

Ter mais ou...



Organització de les Nacions
Unides per a l'Educació,
la Ciència i la Cultura

CENTRE UNESCO DE CATALUNYA
UNESCOCAT

 **WORLDWATCH
INSTITUTE**

 **akatu**

Consumo consciente
para um futuro sustentável.

viver melh😊r?

NÃO SOMOS NERDS, SOMOS PIONEIROS!

Somos

hoje mais de 7 bilhões de seres humanos no planeta, mais de 50% vivendo em cidades. No Brasil a população urbana é ainda maior: mais de 84% das pessoas vivem amontoadas em cidades, alimentando um modelo de vida que é cada vez mais insustentável. Crescemos a um ritmo de 80 milhões de novos habitantes no planeta por ano. Somente hoje, quase 220 mil novas pessoas, no mundo todo, estarão na mesa para o almoço – mas nem todas irão almoçar. Cerca de 2 bilhões de seres humanos não sabem o que vão comer, nem se vão comer, a cada dia.

E como estão os nossos níveis de consumo e de desperdício? Cada peça comprada e esquecida no nosso guarda-roupa gera impactos nos recursos naturais do planeta. E ficam esquecidas! Será que podem servir a outras pessoas? São 200 milhões de telefones celulares descartados no Brasil somente em 2012. Será que era mesmo preciso que cada um desses celulares fosse trocado por um novo? Será que as próximas gerações poderão continuar consumindo da mesma forma que consumimos hoje?

Impossível ignorar os impactos negativos dessa forma de viver, em que muitos consomem a um ritmo frenético, contribuindo para destruir os sistemas naturais e para impulsionar a crise climática que afeta a todos. O uso excessivo de recursos naturais, tanto os renováveis como os não renováveis, a dificuldade na mobilidade urbana e o acúmulo de resíduos são exemplos do modelo insustentável de produção e consumo atualmente adotado.

Uma proposta de civilização que priorize o bem-estar em vez do consumo bate à porta. O que cada um de nós tem a ver com isso?

A revolução cultural necessária para que essa nova civilização possa nascer só ocorrerá quando nós, nossos amigos, nossos familiares e o conjunto da sociedade contribuirmos nessa direção, analisando o ciclo de vida (ACV) dos produtos que compramos, aumentando a vida útil dos que já temos e reduzindo o impacto negativo do nosso consumo. Como exemplo, o despertar para a análise do ciclo de vida pelos jovens, ACV Teens, torna-os protagonistas na construção de ciclos sustentáveis por meio de um consumo mais equilibrado.

Esse é o objetivo desta publicação, **Ter mais ou viver melhor?**, uma versão teen do relatório do WWI–Worldwatch Institute, *Estado do Mundo 2010 – Transformando Culturas, do Consumismo à Sustentabilidade*, publicado no Brasil em parceria com o Instituto Akatu. No relatório completo, você encontrará dados e conteúdos aprofundados sobre os temas tratados nesta publicação.

A versão teen, desenvolvida em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), contém dicas que você pode aplicar desde já, como aproveitar a sabedoria dos mais velhos, abordar a sustentabilidade por meio da música e da religião e aplicar novos hábitos e antigas tradições. Além disso, você encontrará também exemplos de mudanças de atitude em diversas partes do mundo que podem ser trazidos para o Brasil.

Que tal usar tudo isso para fazer o nosso cotidiano mais sustentável? Esperamos que todos curtam esta publicação, divulguem suas experiências e tragam novas ideias para a gente!

EDUARDO ATHAYDE

Worldwatch Institute – Brasil

HELIO MATTAR

Instituto Akatu

Esta publicação é baseada no livro *O Estado do Mundo. Transformando Culturas. Do Consumismo à Sustentabilidade*.

Trata-se de um relatório do Worldwatch Institute sobre avanços rumo a uma sociedade sustentável. Os capítulos do livro demonstram ser possível empreender uma mudança desse porte, se refletirmos sobre as pretensas necessidades de nossa vida contemporânea, desde formas de gestão empresarial, conteúdo do ensino escolar, modalidades de celebração de casamentos até modelos de organização das cidades.



A capa de *O Estado do Mundo 2010* foi feita por Chris Jordan e é uma versão de 2,40 m por 3,40 m da famosa xilogravura “A Grande Onda de Kanagawa”, produzida por volta de 1820 pelo artista japonês Katsushika Hokusai. O trabalho de Jordan, “Gyre”, é composto por 2,4 milhões de pedacinhos de plástico, que retratam as milhões de toneladas desse material despejadas a cada hora nos oceanos do mundo todo.





