

**UM ESTUDO SOBRE O AUMENTO DO CONSUMISMO E SUA RELAÇÃO COM A  
PRODUÇÃO DE RESÍDUOS**  
**Área temática: Gestão Ambiental e Sustentabilidade**

**Albertina Sousa Silva**

[albertina.sousa@uol.com.br](mailto:albertina.sousa@uol.com.br)

**Daysi Farias**

[fariasdaysi@gmail.com](mailto:fariasdaysi@gmail.com)

**Kelvin Martins**

[kkelvinmartins@hotmail.com](mailto:kkelvinmartins@hotmail.com)

***Resumo:** Este artigo teve como objetivo apresentar o panorama do consumismo retratado a partir de entrevistas realizadas na zona oeste do Estado do Rio de Janeiro demonstrando o aumento do consumo sem responsabilidade o que remete a questões como a sustentabilidade e mudança de comportamento. O aumento do consumo resulta no aumento de resíduos. Algumas ações são feitas, mas ainda é preciso mais. Reduzir o consumo é uma delas.*

***Palavras-chaves:** Consumo, Resíduos, Sustentabilidade, Marketing.*

## **1 O CENÁRIO**

O consumo da população mundial, é cerca de 1,5 planetas Terra, e esse índice aumentará com o passar dos anos, chegando a 3 planetas Terra em 2050. Com esse aumento de população, considera-se que haverá também um aumento no consumo. Muitos fatores envolveram o motivo do aumento do consumo, dentre eles, estão os avanços tecnológicos da medicina, o aumento no índice de expectativa de vida, o aumento populacional, a Revolução Industrial, o capitalismo, o Marketing e a globalização (LEAL, 2008, p.4). Esse aumento traz alguns indicadores que merecerem atenção, como por exemplo o aumento do consumo e o resíduo produzido. A sustentabilidade, a reutilização dos produtos, a reciclagem e a energia vinda através de fontes renováveis, podem reduzir os impactos causados pelo consumo acelerado e aumentado. Os índices de poluição e desmatamento, atraiu a atenção de organizações e governos. Uma reflexão surge no âmbito de tentativas de ações que possibilitem a criação de leis, projetos entre outros para reduzir o impacto desse crescimento. E a questão do consumo passa a ser observada não só como uma perspectiva de lucro, mas também de atenção com o planeta.

## **2 – O MARKETNG**

O marketing trouxe uma nova visão de como vender e apresentar produtos. Steve Jobs mostrou como é o marketing: “As pessoas não sabem o que querem até você mostrar a elas” (ISAACSON, 2011, p. 300). No artigo de SANTOS (2012,p.1)explica como o consumidor é seduzido pela indústria do consumo:

A sedução não pode ser tomada à letra como um remédio para o mal-estar do consumidor moderno. A sedução, segundo o marketing, contraria o negativismo, o pessimismo, a ausência de esperança ou a falta de confiança no dia de amanhã. Por isso, vê-se obrigada a comunicar com diferentes recursos: alimentando o sonho quando procura vender viagens e excursões; sugerindo saúde, conforto, juventude, tranquilidade, e então usa diferentes argumentos da semântica, etc. Sentir-se maravilhado faz parte da natureza humana, a surpresa quebra a monotonia e cria emoções fortes. A missão de uma marca é criar emoções através de palavras, imagens, pontos de venda, gerando eventos e até encontros de consumidores. O segredo para toda a marca é saber ativar no momento oportuno o botão da sedução. E não é de mais insistir que a inovação e a sedução andam a par, formam a promessa de base da marca.

Um produto que antes só era vendido numa determinada região - por razões tecnológicas ou dificuldade de acesso, passou a ser acessível em qualquer lugar do mundo. Assim é o marketing, influenciando cada vez o consumo.

### **3 – O AMBIENTE SOCIAL**

De acordo com a Organização Não Governamental Viva Terra (LEAL, 2008, p.4), o consumismo tem origens em fatores sociais, emocionais, financeiras e psicológicas, que juntos induzem a gastarem com o objetivo de suprir a indiferença social, a baixa autoestima, o estresse cotidiano, a perturbação emocional e outros. A diferença entre o consumo e o consumismo é que no consumo as pessoas consomem somente aquilo que lhes é indispensável para a sobrevivência. Já no consumismo as pessoas consomem de uma maneira incontrolável. Propagandas em TV, jornais, revistas e informativos de vendas, levam as pessoas ao consumismo exagerado. Os exageros consumistas, geralmente, vêm acompanhados de dívidas cada vez mais crescentes.

