paula Scheidt (Carbono Brasil);
4. “Diálogo social: uma aposta na democracia”, texto de Clemente Ganz Lúcio (DIEESE).

4.4 Capas

Neste item detalharemos as capas das revistas apresentadas. O objetivo é comparar as edições de cada revista, buscando compreender as ideias dos textos, fotografias e os símbolos que elas transmitem.

Para SCALZO (2003), não existe uma fórmula adequada para uma boa capa, mas pode se afirmar que uma reportagem do tipo “bombástica”, o “furo de reportagem”, aliada a uma fotografia que impressiona ajuda muito a revista a seduzir o leitor. Contudo, Scalzo chama a atenção para outros elementos, como o logotipo da revista, que é fundamental para uma revista ser conhecida.

ROLLO (2008) realizou pesquisa sobre as capas da revista *Época*. Seu objetivo foi analisar os principais critérios na escolha das notícias que deverão ser expostas na capa da revista. A revista *Época* é uma das mais recentes no mercado editorial brasileiro, criada em 1998, e possui algumas inovações em padrões de capa, mais próximas aos modelos internacionais, e que tem se tornado referência neste assunto para outras revistas. O estilo da revista se caracteriza pela valorização padronizada de imagem e gráficos das apresentações nas reportagens.

Para analisar a revista *Época*, Rollo buscou o conceito de noticiabilidade, aquelas informações selecionadas, dos muitos acontecimentos produzidos no cotidiano na sociedade, e que acabam virando notícia de destaque para os veículos de comunicação. Isto é, diante de uma variedade de fatos, alguns eventos são

selecionados pelas revistas para serem publicados. Além de serem geralmente os fatos mais relevantes, existem alguns critérios para sua escolha. Segundo Rollo, os critérios de seleção dos acontecimentos mudam com o tempo e são construídos socialmente e pela comunidade de jornalistas. Um dos principais critérios é a atualidade do acontecimento, um fator forte na escolha daqueles eventos que vão se transformar em notícia e que estarão nas capas das revistas. Existem também os critérios de relevância, notoriedade, conflito, curiosidade, proximidade, interesse humano, dramaticidade, emoção, suspense, tragédia, consequências, importância científica, dentre outros. Além disso, há fatores de interesse tecnológico, ideológico, histórico, cultural e ético-filosóficos que influenciam na escolha das notícias.

Iremos começar analisando as capas da *Revista Brasil Sustentável*:



Figura 7 – Capas das edições 25 e 26 da *Revista Brasil Sustentável*
 Fonte: *Revista Brasil Sustentável* (edições 25 e 26, 2009)

A imagem da esquerda corresponde à edição nº 25 e a imagem da direita à edição nº 26. Ao colocarmos as capas lado a lado, percebemos que existe uma padronização da diagramação. A logomarca da *Revista Brasil Sustentável* localiza-se no cabeçalho das capas. O formato é padrão, envolto por contorno retangular como uma caixa de texto, possui letras em caixa alta, em que a palavra SUSTENTÁVEL, cor branca, é a base para a palavra BRASIL, cor preta. As cores

das letras são padrão, mas o fundo da logomarca muda conforme a edição, verde no nº 25 e laranja no nº 26. No canto superior esquerdo das capas, ao lado de fora do contorno, é informado o número da edição, os meses do bimestre da tiragem e o preço (R\$ 10,00), com um destaque bem pequeno. No canto superior direito das capas, no lado de dentro do contorno, aparece o logotipo que representa o símbolo internacional da reciclagem. Abaixo do símbolo, uma caixa de texto para os correios, com as informações do código de identificação do impresso e a sigla CEDBS. Abaixo da logomarca, as capas trazem o texto: “uma publicação do conselho empresarial brasileiro para o desenvolvimento sustentável”. As edições sempre possuem fotografias de capa diferentes. A revista destaca a chamada do título da reportagem principal com letras grandes e no formato negrito. As chamadas vêm com poucas palavras, coloridas, em letras formatadas em caixa alta e acompanhadas de um subtítulo complementar (um pequeno resumo da matéria em letras formatadas em caixa baixa). O subtítulo também enfatiza a foto. Existe também a legenda, resumo dos principais assuntos do conteúdo da revista, na edição nº 25 está no localizada no rodapé da capa e na edição nº 26 esta dentro de uma caixa de texto. As letras nas duas edições são pequenas.

A capa da edição nº 25 leva a fotografia de Ricardo Corrêa, um registro do evento que reuniu principalmente empresários e lideranças para prévia de preparação ao encontro que se daria em Copenhagem. A fotografia de *plano geral* (SOUSA, 2004), situa o observador numa dimensão aberta, onde é possível ver a aglomeração de pessoas. A fotografia também pode ser classificada em *estilo general news* (SOUSA, 2004), ou seja, registra uma situação de euforia social: podemos observar uma platéia animada com um tipo de globo que aparenta ser o mapa geográfico do planeta.

Na fotografia, o seguinte título de chamada, “Inovar ou falir”, frase de oposição que emite a ideia de situação de mudança, e o subtítulo “3º Congresso internacional para o desenvolvimento sustentável prega inovação para mudar a sociedade”. A composição entre fotografia e textos nos dá a ideia “sagrada”, de um tipo de ritual religioso que discutir o caminho do bem e do mal. Inovar é o caminho divino, a passagem para o “paraíso”, em relação à palavra falir, ou seja, uma condição quase que certa para aquele que não se converterem às mudanças. Essas são as “boas novas para os fiéis” mudarem toda a sociedade.

Destacar o evento que reuniu principalmente empresários e lideranças é uma forma de dar à reportagem de capa a devida relevância, naquele momento, com a prévia para preparação ao encontro que se daria em Copenhagem. O critério de noticiabilidade cria uma conexão e uma proximidade subjetiva à reunião de COP-15.

Na 26ª edição da capa da *Revista Brasil Sustentável*, a fotografia de Bruno Domingos registra o episódio de queimada da floresta. O enquadramento da fotografia é geral, em ângulo normal, com a sensação de profundidade vasta, o que representa uma grande área da paisagem sendo devastada. Na fotografia podemos observar uma nuvem de fumaça que encobre toda a floresta. Que nos traz a sensação de mal-estar e desconforto, realmente é uma imagem chocante que denuncia as irresponsabilidades sobre a natureza (SOUSA, 2004). Na fotografia o seguinte título, “Sinais de Fumaça”, e o subtítulo “A responsabilidade brasileira na conferência do clima em Copenhagem”. A composição entre fotografia e textos nos dá a ideia “situação que pode pegar fogo”, ou seja, a participação do governo brasileiro na COP-15 pode resultar em desastre, principalmente das discussões sobre a redução das emissões de CO₂.

A reportagem de capa, como na edição anterior, novamente ressalta a importância da conferência de Copenhagem. Mas o critério de noticiabilidade escolhido visa a discutir a posição do governo brasileiro no encontro.

As próximas capas que serão analisadas fazem parte das edições 17 e 18 da *Revista Ideia Socioambiental*:



Figura 8 – Capas das edições 17 e 18 da *Revista Ideia Socioambiental*
Fonte: *Revista Ideia Socioambiental* (edições 17 e 18, 2009)

A imagem acima apresenta no canto esquerda a edição nº 17 e a imagem da direita edição nº 18 da *Revista Ideia Socioambiental*. Comparando uma edição com a outra, as capas são padronizadas. A logomarca da *Revista Ideia Socioambiental* localiza-se na parte superior das capas. O formato é padrão, em que a palavra “ideia” está no topo, na cor verde, formatado em letras grande e em caixa baixa. Embaixo da palavra “ideia” vem escrito SOCIOAMBIENTAL, na cor preta, formatado em letras pequenas e em caixa alta. Destaque para os pingos das letras “i”, da palavra “ideia”, em que há preenchimento do círculo. No canto superior esquerdo das capas são informados o número da edição, o trimestre com os meses e o preço (R\$ 16,00), com letras bem pequenas. Logo abaixo o logotipo referente aos cinco anos da revista, o logotipo da marca e o logotipo da editora (só aparece na edição nº 17). No canto superior direito das capas, aparece uma “orelha” informando o título da matéria da seção especial. As chamadas das reportagens principais aparecem ao lado esquerdo das fotomontagens. As chamadas vêm com poucas palavras, coloridas, em letras grandes e acompanhadas de um subtítulo complementar, com letras menores. O subtítulo também enfatiza a foto. As legendas, nas duas edições, estão localizadas no rodapé da capa, em letras pequenas. Pelo menos nas duas edições, as capas não levaram fotografias, mas sim fotomontagem.

A capa da edição nº 17 leva uma fotomontagem elaborada por Bunsen Bookwom. Uma ilustração gráfica que tem a estética semelhante à pintura. O foco da capa é o conjunto formado pela composição da substância verde derramada no objeto lâmpada, que representa energia. A ideia é que lâmpada, no futuro, estará totalmente encoberta pela substância verde, uma sintaxe. Imagem em posição equilibrada, sem assimetrias, e com efeito dinâmico. No fundo, um plano que se relaciona com o objeto, ou seja, o contraste da iluminação que projeta luz a partir do canto inferior esquerdo, diminuído a luminosidade em direção ao canto superior esquerdo da capa e formando uma sombra (SOUSA, 2004). A capa traz o seguinte título: “Mais energia menos carbono”, e o subtítulo “Assim caminha (ou deveria caminhar) a humanidade”. A composição entre fotografia e textos nos dá a ideia da ideologia/utopia. A noticiabilidade é o assunto sobre as tecnologias de energias renováveis. No canto superior direito da capa, aparece uma “orelha na cor vermelha” informando o título da matéria da seção especial, “O futuro das energias renováveis”.

A legenda do rodapé trás os seguintes títulos das reportagens: a) “Mercado: empregos verdes em alta”; b) “José Goldemberg: ‘Brasil pode ser autossuficiente em energia’”; c) “Liderança: onde estudar sustentabilidade fora do Brasil”.

Da mesma forma que a capa apresentada acima, a edição nº 18 da *Revista Ideia Socioambiental* traz uma fotomontagem, elaborada também por Bunsen Bookwom. A ilustração gráfica tem o foco no conjunto formado pela composição de objetos, latas estruturadas na forma de pirâmide. No topo está a lata verde e abaixo as latas de cor cinza. O sentido desta fotomontagem reforça a superioridade de quem adota a “sustentabilidade”. No fundo, a cor branca, realçando a imagem estática (SOUSA, 2004). Na fotomontagem a seguinte chamada, “Ser ou não ser verde?”, as palavras em azul, mas a palavra verde destacada em cor verde, e o subtítulo “Quem produz e quem consome produtos sustentáveis no Brasil”. A composição entre a questão da chamada e a resposta com a fotomontagem. No canto superior direito da capa aparece uma “orelha na cor azul” informando o título da matéria da seção Dossiê, “O futuro dos relatórios de sustentabilidade”. A legenda do rodapé traz os seguintes títulos das reportagens: a) “Paul Simpson: gestão das emissões de carbono”; b) “Mudanças climáticas: a urgência da adaptação”; c) “Tendência: novos modelos de negócios sustentáveis”.

As próximas capas que serão analisadas fazem parte das edições nº 14 e nº 15 da *Revista Primeiro Plano*:



Figura 9 – Capas das Edições 14 e 15 da *Revista Primeiro Plano*
Fonte: *Revista Primeiro Plano* (edições 14 e 15, 2009)

Da esquerda para a direita, primeiro a imagem da edição nº 14 e segundo a imagem da direta edição nº 15 da *Revista Primeiro Plano*. Na comparação, verificamos que existe a mesma padronização das revistas acima, ou seja, a logomarca localiza-se no topo da revista. O formato da logomarca é padrão, envolto por contorno retangular em tom transparente em relação à imagem de fundo, com letras formatadas em caixa alta. A palavra REVISTA, cor vermelha, está na parte superior, logo abaixo a palavra PRIMEIRO e, após, mais abaixo, a palavra PLANO, as duas em cor preta. Embaixo das palavras, em letras menores, está escrito “responsabilidade & sustentabilidade” No canto superior direito das capas, no lado de fora do contorno, aparece o código de barras, a informação sobre o número da edição, o mês e o preço (R\$ 10,00), tudo em letras pequenas. A revista não fixa a chamada do título da reportagem principal, pode ser em qualquer canto, pelo menos nas duas edições analisadas. As chamadas vêm com poucas palavras coloridas em letras pequenas e acompanhadas de um subtítulo complementar em caixa alta, que também enfatiza a foto. A legenda também não é fixada.

A capa da edição nº 14 da *Revista Primeiro Plano* traz desenho artístico, como se fosse feito por uma criança. A ilustração foi elaborada pelas editoras de arte, Maria José H. Coelho e Cristiane Cardoso. O desenho é uma paisagem que contém uma casa pouco diferente dos padrões atuais. A diferença está nos aparelhos utilizados. O primeiro é um equipamento que liga por tubulação a calha do telhado com o poço de água que está enterrado na frente da casa. O segundo se localiza no telhado, uma placa que capta energia solar, que funciona por célula fotovoltaica. Além disso, o desenho fornece subjetivamente a bicicleta no lugar do automóvel, já que ela está na frente da garagem.

Na edição nº 14 há no rodapé a entrevista de destaque. E há algumas diferenças visíveis no tipo de fotografia. A capa traz a seguinte chamada: “Habitação e meio ambiente?” e o subtítulo “A CASA DOS SONHOS”. A capa também traz títulos das reportagens “ENERGIAS RENOVÁVEIS”, subtítulo “O potencial dos oceanos”, e a “EVOLUÇÃO”, subtítulo “A importância dos relatórios de sustentabilidade”. No rodapé, destaque para a entrevista de Jacques pena e as ações da fundação Banco do Brasil.

A capa da edição nº 15, da *Revista Primeiro Plano*, é uma fotomontagem, elaborada pela edição de arte, Maria José H. Coelho e Cristiane Cardoso. A ilustração fotográfica pode ser classificada como *picture stories*, a imagem compõe

um desfecho como se fosse uma história (SOUSA, 2004). Na capa, as mãos de uma criança abrindo um embrulho cheio de símbolos das principais marcas de multinacionais, como se fosse um presente, dentro o globo terrestre. A principal mensagem desta fotografia é a metáfora do “o futuro do planeta está nas mãos da próxima geração, com menos atuação no mundo pelas empresas”. A melhor interpretação para a fotografia é a metáfora: “descascando o abacaxi”.

A cor rosa, que passa a ideia de fragilidade, realça a imagem dinâmica. Na fotografia a seguinte chamada, “Consumo X Infância” e o subtítulo “SUSTENTÁVEL NOVO MUNDO”. Ainda na capa a legenda com os seguintes títulos de reportagem: 1) “ENERGIAS RENOVÁVEIS”, subtítulo “Seminário discute alternativas para Santa Catarina e Brasil”; 2) “QUILOMBOLAS”, subtítulo “A infância retratada no mês da consciência negra”; 3) “MAURÍCIO DE SOUSA”, subtítulo “50 anos de turminha mais brasileira dos gibis”.

As análises das revistas nos indicam algumas pistas que ajudarão na interpretação dos conteúdos. Já os próximos itens que veremos abaixo se referem às temáticas que foram possíveis agrupar após analisar as diversas reportagens. São temas que frequentemente se repetiam nas diferentes matérias.

4.5 Mudança do Padrão Tecnológico

Na imagem abaixo podemos ver a figura de um desenho, como se tivesse sido elaborado por uma criança. O desenho é de uma paisagem simples, que contém no centro uma casa, nada muito diferente dos padrões tradicionais, porém se observarmos com atenção, veremos alguns elementos diferentes, que serão centrais neste capítulo. A imagem é a capa da *Revista Primeiro Plano*, edição 14, elaborada pela edição de arte, composta por Maria José H. Coelho e Cristiane Cardoso, trazendo elementos simbólicos que indicam mudanças tecnológicas.



Figura 10 – Capa da Edição 14 da *Revista Primeiro Plano*
 Fonte: *Revista Primeiro Plano*
 (edição 14, 2009)

A diferença está nos aparelhos utilizados na “casa dos sonhos”. O primeiro é o um equipamento que liga, por tubulação, a calha do telhado com o poço de água, que está enterrado na frente da residência. Na verdade se trata de uma cisterna, que serve para coletar e armazenar águas da chuva. O segundo equipamento se localiza no telhado, uma placa que capta energia solar, que funciona por célula fotovoltaica. O desenho ainda fornece subjetivamente a ideia de opção de transporte, a bicicleta no lugar do automóvel, já que ela está posicionada na frente da garagem.

O desenho lembra mais um tipo de esboço, um projeto futurista, mas não uma simples ficção científica, várias reportagens expõem as novidades tecnológicas já existentes. Por exemplo, a “Casa dos Sonhos” pode contar com a descarga ecológica. A empresa Amanco lançou a eco-caixa, que garante limpeza total dos sanitários, utiliza somente seis litros de água, economia de três litros comparado as caixas antigas. A geração de equipamentos para diminuição do desperdício de água vai além. A empresa Techen do Brasil lançou o hidrômetro individual (para residências), equipamento que possui um dispositivo de transmissão magnética, com leitura em ondas de rádio, capaz de gerar dados que informam a melhor forma de gerenciar o uso da água nos afazeres domésticos (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b).

Mas se o maior consumo de água é aquela utilizada para lavar as roupas, a dona de casa pode contar com a revolucionária máquina de lavar “*virtually waterless*”. Na matéria “Lavadora com copo d’água”, de Paulo César Pereira (BRASIL, ed. 26, 2009b), é o equipamento desenvolvido por engenheiros da

companhia Xeros e da Universidade de Leeds, na Inglaterra. A novidade promete lavar, com apenas um copo d'água, quatro quilos de roupas, economia que poupa 90% menos de água e 30% menos energia elétrica, se comparado aos outros modelos convencionais. Conforme a fabricante, a “*virtually waterless*” é um sistema de limpeza que funciona a partir de um processo de lavagem que usa milhares de microesferas de nylon, e, ao gerar cargas elétricas, atraem as partículas de sujeira. A empresa pretende lançar o equipamento em 2010 no Reino Unido.

Em relação ao transporte, se no caso o morador da “Casa dos Sonhos” achar que é muito esforço físico usar a bicicleta todos os dias, então ele pode pensar em adquirir a *E-Bike*. No texto “E-Bikes”²³ (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a) é apresentado um novo modelo de bicicleta elétrica com bateria recarregada a partir das pedaladas do ciclista. A *E-Bike* serve tanto para adultos como para crianças e a carga garante a autonomia de 50 km.

Os veículos movidos à bateria elétrica são a tendência mundial, pensando nisso a empresa Evonik (líder mundial no setor de químicos), em conjunto com a Daimler (empresa automotiva), está desenvolvendo baterias de lítio-íon para substituir motores à combustão de veículos e utilitários de passeio. As baterias de lítio-íon são aquelas utilizadas em pequenos aparelhos, como telefone celular e laptops. De acordo com a matéria “Soluções em eficiência energética” (IDEIA, ed. 18, 2009b), os testes das baterias elétricas desenvolvidas pela Evonik já estão sendo realizados, só não se sabe a capacidade delas. A nova geração tecnológica “sustentável” tem como um dos principais protagonistas o veículo. Os carros do futuro, além de serem movidos por energia limpa (sem emissões de poluentes), passarão a ser produzidos em colaboração com as exigências dos pedidos dos consumidores. Trata-se da ideia da criação colaborativa, tendência de produção pela via da Internet, isto é, o veículo é construído a partir das ideias dos consumidores. As informações são coletadas em um site, depois são selecionadas e utilizadas em novos projetos. O jornalista Conrado Loiola fala da proposta inovadora para o próximo carro-conceito da empresa FIAT, o primeiro veículo baseado nos gostos dos internautas. Uma das ideias de “sustentabilidade” aparece com as recomendações para o uso do aproveitamento do calor produzido pelo motor para gerar energia

²³ A revista não apresenta autoria.

limpa. Outras dicas falam sobre o tamanho do veículo, que deve ser pequeno porque assim ele é menos poluente²⁴ (BRASIL, ed. 26, 2009b).

Mas retomando a análise da capa que iniciou este texto, observamos que a maioria dos equipamentos e inovações apresentadas acima foi elaborada a partir do conceito de ecoeficiência. Este termo foi criado por Stephan Schmidheiny durante a ECO 92, e sua definição consta na publicação *Mudando o Rumo: uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente* (1992). Ecoeficiência visa a conciliar eficiência econômica e eficiência ecológica. Um processo que agrega valor e, ao mesmo tempo, vai diminuindo a utilização dos recursos, resíduos e poluentes.

A ecoeficiência representa um processo de mudança no qual a exploração de recursos, a direção de investimentos, a orientação de desenvolvimento tecnológico, e a mudança empresarial maximizam o valor agregado enquanto minimiza o consumo de recursos, o desperdício e a poluição. Inicialmente, a empresa elabora um Plano de Gestão Ambiental, que além de aumentar a eficiência relativa dos recursos, reduz custos de gerenciamento e controle de estoques ao organizar e impor uma conduta única nos processos operacionais, razão pela qual a gestão ambiental é mais freqüente nas grandes e complexas corporações do que nas menores (VINHA, 2000, p. 24).

Para poder entender este novo mundo de não-humanos que a tecnologia vem proporcionando, buscamos no *Novo Manual de Negócios Sustentáveis*, produzido por SMERALDI (2009), algumas ideias do *pensamento sustentável*. Para Smeraldi, as empresas, dentro desta nova lógica de substituição do padrão tecnológico, só serão “sustentáveis” se forem criadoras de conhecimento. Isto é um novo recurso para sobreviver no mercado. As empresas deverão ter sabedoria para compreender quando estes novos conhecimentos (traduzidos como tecnologias) também começam se tornar obsoletos. Isso pode acontecer em alguns anos ou em algumas semanas, conforme o autor do manual. Os argumentos apresentados por Smeraldi vão de encontro da proposta reflexiva (BECK, GIDDENS, LASH, 1997).

De acordo com SMERALDI (2009), dentro de uma proposta de modernidade ecológica, a tendência atual da tecnologia para “sustentabilidade” segue os padrões do *clean tech* (tecnologia limpa):

²⁴ O veículo foi apresentado no 26ª edição do Salão Internacional do Automóvel de São Paulo, em 2010. O nome do carro é Mio.

As tecnologias de *clean tech* podem ser identificadas como aquelas que, em relação as tecnologias convencionais:

- Usam energia, água e materiais de forma mais eficiente e produtiva;
- Geram menos poluição;
- Oferecem um desempenho igual ou superior às convencionais que dominam o mercado;
- Melhoram o retorno para o cliente, proporcionando uma redução de custos ou aumento de renda.

Um primeiro aspecto interessante da *clean tech* em sua natureza comparativa e, portanto, evolutiva. O que é *clean tech* hoje deixará de sê-lo amanhã, à medida que houve algo mais avançado. Não existe, portanto, um padrão mínimo ou desejável, e sim o imperativo de atingir o máximo possível no atual momento e ser competitivo em reação àquilo que domina o mercado. O padrão *clean tech* é o de estar sempre à frente, na fronteira da inovação e da eficiência. (...) Um aspecto importante é que o conceito de *clean tech* não se refere apenas a tecnologias dos diversos ramos da engenharia, com muitos acham, ao contrário, abrange tecnologias, sociais e de gestão (SMERALDI, 2009, p. 78).

Além do *clean tech*, os empresários podem se guiar pela busca de projetos inovadores que “imitam” a natureza como, por exemplo, a biomimética²⁵ e nanobiotecnologia²⁶ técnicas que aplicam métodos biológicos encontrados no meio ambiente para elaboração de diversos produtos, segundo Smeraldi.

Podemos identificar as orientações da *clean tech* nos produtos como embalagens biodegradáveis. Por exemplo, na matéria “Embalagem biodegradável”, seção *Soluções* (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b), a marca Nutrella (pertencente ao grupo mexicano Bimbo) lançou o pão 100% integral (sem uso de conservantes e ingredientes orgânicos) e que ainda conta com a embalagem 100% degradável. A empresa é a primeira a usar este tipo de embalagem, produzida a partir de um aditivo pró-degradante para romper as cadeias moleculares do plástico, assim acelera o final de vida útil. A concorrente Bunge também lançou sua primeira embalagem biodegradável, fabricada com o polímero de origem da fermentação do milho. A empresa Bunge é a primeira no mundo a comercializar margarina em potes ecológicos.

As redes varejistas de supermercados já oferecem em suas gôndolas os produtos ecoeficientes, cada vez mais dentro da tendência *clean tech*. Conforme a

²⁵ O significado da biomimética é imitação da vida. Esta nova área do conhecimento tem o objetivo de estudar as estruturas biológicas e suas funções na busca de aprender com a Natureza. O resultado do conhecimento produzido tem a finalidade de ser usado em diferentes domínios da ciência (SMERALDI, 2009).

²⁶ A nanotecnologia é uma área do conhecimento que pesquisa e produz escalas atômicas. Este tipo de conhecimento é utilizado em diferentes áreas da ciência e tem o objetivo de aprimorar tecnologias para melhorar a qualidade de vida dos seres humanos. Chips e semicondutores são exemplos de tecnologias baseadas na nanotecnologia (SMERALDI, 2009).

reportagem “Quem produz ‘verde’ no Brasil?” (IDEIA, ed. 18, 2009b) de Cristina Tavelin, a inovação que vem sendo adotada pelas empresas são os chamados *ciclos produtivos fechados*, que têm os objetivos específicos de retirar, transformar e destinar as matérias-primas para outros projetos. Profissionais do design ou eco-design têm o papel de desenvolver novos produtos a partir da matéria prima reutilizada. Assim, cada vez mais são valorizados os resíduos, materiais de uso finito e que não provocam danos à natureza.

O conceito de ecoeficiência é adequado para mudar o padrão de desenvolvimento tecnológico, definição coerente à modernização ecológica. O conceito ainda se enquadra de acordo com o pensamento schumpeteriano de *Destruição Criativa*. Para SCHUMPETER (1985), a economia seria um sistema cíclico dinâmico, um fluxo circular que pode ser mudado por influências externas ao seu funcionamento. Por exemplo, a inovação pode romper com a antiga dinâmica do ciclo de produção. Neste sentido, o conceito de desenvolvimento para Schumpeter não é linear, mas sim qualitativo, portanto, é diferente do modelo da teoria econômica neoclássica. Assim, o padrão da dinâmica se altera, e um novo comportamento qualitativo começa a fazer parte do sistema. A inovação pode mudar a lógica do fluxo, da reprodução do sistema, não necessariamente alterando todos os meios, mas a ação da cadeia produtiva. A partir destas premissas, o autor tem a convicção de que a *Destruição Criativa* é capaz de transformar o fator de competitividade. Mas para isso, é preciso antecipar a mudança para melhor escolha da tecnologia. Então, a “sustentabilidade” é a constante busca para migrar por um produto, serviço e cadeia produtiva mais ecoeficiente. Neste tipo de lógica, a inovação pode gerar mudança na economia. Os empreendedores serão protagonistas ao tornarem obsoletas as tecnologias antigas, os saberes e as empresas não ecologicamente corretas.

Ainda em relação à rede varejista de supermercados, a jornalista Cristina Tavelin também traz o levantamento para saber quem são as empresas que investem e consomem produtos ditos “sustentáveis” (orgânico, ambientalmente amigável, verde, carbono neutro, ecoeficiente, etc.) oferecidos no Brasil. As empresas que responderam a pesquisa apresentam uma trajetória de inovação ao lançar linhas de produtos baseados em atributos “verdes”. Muitas iniciaram a mudança a partir da pressão pública. A “sustentabilidade”, portanto, veio como uma forma para dar ênfase aos processos de inovação e posicionamento do mercado.

Equipes de marketing em conjunto com equipes de pesquisa e desenvolvimento elaboraram projetos com o objetivo de construir soluções que integrem benefícios econômicos, ambientais e sociais, alinhadas às necessidades do consumidor. De acordo com a reportagem de Cristina Tavelin, o desafio para as empresas vai além da criação de produtos “verdes”. Após o consumo, seus resíduos também devem ser reaproveitados ou reciclados, reduzindo ao máximo, seguindo a lógica da “cadeia fechada”. De acordo com a reportagem, como não há legislação clara sobre o tema, poucas empresas recolhem novamente os produtos após o consumo e a maior parte deixa a responsabilidade na mão do consumidor. A situação não é pior graças aos catadores. Além disso, há falta de educação ambiental, pois os consumidores têm a dificuldade de identificar um produto “sustentável”.

Portanto, levantamos a questão da possibilidade de um “círculo vicioso”, que pode acabar gerando mais poluição do que benefícios, ou seja, por trás da ecoeficiência dos aparelhos e utensílios pode haver um processo de obsolescência mais acelerada dos produtos. Entretanto, para esta questão, o pensamento sustentável oferece os princípios de redução, reutilização e reciclagem²⁷, que reivindicam a volta de objetos descartados, na maioria das vezes como matéria-prima, no mercado. A obsolescência planejada também pode trazer benefícios à imagem das empresas, pois elas se mantêm associadas à inovação.

A mudança do padrão tecnológico é algo fundamental em mercados voltados para a construção civil. Setor apontado como o mais insustentável, porque é responsável por consumir a metade dos recursos naturais do planeta e gerar a metade dos resíduos produzidos por uma cidade. Mas a “sustentabilidade” promete mudar este quadro a partir de muitas novidades, inovações que ainda contarão como “vitrine” aos eventos de repercussão globais, como a Copa do Mundo.

No artigo “Os desafios do setor da construção civil”, texto de Clemente Ganz Lúcio (diretor técnico do DIEESE e membro do CDES – Conselho de desenvolvimento econômico e social), traz informações importantes do setor da construção civil no Brasil (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a):

²⁷ A Associação empresarial dedicada à promoção da reciclagem e gestão integrada do lixo – CEMPRE – vem disponibilizando informações sobre meios de redução, reutilização e reciclagem do lixo com o objetivo de novas ações para preservação do meio ambiente. Disponível em: <<http://www.cempre.org.br/>>. Acessado dia 18 de outubro de 2009.

O setor da construção civil tem sido historicamente um dos mais importantes da economia nacional. Caracteriza-se por ser um grande empregador de mão de obra, abriga 6,1 milhões de pessoas, o equivalente a 6,7 % do total de trabalhadores (dados do IBGE, PNAD 2007). Possui elevada participação na formação bruta de capital fixo, em torno de 38% do total e equivale a 5,1% do Produto Interno Bruto por valor adicionado (Dados do CBIC - Câmara Brasileira da Indústria da Construção) (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 21).

Mais dados convergentes sobre o setor da construção civil encontramos na reportagem “Construções Sustentáveis – consciência ambiental pode alavancar negócios” (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a), matéria da jornalista Vanessa Campos, comenta sobre os dados do Conselho Internacional de Estudos, Pesquisas e Documentações de Construção (CIB) e da Divisão de Materiais Tecnológicos, Centro de Construções Ambientais ao Instituto Royal de Tecnologia:

(...) a construção civil consumia algo entre 20% a 50% do total de recursos naturais utilizados pela sociedade. Hoje, novos estudos indicam que essa porcentagem já subiu para 75%, sendo 50% de energia e 12% de água, além de gerar cerca de 60% de resíduos sólidos e 355 de carbono. (...) De acordo com o estudo *Construction and the environment: fact and figures (Industry and Environment)*, cerca de 80% da energia utilizada na produção de um edifício é consumida na própria obra e no transporte de materiais (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 7).

Os dados alertam para a necessidade cada vez mais importante da adoção de medidas emergenciais para reverter o quadro de insustentabilidade do setor da construção. Setor que é um dos principais na inclusão de mãos-de-obra em todo o mundo: “(...) a construção civil é responsável por 40% da formação bruta de capital e enorme massa de emprego, o que representa 10% do PIB Mundial vindo do mercado imobiliário” (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 8). Os dados mostram os problemas que o mercado da construção civil provoca no meio ambiente, mas os argumentos tentam legitimá-lo por sua importância econômica para a sociedade.

Mas, de acordo com a reportagem “Construções Sustentáveis”, as inovações precisam de uma política fiscal. Por exemplo, os insumos, com emissão da nota fiscal, e a adoção de produtos certificados podem reduzir o desperdício de resíduos de forma mais eficiente. Além disso, o governo pode ir além do controle fiscal, ao estimular iniciativas de mudança no setor da construção civil. Um bom exemplo é o programa *Minha Casa, Minha vida* que utiliza materiais de origem certificada e contrata empresas com mão-de-obra legal. O programa também prioriza a utilização de iluminação fluorescente como forma de disseminação dessa tecnologia.

Outro estímulo que vem da iniciativa pública/privada é referente ao evento que reúne culturas diversas pelo esporte, a Copa do Mundo. Na matéria “Copa verde”, uma entrevista com o arquiteto Vicente de Castro Melo, sócio da Castro Mello Arquitetura Esportiva, traz informações sobre as tecnologias adotadas na infraestrutura da Copa do Mundo de 2014, que será realizada no Brasil (BRASIL, ed. 25, 2009a). O evento será um tipo de vitrine para as “construções sustentáveis”.

A Copa do Mundo de 2014 deverá ser modelo em termos de “sustentabilidade”, segundo dados da reportagem de Paula Andreggheto. Doze estádios-sede serão transformados em “ecoarenas”, o objetivo é causar o menor impacto no meio ambiente. As “ecoarenas”:

São estádios cujo design propicia menor impacto, prevendo ventilação e iluminação naturais, captação de água da chuva e uso de energia solar. Outras possibilidades são o uso de madeira certificada e o aproveitamento de materiais reciclados produzidos na própria região, para evitar consumo de combustível. Um sistema de coleta seletiva de lixo serviria também para obter materiais para reciclagem e geração de energia (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 10).

Para o arquiteto Vicente de Castro Melo a infraestrutura dos estádios propicia manutenção com baixo custo e menor impacto na natureza. Eles irão ganhar materiais resistentes, duráveis, reciclados, não químicos e de baixo impacto ambiental. Na verdade, não é simplesmente adoção de novas tecnologias, o foco é o design, a escolha de materiais mais adequados, que tragam benefício econômico e ecológico na busca da eficiência operacional. A engenharia tem um papel importante para possibilitar este tipo de projeto. Os estádios terão energia limpa e renovável que funcionará a partir de uma política de uso racional de energia e água potável.

A maior parte dos argumentos questiona o desenvolvimento de antigas tecnologias que causam maior impacto ao meio ambiente. Apesar de que há de se reconhecer que existe a dificuldade na viabilidade de adoção do novo padrão tecnológico, pois reconhece que de fato o investimento inicial nestes novos projetos inovadores é alto, mas justifica dizendo que em longo prazo os custos serão abatidos e o retorno deverá ser melhor pelos benefícios que trazem para o meio ambiente.

4.5.1 Cidades Sustentáveis

Urbanização é sinônimo de modernização, neste sentido o tema da construção civil “sustentável” é muito mais amplo, e de certa forma envolve o problema do crescimento das cidades.

Na reportagem de Silvia Wargaftig *“Metrópole aprova lei de Mudanças Climáticas: Principal centro financeiro do país é uma das cidades mais caóticas do mundo, São Paulo transforma em lei o desafio de ser sustentável”* (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 14), aborda o assunto da possibilidade da maior cidade da América Latina ser a primeira “sustentável”. Silvia Wargaftig entrevista o prefeito de São Paulo Gilberto Kassab (do Democratas) para falar desse enorme desafio de tornar a cidade “sustentável”:

O aquecimento global é o desafio mais importante, do ponto de vista econômico, social e ambiental, para a humanidade, no século 21. Cada um deve fazer a sua parte. Com a nova política, São Paulo passou a estar entre as cidades mais atuantes no mundo, afirma Gilberto Kassab. A humanidade mora cada vez mais em áreas urbanas. O consumo que determina a produção é praticamente todo realizado nas cidades. É nelas que a democracia pode ser mais intensamente vivida. Devemos dar o exemplo, ressalta (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 14).

Para alcançar o objetivo de tornar a cidade de São Paulo “sustentável”, o governo sancionou a Política Municipal de Mudanças do Clima, Lei 14.933/09, sancionada em junho, estabeleceu a meta de reduzir em 30% as emissões de gases de efeito estufa (GEE) da cidade nos próximos quatro anos. Para cumprir a nova legislação, a prefeitura de São Paulo criou o Comitê Municipal de Mudanças do Clima e Ecoeconomia, formado pelo governo estadual, das secretarias municipais e de entidades da sociedade civil, entre as quais estão o Greenpeace, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) e o Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo. Segundo Silvia Wargaftig, *“(...) juntos, eles terão de superar os próprios interesses e construir consensos para planejar, implementar e acompanhar programas, políticas e metas”* (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 14).

Para a jornalista Silvia Wargaftig, os esforços de redução dos efeitos que causam o aquecimento global são das mesmas proporções que o tamanho da

cidade de São Paulo, são enormes. Numa cidade com 11 milhões de habitantes e 1,5 milhões de desempregados não será fácil pensar soluções para questões sociais, ambientais e econômicas. Kassab fala em estratégias para o lixo, transporte limpo, arborização e saneamento básico. Todas são questões prioritárias, mas o caso mais problemático é o dos transportes. Os veículos na cidade de São Paulo em conjunto emitem 76,14% do CO₂, gerada pela queima do diesel e da gasolina usados para mover os 6,5 milhões de veículos licenciados na cidade. E o problema se agrava com a adição de aproximadamente oitocentos (800) novos veículos a cada dia. A principal meta da prefeitura da cidade de São Paulo é tentar reduzir as emissões dos gases poluidores até 2010, a partir do investimento na nova frota de ônibus, substituir os combustíveis fósseis por outros. Projetos de trem, metrô, trolebus e corredores andarão juntos com a nova legislação ambiental.

Além das promessas para o futuro, a gestão atual da prefeitura da cidade de São Paulo passou a fazer parte da comissão executiva do C40: *Large Cities Climate Leadership Group*. Um grupo de discussões internacionais que reúne as maiores cidades do mundo. Basicamente, nos eventos realizados pelo C40 são debatidas novas formas de adoção de tecnologias para a redução de emissões de GEE.

Além das possibilidades de “sustentabilidade” para a cidade de São Paulo, encontramos outras matérias que abordam novos tipos de organização urbana, que visam à preservação do meio ambiente e a qualidade de vida. A jornalista Vanessa Campos aponta para mudança dos conceitos dentro do setor da construção civil, por exemplo, a adoção de “cidades sustentáveis”, que vem sendo discutido entre os especialistas da área, em âmbito nacional e internacional (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a).