Atenção! Você está de posse de um material muito perigoso, um documento subversivo. O que significa **subversivo**? Significa ser capaz de destruir a ordem estabelecida. Legal, né? Te convidamos para uma viagem por uma das propostas mais grandiosas e ousadas rumo a uma mudança inimaginável: passar de uma cultura de **consumismo** para uma cultura de **sustentabilidade**.

Por quê? Porque quando uma cultura não permite o crescimento de sua gente, é uma cultura morta e deve fazer parte de um museu, não da sociedade.

Vamos dar uma paradinha e pensar um instante: que efeitos colaterais essa cultura de consumismo provoca? Dúvida, estresse, insatisfação, incerteza, competitividade, problemas de saúde, falta de esperança, crise ambiental...

Para tudo!

Nós podemos escapar desse círculo vicioso se apertarmos o botão **“reiniciar”** dos valores culturais.

Você topa entrar nessa onda de criatividade e fazer como milhares de pessoas no mundo todo que já apertaram o botão “reiniciar”? Você topa ser um **pioneiro cultural**?

Vamos nessa...

Créditos da edição brasileira
Publicado no Brasil pelo Worldwatch Institute, em parceria com o Instituto Akatu e a Unescocat. Todos os direitos da edição em língua portuguesa são reservados à Worldwatch Institute / Universidade Livre da Mata Atlântica. Avenida Estados Unidos, 258/nº1010, CEP 40010-020, Salvador, Bahia, Brasil - www.worldwatch.org.br

Conteúdo: Montserrat Besnard, com base no livro O Estado do Mundo 2010
Revisão científica: Sara Batet
Traduções e revisão (português): Claudia Strauch
Projeto e layout: Amélie Ponce e Josep Anton
Diagramação: Jun Normanha

A versão em português do Relatório Estado do Mundo 2010: Transformando Culturas – do Consumismo à Sustentabilidade pode ser baixada do site do Instituto Akatu no link: <http://bit.ly/REM2010>

Capa: Foto de um dos grafites ecológicos de Edina Tokodi feitos com musgo. Consultar: <http://antidepressivo.net/2012/03/29/mossgraffiti-graffiti-ecologico-utilizando-musgo-y-las-obras-deedina-tokodi/>

ÍNDICE

1. Cultura de consumo em foco **P 4**
2. Tradições inovadoras? **P 8**
3. Transformar a educação **P 12**
4. O papel das empresas na economia global **P 16**
5. O papel dos governos **P 20**
6. A mídia **P 25**
7. O poder dos movimentos sociais **P 28**



1. Cultura de consumo...

O MUNDO SEGUNDO MATRIX

Você assistiu Matrix? Bem, vamos agora fazer uma pequena simulação do que acontece no filme.

Se você tomar a pílula vermelha, verá o mundo como eles querem que você o veja: a sociedade ocidental como um lugar maravilhoso, onde qualquer um consegue se tornar aquilo que quiser e ter tudo que precisar, desde que tente com empenho suficiente. Se você fizer uma faculdade, vai conseguir um bom emprego, que vai te permitir ganhar um monte de dinheiro e comprar o que você quiser. Você será feliz porque terá uma televisão de LED gigantesca e um carro maior do que o do seu vizinho... E terá condições de comprar produtos orgânicos e, assim, contribuir para manter o nosso planeta verde e saudável.

Se você tomar a pílula azul, enxergará outra realidade. As pessoas e as necessidades que elas têm não são tão importantes quanto os mercados e os lucros. Não importa o quanto você estude, há a possibilidade de que não encontre trabalho, ou, se encontrar, será mal remunerado; mesmo assim, você sentirá a necessidade de consumir cada vez mais porque é assim que todos fazem e porque a TV e a publicidade estimulam isso continuamente. Você não conseguirá comprar tudo o que quiser, e isso vai gerar insatisfação, raiva e uma sensação de desamparo. Além do mais, aquilo que você comprar só vai trazer uma satisfação momentânea, porque se trouxesse uma satisfação completa, você pararia de consumir e os mercados não teriam tanto lucro.

CONSUMO X CONSUMISMO

“Você está dizendo que o consumo é ruim?”. Bem, não. O consumo é natural. Todos os seres vivos precisam consumir para sobreviver. O que não é natural é o consumismo, que é a tendência atual que leva as pessoas a buscar o significado da vida e a aceitação dos outros principalmente por meio do que consomem.