A vida moderna é muito estressante, principalmente nas grandes cidades. Um meio que as pessoas acham que encontram para resolver seus problemas está em comprar, por impulso, tudo o que veem pela frente. Isso faz com que elas aumentem os seus problemas, pois criam dívidas que vão crescendo, até chegarem a um ponto que não terão mais dinheiro, nem para sobreviver, ou seja, comprar o que é básico, como comida.(IGOR, 2011, p.1)

O consumismo leva as pessoas a problema graves, abalando o seu psicológico, provocando perturbações compulsivas, geralmente mais comuns nas mulheres, levando a depressão, alienação e a exploração no trabalho. SEKEFF (2008, p.2) ressaltada sobre como os gastos compulsivos podem ser relacionados a doenças, “A pessoa que não consegue se controlar dentro de uma loja, em geral, tem outros problemas psicológicos, como ansiedade e pouca autoestima. Entre 60% e 70% das mulheres com compulsão por compras apresentam sintomas depressivos”. Associa, ainda, que assim como o álcool, a nicotina e a cocaína, o ato de comprar dá prazer e, por isso, pode viciar.

O financiamento, pré-aprovado, é quase ilimitado. Para quem sabe gerir dinheiro, isso significa boas oportunidades. Para quem gasta sem pensar e adquire o que não precisa, pode ser a perdição total. Neste grupo, os mais vulneráveis são os compradores compulsivos, parte significativa dos 22% dos brasileiros que possuem

dívidas impagáveis e de 85% das famílias que têm despesas superiores ao rendimento, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).(RABELO, 2009, p.1)

Assim como os brasileiros, os países europeus também sofrem com sérios endividamentos consumistas, como Pintado (2008, p.1), professor da FCEE- Católica, diz que em menos de duas décadas, o peso das dívidas passou de 19,5% em 1990 para 124% em 2006, enquanto a taxa de poupança caiu de quase 20% para 8,3% apenas, a mais baixa da União Europeia (PINTADO, 2008,p.1) Com o acréscimo desse consumo, é gerado um grande volume de produtos que ficam obsoletos com rapidamente, aumentando assim, o volume de lixo eletrônico no meio ambiente.(IGOR, 2011, p.1)

#### **4 – MEIO AMBIENTE**

De acordo com o Instituto *World Watch* (2013), há um cálculo que demonstra que existem mais de 1,7 bilhões de membros da classe consumista. Um estilo de vida e cultura comum na Europa, América do Norte, Japão e alguns outros poucos países menores, no século XX, agora tornou-se em escala global. Alguns fatos interessantes dessa “explosão consumista”, do Instituto *World Watch* (2013, p.1) em comparação com os dias de hoje: em 2002, 1,12 bilhão de domicílios, cerca de  $\frac{3}{4}$  da humanidade, tinha pelo menos uma televisão; existia cerca de 1.1 bilhão de linhas de telefones fixos, em 2002, e outros 1.1 bilhão de linhas móveis; a venda de celulares/smartphones apenas esse ano: 1.634.903.160 (*Worldometer*, 13 de novembro, 2014); a internet agora conecta cerca de 600 milhões de usuários (2002); o número de usuários de internet hoje passam dos 3.008.046.045, de acordo com o *Worldometer*, 13 de novembro, 2014.

#### **5 – AQUECIMENTO GLOBAL**

Estima-se que a crescimento populacional vá aumentar 41% até 2050, cerca de 8,9 bilhões de pessoas (*World Watch*, 2013). Com esse aumento, os impactos causados no meio ambiente estarão cada vez mais graves e mais facilmente notados, como por exemplo, graças ao efeito estufa, o aumento da temperatura da terra e o resíduo produzido e acumulado. O efeito estufa tem como função natural de aquecer a Terra, sem o efeito estufa o planeta seria muito frio e impossibilitaria a água em sua forma líquida, assim como a vida. Gases como o gás carbônico

e o Metano impedem que toda a energia absorvida do Sol volte ao espaço, liberando parcialmente esta energia, permitindo que a Terra permaneça numa temperatura adequada para a vida (USP, 20016, p.1). Entretanto, a cada ano a Terra aumenta o seu nível de calor. No artigo do Portal Terra sobre os gases do efeito estufa (2014) é possível perceber que :

Em um relatório geral de síntese mundial do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC, na sigla em inglês), os especialistas afirmam que as emissões dos três principais gases que provocam o efeito estufa estão em seu maior nível em 800.000 anos. De acordo com a ONU, a Terra caminha atualmente para um aumento de pelo menos 4°C até 2100 na comparação com nível da era pré-industrial, o que provocará grandes secas, inundações, aumento do nível do mar e extinção de muitas espécies, além de fome, populações deslocadas e conflitos potenciais. (PORTAL TERRA, 2014, p.1)

Sendo incontestável o aumento da temperatura dos últimos tempos, o ano de 2014 bateu recorde, teve o setembro mais quente em 130 anos:

O calor recorde foi muito perceptível no noroeste da África, nas regiões costeiras da América do Sul, no sudoeste da Austrália, em partes do Oriente Médio e em regiões do sudeste da Ásia. Com o aumento da temperatura, o oceano foi aquecido 0,66° Célcius, acelerando o processo de degelo no Ártico: No Ártico, a cobertura de gelo atingiu seu mínimo anual em meados do mês, com 5 milhões de quilômetros quadrados. Isso foi 1,2 milhão de quilômetros quadrados abaixo da média de 1981 a 2010, mas 1,6 milhão de quilômetros quadrados maior que o recorde mínimo, registrado em 2012.(PORTAL TERRA, 2014, p.4)

