

# O Estado do Consumo Hoje

*Gary Gardner, Erik Assadourian  
e Radhika Sarin*

A China bem merece a reputação de ser o país da bicicleta. Durante todo o século XX, milhões de bicicletas, literalmente, apinhavam as ruas de suas cidades, não apenas como meio de transporte pessoal, mas também como veículo de entrega – levando de tudo, desde materiais de construção até frangos a caminho do mercado. Mesmo nos anos 80 poucos automóveis circulavam nas ruas chinesas.<sup>1</sup>

Um visitante dos anos 80 que retorne hoje a Xangai ou outra cidade chinesa dificilmente a reconhecerá. Em 2002, havia 10 milhões de carros particulares e o número de proprietários crescia aceleradamente: a cada dia, em 2003, cerca de 11.000 mais veículos juntavam-se ao tráfego das rodovias chinesas – 4 milhões de carros novos no ano. As vendas aumentaram 60% em 2002 e em mais de 80% no primeiro semestre de 2003. Até

2015, nesse ritmo, os analistas da indústria calculam que 150 milhões de automóveis estarão congestionando as ruas chinesas – 18 milhões a mais do que circulavam nas ruas e rodovias dos Estados Unidos em 1999. A classe emergente de consumidores chineses está aderindo entusiasticamente ao aumento da mobilidade e elevação do *status* social representado pelo automóvel – milhões aguardam durante meses e assumem dívidas substanciais para tornarem-se membros pioneiros da nova cultura automobilística chinesa.<sup>2</sup>

As vantagens desse caminho desenvolvimentista são evidentes para as autoridades governamentais, que o encorajam. Cada novo automóvel fabricado na China representa dois novos postos de trabalho para trabalhadores chineses, e a renda que recebem estimula, por sua vez, outros setores da economia chinesa. Ademais, a corrida para atender à demanda está atraindo investimentos maciços de empresas estrangeiras – a General Motors investiu US\$ 1,5 bilhão em uma nova montadora em Xan-

---

As unidades de medidas mencionadas neste livro são métricas, salvo quando o uso normal determine de outra forma.

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

gai, enquanto a Volkswagen comprometeu-se a aplicar US\$ 7 bilhões, ao longo dos próximos 5 anos, no aumento de produção.<sup>3</sup>

A China está, naturalmente, seguindo um caminho muito bem marcado, embora já tenham passado-se oito décadas desde que o uso generalizado do automóvel popularizou-se nos Estados Unidos. Entretanto, a história automotiva da China não está ligada nem aos chineses nem ao automóvel. Dos estabelecimentos de *fast-food* às câmeras descartáveis, e do México à África do Sul, grande parte do mundo está hoje entrando na sociedade de consumo num ritmo alucinante. Segundo uma estimativa, a “classe consumista” possui hoje mais de 1,7 bilhão de adeptos – com quase a metade deles no mundo “em desenvolvimento”. Uma cultura e estilo de vida que se tornaram comuns na Europa, América do Norte, Japão e em alguns outros bolsões do planeta no século XX e que se globalizam no século XXI.<sup>4</sup>

A sociedade de consumo tem, claramente, um forte encanto e traz consigo muitos benefícios econômicos. Também seria injusto argumentar que as vantagens obtidas por uma geração anterior de consumidores não deveriam ser compartilhadas pela geração seguinte. Todavia, o aumento disparado do consumo na última década – e as projeções alucinantes que logicamente dele derivam – indica que o mundo como um todo se verá, em breve, frente a um grande dilema. Caso os níveis de consumo que as várias centenas dos milhões de pessoas mais afluentes gozam hoje repliquem-se por, pelo menos, metade dos cerca de 9 bilhões de pessoas que deverão ser adicionadas à população mundial em 2050, o impacto em nossa oferta de água, qualidade do ar, flo-

restas, clima, diversidade biológica e saúde humana será extremamente grave.<sup>5</sup>

Apesar dos perigos à frente, há poucos indícios de qualquer desaceleração da locomotiva consumista – nem mesmo em países como os Estados Unidos, onde a maioria dispõe de uma oferta ampla dos bens e serviços necessários à condução de uma vida digna. Em 2003 os Estados Unidos dispunham de mais carros particulares do que de motoristas, e os utilitários esportivos, beberões de gasolina, estavam entre os veículos mais vendidos do país. Novas habitações aumentaram 38% em 2002, em comparação a 1975, apesar de haver um número menor de pessoas, em média, por moradia. Os próprios americanos estão maiores também – tão maiores, na realidade, que uma indústria multibilionária surgiu para atender às necessidades desses cidadãos, oferecendo tamanhos maiores de roupas, mobília mais resistente e até mesmo ataúdes mais espaçosos. Se as aspirações consumistas da nação mais rica do mundo não podem ser saciadas, as perspectivas de controle do consumo nos outros países, antes do desnudamento e degradação por completo do nosso planeta, são desanimadoras.<sup>6</sup>

Entretanto, nem tudo está perdido. Defensores do consumo, economistas, legisladores e ambientalistas vêm desenvolvendo opções criativas para atender às necessidades das pessoas e, ao mesmo tempo, reduzir os custos ambientais e sociais associados ao consumo em massa. Além de ajudar as pessoas a encontrar o equilíbrio entre muito e pouco consumo, dão maior ênfase a bens e serviços públicos, a serviços em lugar de bens, a bens com maior teor de reciclados e a alternativas genuínas para os consumidores.

Conjuntamente, essas medidas poderão ajudar na obtenção de alta qualidade de vida com um mínimo de agressão ambiental e desigualdade social. A chave é aplicar um olhar crítico não apenas na “quantidade” do consumo, mas também na “racionalidade”. (Vide Capítulos 5 e 8.)

O consumo não é um mal. As pessoas precisam consumir para sobreviver, e os mais pobres precisam consumir mais para terem vidas dignas e oportunidades. Porém o consumo ameaça o bem-estar das pessoas e do meio ambiente quando se torna um fim em si mesmo – quando se torna o principal objetivo de vida de um indivíduo, por exemplo, ou a medida máxima de sucesso da política econômica de um governo. As economias de consumo em massa que geraram um mundo de abundância para muitos no século XX vêm-se frente a um desafio diferente no século XXI: focar não o acúmulo indefinido de bens, e sim uma melhor qualidade de vida para todos, com o mínimo de dano ambiental.

## **Consumo em Cifras**

Por qualquer medida – despesas domésticas, número de consumidores, extração de matéria-prima – o consumo de bens e serviços tem aumentado constantemente nas nações industrializadas durante décadas, e cresce aceleradamente em muitos países em desenvolvimento. As cifras contam a história de um mundo sendo transformado por uma revolução do consumo.

As despesas domésticas – o que se gasta em bens e serviços em nível familiar – ultrapassaram US\$ 20 trilhões em 2000, contra US\$ 4,8 trilhões em 1960 (em dólares de 1995). Parte desse aumento

quádruplo deveu-se ao aumento populacional (vide Quadro 1-1), mas o volume maior ocorreu em função do avanço da prosperidade em vários países. Essas cifras globais mascaram gigantescas disparidades nos gastos. Os 12% da população mundial que vivem na América do Norte e na Europa respondem por 60% do consumo privado global, enquanto a terça parte da humanidade que vive no Sul da Ásia e na África Subsaariana, representa apenas 3,2%. (Vide Tabela 1-1.)<sup>7</sup>

Em 1999, cerca de 2,8 bilhões de pessoas, duas entre cada cinco no planeta – sobreviviam com menos de US\$ 2 por dia, o que as Nações Unidas e o Banco Mundial consideraram como mínimo para atender às necessidades básicas. Aproximadamente, 1,2 bilhão de pessoas viviam sob “extrema pobreza”, medida por uma renda diária média de menos de US\$ 1. Entre os mais pobres estão centenas de milhões de agricultores de subsistência, que, por definição, não têm salário e raramente envolvem-se em transações comerciais. Para eles, e para todos os pobres do mundo, os gastos em consumo concentram-se quase que totalmente no atendimento às necessidades básicas.<sup>8</sup>

Embora a maior parte dos gastos de consumo ocorra nas regiões mais ricas do mundo, o número de consumidores distribuiu-se mais equitativamente entre as regiões industrializadas e em desenvolvimento. Isso ficou evidente pela pesquisa realizada pelo ex-consultor do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), Matthew Bentley, que descreve a existência de uma “classe de consumidor” global. Essas pessoas têm renda superior a US\$ 7.000 anuais em termos de

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

paridade de poder aquisitivo (uma medida de renda ajustada ao poder aquisitivo em moeda local), ou seja, aproximadamente o nível da linha oficial de pobreza da Europa Ocidental. A própria classe de consumidor global varia muito em termos de riqueza,

mas seus membros caracteristicamente dispõem de televisão, telefones e Internet, junto à cultura e idéias que esses produtos transmitem. Essa classe de consumidor soma cerca de 1,7 bilhão de pessoas – mais de um quarto do mundo. (Vide Tabela 1-2.)<sup>9</sup>

### QUADRO 1-1. E QUANTO À POPULAÇÃO?

A Divisão de População das Nações Unidas calcula que a população mundial crescerá 41% até 2050, atingindo 8,9 bilhões de pessoas. Da mesma forma que a crescente aquisição de aparelhos eletrodomésticos e automóveis pode acabar com a economia de energia conquistada pelas melhorias de eficiência, esse aumento nos números humanos ameaça neutralizar qualquer avanço na redução do volume de bens que cada pessoa consome. Por exemplo, mesmo que o americano comum coma 20% menos carne em 2050 do que comia em 2000, o consumo total de carne nos Estados Unidos será aproximadamente 5 milhões de toneladas superior em 2050 devido, unicamente, ao crescimento populacional.