No Brasil, a jornalista apresenta duas novas definições que surgem também para rever o sentido de construção e moradia: O primeiro é o “urbanismo sustentável”, segundo Dilnei Silva Bittencourt, engenheiro diretor da Cidade Universitária Pedra Branca (localizada na região da Grande Florianópolis, Santa Catarina) *“Não adianta fazer um prédio verde numa cidade impactante, que polui mais”*. Para ele, a alternativa é apostar na cidade-bairro, onde as pessoas moram, trabalham, estudam e se divertem num mesmo lugar. Uma ideia próxima dos subúrbios dos EUA, que surgiram na década de 80. Em Santa Catarina, a cidade de Pedra Branca possui o primeiro projeto de “urbanismo sustentável”. Numa área de 250 hectares, com atualmente quatro mil pessoas morando no local e gerando mil

empregos diretos, a vida em Pedra Branca segue os seguintes princípios urbanísticos:

- ✓ Prioridade ao pedestre;
 - ✓ Uso misto e complementaridade;
 - ✓ Senso de comunidade;
 - ✓ Diversidade de moradores;
 - ✓ Densidade equilibrada;
 - ✓ Sustentabilidade e alta performance do ambiente construído;
 - ✓ Espaços públicos atraentes e seguros;
 - ✓ Harmonia entre natureza e amenidades urbanas;
 - ✓ Conectividade e integração regional.
- (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 9).

Neste tipo de planejamento urbano o automóvel é totalmente descartado, dando a prioridade à caminhada, um elemento vinculado à ideia de saúde. Dilnei Silva também fala em seis princípios para elaboração de um projeto voltado para o “urbanismo sustentável”.

SEIS PRINCÍPIOS PARA REDUZIR O IMPACTO GERADO PELA CONSTRUÇÃO CIVIL

1. Minimizar o consumo de recursos (conservar);
 2. Maximizar a reutilização de recursos (reuso);
 3. Usar recursos renováveis ou recicláveis (renovar/reciclar);
 4. Proteger o meio ambiente (proteção da natureza);
 5. Criar um ambiente saudável e não tóxico (não tóxicos);
 6. Buscar a qualidade na criação do ambiente construído (qualidade).
- (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 8).

Construção é o segundo ponto nas mudanças de sentido. Parece que a alternativa é aperfeiçoar a atividade produtiva, principalmente no melhor aproveitamento de resíduos (reciclagem), o que diminui o impacto na natureza e os custos da obra. Mas a construção civil não pode perder a qualidade. Na reportagem com Marcelo Takaoka, presidente do Conselho Brasileiro de Construções Sustentáveis (CBCS)²⁸, ele fala da qualidade da habitação e o conforto térmico na construção de casas e edifícios. Ele também acredita que a melhor estratégia na construção civil é planejar de forma correta o consumo de água e de energia que prolonguem a vida útil das construções.

²⁸ A CBCS é uma organização que atualmente faz parte do *Sustainable Buildings and Construction Initiative* (SCBI), coordenado pelo Programa Ambiental das Nações Unidas (UNEP). O programa tem o objetivo de demandar do governo e do setor da construção civil o desenvolvimento de políticas, estratégias e práticas mais eficientes e limpas no uso dos recursos naturais.

As preocupações com a construção também devem incluir paisagismo, cultivo agroflorestal e criação de animais. Para o engenheiro do Instituto de Permacultura do Amazonas (IPA), Carlos Koury, deve haver a integração da habitação com o meio ambiente. O gás utilizado na cozinha ou no aquecedor da água do banho pode estar conectado a um sistema biodigestor, que é abastecido por resíduos de compostagem a partir da criação de porcos e galinhas.

O mesmo raciocínio é elaborado por Roberto Lamberts, PhD em Engenharia Civil pela *University of Leeds, UK* e Professor titular da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que considera a qualidade na construção como um fator imprescindível para ser “sustentável”. Mas, para ele, a iniciativa não deve ser somente do setor privado, o governo deveria ter um plano mais ousado no setor da construção civil, principalmente no investimento de fontes de energia renovável: *“São dezenas de atitudes que devemos tomar, mas acho que falta desejo político no Brasil”* (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a).

Pesquisas mostram que o Estado é o grande comprador da construção civil, mas pouco cobra sobre a procedência dos materiais que adquiriu. De acordo com Carlos Gabriel Koury, engenheiro florestal e coordenador do Programa Unidades de Conservação do Instituto de Conservação e Desenvolvimento Sustentável da Amazônia (IDESAM), o governo brasileiro não possui um programa voltado para energias alternativas em habitações do próprio Estado.

Existem tantos outros projetos para a construção “sustentável”, mas há um problema em tornar essas ideias reais. Segundo o mestre em Arquitetura pela *Faculdade de Arquitetura Division de Estudios de Pós-graduação* – Universidade Nacional Autónoma de México, doutor em Urbanismo e professor da UFSC, Lino Peres Fernandes Bragança, não existem parcerias entre universidades e governo principalmente na formalização de políticas públicas como planos diretores. Para o especialista, a burocratização é um dos maiores empecilhos na construção de uma cultura realmente “sustentável”. O governo poderia apoiar com impostos mais baixos os empreendimentos voltados para a “sustentabilidade”.

4.5.2 Mercados de Energias



Figura 11 – Capa da Edição 17 da *Revista Ideia Socioambiental*
 Fonte: *Revista Ideia Socioambiental* (edição 17, 2009)

A capa da edição nº 17 da *Revista Ideia Socioambiental* leva uma fotomontagem elaborada por Bunsen Bookwom. Uma ilustração gráfica que tem a estética semelhante à pintura, o que podemos classificar como picture stories (SOUSA, 2004). O foco da capa é o conjunto formado pela composição da substância verde derramada no objeto (lâmpada), uma imagem também classificada como sintaxe, conforme o fotojornalismo. Figura em posição equilibrada, sem assimetrias, e com efeito dinâmico. No fundo, um plano que se relaciona com o objeto, um contraste da iluminação que projeta luz a partir do canto inferior esquerdo, diminuindo a luminosidade em direção ao canto superior esquerdo da capa e formando uma sombra. A ideia é que a energia do futuro virá de fontes ecológicas. Desta capa já podemos ter a ideia do tipo de pensamento que permeia os mercados de energias, a corrida por fontes de “verde”.

No desenvolvimento de alternativas “limpas”, nos últimos dez anos, a energia eólica cresce quinze vezes em todo o mundo:

(...) Os países mais avançados na área são os Estados Unidos (21%), a Alemanha (20%), a Espanha (14%) e agora a China, que chegou ao quarto lugar (10%) depois de duplicar sua capacidade na área entre 2007 e 2008 (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 11).

Segundo a matéria "Chineses investem em energia eólica" (IDEIA, ed. 17, 2009a), o governo Chinês também corre para construir mais seis parques eólicos com capacidade de 10 mil MW a 20 mil MW cada um. A China conta com a demanda interna para consumir a produção desta energia, principalmente pelo setor industrial, e assim impulsionar ainda mais sua economia.

No *Relatório Fatos e Tendências para 2050 - Energia e Mudanças Climáticas* (WBCSD), apresentado na reportagem "O Caminho até 2050", indica que a humanidade vai demandar mais consumo de energia, para combater a pobreza e melhorar a qualidade de vida dos países em desenvolvimento. Na mesma edição da *Revista Ideia Socioambiental*, a matéria "(R)evolução energética", seção *Pérolas Finais*, apresenta dados do relatório produzido pelo Greenpeace e pelo Conselho Europeu de Eficiência Energética (EREC). De acordo com as conclusões deste documento, é urgente a necessidade de redução do consumo de energia, porque o aquecimento global é um fato e teremos menos tempo para resolver este problema. O que é reafirmado pelos estudos realizados pelo IPCC (Painel Internacional sobre mudanças climáticas). Portanto, será necessário a adoção de uma matriz energética "sustentável" para reverter o processo de alteração do clima, o que é possível tanto tecnicamente como economicamente, mas é preciso vontade política dos governantes em implementar medidas de eficiência energética em larga escala para promover a mudança. A demanda mundial por energia pode ser reduzida em até 47% até 2050. Conforme o documento, a adoção de energias renováveis pode suprir em 35% a demanda até 2030. De acordo com os relatórios, a solução é usar adequadamente a energia sem comprometer o meio ambiente, com destaque à utilização racional da energia e diminuição das emissões de carbono no prazo de 40 anos (IDEIA, ed. 17, 2009a).

No texto "Energia para mover o mundo sem destruir o planeta", a jornalista Juliana Lopes afirma que vivemos num momento de progresso que impõe a geração de maior quantidade de energia, mas com exigências de menores impactos socioambientais. Se levarmos em consideração que a única fonte de energia utilizada após o carvão foi o petróleo, durante a revolução industrial, percebemos que poucos avanços foram feitos para reverter o problema energético. Neste sentido, a jornalista apresenta dados do relatório *Brasil Sustentável*, da Ernst&Young, que apontam para o aumento da demanda de energia em 2,6% ao ano, até 2030. Países como a China, que consome 4,9% de energia ao ano, e a

Índia, com 3,8% ao ano, deverão rever seu desenvolvimento econômico. A solução ainda fica mais difícil em âmbito internacional. Segunda a reportagem, as maiores reservas existentes de petróleo encontram-se nos países onde existe instabilidade política dos regimes, como conflitos religiosos, riscos a mercê dos quais muitos países não podem ficar. Além disso, os custos de investimento para sanar a demanda energética podem ultrapassar a quantia de US\$ 20 trilhões até o ano de 2030 (dados da pesquisa Brasil Sustentável). Portanto, a diversificação dos recursos energéticos para garantir abastecimento de energia parece ser a proposta mais viável. Adriano Pires (diretor do Centro Brasileiro de Infraestrutura - CBIE), fala das escolhas por fontes de energias, mas que não se darão de forma aleatória, todas as decisões sobre qual tipo de energia que utilizaremos no futuro deverão se basear em vantagens comparativas de diversas regiões do mundo, assim é possível elaborar melhores estratégias de segurança energética no cenário geopolítico (IDEIA, ed. 17, 2009a).

No desenvolvimento de alternativas “limpas”, quem lidera no ranking é a energia produzida pelos ventos, que recebeu em média US\$ 51,8 bilhões de investimentos em todo o mundo (fonte: relatório Tendências Globais de investimento em Energias Sustentáveis, produzido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente):

(...) Mesmo correspondendo a um crescimento de apenas 1%, quando comparado a 2007, esse aporte confirma a posição eólica como a mais madura e melhor estabilizada entre as alternativas sustentáveis no mundo. O maior salto de investimento, no entanto, se deu em relação à energia solar (49%), que recebeu US\$ 33,5 bilhões. Já o setor de biocombustíveis sofreu uma queda de 9% em relação ao ano passado, registrando US\$ 16,9 bilhões em recursos. Juntos, esses três setores lideram o conjunto de energias sustentáveis, somando 86% dos novos investimentos dedicados à área (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 24).

A imagem abaixo fornece a ideia da dimensão das ambições dentro do mercado de energia eólica:



Figura 12 - Siemens Wind Power. Horns Ver 2 é o parque eólico localizado na Dinamarca
 Fonte: Revista Brasil Sustentável (edição 26, 2009, p. 8-9).

A fotografia de Bobstrong nos dá a ideia da dimensão do tamanho dos projetos audaciosos que visam uma economia “sustentável”. Os moinhos de vento não seriam tão espantosos se não fosse sua localização no mar. Pelos pressupostos de SOUSA (2004), a fotografia é uma tentativa de transmitir o sentido de imponência da tecnologia (observado que a imagem encobre duas páginas). A fotografia foi produzida com um enquadramento aberto para captar a paisagem e seu aprofundamento espacial em direção ao horizonte quase que “infinito”. Num ângulo normal, sentimos a relação entre a paisagem e os objetos, no caso os gigantescos moinhos de ventos, numa composição de equilíbrio e limpeza.

O texto ainda fornece outras pistas sobre a mensagem principal da matéria:

Sonho de Dom Quixote

A poucas semanas da realização da COP-15, em Copenhague, a Dinamarca acaba de inaugurar a central de Horns Rev 2, maior parque eólico *offshore* do mundo e cartão de visita da indústria dinamarquesa. São 91 aerogeradores de 114 metros de altura, encravados em alto-mar, a 30 quilômetros da Ilha de Jutland – uma projeção audaciosa até para os sonhos de Dom Quixote. A central gera 209 megawatts de energia, o equivalente a uma hidrelétrica de pequeno porte. As torres foram enterradas a 40 metros de profundidade no solo, sobre toneladas de rochas depositadas no fundo. Uma rede de 70 quilômetros de cabos de fibra ótica interconecta as turbinas da Siemens Wind Power. Horns Ver 2 é o parque eólico mais distante da costa já construído e o sexto da

Dinamarca. O país produz 25% da sua eletricidade a partir de fontes renováveis (o Brasil produz 85%) (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 9).

SCHILLING (s.d) define a obra *Dom Quixote de La Mancha*, publicada pela primeira vez em 1605, de autoria do espanhol Miguel de Cervantes Saavedra, como a melhor literatura de ficção de todos os tempos. Novela em ritmo de romance que narra as histórias fantasiosas de um herói melancólico. Schilling aponta para a sofisticação de Miguel de Cervantes em retratar a dupla, o louco e o simplório, nos personagens de Dom Quixote e Sancho Pança, a relação entre emoção e razão, fantasia e realidade, ideal e real. Uma paródia que satiriza o mito dos heróis do povo espanhol e Europeus, histórias de cavalaria no estágio do racionalismo científico. A obra é uma crítica à sociedade daquele momento, que avançava com a modernidade e acreditava que poderia solucionar todos os problemas da sua época através da consulta de estudos (os livros que causaram a loucura de Dom Quixote). Neste sentido, podemos interpretar a fotografia dos moinhos de energia eólica como: “ilhas de fantasia num mar de racionalidade”.

O *pensamento sustentável* dá “asas à imaginação”. Nem Dom Quixote poderia imaginar gigantes voadores, pois uma empresa italiana desenvolveu pipas que produzem energia. Na reportagem “Novidade para a produção de energia eólica”, que trata da novidade “*Kite Gen*” (tradução em português “Gene Pipa”). O equipamento é uma nova forma de geração de energia a partir do vento, com maior alcance da captação se comparado às pás eólicas, que não conseguem alcançar altitudes mais elevadas, como de 800 a 1.000 metros. “*Kite Gen*” promete ainda mudar a forma como as plantas de energia eólica são desenvolvidas. Tecnologia com peças mais leves e dinâmicas, ao invés das turbinas estáticas. O equipamento é composto de duas partes, a primeira é formada por um conjunto de folhas de metal semi-rígidas, que ficam voando com o vento, e a segunda parte fica no chão, uma estrutura pesada. As partes se conectam por linhas de alta resistência que sustentam as pipas e ao mesmo tempo controlam seu ângulo e direção no vento. O protótipo já foi construído e testado com sucesso em 2006. A produção em escala começou a operar em 2009 (IDEIA, ed. 18, 2009b).

No Brasil, a busca por esta alternativa de energia vem ocorrendo a partir dos leilões realizados pelo Ministério de Minas e Energia, que têm o objetivo de baixar o preço deste tipo de energia, que custa em torno de R\$ 260 MW/h. A energia eólica possui alto custo de equipamentos, o que deixa essa alternativa menos atraente em

comparação às fontes de energia mais poluidoras. Entretanto, não podemos calcular a viabilidade desta energia apenas pelo custo/benefício dos atuais modelos econômicos, já que ela agride menos o meio ambiente. A matéria “Bons ventos no Brasil” informa que governo brasileiro irá contratar a empresa que oferecer o preço mais baixo para fornecer energia limpa para a população, a partir do ano de 2012. A iniciativa de criar um leilão é justamente estimular o desenvolvimento desta energia, (IDEIA, ed. 17,2009a).

O potencial do Brasil para desenvolvimento de energias renováveis é constantemente mencionado nas diferentes reportagens analisadas. Porém, os empreendimentos para esta nova matriz energética renovável dependem principalmente de políticas públicas.

A reportagem “Energia para mover o mundo sem destruir o planeta” (IDEIA, ed. 17, 2009a), de Juliana Lopes, traz dados sobre o mercado brasileiro para energias renováveis. Apesar de que, a matéria critica a decisão do governo brasileiro em investir nas usinas termelétricas. Segundo o relatório elaborado pelo PNUMA, a matriz energética brasileira é baseada em energia hidrelétrica, o que de certa forma coloca o país numa posição ótima em relação às emissões de gás carbônico. No entanto, para Sauer, pesquisador do Instituto de Eletrotécnica da Universidade de São Paulo, não houve planejamento, políticas públicas e nem capacidade de gestão do governo brasileiro no quadro energético e ambiental entre os anos de 2003 e 2004, o que possibilitou a entrada da indústria termelétrica, para sanar a demanda urgente de energia:

(...) Abriu-se a porteira para uma das coisas mais horrendas da história do Brasil, uma Itaipu de poluição que é contratação de quase 14.000 megawatts de usinas a óleo e a carvão. Isto é produto da falta de política e de gestão adequadas na área de energia no Brasil. Não é problema da área ambiental. (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 28).

A rejeição das fontes de energia a base de carvão ajuda nos argumentos em prol de energias limpas, e levanta a discussão das possibilidades do Brasil mudar este quadro energético. Para o economista Adriano Pires, sócio-fundador e diretor do Centro Brasileiro de Infraestrutura em Planejamento Energético (CBIE) pela COPPE/UFRJ, e especialista em mercado energético, o país só poderá investir em energia se algumas medidas governamentais forem alteradas. Ele acha que a

principal barreira para os investimentos em energia é a falta de diretrizes claras e políticas de longo prazo:

(...) A política brasileira de energia é uma ciclotímica e não dá sinais de longo prazo nem para o investidor, nem para o consumidor. Quando se aumenta o preço do petróleo se arrumam instrumentos para incentivar o consumo, por exemplo, do etanol. Se o preço do petróleo cai, o etanol é esquecido para voltar a consumir gasolina. Na hora que tem gás sobrando, o governo elabora ferramentas para viabilizar um grande consumo desse insumo e assim por diante (IDEIA, ed.17, 2009a, p. 28).

Para a diretora da CEBDS, a economista Marina Grossi, falta projetos que direcionem todos os esforços numa só direção. Por este motivo o governo acaba adotando as alternativas de energia mais poluentes.

Mesmo os profissionais advertindo para os erros e ineficiência do Estado, eles admitem que o único agente capaz de mudar a trajetória do mercado de energias é o governo. Segundo Sauer:

(...) As energias renováveis precisam ter escala e, para que isso aconteça, são necessárias políticas públicas. Tomando o exemplo da energia eólica, se houvesse um aumento da escala, como ocorreu em relação ao álcool, o preço unitário cairia, com ganho de produtividade. Sendo assim, essa fonte poderia ter um espaço muito maior no Brasil (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 28).

Políticas públicas voltadas pra dar suporte e criação de incentivos fiscais. Eles desempenharão um papel fundamental no tipo de desenvolvimento que se deseja. Os estudos de *Tendências Globais de investimentos em energias sustentáveis*, elaborados pela ONU, apontam para os mecanismos de mercado e os incentivos governamentais como centrais tanto para países desenvolvidos quanto aqueles em desenvolvimento, incluindo a proposta de revisão de cerca de US\$ 200 bilhões de subsídios destinados anualmente para combustíveis fósseis que a organização defende.

No Brasil, os incentivos à produção de energia renovável ainda são tímidos, por exemplo, a energia eólica. Para reverter o quadro, o governo brasileiro criou em 2002 o PROINFA (Programa De Incentivo A Fontes Alternativas De Energia Elétrica). Segundo a matéria, o programa tem o objetivo de encorajar projetos de energia eólica, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas, além de estimular a Impsa (empresa global de soluções de geração de energia elétrica).

Em relação ao mercado de energia solar, o governo brasileiro recém está começando a investir na energia que vem do sol, ao contrário do que ocorre em outros países. A energia fotovoltaica depende de subsídios para seu desenvolvimento. O interessante no sistema fotovoltaico é a relação produtor/consumidor. Os painéis de energia solar, instalados nas residências podem gerar renda aos consumidores, pois o excedente de energia coletada pode ser vendido às concessionárias quando conectados a sistemas da rede elétrica. No Brasil, o Programa Minha Casa Minha Vida se tornou o grande pioneiro neste tipo de energia (IDEIA, ed. 17, 2009a).

Mesmo com a existência de novas alternativas energéticas, as energias vindas de fontes fósseis irão continuar por longo tempo, entretanto, com uma nova perspectiva. Conforme a reportagem “Energia para mover o mundo sem destruir o planeta”, as grandes petrolíferas, como a Petrobras, devem investir na captura e armazenamento de carbono. As alternativas são as seguintes: a) injeção de CO₂ em reservatório geológico; b) investimento na produção de biodiesel e etanol, capazes de “sequestrar” gases poluentes. Os biocombustíveis têm grande potencial na nova matriz energética global. Segundo o relatório Brasil Sustentável, a taxa de crescimento dos biocombustíveis é em torno de 3,3% ao ano, somente para o mercado brasileiro. Na perspectiva internacional, os biocombustíveis podem representar 17, 4 bilhões de litros em 2030, um crescimento de 8,9% ao ano em relação às exportações de 2005.

Outra forma de energia que vem sendo estudada são as de fontes animais, como os biodigestores. A matéria “Energias renováveis – desafios e perspectivas” fala sobre este tipo de energia que vem dos resíduos de dejetos dos animais. O biogás é uma das propostas que pode trazer rentabilidade para comunidades rurais, com a possibilidade de ampliar diversidade da atividade agrícola com a produção de gás ou transformando os dejetos em adubo orgânico, e, ao mesmo tempo, buscar a “sustentabilidade ambiental” que tanto a sociedade deseja, diminuindo a poluição, por exemplo, de atividades como a suinocultura. Nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul já existem experiências-piloto sendo desenvolvidas, um exemplo é o Projeto Alto Uruguai, da empresa Eletrosul. O projeto abrange 29 municípios Ribeirinhos da bacia hidrográfica do Rio Uruguai. São regiões onde predominam atividades de criação intensiva de suíno e aves. Além disso, são regiões com falta de energia e, em muitos casos, famílias não tinham acesso nenhum à energia. O

projeto já conta com o apoio do Governo Federal no Programa Luz para Todos. Algumas ações foram realizadas para que o projeto pudesse ser implementado (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b). De acordo com Diretor do projeto Antonio Vituri:

(...) Primeiramente tínhamos que mostrar a importância da energia e de sua conservação, apresentar como se chega à eletricidade, capacitar professores, agentes comunitários para posteriormente, elaborar Planos Municipais de Gestão Energética. Com a consciência de que é preciso preservar, ficou mais fácil trabalhar com o uso de novas fontes, como o biogás e os coletores solares para aquecimento da água (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 30).

Outro caso interessante é o projeto desenvolvido pela Celesc Geração. Que apoiou a reestruturação da Granja São Roque, propriedade do interior catarinense que estava abandonada desde a década de 80. Atualmente, a propriedade conta com 47 mil suínos e produz sua própria energia elétrica. Segundo o presidente da Companhia Celesc Geração, Paulo Meller: *“(...) a Granja oferece crédito de carbono e promoveu o reflorestamento com pinos e eucaliptos. Já os lagos, antes totalmente poluídos, agora são usados também para a piscicultura”* (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 31).

Já a Copel (Companhia Paranaense de Energia) está comprando energia elétrica produzida por biodigestores em pequenas propriedades rurais. O negócio é autorizado pela Agência Nacional de Energia Elétrica e só foi possível a partir da iniciativa da Itaipu Binacional em buscar essa relação entre comunidade e empresa. Cláudio Roloff, da Coordenadoria de Energias Renováveis da Itaipu, explica o interesse da usina no auxílio aos pequenos produtores rurais:

(...) A Itaipu ainda é a maior do mundo em produção energética e para garantir a qualidade dessa energia precisa também de água de qualidade. Estávamos registrando altos índices de poluição por eutrofização (resultado da poluição por fertilizantes ou por lixo e esgoto doméstico e resíduos industriais diversos) e conseqüente, a pantanização. Sem a iniciativa Itaipu os agricultores não conseguiriam sozinhos reduzir a poluição pela sua atividade (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 31).

Para Alessandra Mathyas, do Instituto Ideal, são necessárias políticas e uma legislação adequada que dê segurança, garanta e fomenta a atividade de produção de energias renováveis a partir da atividade rural, pois exige-se financiamento, fiscalização da compra da energia e regulação tarifária.

4.6 Para Além da Tecnologia

As diferentes matérias analisadas apontam ainda para alternativas que vão além da substituição do padrão tecnológico. Destaque para o pensamento elaborado em torno do planejamento e conceitos como o de Tecnologia Social e de Design.

Um personagem importante na história das fontes de energia renovável é José Goldemberg²⁹, presidente do Instituto de Eletrotécnica e Energia (IEE/USP), em entrevista cedida a Juliana Lopes e Ricardo Voltolini, o físico analisa os desafios e oportunidades relacionadas à questão energética no Brasil e no mundo. Para o físico, os países não precisam necessariamente continuar assumindo um paradigma tecnológico, na verdade, eles têm que assumir e cumprir metas de redução e emissão, portanto, é uma questão de planejamento e não de inovação (IDEIA, ed. 17, 2009a).

Para José Goldemberg, a crise econômica de 2008 fez o mundo refletir sobre o modelo financeiro e de produção, o que não deixou de ser uma oportunidade, visto que, esse evento fez com que os países assumissem com mais interesse a corrida para uma “economia verde”, com investimentos maciços em projetos de energia renovável ou medidas de eficiência energética, decisões políticas que mostram a preocupação real com o aquecimento global. Neste sentido, a crise serviu para tentar resolver os problemas ambientais e também o próprio problema econômico. Segundo o físico, as energias renováveis geram mais empregos do que as não renováveis:

(...) Pegue-se, por exemplo, a Petrobras, que produz dois milhões de barris de petróleo por dia. Dividindo essa quantidade de barris por 50 mil, o número de funcionários da companhia, cada empregado gera 40 barris. Fazendo a mesma conta para etanol, gerado a partir da cana de açúcar, o resultado é bem diferente. O Brasil produz 16 bilhões de litros por ano, ou 300 mil barris por dia de etanol. Em compensação, a indústria sucroalcooleira emprega 700 mil pessoas. Cada empregado produz meio barril. Conclui-se, portanto, que o setor de álcool produz menos que a Petrobras, mas gera mais emprego (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 50).

²⁹ Diretor da Eletro-Paraná na década de 80, presidiu a secretaria de Ciência e Tecnologia (1990-1992) no governo de Fernando Collor de Melo, foi articulador com a organização ECO 92 e responsável pela pasta de meio ambiente do governo de São Paulo (2002-2006). Em 2008, foi homenageado em âmbito internacional como um dos importantes prêmios ambientais, *Blue Planet*, oferecido pela fundação Japonesa Asahi Glass. O físico foi apontado pela revista norte-americana *Times* como um dos heróis do meio ambiente (IDEIA, ed. 17, 2009a).

O físico deixa bem claro que as energias renováveis são uma nova opção para gerar empregos, muitos daqueles perdidos com a crise econômica financeira global de 2008. Portanto, os países investem em energias renováveis para recuperar a economia e ao mesmo tempo reduzir suas emissões. Mas em relação ao Brasil, a questão é um pouco diferente. De acordo com o físico, o país emite pouco carbono em relação aos países que querem se recuperar da crise, logo não faz muito sentido a corrida para energias renováveis, pois a maior parte produzida no Brasil é de origem hidrelétrica. Para José Goldemberg, o verdadeiro desafio do governo brasileiro é impedir o desmatamento da Amazônia, que com as queimadas emite três vezes mais do que todo o resto do Brasil.

Goldemberg é um defensor da expansão das hidrelétricas, tema polêmico no Brasil. Segundo o físico, o governo brasileiro se intimidou com as pressões ambientalistas e acabou tomando uma atitude pior do que construir usinas hidrelétricas:

(...) Diante da dificuldade na construção de usinas hidrelétricas, o governo em desespero, tem autorizado a realização de leilões para a produção de novas fontes de energia. Quem ganha com esses leilões são as usinas movidas a carvão e óleo diesel, excessivamente mais poluentes. Pelo modelo que o governo está seguindo, até o ano de 2017, a porcentagem de fontes renováveis em nossa matriz energética, hoje de 85%, cairá para 75%, devido ao aumento das usinas termelétricas. Em sua defesa, o governo afirma que os ambientalistas não deixam construir, mas o motivo real é a falta de planejamento (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 50).

De acordo com o pensamento do físico, o governo brasileiro deveria enfrentar as ONGs, pois ou são as hidrelétricas ou as usinas de carvão, ou mesmo as usinas nucleares. Goldemberg assume a preferência pelas hidrelétricas, mas para ele falta planejamento sério no governo brasileiro para permitir que os projetos existentes de novas hidrelétricas fossem aprovados com maior agilidade. Além disso, o físico fala sobre a importância da biomassa:

(...) O uso do bagaço para a produção de energia elétrica está virando uma grande atividade industrial e comercial. Em petróleo, o Brasil é auto-suficiente. E se o pré-sal for desenvolvido – o que ainda exigirá uma longa caminhada – ele pode ser exportado. Essa seria a trajetória natural. As alternativas vento e sol não são tão importantes no Brasil quanto na Europa, tanto que os europeus estão pensando seriamente em utilizar o deserto do Saara para colocar coletores solares, gerar energia elétrica e transportar para os seus países. Mas, claro, trata-se de um processo bastante caro (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 51).

Os mercados de energias possuem uma variedade de opções para serem estudadas, e muitas vão além da simples adoção de novas tecnologias. Mas não é somente o campo da energia que possui outras formas de pensamentos que não estão aliadas ao paradigma tecnológico. O setor da construção civil também tem outros pontos de vistas além da substituição ou adoção de tecnologia para dar prioridade à “sustentabilidade”. Em seu artigo, Clemente Ganz Lúcio, diretor-técnico do Departamento Intersindical do Dieese, fala dos desafios de corrigir as injustiças do setor da construção civil, pois não adianta só adotar “sustentabilidade” no setor, deve se priorizar a justiça social. São diversos problemas como a falta de reconhecimento legal do trabalho (muita mão-de-obra informal, o que também prejudica a arrecadação para previdência pública), a terceirização, os baixos rendimentos pagos aos trabalhadores, predominância de baixa escolaridade e de péssimas condições de trabalho. A verdadeira “sustentabilidade” deve começa por aí, e pouco se fez para mudar esses problemas diante dos investimentos que o Brasil irá realizar futuramente, tantos públicos como privados, como o PAC, “Minha casa minha vida”, programa habitacional do governo federal, Copa do Mundo 2014, investimentos em empresas estatais como Eletrobrás e Petrobras etc. (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a).

Para Clemente Ganz Lúcio, a “sustentabilidade” deve incluir o social, a geração de emprego, a erradicação da pobreza, o respeito aos direitos humanos, a estabilização populacional e outros benefícios sociais. Os argumentos de Clemente Ganz Lúcio se aproximam do pensamento de Thomas Gladwin, autor do texto *“Beyond eco-efficiency: towards socially sustainable business”. Sustainable Development*. Para este guru dos negócios, “desenvolvimento sustentável” é sinônimo de “desenvolvimento social”:

(...) para Gladwin o empresariado é a força mais poderosa na reversão da degradação social e ambiental do planeta, justamente por ser o responsável por essa degradação. No entanto, nem o empresariado nem o Estado são capazes de assumir isoladamente este projeto. O Estado por estar envolvido em questões transnacionais e, assim, não ser capaz de gerenciar as dimensões social, política, econômica e tecnológica, e o empresariado por não estar capacitado para tanto. Dessa forma, a sustentabilidade deve ser garantida em parceria com a sociedade e gerar benefícios sociais a esta. Em vista disso, Gladwin elabora a definição da empresa socialmente responsável, cujo comportamento deve estar baseado nos seguintes parâmetros: a) as empresas devem retornar para as comunidades nas quais operam os ganhos obtidos e envolver os stakeholders atingidos no planejamento e processos de tomada de decisões (princípio da reciprocidade); b) a empresa deve assegurar que

suas ações, diretas e indiretas, não prejudicarão os direitos civis e nem praticarão discriminação com relação às oportunidades econômicas (princípio da equalização ou igualdade); c) a empresa deve garantir que não haverá perda líquida de capital humano no âmbito da sua força de trabalho e nas operações junto às comunidades e, também, nenhuma perda líquida de emprego produtivo direto e indireto; d) a empresa deve demonstrar que está, direta e indiretamente, agindo no sentido de satisfazer as necessidades básicas da humanidade. Acertadamente, Gladwin reconhece que atender às exigências da sustentabilidade social, redirecionando e remodelando as empresas de modo a que estas sirvam à tais propósitos, é tarefa de grande magnitude e que implica numa transformação radical das partes envolvidas no processo, representando, por esse motivo, um grande obstáculo à mudanças (SANTOS, 2003, p.38).

O tipo de pensamento exposto no trecho acima abriu caminhos para o surgimento de novos conceitos dentro do ambientalismo empresarial. SANTOS (2003) comenta que John Elkington³⁰, seguidor das ideias de Gladwin, buscou integrar as dimensões sociais e ambientais nas estratégias econômicas. Assim surgiu o termo “*Triple Bottom Line*”, prosperidade econômica, qualidade ambiental e justiça social, que define que “desenvolvimento sustentável” só seria atingido quando os três fatores fossem levados em consideração. Para Elkington, o empresariado seria a liderança capaz de levar ao processo de mudança, pois a transição da “sustentabilidade” depende dos mercados, e estes do governo (SANTOS, 2003).

Já Ignacy Sachs tem outra proposta para a “sustentabilidade”, que abrange a tecnológica, mas não se restringe a ela. Em entrevista³¹ realizada pelo jornalista Vinícius Carvalho, do Portal da Rede de Tecnologia Social (RTS), o diretor do Centro de Pesquisas do Brasil Contemporâneo, na Escola de Altos Estudos de Ciências Sociais, em Paris, o economista francopolonês Ignacy Sachs fala sobre os rumos e desafios das tecnológicas para o “desenvolvimento sustentável”.

³⁰ ELKINGTON, John. *Cannibals With Fork: the triple bottom line of 21st century business*. Oxford. Capstone Publishing, 1997.

³¹ Esta entrevista foi retirada da matéria “Tecnologias sociais: Impactos positivos no meio ambiente e na sociedade” (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 49).

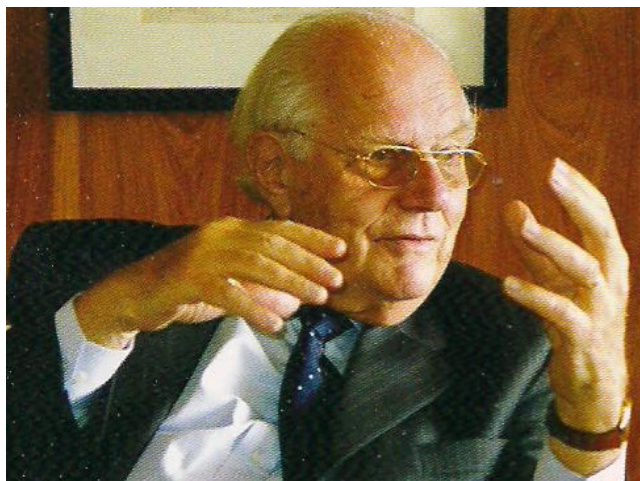


Figura 13 - Ignácio Sachs. Fotografia de Cláudio Reis
Fonte: *Revista Primeiro Plano* (edição 14, 2009, p. 49)

De acordo com SCOTTO *et. al.* (2009), Ignacy Sachs foi o principal personagem na idealização do conceito *ecodesenvolvimento*, termo apresentado pela primeira vez no ano de 1973, por Maurice Strong. *Ecodesenvolvimento* surgiu como proposta alternativa, uma via intermediária entres posições inconciliáveis: de um lado os defensores do crescimento econômico; do outro, os que advertiam sobre os perigos da industrialização, anunciavam o fim dos recursos naturais e as possibilidades de fenômenos catastróficos. Ignacy Sachs definiu o *ecodesenvolvimento* baseado em princípios de justiça social em harmonia com a natureza, com ajuda de técnicas ecológicas que possibilitam diminuir o desperdício dos recursos, cuidando da satisfação das necessidades da sociedade. Por conseguinte, *ecodesenvolvimento* contribuiria para ajudar as populações envolvidas a se organizarem e se educarem para enfrentar seus problemas. O termo depois contribuiu para reflexões sobre desenvolvimento durável ou viável, e foi tema central na Cúpula da Terra e Agenda 21.

Na entrevista para Vinícius Carvalho, o economista destaca as oportunidades que as chamadas “Tecnologias Sociais” podem criar neste momento de crise. Segundo Ignacy Sachs, alguns pontos são fundamentais para “sustentabilidade” da economia. O primeiro tem a ver com o papel do Estado que, no seu ponto de vista deve ser mais enxuto, sem deixar de ser proativo na economia, nas questões sociais e consciente dos perigos que ameaçam a natureza. Para isso, são necessárias políticas públicas que gerem soluções, principalmente para satisfazer as necessidades das populações locais. Políticas como as de acesso à terra, de capacitação, de assistência técnica permanente, de créditos preferenciais e acesso

organizado ao mercado. Neste caso, o economista aponta para a necessidade de focar em mercados institucionais, com a inclusão de novas tecnologias. No segundo ponto, Sachs fala de tecnologias que priorizem mão-de-obra, em vez de a excluir, como tem sido o caminho do progresso. Ao mesmo tempo, poupar os recursos naturais, que são cada vez mais escassos, por exemplo, dos solos agricultáveis e da água. Além disso, ele argumenta que essas novas tecnologias devem ser capazes de assegurar uma remuneração digna às pessoas que dela dependem e serem de fácil aplicação na produção em pequena escala, para favorecer agricultores familiares e micro-empresendimentos. De certa forma o economista defende que não devemos priorizar somente a grande escala produtiva. O pensamento de Ignacy Sachs se aproxima dos argumentos de Paul Hawken, empresário que se tornou guru dos negócios. Este guru dos negócios não acredita na “sustentabilidade” ambiental promovida pelas grandes multinacionais. Conforme SANTOS (2003), Paul Hawken considera as grandes empresas como as principais responsáveis pelos problemas envolvendo o meio ambiente, por isso ele acha insuficiente a criação de novas entidades de defesa ambiental e os investimentos destinados aos programas de preservação. Paul Hawken defende as pequenas empresas³², pois considera que são as mais éticas, idealistas e inovadoras.