## 5.1 - Desmatamento

O desmatamento é um dos fatores que aumenta a temperatura do mundo, isso porque, quando ocorre a derrubada de uma árvore, é liberada uma grande quantidade de carbono (CO<sub>2</sub>) contribuindo para o aquecimento global. Durante a década de 1990, estima-se que 1,6 bilhões de toneladas de carbono foram emitidas para a atmosfera devido a derrubada de árvores. Segundo dados do Painel de Mudanças Climáticas da ONU (R7, 2014, p.1):

O desmatamento representa 17% das emissões globais de gás de efeito estufa, um número maior que o setor do transporte. No Brasil, 75% das emissões de gás carbônico vêm do desmatamento, sendo que Minas Gerais é o Estado que mais devastou a mata atlântica do país. Nos últimos dez anos, 13 milhões de hectares de florestas foram devastadas no mundo.

As florestas produzem, naturalmente, uma grande quantidade de vapor de água que é levada para a atmosfera que formam nuvens. Com a derrubada dessas florestas, o fluxo de vapor para a atmosfera é alterado, reduzindo o volume de chuvas, aumentando a probabilidade de incêndios florestais e o desmatamento. Em sua obra sobre a Biodiversidade e a Mudança Climática, MOUTINHO (2006) explica como as queimadas influenciam na formação de nuvens e os impactos causados em uma grande biodiversidade, como a floresta amazônica:

A fumaça produzida pelas queimadas (em campos agrícolas e pastagens) e pelos incêndios florestais interfere nos mecanismos de formação das nuvens, dificultando a precipitação. [...] Estes fatores podem ser ainda potencializados pelo aquecimento global que, por sua vez, pode tornar cada vez mais intensos e frequentes os fenômenos de El Niño, ameaçando ainda mais a valiosa biodiversidade da floresta amazônica.

## **5.2 - Resíduo**

A produção de resíduo aumentou nos últimos anos, como mostra a pesquisa da Associação Brasileira de Empresas de limpeza pública e Resíduos Especiais – ABRELPE, (2011, p. 1) que apontou um aumento de 5,3% em relação ao ano anterior, onde a média gerada de resíduo por pessoa é de 378 kg por ano. Com isso o Brasil aumentou 6,8%, a produção de resíduo, cerca de 60,8 milhões de toneladas produzidas. De acordo com a ONG Viva Terra (2008) quanto mais abastada, mais resíduo a nação produz. Não é por acaso que o país mais rico do mundo, os Estados Unidos, lidera o ranking dos maiores geradores de resíduo per-capita do mundo, ostentando a média de quase meia tonelada de rejeitos por habitante a cada ano. De acordo com WAGNER e FRANCISCO (2011, p.1), o resíduo pode ser de origem domiciliar, origem industrial, o hospitalar e o resíduo desse século: o tecnológico. E acrescenta que a falta de uma estrutura adequada dos aterros sanitários para o tratamento destes resíduos, traz como consequências a poluição do solo, das águas superficiais e subterrâneas.

## **5.3 Esgotamento dos Recursos Naturais**

Nas últimas três décadas se consumiu um terço dos recursos naturais da Terra. De acordo com Greco e Barros (2011,p.1), certos recursos naturais, por causa do contínuo aumento de forma excessiva de consumo, sofrem perigo de extinção. É o caso da água potável e o alimento.

**ALIMENTOS** : Estimativas da *Food Agriculture Organization* (FAO) mostram que para alimentar a população humana em 2050 - 9,1 bilhões de pessoas - a quantidade de alimentos produzidos no planeta deve aumentar em 70%. Porém, será possível alcançar essa meta. As dificuldades são muitas, entre elas o aquecimento global, que prejudica a produção agrícola de muitos países. Em tempo: dados também da FAO mostram que atualmente um em cada seis habitantes do planeta passa fome, quase 1 bilhão de pessoas.

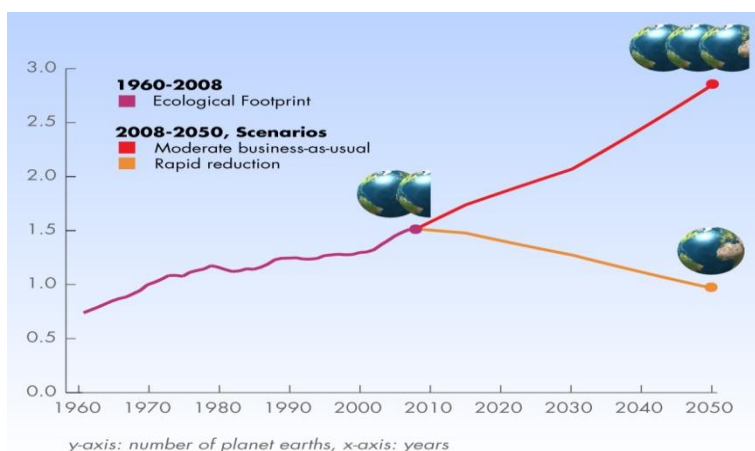
**ÁGUA**: O abastecimento de água doce do planeta está ameaçado e, em consequência, a sobrevivência também. Quem alerta é a ONU. Mais de 1 bilhão de pessoas (18% da população mundial) não têm acesso a uma quantidade mínima de água para consumo. Agora, se mantiver o padrão de consumo e de devastação do meio ambiente, o quadro irá se agravar muito rapidamente. Em 2025, dois terços da população do planeta (5,5 bilhões de pessoas) poderão ter dificuldades de acesso à água potável. Em 2050, o número pode chegar a 75% da humanidade.