Com a expectativa de 99% do crescimento populacional ocorrer nas nações em desenvolvimento, esses países precisarão considerar cuidadosamente o duplo objetivo da estabilização populacional e maior consumo para o desenvolvimento humano. O mundo industrializado poderá ajudar os países em desenvolvimento a estabilizar suas populações dando apoio ao planejamento familiar, educação e melhoria da situação das mulheres. E poderá reduzir o impacto de um maior consumo ajudando na adoção de tecnologias mais limpas e mais eficientes.

Mas seria um erro considerar o crescimento populacional como um desafio enfrentado apenas pelas nações pobres. Quando se misturam crescimento populacional e altos níveis de consumo, como ocorre nos Estados Unidos, a importância do primeiro exacerba-se. Por exemplo, embora a população dos Estados Unidos aumente a um ritmo de,

aproximadamente, 3 milhões de pessoas ao ano, e a Índia aumente em quase 16 milhões, esse contingente americano adicional causa maior impacto ambiental. Ele é responsável por 15,7 milhões de toneladas adicionais em emissões de carbono na atmosfera, contra apenas 4,9 milhões de toneladas na Índia. Países ricos, com populações em crescimento, precisam atentar para o impacto tanto do seu consumo quanto de suas políticas populacionais.

Outras tendências demográficas menos discutidas mesclam-se também ao consumo sob formas surpreendentes. Por exemplo, em função do aumento da renda, urbanização e famílias menores, o número de pessoas em um único domicílio, entre 1970 e 2000, caiu de 5,1 para 4,4 nos países em desenvolvimento e de 3,2 para 2,5 nas nações industrializadas, enquanto o número total de domicílios aumentou. Cada nova residência naturalmente requer espaço e materiais. Além disso, as economias obtidas com um maior número de pessoas compartilhando energia, eletrodomésticos e mobiliário são perdidas quando menos pessoas vivem na mesma casa. Assim, alguém morando só nos Estados Unidos consome 17% mais energia, *per capita*, do que uma moradia com duas pessoas. Então, mesmo em algumas nações européias e no Japão, onde a população total não sofre um aumento significativo, ou até mesmo nem cresce, a dinâmica doméstica em transformação deve ser analisada como condutora de maior consumo.

FONTE: vide nota final 7.

**Tabela 1-1. Gastos com Consumo e População, por Região, 2000**

Região	Participação nos Gastos Mundiais do Consumo Privado	Participação na População Mundial
	(percentual)	
Estados Unidos e Canadá	31,5	5,2
Europa Ocidental	28,7	6,4
Leste da Ásia e Pacífico	21,4	32,9
América Latina e Caribe	6,7	8,5
Europa Oriental e Ásia Central	3,3	7,9
Sul da Ásia	2,0	22,4
Austrália e Nova Zelândia	1,5	0,4
Oriente Médio e África do Norte	1,4	4,1
África Subsaariana	1,2	10,9

FONTE: vide nota final 7.

Quase a metade dessa classe de consumidor global vive nos países em desenvolvimento, e somente China e Índia respondem por 20% do total mundial. (Vide Tabela 1-3.) Na verdade, a classe conjunta de consumidores nesses dois países, com 362 milhões de pessoas, é maior do que esta classe em toda a Europa Ocidental (embora o consumidor chinês ou indiano comum, naturalmente, consuma significativamente menos do que o europeu). Entretanto, grande parte do mundo em desenvolvimento não está representada neste incremento de novo consumo: a classe de consumidor da África Subsaariana, a menor de todas, é de apenas 34 milhões de pessoas. Na realidade, a região tem ficado essencialmente à margem da prosperidade vivida pela maior parte do mundo nas últimas décadas. Medidas em termos de gastos *per capita* de consumo privado, a África Subsaariana caiu 20% em 2000, em comparação às duas décadas anteriores, distanciando-se cada vez mais do mundo industrializado.<sup>10</sup>

**Tabela 1-2. Classe de Consumidores, por Região, 2002**

Região	Número de Pessoas Pertencentes à Classe de Consumidores	Classe de Consumidores como Parcela da População Regional	Classe de Consumidores como Parcela da Classe de Consumidores Globais <sup>1</sup>
	(milhões)	(percentual)	(percentual)
Estados Unidos e Canadá	271,4	85	16
Europa Ocidental	348,9	89	20
Leste da Ásia e Pacífico	494,0	27	29
América Latina e Caribe	167,8	32	10
Europa Oriental e Ásia Central	173,2	36	10
Sul da Ásia	140,7	10	8
Austrália e Nova Zelândia	19,8	84	1
Oriente Médio/África do Norte	78,0	25	4
África Subsaariana	34,2	5	2
Países Industrializados	912	80	53
Países em Desenvolvimento	816	17	47
Mundo	1.728	28	100

<sup>1</sup>A soma não confere devido a arredondamentos.

FONTE: vide nota final 9.

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

**Tabela 1-3. Dez Maiores Populações Nacionais de Classe de Consumidor, 2002**

País	População da Classe de Consumidores (milhões)	Participação na População Nacional (percentual)
Estados Unidos	242,5	84
China	239,8	19
Índia	121,9	12
Japão	120,7	95
Alemanha	76,3	92
Federação Russa	61,3	43
Brasil	57,8	33
França	53,1	89
Itália	52,8	91
Reino Unido	50,4	86

FONTE: vide nota final 10.

Os países em desenvolvimento não só dispõem de grandes blocos de consumidores como também têm maior potencial para expandir suas fileiras. Por exemplo, o grande contingente de consumidores da China e Índia constitui apenas 16% da população, enquanto na Europa esta cifra atinge 89%. Efetivamente, na maioria dos países em desenvolvimento, a classe de consumidores representa menos da metade da população – às vezes muito menos –, havendo bastante espaço para crescimento. Com base apenas nas projeções populacionais, a classe de consumidores globais está projetada, conservadoramente, para atingir pelo menos 2 bilhões de pessoas até 2015.<sup>11</sup>

Esses números indicam que a história do consumo no século XXI poderá referir-se tanto a nações consumidoras emergentes quanto a tradicionais. Em um dos seus informativos em 2003, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente observou que o incremento da posse de automó-

veis na Ásia para os níveis da média mundial adicionaria 200 milhões de veículos à frota global – uma vez e meia o número de carros existentes, hoje, nos Estados Unidos. Preocupações quanto ao impacto desse tipo de desenvolvimento demonstram a urgência da busca de caminhos alternativos, sustentáveis, para a prosperidade da região. Ao mesmo tempo, temores quanto a aumentos potenciais do consumo asiático ficarão deslocados caso ofusquem a necessidade de reformas nos países ricos, onde altos níveis de consumo têm sido a regra por décadas. Os antigos países industrializados da Europa e América do Norte, juntamente com Japão e Austrália, são responsáveis pelo maior volume de degradação ambiental global associada ao consumo.<sup>12</sup>

As tendências do consumo abrangem praticamente todo e qualquer bem e serviço, que podem ser categorizados sob diversas formas. De maior interesse são os itens fundamentais, como água e alimentos; suas tendências indicam se as necessidades básicas estão sendo satisfeitas. Outros itens de consumo indicam como as opções de vida estão se desenvolvendo para as pessoas e o nível de conforto que estão tendo.

Em termos de necessidades básicas, as tendências são mistas. A absorção diária de calorias aumentou tanto no mundo industrializado quanto nos países em desenvolvimento, desde 1961, à medida que a oferta de alimentos ampliou-se pelo menos em nível global. Todavia, a Organização das Nações Unidas para Alimento e Agricultura (FAO) divulga que 825 milhões de pessoas ainda estão subnutridas e que, em 1961, uma pessoa absorvia, diariamente, 10% a mais de calorias (2.947 calorias) no mundo industrializado do que as pessoas consomem, hoje, no mundo

em desenvolvimento (2.675 calorias). A presença da fome frente à oferta recorde de alimentos reflete a realidade de seu alto custo para a grande parcela da população pobre mundial, que não dispõe de renda suficiente para adquiri-los. Na Tanzânia, por exemplo, onde os gastos *per capita* domésticos foram de US\$ 375 em 1998, 67% das despesas familiares destinavam-se à alimentação. No Japão, as despesas domésticas *per capita* foram de US\$ 13.568 naquele ano, porém apenas 12% foram gastos em alimentação. (Vide Tabela 1-4.)<sup>13</sup>

**Tabela 1-4. Proporção das Despesas Domésticas em Alimentação**

País	Despesa Doméstica <i>Per Capita</i> , 1998 (dólares) <sup>1</sup>	Parcela Gasta em Alimentação (percentual)
Tanzânia	375	67
Madagáscar	608	61
Tajiquistão	660	48
Líbia	6.135	31
Hong Kong	12.468	10
Japão	13.568	12
Dinamarca	16.385	16
Estados Unidos	21.515	13

<sup>1</sup> Paridade em poder aquisitivo.

