



**Sindicato dos Produtores
Rurais de Ituiutaba**

FAEMG – FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Consumo consciente pode preservar o meio ambiente JOICE SOLANO - (O Tempo)

A degradação ambiental tem sido o preço pago pelo progresso das sociedades, principalmente daquelas que estão em níveis mais avançados de desenvolvimento econômico.

Dentro do sistema capitalista, o consumo se transformou na engrenagem do crescimento: as pessoas consomem, a indústria produz, mais pessoas são empregadas, a renda da população aumenta, as vendas sobem, a economia cresce e as pessoas consomem ainda mais.

Mesmo essa lógica parecendo cíclica e avessa à preservação dos recursos naturais, especialistas da área econômica e ambiental dizem ser possível promover o desenvolvimento da economia, conciliando consumo e sustentabilidade.

Para o economista e professor do Ibmec Marcus Renato Silva Xavier, o start para o crescimento sustentável, no entanto, dependerá da disposição da população em assumir ou não a responsabilidade do consumo responsável.

“Não há desenvolvimento com risco ambiental zero. Mas os efeitos podem ser bem menores. O que resta saber é quanto estamos dispostos a abrir mão do conforto em nome da preservação ambiental”, explica. Não é preciso pensar em outro modelo de organização da atividade econômica, afirma Xavier.

Na avaliação do economista, o mercado tem a tarefa de legitimar os desejos dos indivíduos e, se houver a demanda por um consumo consciente, as empresas serão estimuladas a se desenvolver de forma mais sustentável.

“Não adianta a Coca-Cola investir em embalagens biodegradáveis, sendo que, na hora da compra, o consumidor vai optar pelo refrigerante mais barato”, diz.

A dificuldade em transformar a origem e composição de um produto em fatores mais atrativos do que o preço “em conta” é vista ainda no Brasil como entrave ao desenvolvimento industrial menos poluente, com materiais e energia alternativos.



www.prac.com.br

Para o diretor de Meio Ambiente da Associação Brasileira da Indústria Eletroeletrônica (Abinee), André Luis Saraiva, pesquisas apontam que o consumidor se diz disposto a pagar mais por produtos ecologicamente corretos, mas, na prática, essa intenção não é confirmada.

Países ricos poluem mais que os pobres

Pesquisas mostram que quanto mais rico e desenvolvido é o país, mais excessivo é o consumo de sua população e maiores são os danos causados por ele ao meio ambiente.

De acordo com um levantamento da Universidade de Columbia, os norte-americanos e europeus, por exemplo, são cerca de 12% da população do planeta e responsáveis por 60% do consumo mundial.

O Brasil e demais países latino-americanos representam 9% da população e respondem 7% desse consumo. Enquanto isso, os africanos e asiáticos – que correspondem a quase um terço da população – são responsáveis por apenas 3,2% do consumo mundial.

Para a bióloga e consultora do Akatu, Maluh Barciotte, a preservação ambiental não está condicionada à escassez do consumo e, sim, à avaliação das reais necessidades que motivam uma compra.

“Não se trata de deixar de consumir, pois a sociedade iria falir. Precisamos pensar em médio e longo prazo nos impactos da nossa escolha no meio ambiente e na sociedade”, explica.

Segundo ela, o primeiro passo para um desenvolvimento sustentável no país já foi dado, bastando agora a população assumir a responsabilidade do consumo responsável.

“A gente está no caminho certo. O que temos que fazer é mudar o paradigma de que é preciso consumir cada vez mais para movimentar a economia. Nós temos que ter consciência do que estamos consumido, avaliando o custo-benefício para nossa vida e para o planeta”, avalia.

Uso de refil poupa recursos naturais

Proporcionar bem-estar aos indivíduos e preservar um mundo ambientalmente sustentável não são, necessariamente, ações antagônicas. Um número cada vez maior de empresas começa a voltar sua atenção para uma nova realidade na qual a necessidade do consumo possa ser suprida de forma mais sustentável.

Esse compromisso com o meio ambiente, mais do que uma obrigação, tornou-se um aliado dos empreendedores. Estudo divulgado pelo Instituto Akatu mostra que cerca de 70% do valor das empresas é reflexo da imagem que elas possuem junto aos consumidores.

A Natura foi uma das pioneiras no segmento de cosméticos a assumir o compromisso da questão socioambiental.

Desde 1983, a empresa vem investindo em pesquisa e tecnologia para o desenvolvimento de embalagens refis que, de acordo com a empresa, consomem em média 50% menos recursos naturais do que a embalagem regular.



www.prac.com.br

Essa postura vem rendendo lucros para a empresa. Desde 2005, a Natura teve suas ações escolhidas pela Bolsa de Valores de São Paulo para compor o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

O ISE reflete o reconhecimento a 28 empresas comprometidas com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial.

Recentemente, a empresa lançou novas tecnologias de refilagem que reduzem em 70% os impactos ambientais. Segundo o diretor de desenvolvimento da empresa, Victor Fernandes, esse lançamento contribui para a meta de 4% de redução de impacto ambiental da empresa e amplia para 146 o número de produtos com refil.

“Para se ter uma idéia do impacto dessa iniciativa no meio ambiente, graças ao refil, cerca de 1.180 t de embalagens deixaram de ser colocadas no mercado pela Natura somente em 2005”, diz.

Fonte: <http://www.sipriituiutaba.com.br/noticias22mar.html>