Em relação ao mercado, Ignacy Sachs comenta:

(...) É importante que essas tecnologias não fiquem unicamente no que é comercial e gera mercado, mas atuem diretamente sobre o nível de vida das populações por meio de tecnologias domésticas. Como reduzir o número de horas que as mulheres gastam para buscar lenha e água? Como melhorar as condições de habitação? São questões que requerem insumos tecnológicos de enorme impacto social, embora não se traduzem pela criação de mercados para produtos (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 49).

Ignacy Sachs aponta para o enfrentamento de novos desafios do século XXI, o primeiro é o desafio das mudanças climáticas e o segundo é o social. Uma economia baseada no “desenvolvimento sustentável” deverá reduzir as emissões de gases geradores de efeito estufa para conter os riscos que podem ocorrer. Na questão social, o principal foco é a criação de novos postos de trabalho com os critérios da OIT, o que, de acordo com o depoimento do economista, não vem ocorrendo nos últimos anos numa economia mundial. Portanto, o desafio principal é

³² O que já se observa em edições de revistas especializadas em pequena empresa, como é o caso da Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, editora Globo.

aliar medidas de caráter ambiental com a luta contra a pobreza. Ao ver do economista, aí é que deve se inserir as novas tecnologias.

A inovação é necessária, pois ganharemos mais se revermos muitas técnicas, do que somente falando em abstrato, como no caso da energia eólica. Entretanto, a solução não se limita à disseminação de tecnologias existentes, para Ignacy Sachs é também importante estimular invenções de novas tecnologias, aliada à colaboração de uma Rede de Tecnologia Social, universidades e institutos de pesquisa.

No campo do design, temos outra forma de *pensamento sustentável* que vai além da dimensão tecnológica. A reportagem “Coçar a orelha com a mão certa” (BRASIL, ed. 25, 2009a), de Regina Scharf, é uma entrevista com John Thackara, design, filósofo e comunicador inglês, que propõe uma reinvenção do cotidiano para tornar nossas vidas mais “sustentáveis”.

John Thackara é um dos idealizadores que vai à contramão do que vem sendo proposto como sociedade ou “economia sustentável”. Se para a maioria a “sustentabilidade” só é possível com a adoção de um novo padrão tecnológico, para John Thackara, ao contrário, a vida deve ser desacelerada³³ e com menos tecnologia:

Na sua percepção, é hora de reduzir a circulação de pessoas e materiais no mundo e de criar uma sociedade menos veloz e mais acessível. Para tanto, propõe soluções que usam a inteligência e a observação, e que geralmente dispensam a alta tecnologia (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 35).

John Thackara é um tipo liderança empreendedora engajada nas questões ambientais. Ele acumula ações em prol do meio ambiente pelo mundo. Ele vem criando pelo mundo redes de projetos colaborativos que envolvem gente comum e designers sociais, que sirvam para simplificar a vida das pessoas. Na Inglaterra, Thackara construiu hortas comunitárias para poupar a população de deslocamentos para adquirir alimentos. São as chamadas “Paisagens Comestíveis”. Em Hong Kong, criou fóruns para discutir mudanças na economia chinesa, principalmente, a transferência do trabalho de produção de bens para o trabalho de oferta de serviços.

³³ A crise financeira global e o aumento do preço do petróleo ajudaram a diminuir em 50% as emissões, de acordo com os dados da agência *Netherlands Environmental Assessment (NEAA)*, que avaliou a quantidade de emissões globais de CO₂. (IDEIA, ed. 17, 2009a). A crise significou uma breve desaceleração do crescimento econômico, além disso, a pesquisa apontou mais dois fenômenos que contribuíram para a diminuição de gases poluentes lançados na atmosfera. O primeiro foi a adoção de alguns países no uso de novas fontes de energia renovável, como biocombustíveis e energia eólica e o segundo foi a queda de consumo global de petróleo.

Na França, organizou a *City Eco Lab*, *show-room* de projetos de criação de moedas alternativas, permacultura e agricultura comunitária. No Brasil, Thackara está envolvido no projeto “Momento Monumento”, um tipo de empreendimento social para dar utilidade a um prédio abandonado no Largo do Paissandu, no centro de São Paulo, transformando-o num Centro Cultural. Ele também está em contato com uma rede de escolas, que conecta uma empresa brasileira de design, localizada em São Paulo, que trabalha com artesanato, e com a rede de reciclagem, que propõe a reaproveitamento da tecnologia, como a dos velhos computadores. Contudo, o mais importante dos seus projetos é a série de conferências *Doors of Perception* (Portas da Percepção), promovidas a cada dois anos, desde 1993, um evento que reúne pessoas que criam inovações que exploram o uso da tecnologia da informação e do design para construir cenários mais “sustentáveis”.

Para John Thackara, o futuro não será uma ficção científica, ou seja, não será muito diferente do que é agora, porém menos enlouquecido e destrutivo:

(...) a ideia de que temos de consumir ainda e construir ainda mais, sempre mais, já não se sustenta. Precisamos de um modelo de desenvolvimento que esteja mais atento ao contexto em que vivemos e que leve em consideração o capital social e os serviços prestados pelos sistemas ambientais. Só assim substituiremos o desenvolvimento insensível pelo design consciente (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 35).

Algumas coisas deixarão de existir, como viagens aéreas, *fast food* e *spas* de saúde no alto de arranha-céus. Neste novo mundo, o design e a criatividade possuem um papel importante. “*Cerca de 80% do impacto ambiental dos produtos, dos serviços e das infraestruturas que temos hoje são determinados pelo seu design*” (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 26). Segundo John Thackara, o design provoca um impacto enorme no meio ambiente, pois é responsável pela definição dos materiais e da energia necessários para sua confecção. Neste sentido, o design tem que ser pensado de maneira eficiente, com o melhor uso dos recursos. Mas para Thackara, as soluções não podem ser encontradas sozinhas, mas achadas em discussões coletivas. Grupos são mais criativos, portanto, devem encontrar formas de conectar as pessoas e organizações. Um bom exemplo para Thackara são as *Transition Towns*. Um movimento criado pelo permaculturista Rob Hopkins, que defende a implementação de comunidades autossuficientes, que são mais resistentes a crises ambientais e financeiras. Hoje, esse movimento cresce tanto que já chegou a 14 países, com 8 mil iniciativas de transição.

Parece que a substituição da rapidez pela proximidade é a principal mensagem que Thackara passa. Entendendo que os seres humanos não irão deixar de se mover, devem fazê-lo com eficiência, por exemplo, a utilização de transporte urbano, que é mais eficiente até mesmo em relação ao carro elétrico, que utiliza muitos metais pesados nas baterias de energia. Segundo Thackara: *“Se você usa uma tecnologia inteligente num produto sem sentido, terá um produto idiota”*. Portanto, por mais que a indústria produza carros elétricos, as cidades continuam com problemas de tráfego.

John Thackara expressa seu desejo de que as pessoas busquem objetivos realmente significativos para suas vidas diárias. Somente deste modo é possível criar condições para que a vida continue e com mais qualidade:

Não é minha função tornar as pessoas felizes, mas tenho observado que a participação em atividades de design lhes traz felicidade (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 30).

4.7 Selos, Relatórios, Educação Ambiental e “Consumo Consciente”

Começaremos apresentando o selo *Global Compact*, um tipo de certificado que busca reunir a comunidade empresarial internacional para apoiar e disseminar valores éticos nas práticas comerciais. Na reportagem, Darlene Menconi, “Certificado Pioneiro” (BRASIL, ed. 26, 2009b), aborda as possibilidades do primeiro pacto de adesão voluntária que reúne empresas para discutir a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. O selo surgiu em 2000, quando executivos, ONGs e sindicatos de trabalhadores de diversos países reuniram-se com Kofi Annan, secretário geral da ONU, em Nova Iorque, criaram ações que aliavam os negócios aos dez princípios universais aceitos: direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Atualmente o acordo possui sete mil participantes, sendo 320 empresas brasileiras, a quinta maior rede mundial, só ficando atrás de Espanha, França, México e Estados Unidos:

“O Pacto é uma ampla carta de princípios, uma visão que deve fazer parte de todas as ações corporativas”, diz Sônia Favaretto, superintendente de Sustentabilidade do Itaú Unibanco. Na instituição financeira, ela exemplifica, essa visão orienta desde a seleção dos funcionários, o respeito aos acordos sindicais e aos direitos humanos básicos até a política

de acesso ao microcrédito ou a opção por investimentos. Um exemplo é a Usina Bandeirantes, que gera energia a partir da combustão do gás proveniente do lixo do aterro de mesmo nome, em São Paulo (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 45).

A criação deste pacto está relacionada a algumas dificuldades que os mercados globais apresentam. Dificuldades quanto à questão legal, moral e comercial de promover o cumprimento dos direitos humanos. A necessidade da transparência nas parcerias com fornecedores e nas operações em outros países:

O objetivo do compromisso é mostrar que a defesa dos direitos humanos, a eliminação de trabalho forçado ou infantil e o combate ao preconceito e à discriminação por gênero, raça e doença, não significam apenas uma política de gerenciamento de risco ou de cumprimento de normas. Embutir esse conceito na visão estratégica abre uma janela de oportunidade para a cidadania corporativa responsável (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 45).

Entretanto, o pacto tem muitos desafios. Um deles é a crítica que o acusa de ter critérios muito amplos e gerais. As empresas demandam mais pragmatismo, com temas mais focados, concretos e mensuráveis. Além disso, o *Global Compact* tem pouca visibilidade, porque surgiram outros acordos que roubaram a cena: Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da Bovespa, o padrão de relatório socioambiental GRI e o Índice Dow Jones de Sustentabilidade (DJSI). A esses problemas, o pacto tem respondido com o lançamento de comitês de trabalho sobre questões críticas e específicas, como mudanças climáticas (*Caring for Climate*), água, educação para gestão empresarial e investimento responsável. O objetivo é avançar tanto em soluções práticas, como na sensibilização para o desenvolvimento de políticas públicas.

Já o indicador *Leadership in energy and environment* (LEED) é outro tipo de certificação que já acumula 100 mil empreendimentos em todo o mundo. O LEED foi criado pela organização não governamental *United States Green Building Council* (USGBC), com o objetivo de trazer a “sustentabilidade” para o setor de construção civil. Mas segundo a reportagem de Conrado Loiola, a possibilidade de certificação na construção civil ainda é tema de muitas controvérsias (BRASIL, ed. 26, 2009b).

No Brasil, a representante da ONG USGBC (norte-americana) é a organização GBC Brasil, que atua desde 2004. A GBC Brasil já certificou a agência do Banco Real em Cotia (SP), a primeira na América do Sul a receber o selo, e o

prédio da Universidade Petrobras, no Rio de Janeiro. Hoje, a GBC Brasil já tem cento e trinta e nove (139) pedidos de certificação.

Conrado Loiola aponta as vantagens que a GBC Brasil traz para a “sustentabilidade”. Um empreendimento certificado com LEED prioriza o acompanhamento de todo o processo, valorizando a eficiência da construção, operação e descarte de resíduos. A LEED avalia sessenta e nove (69) critérios. Nos projetos com LEED, a obra prioriza o melhor reaproveitamento da água, coleta seletiva, o terreno é escolhido em uma área já consolidada para construção, evitando a expansão imobiliária e a área deve estar perto do transporte público (para não ser necessário o uso de automóveis). O chamado “Prédio Verde” também resulta em ótimas vantagens econômicas no médio e longo prazo, pois racionalizam os recursos utilizados na obra.

Segundo Cláudio Alencar, professor da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (Poli-USP), um empreendimento com critérios sustentáveis tem valorização de até 20% em sua revenda após 20 anos de uso, ao passo que a redução no valor do condomínio chega a 30%. De acordo com o GBC Brasil, essa diminuição chega a 70%, nos EUA (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 42).

Entretanto, o LEED recebe muitas críticas. Uma das principais críticas é o critério de padronização. Isto é, o LEED foi desenvolvido a partir das demandas do setor da construção civil nos EUA, que são aplicadas sem levar em consideração as exigências locais. Ao fazer isso, os critérios para a certificação que o LEED define acabam por gerar outros problemas, como desperdício de materiais e falta de inclusão sociais (nos aspectos trabalhistas):

As condições de trabalho na construção civil, por exemplo, não são avaliadas. “A presença da informalidade na cadeia produtiva é ignorada, tornando possível a certificação de empreendimentos que não pagam impostos ou não cumprem legislações trabalhistas”, afirma John. Um flagrante disso aconteceu em 2008, na construção do complexo residencial Parque Cidade Jardim, de 80 mil m², em São Paulo. Os operários paralizaram duas vezes a marginal do Rio Pinheiros, em protesto contra atraso de salários e ausência de benefícios. Entretanto, o Shopping Cidade Jardim, que faz parte do complexo, recebeu o selo LEED (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 41).

Segundo Conrado Loiola, o GBC Brasil responde às críticas com o anúncio da adaptação do selo LEED à realidade brasileira. O novo projeto do selo inclui novas categorias referentes à biodiversidade e ao impacto social positivo da construção.

Além do LEED, no Brasil também existem alternativas de certificação para edifícios. Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) e a Eletrobrás (responsável pelo Programa Nacional de Conservação de Energia - selo Procel) desenvolveram em conjunto uma etiqueta que avalia soluções de conservação e redução do consumo de energia. Mas a proposta ainda funciona com a iniciativa voluntária de empreendimentos da construção civil.

Os selos ainda podem trazer garantias no momento da prestação de contas. No setor da construção civil, o jornalista Gustavo Magaldi fala sobre os investimentos que irão girar em torno do evento Olimpíadas de 2016, que ocorrerá no Rio de Janeiro. Conforme dados do Comitê Olímpico Brasileiro, a construção e a reforma dos ginásios esportivos podem custar aproximadamente vinte e cinco bilhões de reais (BRASIL, ed. 26, 2009b). Nesta reportagem a questão levantada é sobre a prestação de contas. Não é uma tentativa de afirmar alguma suspeita sobre alguma possibilidade de desvio de verbas, mas mostrar algumas experiências de relatórios de “sustentabilidade” baseados no padrão GRI, isto é, escolher um bom método que permite prestar contas de forma transparente e abrangente. Além do balanço das receitas e despesas, o GRI revela como é feita a gestão dos impactos sociais e ambientais do evento. O selo pode vir a dar mais credibilidade ao evento.

A expansão das certificações vem desde a década de 80, momento maior de sensibilização ambiental da sociedade diante dos problemas da poluição, de acordo com a reportagem “Mercado da Garantia”, de Ana Carolina Addário (IDEIA, ed. 18, 2009b), de lá para cá cada vez mais os selos fazem parte dos negócios, e estão se tornando mais democráticos e públicos:

Diante de um cenário em que as questões socioambientais estão cada vez mais presentes na construção de valores da sociedade, as empresas se viram obrigadas a adequar seus processos e modelos de negócios a novas demandas por parte dos governos, consumidores, acionistas, entre outras stakeholders. Uso mais eficiente de recursos naturais, procedência de matéria-prima, condições de trabalho seguras, respeito às comunidades locais, gestão de resíduos são temas que ganharam destaque na gestão das organizações. Seguindo a rota do movimento de qualidade total, na década de 90 e anos 2000, surgiu uma série de certificações para atestar processos e produtos em conformidade com padrões de sustentabilidade. Com o tempo, elas se consolidaram como ferramentas de gestão e elementos de diferenciação de mercado ao fazer uso de selos que representam hoje a principal forma de comunicação de vantagens socioambientais (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 78).

Para Jacques Demojorovic, coordenador do curso de bacharelado em administração voltado para gestão ambiental do Senac São Paulo, os certificados socioambientais vão passar a ser um dos motivadores na hora da compra de produtos, pois eles possuem informações sobre a procedência e sobre o uso de agrotóxicos.

Ana Carolina Addário menciona o fato de que as diferentes certificadoras adotam um sistema de valores estabelecido por outras instituições. Por exemplo, o *International Organization for Standardization* (ISO), realiza vistorias dos modos de produção da empresa contratante do serviço. Se atender a todas essas exigências, a companhia recebe um selo de responsabilidade socioambiental. Uma vez obtidos, sua manutenção depende de resultados a serem verificados por auditorias periódicas:

Segundo dados divulgados pelo levantamento *The ISO Survey of Certifications 2007* (A pesquisa das certificações ISO), em 1996, existiam apenas 1.491 companhias no mundo que faziam uso de selos ambientais, sendo apenas 12 brasileiras. Em 2007, esse número saltou para 154.572 empresas em todo o mundo, envolvendo mais de 148 países. No Brasil, o número passou para 1.872 empresas certificadas. Em escala global, o lugar mais alto do ranking dos países com o maior número de certificações em todo o mundo ficou com a China e suas 30.489 empresas certificadas, seguida pelo Japão, com 27.955, e pela Espanha, com 13.852. Na América Latina, o Brasil lidera a corrida pelas certificações, seguido pela Argentina, com 1.011, e um pouco mais distante, pelo Chile, com 492 empresas contempladas pela ISO 14001 (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 79).

Os dados do trecho acima dão a ideia da expansão da certificação. O que chama mais a atenção é a participação da China, com o maior número de empresas certificadas. Ana Carolina Addário fala da importância da certificação para agregar valor à imagem da empresa, e facilitar no mercado externo.

Também segundo a mesma matéria, os selos estão ganhando outros significados. A certificação ambiental começa a funcionar como parâmetro para análises de risco financeiro de seguradoras, bancos, fornecedoras de empréstimos etc. Para Demajorovi:

(...) No setor bancário a dinâmica é a mesma. Para o banco que concede um empréstimo a indústrias com possíveis impactos ambientais, possuir uma certificação diminui a possibilidade de acidentes desse gênero acontecer, reproduzindo a impressão de incapacidade de pagamento e eximindo o banco da co-responsabilidade de possíveis impactos ocorridos (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 79).

A GRI também vem adotando a consultoria pública para aprimorar seu modelo de relatório. De acordo com o artigo “O que querem os leitores dos relatórios?” texto de Ernst Legterignen (presidente da GRI), fala sobre a nova plataforma de pontuação da organização, o *Readers’ Choice Awards* (pode ser acessado pelo endereço eletrônico: <<http://awards.globalreporting.org>>.), trata-se de um questionário que avalia as expectativas dos leitores do relatório GRI. Desde 2008 o formulário é enviado para as grandes e pequenas empresas em todo o mundo, com a finalidade de coletar a opinião dos leitores do relatório GRI sobre “sustentabilidade”. Um dos maiores interesses apontados pelos leitores do relatório, segundo Ernst Legterignen, é o desejo de ver no documento a relação entre questões de “sustentabilidade” e as estratégias da organização (IDEIA, ed. 18, 2009b).

A participação dos stakeholders em processos de construção de relatórios é o tema que Marcelo Bertini Aversa (Partner da BSD Brasil e mestre em Gestão Estratégica em Responsabilidade Social, Gestão Pública e Terceiro Setor) trata no artigo “Materialidade dos relatórios – engajamento ou gestão da sustentabilidade”. Muitas empresas organizam encontros para reunir diversos atores sociais, na tentativa de engajá-los na participação da metodologia “painéis de stakeholders”, que tem o objetivo de aplicar as exigências das diretrizes do GRI.

Para Marcelo Bertini Aversa a participação dos *stakeholders* estrutura a “matriz de materialidade”, isto é, define os assuntos relevantes que serão tratados no relatório GRI, com a inclusão da visão das partes interessadas e a visão interna da organização. Isto colabora para que o relatório trate de forma objetiva e direta relevantes para a “sustentabilidade”. Entretanto, segundo o consultor:

O desafio das empresas não deve se limitar à realização de um painel de stakeholders ou a publicação do relatório com a matriz de materialidade. A grande oportunidade, a partir do estabelecimento da materialidade, está em incorporar as expectativas legítimas dos stakeholders nas estratégias de negócios. O engajamento permite à empresa se aproximar dos stakeholders, exercitar o diálogo, a capacidade de ouvir e principalmente em se antecipar às demandas futuras (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 26).

Marcelo Bertini Avesa defende o melhor aproveitamento no momento em que são reunidos os diferentes atores sociais. Na sua convicção, a aproximação dos stakeholders deve objetivar também a identificação de riscos e oportunidades, o que torna a elaboração do relatório parte do processo de gestão e relacionamento

estratégico. Neste sentido, de acordo com Marcelo Bertini Avesa, esta nova dinâmica se aproxima à lógica da norma AA1000, certificação que busca incorporar na gestão da empresa, através da participação dos stakeholders, aspectos sociais, ambientais e éticos as estratégias de suas operações. Portanto, para o auditor, as certificações GRI e AA1000 só tendem a favorecer mais a forma de se fazer negócio.

No artigo “Além do Voluntarismo”, Ernst Legterignen fala de regulamentação dos relatórios socioambientais. Ele defende que os governos devem exigir das companhias informações econômicas, sociais e ambientais, ou que expliquem porque não podem fazê-lo. Na França, os relatórios ESG são obrigatórios por lei; na Suécia foi estabelecido que todas as empresas públicas publiquem relatórios de “sustentabilidade”; na Dinamarca foi aprovada a lei *Social Responsibility for Large Businesses*, que exige das maiores companhias do país a publicação do desempenho econômico, ambiental e social, e na Noruega lançou-se o relatório *Corporate Social Responsibility in a Global Economy*, que descreve como as empresas daquele país podem fazer uso das ferramentas para elaboração de relatórios de “sustentabilidade”. Esses são alguns exemplos para mostrar, segundo Ernst Legterignen, casos em que mercados e processos democráticos podem reforçar a importância da transparência e evitar consequências indesejáveis como a crise que ocorreu em 2008 (IDEIA, ed. 17, 2009a).

A reportagem “Evolução dos relatórios de sustentabilidade” fala sobre os avanços que os relatórios socioambientais sofreram nas últimas décadas. Nos anos 60, as empresas norte-americanas começaram a publicar informações de sua atividade devido às exigências da sociedade civil. Em meados dos anos 70, a sociedade europeia começou a cobrar das empresas a divulgação de relatórios sociais. No Brasil, o Instituto Ethos publica desde 2001 o Guia de Elaboração do Balanço Social. Atualmente, o modelo de relatório mais consultado é o GRI, que conseguiu padronizar algumas diretrizes mundiais (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a).

O avanço na qualidade dos relatórios está associada às avaliações que são feitas em determinado período para testar a credibilidade das informações contidas no documento, é o chamado *feedback*. Conforme a reportagem, duas iniciativas se destacaram. A primeira foi a consultoria *Sustainability*, que realiza avaliação em diversos países com o objetivo de identificar as melhores práticas de relatórios de “sustentabilidade”, além de dar destaque aos principais desafios e oportunidades. A

segunda é a *BSD Consulting*, que avalia técnicas de relatórios com uma ferramenta específica, seu principal objetivo é apontar as principais informações e os pontos fortes no processo de relato.

No Brasil, os relatórios surgiram na década de 80, e são chamados até hoje de balanço social, ferramenta administrativa elaborada pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Segundo OLIVEIRA (2005), o modelo IBASE de documento é diferente dos relatórios anuais das empresas que visam divulgar informações principalmente aos acionistas. O conceito básico do balanço social é difundir informações que interessem a outros *stakeholders* além dos acionistas, como sindicatos, empregados e seus familiares, comunidades afetadas pela empresa, mídia e ONGs com determinados interesses na empresa (ambientalistas, por exemplo). Para isto, o balanço social deve conter informações qualitativa e quantitativa sobre como a empresa está desempenhando sua função social e ambiental na sociedade e sua relação com os diversos *stakeholders*. Na época em que surgiu a ideia de Balanço Social, o IBASE era liderado pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), que foi o principal responsável por promover campanhas voltadas para os setores empresariais, estimulando a publicação de documentos (baseados no Modelo IBASE) com informações sobre atividades econômicas, sociais e ambientais. O documento era uma forma de criar um movimento de transparência de organizações públicas e privadas. A atitude de Betinho abriu discussões mais amplas com os empresários, o que resultou no reconhecimento do modelo de relatório, que foi adotado pela grande maioria das grandes empresas brasileiras, aperfeiçoado e hoje serve como um referencial no Brasil e no exterior. De acordo com Oliveira, o balanço social é incentivado por diversas organizações, como o Instituto Ethos, CEBDS e a Federação Brasileira de Bancos (Febraban). Estas organizações são as principais promotoras da ideia de Responsabilidade Social ou Socioambiental de Empresas (RSE).

Não há um uma lista rígida de coisas que uma empresa deve fazer para ser socialmente responsável. Porém, apesar de não existir uma definição consensual, responsabilidade social envolve uma gestão empresarial mais transparente e ética e a inserção de preocupações sociais e ambientais nas decisões e resultados das empresas. RSE diz respeito à maneira como as empresas agem, como impactam e como se relacionam com o meio ambiente e suas partes legitimamente interessadas (os chamados "stakeholders"). Tudo isto reflete governança corporativa, ou seja, como uma organização é governada, e conseqüentemente afeta seus resultados econômico-financeiros (OLIVEIRA, 2003).

Oliveira desenvolveu estudos sobre os relatórios socioambientais das quinhentas (500) maiores empresas S.A. não financeiras no Brasil. Sua pesquisa revelou que quanto maiores são as empresas, mais elas publicam balanços sociais. Além disso, as empresas brasileiras divulgam balanços sociais em número similar às maiores empresas internacionais. Alguns motivos explicam a tendência do crescimento da adoção dos relatórios pelas empresas. Para Oliveira, as empresas estão buscando alternativas de se diferenciar, abrir novos mercados e melhorar sua competitividade devido à abertura do mercado nacional e oportunidades de exportações. Neste sentido, a responsabilidade socioambiental pode trazer esta diferenciação. Apesar de que, com a democratização, diminuição do papel do Estado, maior atuação da mídia e conscientização da sociedade civil, a pressão social e política para uma maior responsabilidade socioambiental e transparência das empresas tende também a aumentar.

Oliveira fala também das mudanças ocorridas com os stakeholders, a relação com as partes legitimamente interessadas, pois há um crescente interesse dos acionistas em informações socioambientais de suas empresas. Isto cria uma nova demanda, incentivando mais publicações de balanços sociais com dados sobre a responsabilidade social da empresa. Informações que ajudam os stakeholders no planejamento e nas decisões. O documento também pode revelar aspectos antes não conhecidos pela empresa ou pelos stakeholders. Além disso, o documento passou a envolver uma maior transparência e a prestação de contas a diversos atores sociais que não eram tão importantes no processo decisório. Estes atores incluem comunidades, empregados, famílias dos empregados e organizações não governamentais (ONGs). Desta forma, empresas passaram a ser mais avaliadas por suas atitudes e comportamentos frente a questões socioambientais:

(...) Entretanto, RSE deve ser resultado de uma construção política e social com os diferentes *stakeholders*. O papel do Balanço Social surge a partir daí, ou seja, não somente informar de maneira organizada aos *stakeholders* o que a empresa tem feito, mas envolve a maneira como ele é construído com os diversos *stakeholders*, e isto inclui também a divulgação de uma avaliação franca do que não tem sido feito e da opinião dos *stakeholders* sobre as ações da empresa (OLIVEIRA, 2003).

As informações contidas no documento podem variar a partir do tipo de pressão dos *stakeholders*, do interesse e da capacidade da empresa de elaborar os balanços sociais. Muitos dos balanços sociais apresentados no relatório anual são

auditados por empresas independentes especializadas, principalmente aqueles que vêm junto com o relatório anual, é uma visão de fora da organização. Geralmente são dados técnicos, que falam sobre o setor industrial, tamanho, tipo gerencial, contexto, temporalidade de atuação da empresa, relações de emprego, benefícios trabalhistas. Já houve ainda tendências em padrões de relatórios após o surgimento do modelo IBASE, eram documentos que priorizavam os aspectos de gestão e transparência, igual às pesquisas de *Benchmarking* do Instituto Ethos. A CEBS também criou seu padrão, os relatórios focavam mais informações ambientais. Hoje, essas diferentes informações se encontram em apenas um documento e sua divulgação é principalmente pela via da disponibilização na Internet. Em relação à padronização, segundo OLIVEIRA (2003), o GRI tenta difundir a importância de publicar relatórios com padronização mínima, para que sejam de utilidade aos diferentes *stakeholders*. Neste sentido, existe quem defende a simplicidade do relatório, pois muitos *stakeholders* não dominam a linguagem técnica, dos balanços financeiros. Por exemplo, de acordo com Oliveira, muitas vezes as empresas quando colocam pontos negativos nos relatórios, tendem a fazê-lo de uma forma mais defensiva, tentando explicá-los. Seria usado como uma tentativa de legitimação frente aos *stakeholders*, apresentando uma falsa realidade. Já em outros relatórios, os balanços sociais na realidade parecem material de divulgação comercial da empresa, usando ações socioambientais como uma estratégia de propaganda, o que pode ter um efeito contrário em relação à credibilidade da empresa à crença na ideia de responsabilidade social, assim, levar a uma perda de confiança dos *stakeholders*. Além disso, alguns setores como de aeronaves, petróleo, produtos do fumo, eletricidade, gás, papel e celulose são mais questionados pelos diversos atores sociais, pois lidam com atividades com alto potencial de impactos ambientais e sociais, portanto, o relatório serve como uma maneira de tentar mostrar e sensibilizar os *stakeholders*, assim como a empresa, a tratar destes aspectos. Contudo, conforme Oliveira, os relatórios ainda são insatisfatórios, porque existem problemas com a qualidade das informações contidas nos balanços sociais. Muitos balanços sociais não servem para fazer *benchmarking* para uma comparação entre empresas ou para uma análise temporal. Além disso, estes documentos não estão regulamentados pelo poder público, o que não garante muita credibilidade da informação publicada. A publicação ou não do balanço não indica que a empresa seja mais ou menos socialmente responsável que outras, mas é importante um

movimento de regulação para melhorar a objetividade das informações, uma vez que já existem alguns setores mais regulados, como o setor de eletricidade, que é obrigado a publicá-lo desde 2003. Outros setores devem passar por um processo de normatização voluntária para que não percam legitimidade, já existem projetos de obrigatoriedade de divulgação do Balanço Social por empresas com faturamento anual superior a R\$ 150 milhões e ativos de mais de R\$ 120 milhões, mesmo que não tenham capital aberto.

Uma tendência dentro da noção de “sustentabilidade” é a produção de certificações que dão aval e legitimam as formas produtivas. Um exemplo é a norma SA8000³⁴, criada pela organização *Social Accountability Internacional* (SAI), uma organização sem fins lucrativos que tem o objetivo de melhoria dos ambientes de trabalho e das comunidades. O selo conta com o engajamento de empresas líderes que aderem a este tipo de instrumento administrativo, voltados para a “gestão social”.

A norma SA8000 define nove princípios:

1. **Trabalho Infantil:** não deve ser utilizado;
 2. **Trabalho Forçado:** as pessoas têm o direito de mudar de emprego e não devem ser forçadas a trabalhar;
 3. **Saúde & Segurança:** as pessoas não devem ser colocadas em perigo no trabalho;
 4. **Liberdade de associação e direito à negociação coletiva:** as pessoas têm o direito de se organizar e ser ouvidas o trabalho;
 5. **Discriminação:** contratação, salários e promoções devem ser igualitárias e justas;
 6. **Disciplina:** as pessoas não devem sofrer abuso no trabalho e devem estar livres de punição corporal;
 7. **Horas de trabalho:** horas extras são limitadas, voluntárias e pagas a um valor prêmio;
 8. **Remuneração:** as pessoas devem receber o suficiente para viver durante uma semana regular de trabalho;
 9. **Sistemas de Gestão:** todos os itens devem ser monitorados e guiados por um sistema de gestão.
- (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 23).

No Brasil, o selo surgiu em 2002 e não teve uma grande expansão no primeiro momento, pois a legislação trabalhista brasileira, CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), possui muita qualidade, prevê benefícios e direitos a trabalhadores nos mais importantes setores industriais e de serviços. Além disso, os sindicatos recebem apoio financeiro do governo federal, o que lhes permite manter fortes organizações dentro de todos os setores do país. Mas nos últimos anos, a

³⁴ Reportagem “O impacto da SA8000” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b).

norma tem sido bem aceita nas empresas brasileiras. De acordo com a reportagem, SA8000 foi bem sucedida na integração de outras iniciativas importantes de “Responsabilidade social empresarial”. Uma delas são os indicadores do Ethos, com 40 itens estruturados em sete áreas, duas das quais têm ligações diretas com a SA8000 (relações com o pessoal e os fornecedores). Também houve integração aos itens do Índice de Empresas Sustentáveis da Bolsa de Valores brasileira (Bovespa). No Ranking ISE, 30 empresas classificadas tinham SA8000, o que tornou um valor importante para a avaliação de risco das instituições financeiras. E, por fim, a integração com as orientações dos *Relatórios de Sustentabilidade da GRI*. Empresas certificadas SA8000 têm um sistema de gestão que lhes permite relatar indicadores trabalhistas e de direitos humanos sólidos e auditados.

Setenta (70) empresas brasileiras foram certificadas e a maioria delas está ligada a negócios de exportação. Alguns estudos apontam os impactos da certificação SA8000. Nos casos investigados os ganhos para as empresas apontam redução de horas de trabalho, diminuição das taxas de absenteísmo e a melhoria nas taxas de saúde e segurança:

(...) Em certos casos, processos relacionados à SA8000 também levaram a mudanças nas abordagens de gestão da discriminação e de práticas disciplinares. Mas não foram observadas mudanças significativas nas relações sindicais, já que a posição dos sindicatos brasileiros sobre a SA8000 ainda não é clara. Diferentes de outros países, os sindicatos no Brasil não estão fortemente empenhados na norma. Um grande problema é que por vezes os sindicatos consideram o representante do trabalhador da SA como concorrentes, que podem prejudicar os processos eleitorais (PRIMERIO, ed. 15, 2009b, p. 24).

Apesar destas melhorias, surgiram algumas desconfianças de sindicalistas em relação ao selo, pois significava um tipo de concorrência que poderia prejudicar os processos eleitorais. Assim os representantes da SA8000 não eram bem vistos. A partir desta situação, em 2008 a SAI modificou a norma para solucionar o problema. Ela começou a buscar representantes do selo no próprio sindicato dos funcionários, o que foi uma decisão bem sucedida de acordo com a matéria analisada.

Outros desafios se apresentam para a SA8000 no Brasil. Conforme a reportagem, a SAI identificou a grande diferença entre pequenas e médias empresas, o que gera muitas injustiças na cadeia produtiva, talvez as áreas mais críticas sejam o agronegócio, a indústria do vestuário, da construção e a indústria siderúrgica.

Beat Grüninger (BSD *consulting*) disserta no artigo “O empurrão saudável da certificação” na possibilidade da situação “ganha-ganha” para todas as partes, empresas, trabalhadores e sociedade. Para Beat Grüninger, a norma SA8000 não vem para competir com nossa legislação trabalhista, umas das mais sofisticadas, admiradas e elogiadas no mundo inteiro, no entanto, mesmo sendo o aparelho jurídico da CLT invejável, infelizmente os direitos conquistados não são cumpridos e não são respeitados em muitos setores brasileiros. O governo brasileiro também falha em garantir estes direitos. Para Beat Grüninger, isso significa que não basta simplesmente colocar as leis no papel, é preciso uma sociedade consciente e atuante. O que começou a ocorrer com o mercado globalizado e a crescente mobilização de organizações Ibase, Andi, Ethos e a Repórter Brasil. Assim criou-se um esforço maior para que as empresas comprovassem, também para os compradores estrangeiros, a situação dos direitos humanos dentro da organização:

No mundo de um comércio globalizado, consumidores e clientes estão mais exigentes do que nunca. Eles têm grandes expectativas sobre preço, qualidade e conveniência. Mas pesquisas recentes também mostram que um grande e crescente número de investidores toma suas decisões influenciado pelo desempenho social (e ambiental) de uma empresa. Investidores e empresas responsáveis precisam se prevenir ao fazer negócios com empresas que violam direitos de trabalhadores, danificam o meio ambiente e corrompem o governo. A rede global de comunicação significa que um escândalo de hoje de uma remota fábrica no Brasil pode tornar-se uma manchete mundial amanhã (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 25).

Para Beat Grüninger, a norma SA8000 vem para complementar com garantias de que realmente os trabalhadores estão sendo respeitados. É um instrumento útil e eficaz, porque trata de avaliar toda a cadeia produtiva e ao mesmo tempo desenvolve relacionamentos mais fortes com trabalhadores, sindicatos, clientes, ONGs e governo.

O discurso e prática empresariais são relações que vêm merecendo atenção dos pesquisadores, principalmente as ações de responsabilidade social empresarial, que, na redefinição de medidas filantrópicas, acabam apenas atenuando o drama social, por exemplo, o da exclusão, e, ao mesmo tempo, ocultando a profundidade do problema e os deslizos da política pública para combater a questão. Além disso, existe a suposição de que “responsabilidade social” é um tipo de recurso simbólico para a promoção da imagem da empresa, o marketing, capaz de conquistar e criar novas formas de lealdade dos clientes. Neste sentido, é questionada a possibilidade

de um novo modelo de “solidariedade” e de “cidadania empresarial” que se constituiria em uma prática que fomente a democracia social (PAOLI, 2003). E é no âmbito desta discussão que PINCELLI (2005) realizou um estudo sobre o discurso do programa de responsabilidade social da empresa Souza Cruz, “*O Futuro é Agora*”, para a eliminação do trabalho infanto-juvenil nas fumiculturas do Estado de Santa Catarina. O estudo teve como objetivo relacionar a linguagem utilizada pela empresa, com as condições de produção do seu discurso. A principal problemática da pesquisa era o trabalho infantil e as práticas conflituosas da proteção aos direitos fundamentais da criança e do adolescente.