FONTE: vide nota final 13.

Os ricos do mundo não só absorvem mais calorias do que os pobres, mas essas calorias provêm de alimentos mais intensivos em recursos, como carne bovina e laticínios, que são produzidos por meio do uso de grandes volumes de grãos, água e energia. (Vide Capítulos 3 e 4.) As pessoas nos países industrializados obtêm 856 de suas calorias diárias de produtos animais, contra 350 nos países em desen-

volvimento. Mesmo assim, o consumo de carne está subindo nas regiões mais prósperas do mundo em desenvolvimento, à medida que as taxas de renda e urbanização aumentam. Metade da carne suína mundial é consumida na China, por exemplo, enquanto o Brasil é o segundo maior consumidor de carne bovina, em seguida aos Estados Unidos. E a carne está sendo cada vez mais consumida como *fast-food*, freqüentemente mais intensiva em termos de energia para produzir. De acordo com um recente estudo de marketing, a indústria de *fast-food* na Índia está crescendo a uma taxa de 40% ao ano, devendo gerar mais de um bilhão de dólares em vendas até 2005. Enquanto isso, um quarto da sua população continua subnutrida – uma situação praticamente inalterada ao longo da última década.<sup>14</sup>

Água limpa e saneamento adequado, instrumentais para prevenir a disseminação de doenças contagiosas, são também necessidades básicas de consumo. Da mesma forma que ocorre com a maioria dos bens, o acesso à água e ao saneamento está mais disponível para as populações mais ricas, embora a situação dos mais pobres neste particular tenha melhorado um pouco durante a última década. Em 2000, 1,1 bilhão de pessoas não tinham acesso à água potável, definido como a disponibilidade de, pelo menos, 20 litros por pessoa, por dia, a uma distância de um quilômetro da moradia do consumidor. E duas em cada cinco pessoas ainda não dispunham de instalações sanitárias adequadas, como uma ligação com sistemas de esgotos ou fossa séptica, ou até mesmo latrina de fossa. As populações rurais são as que mais sofrem. Em 2000, apenas 40% das populações ru-

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

rais dispunham de instalações sanitárias adequadas, em comparação com 85% dos habitantes urbanos.<sup>15</sup>

Conforme cresce a renda, as pessoas obtêm acesso a outros bens de consumo que não os alimentos. O uso de papel, por exemplo, tende a aumentar à medida que as pessoas tornam-se mais alfabetizadas e aumentam os elos de comunicação. Globalmente, o consumo de papel mais que sextuplicou, entre 1950 e 1997, tendo dobrado desde meados dos anos 70; o britânico médio consumiu 16 vezes mais papel no final do século XX do que no início. Na realidade, a maior parte do papel mundial é produzida e consumida nos países industrializados: só os Estados Unidos produzem e utilizam um terço do papel mundial, e os americanos consomem mais de 300 quilos anuais *per capita*. Em contraste, nas nações em desenvolvimento como um todo, as pessoas consomem 18 quilos de papel cada uma, anualmente. Na Índia, a cifra anual é de 4 quilos, e em 20 nações da África é de menos de 1 quilo. O PNUMA estima que 30–40 quilos de papel

são o mínimo necessário para atender às necessidades básicas de alfabetização e comunicação.<sup>16</sup>

A prosperidade crescente também dá acesso a bens que asseguram novos níveis de conforto, conveniência e entretenimento para milhões de pessoas. (Vide Tabela 1-5.) Em 2002, 1,12 bilhão de famílias, cerca de três quartos da população mundial, possuíam pelo menos um televisor. Assistir à TV tornou-se uma das principais formas de lazer, com o cidadão médio do mundo industrializado passando três horas – metade do seu tempo de lazer – na frente de um televisor, diariamente. A TV oferece aos telespectadores acesso a notícias locais e entretenimento, mas também exposição a incontáveis produtos de consumo veiculados em comerciais e durante os programas. E a visão que emerge da tela tem um escopo cada vez mais global. Dentre os 1,12 bilhão de domicílios com televisores, 31% eram assinantes de TV a cabo, expostos freqüentemente a uma cultura global de entretenimento.<sup>17</sup>

**Tabela 1-5. Consumo Familiar, Países Selecionados, Cerca de 2000**

País	Gastos Familiares em Consumo	Energia Elétrica	Aparelhos de Televisão	Linhas Telefônicas	Telefones Celulares	Computadores Pessoais
	(Dólares de 1995 <i>per capita</i> )	(kWh <i>per capita</i> )		(por mil habitantes)		
Nigéria	194	81	68	6	4	7
Índia	294	355	83	40	6	6
Ucrânia	558	2.293	456	212	44	18
Egito	1.013	976	217	104	43	16
Brasil	2.779	1.878	349	223	167	75
Coréia do Sul	6.907	5.607	363	489	621	556
Alemanha	18.580	5.963	586	650	682	435
Estados Unidos	21.707	12.331	835	659	451	625

FONTE: vide nota final 17.

Muitas dessas conveniências eram consideradas como luxo quando surgiram originalmente, mas são agora consideradas necessidades. Realmente, onde infra-estruturas sociais desenvolveram-se em torno deles, alguns desses bens de consumo tornaram-se parte integrante do dia-a-dia moderno. Os telefones, por exemplo, transformaram-se num instrumento essencial de comunicação – em 2002, havia 1,1 bilhão de linhas fixas e outro 1,1 bilhão de aparelhos celulares. Um percentual significativo da população mundial, incluindo a grande maioria dos consumidores globais, hoje dispõe no mínimo de acesso básico a telefones. As comunicações também avançaram após a introdução da Internet. Esta adição mais recente às comunicações modernas conecta hoje cerca de 600 milhões de usuários.<sup>18</sup>

Uma grande parcela dos gastos em consumo está concentrada em produtos reconhecidamente desnecessários para o con-

forto ou sobrevivência, mas que tornam a vida mais agradável. Essas compras incluem desde os pequenos prazeres diários, como doces e refrigerantes, até grandes aquisições, como iates oceânicos, jóias e carros esportes. Os gastos nesses produtos não representam necessariamente conduta censurável por parte da sociedade global de consumo, uma vez que pessoas sensatas podem discordar quanto ao que constitui consumo excessivo. Mas esses gastos são uma indicação da riqueza excedente que existe em muitos países. Na realidade, os valores gastos no consumo extremo contestam a visão de que muitas das necessidades básicas dos pobres mundiais não-atendidas sejam muito dispendiosas para atender. A provisão de alimentação adequada, água potável e educação básica para os mais pobres pode ser realizada gastando-se muito menos do que se gasta anualmente em cosméticos, sorvetes e ração de animais de estimação. (Vide Tabela 1-6.)<sup>19</sup>

**Tabela 1-6. Gasto Anual em Itens de Luxo Comparado com os Recursos Necessários para o Atendimento de Necessidades Básicas Seleccionadas**

País	Gasto Anual	Objetivo Social ou Econômico	Investimento Extra Anual Necessário para Atingir o Objetivo
Cosméticos	US\$ 18 bilhões	Saúde reprodutiva para todas as mulheres	US\$ 12 bilhões
Ração de animais de estimação na Europa e Estados Unidos	US\$ 17 bilhões	Erradicação da fome e má-nutrição	US\$ 19 bilhões
Perfumes	US\$ 15 bilhões	Alfabetização universal	US\$ 5 bilhões
Cruzeiros marítimos	US\$ 14 bilhões	Água potável para todos	US\$ 10 bilhões
Sorvetes na Europa	US\$ 11 bilhões	Vacinação de todas as crianças	US\$ 1,3 bilhão

FONTE: vide nota final 19.