## **6- SUSTENTABILIDADE**

Com o ritmo cada vez maior de consumo, os índices de poluição e desmatamento, ficaram maiores, despertando, assim, a atenção das organizações e governos, como a ONU. A Conferência de Estocolmo, realizada em 1972, foi o primeiro ato de esforço mundial para trazer a atenção da necessidade de preservar o meio ambiente, visto que não se pensava em qualquer meio de preservação, pois a natureza era considerada de recursos “inesgotáveis”. De acordo com o artigo Consumo Sustentável: “O que podemos fazer pelo planeta”, do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IBDC), o elevado ritmo de produção e consumo e a degradação do meio ambiente e de seus recursos causam prejuízos enormes a biodiversidade, e afeta a qualidade de vida de milhões de pessoas. É necessário fazer uma grande mudança do que conhece-se hoje, mudando os hábitos do cotidiano do consumo, aumentando serviços e produtos mais sustentáveis para consumidores, como a reciclagem, e a exigência de que governos e políticas públicas criem e estimulem hábitos e padrões mais sustentáveis de produção e consumo (IBDC, 2014).

### **6.1 - Comportamento das pessoas**

Hoje se consome o equivalente a 1,5 planetas Terra e a expectativa é aumentar para 3 planetas Terra até 2050 (GLOBAL FOOTPRINT, 2014, p.1), como mostra a imagem a seguir, que através dos anos, o nível de consumo dos recursos naturais .



**FIGURA 2** - Crescimento do consumo 1. Fonte: Global Footprint Network, 2014, p. 1

É preciso mudar o comportamento destrutivo em favor de um consumo mais sustentável, onde o consumidor busque produtos e serviços que tenham como objetivo diminuir os impactos ao meio ambiente. É dever de cada cidadão pressionar os governantes a adotarem medidas públicas para a sustentabilidade. De acordo com o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC: 2014, p.4), para uma sociedade mais sustentável, os governos devem impor meios de fiscalização e regularização para impedir meios insustentáveis, estimulando novos meios de produção e consumo. O governo deve investir e incentivar o transporte coletivo seja ele trem, ônibus ou metrô, assim como investimentos para um melhor uso de bicicletas. São poucas as cidades e municípios que tratam o resíduo de forma adequada, de acordo com o IDEC (2012), no Brasil mais de 50% dos municípios destinam o resíduo em aterros a céu aberto e 22% das cidades em aterros controlados, onde não há tratamento de chorume e gases. Aproximadamente 27% dos municípios deixam o resíduo em aterros sanitários, onde o terreno é preparado para causar menos impacto ao meio ambiente. Somente 17% dos municípios tem iniciativa de coleta seletiva. Em 2010, foi aprovada no Brasil a Política Nacional de Resíduos Sólidos – PNRS, onde divide a responsabilidade de tratamento do resíduo entre o poder público, a empresa e o consumidor:

Está previsto o fechamento de lixões a céu aberto até 2014, com sua substituição por aterros controlados e aterros sanitários. Todos os municípios deverão ter seus planos de gestão dos resíduos sólidos. Apenas os rejeitos (a parte do lixo que não tem como ser reciclada) poderão ser encaminhados aos aterros sanitários. Os resíduos orgânicos deverão ser compostados e os outros materiais, reciclados. Serão implantados sistemas de logística reversa para embalagens, agrotóxicos, pilhas,



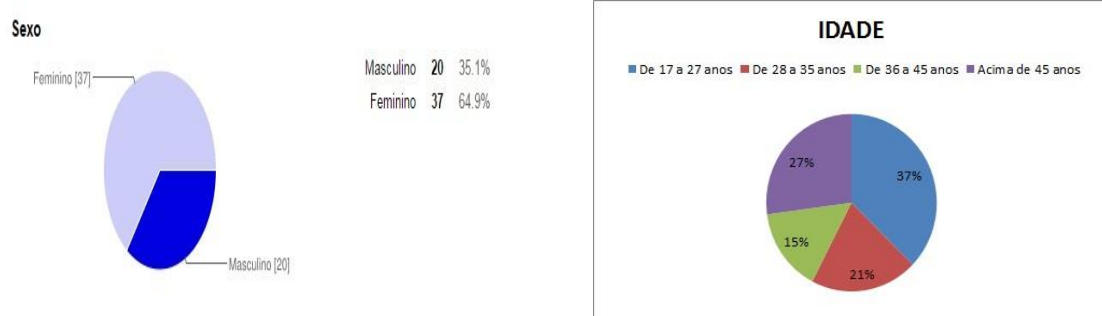
baterias, pneus, óleos lubrificantes e todos os tipos de lâmpadas e eletroeletrônicos. Ou seja, os fabricantes, importadores, distribuidores e vendedores terão a responsabilidade de recolher e reciclar embalagens e os produtos no pós-consumo. (IDEC, 2012, p.4)