Denúncias de irregularidades com a utilização da mão-de-obra infantil que apontavam violações aos direitos sociais de crianças e adolescentes, previstos na Constituição Federal e no Estatuto da Criança e do Adolescente, eram frequentes e recebidas no Ministério Público da região para investigação. O conflito entre esta prática social e a legislação de proteção aos direitos da criança e do adolescente leva Pincelli a fazer uma discussão a respeito do sentido do trabalho dos filhos dos produtores de fumo com relação à família, a fumageira e ao Estado. O programa “*O Futuro é Agora*” surgiu pela iniciativa da Souza Cruz, como o caminho para solução da questão social da utilização da mão-de-obra infantil na fumicultura. A partir deste fato, o estudo de Pincelli procura perceber como a empresa legitima sua ação de agente socialmente responsável, e como a linguagem utilizada a coloca na posição de um ator que luta pela defesa da cidadania para os filhos dos produtores de fumo. A ideologia da Souza Cruz no programa de responsabilidade social une-se ao discurso universal da educação, como fonte de cidadania.

Entretanto, Pincelli observa que o trabalho de crianças e adolescentes na fumicultura tem outro sentido daquele pré-concebido pelas repercussões sociais contra a atividade. Para a pesquisadora, as ações contra as atividades produtivas de fumo estavam baseadas na crença da separação entre produção e subjetividade pessoal. Na agricultura familiar, essas dimensões estão juntas, pois o agricultor é tanto o gestor quanto o executor, e a unidade de produção agrícola, propriedade, e o trabalho estão intimamente ligados à família, que tecerá as estratégias de reprodução social de modo que seja utilizada a força de trabalho dos seus membros da melhor forma possível, em uma lógica própria, que não se confunde com a lógica capitalista voltada para a produção de bens de consumo.

Porém, a autonomia da família agrícola é abalada pelos preços pagos cada vez mais baixos da produção de alimentos. O que a coloca numa escolha racional pela opção do cultivo do fumo, pois a produção de tabaco é muito mais viável economicamente no sul do Brasil. O fumo é a produção agrícola mais rentável para a agricultura familiar, sendo este o motivo pelo qual milhares de famílias se dedicam a esta cultura produtiva. Ao escolher a prática da fumicultura, a família produtora se submete às condições impostas pelo contrato de integração com a fumageira, em troca tem o amparo técnico e financeiro da empresa, para a produção da safra contratada. Portanto, percebe-se que o discurso voltado para a eliminação da mão-obra-infantil retira o caráter da atividade fumicultura das suas condições históricas de existência, práticas sociais de uma agricultura familiar inserida no sistema de integração com a agroindústria, o que oculta o papel da Souza Cruz, empresa que também tem responsabilidades relacionadas com a temática do trabalho infanto-juvenil no cultivo do fumo. Ou seja, a família produtora estará submetida à racionalidade determinada pelo capital econômico e técnico da fumageira, todos os membros trabalharão em seu ciclo produtivo, que requer a utilização de mão-de-obra intensiva.

O exemplo da fumicultura coloca o debate de selos e relatórios numa dimensão mais complexa. De certa forma é necessário melhor atenção aos novos “instrumentos” que os agentes do mercado vem aderindo e se legitimando. Os selos e relatórios estão conseguindo aliar comunicação, exigências sociais, controle social, novos capitais, imagem etc., que não seriam possíveis sem uma nova pedagogia.

No âmbito da discussão dos relatórios e selos, também foi possível perceber que seus sentidos podem ser reforçados através da Educação Ambiental. Segundo CARVALHO (2001), o espaço da Educação Ambiental começa surgir na década de 70, ganha visibilidade nos anos 80, momento de ascensão de movimentos sociais e de forte debate político entre intelectuais, cientistas e militantes. Período de ampliação da esfera pública e o ganho de uma série de direitos reivindicados: das mulheres, direito a livre escolha sexual, direito a informação, direito ao meio ambiente, etc. Entretanto, as ações ecológicas só começam a ganhar força com a criação das ONGs no Brasil, já que na temática ambiental havia resistência entre os movimentos de trabalhadores e sindicais.

De acordo com a autora, é na década de 90 que a luta ambiental conquista os diversos movimentos populares, que assumem a temática. Carvalho cita a

importância da liderança de Chico Mendes na transição entre o movimento popular para o movimento ecológico. O que evidencia a dimensão das lutas de interesse em torno dos bens naturais e a diversidade cultural que envolve a produção de sentidos sobre a natureza, na construção de possibilidades de reconhecimentos culturais e reivindicações de direitos e cidadania, para o acesso e o uso dos recursos ambientais. Mas é na ECO 92 que ocorre um novo processo histórico para os educadores ambientais, abrindo oportunidades de circulação de profissionais que militavam e que estavam em outros campos e experiências. É na ECO 92 que são traçados os rumos da Educação Ambiental, mais especificamente no Grupo de Trabalho (GT), que trata da temática. O GT Educação Ambiental contou com a presença da grande maioria das pessoas que participaram na prévia da conferência, isto é, no Fórum Brasileiro de Movimentos Sociais e ONGs para o Meio Ambiente Desenvolvimento (Fórum das ONGs). Neste encontro preparatório, a pesquisadora observa o surgimento de um novo *sujeito político*, que iria somar e trocar experiências importantes na pauta das discussões do GT e, posteriormente, na participação da construção do campo da Educação Ambiental:

O Fórum poderia ser descrito como díspar em seus níveis de organicidade, reunindo tanto os recém chegados à cena política quanto a velha guarda dos movimentos sociais, ambientalistas históricos e novos ambientalizados, movimentos de base e culturais, educadores formais e não formais. Neste universo social extremamente plural, a identidade e as afinidades entre os grupos eram permanentemente negociadas. Se, por um lado, este espaço aberto de comunicação dava visibilidade e plausibilidade a um campo ambiental ampliado, o alargamento do espectro ideológico e temático colocava em risco a identidade ambiental nucleadora do Fórum. Esta tensão foi permanente. O esforço de ampliação do ambiental, no entanto, não impediu que o Fórum construí-se uma identidade política sob o signo da qualidade de vida e da crítica ao modelo de desenvolvimento vigente. Muitos movimentos não ambientais passam a compor com o Fórum incorporando uma dimensão ambiental em suas agendas, sem por isso tornarem-se entidades ambientalistas, criando uma categoria de "ambientalistas no seu sentido amplo". Talvez isto tenha sido a liga que deu sustentação a este coletivo, atravessado por disputas e grande diversidade. O que unia o Fórum era a crítica ao *status quo* — emblematizado pelo modelo hegemônico de desenvolvimento (CARVALHO, 2001, p. 304).

De acordo com CARVALHO (2001), o GT foi a base da organização da 1ª Jornada de Educação Ambiental (ocorrida no Fórum Global), que resultou no Tratado de Educação Ambiental. Este processo, e outros eventos, culminaram na formação da Rede Nacional de Educação Ambiental (REBEA).

Hoje, a educação ambiental permeia cada vez mais o *pensamento sustentável*. Já podemos encontrar este tipo de ensino no universo da educação infantil. A jornalista Vanessa Campos, na matéria “O Planeta nas mãos das crianças – como inserir consciência ambiental no universo infantil” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b) traz questões sobre educação ambiental e consumo infantil.

A Educação Ambiental possui uma Política Nacional (PNEA) instituída pela Lei nº 9.795/99, que cria princípios e objetivos obrigatórios em todos os níveis e modalidades do processo educativo, inclusive na educação básica e infantil. A lei também estabelece que as instituições de ensino público e privado devem buscar alternativas curriculares e metodológicas na área ambiental. E mais, que os meios de comunicação de massa devem colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre o meio ambiente, além de incorporar a dimensão ambiental em sua programação (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 7).

Segundo Vanessa Campos, na prática a lei é pouco efetiva porque não faz parte da realidade brasileira, o que representa um desafio para os educadores. A preocupação com o futuro das próximas gerações deve priorizar um tipo de aprendizagem que não ensina práticas de um consumo exagerado. O consumo demasiado está associado a problemas em relação ao meio ambiente, o que pode levar a escassez de recursos naturais. Portanto, a Educação Ambiental deve aliar economia e política nos conteúdos elaborados nos projetos pedagógicos.

A principal mensagem do texto de Vanessa Campos é o consumo associado ao *desejo*, o vilão que deve ser combatido pela educação ambiental. “(...) *E se, desde cedo for combatido, pode resultar em crianças menos consumistas, que futuramente, poderão se transformar em adultos verdadeiramente conscientes*” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 14).

A reportagem ainda traz dados do Instituto Alana, organização que desenvolve atividades em prol da defesa dos direitos das crianças e adolescentes, realiza pesquisas na área mercadológica. De acordo com suas pesquisas, as estratégias de marketing adotadas nos últimos 30 anos ficaram mais agressivas e apelativas e além disso, focaram o público infantil. Neste sentido, o marketing vem contribuindo para um tipo de educação consumidora, que conforme a educadora Lais Fontenelles, do Instituto Alana, promove valores materialistas que prejudicam o desenvolvimento infantil.

Lais Fontenelles defende mudanças na proposta pedagógica do ensino de educação ambiental, principalmente com a inclusão do tema consumo. Para ela, a educação ambiental não deve se resumir apenas aos fenômenos climáticos, com proporções globais, e sim, abordar também os impactos causados pelo consumo na natureza.

Será preciso tantos objetos para ser feliz? – indaga a pesquisadora do Instituto Alana. ‘Acho positivo incentivar uma reflexão a esse respeito. Claro que o trabalho deve ser desenvolvido levando em conta alguns aspectos importantes, como o fato das crianças não entenderem plenamente as relações de consumo. Mas é uma maneira de iniciar essa discussão e prepará-las para que, mais tarde, elas tenham condições de fazer escolhas conscientes. Afinal, elas são determinantes para o futuro do planeta (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 9).

Marcos Antonio dos Santos Reigot, professor em Educação na Universidade de Sorocaba, São Paulo, aponta para o problema da falta de trabalhos voltados para educação ambiental infantil. Porém, isso indica espaço para oportunidades de pesquisas nesta temática. Segundo o professor, os projetos que existem têm dificuldades em observar iniciativas específicas, relacionadas como projetos político-pedagógicos voltados para uma faixa etária. A cientista social e mestre em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Kátia Regina Pereira Aniceto, fala que boa parte da fragilidade do alcance dos ensinamentos de educação ambiental são devidos à falta de disseminação de projetos pedagógicos, curriculares, ou à falta de professores atuantes em disciplinas relacionadas à área:

“(…) Vemos com certeza alguns exemplos em diferentes espaços formais e não formais acontecendo. Mas é necessária a circulação desses trabalhos para que possamos difundir a educação ambiental na educação infantil” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009, p. 11).

Em relação ao consumo infantil, o professor Reigot defende que o tema deve abordar outras definições, pois as noções em torno de “consumo sustentável” e “consumo consciente” oferecem sentidos reduzidos, sempre relacionados ao excesso e ao supérfluo, ou seja, o que não é necessário e nem vital para a vida. O modelo econômico em que vivemos sobrevive da produção desses supérfluos e as crianças são os consumidores em potencial, que contam com a cumplicidade das

famílias em geral. Portanto, trabalhar com outras definições de consumo contribui para o ensino das crianças.

Além disso, o professor Reigot defende a interdisciplinaridade no processo de educação ambiental infantil e na elaboração dos projetos político-pedagógicos. Para Reigota, as crianças devem se envolver em atividades lúdicas, que relacionam a economia da energia elétrica, da água, do cuidado que se deve ter com as plantas e animais, com a sua própria alimentação e saúde, com o tempo disponibilizado para brincadeiras coletivas, leituras, visitas a museus e parques, aos amigos e familiares, e principalmente, com o desenvolvimento de um sentido de responsabilidade coletiva, de pertencimento, de solidariedade.

O professor Leandro Belinaso Guimarães, professor da Universidade Federal de Santa Catarina, biólogo e doutor em Educação pela UFRGS, acha que a imaginação e a criação precisam ser mais exploradas na educação infantil:

(...) Ele enfatiza que é equivocada a visão de apenas passar informações às crianças sobre o meio ambiente, e não trabalhar o lado mágico da imaginação e da criação de um mundo diferente. O mundo não deve vir pronto e acabado às crianças, pois elas podem mudar o que “supostamente” está finalizado (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 14).

No artigo “Como a educação ambiental poderia não deixar fugir a vida que nos beija?” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b), Guimarães afirma que o não deve se limitar à representação que as crianças fazem do meio ambiente e da natureza, ele deve facilitar novos modos de imaginar e inventar a natureza, através de experiências educativas, como contar histórias, assim as crianças criam outros mundos, o que possibilita a inteligência inventiva.

Para o professor Antonio dos Santos Reigota, o papel educativo das celebridades é questionável:

(...) Vejo também com bastante desconfiança pessoas com grande presença na mídia que estimulam o consumo de supérfluos como Xuxa e Gisele Bündchen, que discursam sobre a proteção ao meio ambiente. Ora, se elas realmente acreditassem nisso, não estariam envolvidas com atividades econômicas que estimulam o intenso consumo de tantas coisas desnecessárias. Ou será que elas acreditam mesmo que, proteger o meio ambiente é só preservar as árvores e os animais? (PRIMEIRO, ed.14, 2009a, p. 11).

Em relação à educação ambiental através dos veículos de comunicação de massa, a matéria “O Planeta nas mãos das crianças” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b) apresenta alguns questionamentos e vantagens. Lúcia de Fátima Estevinho Guido (bióloga doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas e atualmente professora no Instituto de Biologia da Universidade Federal de Uberlândia) vê possibilidades na produção midiática para a educação ambiental infantil. Ela afirma que questões ambientais têm sido discutidas em muitos filmes de animação, como “Madagascar” (2005), produzida pelo estúdio de animação *Dreamworks*. Outros considerados na mesma linha são “*Happy Feet: O Pinguim*” (2006), dirigido por George Miller e “Os sem floresta” (2006), dirigido por Tim Johnson e Karey Kirkpatrick, produzido também pela *Dreamworks*:

Em sua pesquisa, a especialista conta que alguns desses filmes fazem uma crítica aos clichês apresentados pela mídia no que se refere, por exemplo, à ideia de natureza selvagem, que pode ser observada em vários momentos do filme “Madagascar”. Ela destaca uma cena em que os personagens estão na praia da ilha e não sabem mais o que fazer. Então o personagem Nelman (girafa) sai do interior da mata e chega na praia com a cabeça toda envolvida por plantas e diz: “Argh, a natureza está me cercando, tira, tira, eu não estou conseguindo enxergar...” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 11).

As animações possuem uma certa ironia, segundo Lúcia Guido, o que pode ser discutida em sala de aula com as crianças. Elas podem refletir sobre a natureza selvagem, como se no ambiente urbano a natureza não estivesse presente. Além disso, antigos episódios de animação, como os desenhos animados, que possuem enredo mais cômico e caricatural, podem contribuir no ensino das crianças. O mesmo ocorre com os contos de fadas, onde a relação homem-natureza acontecia pelo medo (natureza selvagem, misteriosa e perigosa). No fim destas histórias, os humanos sempre acabavam dominando a natureza. De acordo com Lúcia Guido, este tipo de história serve principalmente para mostrar às crianças que também existem perigos naturais.

Lúcia Guido menciona ainda os vídeos disponíveis no *site Youtube*, que viraram uma “febre” entre as crianças e jovens. Este tipo de mídia também pode ser usado como recurso audiovisual interessante no ensino de educação ambiental. No entanto, deve-se fugir dos “clichês”, que estão contidos neles, talvez criando outros. Assim é possível fazer com que as crianças consigam pensar sobre o meio ambiente de outras formas.

Em relação aos jovens e adultos, algumas reportagens abordam possibilidades de cursos e organizações de ensino. A reportagem “Nova Educação Corporativa” (BRASIL, ed. 26, 2009b), de Michele Silva, trata de questões como a formação e investimentos para qualificar os futuros profissionais, tema debatido durante o evento Sustentável 2009, workshop “Educação para Sustentabilidade nas Empresas: Construindo Caminhos” e “Diálogo Multissetorial Educação para a Sustentabilidade”, promovido pelo CEBDS, realizado no teatro da PUC-SP. Neste evento Michele Silva registrou as opiniões das lideranças como Rosa Alegria (vice-presidente do Núcleo de Estudos do PUC-SP), Rodrigo Loures (presidente da Federação das Indústrias do Paraná - FIEP), Simone Ramounoulou (da ONG *The Natural Step*), Rachel Trajber (coordenadora geral de Educação Ambiental do Ministério da Educação), Ana Suzuki (presidente da Câmara Temática de Gestão Sustentável do CEBDS) e Beatriz Bulhões (vice-presidente do CEBDS), participantes do evento.

Os representantes do governo, iniciativa privada, ONGs e organismos internacionais se reuniram no evento para começar a pensar a possibilidade da educação na construção de um futuro “sustentável”. O objetivo principal do encontro foi discutir uma nova educação corporativa, na tentativa de criar uma “cultura do desenvolvimento sustentável”, através da conscientização e aprendizagem das pessoas. O desafio não é somente a construção da “cultura” individual, mas também a “cultura das empresas”, com a implementação de novos sistemas de gestão e operação capazes de fazerem parte do dia a dia das organizações. Superar o treinamento operacional para gestão pela formação de um cidadão consciente. Neste tipo de pensamento, “cidadãos mais conscientes” são aqueles capazes de refletir e realizar uma reviravolta sobre as crises ambientais, isto é o que Rosa Alegria define como “visão sistêmica” e da “percepção emotiva” para mudanças de valores. O primeiro se refere ao engajamento dos *stakeholders*, a partir do acesso livre às informações que a empresa disponibiliza, e participação dos funcionários, fazendo com que eles compreendam os significados das ideias geradas para a mudança. No segundo item, a empresa deve ser ética, agindo com verdade, e transparente em relação aos seus trabalhadores.

A Educação Ambiental corporativa tem avançado no Brasil. Para Ramounoulou, no início as empresas treinavam os funcionários por meio de programas tradicionais de capacitação, agora elas começaram a se interessar por

formação integral, que dá prioridade à filosofia e não apenas ao desempenho operacional. Assim surgiram novas universidades corporativas, investimentos em MBA e cursos de pós-graduação. Além disso, segundo Ramounoulou, existe a demanda da sociedade (comunidade, ONGs e Universidades) por conhecimento em educação para “sustentabilidade”, o que pode vir a criar uma nova rede de saber. Mas é necessária uma linguagem integradora para alcançar o desafio da nova educação corporativista.

A educação deve ser trabalhada em todas as faixas etárias e em todos os espaços sociais. Rachel Trajber fala das expectativas curriculares que já são discutidas no projeto de reforma curricular do ensino, para todos os níveis. O MEC passou a reler periodicamente as diretrizes curriculares, pois a sociedade vem mudando muito rapidamente. Isso representa uma oportunidade para a “sustentabilidade” ser mais discutida no MEC. Nas universidades o assunto ainda é muito novo, portanto, essas instituições devem construir competências para oferecer formação para “sustentabilidade”.

Um novo paradigma vem com a educação ambiental corporativa. Em que o ambiente competitivo deve ser substituído por uma gestão que valoriza a colaboração. Para Rosa Alegria, aspectos sociais e ambientais devem ser valorizados e, para isso, stakeholders, funcionários e a família devem ser envolvidos de forma colaborativa, privilegiando a experiência da cooperação.

A educação ambiental deve também ir além do ensino superior, e de certa forma ela deve ser mais geral, buscando priorizar o ensino formal. Existe a necessidade de investir na educação não-formal, nas empresas. Já existem cursos de integração nas empresas, que tratam de estratégias, valores e visões, mas falta uma qualificação adequada que trabalhe e internalize os conceitos de “sustentabilidade”.

Instituições de ensino brasileiras já adotam mudanças. A jornalista Paula Andreggheto menciona que a PUC-SP é a pioneira no Brasil em estabelecer duas diretrizes para a adoção do conceito de “sustentabilidade” - reportagem “No caminho da sustentabilidade” (BRASIL, ed. 26, 2009b). A primeira medida foi a incorporação na gestão estratégica da instituição de práticas ambientais e sociais, o que fez a instituição se abrir para parcerias com organizações que trabalhem com o tema da “sustentabilidade”. A segunda foi incluir na grade curricular de cursos de graduação, especialização e pós-graduação a proposta da “sustentabilidade”. E futuramente a

instituição planeja adotar um programa de treinamento para professores, estudantes e funcionários, elaborar pesquisas, consultorias e oferecer cursos de extensão. Além disso, a instituição promete focar principalmente na formação de economistas, para que este profissional tenha conteúdos relacionados à redução de consumo dos recursos naturais, divulgação do consumo consciente, reciclagem, reuso de água, diminuição da produção de resíduos e elaboração de Políticas Públicas. Para alcançar esses objetivos, a universidade firmou parceria com CEBDS.

Para Beatriz Bulhões (vice-presidente do CEBDS) a formação de um novo profissional depende do seu preparo para entender que a “sustentabilidade” é algo mais amplo, independente de sua área de atuação, sua função em órgãos públicos, governo, empresas ou ONGs. A “sustentabilidade” vai além do mundo corporativo.

A reportagem “Reeducando os sentidos”, de Michele Silva, faz parte do encarte especial da edição 26ª da *Revista Brasil Sustentável*, é uma entrevista com o escritor, filósofo, psicanalista e ex-professor da Universidade Estadual de Campinas, Rubem Alves.

Rubem Alves comenta a necessidade de construir uma nova metodologia diferenciada na formação dos futuros profissionais. Uma metodologia que não integre a formação regular da educação básica, pois em determinadas faixas etárias já não faz sentido começar tudo de novo, muito menos transmitir ética, responsabilidade social, inovação e ideias de “sustentabilidade” para os empregados dentro de uma sala de aula, ou investir em cursos e treinamentos com métodos tradicionais. Rubem Alves defende o método de ensino que propicie experiências afetivas que envolvam valores estéticos e lúdicos, só assim será possível tornar a “sustentabilidade” uma prática real. Educar adultos é uma tarefa difícil, portanto, há a necessidade de propiciar espaços de diálogo dentro da empresa, assim será possível criar experiências de intercâmbio de ideias, reflexões e valores afetivos, dando valor à cultura e ao indivíduo. Atividades como contato direto com a natureza, momentos musicais e oficinas de leitura podem contribuir no desenvolvimento da inteligência, no sentido de valorização sensitiva, educando os sentidos, o olhar, o nariz, o ouvido, o silêncio e o tato.

De acordo com a jornalista de Juliana Lopes, a transição para uma economia de baixo carbono passa pelo caminho da educação. No texto “O desafio de educar líderes para uma economia verde” (IDEIA, ed. 17, 2009a), a matéria aborda as reformas que estão ocorrendo nos currículos e proposta de ensino em diversas

escolas de muitas partes do mundo e o crescimento da demanda por cursos voltados para a “sustentabilidade”.

Depois de lançado os pacotes de estímulos em investimentos nas áreas de energia renováveis e eficiência energética, os governos do Reino Unido, EUA e China se depararam com a falta de profissionais capacitados para atuar nestes novos mercados. Isto estimulou uma corrida para formação de profissionais qualificados.

Nos EUA, as universidades começaram se readequar nos modelos pedagógicos de ensino, adotaram políticas e programa voltados para questão ambiental e buscaram criar novos cursos para suprir a formação de novos profissionais pensando num futuro com formas mais limpas de produção de energia, transporte, agricultura, gestão de recursos naturais, saúde, pesquisa científica, modelos de negócios e outros avanços tecnológicos essenciais. De acordo com a reportagem, Kevi Coyle, vice-presidente de educação e treinamento da organização norte-americana *National Wildlife Federation*, relata no relatório de Campus de 2008:

(...) Os homens e mulheres que, em 20 anos, vão liderar os negócios, instituições de ensino e agência de governo estão na escola agora. Precisamos oferecer a eles formação acadêmica e profissional que os preparem para enxergar e criar um novo mundo. (...) Alcançá-lo, na velocidade necessária, demandará um suporte sério, incluindo acompanhamento e financiamento do governo federal e estadual e uma revisão completa das propostas de ensino em todas as áreas do conhecimento (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 93).

No Brasil, instituições de ensino já são cobradas para assumir o papel do “desenvolvimento sustentável”. Segundo George Stein, professor de Sustentabilidade e Gestão do Conhecimento, da PUC-SP, a atividade acadêmica está muito lenta se comparada com as trocas de experiência entre empresas e as organizações da sociedade civil:

(...) O primeiro passo é estabelecer uma pré-disposição para criar conhecimento e compartilhá-lo de uma maneira participativa, segundo a qual empresas, academia e sociedade trabalhem lado a lado visando formar o mais rápido possível profissionais preparados para os novos desafios da sustentabilidade (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 93).

Conforme a jornalista Juliana Lopes, os programas de MBAs têm se mostrado mais ágeis que as universidades na oferta de cursos com temas voltados para a “sustentabilidade”. Na maioria dos casos, estas formas de ensino estão mais próximas da realidade das empresas. Segundo George Stein, as escolas de negócios possuem uma diversidade de profissionais, são empreendedores sociais, consultores, gestores públicos, banqueiros, etc., que estão buscando cada vez mais soluções que aliem benefícios econômicos, sociais e ambientais.

A matéria também traz dados da pesquisa publicada pela organização *Aspen Institute e Net Impact*. Informações do estudo sobre produção do conhecimento em “desenvolvimento sustentabilidade”, linhas de pesquisa e novas metodologias de ensino que só foram possíveis porque professores iniciaram projetos de pesquisa e mobilizaram alunos, outros docentes, diretoria e comunidade na busca por soluções “sustentáveis”. As propostas vieram de várias áreas, muitas voltadas para novas ferramentas de gestão, tecnologias e até modelos de negócios.

Para Stein (PUC-SP), o desafio de criar novos cursos e dar conta da demanda é um processo em que a universidade deve construir em diálogos com empresas, sociedade civil, alunos e outras instituições de ensino. Realizar um diálogo entre as ciências e aproximar *stakeholders* também se apresenta como alternativas para ampliar as possibilidades para dar conta da nova demanda profissional.

Além dos cursos, há uma produção de livros e pesquisas relacionadas com a questão ambiental, obras que aquecem o mercado editorial, e também promovem a formação do *pensamento sustentável*. Segundo CARVALHO (2001), a literatura voltada para questões ambientais ajudou a unificar uma memória comum entre os educadores, dando-lhes recursos históricos e credibilidade no campo ambiental. Os primeiros documentos traziam a trajetória cronológica das grandes conferências e acordos internacionais, informações que reforçavam a reflexão e a produção da consciência de que os desastres estavam relacionados com a degradação ambiental.

Nesta cronologia, uma relação direta é estabelecida entre uma história ambiental e uma história da degradação ambiental. O ambiental é associado ao desastre e à crise dos recursos naturais. Do mesmo modo, a espécie humana que aqui ocupa um lugar equivalente ao da história, é o fator ou o locus onde se alternam os altos e baixos — lucidez e desastre — em relação à natureza. Nesta e em outras cronologias, o que chama

atenção é a tentativa de apresentar os fatos e sua seqüência como parte de uma evolução natural, sugerindo a idéia de uma relação causal entre desastres ambientais e avanço da consciência ecológica. O subtexto poderia ser enunciado como: o clamor da Terra que se vingue, através destas iradas reações, chamando a atenção da espécie humana, tantas vezes denunciada como câncer do planeta, na literatura ecológica. O que esta narrativa submersa nas cronologias ambientais silencia é o caráter complexo e recursivo das interações entre meio ambiente e sociedade, entre a construção simbólica e os acontecimentos factuais. A ação em prol da natureza ou a ação dos ambientalistas, ocupa neste continuum o lugar do bem e da lucidez contra o mal e o desastre que, mesmo vindo da natureza à reação justa, de legítima defesa contra os ataques sofridos. Certa balança moral fica subjacente e parece ser um dos dispositivos de conquista de adesão, simpatia e legitimidade para a missão ambientalista que tem operado com sucesso no campo, e que certamente integra o lastro moral que alimenta o habitus militante, discutido anteriormente (CARVALHO, 2001, p. 309).

Já o novo circuito editorial está voltado para a área administrativa e econômica. Podemos perceber que o *pensamento sustentável* está dando prioridade a temas como empreendedorismo, experiências bem sucedidas de empreendimentos “sustentáveis”, discussão sobre *stakeholders*, os impactos da crise financeira global de 2008, “sustentabilidade” corporativa, oportunidades de negócios “sustentáveis”, marketing, políticas para uma economia “sustentável”, design “sustentável”, ética no trabalho, comunicação para “sustentabilidade”, ecoturismo e consumo. Isso indica o crescimento do pensamento gerencial se combinando cada vez mais com o campo ambiental.

O cinema também produz cada vez mais sobre os efeitos das mudanças climáticas. Podemos afirmar que a indústria cinematográfica descobriu um novo “boom” de histórias para elaboração de filmes que atraem e mexem com o público. Super produções audiovisuais de diversos gêneros, como ficção científica, ação, aventura, suspense, drama, romance, etc. que mostram cenas de destruição ambiental, catástrofes climáticas e muito pânico social. Mas esta rica produção de filmes não se restringe apenas ao entretenimento. Os filmes também viraram recurso didático de extrema importância no planejamento pedagógico do ensino de educação ambiental. Assim, há muito tempo a educação ambiental vem deixando de contar com apenas com as publicações na prática do ensino. Podemos encontrar longas e curtas metragens, vídeos postados na Internet, documentários e seriados com bons roteiros que abordam os problemas ambientais. Sérgio Rizzo na sua coluna “De catástrofe em catástrofe”, seção Cinema Social (IDEIA, ed. 18, 2009b) comenta sobre vários filmes que estiveram em cartaz nos últimos anos, que seguem

o gênero de filmes de catástrofes. Basicamente, os filmes apresentam três tipos de pensamento centrais: 1) “a ideia de que os seres humanos estão com os dias contados no planeta terra”; 2) “a batalha pela sobrevivência em um planeta de condições ambientais decadentes”; 3) e a principal questão: “por que a humanidade não tomou providências para combater a crise climática no momento que tinha tempo?”.

No âmbito do consumo, no início do debate em torno do “desenvolvimento sustentável”, sua representação era sinônima de sociedade contemporânea, o que era interpretada como “sociedade do consumo”. Motivo que levou a manifestações de movimentos ambientais contra uma suposta sociedade que visa somente o consumo. De acordo com SCOTTO *et. al.* (2009), os movimentos ecológicos na década de 70 passaram a enxergar no consumo, e não mais na produção, os problemas da crise ambiental e social. Naquela época, alguns textos, obras e trabalhos caracterizavam a sociedade contemporânea pelo consumo, o que influenciou o pensamento e comportamento das pessoas, os movimentos ecológicos passaram a entender o ato de consumir como algo perigoso, negativo, que poderia colocar em risco a natureza e a própria sobrevivência humana, mas poderia ser corrigido. Neste sentido, o consumo deve ser controlado através da construção de novos valores e pela ajuda da educação.

À matéria “Consumo responsável: tendências, riscos e oportunidades”, seção Dossiê (IDEIA, ed. 17, 2009a), Fabián Echegaray traz dados do balanço *Monitor de Responsabilidade Social*, que trata sobre como o consumidor percebe o papel das empresas como agentes de mudanças. O estudo é realizado pela empresa Market Analysis em parceria com a rede Globescan (de origem canadense e com atuação mundial). A pesquisa foi realizada em mais de 20 países no ano de 2009. Conforme o balanço, ao final de 2008, em um contexto abalado pela crise financeira global, as relações entre consumidor e empresa se redesenharam. Até pelo fato de que a população do hemisfério norte viu-se sem dinheiro, houve algumas perdas de poupanças, investimentos, cortes pessoais, crédito curto e desemprego. No hemisfério sul foi diferente, as economias emergentes sofreram mais com recessão, desemprego, aumento no preço dos alimentos e criminalização. O fenômeno que já era esperado pelos analistas econômicos era o distanciamento do consumidor dos mercados. Como reação a isto, os governos de modo geral agiram para resolver os problemas econômicos, entretanto sem priorizar contrapartidas relacionadas à

“responsabilidade social” e à “sustentabilidade” das empresas. Justamente essas dimensões que começaram a fazer parte da percepção dos consumidores, preocupados com a ética empresarial e mudanças climáticas. Isso fez com que se abrisse uma brecha entre as expectativas dos consumidores em relação aos resultados que as empresas podem oferecer, segundo resultados do balanço *Monitor de Responsabilidade Social*.

Na reportagem “Consumidor com valores”, escrita por Cristina Tavelin, que traz pesquisas sobre as ações dos consumidores brasileiros (IDEIA, ed. 18, 2009b). Segundo a matéria, o desempenho socioambiental das empresas deveria ser recompensado ou punido, assim criar-se-ia um “ciclo virtuoso”, em que toda ação tida como “consumo consciente” acabaria remetendo ao posicionamento das empresas no mercado, e no final criando direitos e deveres. Entretanto, o consumidor brasileiro pouco recompensa ou pune empresas pelo seu desempenho socioambiental, este é o resultado do estudo realizada pela Market Analysis em parceria com Instituto GlobeScan que a jornalista destaca.

Ao analisar, ao longo de 10 anos, o comportamento dos consumidores de vários países, inclusive do Brasil, o estudo Monitor de Responsabilidade Social 2009, realizado pela Market Analysis em parceria com Instituto GlobeScan, conseguiu apurar um número digno de reflexão: 59,3% dos consumidores nacionais são indiferentes ao tema. Isso significa que, na prática, no último ano, eles nem recompensaram nem puniram nenhuma marca por causa de boa ou má conduta ambiental. Entre os ativistas, ainda tímida por aqui, destacam-se três tipos: o consumidor ético (7%) que pune e premia, o de recompensa (15%) que só premia e o de retaliação, que só pune (85) (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 29).

De acordo com a reportagem, os dados mostram que os consumidores brasileiros, na grande maioria, são indiferentes, o que indica a falha nas estratégias de divulgação e educação baseadas em “consumo consciente”, o que representa riscos futuros para os negócios. De forma geral, as expectativas dos consumidores crescem com os resultados de “sustentabilidade” das empresas: “(...) No Brasil, ela explodiu nos últimos nove anos, saltando de 44 pontos (2001) para (2009)” (IDEIA, ed. 18, 2009b). Segundo diretor do Market Analysis, Fabiàn Echeagaray (cientista político):

(...) Entre os mercados emergentes, a demanda por atuação cidadã das empresas passou a incluir cobranças como minimizar o impacto ambiental da produção, garantir segurança e saúde nos produtos e controlar sustentabilidade na cadeia de valor (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 29).

Na explicação de Fabiàn Echegaray, os consumidores estão mais sensíveis a fatos como aquecimento global e esgotamento dos recursos naturais, portanto, começam a ficar mais críticos e atentos às questões ambientais. Neste processo os consumidores também se mostram cada vez mais capazes de avaliar e valorizar os atributos da “sustentabilidade” em uma marca ou empresa. Isso significa que é um bom negócio para aquelas empresas que vêm apostando na “sustentabilidade” como diferencial competitivo.

De acordo com Ricardo Voltolini (Publisher de Ideia Socioambiental e diretor da consultoria Ideia Sustentável), talvez no futuro, a “sustentabilidade” pode deixar de ser um diferencial competitivo, para um pré-requisito das empresas, como aconteceu com a qualidade total, mas para isso é preciso saber atingir a percepção dos consumidores, comunicar bem, criar uma nova consciência de consumo responsável e educar consumidores para novos padrões de compra. Segundo Ricardo Voltolini:

A comunicação de atributos socioambientais precisa ser educativa para induzir à formação de novos hábitos. O consumidor deve ser convencido, racional e emocionalmente, de que produtos verdes valem mais porque geram benefícios para o planeta e para ele próprio, sob a forma de economia de recursos, saúde e qualidade de vida. Ninguém consome só por altruísmo. É necessário apelar, e bem, para os benefícios individuais concretos”, analisa Voltolini. Em sua opinião, as empresas têm se mostrado muito reativas em relação à oferta e comunicação de produtos sustentáveis. “Como ações deste tipo requerem investimentos, pesquisa, e redefinição de focos, a maior das companhias parece adiar decisões, esperando certamente por uma atitude mais pró-ativa do consumidor. Quem se antecipar, se beneficiará da posição de pioneirismo. Quem deixar para depois, poderá ser atropelado pelos fatos. (IDEIA, ed. 18, 2009. p. 30).

Para Fernando Mascaro (conselheiro do Instituto de Design para Desenvolvimento Sustentável, consultor em design sustentável e pesquisador do instituto), é mais vantajoso começar a mudar o cenário de consumo, antes que venha um movimento de cobrança ou pela força da legislação. As empresas, no Brasil, podem começar readequando conceitos.

Alguns caminhos podem levar ao “consumo consciente”, segundo Ricardo Voltolini. O primeiro é a comunicação e o segundo é a educação. Ao comunicar de maneira objetiva e correta os benefícios de produtos “sustentáveis”, as empresas fortalecem um ciclo virtuoso de direitos e deveres, por exemplo, informações nos

rótulos dos produtos dizendo sua procedência. Neste sentido, a certificação ajuda no auxílio a tomada de decisão do consumidor. Entretanto, de acordo com Fabiàn EcheGARAY:

(...) A comunicação de atributos socioambientais é um esforço legítimo. Mas na medida em que não existe indicação para o consumidor do que isso representa de fato e por que razão é relevante, lançar mão de selos e certificados acaba se transformando em instrumento para mostrar superioridade à concorrência, não para ganhar mercado. (IDEIA, ed. 18, 2009. p. 30).

A comunicação deve estar no centro das estratégias de “sustentabilidade”, segundo economista e consultora francesa, dona da empresa Utopies e autora do livro “A Empresa Verde”, Elizabeth Laville. Para ela:

Desenvolvimento Sustentável é uma revolução cultural que supõe repensar a visão de mundo e os valores que fundamentam o capitalismo moderno. Tal mudança nos espíritos e práticas não acontecerá sem que falemos disso: as empresas que se engajam nessa via experimentam uma necessidade norma de tomar a palavra para explicar o que é desenvolvimento sustentável, qual a sua compreensão do que ele implica para sua atividade e os seus primeiros passos nessa direção (IDEIA, ed. 18, 2009b. p. 30).

De acordo com a matéria, um dos principais entraves ao estímulo do “consumo consciente” é o preço. Na avaliação de Roberta Cardoso, pesquisadora do Centro de Excelência no Varejo da Fundação Getúlio Vargas, oferecer um mix de produtos “sustentáveis” no mercado pode ajudar e até resolver o problema do valor do preço. Segundo Roberta Cardoso:

Não se pode ter produtos sustentáveis com preço diferencial. Esses itens devem ter um preço no mínimo igual ou inferior às soluções atuais. Para tanto, não é necessário prejudicar a margem do varejo nem da indústria. Pode-se investir em um combinado de fatores como regulamentação, políticas públicas, e mudanças em torno de alguns critérios de produção (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 32).