A crescente febre do consumo durante o século XX levou a um maior uso de matérias-primas, o que complementa os gastos familiares e a quantidade de consumi-

dores como medida de consumo. Entre 1960 e 1995 o consumo mundial de minerais aumentou 2,5 vezes, metais, 2,1 vezes, produtos madeireiros 2,3 e produtos

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

sintéticos, como plásticos, 5,6 vezes. Esse crescimento superou o aumento da população mundial, tendo ocorrido mesmo quando a economia global mudou para abranger mais indústrias de serviços, como telecomunicações e finanças, que não são tão intensivas em materiais como indústria, transportes e outros setores outrora dominantes. A duplicação do consumo de metais, por exemplo, ocorreu mesmo quando estes se tornaram menos essenciais para a geração de riqueza: em 2000, a economia global consumiu 45% menos metais do que três décadas anteriores para gerar um dólar de produto econômico.<sup>20</sup>

O consumo de combustível e materiais reflete o mesmo padrão de desigualdade global encontrado no consumo de produtos finais. Só os Estados Unidos, com menos de 5% da população global, consomem aproximadamente um quarto dos recursos mundiais de combustíveis fósseis, queimando quase 25% do carvão, 26% do petróleo e 27% do gás natural mundial. Adicionando-se a isso o consumo de outras nações ricas, a dominância de apenas uns poucos países sobre o consumo de materiais globais faz-se evidente. Em termos de consumo de metais, os Estados Unidos e Canadá, Austrália, Japão e Europa Ocidental – que detêm, entre si, 15% da população mundial – consomem 61% do alumínio produzido a cada ano, 60% do chumbo, 59% do cobre e 49% do aço. O consumo *per capita* também é alto, especialmente em relação ao que é verificado nas nações mais pobres. O americano comum consome 22 quilos de alumínio por ano, enquanto o indiano consome 2 quilos e o africano, menos de 1 quilo.<sup>21</sup>

Enquanto isso, o apetite mundial crescente por papel pressiona cada vez mais as florestas globais. Reservas virgens destinadas à produção de papel, por exemplo, representam, aproximadamente, 19% da colheita mundial de madeira e 42% da madeira produzida para uso “industrial” (tudo menos lenha). Em 2050, a indústria de celulose poderá representar mais da metade da demanda industrial da madeira global.<sup>22</sup>

O consumo de matérias-primas como metais e madeira poderá, em princípio, separar-se do consumo de bens e serviços, uma vez que muitos produtos poderão ser remanufaturados ou fabricados de materiais reciclados. Todavia, os materiais na maioria das economias no século XX não circularam mais de duas ou três vezes. Mesmo hoje, a reciclagem fornece apenas uma pequena parcela dos materiais utilizados nas economias mundiais. Cerca de metade do chumbo consumido atualmente vem de fontes recicladas, como também um terço do alumínio, aço e ouro. Apenas 13% do cobre vem de fontes recicladas, em comparação a 20% em 1980. Enquanto isso, a reciclagem do lixo urbano continua, em geral, baixa, mesmo nas nações que têm condições de implantar uma infraestrutura de reciclagem. As 24 nações que compõem a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e fornecem esses dados, por exemplo, têm uma taxa média de reciclagem de apenas 16% para o lixo urbano; metade deles recicla menos de 10% do seu lixo.<sup>23</sup>

Enquanto isso, a parcela do suprimento total de fibra de papel originária de fibra reciclada teve um crescimento apenas modesto, de 20% em 1921 para 38% hoje. Esse pequeno aumento, frente a aumentos

bem superiores no consumo de papel, significa que o volume de papel não-reciclado é maior do que nunca. À luz das projeções da FAO de que o consumo global de papel aumentará em quase 30% entre 2000 e 2010, a parcela de papel a ser reciclada será de importância crucial e terá um grande impacto sobre a saúde das florestas mundiais nos anos futuros.<sup>24</sup>

### **Motivadores Dísparos, Resultados Comuns**

O apetite global por bens e serviços é movido por um conjunto de influências, em grande parte, independentes, desde avanços tecnológicos e energia barata até novas estruturas comerciais, meios poderosos de comunicação, crescimento populacional e até mesmo necessidades sociais dos seres humanos. Esses motivadores díspares – alguns heranças naturais, outros acidentes da história e outros mais inovações humanas – interagiram para impulsionar a produção e a demanda a níveis recordes. No processo, criaram um sistema econômico de abundância sem precedentes e impacto ambiental e social sem paralelo.

A história começa com o consumidor. Economistas de renome, desde Adam Smith, têm alegado que os consumidores são atores “soberanos” que fazem escolhas racionais a fim de maximizar sua satisfação. Ao contrário, os consumidores tomam decisões falhas por intermédio de um conjunto de julgamentos baseados em informações incompletas e tendenciosas. Suas decisões são basicamente movidas pela propaganda, regras culturais, influências sociais, impulsos fisiológicos e asso-

ciações psicológicas, cada um dos quais potenciais incrementadores do consumo.<sup>25</sup>

As motivações fisiológicas desempenham um papel central no estímulo ao consumo. O desejo inato do estímulo prazeroso e alívio do desconforto são motivações poderosas que evoluíram durante milênios para facilitar a sobrevivência, como quando a fome leva uma pessoa a buscar comida. Esses impulsos são reforçados pelas experiências dos consumidores. Produtos que nos satisfizeram no passado são lembrados como prazerosos, aumentando o desejo de consumi-los novamente. Nas sociedades de consumo, onde alimentos e outros bens são abundantes, esses impulsos estão levando a níveis danosos de consumo devido, em parte, a serem mais estimulados ainda pela propaganda. De fato, estudos psicológicos recentes constataram que esses impulsos podem até ser incitados subconscientemente, despertando um desejo maior, como por uma bebida após a sensação de sede ter sido instigada.<sup>26</sup>

Hábitos de consumo, também, têm raízes sociais. O consumo é, em parte, um ato social através do qual as pessoas expressam suas identidades pessoais e grupais – escolhendo o jornal de uma certa linha política, por exemplo, ou a moda preferida entre pares sociais. Motivadores sociais podem ser impulsionadores insaciáveis de consumo, contrastando com o desejo por alimento, água ou outros bens, que está circunscrito aos limites da capacidade. Em 1954, o cidadão britânico comum, por exemplo, podia contar com uma base material ampla – alimentos, vestuário, abrigo e acesso a transporte em quantidade suficiente para levar uma vida digna. Assim, o gasto maior que acompanhou a duplicação

**O ESTADO DO CONSUMO HOJE**

da riqueza em 1994 foi, provavelmente, uma tentativa de satisfazer necessidades sociais e psicológicas. Após o primeiro par de sapatos, por exemplo, a posse de sapatos pode não ter nada a ver com a proteção dos pés, e sim com conforto, estilo ou *status*. Tais desejos podem ser ilimitados e, portanto, ter o potencial de manter o consumo em constante crescimento.<sup>27</sup>

Estoques abundantes de bens, produto de gigantescos aumentos de eficiência produtiva desde a Revolução Industrial, estimulam ainda mais a propensão social e psicológica da humanidade de consumir. Um operário industrial moderno produz numa semana o que suas contrapartidas no século XVIII realizavam em quatro anos. Inovações, como a linha de montagem de Henry Ford, reduziram drasticamente o tempo de produção de uma carroceria, de 12,5 horas em 1912 para 1,5 hora em 1913 – e têm melhorado tremendamente desde então. Hoje, uma montadora da Toyota no Japão produz 300 Lexuses completos, por dia, empregando apenas 66 operários e 310 robôs. Aumentos de eficiência como estes reduziram dramaticamente os custos e incrementaram as vendas. Isso é mais evidente na indústria de semicondutores, na qual eficiências de produção ajudaram a reduzir o custo de um megabit de computação, de cerca de US\$ 20.000 em 1970, para aproximadamente US\$ 0,02 em 2001. Tamaña ordem de grandeza em capacidade de computação a custos tão reduzidos atçou a revolução da informática.<sup>28</sup>

A globalização também baixou os preços e estimulou o consumo. A partir de 1950 rodadas sucessivas de negociações comerciais reduziram gradativamente as tarifas de muitos produtos, com conseqüências

diretas nos consumidores. Os australianos, por exemplo, já têm hoje uma economia de 2.900 dólares australianos na compra de um automóvel, devido a reduções tarifárias que entraram em vigor após 1998. E o Acordo da Tecnologia de Informação da Organização Mundial de Comércio, em 1996, eliminou por completo as tarifas sobre a maioria dos computadores e outras tecnologias de informação, com algumas reduções chegando a 20–30%. As oito rodadas das negociações comerciais globais desde 1950 atçaram a expansão econômica mundial.<sup>29</sup>

Um mundo globalizante também permitiu que grandes corporações buscassem além-fronteiras uma mão-de-obra mais barata – chegando a pagar poucos centavos por hora. (Vide Capítulo 5.) Zonas de processamento de exportação (ZPEs) – áreas industriais minimamente regulamentadas que produzem bens para o comércio global – vêm multiplicando-se ao longo das últimas três décadas, em resposta à demanda por mão-de-obra barata e ao desejo de incrementar exportações. Das 79 ZPEs em 25 países em 1975, houve um aumento para cerca de 3.000 em 116 nações em 2002, com as zonas empregando cerca de 43 milhões de trabalhadores na montagem de tênis, brinquedos, vestuário e outros bens por muito menos do que custariam nos países industrializados. As zonas aumentam a disponibilidade de mercadorias baratas para consumidores globais, porém são freqüentemente criticadas por abusos em direitos trabalhistas e humanos.<sup>30</sup>

Enquanto isso, inovações tecnológicas de todos os tipos aumentaram a eficiência industrial, elevando a capacidade das pessoas e das máquinas na extração dos re-

ursos. Hoje, frotas de “supertraineiras”, por exemplo, podem processar centenas de toneladas de peixe por dia. São responsáveis, em parte, por declínios da ordem de 80% sofridos por comunidades de peixes oceânicos nos 15 anos desde o início da exploração comercial. Os equipamentos de minas também são mais musculosos: nos Estados Unidos, as mineradoras hoje dedicam-se à “remoção de cumes”, que pode reduzir a altura de uma montanha em dezenas de metros. Além disso, a capacidade dos caminhões octuplicou, aumentando de 32 para 240 toneladas entre 1960 e início dos anos 90. E a produção por mineiro americano mais que triplicou no mesmo período. Finalmente, serrarias de cavaco – instalações que lascam árvores inteiras em cavacos para papel e compensados – podem transformar mais de 100 cargas de árvores em cavacos diariamente. Esses avanços da capacidade humana em explorar imensas áreas de recursos naturais, e a custo baixo, ajudam a suprir os mercados com produtos baratos – um estímulo a maior consumo.<sup>31</sup>