## 6.2 - Ações que devem ser consideradas

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (2012) diz que para se formar práticas de consumo sustentável, o cidadão deve ter em mente na hora de consumir algumas reflexões: reflita se é realmente necessário adquirir o produto e qual a responsabilidade de produção, como embalagens, forma de produção, onde descartar os resíduos. Separar os resíduos orgânicos e os recicláveis encaminhar para a reciclagem (se não existir coleta seletiva, doe a catadores e instituições ou leve a postos de coleta); reduza o tempo e gasto da água. Substituir as lâmpadas incandescentes por lâmpadas econômicas. Recorrer ao timer para que o aparelho elétrico; ao imprimir, utilize sempre que possível a frente e o verso do papel; procurar utilizar o transporte coletivo. Organizar caronas solidárias no trabalho e nos deslocamentos dos filhos. Para distâncias curtas, opte por se deslocar a pé.

## 6 ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

A pesquisa foi elaborada com o objetivo de identificar o nível de consumismo com um grupo de



de pessoas da zona oeste do Rio de Janeiro, tabulados quanto à porcentagem de respostas, em um período de sete dias, contando com a participação de 57 pessoas.

**GRÁFICO 1** : Gênero e idade dos entrevistados. Fonte: Elaboração própria.

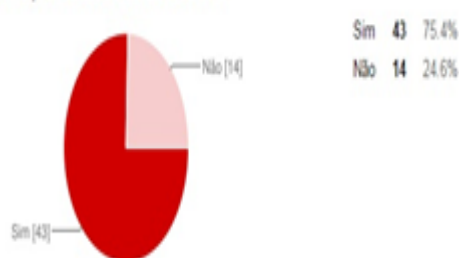
A pesquisa apresentou que 35,1% dos entrevistados pertenciam ao sexo masculino quanto 64,9% pertencia ao sexo feminino. As idades dos entrevistados entre 17 anos e 76 anos. Os participantes do sexo masculino possuíam idades entre 25 e 76 anos, quanto ao feminino, 17 e 60 anos.

Qual foi a última vez você visitou um shopping?



Há menos de 3 dias	21	36,8%
Semana Passada	24	42,1%
Há um mês	12	21,1%

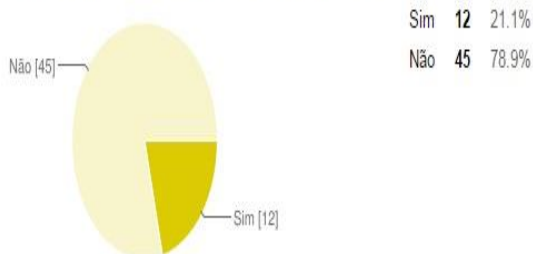
Fazer compras te faz se sentir melhor?



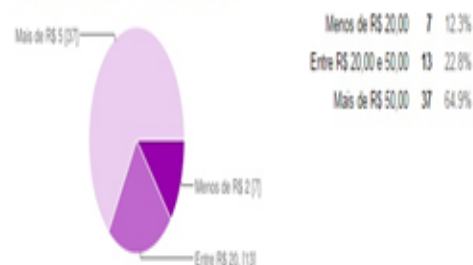
**GRÁFICOS 2 e 3** : Frequência visita ao shopping e Satisfação ao realizar compras. Fonte: Elaboração própria.

42,1% dos entrevistados costumam ir, pelo menos, uma vez por semana ao Shopping, tornando-o, assim, atrativo principal. Ir ao shopping, para 65% dos entrevistados, é uma rotina semanal. Enquanto 35% declararam fazer visitas quinzenais ou mensais. Em 2006, 62% iam ao shopping ao menos uma vez por semana, 31% quinzenal ou mensalmente e 7% frequentavam ocasionalmente. A média por frequentador é de sete dias por mês. Da classe A, 70% responderam ir ao shopping toda semana, enquanto 56% da classe C declararam o mesmo. 75,4% dos entrevistados assumiram sentir prazer em fazer compras. Esse sentimento de prazer é comprovado pela ciência, pois caso alguém mesmo tendo o dia ruim logo depois do dia trabalho fazer compras, vai gerar o sentimento de recompensa. Quando o comprador é compulsivo, é algo comparado ao usuário de drogas. No caso do comprador compulsivo, o fenômeno é muito parecido com o provocado pelas drogas. A pessoa se ilude com a sensação de que vai ao shopping não para comprar, mas para ver vitrines, ir ao cinema ou levar o filho. Como o usuário de cocaína que acha que pode ir a uma festa, mas jura que não vai usar drogas ou vai usar só um pouquinho, ela fica brigando consigo mesma – “Vou conseguir frequentar o shopping sem me endividar” -, mas não resiste sequer ao primeiro apelo.