Em relação à educação, Fabiàn EcheGARAY fala de mais empenho na educação de consumidores. Ele explica que na Europa tomaram-se medidas para reformular embalagens e divulgação semelhante à tradicional.

É cada vez mais importante para as empresas serem recompensadas por seus atos éticos, sendo reconhecidas no mercado. Na matéria “Consumidor recompensa marcas de clientes, o que pode significar um indicativo de que suas

práticas sustentáveis estão sustentáveis” (IDEIA, ed. 18, 2009b) é apresentado o estudo *Edelman Goodpurpose – Consumer Study*, que informa os seguintes dados:

(...) 57% dos consumidores globais recompensaram uma companhia ou marca que mantiveram o suporte a causas socioambientais durante o período de recessão. Segundo a pesquisa, feita com 6.000 pessoas em 10 países, 71% dos entrevistados acham que marcas e companhias gastam muito em propaganda e marketing e deveriam investir mais em boas causas – quase 10 pontos percentuais do que o levantamento de 2008. Por outro lado, 59% deles ajudariam a promover uma marca que dê suporte a uma boa causa – mais do que os 53% no último ano. A maioria dos consumidores (89) também se mostrou disposta a mudar hábitos com o intuito de ajudar a tornar o mundo um lugar melhor para se viver (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 13).

A *New Economics Foundation* (*think-tank* do Reino Unido) realizou um estudo comparativo sobre o consumo dos países ricos e pobres, no período da recessão econômica após crise financeira 2008. O resultado foi alarmante, pois as reservas alimentares autossuficientes estão se esgotando, matéria “Planeta em débito ecológico” faz parte da seção *Pérolas Finais*, (IDEIA, ed. 18, 2009b).

A pesquisa também destaca a discrepância entre o consumo de energia das pessoas mais pobres do mundo e das mais ricas. Apenas 7% da população global produz 50% das emissões de gases de efeito estufa. Um típico americano irá, por volta das 16 horas do dia dois de janeiro, produziu tantas emissões quanto um tanzaniano gera em um ano (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 13).

Fabián Echegay (Cientista político e diretor da Market Analysis – empresa de pesquisa de mercado) escreve o artigo “O novo mundo dos cidadãos-consumidores”, onde aborda a relação entre ações corporativas e comportamento do consumidor (IDEIA, ed. 18, 2009b).

Na medida em que a influência e o impacto das grandes empresas atingem a vida de milhões de brasileiros, é natural que as fronteiras entre consumidor e cidadão se redesenhem e o mercado surja claramente como arena onde expressar e lutar por bens de caráter coletivo, valores e decisões que afetam a maioria das pessoas. Mas só isso seria insuficiente. Há também um fenômeno de queda de valor dos canais tradicionais de engajamento e participação política que favorece essa transferência de energias do mundo público habitual para o mundo das empresas. Não se trata apenas de uma questão de credibilidade institucional (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 33).

Para Fabián Echegaray, o resultado do cenário apresentado no trecho acima, resulta em consumidores que premiam ou punem aquelas empresas com condutas duvidosas e pouco éticas. O cidadão-consumidor é o que protesta.

O artigo de Ricardo Voltolini, “Tempos de Transparência radical – quem se habilita?” (IDEIA, ed. 18, 2009b), é uma reflexão sobre o livro de Daniel Goleman, “Inteligência Ecológica – o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta” (Elsevier Editora, 2009).

No artigo, Ricardo Voltolini reflete a seguinte afirmação contida no livro de Goleman: *“A discussão sobre o consumo consciente já está ultrapassada”*. Para o autor do livro, o problema do consumo consciente está nas brechas que a informação não dispõe ao cidadão, ou seja, de modo geral ela é incompleta. Os consumidores conscientes não irão dispor de informações sobre o impacto na saúde, meio ambiente, bem estar dos trabalhadores, etc. As informações ainda serão inconsistentes para realizar comparações entre outros produtos. Além disso, é mais confortável ocultar dados, pois a transparência pode prejudicar os negócios, portanto, já que a lei não cobra mais informações, por que então disponibilizar de forma voluntária tantos dados que podem acabar prejudicando a empresa? Aliás, informação tem valor, ou seja, conhecimento é poder no mercado, portanto, não dá para disponibilizá-lo gratuitamente, pois os concorrentes estão atentos para qualquer detalhe mínimo que a informação possa esclarecer sobre os adversários. Portanto, neste tipo de pensamento, o consumo consciente é tímido na sua pretensão de tentar recompensar as empresas engajadas na “sustentabilidade”. De acordo com Ricardo Voltolini, Goleman ainda aponta a falta de um sistema de indicadores compreensíveis, capazes de orientar os consumidores a respeito de produtos politicamente ecológicos. Então, as informações de qualidade e de interesse estão guardadas em segredo dos clientes, porque a comunicação das informações é feita propositadamente para serem superficiais. Manter as informações em segredo representa para as empresas um tipo de “conforto”, que as garante produzirem da mesma forma que sempre produziram, sem maiores críticas no sentido de ser ou não correto a maneira que conduzem suas atividades:

(...) Goleman cita o caso das lâmpadas mais eficientes que não oferecem provas dessa condição, os xampus eco-conscientes que de verde só possuem o nome, os inseticidas “livres de substâncias químicas” (como se isso fosse possível) ou os “sem CFCs” (os clorofluocarbonetos estão proibidos há pelo menos 30 anos) também menciona o caso das balas

inglesas que trazem em seu invólucro informações cifradas sobre substâncias que nem um PhD em química conseguiria compreender (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 34).

Para Goleman, este tipo de exemplo apresentado no trecho acima é *greenwashing*, informações que mais confundem do que esclarecem o cliente. Goleman questiona ainda a eficiência dos selos, afixados nas embalagens dos produtos e cada vez mais exigidos no mundo todo como sinônimo de forte regulamentação. O que o autor constata em breves observações é que o selo não muda tanto a consciência dos consumidores, o que pode ser afirmado com estudos que revelam que as comunicações contidas nos rótulos demoram muitos anos para o consumidor perceber. Além disso, o consumidor muitas vezes repete a compra frequentemente, o que revela o tipo de comportamento que busca um atalho na hora do processo de decisão, já que toda a informação técnica contida nos produtos não é de domínio do cliente, isto é, incompreensíveis para a maioria dos cidadãos.

Explica (...) em alguma medida, porque as poucas informações disponíveis sobre atributos verdes ainda não são vistas e percebidas como um diferencial por grande parte dos compradores. E também porque “vendem” mais valor entre os mais escolarizados, habituados, por consequência, a interpretar criticar as informações (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 35).

Neste sentido, a crença de que o “consumo consciente” garante o diferencial competitivo das empresas, pelo simples atributo de ser “sustentável” acaba sendo frágil. Na interpretação de Ricardo Voltolini sobre o pensamento de Goleman:

No final das contas, as empresas parecem mesmo preferir ficar onde estão, no conforto das práticas que conhecem, protegidas do risco de serem comparadas, deixando a mudança para quando forem pressionadas por um consumidor mais exigente ou pela força de regulação governamental. Na defesa de suas posições, lançam mão de pesquisas que mostram o que já se sabe: que os consumidores não leem os rótulos, que não compreendem nem valorizam informações verdes e que, céticos, desconfiam de que elas sejam mero truque de marketing (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 35).

Portanto, para Goleman, a alternativa é a *Transparência Radical*. Significa que os rótulos irão informar os consumidores não apenas sobre a *pegada do carbono* que o produto emite em sua fabricação e distribuição, mas também todos os impactos gerados, em diferentes estágios do ciclo produtivo e de vida útil do produto, além de custos ambientais, riscos biológicos e o contexto social que foram

produzidos. A exigência é acabar com os dados secretos e a informação completa transforma a compra num ato político, “(...) *uma espécie de voto na construção de um mundo e um planeta melhor*” (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 35). Por conseguinte o desafio é educar os consumidores, mesmo que exija muita paciência.

“Sustentabilidade” pode transformar-se em um tipo de recurso simbólico para a promover a imagem das empresas, um novo tipo de marketing. Vimos brevemente no trabalho de PINCELLI (2005) a relação da empresa Souza Cruz com o trabalho infanto-juvenil nas fumiculturas do estado de Santa Catarina. Este caso ilustra bem o ponto das críticas das práticas socioambientais por ações empresariais. As empresas estariam mais interessadas nos ganhos com a boa imagem do que realmente preocupadas com a natureza ou o social. Entretanto, este tipo de situação vem sendo identificado por muitos ideólogos, que passaram a responder as críticas com tipo de pensamento que deslegitima e também policia qualquer forma de publicidade ou estratégia gerencial que tenha sido elaborada para obter vantagens com a “sustentabilidade”.

Rogério Ruschel, consultor de marketing e comunicação especializado em valores socioambientais, fala sobre *greenwashing* na entrevista com a jornalista Paula Andreggheto, na reportagem “Verde, de imaturo” (BRASIL, ed. 26, 2009, p. 12). *Greenwashing*, também é conhecido como “maquiagem verde”, são práticas publicitárias que apresentam de forma inadequada ou falsa os benefícios socioambientais de produtos e serviços. Rogério Ruschel dá um exemplo:

Há empresas que investem R\$ 60 mil em um programa de plantio de árvores, mas gastam dez vezes mais para divulgar essa ação. Outro exemplo é prometer plantar uma árvore a cada produto vendido, sem melhorar sua própria operação, só para surfar na onda da sustentabilidade. Há casos, também, de informações irrelevantes, como dizer que o produto não tem CFC (substância nociva à camada de ozônio). Se tivesse, não conseguiria licença para a venda, pois o CFC é proibido (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 12).

É imoral gastar mais no próprio marketing do que no projeto social. Existem perigos de se adotar um slogan falso da “sustentabilidade”. De acordo com o depoimento de Rogério Ruschel, adotar uma mentira pode ter impactos muito prejudiciais para a empresa, principalmente quando elas são desmentidas. O principal risco é com a reputação e a credibilidade, pois o consumidor passa a desconfiar da organização. Na maioria dos casos, as empresas cometem o *greenwashing* por três motivos, segundo Rogério Ruschel: ignorância, preguiça ou

má-fé. Ele diz que o *greenwashing* é uma política burra, e o consumidor não pode ser enganado. Os consumidores devem ter o direito de opinar e criticar, mas para isso precisam de informações corretas e transparentes. Portanto, a dica para evitar o *greenwashing* é a empresa ser honesta para não se expor no mercado.

A publicidade tem um papel importante na transição para “sustentabilidade”, pois é ela que comunica o cliente e facilita a prática do “consumo consciente”. Neste sentido, não é de se surpreender que algumas empresas podem ter má-fé para levar vantagens com a “sustentabilidade”, o chamado *greenwashing*, mas há também casos de organizações que cometem gafes, não se trata de “maquiagem verde”, mas pelo simples motivos de não saberem se comunicar adequadamente. E este ponto que a jornalista Juliana Lopes aborda na reportagem “O que Shakespeare tem a ver com a sustentabilidade?”, sobre a trajetória de vida da inglesa Solitaire Townsend, ex-atriz e fundadora da empresa de consultoria de comunicação Futerra (IDEIA, ed. 18, 2009b).

De acordo com a matéria, Solitaire Townsend é uma personagem típica da trajetória profissional da área de “Responsabilidade Social Corporativa”, isto é, ela migrou de um campo distinto para o da área empresarial. Atriz que se dedicou boa parte de sua vida às obras do dramaturgo britânico *Shakespeare*, escritor que muito contribuiu para estabelecer diálogo com o seu tempo e com seu povo, a partir de histórias que retratavam a vida cotidiana. Neste sentido, a ex-atriz buscou esse mesmo caráter literário para se engajar no “movimento de responsabilidade social corporativa”, e, atualmente, aliar comunicação para “sustentabilidade” como o principal objetivo da empresa Futerra.

Solitaire (...) conta que, certa vez, em casa, debatia-se com a tarefa de ler, até o final da noite, três ou quatro estudos sobre direitos humanos bastante densos. Disputava a sua atenção, no entanto, o seriado *Friends na TV*. Foi quando ela percebeu, com algum constrangimento, que estava mais interessada em assistir ao programa do que em ler todos aqueles relatórios. “Buscamos informações sobre sustentabilidade não porque nos sentimos atraídos ou gostamos do tema, mas porque queremos ser pessoas melhores e estamos preocupados com o planeta. O grande desafio é tornar o tema tão atrativo quanto um seriado ou uma novela” (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 71).

Solitaire ingressou nas questões socioambientais no ano de 1995, na época realizava um trabalho voluntário, o que a fez se interessar pelo campo de protestos e manifestações políticas. Algo novo em sua vida, pois na década de 90 ela realizava

apresentações de uma companhia de teatro especializada em *Shakespeare*. Os trabalhos voluntários no ano de 1995 ao mestrado em Sustentabilidade Empresarial, do *Fórum for Future*, onde conheceu um dos principais idealizadores do tema, o professor John Elkington. O curso levou a conhecer uma nova realidade muito mais complexa, além daquela relacionada a antigas e ingênuas formas de tentar solucionar as questões sociais e ambientais, por exemplo, a visão maniqueísta. Além disso, Solidaire percebeu que a linguagem relacionada à “sustentabilidade” comunicava e possuía sentidos restritos e inacessíveis para grande parte da população leiga, nestas novas tendências.

(...) termos como *triple bottom line*, *stakeholders* e *accountability*, a discussão de questões socioambientais soa, por vezes, como grego ortodoxo para não iniciados. Romper essa barreira passou a ser a obsessão da diretora da Futerra. Nesse esforço, fez valer a sua habilidade em adaptar os textos de Shakespeare para a compreensão do cidadão comum: “*Depois de quatro anos trabalhando com Responsabilidade Social Corporativa, fiquei frustrada em ver como a comunicação desse tema era ruim. Junto com outro colega do mestrado decidimos iniciar um projeto para investigar por que isso acontecia. Assim, nasceu a Futerra, que, inicialmente, não tinha a intenção de ser um negócio*” (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 71).

Portanto, a criação da empresa Futerra prioriza esta busca por um novo diálogo entre empresas, governos e organizações em torno de novas ferramentas, processos e comunicação.

“As técnicas tradicionais de marketing podem ser muito úteis para segmentar e atingir a audiência. Mas há também riscos nesse tipo de abordagem, como o *greenwashing*”, afirma, segundo ela, o papel do marketing tradicional é vender. No entanto, a relação dos consumidores com a sustentabilidade ultrapassa esse limite, uma vez que é influenciada por aspectos como empatia, moral e ética. Para ela, é possível aprender muito mais sobre estratégias para comunicação da sustentabilidade por meio do diálogo com diferentes stakeholders. “Para ser um bom comunicador, precisa-se olhar para além do mercado tradicional” (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 72).

Solitaire afirma que “sustentabilidade” requer uma mensagem diferente. Muitas empresas cometem o erro de tentar vender o produto de forma tradicional, mesmo sendo ele ecologicamente correto. Para ela, erro na maioria dos casos ocasionado pelo excesso de entusiasmo e falta de expertise. As empresas não conseguem enxergar que o consumidor dos produtos ecológicos ou politicamente corretos possui um julgamento diferente, na maioria dos casos eles são descrentes e

desconfiados, toda comunicação voltada para a “sustentabilidade” não passa de “maquiagem verde”, neste sentido, conforme o trecho acima, o bom comunicador não olha para o mercado tradicional. Além disso, Solitaire explica que é necessário que as empresas exijam de seus fornecedores mudanças significativas nos processos produtivos para padrões mais “sustentáveis”.

Aprimorar é a palavra-chave para o desenvolvimento das práticas “sustentáveis”. Para Solitarie, mesmo com os avanços, ainda existe um longo caminho aberto para a definição de “Responsabilidade Social Corporativa” (RSC) e “Sustentabilidade”, entretanto, no seu pensamento, o foco são as pequenas empresas, pois elas que conseguem agregar dezenas de trabalhadores.

A comunicadora ainda defende a RSC como uma postura central dos negócios. O chamado *Core business*, estratégias mais pragmáticas adotadas pelas empresas em função do mercado, que visa ao alinhamento entre RSC e o descolamento do negócio, para que também não seja tão frustrante para os consumidores que têm alta expectativa diante do desempenho das organizações. Segundo Solitaire:

(...) Isso acontece porque os negócios ainda são motivados por risco e reputação, não lucro. Se a sustentabilidade direcionasse, de fato, a inovação e o posicionamento de mercado, as empresas atenderiam as expectativas dos consumidores (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 73).

A comunicadora acredita que seja mais importante saber quais serão os planos que as empresas adotarão para sobreviver diante da crise ambiental que irão lhes afetar, do que apenas saber o que os negócios estão fazendo para prevenir as mudanças climáticas.

Já o diretor da organização *Sustainability*³⁵, o canadense Mark Lee³⁶, acha que o termo “sustentabilidade” está sendo usado e abusado, parece que tudo tem que levar a palavra “sustentável”. Em entrevista com Regina Scharf (BRASIL, ed. 26, 2009b), Mark Lee afirma que a “sustentabilidade” é um termo cada vez mais

³⁵ *Sustainability* é um organização com sede em Londres, EUA, Suíça e Índia. Esta organização presta serviços como elaboração de relatórios, gestão de risco e assessora nas estratégias de engajamento com *stakeholders* e cadeia de fornecedores.

³⁶ Mark Lee foi o ex-vice-presidente do *Business for Social Responsibility*, a maior organização americana para a promoção da responsabilidade social corporativa. Atualmente, ele é apontado pela revista *Ethisphere* como uma das pessoas mais influentes nos negócios. Mark Lee é uma dessas novas lideranças do campo dos negócios, que podemos considerar como um guru do ambientalismo empresarial.

popularizado e conhecido, o que às vezes pode gerar desconfiança, como por exemplo o que alguns consumidores estão chamando de “maquiagem verde”.

Segundo Mark Lee:

O interesse do consumidor pela sustentabilidade é, antes de tudo, um “auto-interesse”, diz Lee. “Por isso, as empresas devem enfatizar o risco pessoal (saúde, medo de desastres naturais), as finanças (economizar dinheiro, obter mais pelo mesmo valor), o prazer (bom gosto e melhor qualidade) e a autoimagem (o que ser verde diz a meu respeito?). Além disso, ele lembra que não basta “esverdear” as características de um produto, mas pensar em todo o impacto da marca. “Um logotipo verde, uma campanha publicitária de luxo, doações para uma instituição de caridade, mudanças discretas na formulação, tudo isso não torna um produto sustentável se a empresa não promove uma mudança nos padrões do consumo (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 21).

Neste sentido, Mark Lee avisa seus clientes sobre a seriedade e discrição para planejar boas estratégias de “sustentabilidade”. Todavia, a empresa que busca melhorar o posicionamento da marca no mercado ao aderir a “sustentabilidade”, também terá que oferecer meios de que suas ações tenham credibilidade.

Para Mark Lee, a economia vive um outro momento. Um novo período caracterizado pelo avanço do interesse das empresas na adoção de práticas de “sustentabilidade”, pois fica cada vez mais evidente que a sociedade está mais atenta às questões como clima, alimentos e água. As empresas devem se preparar para este novo momento, que exigirá mudanças radicais nas formas de como são feitos os negócios. A principal preocupação será com a minimização do risco de fracasso dos empreendimentos empresariais.

Mark Lee demonstra preocupação com o modelo vigente de economia. Ele afirma que realmente devemos buscar uma mudança dentro dos limites impostos pelos sistemas naturais da Terra. Um modelo econômico que elimina o consumo perdulário, aumenta a eficiência da utilização dos recursos naturais, que substitua os combustíveis fósseis por energias limpas e que restaure os *habitats* naturais de ecossistemas. Mark Lee também acha que devemos mudar nosso conceito de PIB, pois é um indicador cada vez mais empobrecedor para definir o que é desenvolvimento econômico. Indicadores sofisticados que atenda às necessidades da sociedade.

Regina Scharf pergunta se o foco que as empresas estão dando no tema das mudanças climáticas não é excessivo demais? Para Mark Lee é ao contrário, são as consequências da alteração do clima que estão moldando o foco de interesse das

empresas. Portanto, ele defende que os investimentos em tecnologias, processo, produtos, modelos de negócios e comportamentos adaptáveis estão cada vez mais presentes no cotidiano dos negócios.

Todas as decisões de investimento terão de considerar os impactos físicos e as reações humanas, sociais e políticas – expressas na forma de riscos e oportunidades – às mudanças climáticas. Concentrar-se na mitigação das emissões de gases-estufa e na adaptação ao novo quadro é uma decisão totalmente correta. A necessidade de agir nesse sentido só vai aumentar. (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 41)

Questionado sobre as disparidades no grau de adoção de “sustentabilidade” entre empresas locais e multinacionais, entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos e entre exportadores e não exportadores, Mark Lee responde da seguinte forma:

Sim, ainda é grande. As multinacionais atraem mais atenção e escrutínio da mídia e das não governamentais. Os países desenvolvidos ainda possuem normas ambientais e trabalhistas mais rígidas e um controle real e ativo. Além disso, os mercados para produtos mais sustentáveis, ou verdes, são maiores nos países desenvolvidos. Muitas vezes, exportadores precisam atender a padrões ambientais (como obter o certificado FSC de manejo florestal) ou sociais para poder vender para determinados países desenvolvidos. Juntos, esses fatores de mercado e de regulamentação pressionam as empresas para que demonstrem um melhor desempenho, em termos de sustentabilidade. Mas isso não significa que você não pode encontrar bons exemplos de empresas locais, que não exportam e atuam num país em desenvolvimento. Você só tem de procurar um pouco mais (BRASIL, ed. 26, 2009b. p. 21).

Para o guru do ambientalismo empresarial, sociedades e governos de algum modo deverão abrir mão de alguns dos benefícios conquistados.

Já Ricardo Voltolini, no artigo “O impacto da Sustentabilidade na percepção das marcas” que escreveu para a *Revista Ideia Socioambiental*, fala da importância de se adotar medidas mais radicais para evitar o *greenwashing* (IDEIA, ed. 17, 2009a). Neste sentido, ele apresenta o conceito de *Radical Greening* (esverdeamento radical), nome dado à tendência de aumento em relação às preocupações ambientais entre consumidores e governos. Porém, este novo conceito tem sido apontado por especialistas como a grande ameaça aos negócios.

Pressões exercidas por organizações ou cidadãos para que existam mais regulamentações em determinadas atividades produtivas (como setor petrolífero e gás, energia, automotiva, saneamento e seguros) são eventos nada desejados para

muitas empresas. Isto significa riscos à reputação das organizações empresariais, a estratégia adotada é não desconsiderar as exigências dos stakeholders. Logo, as empresas passam a planejar sua marca com os valores da “sustentabilidade”, para não perder o vínculo com os clientes e evitar conflitos sociais e ambientais que venham prejudicar suas atividades. Apesar do jogo de mercado ficar mais complexo, conforme Ricardo Voltolini, sempre existirá mais benefícios em ser “sustentável”. Para Ricardo Voltolini, estamos vivendo um terceiro momento da publicidade e da gestão empresarial. O primeiro caracterizado pela razão. O segundo pela emoção. E o terceiro pela ética. Ou seja, no último caso, o marketing e a gestão devem se basear na verdade, clareza, não desperdício e a coerência entre o que a marca promete e o que efetivamente entrega.

Para ampliar a estratégia de buscar uma diferenciação competitiva pela via da “sustentabilidade”, no mês de Junho de 2009 ocorreu a Conferência Internacional promovida pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e UniEthos (Educação para Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável), em parceria com o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, Movimento Nossa São Paulo, Rede Brasileira do Pacto Global e da São Paulo Turismo, o evento tratou dos efeitos da crise global como oportunidade de transformação pessoal, empresarial e da sociedade. Na reportagem “O coração dos negócios” (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a) que aborda o evento, a proposta de criar um novo índice para ampliar o espaço de diferenciação das empresas comprometidas com a “sustentabilidade” e “responsabilidade social”. No relatório *Pesquisa Nacional de Responsabilidade Social Empresarial* (2008), elaborado pelo Instituto Ethos, Akatu e Ibope, com a finalidade de ser apresentado durante o evento, traz informações sobre as dificuldades das ações mobilizadoras da “sustentabilidade” e da “responsabilidade social”. De acordo com o documento, a cultura para uma nova economia ainda é baixa, o avanço da “sustentabilidade” e “responsabilidade social” é quase inexistente, o estudo aponta para o problema da falta de padrões de referência de premiação ou punição pelo mercado:

(...) Falta auto-regulação que estabeleça padrões nos setores e nas cadeias de produção e comércio que possam ser disseminados globalmente e valorizem a diferenciação das empresas. Ainda são poucos os casos de referencia empresarial que funcionem como benchmack (pontos de referência) (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 30).

Paulo Itacarambi, vice-presidente executivo do Instituto Ethos, fala sobre a necessidade de elaborar uma agenda de mobilização social com a participação de organizações e lideranças, um documento para as próximas décadas, que priorize a construção de uma economia inclusiva, verde e responsável para o futuro do Brasil, só assim é possível agregar dimensões éticas e sociais. Neste sentido, o encontro trouxe a *Carta da Terra* como referencial de conduta ética para a mudança da cultura das pessoas e das empresas, visando ao fortalecimento do compromisso empresarial, à promoção do diálogo e ao engajamento.

Ainda na Conferência Internacional, o Instituto Ethos apresentou o projeto de formulação de um *manual* de “Responsabilidade Social das Empresas no Combate à Corrupção”, em parceria com Controladoria Geral da União (CGU) e o Escritório das Nações Unidas sobre Drogas e Crimes (UNIDC). Segundo o ministro-chefe da CGU, Jorge Hage, o objetivo do manual é servir como referência para o padrão de integridade empresarial, um instrumento que capacita as pequenas e médias empresas como devem agir, além de disseminar e difundir conceitos e práticas relacionadas ao combate da corrupção na sociedade. De acordo com Jorge Hage:

(...) A corrupção afeta a economia global, incluindo a empresa global, incluindo a empresa que corrompe. A corrupção distorce a competição, estabelece formas de concorrência desleal, deteriora os mecanismos de livre mercado e gera insegurança no meio empresarial. Com este manual oferecemos um instrumento adicional de informações, que mostram como competir num jogo limpo (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 31).

4.7.1 Família e Consumo

O *pensamento sustentável* influencia em novos estilos de vida. Um bom exemplo é apresentado na reportagem “Nascida Em Berço Verde”, matéria elaborada pela Paula Andreggheto, que faz parte da seção Vida Nova da *Revista Brasil Sustentável*, edição 25, onde traz a história de uma família comprometida com as questões ambientais.

A principal personagem nesta história é Marta, uma profissional da área de mercado, que decidiu reduzir a pegada ecológica do parto de sua filha Yara. Para isso, Marta realizou parto normal sem anestesia porque isso segue as

recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), já que há comprovações de que este tipo de parto é mais recomendado e ainda favorece a qualidade de vida da mãe e da criança. Além disso, o parto normal é mais barato, pois não necessita de tantos recursos tecnológicos, o que pode representar em uma boa economia.

Marta também reaproveitou a água do primeiro banho de Yara, para ser utilizada no vaso sanitário e, ainda, reciclou as embalagens de presentes que sua filha ganhou. Ela ainda presenteou a pequena Yara com uma árvore plantada no jardim de sua casa.

Marta não é um personagem de um monólogo solitário, de um conto de fantasias. Ela faz parte de um grupo de mais de 550 mães que se reúnem para discutir a ideia de “sustentabilidade”. “Materna Paulista” é uma entidade que defende o parto normal e práticas sustentáveis dos seus bebês. As mães chegam a trocar três mil e-mails todo mês discutindo formas sustentáveis do cotidiano para criar seus filhos. Segundo Paula Andreggheto, entre as conversas das mães estão a utilização de fraldas de pano, festas infantis com alimentos saudáveis, alternativas caseiras em vez de produtos industrializados, compras conscientes e amamentação com leite materno. Marta foi a fundo com a ideia de “sustentabilidade” e adotou a postura do Consumo Consciente. Com isso, ela pensa fazer em fazer uma boa economia com as roupas da sua filha, já que Yara vai ganhar muitas roupinhas de presente, portanto, não há necessidade de um enxoval completo para seu bebê. Como deseja ter mais filhos, Marta comprou roupas baratas e de qualidade em lojas populares. Os materiais como carrinho, banheira e poltrona não houve a necessidade de comprar, pois foram doados por amigas. Para haver mais benefícios “sustentáveis”, o quatinho de Yara foi pensado de forma que a decoração seja aproveitada até a sua adolescência. Os móveis são mais resistentes e o quarto foi pintado de verde claro. Essas e outras atitudes fazem com que o descarte de materiais seja bem menor, provocando menos impacto na natureza.

Marta busca mudar a maior parte de sua rotina ao poucos. Ela ouve muitas ironias de parentes, mas as considera erradas.

A fotografia abaixo mostra a primeira árvore que Yara ganhou quando nasceu.



Figura 14 - Fotografia Nascida em Berço Verde. Texto: “Mal nasceu, Yara já ganhou uma árvore no jardim”

Fonte: *Revista Brasil Sustentável* (edição 25, 2009, p. 18)

Na mesma página da reportagem apresentada por Paula Andreggheto são exibidos dois Boxes de textos. São mensagens que complementam a reportagem sobre Marta. No primeiro texto é oferecido a opção de alimento para bebês, “papinha orgânica”, produto lançado em dezembro em São Paulo. Indicado para crianças entre 4 meses e 3 anos, a “papinha” é preparada a partir de legumes, verduras, frutas e carnes sem agrotóxicos, sem conservantes químicos, modificações genéticas ou aromas artificiais.

No segundo Boxe, é apresentada uma banheira plástica (atóxica) com formato de balde e que possui a finalidade de ser ergonômica para o banho dos bebês até seis meses de vida. O baldinho, como é denominado, oferece um banho mais confortável, seguro e tranquilizador, pois reproduz a mesma sensação que o neném tinha dentro da barriga da mãe, numa posição fetal, o que ajuda a criança no alívio das cólicas.



Figura 15 - Fotografia Banheira Ergonômica

Fonte: *Revista Brasil Sustentável* (edição 25, 2009, p. 18)

4.7.2 *Slow Travel*

O *slow food* é uma filosofia de vida que começou na década de 80, com um tipo de postura militante no consumo de alimentos. O movimento foi criado com o objetivo de combater o *fast food* (que significa comida rápida, como sanduíches, *hambúrguer*, pizzas e pastéis). O *fast food* é um tipo de alimento com as seguintes características: padronizado, industrializados, de baixa qualidade e associado ao estilo de vida cada vez mais estressante. O *slow food* surgiu na Itália, com a manifestação de um grupo que rejeitava a instalação da empresa McDonalds em Roma, mas inaugurada na cidade em 1986. Em oposição, portanto, surgiu o *slow food* (comida lenta).

Na verdade, o *slow food* prega princípios como a responsabilidade do indivíduo no processo produtivo do alimento que consome. As principais preocupações dos integrantes do movimento *slow food* são com a valorização do hábitos de consumo local, a saúde e o consumir com prazer. No mundo inteiro estima-se que já existem 80 mil membros em 122 países (fonte: disponível em: <www.slowfood.com>. Acessado dia 20 de novembro de 2010).

A ideia do movimento *slow food* se ampliou para outros setores, e hoje já podemos encontrar alternativas como *slow books*, *slow school*, *slow money* e *slow travel*. Este último como destacado na reportagem “Devagar e Sempre”, da jornalista Silvia Wargaftig. E para entender o que é o *slow travel*, a reportagem conta a história da geógrafa Carla Tolosa, a paulistana de 38 anos é uma personagem que aderiu ao novo estilo de vida (BRASIL, ed. 26, 2009b).

Carla já fazia parte do movimento *slow food* até conhecer o *slow travel*, a “versão lenta” de realizar atividades turísticas. *Slow travel* prega um turismo com menor impacto ambiental, mas com o objetivo de priorizar o maior aproveitamento das viagens realizadas. O *slow* turista dedica maior tempo para vivenciar a cultura visitada. Carla considera essa experiência quase uma atividade antropológica, pois aumenta a sensibilidade para novas percepções da realidade, das pessoas, da arquitetura, da paisagem, da história, da língua e cultura local. Mas, o principal para ela foi ter a possibilidade de cultivar hábitos locais, como provar a gastronomia do lugar, contribuindo para fomentar a economia e a “sustentabilidade”. Portanto, o

pensamento de Carla sobre a viagem sustentável está muito ligado também ao *slow food*, ou seja, ela não se alimenta nas redes de *fast foods* (o vilão da história).

Carla pode ser considerada um personagem com muito espírito de aventura, pois já visitou 13 países e diversas cidades brasileiras. Começou a gostar de viajar quando era criança, ao ir com a família visitar os parentes que moravam em outras cidades do Brasil e alguns na Espanha. Em 2005, ela esteve no México, nas cidades de *Playa del Carmen* e de Mérida, e aventurou-se pelo entorno. Nessa aventura, pode conhecer a ruína maia e os índios locais que não falavam espanhol. No ano de 2007, ela visitou Buenos Aires, Portugal e Estados Unidos. Em 2008, foi para Istambul, na Turquia. No Brasil, a cidade que Carla gosta de ir é Rio de Janeiro, frequentemente vai para lá. Nessas viagens ela sempre dá um jeito de se aventurar em algum roteiro especial que preparou quando ia para o Rio.

Entretanto, Carla percebe alguns problemas com suas viagens. Ela sabe que o *slow travel* não é totalmente eficiente quanto aos impactos ambientais:

Quando penso no gasto de combustível do avião, a questão da viagem me incomoda um pouco, porque a pegada ambiental é grande. Quem vai ao Oriente, por exemplo, não tem como escapar disso (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 17).

A geógrafa lamenta pela falha que as viagens aéreas causam com a emissão de CO₂, espera que no futuro sejam mais eficientes.

4.7.3 Do Lixo ao Luxo

Na matéria “Reciclagem Radical”, texto de Paula Andreggheto, apresentada na seção notas mostra a iniciativa da Terracycle, empresa norte-americana que transforma lixo novamente em bens de consumo (fonte: disponível em: <<http://www.terracycle.com.br>>.). A empresa segue o princípio de que “Na natureza, o lixo de um sistema é o alimento do outro”. Segundo Tom Szaky, idealizador do negócio, a Terracycle atualmente possui mais de cinquenta (50) produtos à venda, alguns oferecidos na rede de supermercados Walmart, são sacolas, mochilas, pipas, carteiras e cortinas tudo vindo da matéria prima do lixo, que é recolhido em igrejas,

escolas e cooperativas de catadores. Esse tipo de produto vem sendo bastante demandado pelo mercado da moda (BRASIL, ed. 25, 2009a).

Nos últimos anos alguns estilistas adotaram a tendência da “moda verde”. Não se trata de uma coleção desenhada ao estilo hippie, dos anos 80, mas sim, a criação de peças de vestuários e acessórios que utilizam matérias primas ecologicamente corretas. O algodão e as fibras orgânicas (sem utilização de agrotóxicos), reaproveitamento de peças antigas e os diversos materiais obtidos com a reciclagem, por exemplo, as garrafas PET (reutilizadas para fabricação de tecido), servem para criar novos sistemas produtivos dentro do campo da moda. De acordo com a reportagem “Planeta moda”, marcas como Osklen, do estilista Oscar Metsavaht, e Giorgio Armani já possuem coleções baseadas na conservação de recursos naturais (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a). No Brasil, a indústria da moda segue a mesma tendência:

Essa constatação mostra uma mudança considerável do ponto de vista da inovação. Há quatro anos, uma pesquisa do IBGE intitulada Relatório Pesquisa de Inovação Tecnológica mostrava que menos de um terço dos empresários investiam em novidades: 33% na indústria têxtil e 28% no vestuário e acessórios. Ao quase findarmos a primeira década do século XXI, e depois dos freqüentes alarmes de que a sociedade precisa mudar seus hábitos de consumo para garantirmos as vidas futuras, todos os setores econômicos, inclusive a Moda, está aderindo à nova tendência ambiental (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a).

O consumo no campo da moda ganha um novo sentido, agora “chique é ser simples”, isto é, ter dinheiro não significa ter estilo. Conforme Maluh Barciotte, consultora do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, o guarda-roupa fica mais enxuto, pois a antiga visão de que é necessário comprar uma roupa a cada vez que vamos à festa é insustentável. Na opinião de Marco Sabino, autor do *Dicionário da Moda*, o importante é evitar a compra por impulso, e começar a se habituar em adquirir bens de forma cautelosa, porque somente assim é possível fazer a melhor escolha do produto. Marco Sabino indica olhar a etiqueta e conversar com o vendedor para verificar o tipo e a origem da matéria-prima do produto.

A onda ecológica trouxe também a valorização do artesanato. A confecção de acessórios como colares, pulseiras, pingentes, bolsas, cintos, sapatos, brincos e outros objetos associados à preservação da natureza, vem ganhando mais espaço no campo da moda. Um bom exemplo é o caso da empresa 1001 Retalhos, de Evani

Ribeiro, que confecciona bolsas com *patchwork* (retalhos de tecido). A empresa ainda elabora as bolsas com temas florestais.

A concepção de reaproveitamento também cria novos tipos de negócios. Atento a esse princípio, a empresa Restaura Jeans, criada há dezoito anos e com aproximadamente 200 filiais no Brasil, investiu em uma nova forma de lavagem que prioriza a conservação das roupas. O sistema chamado *Wet Cleaning* substituiu com maior vantagem à lavagem a seco, o novo processo é menos agressivo ao tecido, pois utiliza substâncias biodegradáveis na limpeza. Além disso, a nova lavagem promete não causar danos à saúde e ao meio ambiente. Flávio Conrad, dono da rede de lojas, explica que o novo processo de lavagem transformou a loja num centro de tratamento do vestuário que valoriza a filosofia de: “quanto mais velha for a peça, mais bonita se torna”. O empresário ainda oferece serviços como customização das roupas, renovação de peças em couro, tingimento e costura.

Negócios também são criados na Internet. Roupas e acessórios produzidos a partir da reciclagem de garrafas PET viraram produtos muito bem vendidos pelo comércio eletrônico. A empresa Ciclo Ambiental, localizada no estado do Rio de Janeiro, obtém bons lucros com consumidores conectados a rede mundial de computadores interessados em comprar camisetas fabricadas com tecido de PET.