**Nas sociedades de consumo, onde os alimentos e outros bens são abundantes, os impulsos estão levando a níveis danosos de consumo.**

A energia barata e a melhoria dos transportes também alimentaram a produção, reduzindo custos e facilitando o aumento da distribuição. Apesar do surto nos preços do petróleo nos anos 70, o preço deflacionado do petróleo estava

apenas 7% maior no período 1997–2001 do que no período 1970–74. E as reduções nos custos dos transportes ajudaram a disponibilizar maior quantidade de bens para um maior número de pessoas. As taxas de frete aéreo caíram em quase 3% anuais na maioria das rotas internacionais entre 1980 e 1993, o que ajuda a explicar por que produtos perecíveis como maçãs da Nova Zelândia ou uvas do Chile são hoje facilmente encontradas em supermercados europeus e americanos. Os mercados em expansão também permitem às empresas aumentar a divisão da mão-de-obra utilizada na produção e entrega de bens e serviços e conseguir maior economia de escala, cada uma das quais reduzindo ainda mais os custos de produção.<sup>32</sup>

O ritmo incomparável desses avanços tecnológicos durante o século XX levou à adoção cada vez mais acelerada de novos produtos. Nos Estados Unidos, passaram-se 38 anos até que o rádio chegasse a uma audiência de 50 milhões de pessoas, 13 anos para a televisão atingir igual número e apenas 4 anos para a Internet fazer o mesmo. Isso manteve as linhas de produção em pleno funcionamento nas indústrias da informação, nas quais a Lei de Moore – a regra empírica de que a capacidade microprocessadora dobra a cada 18 meses – provocou o lançamento de computadores e outros produtos digitais cada vez mais posantes. O suprimento regular de novos produtos, por sua vez, provocou giro acelerado nas últimas duas décadas – aumentando ainda mais o consumo.<sup>33</sup>

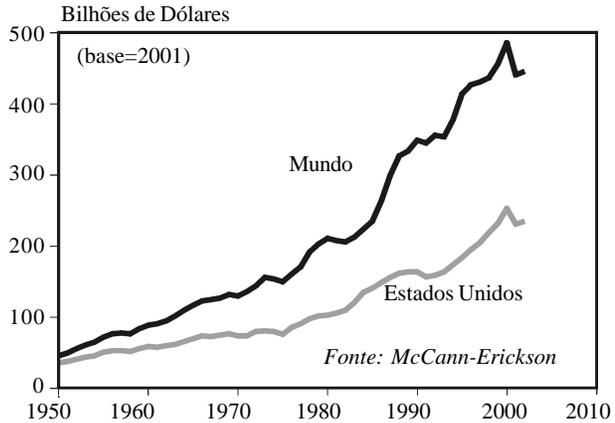
As forças que movem o consumo são encontradas até nas realidades econômicas que as modernas corporações enfren-

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

tam. A maioria das empresas tem custos fixos substanciais – maquinaria pesada, prédios fabris e veículos de entrega necessários para produzir e vender seus produtos. Uma indústria de última geração de semicondutores, por exemplo, custa hoje algo em torno de US\$ 3 bilhões, um gigantesco investimento, que deve gerar retorno mesmo quando as vendas estão fracas. Os custos fixos, então, representam risco financeiro. Esse perigo pode ser reduzido por meio do aumento da produção e das vendas,

para que os custos fixos diluam-se por um maior volume de produtos e maior diversidade de mercados. Assim, a pressão constante para a cobertura dos custos fixos cria uma urgência na ampliação da produção – e na busca de novos clientes para adquirirem a produção contínua dos bens.<sup>34</sup>

A necessidade de novos clientes incentiva as empresas a desenvolver uma gama de novos instrumentos destinados a estimular a demanda, muitos dos quais se aproveitam das necessidades fisiológicas, psicológicas e sociais das pessoas. A propaganda tem sido, talvez, o mais poderoso desses instrumentos. Hoje, a publicidade permeia quase todos os aspectos da mídia, incluindo transmissões comerciais, mídia impressa e Internet. Os gastos globais em publicidade atingiram US\$ 446 bilhões em 2002 (em dólares de 2001), um aumento quase nove vezes superior a 1950 (Vide Figura 1-1.) Mais da metade foi gasta nos Estados Unidos,



**Figura 1-1. Gastos em Publicidade nos Estados Unidos e Mundiais, 1950–2002**

onde os anúncios representam cerca de dois terços do espaço de um jornal comum, quase metade da correspondência que os americanos recebem, e cerca de um quarto da programação da televisão. Mas a publicidade também expande-se mundialmente. Gastos em publicidade fora dos Estados Unidos aumentaram 3,5 vezes ao longo de 20 anos, com os mercados emergentes mostrando um crescimento particularmente acelerado. Na China, os gastos em anúncios publicitários aumentaram 22% só em 2002.<sup>35</sup>

A publicidade está cada vez mais dirigida e sofisticada, como se vê pelos esforços de veiculação de produtos nos filmes e programas de televisão. Estudos recentes constataram que mais da metade dos casos de novos fumantes entre a juventude deveu-se à sua exposição ao fumo em filmes, por exemplo. E apesar de uma “proibição” voluntária na veiculação de produtos por parte da indústria, nos Estados Unidos a veiculação efetiva quase duplicou, com 85%

dos 250 principais filmes realizados entre 1988 e 1997 mostrando fumantes em cena. De fato, o fumo está mais predominante nos filmes do que entre a população dos Estados Unidos. Com Hollywood auferindo talvez metade da sua receita de vendas fora dos Estados Unidos, o fumo nos filmes continua a formar padrões de conduta também. E os estúdios estrangeiros prestam-se, cada vez mais, como veículos de propaganda do tabaco. Entre 1991 e 2002, cerca de três quartos dos filmes produzidos em Bollywood (o equivalente indiano de Hollywood) continham cenas de fumantes.<sup>36</sup>

Práticas inovadoras de vendas também ajudaram a incrementar a demanda. A introdução do cartão de crédito nos Estados Unidos, nos anos 40, ajudou a aumentar o total do consumo quase onze vezes entre 1945 e 1960. Hoje, o uso maciço de cartões de crédito é incentivado vigorosamente, uma vez que os lucros das empresas emitentes dependem da manutenção de grandes saldos mensais por parte dos consumidores. Em 2002, 61% dos usuários de cartões de crédito nos Estados Unidos mantiveram um saldo médio mensal em aberto de US\$ 12.000, a uma taxa de juros anual de 16%. (Vide Capítulo 5.) Dessa forma, um usuário pagaria cerca de US\$ 1.900 anuais em custos financeiros – mais do que a renda média *per capita* (na paridade de poder de compra) de pelo menos 35 países.<sup>37</sup>

O crédito também incentiva o gasto na Ásia, América Latina e Europa Oriental. No Leste Asiático, a parcela familiar dos empréstimos bancários totais aumentou de 27%, em 1997, para 40% em 2000. Em vários países, as principais montadoras estão ampliando sua linha de produção de-

vido a essa explosão do financiamento. Um dos diretores da General Motors, Philip Murtaugh, realça a importância do crédito na China: “Assim que implantamos o tipo de sistema financeiro abrangente da GM, como temos nos Estados Unidos, antecipamos um grande salto nas vendas”.<sup>38</sup>

Finalmente, políticas governamentais são, às vezes, responsáveis pelo incremento do consumo. Subsídios econômicos, que hoje totalizam cerca de US\$ 1 trilhão anuais, mundialmente, age como uma marola através da economia, estimulando o consumo ao longo do seu curso. O governo dos Estados Unidos, por exemplo, desde a II Guerra Mundial, subsidiou a construção de residências suburbanas por intermédio de benefícios fiscais e outros incentivos. Lares suburbanos espaçosos ajudaram a aticar o consumo de uma vasta gama de bens de consumo duráveis, incluindo refrigeradores, televisores, móveis, lavadoras e automóveis. Estes, por sua vez, requerem enormes quantidades de matérias-primas, um terço do ferro e aço, um quinto do alumínio e dois terços do chumbo e borracha nos Estados Unidos. E a expansão dos subúrbios levou a um maior gasto público em novas rodovias, postos de bombeiros, delegacias de polícia e escolas. O Centro de Tecnologia Distrital de Chicago constatou, no final dos anos 90, que empreendimentos imobiliários de baixa intensidade são cerca de 2,5 vezes mais intensivos no uso de materiais do que os empreendimentos de alta densidade. Assim, a decisão de subsidiar residências suburbanas teve um grande efeito nos padrões de consumo nos Estados Unidos na última metade do século XX.<sup>39</sup>