Você se sente culpado depois de um dia de compras?



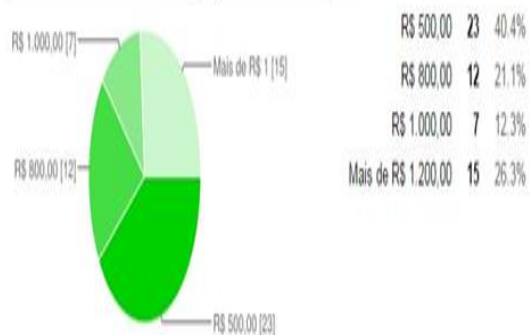
Sabe o quanto gasta em futilidades por mês?



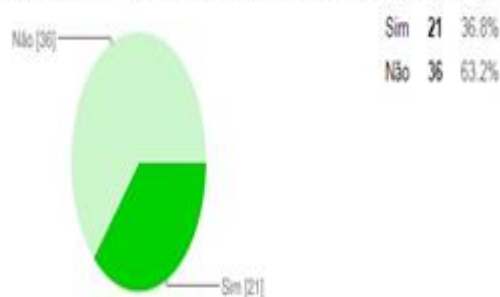
**GRÁFICOS 4 e 5** sentimento de culpa após a compra e Gasto com futilidades. Fonte: Elaboração própria.

Apesar do sentimento de prazer, quando há o comportamento compulsivo pode-se gerar o sentimento de culpa e mal-estar (SILVA, 2012). 21,1% dos entrevistados relataram sentir culpa depois de um dia de compras. VARELLA e MALBERGIER (2011, p.1) caracterizam o comportamento compulsivo “por uma pressão interna que, em determinadas situações, faz com que a pessoa se sinta impelida, tomada por desejo muito forte de realizar uma ação que gera prazer principalmente nos estágios iniciais, mas que depois provoca sentimento de culpa e mal-estar”. De acordo com SILVA (2012), o quanto se gasta no shopping aumentou relativamente de 38%, em 2009, para 40% em 2012. O gasto médio passou de R\$ 126 para R\$ 148 segundo revelam dados de pesquisa da Associação Brasileira de Shopping Center (ABRASCE, 2012). De acordo com a pesquisa de campo realizada, 64,9% dos entrevistados gastam mais de R\$ 50,00 por mês com futilidades.

Qual foi o valor mais excessivo que já fez em uma compra?



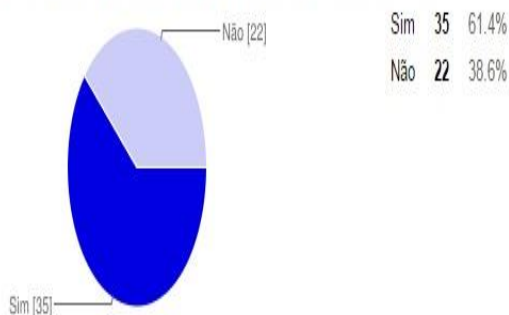
Você costuma atingir o limite do cartão de crédito por causa de suas compras?



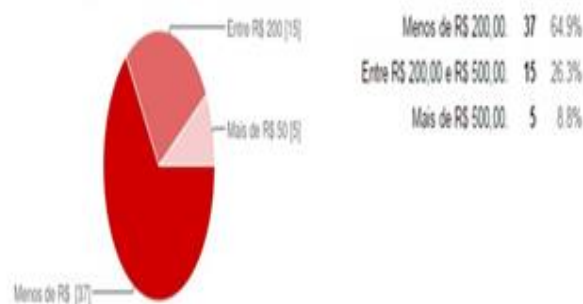
**GRÁFICOS 7 e 8:** Valor total de comprar e Limite do cartão de crédito. Fonte: Elaboração própria.

Observando os valores obtidos da pesquisa, 40,4% dos entrevistados já gastaram excessivamente - mais de R\$ 500 do que poderia. Seguindo de 21,1% gastando mais de R\$ 800 e 26,3% mais de R\$ 1.200. Apesar dos valores citados, 63,2% dizem que não costumam atingir o limite do cartão de crédito.

Você já comprou algo, como roupas e sapatos, que nunca usou?



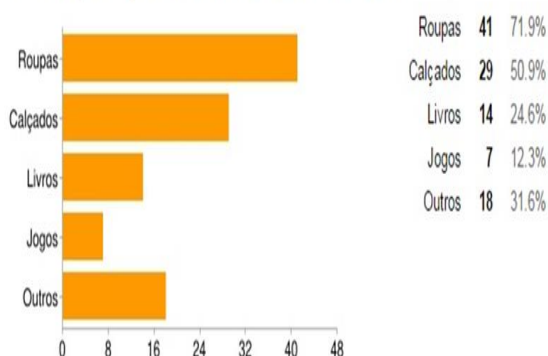
Em média quanto gasta em roupas e calçados por mês?