Ainda na Internet, alguns casos chamam atenção pela trajetória. O repórter Paulo César Pereira comenta sobre o sucesso do *website ecofabulous*. O que ele considera ser uma tendência cada vez maior, *sites* especializados em “sustentabilidade” (BRASIL, ed. 26, 2009b).

O *ecofabulous* trata de questões de moda, beleza, casa, roupas, estilo de vida e turismo voltados para a “sustentabilidade”. O *site* surgiu como um *blog* (um diário virtual de uso pessoal), mas hoje é um grande portal de sucesso da Internet, que possui grande quantidade de informações disponíveis, envio de *newsletters*, cadastros e ferramentas de procura para quem deseja ter dados sobre a *ecofashion*. O *site* virou um importante canal na rede de computadores e conquistou credibilidade ao trabalhar com fornecedores que garantem a procedência dos produtos de origem “verde”. O *site ecofabulous* pode ser definido como um empreendimento da nova tendência de mercados denominados de *e-commerce*. Hoje, o principal produto do *site ecofabulous* de venda *on-line* são ternos ecológicos.

4.8 Finanças Sustentáveis e Tributação Verde

“Bancos Estão Mudando”, está é a reportagem de Álvaro Penachioni apresentada na seção “Finanças Sustentáveis” (BRASIL, ed. 25, 2009a), que traz informações sobre alterações dos agentes financeiros e em prol da “sustentabilidade”. O setor bancário brasileiro começa a adotar critérios socioambientais nas suas análises de risco de operações de crédito, em resposta às pressões sociais e ao mal-estar que a crise econômica financeira global, ocorrida em 2008, provocou em todo o mundo.

Segundo o jornalista Álvaro Penachioni, está ocorrendo uma forte adesão dos agentes financeiros, tanto público quanto privado, ao chamado *Protocolo Verde*³⁷, criado em 1995 e sancionado em 2003. É um tipo de acordo em que os aderentes têm que se comprometer a financiar apenas atividades econômicas preocupadas com a preservação ambiental. O sentido deste novo tipo de “contrato” é buscar uma gestão mais “sustentável” que possa se abranger para todo setor financeiro. Fato já constatado pela iniciativa voluntária de que muitos bancos vêm realizando na área denominada de risco socioambiental, para as análises de concessão de crédito.

Alguns exemplos ficam mais claros, conforme Álvaro Penachioni. O BNDES divulgou no mês de Julho de 2009 alterações na política de financiamento à pecuária, para diminuir, e talvez acabar, com o desmatamento ilegal na Amazônia provocado pela pastagem de gado. O BNDES começa a exigir dos abatedouros a comprovação da origem do gado. É uma forma de rastreamento dos rebanhos, que deve ser implantado em 16 anos, início em 2010. Passa o setor financeiro controlar parte da cadeia produtiva. A criação de rebanho não pode acontecer em áreas de preservação e a atividade pecuária não pode ter trabalho escravo. Álvaro Penachioni cita o depoimento do presidente do BNDES, Luciano Coutinho, em relação à questão do monitoramento do gado: *“Todos os processos serão auditados, porque queremos que essas empresas se tornem exemplares”* (BRASIL, ed. 25, 2009a, p.

³⁷ O objetivo do Protocolo Verde é estabelecer esforços para o empreendimento de políticas e práticas bancárias que sejam precursoras, multiplicadoras, demonstrativas ou exemplares em termos de responsabilidade socioambiental e que estejam em harmonia com o objetivo de promover um desenvolvimento que não comprometa as necessidades das gerações futuras. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/docs/pub/inst/dwn/ProtocoloVerde.pdf>>. Acessado dia 10 de novembro de 2010.

16). O que podemos perceber no depoimento de Luciano Coutinho é o tom quase de imposição, somado à ideia de “empresas exemplares”, mas não falou o que é isso.

Na área pública também é citado o Banco Central. Esta instituição está criando áreas de responsabilidade socioambiental para serem adotadas no seu planejamento estratégico. Na reportagem, Sergio Lima, consultor do antigo presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, diz: “*A questão ambiental não é apenas um modismo. A organização definiu a responsabilidade socioambiental como um de seus valores*” (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 16).

Na área privada, os bancos Bradesco, Itaú Unibanco, Citi, HSBC, Santander-Real, Safra e Cacique aderiram ao Protocolo Verde. Além disso, a Febraban assinou um acordo semelhante ao Protocolo Verde, que estabelece diretrizes operacionais com critérios ambientais para políticas de concessões e gestão de crédito e com a possibilidade de não financiar empreendimentos que causem problemas ambientais. Neste acordo participam Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco da Amazônia e Banco do Nordeste, além do governo federal (ministérios da Fazenda, Agricultura, Integração Nacional, Meio Ambiente e Desenvolvimento Social).

Mas a transição para uma “economia sustentável” não parte somente do setor privado. Os governos já começaram a discutir algumas propostas de mecanismos fiscais e tributários que podem ter um papel importante no processo de adoção de tecnologias limpas e transição para uma nova economia. Este é o tema da reportagem “Tributação Verde” (IDEIA, ed. 17, 2009a) de Julia Lopes com a colaboração de Ana Carolina Addário.

O que era visto como sanções e desestimulava a atividade produtiva, agora toma outro sentido: promover a economia de baixo carbono, isto vai além da definição do ato de arrecadar ou punir. De acordo com a reportagem, a legislação ambiental brasileira vem adotando o chamado *Controle Ativo*, modelo de tributação, que ao invés de desestimular comportamentos, funciona para incentivar “atitudes positivas”. Segundo Consuelo Yatsuda Moromizato (desembargadora federal do Tribunal Regional Federal da 3ª Região especializada em meio ambiente):

“(…) O princípio poluidor pagador foi inicialmente cogitado como forma de internalizar os custos dos impactos ambientais, que eram considerados externalidades”, explica. Na seqüência, surgiu o usuário-pagador, desvinculado da imagem do poluidor infrator. “Essa ideia prevê a compensação financeira pelo uso dos recursos naturais, a exemplo do que

ocorre com a lei de royalties para exploração de petróleo”, afirma. (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 102).

Há ainda o não-poluidor-recebedor, é aquele que cumpre as exigências normativas, e por este motivo deve ter vantagens econômicas; as reservas legais são um exemplo deste raciocínio. Mas todos devem seguir o mesmo princípio, a preservação deve ser mais lucrativa que a destruição, para que seja eficaz ao dificultar o uso indiscriminado dos recursos naturais. Por isso é fundamental que os governos criem políticas de incentivo, além de possibilitar a aquisição de equipamentos como financiamento subsidiado. Segundo Consuelo Yatsuda Moromizato:

(...) A reserva legal constitui um custo para o fazendeiro. No entanto, com a precificação dos serviços ambientais e a possibilidade de desenvolver projetos para geração de créditos de carbono, ela passa a ser vista como receita. É aí que se destaca o novo conceito do produtor receptor. Estabelece-se assim uma quebra de paradigma nos princípios que vão orientar as regras jurídicas e as políticas públicas futuras (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 104).

Para Fernando Veiga, coordenador de serviços ambientais da *The Nature Conservancy* (TNC): *“Pagar uma bonificação ao produtor é muito mais eficiente, do ponto de vista econômico, do que ter de remediar os problemas gerados pela falta de manutenção dos serviços”* (IDEIA, ed. 17, 2009a, p.104).

A maior polêmica desta medida está na sua concorrência com os projetos culturais. Para Maurício Chapinoti (Pinheiro Pedro Advogados), O ICMS ecológico e o Imposto de Renda Verde, além de concorrerem com os projetos culturais, ainda não mexem em nada na renúncia fiscal do Estado. O advogado recomenda para cada projeto um tipo de limite específico de dedução.

No congresso brasileiro, já tramita a proposta de reforma tributária que leva em conta a questão ambiental:

(...) A proposta de reforma tributária brasileira traz três mudanças principais na Constituição vigente. Introduce o princípio da extrafiscalizada (possibilidade de utilização dos tributos como mecanismo de estímulo ou desestímulo de atividades) ambiental pra todo o conjunto de impostos e contribuições do país; institui imunidade tributária em favor de bens e serviços considerados ambientalmente interessantes e distribui as receitas tributárias, entre os entes da Federação, em razão de critérios ambientais (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 105).

Para falar mais sobre “tributação verde”, um personagem principal na elaboração de novas propostas votadas para uma “economia sustentável” é Lester Russell Brown³⁸ (formado em ciências agrícolas, mestre em economia agrícola e administração pública, foi analista e assessor de órgãos do governo norte-americano na área de agricultura, fundou o *Worldwatch* em 1974 e é presidente do *Earth Policy Institute* desde 2001) que fala da necessidade de mudança estrutural dos impostos - artigo “Mudando impostos e subsídios para uma economia de baixo carbono” - de Ricardo Voltolini (IDEIA, ed. 18, 2009b).

O artigo aborda a necessidade de mudar a lógica dos impostos, diminuindo os que incidem sobre a renda e aumentando das atividades destrutivas da natureza. Segundo Brown, a tendência seguida por economistas do mundo todo é criar novos cálculos, por exemplo, que incidem sobre o carvão em relação aos custos do aumento em gastos com saúde (resultado da poluição). Este tipo de mecanismo econômico serve principalmente para encorajar o investimento e substituição de tecnologias ou fontes de energias limpas e renováveis. É preciso reconhecer custos indiretos para a sociedade, neles se incluem as mudanças climáticas, subsídios e reduções fiscais para a indústria petroleira, a proteção ao suprimento de petróleo, e o tratamento de doenças respiratórias associadas às emissões, de acordo com Brown, um novo tipo de “Mercado Honesto”.

A realocação tributária não é nova na Europa. Um plano quadrienal, adotado na Alemanha em 1999, transferiu gradualmente impostos sobre o trabalho para a energia. Por volta de 2003, esse plano já havia reduzido em 20 milhões de toneladas as emissões de dióxido de carbono (CO₂), contribuindo para a criação de 25, mil novos empregos. Também acelerou o crescimento do setor de energia renovável. Em 2006, havia 82.100 empregos apenas na área de energia eólica. Estima-se acrescentar mais 60 mil até 2010 (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 68).

Brown acredita que a mudança na tributação pode levar a uma situação do tipo ganha-ganha. Ao ajudar a trocar os padrões de desenvolvimento de fontes de energias limpas (vento, o sol, a biomassa e a geotérmica) ajudará a estabilizar o clima na terra e estabilizará as contas, possibilitando criar empregos adicionais.

³⁸ Lester Russell Brown é outro “guru do ambientalismo”, já escreveu vários livros relativos ao ambiente global, além de revistas e publicações anuais como o Estado do Mundo. O livro mais conhecido é o “*Plano B 2.0: Resgatando um Planeta sob Stress e uma Civilização em Apuros*”, uma obra importante para o ambientalismo. Os seus livros foram editados em várias línguas. O último livro lançado foi “*Plano B 4.0: mobilização para salvar a civilização*”. Na última publicação, Brown aconselha que precisamos mudar e assumir quatro metas: estabilizar o clima e a população, eliminar a pobreza e restaurar os suportes da natureza, como água, solo e ar (IDEIA, ed. 18, 2009a, p. 14).

4.9 Oportunidades e Inclusão

Como ensina o antigo provérbio Chinês: *“Crise é momento de oportunidade”*. Este velho ditado da cultura milenar chinesa é a melhor forma de interpretar a maneira como o *pensamento sustentável* vem encarado os problemas ecológicos e econômicos. A crise passa a ser o momento ideal de criar novas possibilidades e oportunidades. Não se trata somente de crise propriamente dita, aquela muitas vezes sentida globalmente, mas também de problemas de outras naturezas que a economia possui.

Um bom exemplo é o setor da construção civil, já mencionado neste trabalho. O setor que é apontado como principal responsável por consumir a metade dos recursos naturais do planeta e gerar a metade dos resíduos produzidos por uma cidade, sem falar nas altas emissões de gases de efeito estufa que as atividades na obra produzem. Além disso, o setor acumula altos números registrados de acidentes de trabalho com morte. Também vale lembrar a constatação de estudos que informam o grande número de trabalhadores atuando no setor sem o devido registro em carteira, o que coloca a maioria dos trabalhadores na situação de exploração, e além disso a maioria dos trabalhadores nem possuem o ensino fundamental completo. Entretanto, conforme a reportagem “Laboratório de soluções”, de Darlene Menconi, são justamente esses diversos problemas apontados acima que podem gerar novas oportunidades para o setor. Principalmente para a geração do que vem sendo chamado de “emprego verde”, isto é, qualificação da força de trabalho que priorize soluções para a poluição (BRASIL, ed. 25, 2009a). Algumas iniciativas já dão indício de mudança no ensino dos trabalhadores do setor:

(...) Amanco lançou o programa Doutores da Construção, hoje com o apoio de mais seis indústrias do setor: Astra, Coral, Sika, Docol, Lanxess e Weber Quartzolit. O projeto oferece cursos em vídeo, gratuitos, exibidos após o expediente nas lojas de material de construção, sobre as melhores práticas de alvenaria, instalação elétrica e hidráulica, pintura e revestimento. O treinamento foca conhecimentos básicos, desde a ética profissional até o cálculo de orçamentos. De 2006 até agora, o curso formou mais de 30 mil pessoas, e a expectativa é atender mais 56 mil até o fim de 2009, divulgando técnicas de construção sustentável, afirma Regina Zimmermann, superintendente industrial da empresa, e uma das palestrantes do Sustentável 2009. “A qualificação permite a melhoria de toda a cadeia produtiva, aumentando diretamente a renda e a auto-estima do trabalhador da construção civil”, diz Regina. Para tanto, além do aperfeiçoamento profissional, a Amanco ainda promove parcerias com o

Senai para a formação de jovens – a meta é treinar 10 mil em 2009 – e com a ONG Neotrópica, para a capacitação de mais 4.500 alunos (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 29).

A repórter de Darlene Menconi menciona a necessidade de promover os direitos trabalhistas, pois mão-de-obra deve estar de acordo com a legislação legal para ser “sustentável”. Além disso, ela aponta a construção civil como um novo laboratório de inovações, o que significa mais criação de novos negócios. Ou seja, acredita-se que é o setor que pode se aprimorar pela produção de novos produtos e processos produtivos, principalmente no uso de recursos naturais, o que pode parecer contraditório, mas a lógica deste pensamento está baseada na mudança do padrão tecnológico, o que não deixa de ser um novo mercado potencial a caminho de uma economia de preservação da natureza.

“Um dólar investido em energia limpa produzirá três vezes mais postos de trabalho do que se fosse aplicado em combustíveis fósseis”, esta é a conclusão de Jeanette Wicks-Lim, pesquisadora do *Political Economy Research Institute* (PERI - uma unidade independente da Universidade de Massachusetts), responsável pelo estudo *Prosperidade Verde* (IDEIA, ed. 17, 2009a), por Cristina Tavelin.

“(...) 150 bilhões de dólares de investimento por ano (cerca de 1% do PIB norte-americano – pode gerar, 1,7 bilhão de novos empregos nos Estados Unidos)” (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 57), de acordo com o instituto PERI, investimento em “sustentabilidade” é um bom negócio, além de gerar emprego tem a vantagem de reduzir as emissões de carbono. Já no documento *Oportunidades de emprego para a economia verde*, a organização PERI aponta seis áreas consideradas estratégicas para o enfrentamento do aquecimento global:

(...) substituição de materiais em construções, trânsito, eficiência energética, automóveis, energia eólica, energia solar e biocombustíveis. Ainda segundo o relatório, a transição para uma economia verde, também resultará em mais empregos baseados em atividades profissionais criativas e no desenvolvimento de novos materiais e sistemas de energia (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 57).

Entretanto, na opinião de Roberto Pollin, economista, ativista, fundador e co-diretor do PERI e professor da Universidade de Massachusetts-Amherst, a adoção para estes novos negócios ainda poderá demorar algum tempo. Cristina Tavelin traz mais publicações a respeito das novas oportunidades de negócio e trabalho, voltados para uma “economia sustentável”. O relatório *Green Jobs: Towards decent*

Word in a sustainable, low-carbon world (empregos verdes: rumo ao trabalho decente em um mundo sustentável de baixo carbono), estudo elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP) revela a existência de demanda por profissionais com características específicas no chamado “mercado verde”, o que tende a crescer nos próximos anos em todo o mundo:

(...) O documento classifica com empregos verdes posições na área de agricultura, manufatura, pesquisa e desenvolvimento, atividades administrativas e serviços que contribuam substancialmente para preservar ou restaurar a qualidade ambiental. A lista também inclui ainda profissões que ajudam a proteger os ecossistemas e a biodiversidade, reduzir gastos de energia, materiais e consumo de água por meio de estratégias mais eficientes, e minimizar ou evitar a geração de todas as formas de desperdício e poluição (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 59).

A reportagem ainda traz o estudo da Fundação Instituto de Administração (FIA), que descreve o novo profissional que está sendo demandado, ou seja, aquele que será influenciado por macrotendências, como a de mercado global, e questões socioambientais nas gestões de negócios.

Segundo Luiz Carlos Cabrera, engenheiro em metalurgia pela escola de engenharia Mauá/São Paulo, com pós-graduação em Administração pela Fundação Getúlio Vargas e extensão na *University of Southern Califórnia*, diretor da AMROP e professor da FGV, fala da exigência de novos profissionais, novos perfis e com visão estratégica:

A primeira demanda forte do mercado se deu em relação a cuidados com o meio ambiente. Agora, na seqüência, observa-se uma procura por profissionais que, além de desempenhar essa tarefa, trabalham para que os projetos sejam economicamente viáveis, socialmente sustentáveis e culturalmente aceitos (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 60).

Luiz Carlos Cabrera acredita que as sociedades estão migrando para um modelo que busca soluções coletivas, em detrimento do sistema de criação individualista. Já o canadense Bob Willard, autor do livro *The sustainability*, fala da tendência *retrofits* (processos de modernização e de conversão – ou novas instalações) que oportunizará aumento na geração de “empregos verdes”, principalmente voltados pra a construção civil, além dos empregos na área de pesquisa, voltados para novas tecnologias e técnicas para economizar energia ou criar alternativas renováveis.

Entretanto, existem alguns obstáculos para a demanda de “empregos verdes”, como os problemas relacionados ao trabalho informal, desigualdades econômicas e falta de qualificação adequada. Para estar de acordo com as perspectivas das “carreiras do futuro”, os profissionais terão que buscar novas qualificações, neste sentido, o papel da educação é imprescindível. No Brasil, segundo a matéria, a educação não está dando conta das necessidades do mercado, e ainda existe perda de bons profissionais para outros países.

Não por acaso, a melhoria da educação e a formação de empreendedores foi citada como medida necessária por 21% dos respondentes das Carreiras do Futuro, da FIA. Para 54% dos especialistas, a nova configuração nas relações de trabalho sofrerá alterações significativas, com a diminuição dos postos formais e a criação de empregos autônomos. As maiores oportunidades, segundo 95%, se concentram no setor de serviços, com especial ênfase em áreas como saúde, serviços para a terceira idade e consultorias especializadas em sustentabilidade” (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 62).

Os “empregos verdes” também estão servindo como forma de compensação aos empregos perdidos com a crise financeira global. Significa que a crise ajudou a emplacar a criação de ocupações relacionadas à “sustentabilidade” e construção de uma nova economia de baixo carbono, conforme Luiz Carlos Cabrera.

No âmbito das políticas públicas, Robert Pollin comenta sobre as possibilidades de estímulos aos investimentos “verdes”:

(...) dar subsídios a quem produz energia limpa, e fontes de energia renovável, nas quais as tecnologias ainda estão em sua maioria em estágios primários de desenvolvimento, e precificar a queima de combustíveis fósseis para rever o dano ambiental das emissões de gases de efeito estufa (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 65).

Segundo estudo da WWF, todos os esforços e estímulos públicos voltados para construção de uma economia mais “verde” não acabarão com as indústrias poluentes tradicionais, mas a inclusão de “empregos verdes” significa modificações importantes para a preservação. A ONG propõe uma transição acompanhada por meio de proteção social, para auxiliar as pessoas que irão perder com a mudança da economia, principalmente quem vive em áreas industriais e com a falta de diversidade econômica, e, além disso, as políticas devem adotar projetos de capacitação.

Segundo estudo da UNEP, políticas básicas devem incluir subsídios, estímulo ao mercado de carbono e reforma tributária, além de adoção de estratégias inovadoras para transpor barreiras para a energia renovável e de leis que responsabilizam produtores por possíveis danos ambientais (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 65).

No âmbito das políticas, há ainda a proposta de usar os mecanismos do mercado para incluir os mais pobres à cadeia produtiva. Na reportagem “Inovação na Base da Pirâmide” texto da jornalista Juliana Lopes e tradução de Ana Carolina Addário é abordado o pensamento de Coimbatore Krishnarao Prahalad³⁹, mais conhecido como C.K. Prahalad, indiano americanizado, doutor em Administração por Harvard, professor titular de estratégia corporativa do programa de MBA da Universidade de Michigan, conselheiro do governo indiano para empreendedorismo e análises de progressos e oportunidades de inovação na base da pirâmide social. C.K. Prahalad vem desenvolvendo teses sobre a importância de valorizar o consumidor que está na base da pirâmide social, ou seja, pessoas que vivem com apenas cinco dólares por dia, isto representa no mundo todo quatro bilhões de seres humanos, uma população com a qual as empresas e instituições financeiras ainda não sabem lidar. Portanto, para C.K. Prahalad a solução é transformar essa população em novo mercado consumidor, através da criação de produtos e serviços sob medida para necessidade dessas pessoas que estão na base da pirâmide. Empreendedorismo é sinônimo de combate à pobreza. As pessoas na base da pirâmide devem ser vistas como possíveis microprodutores, microconsumidores, microinvestidores e microinovadores, não se trata de criar mercados mais eficazes, mas sim converter a pobreza em oportunidades. C.K. Prahalad acredita que o foco não seja o lucro, mas “(...) *deveria ser em empreendedorismo e na criação de valores. Esse é o único antídoto contra a pobreza. Empreendedorismo e inovação são, para mim, elementos-chave em qualquer mudança social*” (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 77).

A partir da criação de uma cadeia de suprimentos globais, segundo C.K. Prahalad é possível incluir os pobres de forma que eles sejam produtores e também

³⁹ C.K. Prahalad é um guru dos negócios bem sucedido, autor de livros como “*Strategic Intent*” (1985), “*The core competence of the corporation*” (1990), “*Competindo pelo futuro*” (2005), todos em parceria Gary Hamel, “*The multinational mission: balancing local demands and global vision*” (1987), com participação Yves L. Doz, “*O futuro da competição*” (2004), com a parceria de Venkat Ramaswamy, “*A riqueza na base da pirâmide*” (2005) e “*The Strategies for the Bottom of the Pyramid*” (1997), em parceria com Stuart Hart. C.K. Prahalad ganhou prêmios importantes, como McKinsey Prize (publicado na *Harvard Business Review*), prêmios oferecidos pela *Strategic Management Journal* e o *European Foundation for Management Award* por melhores artigos.

tenham acesso a produtos e serviços de boa qualidade. O diálogo com outras organizações, como governo, empresas e ONGs, facilitará o desenvolvimento desses mercados, beneficiando ambas as partes e não apenas invenção de novos modelos de negócios. No entanto, deve ser priorizada a reprodução de “consumo sustentável”, na ótica de C.K. Prahalad, o que significa que os preços devem ser acessíveis aos pobres na compra de recursos básicos para sua subsistência. Basicamente, as ideias de C.K. Prahalad estão adequadas ao pensamento que visa a disciplinar o capitalismo, no sentido de tornar o sistema econômico mais justo, transparente e organizado para que possa ser possível beneficiar as camadas mais pobres.

C. K. Prahalad também foi tema da reportagem “Negócios Inclusivos: Soluções Populares”, de Darlene Menconi, (IDEIA, ed. 17, 2009a). Nesta matéria, o foco é a criação e fomento do empreendedorismo da população de baixa renda. O chamado movimento dos negócios inclusivos, ou soluções da base da pirâmide social, visam propor geração de renda para população pobre com preservação ambiental.

No Brasil, o CEBDS está implantando a Rede Latino-americana de Líderes Empresariais em Negócios Inclusivos. A organização discute o incentivo de empreendimentos como agronegócio (cacau, café, produtos lácteos, piscicultura, milho e beneficiamento de madeira), construção civil, políticas de financiamento, acesso ao microcrédito, telefonia e biocombustíveis.

Há também empregos em projetos de construção e desenvolvimento de energia eólica que podem envolver aproximadamente 14,75 milhões de euros de investimentos na Irlanda, segundo o relatório *Empregos e Investimentos em Energia Eólica* lançado pela Associação de Energia Eólica Irlandesa (IWEA). A reportagem “Empregos verdes: saída para a recessão”, fala sobre as oportunidades de trabalho no mercado de energia eólica, que o governo Irlandês acredita criar. Dos 14 bilhões de euros, 5 bilhões podem ser retidos na própria economia, o que é um ótimo investimento para o país que vem sendo assombrado pelos efeitos da crise financeira na Europa (IDEIA, ed. 17, 2009a).

Em entrevista, Paulo Muçouçah, coordenador de projetos da OIT no Brasil, fala do relatório do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP), denominado “Empregos verdes: rumo ao trabalho decente em um mundo sustentável de baixo carbono” (*Green Jobs: Towards decent work in a sustainable,*

low-carbon world) - reportagem “Empregos Verdes e decentes” (IDEIA, ed. 17, 2009a).

De acordo com a reportagem, “empregos verdes” são aquelas atividades ou ocupações voltadas para a melhoria da preservação ambiental, ou que envolvem as três dimensões da noção de “sustentabilidade”, o econômico, o social e o ambiental. A OIT juntou esta definição com a de “trabalho decente”. Para Paulo Muçouçah, a versão em português do relatório oferece um panorama do potencial de geração de “empregos verdes” no Brasil. Os setores com maior potencial são: energias renováveis, reciclagem (destaque para coleta de resíduos perigosos), fabricação de álcool, biocombustíveis produção florestal, pecuária, agricultura e construção “sustentáveis”.

Paulo Muçouçah menciona os dados do estudo realizado pelo Ministério do Trabalho, Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), apontando os dados de crescimento de atividades “verdes”, foram mais de 740 mil empregos formais criados, e com a soma das informações os dados podem passar de um milhão. São trabalhos que surgem como adequação do mercado com a legislação ambiental, o que poderia trazer transtorno aos recrutadores, já que falta mão-de-obra qualificada para essas novas atividades. Porém, Paulo Muçouçah não vê isto como empecilho:

De acordo com projeções, vão faltar trabalhadores. Mas a oferta de qualificação profissional não está tão defasada quando imaginávamos. É um dos objetivos desse programa global é exatamente trabalhar a questão da qualificação como um dos gargalos de transição para uma economia verde no Brasil e no mundo. Como qualquer mudança de padrão tecnológico, pelo menos é o que se aponta, não basta ter tecnologias disponíveis, elas têm que ser apropriadas. Vamos precisar de programas massivos de capacitação tanto para os empregos já existentes quanto para os que devem ser criados (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 17).

Na direção do empreendedorismo, o artigo de Alfred Vernis (líder de treinamento do Instituto de Inovação Social da ESADE *Business School* – *Universidad Roman Llull*) menciona as possibilidades de futuros negócios na matéria “Empreendedores sociais inspiram modelos de negócios do futuro”, (IDEIA, ed. 17, 2009a).

Em tom de otimismo, Alfred Vernis fala de novos modelos empresariais voltados para um mundo mais justo e sustentável. Mas para isso é necessário mudar a lógica do mercado tradicional, ou seja, sistemas produtivos. Para Alfred Vernis, os novos empreendedores devem ser capazes de enxergar nas questões sociais as

possibilidades de mudança. E, além disto, eles devem ter uma visão colaborativa, o que permite trabalhar com os *stakeholders*.

Alfred Vernis apresenta algumas noções de empreendimentos de negócios inclusivos. A primeira são as empresas sociais, organizações humanistas que compreendem o trabalho como o produto final, com o propósito do bem-estar das pessoas. A segunda são empresas que criam valor econômico e social, ao mesmo tempo em que respeitam o meio ambiente, isto é, o ponto de equilíbrio. E, por fim, a terceira são as empresas que passaram a incluir no mercado indivíduos sem recursos. Segundo Alfred Vernis: “(...) *Construir uma cadeia de valor baseada nos mais pobres, transformando excluídos em clientes, empregados e fornecedores de seus negócios.*” (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 18). Neste caso, existem dois exemplos de negócios inclusivos: a) *Fundación Furtur* – uma empresa catalã criada para reintegrar social e profissionalmente indivíduos em situação de exclusão. A organização lançou produtos ecológicos e de comércio justo; b) *Cooperativa La Fageda* – que reúne trabalhadores portadores de necessidades especiais (física e mental) na produção de iogurte.

Na reportagem “Novos modelos de negócios sustentáveis” (IDEIA, ed. 18, 2009b), Luiz Bouabci, consultor e mestre em sustentabilidade pela Fundação Politécnica da Catalunha e sócio da Mob Consult (empresa especializada no mapeamento de redes humanas e sistemas complexos para geração de inovação e tomadas de decisão estratégicas) realizou um mapeamento de “conceitos” e experiências de inovação que as empresas vêm adotando como soluções mais “sustentáveis”. Ele achou sete tendências:

- 1) **Colaboração** – a cooperação entre organizações é um ponto chave dentro do *pensamento sustentável*. Organizações que colaboram são capazes de desenvolver em co-propriedade novas ideias, o que torna mais rápido a nova geração de inovações para a “sustentabilidade”;
- 2) **Infraempreendedorismo** – conceito que define a importância da experiência das organizações, ou seja, quanto mais diversa e criativa, mais valiosa ela será. Um bom exemplo são as incubadoras tecnológicas, muitas vezes desenvolvidas por universidades, é desta forma que as novas organizações podem adquirir experiência;

- 3) **Biotecnologia branca** – dedicado ao desenvolvimento de novos produtos para a produção industrial, sendo aplicado para diferentes propósitos, incluindo o desenvolvimento de fontes alternativas de energia e biomateriais. A versão branca das biotecnologias tem sido a aposta da indústria química, na substituição de fontes de energia fóssil;
- 4) **Escala** – solução para aliar a necessidade de espaço e produtividade, ou seja, aplicação de grandes estruturas, ou na distribuição em pequena escala e com maior eficiência em termos de recursos e energia. Um exemplo são os negócios que utilizam a cobertura, ou o telhado do prédio, para produção de alimentos;
- 5) **Design** – serve para substituir padrões antigos – um dos principais princípios do novo design é o *Cradle to Cradle*, que prega a reintrodução de todo e qualquer resíduo industrial na atividade produtiva;
- 6) **Economia de Serviços** – está baseado em novos padrões de consumo, novas necessidades de reciclagem e reutilização. Por exemplo, a empresa HP substituiu a venda de produtos descartáveis pelo oferecimento de uma série de serviços ao redor de poucos produtos;
- 7) **Redes** – estruturas horizontais e piramidais são complementares, a partir deste princípio o *pensamento sustentável* acredita que essa combinação organizacional é determinante para a geração de inovação;

No entanto, alguns argumentos divergem do “oportunismo” em momentos de crise. Em outra reportagem, Darlene Menconi (BRASIL, ed. 25, 2009a) trata do oitavo objetivo das Metas do Milênio: “Todos Trabalhando para o Desenvolvimento”. As Metas do Milênio foram elaborada através de um encontro organizada pela ONU, onde reuniram-se líderes do mundo inteiro, que se comprometeram com um conjunto de iniciativas contra miséria, fome, analfabetismo, doenças, igualdade entre os sexos, sustentabilidade ambiental e uma aliança para o desenvolvimento. Do encontro, que ocorreu no ano de 2000, foram estabelecidos oito objetivos que acabaram se desdobrando em 18 metas e 48 indicadores, com a finalidade que eles sejam alcançados em 2015, porém ao oitavo objetivo não foi fixada uma data limite.

O oitavo objetivo, “Todos Trabalhando para o Desenvolvimento”, pode ser considerado o mais importante, pois sua concretização significa o alcance dos outros objetivos e metas. Mas para acontecer é necessária a cooperação entre os países, o que também torna o oitavo objetivo o mais difícil e ousado esforço coletivo, portanto é impossível determinar uma data para ser alcançada. O que começou a ficar mais difícil de concluir com a crise financeira global, já que agravou a cooperação internacional, e deixando cada vez mais longe as reais possibilidades de “um plano para um mundo melhor”.

Segundo Darlene Menconi, a crise provocou uma recessão econômica que teve efeitos como falta de crédito, aumento do preço das *commodities* dos alimentos, aumento do desemprego e a redução no fluxo de dinheiro enviado pelos imigrantes aos países de origem (Fonte: Dados Relatório elaborado em conjunto pela ONU, PNUD, o Banco Mundial e a OMC). Com um cenário econômico de risco, metas como a criação de um sistema comercial e financeiro multilateral, justo e equitativo, que possa contribuir para que países pobres cresçam e reduzam sua pobreza, fica cada vez mais difícil. Existem também os problemas como assistência monetária, comércio, alívio de dívidas, acesso à tecnologia de informação e comunicação.

No comércio internacional, a OMC está prestes a completar uma década de negociações com a Rodada de Doha sem nenhum resultado, nem corte de subsídios, nem abertura do setor agrícola, ou vantagem, para os países em desenvolvimento. Enquanto Doha patina, as medidas protecionistas proliferam (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 43).

A criação de barreira alfandegárias (que alguns países adotam, como por exemplo tarifas, taxas e cotas de licença de importação, para controlar a entrada no seu território de bens produzidos em outros países) significa um empecilho ao avanço do crescimento das nações mais pobres. Este tipo de pensamento é argumentado com os seguintes dados:

Calcula-se que a eliminação de barreiras alfandegárias elevaria em US\$ 100 bilhões a renda anual dos países pobres. Atualmente, eles pagam o equivalente a US\$ 100 milhões em serviço da dívida para os ricos, o que compromete as finanças públicas e limita a capacidade de investimento em educação, saúde, igualdade e infra-estrutura (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 43).

O dinheiro que um país pobre poderia investir em outras áreas é pago para cobrir a participação no mercado internacional. Isso de certa forma prejudica o

progresso do plano das Metas do Milênio. Segundo o Relatório elaborado em conjunto pela ONU, Pnud (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), o Banco Mundial e a OMC, afirma que a situação só pode melhorar se as nações pobres tiverem investimentos em infraestrutura, cooperação técnica e assistência tecnológica para melhorar a produção e o comércio. Como prioridade na agricultura, manejo ambiental e saúde pública, com foco em ciência e tecnologia. Na mesma reportagem, a opinião do americano Jeffrey Sachs, doutor em economia pela Universidade de Harvard, diz: *“as políticas públicas deveriam promover a inovação, com enfoque nos pequenos e médios negócios”* (BRASIL, ed. 25, 2009a, p. 43).

4.10 COP-15: Em Busca de Um Novo Contrato

Não poderíamos terminar esta etnografia sem falar do evento realizado na cidade de Copenhague, Dinamarca, em dezembro do ano de 2009 (COP-15). No encontro reuniram-se lideranças e movimentos ambientais para formular propostas que substituam o Protocolo de Kyoto, que encerra em 2012. O encontro de Copenhague foi a tentativa de tomar decisões realmente importantes para tentar estabilizar as emissões de GEE, a partir de propostas que visam medidas de adaptação para reverter as mudanças do clima. Portanto, as reportagens aqui escolhidas neste texto fazem parte de ideias e propostas antes do evento COP-15. São matérias que apresentam dados de um drama com possibilidade de desfecho trágico, à medida que as mudanças climáticas poderão gerar cada vez mais catástrofes. Mas, além disso, as matérias também reunidas aqui buscam apresentar algumas soluções para reverter o quadro pessimista.

Segundo dados do relatório “Impactos, vulnerabilidades e adaptação”, da Convenção Das Nações Unidas Sobre Mudanças Do Clima (sigla em inglês – UNFCCC), o quadro de prognóstico dos cientistas é alarmante:

(...) o aquecimento global trará uma extensa lista de impactos ambientais e socioeconômicos em áreas tão díspares quanto abastecimento de água, agricultura, segurança alimentar, saúde, biodiversidade e zonas costeiras. Mudanças no padrão de chuvas, em conjunto com o derretimento das geleiras, causarão deficiências no suprimento de água e enchentes. O aumento das temperaturas resultará ainda em alterações nos calendários

agrícolas, com efeitos para a segurança alimentar, além de contribuir para a disseminação de doenças como dengue e malária e potencializar a extinção (cientistas alertam que aumento de 2°C na temperatura pode levar a perda de 30% da biodiversidade). Melhorar esse prognóstico ainda é uma tarefa difícil, uma vez que a intervenção humana não altera os padrões climáticos globais, impedindo a projeção de cenários preciosos (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 61).

Após apresentar esses dados, os jornalistas levantam a crítica sobre a ineficácia do Protocolo de Kyoto, que está em vigor desde 2005. Trinta e sete países se comprometeram a reduzir 5,2% das emissões registradas de 1990. Entretanto, entre 2000 e 2007, segundo os inventários das emissões submetidos à ONU, as emissões dos países desenvolvidos signatários do pacto aumentaram 3%. O que indica que a maioria dos países participantes no acordo não conseguiram atingir a meta de redução até 2012, prazo final que foi estipulado para o cumprimento do acordo. A questão ainda se agrava com o desenvolvimento de países emergentes como Índia, Brasil e China. Estes países aumentaram suas emissões de GEE (gases de efeito estufa), sendo que a China já é considerada o maior emissor do mundo. Só não piorou a quantidade de emissões de GEE na atmosfera porque a queda do bloco comunista, na década de 90, e a crise financeira global diminuíram o ritmo de crescimento econômico, o que não favoreceu a criação de novas indústrias.