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

**Problemas no Paraíso**

Em *Capitalismo Natural*, uma análise das economias industriais em 1999, seus autores, Paul Hawkins, Amory Lovins e Hunter Lovins, declaram que os Estados Unidos geram um volume gigantesco do que estes chamaram de “desperdício” – todo gasto para o qual nenhum valor é recebido. Esses desembolsos pagam por uma multidão de subprodutos indesejados do sistema econômico americano, inclusive poluição hídrica e atmosférica, tempo perdido em engarrafamentos do trânsito, obesidade e crime, entre muitos outros. De acordo com os cálculos dos autores, esse desperdício custou aos Estados Unidos pelo menos US\$ 2 trilhões em meados dos anos 90 – cerca de 22% do valor da economia. Essa estimativa, evidentemente, é uma projeção, porém a análise é útil ao chamar a atenção de forma abrangente à quase despercebida subestrutura das economias industriais modernas. O custo ambiental e social das economias industriais está cada vez mais evidente.<sup>40</sup>

Realmente, a própria existência do desperdício, ou refugo no sentido mais tradicional – seja de domicílios, minas, canteiros de obras e fábricas –, demonstra que as economias industriais são falhas em seus projetos. Contrastando com os bens e serviços produzidos pelos milhões de outras espécies do nosso planeta, que geram subprodutos úteis e não refugo sem valor, as economias humanas são projetadas sem muita atenção aos resíduos da produção e do consumo. O impacto dessa falha é gigantesco, a começar pelo extrativismo. Por cada tonelada aproveitável de cobre, por exemplo, são descartadas 110 toneladas

de restos rochosos e minérios. À medida que os metais rareiam, o refugo tende a aumentar: para se obter o ouro necessário para fazer uma aliança de casamento, são produzidas cerca de 3 toneladas de resíduo tóxico.<sup>41</sup>

**Quase todos os ecossistemas mundiais estão perdendo lugar para residências, fazendas, shoppings e fábricas.**

O refugo do consumo é igualmente sombrio, especialmente nos países ricos. O habitante comum de um país da OCDE gera 560 quilos de lixo urbano por ano e, com exceção de três, todos os 27 países geraram mais, *per capita*, em 2000 do que em 1995. Mesmo nos países considerados líderes em política ambiental, como a Noruega, a redução dos fluxos de lixo é um desafio constante. Em 2002, o norueguês comum gerou 354 quilos de lixo, 7% mais do que no ano anterior. A proporção do lixo reciclado também cresceu, porém estancou em menos da metade do total gerado. Enquanto isso, os americanos continuam sendo os campeões mundiais do lixo, produzindo, *per capita*, 51% mais lixo urbano do que o habitante comum de qualquer outro país da OCDE. Há um vislumbre de boas notícias dos Estados Unidos: o índice *per capita* aparentemente estabilizou-se nos anos 90. Mesmo assim, somando-se os altos níveis de lixo por cidadão americano ao crescimento contínuo da população dos Estados Unidos, chega-se a um entulho descomunal.<sup>42</sup>

As tendências do uso dos recursos e da saúde dos ecossistemas indicam que as áreas naturais também estão sob o estresse das pressões crescentes do consumo. (Vide Tabela 1-7.) Uma equipe internacional de ecólogos, economistas e biólogos conservacionistas publicaram um estudo em *Science*, em 2002, indicando que quase todos os ecossistemas mundiais estão perdendo lugar para residências, fazendas, shoppings e fábricas. Como revela o estudo, a relva marinha e leitos de algas estão declinando 0,01–0,02% ao ano, florestas tropicais 0,8%, pesqueiros marinhos 1,5%, ecossistemas de água doce (pântanos, baixios, lagos e rios) 2,4% e

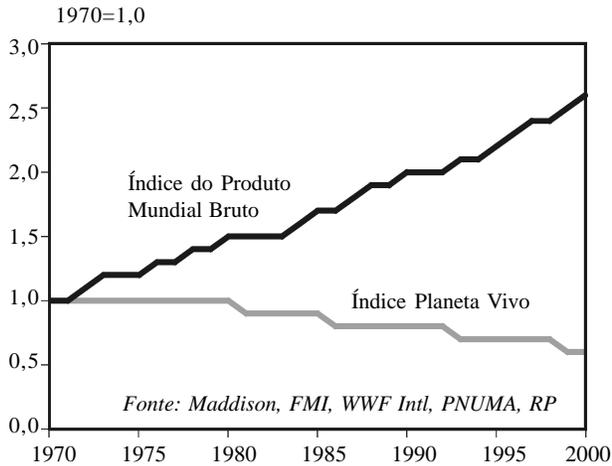
manguezais em assustadores 2,5%. Também mencionou grandes perdas anuais, difíceis de quantificar, de recifes de coral, pradarias e terras cultivadas. Apenas as florestas temperadas e boreais mostraram revitalização, aumentando 0,1% ao ano após décadas de declínio. Verificações constantes de declínio ambiental global podem ser encontradas no Índice Planeta Vivo, um instrumento desenvolvido pela WWF International (Fundo Mundial para a Natureza) para medir a saúde das florestas, oceanos, rios e outros sistemas naturais. O Índice mostra um declínio de 35% na saúde ecológica do planeta desde 1970. (Vide Figura 1-2.)<sup>43</sup>

**Tabela 1-7. Tendências Globais dos Recursos Naturais e do Meio Ambiente**

Indicador Ambiental	Tendência
Combustíveis fósseis e a atmosfera	O consumo global de carvão, petróleo e gás natural foi 4,7 vezes maior em 2002 do que em 1950. Os níveis de dióxido de carbono em 2002 foram 18% maiores do que em 1960, e estão estimados em 31% a mais desde o início da Revolução Industrial, em 1750. Os cientistas atribuíram a tendência de aquecimento durante o século XX ao acúmulo de dióxido de carbono e outros gases retentores de calor.
Degradação de ecossistemas	Mais da metade das terras alagadas do planeta, desde pântanos costeiros a baixios interioranos, foi perdida devido, em grande parte, à drenagem ou aterro para loteamentos ou agricultura. Cerca da metade da cobertura florestal original do mundo também já deixou de existir, enquanto outros 30% estão degradados ou fragmentados. Em 1999, o consumo global de madeira para combustível, madeiras, papel e outros produtos foi mais que o dobro do consumo de 1950.
Nível do mar	O nível do mar subiu 10 – 20 centímetros no século XX, uma média de 1– 2 milímetros ao ano, como consequência do degelo da massa continental polar e da expansão dos oceanos devido à mudança climática. Pequenas ilhas-nações, embora responsáveis por menos de 1% das emissões globais de gases de estufa, correm o risco de serem inundadas pelo aumento do nível do mar.
Solo/terras	Cerca de 10 – 20% das terras cultivadas mundiais sofrem algum tipo de degradação, enquanto mais de 70% dos pastos globais estão degradados. Ao longo do último meio século, a degradação do solo reduziu a produção de alimentos em cerca de 13% nas terras cultivadas e 4% nos pastos.
Pesqueiros	Em 1999, o pescado total foi 4,8 vezes o volume de 1950. Apenas nos últimos 50 anos as frotas de traineiras pescaram pelo menos 90% de todos os grandes predadores oceânicos – atum, marlim, peixe-espada, tubarão, bacalhau, halibut, arraia e linguado.
Água	O bombeamento excessivo da água subterrânea está causando declínio dos lençóis freáticos em regiões agrícolas chave na Ásia, África do Norte, Oriente Médio e Estados Unidos. A qualidade da água também está deteriorando-se devido ao escoamento de fertilizantes e pesticidas, produtos petroquímicos que vazam de tanques de armazenagem, solventes clorados, metais pesados despejados pelas indústrias e lixo radioativo de usinas nucleares.

FONTE: vide nota final 43.

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE



**Figura 1-2. Mudanças na Atividade Econômica e na Saúde dos Ecossistemas, 1970–2000**

Uma medida do impacto do consumo humano sobre os ecossistemas globais é encontrada no sistema de contabilidade da “pegada ecológica,” que mede a quantidade de terra produtiva que uma economia requer para produzir os recursos de que precisa e assimilar seus resíduos. Cálculos realizados pelo grupo californiano *Redefining Progress* revelam que a Terra possui 1,9 hectare, *per capita*, de terras produtivas para suprir recursos e absorver resíduos. Todavia, são tão grandes as demandas ambientais das economias mundiais que o cidadão comum hoje utiliza 2,3 hectares de terra produtiva. Esse número global oculta, certamente, uma enorme variedade de pegadas ecológicas – desde os 9,7 hectares demandados pelo americano comum, até o 0,47 hectare utilizado pelo moçambicano comum. A análise das pegadas revela que os níveis totais de con-

sumo já haviam excedido a capacidade ecológica do planeta no final dos anos 70 ou início dos anos 80. Tamanho superconsumo só é possível por meio da redução dos estoques das reservas naturais, como quando a água de poço é bombeada a ponto de reduzir os níveis freáticos.<sup>44</sup>