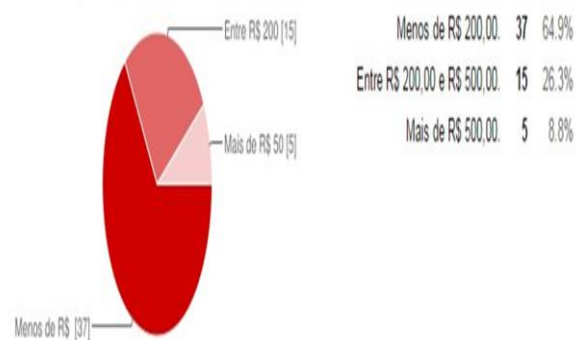
**GRÁFICOS 9 e 10:** Compras não usadas e Quanto gasta por mês. Fonte: Elaboração própria.

61,4% dos entrevistados já compraram coisas que nunca usaram. Sendo este um dos sintomas de Oneomania – compulsão por compras. A Oneomania é mais comumente encontrada em mulheres onde o neuropsicólogo Daniel Fuentes do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas (IPq) diz que a proporção é de quatro mulheres para cada homem que possuem essa doença. Foi perguntado aos entrevistados se já haviam comprado roupas e sapatos e nunca usaram, onde 61,4% assumiram que sim. A pesquisa se torna comprobatória, onde a 64,9% dos entrevistados são mulheres, mostrando assim, a possível tendência de serem consumistas.

Quais os tipos de produtos você consome normalmente?



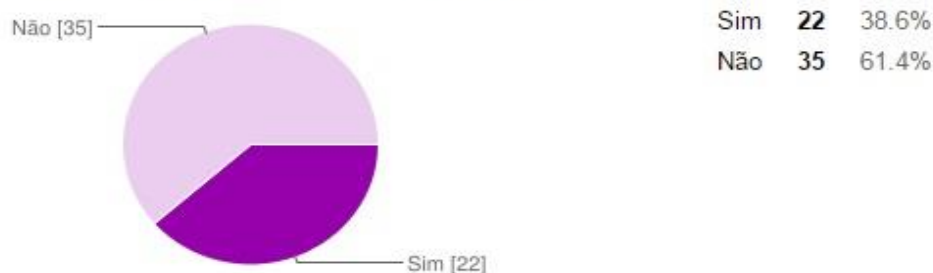
Em média quanto gasta em roupas e calçados por mês?



**GRÁFICOS 11 e 12:** Tipos de produtos que compra e quanto gasta. Fonte: elaboração própria.

A pesquisa revelou que os itens de vestuário, como roupas e sapatos, são os que mais são consumidos pelos entrevistados. 71,9% relataram consumir roupas e 50,9% calçados. De acordo com os dados, em média são gastos pelo menos R\$ 200 por mês na compra desses itens.

#### Você se considera uma pessoa consumista?



**GRÁFICO 11:** Você se considera consumista? Fonte: elaboração própria.

Apesar dos dados apresentados acima 61,4% dos entrevistados não se consideram consumistas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo serviu para observar o caminho para onde vai à humanidade e o planeta se continuar esse consumo feroz e conseqüentemente a produção de resíduos. E preciso agir. A ação não parte só das autoridades, também circunda a formação cidadã para o alerta do que produzimos e porque produzimos e para onde vai essa produção. Não se discute o sistema capitalista, mas as ações para o ganho excessivo e suas relações com a sociedade. A preservação, hoje palavra trocada por sustentabilidade, vem alicerçada por vários programas, políticas e projetos, mas num país como do Brasil, de dimensões consideráveis, como controlar toda a produção, uso e descarte, senão através da cidadania, consciência coletiva e que deveria ser hegemônica. Discutida e esgotada em todos os sentidos e espaços. Para reverter o quadro em que se encontra a Terra hoje, é preciso grande esforço para “suprir as necessidades da geração presente sem afetar a possibilidade das gerações futuras de suprir as suas” com é definido no Relatório de Brundtland no ano de 1987. Há um caminho difícil para se reverter todo o ‘estrago’ causado no meio ambiente. Muitos governos e pequenas organizações já começaram a mudar o seu redor e ensinam que há sim um meio sustentável de

desenvolvimento. Portanto, pelas novas gerações, todos os governos, empresas e cidadãos devem estar cientes dos sinais que a Terra dá, para que a humanidade continue a evoluir cada vez mais.