Para os jornalistas, a reunião de Copenhague pode significar apenas a extensão do prazo para se alcançar as metas do Protocolo de Kyoto. Sem possibilidades de criação de um novo acordo que reduza radicalmente as toneladas de emissões que são lançadas na atmosfera terrestre todo ano. Já que um novo acordo representa a criação de um consenso entre interesses dos países que são muitas vezes conflitantes. Por exemplo, no caso dos países emergentes como Índia, Brasil, China e outros, existe uma questão moral, eles também têm o direito de enriquecer sem maiores empecilhos como outros países Europeus, EUA e Japão. O cenário internacional político para tratar das questões ambientais acaba tomando a forma de um “jogo de xadrez”, essa é a metáfora usada pelos jornalistas para dizer que as decisões e posturas dos países estão cada vez mais complexas. A China, por exemplo, se nega a aderir muitos critérios estipulados pelos países ricos, e só pretende substituir o carvão mineral a partir do ano 2020. Mas neste “tabuleiro”, o Brasil não é mais um “peão”, ele vem ganhando muita força na diplomacia, o que pode ajudar a conciliar interesses conflitantes entre outros países na construção de uma economia de baixo carbono. Por conseguinte, o Brasil possui muitas vantagens

em relação aos outros países emergentes. Se considerarmos que cerca de 75% das emissões de gases de efeito estufa provêm do uso da terra e da queima de florestas na Amazônia (fonte: Relatório da ONU), o governo brasileiro pode passar a ter grande trunfo ao controlar o desmatamento naquela região. Além disso, o Brasil também tem o privilégio de ter uma matriz energética limpa, ser o maior produtor de etanol e o país que mais tem investido em projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL).

O relatório *Impactos da Mudança Climática Global nos EUA*, publicado pelo Programa de Pesquisa Americano sobre o Aquecimento Climático (apresentado na matéria “Mudança climática já é irreversível”, seção *Pérolas Finais* (IDEIA, ed. 17, 2009a) adverte para a obrigação da modificação dos padrões de consumo de energia, uma vez que o aumento da temperatura terrestre vai provocar ondas de calor mais frequentes, o que impacta principalmente na agricultura. No caso, nos EUA, o oeste americano será o mais prejudicado. Os pesquisadores que elaboraram o relatório afirmam que, mesmo havendo mudanças e adotando medidas compensatórias para redução de CO₂, o aquecimento global já é irreversível.

Os dados alarmantes são apenas os primeiros pontos do argumento de que os efeitos perversos na natureza serão sentidos em vários campos sociais. Entretanto, a economia é a que mais vai sentir. Já existem algumas informações sobre quanto irá representar o prejuízo para as nações:

Os países em desenvolvimento, por exemplo, precisam de até US\$ 1,2 trilhões por ano em 2030 para adotar tecnologias de baixo carbono e transformar seus sistemas energéticos nas próximas décadas, segundo o Banco Mundial. Para se adaptarem às inevitáveis alterações do clima, a instituição afirma que os países pobres terão que receber investimentos anuais da ordem de até US\$ 100 bilhões. As nações ricas, que mais contribuíram para o problema já que historicamente são as mais emitem, também não escapam dos altos custos: também terão que colocar a mão no bolso para reduzir o consumo de combustível fóssil e mudar seu modelo econômico (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 38).

Paula Scheidt, jornalista e editora do Portal Carbono Brasil fala que COP-15 é o encontro para se discutir e planejar um novo contrato que responda à seguinte questão: de que forma será possível manter a elevação das temperaturas em um nível seguro para toda a vida no planeta? Segundo Paula Scheidt, aproximadamente 200 países irão buscar consenso de quem vai fazer o quê? e como vai ser paga a conta? (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b).

Segundo o *Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial de 2010: Desenvolvimento e Mudança Climática*, elaborado pelo Banco Mundial, seriam necessários investimentos em 100 bilhões anuais, entre o período de quarenta anos, para mudar o quadro de aumento de temperatura do clima terrestre. Na reportagem “Mudanças climáticas – o complicado horizonte da vida no planeta até 2050” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b), aponta a responsabilidade dos países desenvolvidos e industrializados no pagamento desta conta. Caso não realizado, a humanidade viverá trágicos momento. De acordo com Robert B. Zoellick, presidente do Banco Mundial:

(...) Os países precisam agir agora, agir em conjunto e agir de forma diferenciada em matéria de mudança climática. Os países em desenvolvimento são afetados desproporcionalmente. É uma crise que não é de sua autoria e para a qual estão menos preparados. Por essa razão, um acordo eqüitativo em Copenhagem é vital (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 34).

A situação se agrava com a questão alimentar. O estudo apresentado pelo Instituto Internacional de Política Alimentar (IFPRI, sigla em inglês) estima que 25 milhões de crianças vão passar fome em 2050 em decorrência dos efeitos das mudanças climáticas. Neste sentido, a produção de alimentos está relacionada com a poluição, já que passaremos a conviver com mais enchentes, secas, estiagem, etc.

(...) agora há mais enchentes, secas e tornados no Sul do Brasil, cheias também no Nordeste do nosso país, as piores secas nos últimos 50 anos foram registradas na Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile, os furacões estão cada vez mais intensos na América Central, ora a seca, ora as severas inundações assolam os países do continente africano, ondas extremadas de calor e frio na Europa e na Índia, derretimento das geleiras do Ártico e da Antártida e por ai vai. Todos essas situações vitimam milhares de pessoas, dizimam plantações e afetam diretamente a economia dos países. (PRIMEIRO, ed. 15, 2009a, p. 36).

Para Fernando Almeida⁴⁰ (presidente do CEBDS), o mais provável é que as mudanças nas atividades econômicas ocorram pela imposição do clima, com eventos extremos, do que com a alteração de comportamentos humanos. O que não deixa de ser injusto porque as comunidades mais pobres serão as mais vulneráveis, sendo que foram as que menos contribuíram para alteração climática. E, ainda, de

⁴⁰ Na reportagem “A nova geografia do clima: como a adaptação às mudanças climáticas influenciará a evolução ou simples sobrevivência da espécie humana”, de Juliana Lopes (IDEIA, ed. 18, 2009b).

acordo com a matéria, novos problemas irão surgir, como os refugiados ambientais, imigração em massa de pessoas buscando refúgio em outros lugares do mundo. Em relação aos negócios, os prejuízos serão enormes, as empresas deverão assumir uma postura de buscar soluções para amenizar os fenômenos das alterações climáticas. Os recursos destinados a equalizar o problema também serão pequenos, conforme Márcio Santilli, coordenador do Programa de Política e Direito do Instituto Socioambiental (ISA):

(...) O Banco Mundial estima que o Fundo para Adaptação capte entre US\$ 100 a US\$ 500 bilhões por volta de 2012, quantia insuficiente diante da conta da adaptação que não para de crescer. “A fonte de recursos é ridícula quanto comparada ao tamanho da conta. Também é difícil entender porque somente os projetos de MDL contribuem para esse fundo e não um conjunto dos mecanismos de compensação ou até algum tipo de medida abrangente que possa ser tomada no âmbito da economia mundial” (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 65).

Algumas soluções são apresentadas na matéria de Juliana Lopes⁴¹. A jornalista ao analisar o livro “O aquecimento global” (2008), publicado pela editora Larousse no Brasil, de Brian Fagan (antropólogo e arqueólogo inglês de 71 anos, professor aposentado da Universidade da Califórnia, em Santa Bárbara) traz a proposta como base nos estudos das sociedades tradicionais. A experiência de comunidades tradicionais nos diz muito sobre autossustentabilidade, portanto devemos compreender como as civilizações ancestrais lidaram com o fenômeno de mudanças climáticas, assim poderemos adquirir algumas respostas que auxiliem no enfrentamento do atual desafio de alterações de temperatura global.

Outra solução é concentrar esforços nas regiões e populações mais suscetíveis a tragédias. É o que defende Márcio Santilli⁴²:

(...) Se temos problemas graves de enchentes em Manaus é de se supor que esses problemas se tornarão mais graves no futuro. Mas não há nenhum mistério insondável limitando a fazer alguma coisa já. Podemos trabalhar em cima de realidades que já estão dadas em vez de fazer exercício de futurologia. O que não pode é ficar parado (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 62).

⁴¹ Reportagem “A nova geografia do clima: como a adaptação às mudanças climáticas influenciará a evolução ou simples sobrevivência da espécie humana” (IDEIA, ed. 18, 2009b).

⁴² Filósofo, formado pela Unesp, foi presidente da Funai de setembro de 1995 a março de 1996. Sócio-fundador do ISA, é atualmente coordenador do Programa de Política e Direito Socioambiental. Foi Secretário Executivo, membro do Conselho Diretor, coordenador da Campanha Y Ikatu Xiungu e da Iniciativa de Mudanças Climáticas.

Nas fotografias abaixo, podemos observar a intensidade com que certas regiões do mundo podem sofrer com a mudança do clima.



Figura 16 - Fotografia de Logan Abrassi, Haiti/2007.
Fonte: *Revista Ideia Socioambiental* (edição 18, 2009, p. 64)



Figura 17 - Fotografia de Marco Domino, Haiti/2008.
Fonte: *Revista Ideia Socioambiental* (edição 18, 2009, p. 60)

As fotografias acima registram as enchentes ocorridas no Haiti em dois anos consecutivos, 2007 e 2008. São imagens que denunciam os efeitos perversos das alterações climáticas. Se não fossem as datas, poderíamos deduzir que as fotografias foram tiradas durante o mesmo evento. Na fotografia à esquerda o foco de atenção é o nível da água até pescoço do pai que tenta salvar sua filha, isso dá a entender a proporção que o aumento do nível do mar está ganhando . Já na segunda fotografia à direita, o foco é dado à ação de intervenção por parte dos militares (governo), por este motivo, o enquadramento da fotografia fecha no conjunto de pessoas. As fotografias não são gratuitas, elas foram escolhidas com o objetivo de chamar atenção para os possíveis dramas futuros que a humanidade poderá vivenciar em consequência das mudanças climáticas. Uma das características que as fotografias destacam é o sofrimento de populações pobres, justamente estas que pouco fizeram parte do processo de industrialização, no caso, o Haiti.

Para UNFCCC, o importante é realizar monitoramentos que fornecem dados climáticos como temperaturas, chuvas e frequência de eventos extremos, além de outras informações relacionadas com disponibilidade de recursos hídricos, agricultura, segurança alimentar, saúde, biodiversidade (IDEIA, ed. 18, 2009b).

Novas definições conceituais também podem ajudar na tarefa de produzir conhecimento sobre os impactos produzidos pelas alterações climáticas. Um conceito importante é o de vulnerabilidade, que a partir de estudos multidisciplinares podem melhorar sua definição, e trazer mais esclarecimento para novas pesquisas. Para José Morengo, pesquisador do Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (CPTEC/INPE):

(...) Quando se falava de vulnerabilidade no contexto de uma ciência natural como o clima, havia certo receio porque o termo original vem das ciências sociais. Hoje, todo mundo está certo de que se trata de um conceito que pode ser aplicado em uma escala muito extensa (IDEIA, ed. 18, 2009b, p. 62).

O PIB (Produto Interno Bruto) é outro conceito que merecerá reflexão dentro do *pensamento sustentável*. Na matéria “O coração dos negócios”, Susan Andrews, coordenadora do Instituto Visão do Futuro, fala que o PIB, indicador que serve para medir em valores monetários todos os bens e serviços finais produzidos numa determinada região (países, Estados, cidades), durante um período determinado (mês, trimestre, ano, etc.) deve ser trocado pelo FIB (Felicidade Interna Bruta), índice que equilibra o material e o não material, objetivo e subjetivo. Para Susan Andrews: “(...) *O PIB vem medindo a velha economia; ele mede tudo, menos o que faz a vida valer a pena*” (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a, p. 29).

No Brasil surgiram algumas medidas para contribuir com propostas para serem levadas para COP-15. O ministro do Ministério do Meio Ambiente, Carlos Minc, se compromete de reduzir em 40% as emissões de gases de efeito estufa até 2020. Na sua proposta, estão incluídos a diminuição do desmatamento na Amazônia, ações de preservação do cerrado, adoção de iniciativa para promover a eficiência energética, com o uso do aço verde (produzido a partir de carvão vegetal do reflorestamento) e de biocombustíveis, etc. Para Minc, a proposta deve estar relacionada com o desenvolvimento de uma economia sustentável, que priorize a criação de empregos verdes (IDEIA, ed. 18, 2009b).

Além disso, o Congresso Nacional brasileiro, através da Comissão Mista Permanente de Mudanças Climáticas, vêm realizando algumas audiências públicas com especialistas para elaborar pautas de programas de prevenção e atendimento às possíveis situações emergentes de catástrofes ambientais. O documento das audiências, segunda a matéria, está em fase de conclusão, e deverá ser encaminhado para o Poder Executivo para preparar ações na prevenção, educação ambiental, “sustentabilidade” e aumento de geração de energia renovável⁴³.

Para Sandro Luis Schlindwein, do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina, a formação de políticas públicas é fundamental no enfrentamento das mudanças climáticas, mas é necessário que sejam elaboradas pensando em longo prazo. Um bom exemplo, é o projeto criado através da parceria do Inpe (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais) com três universidades (USP, UFSC, UFPR) que participam da Rede Europeia – Sul Americana para Avaliação da mudança Climática e Estudos de Impacto na Bacia do Rio da Prata, que pretende desenvolver estratégias para enfrentamento das mudanças climáticas, adaptação para o uso da terra, agricultura, manejo de recursos hídricos, de desenvolvimento rural e de sistemas ecológicos de área sumidas e que durará quatro anos (2008 a 2012). Conforme o professor Sandro Luis Schlindwein: “(...) *É preciso que apostemos na capacidade para agir em situações de complexidade e incerteza*” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 37).

Apesar destas diversas propostas apresentadas para COP-15, a atenção das reportagens se foca no mercado de carbono, item que abordaremos abaixo.

4.10.1 Mercado de Carbono e REDD

A fixação de um valor internacional para o carbono é uma das questões polêmicas a ser tratada na COP-15, conforme as reportagens analisadas. Definir a precificação das emissões de gases de efeito estufa divide opiniões, é o problema na definição de um novo acordo climático.

⁴³ Na reportagem “Mudanças climáticas – o complicado horizonte da vida no planeta até 2050” (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b).

“Licença para poluir ou passaporte para uma economia sustentável?” está questão é o principal ponto tratado na reportagem “Quanto vale ou é por quilo? Mundo dos negócios se prepara para a realidade cada vez mais próxima de precificação do carbono em escala global”, por Juliana Lopez (IDEIA, ed. 17, 2009a).

De acordo com a matéria, em maio de 2009 ocorreu na Dinamarca o encontro *World business Summit on Climate Change*, que reuniu empresários de 500 companhias para propor recomendações e encaminhá-las através de um documento para conferência em Copenhague. O documento falava de um novo período de compromisso do Protocolo de Kyoto, capaz de reduzir em 50% as emissões até 2050 e a fixação do preço do carbono, para ser negociado com os governantes participantes do evento. Entretanto, a precificação das emissões de carbono já ocorre na Europa e EUA pelo sistema de *Cap and Trade* (metas e comércio). COP-15, portanto, representa a aposta de uma precificação em escala global. Porém, para o superintendente responsável por créditos de carbono da área de *Global Banking & Markets* do Grupo Santander Brasil, Maurik Jehee a definição de um valor internacional dificilmente acontecerá em curto prazo:

O preço das emissões de carbono não está totalmente refletido nos produtos e serviços das maiores empresas. Além disso, as companhias internacionais enfrentam vários regimes de carbono nos países onde operam. Isso é complexo, caro e gera uma competição desigual (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 68).

A preocupação principal é que no momento de firmar um acordo que estipule o valor do carbono de forma igualitária, para todos os países, automaticamente deixará de existir a discussão da relação entre as possibilidades de implantar uma empresa que não polui, pensando na compensação/substituição da empresa que polui. Ou seja, independente da natureza do negócio, a relação social deixa de existir e passa a ser algo de interesse particular.

Alexandre Kossoy, especialista financeiro sênior da Unidade de Financiamento do Carbono do Banco Mundial, defende o mecanismo de oferta e demanda. A precificação do carbono pode facilitar os projetos menos eficientes, o que pode ser um risco no momento da tomada de decisão na escolha do financiamento de projetos melhores na redução de CO₂.

Já o presidente da ONG *AccountAbility*, Simom Zadek, é contra o valor estipulado para o carbono, mas defende que é necessário precificar. Simom Zadek

fala sobre a precificação do carbono em entrevista à *Revista Ideia Socioambiental* (matéria “Abandonando velhos moldes”). O ideólogo de propostas relacionada à responsabilidade social corporativa vem dedicando-se a pensar propostas de “sustentabilidade” empresarial para o mundo de hoje (IDEIA, ed. 17, 2009a).

Simom Zadek defende que a precificação do carbono não pode ser de forma padrão, mas de maneira equitativa, em termos de distribuição de comprometerimentos, que leve em consideração a agravância do tipo de poluição. Portanto, a orientação do preço tem bases morais por trás, baseada principalmente na proporção do problema:

(...) precisamos precificar o carbono, mas não precisamos de um preço único. Devemos pensar em uma maneira inteligente de padronização, mas que valha a pena para o mercado de carbono (IDEIA, ed. 17, 2009a, p. 73).

Em entrevista realizada justamente no momento em que se datava cem dias a véspera do evento COP-15, o Presidente do WBCSD desde 1995, Bjorn Stigson⁴⁴ fala das mudanças climáticas e sobre as propostas do governo brasileiro para apresentar em COP-15 para o jornalista Cezar Martins (BRASIL, ed. 25, 2009a).

Para o Presidente do WBCSD, o governo brasileiro ainda não possui nenhuma proposta contra o avanço das mudanças climáticas para apresentar na COP-15. Na sua opinião: “o que o governo brasileiro quer é um mistério”, pois ainda está desarticulado e não conseguiu se posicionar em relação à REDD (Redução das Emissões por Degradação e Deflorestamento), mesmo reconhecendo as contribuições do país nas questões climáticas. Segundo Bjorn Stigson:

A REDD é apontada por seus defensores, entre eles os governadores estaduais da Amazônia, como uma ferramenta importante para combater as queimadas na maior floresta tropical do mundo. Se esse mecanismo for aprovado, os países com metas obrigatórias de redução de emissões

⁴⁴ O Suíço Bjorn Stigson possui um vasto currículo de atuação internacional. Ele trabalhou na Suécia para o grupo Kockums na década de 70 como analista financeiro. Nos primeiros anos da década 80, ele participou como fornecedor internacional de equipamentos de solda e responsável pelas finanças, operações e marketing da ESAB. No ano de 1983, ele se tornou presidente do Grupo Fläkt, companhia de tecnologia de controle ambiental, participante na bolsa de Estocolmo. E em 1991, com a venda da Fläkt para a ABB (*Asea Brown Boveri Management Group*), ele se tornou vice-presidente executivo e membro do Executivo da ABB. Nos anos seguintes até 94, Bjorn Stigson passou realizar consultorias de gestão própria. E em 1995 foi nomeado presidente do WBCSD, uma coalizão de cerca de 200 principais corporações internacionais. Ele agora atua nos conselhos ou comissões de assessorar o governo chinês, o *Dow Jones Sustainability Indexes*, da Kennedy School of Government da Universidade Harvard, a *Clinton Global Initiative* e a *Global Reporting Initiative*. (Fonte: Blog pessoal de Bjorn Stigson. Disponível em: <<http://president.wbcd.org/about.html>>. Acessado dia 20 de novembro de 2010).

poderão adquirir créditos de carbono concedidos a proprietários em países em desenvolvimento, como o Brasil, que mantenham em pé a cobertura vegetal original do solo. Vizinhos sul-americanos, como Peru e Colômbia, também são favoráveis à ideia. Pesa, sobretudo, o fato de que o maior fator das emissões brasileiras (75% do total) é o desmatamento na Região Norte, em vez da geração de energia a partir da queima de combustíveis fósseis, como ocorre nos países industrializados. O Brasil é o quarto maior país emissor de carbono do mundo. Diminuir as emissões por desmatamento é a opção mais barata para o país. Ainda assim, o governo federal se opõe à REDD com argumentos como a ameaça à soberania nacional e a possibilidade de os créditos do desmatamento evitado desvalorizarem o mercado de créditos de carbono (BRASIL, ed. 25, 2009a, p.14).

O REED significa o mecanismo mais eficiente na valorização da floresta, pois é mais fácil contabilizar o carbono em termos econômicos. No artigo “O novo acordo climático e os serviços ambientais”, Paula Scheidt fala sobre as possibilidades do REED como o projeto mais viável para impedir a degradação ambiental, o que será tratado nas negociações de Copenhagem, porém, as discussões em torno do REED se dividem, torná-lo um mecanismo que possa funcionar voluntariamente ou uma *commodity* do mercado de carbono, que atrai investimentos privados (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a).

É possível criar um cálculo para estipular o preço de manter a floresta em pé, baseado na capacidade que as árvores possuem de aprisionar carbono no tronco, nos galhos e raízes, durante seu crescimento. Assim, uma comunidade ou um proprietário de terras poderiam contribuir para impedir que fossem liberados gases com a derrubada da floresta. Neste sentido, o REDD possibilita criar créditos de carbono a partir do impedimento do desmatamento das áreas florestais nativas, mas ele ainda não é um mecanismo de mercado, pois, para o governo brasileiro isso significaria estar sujeito à verificação internacional. Além disso, o REED pode se tornar uma vantagem para os países ricos, já que é mais barato do que em investir no desenvolvimento de tecnologias mais limpas. Mas, para muitas lideranças, o REED como mercadoria traz mais vantagens do que desvantagens. Uma das principais vantagens é que ele é uma forma viável, o que pode aumentar o compromisso dos países ricos com o “possível” novo acordo climático.

Mas as propostas que devem ser levadas à Copenhague não se resumem somente à criação de alternativas que consigam aliar cooperação entre os países. De acordo com Cezar Martins e Ricardo Arnt, já estão sendo desenvolvidas iniciativas de autonomia dos países, por exemplo, a França está criando o primeiro

imposto sobre a utilização de combustíveis fósseis e o Japão se comprometeu em diminuir em 25% suas emissões até o ano de 2020, em comparação com os níveis de 1990. Os EUA poderão aprovar o novo Ato de Segurança e Energia Limpa, também chamada de Lei Waxman-Markey. O projeto de lei prevê um sistema de cotas de redução compulsórias nos setores produtores de GEEs e um mercado de permissões para emitir. Entretanto, esta nova lei visa à proteção do mercado estadunidense, pois visa ao objetivo de proteger a competitividade das empresas norte-americanas com a taxa elevada aos produtos importados de países que não possuem metas obrigatórias de redução de emissões.

Há também algumas iniciativas voluntárias que surgem no meio empresarial, como formas de pressionar a revisão dos critérios do MDL (mecanismos de desenvolvimento limpo). Segundo os jornalistas Cezar Martins e Ricardo Arnt, a Câmara Temática de Energia e Mudança do Clima do CEBDS, reuniu em setembro de 2009, vinte e uma companhias brasileiras para assinarem uma carta, pedindo a adoção de medidas para incentivar o maior uso de tecnologias limpas e melhorar a eficiência energética. O documento visa à exigência de um marco legal que atenda ao avanço voluntário dos projetos para mitigação climática (BRASIL, ed. 26, 2009b).

Existe ainda a proposta de mitigação em grandes escalas que são aderidas voluntariamente, são as *Nationally Appropriate Mitigation Actions* (NAMAS). Os países emergentes que aderem aos Namas são recompensados financeiramente pelos países ricos. Isso é uma nova forma de reduzir maior quantidade de emissões, pois não são projetos individuais de MDL, e envolvem setores inteiros da economia e ao mesmo tempo promove uma outra forma de distribuição de recursos para tentar reduzir a miséria. Todavia, falta muito para definir como os Namas funcionarão. Há um interesse grande do empresariado para que o Brasil assuma a liderança em Copenhague. Isso garantiria evitar impactos maiores ao meio ambiente e também a competitividade das empresas, já que os custos para a mudança são muito caros:

Custa caro melhorar a eficiência de fábricas e substituir matrizes energéticas emissoras de GEEs, tais como frotas de automóveis movidas a gasolina da Europa e Estados Unidos e termelétricas a carvão da China. Em curto prazo, as tecnologias sustentáveis podem comprometer a capacidade das empresas de oferecer produtos mais baratos que os da concorrência. “A iniciativa privada precisa assumir o domínio do desenvolvimento sustentável. Não podemos deixar esse papel para a academia, o terceiro setor e o governo. Precisamos convergir e ter uma só voz”, recomenda Marcos Bicudo, chairman do CEBDS e CEO da Philips no Brasil (BRASIL, ed. 26, 2009b, p. 30).

5. A CONSTRUÇÃO DE UMA “ECONOMIA VERDE”

Neste capítulo, analisaremos com mais detalhes algumas das temáticas presentes nas matérias que foram alvo da investigação e que consideramos fundamentais para descrever o *pensamento sustentável*, porque apontam para a multiplicidade de arranjos e combinações específicas que são estabelecidas no esforço de construção da “economia verde”.

Em primeiro lugar, destacamos a capa da *Revista Primeiro Plano* (edição 14^a), que traz o desenho de uma paisagem e de uma casa. Esse desenho na capa aponta para a promessa de mudanças no padrão tecnológico, tendo em vista o bem-estar, promessa de criação de produtos e serviços ecoeficientes que rompam com uma lógica predatória dos bens naturais.

Esta representação enfoca a preocupação em criar alternativas para evitar o desperdício dos recursos hídricos, e também de energia. Equipamentos com essa função, tal como as placas de captação de energia solar, já fazem parte de uma política pública do governo federal brasileiro, como vimos na seção (IDEIA, ed. 18, 2009b) que denominamos Setor da Construção Civil, na reportagem de Juliana Lopes (IDEIA, ed. 17, 2009a), que trata do programa *Minha Casa Minha Vida* que adotou a ideia da instalação dos painéis de energia solar em residências que serão destinadas à população de baixa renda. Investir em equipamentos que visam à energia “limpa” é uma forma de estimular e de encorajar a população a usar esta nova tecnologia. Trata-se de uma política e de uma estratégia pedagógica que evidencia uma das formas pela qual a participação do Estado colabora na construção dos mercados, pois, conforme vimos em RAUD (2008), a participação do Estado na definição de um tipo de tecnologia acaba influenciando a dinâmica do mercado.



Figura 10 – Capa da Edição 14 da *Revista Primeiro Plano*
 Fonte: *Revista Primeiro Plano*
 (edição 14, 2009)

A capa da revista em questão também apresenta a bicicleta como opção de transporte, em substituição aos veículos automotores. Como podemos verificar em diversas matérias publicadas, para o *pensamento sustentável*, os veículos à combustão de energia fóssil são os maiores vilões. Segundo os dados da Organização Internacional de Fabricantes de Veículos Automotores (OICA)⁴⁵, estima-se que existam atualmente no mundo um bilhão de automóveis movidos à gasolina e a óleo diesel. Desses, mais de seiscentos mil são carros particulares, e o restante são veículos de passageiros e transporte de carga. Além disso, cem milhões de carros novos são vendidos todos os anos. A ideia de trocar toda esta frota por outro meio de transporte pode ser considerado uma ideologia/utopia, já que não temos garantias de que isso irá ocorrer no futuro. Para substituir estes veículos, será necessária mais intervenção técnica e científica na natureza para extrair materiais, o que poderá gerar mais poluição. Portanto, em nossa interpretação, sobre as diferentes reportagens que abordam esta questão, somente o aperfeiçoamento tecnológico não bastará para contornar os impactos causados na natureza.

A capa da 14^a edição da *Revista Primeiro Plano* nos dá a ideia de que o conjunto de equipamentos pode trazer maior autonomia no espaço doméstico.

⁴⁵ Disponível em: <<http://www.oica.net/>>.

Autonomia em relação à produção da própria energia, em relação à capacidade de estocar a água e de usar um meio de transporte que não depende de uma fonte de energia externa, equipamentos cujo uso traria benefícios e vantagens, tanto econômicas quanto naturais. Essa é a principal mensagem da capa, que remete à noção de eficiência e de redução do desperdício, elementos básicos da razão instrumental, do utilitarismo, aspectos que fazem parte de uma economia do passado, mas estão sendo selecionadas para pensar uma nova economia (RIBEIRO, 2000; 2008). Isso significa que as propostas de mudança do padrão tecnológico podem se enquadrar no projeto de uma “racionalidade ecológica”, que está presente, em parte, no *pensamento sustentável*. São novos híbridos que misturam a lógica cultural e natural, e que já estão disponíveis em diferentes mercados. São produtos considerados ecoeficientes, que seguem a “linha limpa”, muitos deles utilizando matérias-primas oriundas da reciclagem, mas que só podem ser inseridos no mercado na medida em ganhem sentido e legitimidade no contexto cultural em que estão inseridos.

Na temática das *Cidades Sustentáveis* apresentamos outra variação do *pensamento sustentável*. Nas reportagens levantadas percebemos os esforços “*de dar a volta por cima*” em relação aos problemas que fazem parte da vida das grandes cidades. CASTELLS (1989) explica que estamos vivendo o momento de crise urbana, que é provocada pelo próprio dinamismo do capitalismo avançado, que não consegue se desenvolver de forma adequada, pois, ao concentrar capital, atividades e força de trabalho faz com que as demandas também cresçam. Além disso, o processo de concentração espacial de trabalhadores em cidades ou em áreas metropolitanas de dimensão cada vez maior determina a concentração e interdependência crescente em relação ao conjunto de meios de consumo coletivo necessários, como serviços públicos, educação, moradia, transporte, saúde, áreas verdes, saneamento, ruas, avenidas, etc. Em outras palavras, o sistema capitalista não reproduz de forma adequada, no próprio desenvolvimento, os bens de consumo coletivo, porque muitas vezes não são rentáveis para os setores privados, que necessitam de grandes investimentos e que oferecem pouco retorno financeiro. Em outros casos, quando ofertados pelo mercado, os bens de consumo coletivo passam a valer um custo muito alto para a grande parte da população. Há um descompasso entre a produção de bens e serviços, ou seja, quanto mais eficiência na produção de bens de consumo individual, maiores são as demandas de bens de consumo

coletivo, isto é provocado pelo aumento da renda da população, que passa a buscar melhor qualidade de vida⁴⁶.

A cidade de São Paulo é um claro exemplo do processo acima descrito. SINGER (1973), que realizou estudos sobre esta cidade, também percebeu que o crescimento acelerado das metrópoles e o aumento rápido da população marginalizada geram concentração de capital, trabalho, atividades e forças produtivas, etc., que levam a uma série de contradições no desenvolvimento urbano. Na reportagem de Silvia Warttig (BRASIL, ed. 26, 2009b), matéria que trata da Política Municipal de Mudanças do Clima, meio de reduzir os GEE que o governo de São Paulo estabeleceu, é um exemplo da dimensão política do mercado, já que, conforme FLIGSTEIN (2001b), é justamente o Estado que cria as condições institucionais para tornar viáveis as regras para se agir nos mercados. As regras são estabelecidas para ordenar a dinâmica do jogo econômico. Elas definem como funcionarão as atividades econômicas e guiam os diferentes agentes que atuam no mercado.

A ação do Estado é, portanto, uma das vias que o *pensamento sustentável* apresenta como legítima para tornar “sustentável” a economia. Mesmo que ele apresente alternativas, como as que podemos identificar na temática *Cidades Sustentáveis*, que apontam para a reformulação do sentido do urbanismo. Nos dados apresentados na *Revista Primeiro Plano* (edição 14) sobre a cidade de Pedra Branca, no Estado de Santa Catarina, a solução aparece no planejamento arquitetônico baseado em uma nova lógica de habitação, segundo a qual o bairro é a cidade. O “condomínio sustentável” é um projeto modelo, que serve para orientar

⁴⁶ CASTELLS (1989) supõe que a crise urbana, com o capitalismo avançado, poderia levar a uma revolução na sociedade. Esta conclusão se baseia na análise que Manuel Castells realiza sobre o crescimento das demandas por bens de consumo coletivo para a população que vive na cidade. Mas o autor vai além das simples reivindicações de equipamentos coletivos, há também a sensibilidade do problema ambiental. Como o capitalismo não consegue suprir esta demanda por estes bens e muito menos o Estado, pois o problema é estrutural e está na própria dinâmica do desenvolvimento econômico. Isso faz com que se crie uma situação de conflito, o que incentiva a formação e criação de organização de movimentos sociais urbanos (também denominado movimento cidadão, como organizações da sociedade civil, movimentos feministas, movimento sindical, clubes, associações de moradores, etc. denominados movimentos interclassistas, anticapitalistas e pluralistas, como define Castells), grupos que irão reivindicar transformações na gestão dos meios coletivos de consumo. Castells acredita que a luta destes movimentos sociais urbanos faria esta mudança, e a crise urbana só poderiam ser resolvidos no âmbito do socialismo. A mudança seria consciente para a maioria da população e de forma democrática, já que o Estado passou ser o agente decisivo na produção, distribuição e gestão dos meios de bens de consumo coletivo, portanto é um processo político onde os conflitos serão fatores essenciais. Entretanto, nesta etnografia podemos perceber que estes grupos estão se complementando, de forma inconsciente, a dinâmica do capitalismo, ao invés de superá-lo.

as práticas a serem seguidas pela construção civil, no sentido de dar respostas aos problemas ecológicos e à crise urbana. No entanto, as matérias analisadas enfatizam os empecilhos à implementação dessas alternativas, que são causados pela burocracia e pela falta de estímulos por parte dos governos, que deveriam impulsionar os projetos e estabelecer parcerias na implementação das ideias de um “urbanismo sustentável”.

Para tratar da temática que chamamos de *Mercados de Energias*, iniciamos pela ilustração da capa da 17ª edição da *Revista Ideia Socioambiental*.



Figura 11 – Capa da Edição 17 da *Revista Ideia Socioambiental*
 Fonte: Revista Ideia
Socioambiental (edição 17, 2009)

A imagem é semelhante a uma pintura em que aparece uma lâmpada que está sendo encoberta por uma substância verde. Nas reportagens dessa edição são apresentados alguns estudos que apontam para a necessidade de uma corrida por “energia limpa”, isto é, de se buscar produzir mais energia com o menor impacto possível para a sociedade e o meio ambiente. Podemos associar essa ideia às orientações da chamada teoria da modernização ecológica: “ecologizar a economia e economizar a ecologia” (MOL, 1995; HANNIGAN, 1997; OLIVIERI, 2009; MILANEZ, 2009; MUNCK, SOUZA, 2010).

Muitos dos relatórios cujos dados são apresentados como argumento nas matérias analisadas foram produzidos por ONGs. São informações que denunciam os problemas que o aquecimento global poderá ocasionar em nossas vidas, e

também apontam para as possíveis soluções. Por exemplo, o *Relatório Fatos e Tendências para 2050 - Energia e Mudanças Climáticas* (WBCSD), apresentado na reportagem “O Caminho até 2050” (IDEIA, ed. 17, 2009a), trata do crescimento da demanda por energia e, ao mesmo tempo, propõe a adoção de fontes de energia renováveis como forma de combater a pobreza nos países em desenvolvimento. Esta forma de apresentar os dados é uma maneira de formular exigências e de obter legitimidade no plano político, mas também podem ser usadas pelos agentes dos mercados. MAGALHÃES (2010) mostra como as novas formas de relacionamento econômicos têm como base informações geradas por organizações não governamentais, e que os dados produzidos por agentes externos ao mercado podem produzir impactos, tanto positivos quanto negativos, na dinâmica do campo econômico.

Na temática *Para Além da Tecnologia*, o pensamento sustentável envolve outras dimensões que não se restringem à produção de inovações. A ênfase a ser colocada no planejamento e na elaboração de estratégias, como podemos ver na entrevista com o físico José Goldemberg, que é considerado uma autoridade no campo das energias renováveis, e cujo capital científico e político tem um peso considerável na disputa travada em torno das diversas posições e estratégias possíveis no campo da produção de energia. Goldemberg tem sido um personagem polêmico porque defende a implementação das hidrelétricas, uma fonte de produção de energia que vem sendo questionada pelos movimentos ambientalistas. Além disso, o físico acha que o governo brasileiro deve ter uma postura mais dura para levar adiante os projetos de instalações de hidrelétricas, enfrentando principalmente as ONGs que se colocam contra essas projetos. Esta discussão traz à tona as disputas que conformam o mercado de energia como um campo de lutas sociais, em que diferentes atores usam diferentes tipos de capitais (políticos, acadêmicos, econômicos) no esforço de legitimação de propostas que definirão os contornos desse espaço de oportunidades econômicas (BOURDIEU, 1993 e 2005).

Ao falar sobre “sustentabilidade” no setor da construção civil, Clemente Ganz Lúcio (PRIMEIRO, ed. 14, 2009a) argumenta em prol dos trabalhadores desse setor. Em sua fala, “sustentabilidade” é um modelo que deve se priorizar a inclusão social, a geração de empregos, a erradicação da pobreza, o respeito aos direitos humanos, a estabilização populacional e outros benefícios sociais. Segundo essa proposta, a avaliação das mudanças no padrão tecnológico não pode ser feita somente através

do conceito de ecoeficiência, na perspectiva da teoria da modernidade ecológica, vimos algumas limitações ao pensar questões sociais (HANNIGAN, 1997; OLIVIERI, 2009; MILANEZ, 2009; MUNCK, SOUZA, 2010).

Outro personagem de grande importância na forma de expressão do *pensamento sustentável* que estamos analisando é Ignacy Sachs. O que chama atenção é a defesa que o economista faz em relação aos pequenos empreendimentos, como a agricultura familiar e as microempresas. Aqui o *pensamento sustentável* se define nas práticas pelo tipo e porte das organizações. O pensamento de Ignacy Sachs se aproxima dos argumentos de Paul Hawken, que não acredita na “sustentabilidade” ambiental promovida pelas grandes multinacionais. SANTOS (2003) explica que Paul Hawken considera as grandes empresas como as principais responsáveis pelos problemas decorrentes ao meio ambiente, por isso ele acha insuficiente a criação de novas entidades de defesa ambiental e os investimentos destinados aos programas de preservação. Entretanto, Paul Hawken defende as pequenas empresas, pois considera as mais éticas, idealistas e inovadoras.

Pelo exposto acima, parece que as pequenas empresas são, por princípio, mais virtuosas, se comparadas com as grandes multinacionais. Isso significa afirmar que os microempreendimentos são mais éticos, menos poluentes e capazes de criar mais empregos. No material analisado, não encontramos dados que demonstrassem estas premissas. Porém, podemos supor que os argumentos em prol dos pequenos empreendimentos estão baseados na lógica de que essas organizações apresentam menos perigo, pois seu alcance de atuação é local, atendendo às demandas de um raio espacial menor, não interferindo em um ambiente mais amplo nem em outras economias. Este tipo de pensamento pode ser interpretado como uma tentativa de reencaixar tempo-espaço ao local (GIDDENS, 1991).