A busca agressiva de uma sociedade de consumo de massa também correlaciona-se com um declínio dos indicadores de saúde em muitos países. “Doenças do consumo” continuam a crescer. O fumo, por exemplo, um hábi-

to de consumo alimentado por dezenas de bilhões de dólares em publicidade, contribui para cerca de 5 milhões de mortes, mundialmente, a cada ano. Em 1999, despesas médicas e perdas de produtividade relacionadas ao tabaco custaram aos Estados Unidos mais de US\$ 150 bilhões – quase uma vez e meia a receita das cinco maiores multinacionais de fumo naquele ano. Igualmente, o excesso de peso e a obesidade, resultantes geralmente de uma dieta inadequada e estilo de vida cada vez mais sedentário, afetam mais de um bilhão de pessoas, reduzindo a qualidade de vida, custando bilhões em tratamento de saúde à sociedade e contribuindo para o aumento acelerado da diabetes. Nos Estados Unidos, cerca de 65% dos adultos estão com excesso de peso ou obesos, causando uma perda anual de 300.000 vidas e pelo menos US\$ 117 bilhões em tratamento de saúde em 1999.<sup>45</sup>

**O fracasso da tese de que mais riqueza e consumo proporcionam às pessoas uma vida mais realizada pode ser o argumento mais eloqüente para uma reavaliação da nossa abordagem do consumo.**

A “saúde social” em geral também caiu nos Estados Unidos nos últimos 30 anos, conforme o Índice de Saúde Social da Universidade Fordham. Esse índice documenta aumentos da pobreza, suicídio juvenil, carência de seguro-saúde e desigualdade de renda a partir de 1970. E apesar de possuir níveis de consumo superiores à maioria das nações industrializadas, os Estados Unidos têm o pior escore em inúmeros índices de desenvolvimento: está em último lugar entre os 17 países da OCDE medidos no Índice de Pobreza Humana dos países industrializados, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, que compila indicadores de pobreza, analfabetismo funcional, longevidade e inclusão social.<sup>46</sup>

Um estudo da OCDE também documentou o desengajamento de envolvimento cívico em alguns países industrializados, particularmente os Estados Unidos e Austrália. Em ambos os países, o número de associados em organizações formais tem caído, como tem caído também a intensidade de participação em termos de presença e disposição de assumir lideranças. Enquanto isso, interações sociais informais – jogar cartas com vizinhos, ir a piqueniques, etc. – também declinaram sensivelmente em ambos os países, da mesma forma que os níveis de confiança entre pessoas e insti-

tuições. Dados de outros países prósperos são mais encorajadores, embora já estejam evidentes alguns sinais de desengajamento social. A participação organizacional continua alta em muitos países europeus, mas o nível de envolvimento e interação pessoal está em queda em algumas nações e a participação é, freqüentemente, mais transitória do que no passado. Até na Suécia, com fortes redes comunitárias e sociais, há sinais preocupantes: o engajamento político é cada vez mais passivo e os níveis de confiança nas instituições estão caindo.<sup>47</sup>

Robert Putnam, professor de Políticas Públicas da Universidade de Harvard, identificou limitações de tempo, dispersão residencial e longa permanência frente à televisão como os três destaques da sociedade americana que podem explicar o declínio no engajamento cívico e, em conjunto, responsáveis por parte da situação. Todos os três estão ligados ao alto consumo: pressões de tempo estão freqüentemente ligadas à necessidade de trabalhar longas horas para sustentar hábitos de consumo; a dispersão é resultado da dependência do automóvel e do desejo de casas e terrenos maiores; e o longo tempo frente à televisão ajuda a promover o consumo através da exposição à publicidade e programações que freqüentemente romantizam estilos consumistas de vida.<sup>48</sup>

Talvez a prova mais contundente de o consumo contínuo estar gerando benefícios decrescentes esteja nos estudos que comparam o nível cada vez mais alto de riqueza pessoal nos países ricos, com a parcela estagnada da população, nessas nações, que alega estar “muito feliz”. Embora a felicidade auto-revelada entre os pobres tenda a crescer com o aumento da renda, os estudos revelam que o elo entre felicidade e au-

## O ESTADO DO CONSUMO HOJE

mento de renda é quebrado logo que níveis modestos de renda são atingidos. O fracasso da tese de que mais riqueza e consumo proporcionam às pessoas uma vida mais realizada pode ser o argumento mais eloqüente para uma reavaliação da nossa abordagem do consumo.<sup>49</sup>

O desapontamento pela capacidade de o consumo produzir vidas mais realizadas está gerando descontentamento entre acadêmicos, legisladores e a população. Um grande número de livros publicados nos anos 90 documentou o desagrado com as sociedades organizadas em torno do consumo. Os títulos dizem tudo: *O Americano Pródigo*, *O Americano Estressado*, *Um Século Todo Consumista*, *Confrontando o Consumo e O Alto Preço do Materialismo*, entre outros. Embora as análises divirjam, todos esses autores expressam o ponto de vista de que as sociedades focadas no consumo não são sustentáveis, por razões ambientais ou sociais.

Descontentamento com um compromisso com o alto consumo ficou patente também em termos políticos e básicos. Vários governos europeus já estão implementando ou planejando reformas de horários de trabalho e férias, por exemplo. E algumas pessoas na Europa e nos Estados Unidos estão começando a adotar estilos de vida mais simples. De forma lenta, mas constante, já é evidente o interesse das pessoas em atribuir ao consumo um papel mais coadjuvante do que principal.<sup>50</sup>

### Um Novo Papel para o Consumo

Apesar dos problemas associados à sociedade de consumo, e não obstante as medidas experimentais para redirecionar as

sociedades para um caminho menos danoso, a maioria das pessoas nos países industrializados ainda continua numa rota de consumo ascendente e muitas outras, nos países em desenvolvimento, permanecem atoladas na pobreza. A fim de promover o interesse experimental por um novo papel para o consumo, qualquer visão terá que incluir respostas a quatro quesitos-chave:

- Estará a classe de consumidor global tendo uma qualidade de vida melhor em função dos seus níveis crescentes de consumo?
- Poderão as sociedades perseguir o consumo de forma equilibrada, especialmente harmonizando o consumo ao ambiente natural?
- Poderão as sociedades reformular as opções do consumo para uma escolha genuína?
- Poderão as sociedades priorizar o atendimento às necessidades básicas de todos?

De modo geral, os consumidores estarão se beneficiando da cultura global de consumo? Indivíduos, importantes árbitros dessa questão, podem considerar os custos pessoais associados a altos níveis de consumo, dívida financeira, tempo e estresse relacionado ao trabalho para sustentar um alto consumo e ao tempo necessário para limpar, melhorar, guardar ou, de outra forma, manter as poses. E como o consumo substitui o tempo com família e amigos.

Tanto indivíduos quanto legisladores devem analisar o aparente paradoxo de que a qualidade de vida, freqüentemente, é melhorada quando se age dentro de limites clara-

mente definidos sobre o consumo. As florestas, por exemplo, podem ser disponibilizadas para todos indefinidamente se não forem exploradas mais rapidamente que sua taxa de renovação. Igualmente, aquele que adotar parâmetros claros de bem-estar pessoal – exercitando-se diariamente e alimentando-se bem, por exemplo – provavelmente terá uma qualidade de vida melhor do que outro que consuma de forma desordenada e irrestrita. Na realidade, a premissa básica da economia do consumo em massa – ou seja, que o consumo ilimitado é aceitável, e até desejável – choca-se, fundamentalmente com os padrões de vida do mundo natural e com os ensinamentos sobre moderação, comuns a filósofos e líderes religiosos em todas as culturas e através de grande parte da história da humanidade.

**A premissa básica da economia do consumo em massa – ou seja, que o consumo ilimitado é aceitável, e até desejável – choca-se, fundamentalmente, com os padrões de vida do mundo natural.**

Segundo, será que nosso consumo está economicamente, socialmente e ambientalmente equilibrado? Nas sociedades de consumo em massa, as leis e incentivos econômicos freqüentemente encorajam as pessoas a cruzar importantes limiares econômicos, ambientais e sociais. Bancos e agências de crédito instam os consumidores a assumir dívidas pesadas; empresas e indivíduos exploram florestas, água subterrânea e outros recursos renováveis além de suas

taxas de renovação; e os empregadores freqüentemente premiam trabalhadores que passam longas horas no trabalho. Cada um desses excessos impõe um preço em bem-estar pessoal ou social. Existem inúmeras formas imaginativas de harmonizar as opções de consumo às necessidades sociais e ambientais – desde legislação estabelecendo níveis obrigatórios de teores de reciclagem, até leis de “devolução” de produtos que responsabilizam os fabricantes pelos produtos e resíduos que criam.

Terceiro, estarão sendo proporcionadas aos consumidores oportunidades de escolha genuínas, que os ajudam a atender suas necessidades? Claramente, as sociedades de consumo em massa oferecem mais produtos e serviços do que qualquer outro sistema econômico da história da humanidade. Todavia, os consumidores nem sempre encontram o que precisam. Consideremos os transportes: o acesso seguro e conveniente a apenas cinco alternativas – andar a pé, de bicicleta, transportes públicos, transporte solidário ou carro particular – poderá proporcionar opções mais eficazes de levar as pessoas a seus destinos do que uma escolha entre 100 modelos numa revendedora de automóveis. E onde a escolha genuína estiver presente a opção mais desejável pode não ser acessível, como ocorre com alimentos orgânicos em alguns países. Os governos precisam reformular incentivos e regulamentos econômicos para facilitar às empresas a oferta de opções acessíveis que atendam às necessidades dos clientes. Também têm um papel na contenção dos excessos do consumo, principalmente através da remoção de incentivos para consumir – desde a energia subsidiada até

---

**O ESTADO DO CONSUMO HOJE**

a promoção de empreendimentos imobiliários de baixa densidade.