## REFERÊNCIAS

- ABRELPE. **Resíduos Sólidos: Manual de Boas Práticas no Planejamento**. Disponível em [http://www.abrelpe.org.br/manual\\_apresentacao.cfm](http://www.abrelpe.org.br/manual_apresentacao.cfm). Acesso abril de 2015.
- F, Isabela. Oneomania - **A Doença do Consumismo**, 2012, p. 1. Disponível em: <http://www.psicosmica.com/2012/04/oneomania-doenca-do-consumismo.htm>. Acesso em: 20 Mar. 2015.
- GRECO, Alessandro; BARROS, Denise. Esgotamento dos Recursos Naturais. Disponível em: <http://super.abril.com.br/ciencia/esgotamento-recursos-naturais-686354.shtml>. Acesso em: 30 out. 2014
- GLOBAL FOOTPRINT NETWORK. Disponível em: [http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/world\\_footprint/](http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/world_footprint/). Acesso em: 21 Set. 2014.
- GRECO, Alessandro; BARROS, Denise. Esgotamento dos Recursos Naturais. Disponível em: <http://super.abril.com.br/ciencia/esgotamento-recursos-naturais-686354.shtml>. Acesso em: 30 out. 2014
- IGOR, Pedro. **Consumismo atual no Brasil e no Mundo**. <http://blog7j.blogspot.com.br/2011/06/consumismo-atual-no-brasil-e-no-mundo.html>. Acesso em: 15 out. 2014
- INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Consumo sustentável: o que fazer por nós e pelo planeta**. Disponível em: <http://www.idec.org.br/uploads/publicacoes/publicacoes/folheto-consumo-sustentavel.pdf/>. Acesso em: 12 Nov. 2014 (2012)
- ISAACSON, Walter. **Steve Jobs**, 2011, p. 300.
- LEAL, Edgar S. **Viva Terra. Consumismo**. Disponível em: [http://www.vivaterra.org.br/vivaterra\\_consumismo.htm](http://www.vivaterra.org.br/vivaterra_consumismo.htm). Acesso em: 10 out. 2014
- MOUTINHO, P. 2006. **Biodiversidade e Mudança Climática sob um Enfoque Amazônico**. In: Rocha, C. et. al. *Biologia da Conservação. Essências*. São Carlos RIMA.
- PINTADO, Valentim Xavier. Consumismo e endividamento. Disponível em: <http://expresso.sapo.pt/consumismo-e-endividamento=f267507>. Acesso em: 12 Nov. 2014
- PLANTIER, Renato Duarte. **Sustentabilidade: Definição**. Disponível em: <http://meioambiente.culturamix.com/recursos-naturais/sustentabilidade-definicao>. Acesso em: 12 Nov. 2014
- R7. Conheça o nível de desmatamento no mundo e o que ele acarreta ao meio ambiente, 2010, p. 1.
- RABELO, Carina. **Consumo: Quando o desejo de comprar vira doença**. [http://www.istoe.com.br/reportagens/8877\\_CONSUMO+QUANDO+O+DESEJO+DE+COMPRAR+VIRA+DOENCA](http://www.istoe.com.br/reportagens/8877_CONSUMO+QUANDO+O+DESEJO+DE+COMPRAR+VIRA+DOENCA). Acesso em: 20 out. 2014
- SANTOS, Beja. **Como a Sedução em Marketing Fideliza Consumidores**. Disponível em: <http://www.consumidor.pt/ms/1/pagina.aspx?codigoms=5005&back=1&codigono=00180043>. Acesso em: 29 set. 2014

- SEKEFF, Gisela. **Consumismo**. <http://www.trabalhodoconsumismo.blogspot.com.br/>. Acesso em: 15 out. 2014
- SILVA, Juliana Américo Lourenço Da. **Gasto em shopping center cresce e atinge R\$ 148, diz pesquisa**, 2012, p. 1 Disponível em: <http://www.fundacaoitaipu.com.br/pefp/news/gasto-em-shopping-center-cresce-e-atinge-r-148-diz-pesquisa>. Acesso em: 13 Mar. 2015.
- TERRA. **Gases do Efeito Estufa Atingem Maior Nível em 800 mil anos**. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/ciencia/clima/gases-do-efeito-estufa-atingem-maior-nivel-em-800-mil-anos>, .Acesso em: 02 Nov. 2014
- TERRA. **Setembro de 2014 foi o mais quente do mundo em mais de 130 anos**. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/ciencia/clima/setembro-de-2014-foi-o-mais-quente-do-mundo-em-mais-de-130-anos,5>. Acesso em: 02 Nov. 2014
- UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP, **Efeito Estufa**. Disponível em: <http://www.usp.br/qambiental/tefeitoestufa.htm>. Acesso em: 15 Nov. 2014
- VARELLA, Dráuzio. **A peste Negra**. Disponível em: <http://drauziovarella.com.br/drauzio/a-pestes-negra/>. Acesso em: 20 set. 2014
- VARELLA, Dráuzio/MALBERGIER, André. **Comportamentos Compulsivos**, 2011, p. 1. Disponível em: <http://drauziovarella.com.br/drauzio/comportamentos-compulsivos/>. Acesso em: 13 Mar. 2015.
- CERQUEIRA, Wagner de; Francisco. **Lixo Urbano**. Disponível em: <http://www.mundoeducacao.com/geografia/lixo-urbano.htm>. Acesso
- WORLDOMETERS. Disponível em <http://www.worldometers.info/>. Acesso em: 25 out. 2014
- WORLD WATCH, **The State of Consumption Today (O Estado do consumo hoje)**. <https://www.worldwatch.org/node/810>. Acesso em: 25 out. 2014