

CIDADES SUSTENTÁVEIS, CONSUMO (IN)SUSTENTÁVEL?



IVA MIRANDA PIRES Faculdade de Ciências Sociais e Humanas,
NOVA de Lisboa. CICS.NOVA im.pires@fcsh.unl.pt



ENGRISCO

O consumo não é apenas uma transação económica realizada num ponto de venda, mas antes um processo complexo que inclui aspetos socioculturais dos bens e dos seus usos, abarcando um leque amplo de atividades sociais como comprar, vender, usar, deitar

fora, reciclar ou trocar. Na sociedade contemporânea, o consumo de bens e serviços desempenha uma enorme variedade de papéis na vida de cada um, muitos dos bens que consumimos têm uma função utilitária, mas noutros casos esta é apenas simbólica.

Fazemos parte de uma sociedade de consumo, como lhe chama Jean Baudrillard,¹ conceito que se popularizou a partir da década de 60, na qual a linguagem da publicidade tem um papel importante, criando a necessidade e o desejo de consumir produtos novos, imagens e experiências. Giles Lipovetsky,² um filósofo francês, fala de uma sociedade do hiperconsumo onde, além barreira de classes, também a do espaço-tempo desapareceu. Com efeito, atualmente vivemos numa lógica do consumo contínuo pois podemos comprar vinte e quatro horas por dia em lojas físicas ou *on-line*, no espaço comercial ou em casa. Por outro lado, os comportamentos de consumo já não são totalmente enquadrados por culturas específicas de classe pois a contrafação e as cópias tornam mesmo as marcas e os produtos mais caros acessíveis a todos. Não é apenas a publicidade a criar novas necessidades, desejos e estilos de vida, mas também a rápida inovação tecnológica, a redução do tempo de vida útil dos equipamentos e a obsolescência programada (a política de planear ou desenhar um produto com um tempo de vida limitado de modo a tornar-se obsoleto, fora de moda ou a deixar de ser funcional após um certo período de tempo) que concorrem para o aumento do consumo individual. Os produtos descartáveis, que surgiram para facilitar a vida dos indivíduos, nomeadamente das mulheres cada

vez mais integradas no mercado de trabalho, mas também porque são um incentivo ao consumo, gradualmente foram fazendo parte do nosso quotidiano. Surgem as estratégias de segmentação que acentuam a lógica da individualização do consumo, nas quais, a partir de um produto base, se podem introduzir alterações personalizadas, criando a sensação de que de aquele produto foi feito apenas para nós.

Mas estes padrões de consumo, que seguem uma lógica mais subjetiva, individual e emocional (no passado existia uma televisão, um telefone ou um automóvel por família, enquanto atualmente cada membro da família tem o seu), típicos dos países mais desenvolvidos, estão a globalizar-se no século XXI com o surgimento de uma ampla classe média nas economias emergentes, como no caso da China ou da Índia, por exemplo. Isto significa uma pressão cada vez maior sobre os recursos finitos do planeta.

A economia linear de «extrair-produzir-descartar» tem vários problemas associados, entre os quais poder conduzir ao esgotamento dos recursos, implicar um maior consumo de energia e resultar em enormes quantidades de resíduos, em especial no caso de produtos descartáveis que têm apenas uma utilização, como copos ou talheres de plástico. Só nos países membros da OCDE, a produção de resíduos urbanos chegará aos 700 kg por pessoa em



2030, ou seja, será quase o dobro do registado em 1980 (de 400 kg por pessoa).

Existe, assim, um lado «obscuro» da sociedade de consumo, ou de hiperconsumo, traduzido nos oceanos de plásticos de que vamos tomando conhecimento um pouco incrédulos, nos rios poluídos, nos aterros a esgotarem cada vez mais rapidamente a sua capacidade de acolherem resíduos urbanos, no acumular de lixo elétrico e eletrónico (televisões, computadores, telemóveis, consolas de jogos...) que viaja milhares de quilómetros para ser reciclado por crianças em regiões pobres onde não existem condições para tratar estes resíduos, alguns dos quais com um elevado nível de toxicidade.

Esta «economia do desperdício», que assentava na abundância e baixo custo do petróleo e na aparente abundância de recursos naturais, não levanta apenas questões relacionadas com a poluição e com a possível escassez desses recursos, mas também questões de ética e de equidade. De equidade intergeracional, quando a população mundial, que é atualmente de pouco mais de 7 mil milhões, atingir, em meados do século XXI, os 9 mil milhões e herdar muito menos recursos naturais do que aqueles de que podemos dispor atualmente, e também intrageracional pela enorme desigualdade, à escala global, de oportunidades e acesso aos recursos naturais e benefícios decorrentes do seu uso e aos bens e serviços.