Finalmente, poderão as sociedades criar uma ética de consumo que priorize o atendimento às necessidades básicas de todos? O bem-estar físico – incluindo acesso adequado a alimentos saudáveis, água potável e saneamento, educação, tratamento de saúde e segurança pessoal – é base de todas as realizações individuais e sociais. Negligenciar essa base inevitavelmente limitará a capacidade de muitos realizarem seu potencial pessoal – e sua capacidade de fazer contribuições significativas à sociedade. Num mundo em que há mais pessoas vivendo com menos de US\$ 2 por dia do que há na classe de consumidores globais, a busca contínua por maior riqueza pelos ricos – quando há pouca evidência de que isso aumente a felicidade – suscita questões éticas graves.

Além do imperativo ético, a assistência a todos é uma razão de auto-ajuda. A falta de atenção às necessidades dos mais pobres pode causar maior insegurança aos mais prósperos e maiores gastos em medidas

defensivas. A necessidade de gastar bilhões de dólares em guerras, segurança de fronteiras e manutenção da paz está seguramente relacionada à negligência mundial aos prementes problemas sociais e ambientais. O mesmo ocorre em termos comunitários. Gastos em educação particular, comunidades cercadas, sistemas de alarme doméstico são apenas algumas das formas em que a falta de investimentos nos mais pobres retorna para assombrar os ricos. Atender às necessidades básicas de todos, então, tanto é certo quanto inteligente.

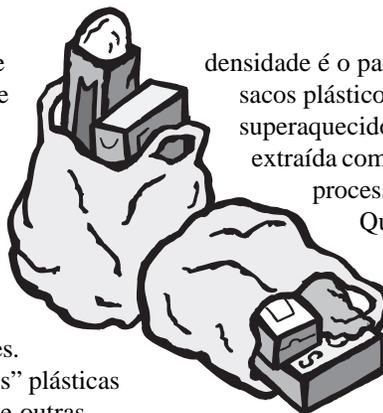
Tratar dessas quatro questões daria ao consumo um papel menos central em nossas vidas e liberaria tempo para o aperfeiçoamento comunitário e o fortalecimento das relações interpessoais – fatores que os psicólogos dizem ser essenciais para uma vida realizada. Ao redirecionar as prioridades sociais em direção à melhoria do bem-estar das pessoas, em vez de simplesmente acumular bens, o consumo poderá agir não como o motor que conduz a economia, e sim como um instrumento que proporciona uma qualidade melhor de vida.

# Sacos Plásticos

Sacos plásticos são o item de consumo mais comum na face da Terra. Sua leveza, baixo custo e impermeabilidade os tornam extremamente convenientes para carregar mantimentos, peças de vestuário ou qualquer outra compra do dia-a-dia, sendo difícil imaginar a vida sem eles.

As primeiras “embalagens” plásticas para pão, sanduíches, frutas e outras verduras surgiram nos Estados Unidos, em 1957. Sacos plásticos de lixo já estavam presentes nos lares e ao longo das calçadas em todo o mundo no final dos anos 60. Mas esses itens popularizaram-se realmente em meados dos anos 70, quando um novo processo de produção barata de sacos plásticos tornou possível para os grandes varejistas e supermercados oferecerem a seus clientes uma alternativa para os sacos de papel. Hoje, em cada cinco sacos usados nos mercados, quatro são plásticos, do tipo de duas alças, semelhantes a uma camiseta.<sup>1</sup>

Esses sacos partem do petróleo bruto, gás natural ou outros derivados petroquímicos, que são transformados nas fábricas de plásticos em cadeias de moléculas de hidrogênio e carbono, conhecidas como polímeros ou resina de polímero. (Resina de polietileno de alta



densidade é o padrão industrial para os sacos plásticos.) O polietileno é superaquecido e a resina líquida é extraída com um tubo, semelhante ao processo de fabricar macarrão.

Quando se obtém a forma desejada, a resina é resfriada e endurecida, podendo ser achatada, selada, reforçada, perfurada ou impressa.<sup>2</sup> Os sacos plásticos

típicos, que pesam apenas alguns gramas e têm poucos milímetros de espessura, poderiam parecer completamente inócuos não fosse o gigantesco volume da produção global. Fábricas em todo o mundo produziram aproximadamente 4–5 trilhões de sacos plásticos – desde grandes sacos de lixo e sacolas resistentes para lojas até sacos mais finos para supermercados – em 2002, de acordo com estimativas do Chemical Market Associates, uma firma de consultoria da indústria petroquímica. A América do Norte e Europa Ocidental são responsáveis por quase 80% do consumo desses produtos. Os americanos descartam, anualmente, 100 bilhões de sacos plásticos, que estão se tornando cada vez mais comuns também nas nações mais pobres. E hoje sacos produzidos na Ásia representam um quarto dos sacos usados nas nações ricas.<sup>3</sup>

## ATRÁS DOS BASTIDORES: SACOS PLÁSTICOS

A produção de sacos plásticos consome cerca de 20–40% menos energia e água do que a produção de sacos de papel e gera menos poluição e resíduos sólidos, conforme avaliações de ciclo de vida por parte de grupos industriais e não-industriais. Representantes da indústria de plástico também observam que sacos de papel ocupam menos espaço num aterro e que nenhum dos dois produtos decompõe-se sob as condições predominantes nos aterros. (Sob condições adequadas, o saco de papel decompõe-se rapidamente, enquanto o mesmo não ocorre com o saco plástico.)<sup>4</sup>

Porém muitos sacos não encontram o caminho dos aterros. Alguns são levados pelo ar depois de descartados. No Quênia, fazendeiros e conservacionistas reclamam contra sacos presos em cercas, árvores e mesmo nas goelas de pássaros. Em Xangai, o governo estava gastando tanto dinheiro na limpeza de sarjetas, esgotos e templos antigos que lançou uma campanha para encorajar as pessoas a darem nós nos sacos, para impedi-los de serem levados pelo vento. O irlandês denomina os sacos, onipresentes, de sua “bandeira”; os sul-africanos resolveram apelidá-lo de “flor nacional”.<sup>5</sup>

Alguns fabricantes introduziram recentemente no mercado sacos plásticos biodegradáveis ou orgânicos, fabricados com amidos, polímeros ou ácido polilático, e não polietileno. Até agora, estes correspondem a menos de 1% do mercado a preços proibitivos, conforme o Biodegradable Products Institute, uma associação que promove o uso de materiais poliméricos biodegradáveis. Não obstante, os organizadores dos Jogos Olímpicos

2000, em Sidnei, Austrália, recolheram 76% dos restos de comida gerados nos eventos esportivos e vila olímpica usando utensílios e sacos plásticos biodegradáveis, que se decompõem tão rapidamente quanto o alimento, eliminando a necessidade de separar o lixo. (Na primavera seguinte, a compostagem adubou os jardins da cidade.)<sup>6</sup>

Em outros países, governos e indivíduos propõem uma solução mais permanente, que não dependa de nova tecnologia. A Aliança de Mulheres de Ladack e outros grupos de cidadãos lideraram uma campanha bem-sucedida no início dos anos 90 para proibir sacos plásticos naquela província da Índia, onde o dia 1º de maio é agora comemorado como “Dia da Proibição do Plástico”. Bangladesh deu início à sua própria proibição após constatar que sacos descartados estavam entupindo esgotos e drenos pluviais, aumentando as inundações e a incidência de doenças veiculadas pela água.<sup>7</sup>

Em janeiro de 2002, o governo da África do Sul agiu, exigindo que a indústria fabricasse sacos mais resistentes e mais caros, a fim de desencorajar o descarte – provocando uma redução de 90% em seu uso. A Irlanda criou um imposto de 15 centavos por saco a partir de março de 2002, o que levou a uma redução de 95% em seu uso. Austrália, Canadá, Índia, Nova Zelândia, Filipinas, Taiwan e Reino Unido também planejam proibir ou taxar os sacos plásticos.<sup>8</sup>

Supermercados em todo o mundo estão tomando a iniciativa de encorajar seus clientes a dispensarem os sacos – ou trazerem suas próprias sacolas –

concedendo um pequeno desconto por saco ou cobrando uma pequena taxa por estes. A *Weaver Street Market*, uma mercearia comunitária na Carolina do Norte, deu um passo além ao vender sacolas de lona com desconto. As vendas dessas alternativas duráveis quintuplicaram, declarou o gerente James Watts, e o uso de sacos plásticos

despencou. “É bom para os negócios e também para o meio ambiente”, acrescentou. Entretanto, a idéia de levar sacolas reutilizáveis sempre que se vai às compras é tão simples e óbvia que a maioria das pessoas pode não perceber o grande impacto que pode ter.<sup>9</sup>

— *Brian Halweil*