Indo adiante na leitura das revistas, podemos encontrar a proposta de que, independente de seu tamanho, as empresas podem contar com um novo tipo de design voltado para “sustentabilidade”, capaz de garantir melhores produtos e processos produtivos sem necessariamente terem que incorporar novas tecnologias. Vimos que John Thackara (BRASIL, ed. 26, 2009b) aposta no design como melhor método para desacelerar o ritmo do desenvolvimento econômico. O intelectual propõe o uso da observação para mudar a velocidade da vida moderna. Esse objetivo é semelhante ao de certos movimentos e filosofias, que propõem uma

diminuição no ritmo e mudanças nas formas de consumo (*slow food, slow travel, etc.*).

Nos dois tipos de proposta analisados acima, a “sustentabilidade” é vista como uma questão de proporção, de tentativa de controle sobre a dimensão dos custos e danos provocados pelo estilo de vida na sociedade de consumo.

Nas revistas analisadas, encontramos outras temáticas (Selos, Relatórios, Educação Ambiental e “Consumo Consciente”) que nos permitem perceber que a criação dos “mercados verdes” não se dá de forma autônoma; que são necessárias diversas instituições, práticas pedagógicas e movimentos de disseminação de valores para que ele possa funcionar.

Na revisão que fizemos nos trabalhos de CARNEIRO (2007) e de MAGALHÃES (2010), que tratam, respectivamente, do mercado de madeira certificada e das certificações sociais e ambientais, vimos a importância que os selos têm assumido na dinâmica de diversos mercados. Mas há também os relatórios socioambientais, que se transformaram em importantes instrumentos de gestão. A adoção desses instrumentos pelas empresas nacionais e transnacionais é cada vez mais evidente.

Como apresentou CARNEIRO (2007), as empresas que adotaram o selo FSC buscam estabelecer uma imagem de ambientalmente “sustentáveis” e, ao mesmo tempo, obter lucros consideráveis. O selo FSC ainda possibilitou a criação de novas formas de processos produtivos e, por seu pioneirismo, foi capaz de legitimar outros tipos de atividades econômicas. Em MAGALHÃES (2010), vimos que os relatórios oferecem um novo modo de relacionamento com os diferentes atores sociais, através da publicização de informações sobre as estratégias, os objetivos e os resultados alcançados das atividades empresariais. Magalhães ainda fala dos ganhos qualitativos das empresas quando elas aderem aos selos socioambientais. Os padrões de qualidade reconhecidos internacionalmente como AA1000SES, ISO 14063, GRI e AS8000 conferem legitimidade às empresas aderentes.

Selos e relatórios também contribuem para a comunicação com os atores sociais e melhoram o posicionamento das empresas nos mercados, além de produzirem capital simbólico, que pode ser convertido em outros capitais. É possível que os selos e os relatórios futuramente também venham determinar os padrões de qualidade das atividades produtivas. Por fim, não podemos deixar de destacar que os selos e relatórios estabelecem uma dinâmica pedagógica, que força as empresas

a refletirem sobre seu desempenho em termos qualitativos, e não somente financeiros. Foi possível perceber que os selos e relatórios podem ter seu sentido reforçado através da educação ambiental e da mobilização pelo chamado “consumo consciente”, dois elementos que vem desempenhando um importante papel na dinâmica dos mercados. Como argumentou Fabiàn Echegaray, cientista político e diretor do Market Analysis (IDEIA, ed. 18, 2009b), é necessária uma educação que promova reflexões sobre o “consumo consciente” para que as pessoas aprendam como recompensar ou punir as empresas que provocam danos no meio ambiente e meio no social.

Educação ambiental e “consumo consciente”, aliados a outros instrumentos, como os selos e os relatórios, podem gerar uma espécie de “ciclo virtuoso”, que influenciaria na concorrência e, portanto, no posicionamento das empresas nos mercados. É o que pensa Ricardo Voltolini, que vê nas diferentes dimensões da comunicação e da educação a possibilidade de produção desse “círculo virtuoso” de direitos e deveres que fortaleceria a economia.

Portanto, é possível supor que educação ambiental deverá ganhar mais espaços no mundo corporativo, combinando-se como pensamento gerencial. Isso foi identificado nas matérias e nos argumentos dos *experts* da educação analisados nesta pesquisa. Eles apontam para a demanda, por parte das empresas, desde profissionais que tenham uma formação que, em vez de focar-se no aprendizado de ferramentas de gestão, privilegie os aspectos sociais e ambientais, os qualifique para os relacionamentos interpessoais, no trato com stakeholders, funcionários e a família, atores sociais que já fazem parte dos processos de tomada de decisão. Uma formação que supere o treinamento operacional e forme cidadãos conscientes. Para esse tipo de pensamento, “cidadãos mais conscientes” são aqueles capazes de refletir e realizar uma reviravolta sobre as crises ambientais.

Rubem Alves comenta a necessidade de construir uma nova metodologia para a formação dos futuros profissionais, uma metodologia que deverá adequar-se às diferentes faixas etárias. No que diz respeito ao ensino de crianças, a atenção dos formuladores se volta para a relação entre desejo e consumo. Na matéria da jornalista Vanessa Campos (PRIMEIRO, ed. 15, 2009b, p. 14), o consumo é visto como um grande vilão, que pode atrapalhar na formação das crianças, futuras lideranças e esperança de um mundo melhor. Por este motivo o “desejo deve ser combatido”. Este tipo de pensamento exalta uma moralidade que reforça a própria

lógica do utilitarismo, como verificamos na abordagem de ZELIZER (1992), a oposição pode criar formas de se complementar com ideal de racionalidade econômica. É o mesmo argumento que tenta separar razão e da emoção, ou seja, ao negar a dimensão emocional do consumo, criam-se algumas fronteiras para manter a dimensão dos valores fora da vida da economia. A configuração da moralidade na proposta de educação infantil para a “sustentabilidade” também vê no marketing um “inimigo”. Segundo essa visão, em sua socialização, as crianças deveriam ser protegidas do mercado todo-poderoso. Assim, o ensino infantil voltado para educação ambiental criaria barreiras em relação a outras possíveis intersecções econômicas ou, pelo menos, em relação àquelas julgadas inadequadas. Vemos, portanto, que a educação para o consumo é uma dimensão que faz parte das propostas de educação ambiental.

A noção de “consumo consciente” também participa da criação de novos estilos de vida. A história de Marta e Yara (BRASIL, ed. 25, 2009a) remete ao estilo de vida ecológico-trip, apresentado por GUIVANT (2003 e 2008), aquele assumido por consumidores “sustentáveis” ou “socialmente responsáveis” que priorizam uma atitude de “salvar o planeta”. Eles procurariam fortalecer formas alternativas de produção de alimentos em prol de uma postura ética em relação ao meio ambiente, já que estão preocupados com os riscos do impacto do processo de industrialização na natureza. Tanto o sujeito que assume o estilo ecológico-trip quanto o sujeito que assume o estilo ego-trip, aqueles interessados em valorizar a própria saúde, beleza e estética, demandando produtos para prevenção de doenças e para a melhoria do desempenho intelectual, sexual, esportivo, etc., podem ser consumidores dos mercados idealizados pelo *pensamento sustentável*.

Selos, Relatórios, Educação Ambiental e “Consumo Consciente” são sistemas simbólicos interatuantes e interconectados que acabam adequando o social para o controle dos mercados. De forma geral, estas instituições, e as temáticas que conseguimos levantar durante esta pesquisa, que supostamente deveriam se opor à lógica do capitalismo, acabam dando condições, estabilidade, para os mercados acontecerem. Esta oposição social é um tipo de sociabilizade que se complementa a economia capitalista, pois a representação que guia as ações sociais ainda é do “mercado ilimitado”. A complementaridade ocorre com o surgimento de propostas alternativas as diferentes crises (ecológica, social e econômica), são as diferentes temáticas que levantamos nesta etnografia, justamente onde o capitalismo não é

eficiente ou é responsável, em maior ou menor medida, por gerar problemas, como, por exemplo, os bens de consumo coletivo. Entretanto, a oposição que estamos dando ênfase não algo novo, em POLANYI (1980), podemos percebê-lo no contramovimento, com as leis que estruturam a economia capitalista e em ZELIZER (1992), dá para identificá-lo no momento que a autora percebe que a crítica feita ao mercado cria um tipo de paradoxo, que reforça o utilitarismo. Portanto, contramovimento e “mundos hostis” são oposições que acabam se complementando. Também podemos supor que, mesmo as formas alternativas de economia, espaços “autônomos”, que visam o isolamento tanto do mercado quanto de instâncias políticas, acabam por complementar as economias capitalistas.

Na leitura das matérias incluídas na temática *Oportunidades e Inclusão Social*, também identificamos um pensamento que percebe as crises econômica e ecológica como oportunidades para a criação de negócios e para a geração de novos empregos. Para compreendermos melhor, retomemos o argumento de Luiz Carlos Cabrera (engenheiro em metalurgia pela escola de engenharia Mauá/São Paulo), citado na matéria de Cristina Tavelin, que apresenta o estudo *Prosperidade Verde* (IDEIA, ed. 17, 2009a). Para o engenheiro, a crise financeira global, de 2008, significou um grande impulso para a difusão da ideia de “empregos verdes”, ocupações que também estão servindo para compensar os postos empregos, um depoimento que reforça este julgamento foi apresentado na entrevista de José Goldemberg, já citada anteriormente.

Entretanto, no conjunto de reportagens que fizeram parte da temática *Oportunidades e Inclusão Social*, foi possível identificar outras formas de variações do *pensamento sustentável*, que colocam as oportunidades numa dimensão da valorização do trabalhador, com destaque para aquelas matérias que tratam dos problemas específicos de alguns setores da economia. Um exemplo é a matéria de Darlene Menconi - “Laboratório de soluções” (BRASIL, ed. 25, 2009a) – em que podemos identificar um pensamento voltado para mudanças estruturais no campo da construção civil que vão, desde mudanças no padrão tecnológico para realização da obras, até a busca pela melhoria da qualidade de trabalho dos empregados, como por exemplo através da adoção de formação profissional destas pessoas.

Finalmente, na temática que denominamos *COP-15: Em Busca de Um Novo Contrato*, agrupamos as matérias que especulavam sobre as decisões que poderiam resultar da Conferência que aconteceu na cidade de Copenhague Dinamarca, em

dezembro do ano de 2009 (COP-15). As reportagens apresentam uma grande gama de informações sobre os perigos que as mudanças climáticas trarão. Elas apresentam argumentos, opiniões, verbalizações apelativas, dados estatísticos oficiais, figuras gráficas, estimativas, observações, fatos com evidência científica, imagens visuais que oferecem cenas dramáticas, que ajudam na interpretação, tipificação e construção do significado do problema ambiental. Segundo HANNIGAN (1997), normalmente, os problemas ambientais começam a ser definidos e apresentados a partir de um diagnóstico e depois passam a ser tratados como temas do discurso e da ação pública. Por outro lado, segundo esse autor, não basta fornecer descobertas científicas para conseguir legitimação para designar soluções aos problemas ambientais. Os problemas ambientais devem emergir em múltiplas áreas sociais. Por este motivo, é importante a atenção dos meios de comunicação social na função de distribuição do conhecimento sobre os riscos, além de darem voz às autoridades científicas. Normalmente, os repórteres e os principais jornais estão procurando teorias revolucionárias para tornarem-se um meio interessante de comunicação para os porta-vozes da “sustentabilidade”. Além disso, há os fóruns públicos que servem como forma de propagar resultados científicos a um público mais diversificado. A conferência é, portanto, uma arena social que reúne os atores na construção de exigências políticas e de tomada de decisões, ou na esperança de que as conclusões do encontro sejam incorporadas à agenda política, no caso da COP-15, à agenda internacional. Ao serem definidos dessa forma, os problemas ambientais deveriam despertar a atenção da sociedade e levá-la à ação.

Podemos elaborar algumas interpretações do *pensamento sustentável* voltado para formulação de exigências, que visam ao estabelecimento de um novo contrato que substituísse o Protocolo de Kyoto. Na reportagem “Sinais de fumaça”, (BRASIL, ed. 26, 2009b), o texto dos jornalistas Cezar Martins e Ricardo Arnt aponta algumas dificuldades em estabelecer um consenso entre os Estados-nação, que muitas vezes possuem relações conflitantes. Este empecilho ainda é reforçado pelos argumentos de base moral, de que países emergentes como Índia, Brasil, China e outros também têm o direito de enriquecer como os países Europeus, os EUA e o Japão. A legitimidade desse tipo de argumento não deixa de ser um capital, que pode ser usado nas disputas do campo das relações internacionais. Assim, o processo de formação de um novo mercado voltado para a redução de carbono possui limitações, o que poderá dar força à atuação das ONGs. Entretanto, a

atuação de países como o Brasil pode ser capaz de mudar a configuração desse mercado, apostando no que seria uma nova “economia verde”. Para isso, o país conta com muitas vantagens que podem ser revertidas em capitais diplomáticos, já que possui uma grande área florestal e pode ganhar reconhecimento com a sua luta contra o desmatamento.

As reportagens que tratam da temática COP-15 trazem diferentes argumentos para sustentar alternativas ao Protocolo de Kyoto. São propostas que visam reverter o processo de aquecimento do clima terrestre. Trata-se de um desafio, pois, de acordo com o pensamento analisado, a aceleração na produção de novas tecnologias e o financiamento para ações de adaptações não bastam, uma vez que já foi previsto que, nos próximos anos, a humanidade irá conviver com mais enchentes (devido ao aumento do nível dos oceanos), furacões, tornados, secas persistentes, com menos disponibilidade de recursos naturais, com mais conflitos por água e alimentos. Sendo assim, na análise do pensamento voltado para formulação de exigências, não poderíamos deixar de abordar a discussão em torno da precificação do carbono, tema muito comentado nas reportagens coletadas, e pensado como uma alternativa para o quadro desastroso de poluição causado pelos gases de efeito estufa.

A maioria das matérias sobre esse tema se refere ao encontro de Copenhague como a reunião que deveria decidir a precificação do carbono em escala global. Na matéria de Juliana Lopez - “Quanto vale ou é por quilo? Mundo dos negócios se prepara para a realidade cada vez mais próxima de precificação do carbono em escala global” (IDEIA, ed. 17, 2009a) – são mencionadas algumas desvantagens da adoção da padronização do preço do carbono. A primeira seria o fato de se estipular um valor de forma igualitária, quando há desigualdade na situação econômica dos países e empresas. A homogeneização prejudicaria a dimensão social da relação, na medida em que a motivação dos empreendedores em investir seria a compensação/substituição que pode gerar lucros, o que torna o mercado guiado pelo interesse particular.

Outra desvantagem na padronização do preço do carbono em escala global é argumentado por Alexandre Kossoy (especialista financeiro sênior da Unidade de Financiamento do Carbono do Banco Mundial), que defende que o valor seja definido pela oferta e demanda, pois, assim, será possível evitar qualquer tipo de

favoritismo em relação a projetos menos eficientes na redução de CO₂, um risco que se coloca para os financiadores que devem escolher a quem financiar.

A discussão em torno da precificação do carbono em escala global é algo muito semelhante com o que ocorreu com a expressão “desenvolvimento sustentável”. Boa parte do debate que tomou fôlego na ECO 92, onde os formuladores estavam em posições opostas e pensando possibilidades homogêneas para definição de um conceito. Mas, ao contrário do que aconteceu com a expressão “desenvolvimento sustentável”, a base dos argumentos na precificação do carbono está voltada para que não ocorra uma definição homogênea, e sim heterogênea.

Por outro lado, Simom Zadek (presidente da ONG *Accountability*), fala da possibilidade de se pensar uma maneira equitativa de padronização do valor do carbono, que se coloque em termos da distribuição de comprometerimentos e que leve em consideração a gravidade da poluição (IDEIA, ed. 17, 2009a). A discussão em torno da formação do preço do carbono se daria em termos morais, portanto, tendo como base principalmente a avaliação e a valorização do problema ambiental.

Entretanto, por mais que existam diferentes formas de precificar o carbono, as possibilidades de estabelecimento de um acordo sobre definição do valor esbarram na falta de um parâmetro considerado consistente, de um critério concreto a partir do qual se possa estabelecer uma troca comercial nesse mercado fictício. O REDD (Redução das Emissões por Degradação e Deflorestamento) entra na discussão como a alternativa mais viável para a criação do mercado de carbono. Porém, o REED não é um mecanismo de mercado, ele foi criado para proteger áreas nativas contra possíveis desmatamentos.

Na verdade o REDD é um tipo de reconhecimento para as comunidades manterem as florestas preservadas. Seu sentido está mais próximo ao que sustentou a criação dos parques e das reservas para a preservação dos patrimônios naturais. A diferença é que o REDD prioriza a presença humana em áreas que podem ser definidas como reservas florestais, mas exige dos habitantes uma atitude “sustentável” em relação ao patrimônio florestal. A implementação do REDD exige investimentos para garantir que as atividades humanas nas áreas florestais sejam “sustentáveis”, como o manejo. Por isso, muitos apontam para a necessidade do REDD gerar créditos de carbono para captar recursos econômicos, o que seria possível com base no cálculo criado para contabilizar a capacidade que as árvores têm de aprisionar carbono no seu ciclo de vida. Assim, uma comunidade ou um

proprietário de terras poderiam contribuir para impedir que fossem liberados gases com a derrubada da floresta. A combinação poderia ser mais vantajosa do que tentar contabilizar as emissões que as empresas lançam na atmosfera terrestre.

A verificação de mercados voltados para a proteção ambiental indica possíveis mudanças estruturais na dinâmica da economia. Muitos dos mercados que apresentamos se afirmam a partir da variedade de maneiras de pensar, por multiplicidade de arranjos temáticos e combinações específicas, o que indicam a construção de uma nova “economia verde”.

CONCLUSÃO

As constantes variações climáticas ocorridas nas últimas décadas passaram a significar uma forma de alarme para toda a comunidade global. De fato os anos que sucederam o século XIX comprovam uma mudança profunda em nossa realidade, provocada pela intervenção técnica e científica na natureza, em benefício do desenvolvimento econômico. Hoje começamos a perceber seus efeitos desastrosos, o que está provocando uma revisão do sentido do modelo econômico.

Neste sentido, esta pesquisa buscou dar ênfase à nova representação que pensa os mercados como agentes capazes de viabilizar a proteção ambiental, nos quais a natureza é reintegrada a partir da sua resignificação. Contudo, devemos reconhecer a precariedade na definição de conceito, aplicada à expressão “desenvolvimento sustentável” ou “sustentabilidade”. A expressão é heterogênea, polissêmica, ambígua, abstrata e pouco consensual. Tendo isso em mente, “sustentabilidade” passa a ser tratada como ideia/noção, que possui uma unidade básica, mas que apresenta a diversidade de combinações, dependendo do tipo de relacionamento. O melhor é compreender como os grupos usam, se apropriam e criam novas noções.

É imprescindível também reconhecer que o *pensamento sustentável* é um tipo de ideologia, sem desmerecer suas possibilidades. O melhor é tentar entendê-lo, e reconhecer que a polêmica em torno da relação entre a proteção da natureza e o desenvolvimento econômico irá continuar. A oposição entre ambientalismo e economia faz parte da formação desses novos mercados voltados para a questão ambiental, são “mundos hostis” que estão sempre em tensão, o que coloca seus agentes em constante negociação sobre as possibilidades de demarcação de fronteiras e/ou possíveis intersecções.

Além disto, não basta somente reconhecer os pontos críticos do debate para análise dos mercados na questão ambiental, devemos considerar as formas de ocultamento econômico, como foi verificado nos trabalhos de RAUD (2008) e PINCELLI (2005).

Ao analisarmos as possibilidades da teoria da modernização ecológica para estudo dos mercados, percebemos que ela traz mais limitações do que vantagens. A teoria da modernização ecológica apresenta os mesmos problemas da teoria

reflexiva, na medida em que baseiam-se num “fundamentalismo tecnocientífico”, isto é, na proposta de um novo paradigma tecnológico, radicalização da modernidade, superindustrialização e crença nas possibilidades de mudança pela força do “mercado ilimitado” utilizado em benefício do meio ambiente. Tanto a teoria da modernização ecológica quanto a teoria reflexiva reduzem as possibilidades das culturas tradicionais no mundo contemporâneo. Mas não devemos deixar de lado as possibilidades da cultura moderna, como a tecnologia, THOMAS (1988) mostrou que é falso a ideia de que com a modernidade a civilização deixou de lado a importância do mundo natural, pois foi neste momento que alguns grupos humanos resgataram os valores da natureza. Neste sentido, as dimensões tradicionais e modernas devem ser relativizadas para o melhor entendimento dos mercados voltados para a questão ambiental. Assim podemos superar a ideia de que a modernidade é o império da razão e a tradição o império da emoção.

Já os trabalhos de ZELIZER (1992, 2005, 2007) permitem uma leitura menos rígida das fronteiras entre sociedade e economia, ou cultura e economia. Zelizer explica que a representação é sempre problemática porque a fronteira é mais complexa. Na prática, ela demonstra que a articulação entre as fronteiras são o tempo todo negociada pelos agentes, o que foi verificado nesta etnografia. Mesmo havendo arranjos entre as “esferas distintas”, a intersecção entre ambientalismo e economia só será possível pela intensa negociação moral. Isto é, no novo universo de combinações, os elementos simbólicos irão variar desde os pensamentos que acusam o “mercado ilimitado” até as propostas de mercado subordinado pelo controle social.

Através da análise das revistas voltadas para o ambientalismo empresarial, pudemos perceber algumas dimensões do pensamento voltado para a “sustentabilidade”, nos quais verificamos o entrelaçamento de significados. A substituição do padrão tecnológico está presente na ideologia do *pensamento sustentável*. A ficção científica se materializa em uma gama de inovações, muitas já disponíveis em diferentes mercados. Produtos ecoeficientes, que seguem a “linha limpa”, muitos deles utilizam matérias-primas da reciclagem. Vimos também que o contexto cultural é importante para a disseminação dos valores que dão legitimidade a essas mudanças tecnológicas.

A discussão sobre a “sustentabilidade” em mercados voltados para a construção civil levanta importantes questionamentos, principalmente em relação

aos problemas enraizados neste setor. Segundo as matérias analisadas, a construção civil é um setor chave para melhorar a qualidade das cidades. Verificamos que a mudança do padrão tecnológico nesse setor pode propiciar algumas soluções para a urbanização. As cidades vêm sendo repensadas. As novas propostas de urbanismo priorizam a natureza e o social, e dão menos ênfase aos veículos e mais qualidade de vida.

Reduzir, reutilizar e reciclar são princípios que vêm dando forma a novos ciclos produtivos. Aquilo que entendíamos que era lixo, agora passa a ganhar outro sentido. O material descartado por todos nós vira riqueza em novos mercados.

Já nos mercados de energias, a principal característica é a variedade de opções de fontes renováveis, que objetivam suprir a crescente demanda de energia, tanto a dos dias atuais quanto a futura. Os mercados “sustentáveis” de energias são defendidos com fortes argumentos baseados na substituição das fontes de energia fóssil (com objetivo de reduzir as emissões GEE), mas sua legitimidade também depende de sua capacidade de trazer melhoria das condições de vida das populações mais pobres.

Vimos, até aqui, como a dimensão tecnológica, cultural e a política interagem, mas alguns dados de nossa etnografia também apresentaram alternativas às questões ambientais para além da produção de inovações. Isso foi verificado nas entrevistas de José Goldemberg, que enfatiza o planejamento, de Ganz Lúcio, que prioriza a melhoria das condições de trabalho, de Ignacy Sachs, que defende a necessidade de criar tecnologias que gerem empregos, e John Thackara, que aposta na observação como forma de orientar mudanças na maneira de produzir.

Em suma, esta etnografia revelou alguns dos significados que podem orientar as práticas sociais, na medida em que definem as configurações de novos mercados. A natureza vem sendo resignificada, baseada em valores, e isso vem adequando a lógica econômica dos mercados. Porém, a construção dos “mercados verdes” é plena de contradições e oferece debates em torno das fronteiras/intersecções entre os campos econômico e ambiental. Além disso, nosso estudo sobre o *pensamento sustentável* também possibilitou revelar as diferentes formas de compreensão acerca das relações de mercado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ALMEIDA, Jalcione. **A construção social de uma nova agricultura**. 2ª ed. Porto Alegre: editora da UFRGS, 2009.

ASSIS, Renato L. **Agroecologia no Brasil: análise do processo de difusão e perspectivas**. CAMPINAS – SP, 2002.

BARBOSA, Lívia. Cultura administrativa: uma crítica antropológica ao uso do conceito de cultura organizacional. In: _____ **Igualdade e meritocracia: ética do desempenho nas sociedades modernas**. Rio de Janeiro, FGV, 1999.

BOURDIEU, Pierre. Algumas propriedades dos campos. IN: _____ **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero Limitada, 1983. p. 89-94.

_____. O campo econômico. *Política e Sociedade*. PPG Sociologia Política, UFSC. Florianópolis, UFSC/Cidade Futura, n. 6, abril de 2005, p. 15-57 (Dossiê Estado, Mercado e Regulação).

BRASIL Sustentável. Inovar ou Falir. Edição 25. Revista. Ago./Set. 2009a. Trimestral.

_____. Sinais de Fumaça. Edição 26. Revista. Nov./Dez. 2009b. Trimestral.

CADERNO Especial Carta Verde. Negócios Sustentáveis. In: Revista Carta Capital. Edição 597. Abril de 2010. Mensal.

CASTELLS, Manuel. Crise urbana, movimentos sociais e via democrática para o socialismo nas cidades capitalistas avançadas. In: _____ **Cidade, democracia e socialismo: a experiência das associações de vizinhos de Madrid**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, p. 19-39, 1989.

CARNEIRO, Marcelo S. A construção Social do Mercado de Madeiras Certificadas na Amazônia Brasileira: a atuação das ONGs ambientalistas e das empresas pioneiras. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 22, n. 3, p. 681-713. set./dez. 2007.

CARVALHO, Isabel C. M. A Invenção do sujeito ecológico: sentidos e trajetórias em educação ambiental. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2001

FLIGSTEIN, Neil. *Lê Mythe Du Marche. Actes de La recherche em sciences sociales*, vol. 139, nº1, 2001a. Disponível em: <<http://www.persee.fr>>. Acessado dia 2 de março de 2010.

_____. Mercado como política: uma abordagem político-cultural das instituições de mercado. *Contemporaneidade e Educação*. Ano VI, nº 9, 1º sem/2001b, p. 26-55.

FLORIT, Luciano F. Teoria Social e relação sociedade-natureza a partir da obra de Anthony Giddens, Cadernos de sociologia, Porto Alegre, Pós-Graduação em sociologia – IFCH/UFRGS, n.10, 1998. p. 61-86.

GANCHO, Cândida Vilares. **Como analisar narrativas**. 9 ed. São Paulo: Ática, 2006.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: ZAHAR Editores, 1989.

_____. **O Saber Local: novos ensaios de antropologia interpretativa**. Petrópolis: Vozes, 1997.

GIDDENS, Anthony. A modernidade sob um signo negativo: questões ecológicas e políticas de vida. In: _____ **Para além da esquerda e da direita**. São Paulo. Ed. da Unesp, 1995. Cap. 8, p. 225-258.

_____. **As conseqüências da Modernidade**. São Paulo, Ed. da Unesp, 1991. p. 11-60; 83-136; 173-177.

_____. A vida em uma sociedade pós-tradicional, In: BECK, Ulrich, GIDDENS, Anthony, LASH, Scott. (orgs). **Modernização reflexiva**, São Paulo, Ed. da Unesp, 1997. p. 73-133.

GUIVANT, Julia, TOMIELLO, Naira. Ambivalência na comunicação das estratégias de sustentabilidade: uma análise da cadeia de valor da Walmart na perspectiva global, nacional e local. Florianópolis: Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas, Vol. 9, nº 95, 2008. Disponível em: <<http://www.journal.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/viewArticle/8353>>. Acessado dia 15 de março de 2010

GUIVANT, Julia. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. Revista Ambiente & Sociedade – Vol. VI, n. 2, jul./dez, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1414-753X2003000300005&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acessado dia 20 de abril de 2010.

HANNIGAN, John A. **Sociologia ambiental: a formação de uma perspectiva social**. Lisboa, Instituto Piaget, 1997.

IDEIA Socioambiental. Mais Energia, Menos Carbono. Edição 17. Revista. Set./Out. e Novembro de 2009a. Trimestral.

_____. Ser ou Não Ser Verde. Edição 18. Revista. Dez. 2009b. Trimestral.

JAIME, Pedro. Dos encontros entre Estado e sociedade civil: Um exercício de etnografia do pensamento moderno. *Civitas*, Porto Alegre v. 5 n. 1 jan.-jun. 2005 p. 69-91. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/viewFile/35/1607>>. Acessado dia 15 de março de 2010.

LARRÈRE, Catherine e LARRÈRE, Raphael. Proteger a Natureza. In: _____ **Do bom uso da natureza:** para uma filosofia do meio ambiente. Lisboa, Ed. Piaget, 2000, Cap. IV. pp. 197-231

LASCOURMES, Pierre. *L'éco-pouvoir: environnements et politiques*. Paris, Éditions La Découverte, 1994. p. 37-96.

LATOURE, Bruno; SCHWARTZ, Cécile, CHARVOLIN, Florian. Crises dos meios ambientes: desafios às ciências humanas. In: ARAÚJO, Hermetes R. de (Org.). **Tecnociência e cultura:** ensaios sobre o tempo presente. São Paulo, Estação Liberdade, 1998. p. 91-126.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O Pensamento Selvagem**. 3ª ed: Campinas: Papyrus, 1989.

MAGALHÃES, Reginaldo Sales. **Lucro e reputação:** interações entre bancos e organizações sociais na construção das políticas socioambientais. 2010. 285 f. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

MCCORMICK, John. **Rumo ao Paraíso:** a história do movimento ambientalista. Rio de Janeiro: Relume-Dumarã, 1992.

MILANEZ, Bruno. Modernização ecológica no Brasil: limites e perspectivas. Revista Desenvolvimento e Meio Ambiente. nº 20. p. 77-89, jul/dez.2009. Editora UFPR.

MOL, Arthur. *The Refinement of Production. Ecological modernization theory and the chemical industry*. Utrecht: Van Arkel, 1995.

MORIN, Edgar. Por um pensamento ecologizado. In: CASTRO, Edna e PINTON, Françoise. **Faces do trópico úmido**. Belém, UFPA/NAEA, 1997. P 53-77.

MOTTA, Ronaldo Sergio da. Resenha bibliográfica: *Changing course: a global business perspectiva in development and the enviroment*, Rio de Janeiro: Pesquisa Planejamento Econômico. V. 23, n. 1, p. 183-189. abr. 1993. Disponível em: < <http://ppe.ipea.gov.br/index.php/ppe/article/view/840/777>>. Acessado dia 20 de abril de 2010.

NIXON, C. R. *El desarrollo sostenible. Un espejismo y una trampa peligrosa. El socialismo del futuro*, n. 8, 1993. p. 53-64

MUNCK, Luciano, SOUZA, Rafael B. Desenvolvimento Sustentável ou Modernização Ecológica? Uma Análise Exploratória. Disponível em: http://www.ssrevista.uel.br/pdf/2010/92_Desenvolvimento_sustentavel_sem_Identif_r_visto_parecerista_setembro_refeito_pelo_autor.pdf>. Acessado dia 20 de abril de 2010.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim. Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. Revista RAE-eletrônica, v. 4, n. 1, Art. 2, jan./jul. 2005. Disponível em: <

<http://www.scielo.br/pdf/raeel/v4n1/v4n1a02.pdf>>. Acessado dia 10 de março de 2010.

OLIVEIRA, Leonardo Dias de. A geopolítica do Desenvolvimento Sustentável em questão: reflexões sobre a conferência do Rio de Janeiro (ECO-92). Rio Claro: 1º SIMPGEO/SP, 2008. Disponível em: < <http://www.rc.unesp.br/igce/simpgeo/137-147leandro.pdf>>. Acessado dia 15 de novembro de 2010.

OLIVEIRA, Myriam C. C. de. Relação sociedade-natureza e suas matrizes paradigmáticas: uma introdução. Porto Alegre: PGDR/UFRGS, 2007.

OLIVIERI, Alejandro G. A teoria da modernização ecológica: uma avaliação crítica dos fundamentos teóricos. Tese de Doutorado. Brasília: UNB, 2009. Disponível em: < http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/3808/1/2009_AlejandroGabrielOlivieri.pdf>. Acessado dia 20 de abril de 2010.

PAOLI, Maria Célia. Empresas e Responsabilidade Social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, Boaventura de Souza. **Democratizar a Democracia**: os caminhos da democracia participativa. 2 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. p. 373-418.

PEQUENAS Empresas & Grandes Negócios. 100 idéias para montar seu negócio. Edição 252. Revista. Jan. 2010. Mensal.

PINCELLI, Ângela Cristina S. Trabalho infanto-juvenil na fumicultura e responsabilidade social empresarial: o discurso da Souza Cruz. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: UFSC. 2005.

POLANYI, Karl. **A grande transformação**: As origens de nossa época. 3 ed. Rio de Janeiro:Campus, 1980.

PRIMEIRO Plano. Habitação e meio ambiente: a casa dos sonhos. Edição 14. Revista. Jul./Ago./Set. 2009a. Trimestral.

_____. Consumo x infância: sustentável mundo novo. Edição 15. Revista. Out./Nov./Dez. 2009b. Trimestral.

RAUD, Cécile. Os alimentos funcionais: a nova fronteira da indústria alimentar, análise das estratégias da danone e da nestlé no mercado brasileiro de iogurtes. *Revista de Sociologia e Política*, vol.16 nº.31. Curitiba Nov/2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782008000200008>. Acessado dia 20 de abril de 2010.

RAYNAUT, Claude. As relações ser humano/natureza: a arqueologia social de uma ruptura. Texto que subsidiou conferência realizada em Curitiba, no Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento - MADFJUFPR, no prelo em agosto de 2006.

_____. Meio ambiente e desenvolvimento: construindo um novo campo do saber a partir de uma perspectiva interdisciplinar. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Curitiba: Editora UFPR, n. 1, p.21-32, jul./dez. 2004. Semestral.

REDCLIFT, Michael R. Pós-sustentabilidade e os novos discursos de sustentabilidade. *Raízes*, Campina. Grande, vol. 21, n. 1, 2002. p. 124-136.

RELATÓRIO da Organização Internacional do Trabalho (OIT). 2009. Disponível em: <http://www.oitbrasil.org.br/topic/employment/news/news_131.php>. Acessado dia 15 de março de 2010.

RIBEIRO, Gustavo L. Ambientalismo e desenvolvimento sustentado. Nova ideologia/utopia do desenvolvimento. In:_____ **Cultura e política no mundo contemporâneo**. Editora: UnB, 2000.

_____. Poder, redes e ideologia no campo do desenvolvimento. *Novos Estudos CEBRAP*. Marco 2008. Disponível em: <http://novosestudios.uol.com.br/acervo/acervo_artigo.asp?idMateria=134>. Acessado dia 20 de abril de 2010.

ROLLO, Poliana N. **Jornalismo de Revista**: análise dos critérios de noticiabilidade das capas da revista *Época*. Monografia. Belo Horizonte: UNI-BH, 2008.

SANTOS, Mário A. Empresas, Meio Ambiente e Responsabilidade Social: um olhar sobre o Rio de Janeiro. Monografia do curso de economia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/gema/pdfs/empresas_meio_ambiente_e_responsabilidade_social_um_olhar_sobre_o_rio_de_janeiro.pdf>. Acessado dia 15 de novembro de 2010.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SCHILLING, Voltaire. D. Quixote, o melhor livro do mundo. *Cadernos de História. Memorial Rio Grande do Sul*. (s.d). Disponível em: <<http://www.memorial.rs.gov.br/cadernos/quixote.pdf>>. Acessado dia 17 de setembro de 2010.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 2ª. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SCOTTO, Gabriela, CARVALHO, Isabel C.M, GUIMARÃES, Leandro B. **Desenvolvimento Sustentável**. 4ª ed. Petrópolis: Vozes. 2009.

SINGER, Paul. Urbanização e desenvolvimento: o caso de São Paulo. In:_____ **Economia Política da Urbanização**. São Paulo: Brasiliense, p. 117-1233, 1973.

SMERALDI, Roberto. **O novo manual de negócios sustentáveis**. São Paulo: Publifolha, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUZA, Maria T. S. Rumo à prática empresarial sustentável. São Paulo: Revista de Administração de Empresas, FGV, Nº 33, Vol. 4, p. 40-52, Jul/Ago, 1993. Disponível em: <<http://www16.fgv.br/rae/artigos/662.pdf>>. Acessado dia 15 de novembro de 2010.

STEIL, Carlos, CARVALHO, Isabel. C. M. ONGs no Brasil: elementos para uma narrativa política. HUMANAS: Revista do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS. *Projetos Sociais*. IFCH, Porto Alegre, v. 24, n. ½, 2001. p. 37-55.

THOMAS, Keith. **O homem e o mundo natural**: mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

VIEIRA, Liszt. **Os argonautas da cidadania**: a sociedade civil na globalização. Rio de Janeiro: Record, 2001.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

VINHA, Valéria G. A convenção do Desenvolvimento Sustentável e as empresas eco-comprometidas. Tese de Doutorado. Curso de pós-graduado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade – CPDA/UFRRJ. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/gema/pdfs/a_convencao_do_desenvolvimento_sustentavel_e_as_empresas_eco_comprometidas.pdf>. Acessado dia 15 de novembro de 2010.

ZELIZER, Viviana. *Ethics in the Economy*. Zeitschrift für Wirtschaftsund Unternehmensethik, Vol. 8/1, 8-23, 2007. Disponível em: <http://www.princeton.edu/~vzelizer/zfwu_1_07_Zelizer.pdf>. Acessado dia 10 de outubro de 2010.

_____. *Repenser le marché: la construction sociale du “marché aux bébés” aux Etats-Unis, 1870-1930*. Actes de la Recherche en Sciences Sociales. Paris, n. 94, p. 3-26, sept 1992.

_____. *Intimité et économie*. 45. Set. 2005. p. 13-28. L'Argent en famille. Terrain.