Somos, como afirma Lester Brown (2009),³ «uma civilização em apuros», que terá de enfrentar e encontrar soluções para um conjunto amplo de desafios e problemas caracterizados pela crescente interdependência, interconectividade e complexidade que tornaram os sistemas (ambiental, social, financeiro...) vulneráveis à escala global. Para se manter dentro de um «espaço operativo seguro» (*Safe Operating Space for Humanity*),⁴ além da preocupação com a escassez de recursos, nomeadamente a água, é também necessário ter em conta os limites do planeta. É igualmente necessário redefinir o conceito de prosperidade, depois de uma era de irresponsabilidade baseada no crescimento económico como um fim em si mesmo, que se mostrou não ser sustentável do ponto de vista ambiental nem financeiro.⁵

O Relatório Brundtland, promovido pelas Nações Unidas, abriu caminho a uma nova interpretação do desenvolvimento e ao mesmo tempo permitiu diferenciá-lo de forma clara do conceito de crescimento económico. O desenvolvimento sustentável pretende conciliar o que parecia ser irreconciliável, o crescimento económico e a proteção do ambiente, considerando ao mesmo tempo os interesses das gerações presentes e futuras.

A necessidade de fazer uma transição para um desenvolvimento sustentável é assumida como um desígnio das Nações Unidas. Na Conferência sobre Ambiente e Desenvolvimento, que decorreu no Rio de Janeiro em 1992, discutiu-se a necessidade urgente de promover padrões de produção e de consumo sustentáveis, em particular nos países mais industrializados, onde precisamente padrões de produção e de consumo insustentáveis foram (e continuam a ser) a principal causa da deterioração continuada dos ecossistemas.

Na sequência dessa conferência, as Nações Unidas têm procurado assumir um papel de liderança do processo de promoção do desenvolvimento sustentável à escala global, nomeadamente incentivando a necessária mudança para estilos de vida mais consentâneos com o respeito pela natureza e tendo em conta uma melhor gestão da equidade no acesso aos recursos. A Agenda 21, aprovada na Conferência do Rio de Janeiro, tem um capítulo intitulado «Alterar os Padrões de Consumo». As Nações Unidas (UNEP) referem que o consumo sustentável implica sobretudo consumir de um modo diferente e mais eficiente, permitindo, ao mesmo tempo, proteger o ambiente, reduzir o desperdício, melhorar a qualidade de vida e considerar uma partilha mais equitativa dos recursos. Na Conferência de Joanesburgo, em 2002, volta a enfatizar-se a necessidade de alterar os padrões de produção e de consumo como um pilar fundamental para a promoção do desenvolvimento sustentável. Em consonância foi lançado, em 2003, um plano de ação (designado Processo de Marraquexe, que teria a duração de dez anos) liderado pelas Nações Unidas em parceria com governos, agências de desenvolvimento e instituições privadas, para promover e acelerar a transição para padrões de consumo sustentável, apoiando iniciativas regionais e locais.

Apesar destes esforços, não parecem ter-se observado mudanças significativas. Pelo contrário, a globalização dos mercados facilitou um aumento do consumo devido à maior diversidade da oferta, em muitos casos em simultâneo com a redução do preço dos bens, produzidos em países com baixos custos de mão-de-obra.

No entanto, esta situação pode estar a mudar. Por um lado, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável – *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development* inclui o Objetivo 12 sobre Consumo e Produção Responsáveis e a meta 12.1 na qual se apela aos países mais desenvolvidos para liderarem o processo de transição para modelos de consumo e de produção sustentáveis. Por outro lado, se numa primeira fase as novas tecnologias de informação e de comunicação (TIC) facilitaram o crescimento do comércio eletrónico, mais tarde



permitiram o desenvolvimento de plataformas que ligam não o consumidor a uma empresa, mas a outros consumidores (consumidor-a-consumidor), abrindo oportunidades para a troca de bens e de serviços sem que exista uma alteração de propriedade.

Esta «nova economia» de troca e venda de bens e serviços, ainda em emergência, tem sido designada de várias formas, desde economia de partilha, economia digital, economia colaborativa, pessoa-a-pessoa. Em alguns casos trata-se realmente de uma economia de partilha ou de troca, que não envolve transação económica. Por exemplo, troca de roupa usada ou troca de casas, para a qual existem inúmeras plataformas que ligam proprietários, à escala mundial, que as disponibilizam por um período de uma ou várias semanas, recebendo em troca o mesmo período de estadia na residência da outra família. Estas plataformas são utilizadas sobretudo pelos mais jovens, melhor informados sobre a degradação dos ecossistemas e os desafios que se colocam num futuro próximo, mais interventivos, defendendo novos valores e estilos de vida e com maior mobilidade geográfica e de trabalho. Eles procuram sobretudo soluções (de mobilidade, de habitação, de equipamentos, de mobiliário...) rápidas, mais flexíveis, mais cómodas, de menor custo e mais amigas do ambiente, que não impliquem a posse e a compra de bens. Para muitos jovens, que vivem em cidades, a questão que se coloca é: preciso mesmo de comprar um carro, ou preciso antes de soluções de mobilidade? E já existem várias soluções de mobilidade, desde a partilha de carro (*car sharing*), na qual existem utilizadores sequenciais de modo a que quando um deixa de precisar estaciona o carro e outro pode começar a usá-lo, ou a partilha em simultâneo por vários utilizadores (*car pooling*), como no caso da reparação dos custos de uma viagem. Noutros, como no caso do Airbnb ou da Uber,⁶ existe um pagamento como retorno

da prestação do serviço e por isso pode ser contestável se devem integrar o conceito de economia de partilha. A União Europeia, no contexto da transição para a economia circular,⁷ tem uma «Agenda para a Economia Colaborativa» e tem vindo a monitorizar a sua evolução. Os dados mostram que a população mais jovem, entre os 18 e os 34 anos, é a mais envolvida, utiliza as plataformas sobretudo para os serviços de alojamento, transporte e partilha de serviços de alimentação, considerando como principais vantagens a comodidade no acesso aos serviços, o facto de muitos serem oferecidos de forma gratuita, permitirem uma escolha mais ampla e mais informada tirando partido das avaliações de outros utilizadores, além da possibilidade de trocar e partilhar em lugar de comprar.

Um outro aspeto relacionado com o consumo é o das embalagens que são responsáveis por uma parte não negligenciável da produção de resíduos urbanos. Neste caso também já vão surgindo soluções mais sustentáveis, como a substituição dos sacos de plástico nos supermercados por sacos que podem ser utilizados muitas vezes, ou a venda a granel de produtos alimentares dispensando a embalagem exterior de plástico. Existem já várias mercearias e cadeias de distribuição (e mesmo uma rede europeia de lojas que só vendem produtos a granel) onde é possível comprar produtos a granel reutilizando sacos de pano ou usando as próprias caixas.

Do ponto de vista da sustentabilidade, estas plataformas e as novas tipologias de consumo⁸ permitem um uso mais eficiente de recursos e de bens que estavam subutilizados, contribuem para a transição para uma economia circular e promovem um consumo mais sustentável. Uma vez que 60% da população mundial viverá em áreas urbanas, as escolhas dos cidadãos, enquanto consumidores, não serão indiferentes para a promoção de cidades mais sustentáveis. □

¹Baudrillard, J. [2010]. *A Sociedade do Consumo*. Lisboa: Edições 70.

²Lipovetsky, G. [2009]. *A Felicidade Paradoxal. Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.

³Brown, L. [2006]. *Plano B 2.0, Resgatando um Planeta sob Stress e uma Civilização em Apuros*. Trancoso: Câmara Municipal de Trancoso, Earth Policy e Tribunal Europeu do Ambiente.

⁴Zalasiewicz, J.; Williams, M.; Steffen, W.; Crutzen, P. [2010]. «The New World of the Anthropocene». *Environ. Sci. Technol.* 44, pp. 2228–2231.

⁵Jackson, T. [2013]. *Prosperidade sem Crescimento, Economia para um Planeta finito*. Lisboa: Tinta da China.

⁶O crescimento exponencial destas plataformas tem sido alvo de críticas por parte de hotéis e de empresas de Táxi que se queixam de concorrência desleal pois, ao contrário das outras, estão sujeitas a forte regulação o que aumenta os seus custos de operação. Por outro lado, em muitas capitais europeias e cidades sujeitas a forte pressão turística, o Airbnb tem sido apontado como uma das causas da subida dos preços de arrendamento de longo prazo. Estas críticas têm mostrado a necessidade de regular estas novas tipologias de ofertas de serviços, mas não é expectável que invertam a tendência de crescimento.

⁷O objetivo da economia circular é o de extrair o máximo valor possível de um bem aumentando o seu tempo de uso através de atividades como a reparação, a reutilização, a remanufatura e remodelação e a coprodução, ao mesmo tempo reduzindo o uso de recursos naturais, de desperdício e de produção de resíduos.

⁸Bem como de estilos de vida, onde existe a preocupação por um consumo mais consciente não só de bens, mas também nas opções alimentares, com a redução do consumo de carne por causa do seu contributo para as alterações do clima.