A cultura é a soma de todos os processos sociais que fazem com que as coisas artificiais ou fabricadas pelo homem pareçam ser naturais.



O consumismo se enraizou em nossa cultura nos últimos cinquenta anos. Ele não é algo natural, e sim uma invenção humana. Trata-se de um fenômeno que foi ganhando corpo nos últimos séculos, graças aos esforços persistentes de fabricantes e comerciantes que promoveram mudanças culturais por meio de artimanhas, tais como, por exemplo, novas modalidades de propaganda, produtos "âncora", pesquisas de mercado e valorização da moda. Durante a segunda metade do último século, muitas inovações, incluindo a televisão, técnicas publicitárias sofisticadas, corporações multinacionais e a Internet, espalharam o consumismo por todo o planeta. Agora, é necessário fazer um grande esforço na direção oposta para eliminá-lo de nossa cultura.

em foco



POR QUE COLOCAR UM FIM NO CONSUMISMO?

Por toda a insatisfação, exploração e problemas de saúde que ele causa:

- Estudos mostram que mais consumo não se traduz necessariamente em melhor qualidade de vida individual.
- Um nível de consumo elevado traz efeitos colaterais negativos, como aumento de estresse vinculado ao trabalho, endividamento, maior suscetibilidade a doenças e risco de morte.
- Hoje 1,6 bilhão de pessoas no mundo sofrem de problemas de peso e obesidade.
- Relacionamentos mais íntimos, uma vida com significado e boa saúde são elementos mais importantes em termos de bem-estar individual.



Se todos no mundo consumissem tanto quanto um típico norte-americano, precisaríamos hoje de 5 planetas Terra para conseguir sustentar sua população.

Porque ele está levando a um colapso ecológico:

- A sociedade humana está crescendo em ritmo mais acelerado do que a natureza suporta. Como resultado, estamos degradando o meio ambiente em tal velocidade que já não podemos mais garantir que os ecossistemas terrestres conseguirão sustentar as futuras gerações.
- O consumo mundial dos recursos aumentou 50% nos últimos 30 anos.
- As mudanças climáticas e suas graves consequências têm forte relação com esse estilo consumista de vida.



Pilha de utensílios. © Josef Lehmkuhl



Campanha de contrapropaganda do grupo *Ecologistes en acción* (Ecologistas em Ação) em consumehastaamorir.com

DO QUE REALMENTE PRECISAMOS?

Na década de 1970, os japoneses consideravam o ventilador elétrico, a máquina de lavar roupa e a panela elétrica de arroz como necessidades básicas para satisfazer seu padrão de conforto. Depois de algum tempo, eles acrescentaram à lista de itens “básicos” o automóvel, o ar condicionado e a TV em cores.

Durante a Revolução Francesa, os parisienses julgavam que velas, café, sabão e açúcar eram “necessidades”, quando apenas 100 anos antes, todos esses itens eram considerados artigos de luxo, exceto pelas velas.

Nos Estados Unidos, em 2006, 83% da população considerava a secadora de roupa uma necessidade.



“Antes que seja tarde demais” – Campanha do WWF para deter a desertificação

Before it's too late. www.wwf.org



Se quisermos que o homem

prosperar enquanto espécie no futuro, é necessária uma mudança radical em todas as facetas da sociedade (como movimentos sociais, meios de comunicação, governos, instituições educacionais e comunidades religiosas) e em sua cultura. As instituições devem trabalhar no sentido da sustentabilidade e igualdade. Em outras palavras, devem mudar voluntariamente para um modelo em que as normas, símbolos, valores e tradições:

- **Estimulem** um nível de consumo APENAS O SUFICIENTE para satisfazer o bem-estar humano (de todos nós, não apenas de alguns);
- **Abandonem** a crença de que a natureza é um depósito de recursos destinados à exploração pelo homem (nós, humanos, não somos separados da natureza, somos parte dela!!);
- **Reincorporem** o entendimento de que os recursos naturais são FINITOS e que precisamos respeitar seus limites.

Tá bom, mas como?

Em resumo, precisamos entender que viver de modo sustentável no futuro será algo tão natural como o consumismo é hoje.

Se mudar uma cultura global parece uma tarefa de proporções enormes – ou até mesmo impossível – saiba que há cada vez mais PIONEIROS CULTURAIS convencendo muita gente de que o meio ambiente deve ser salvo, que todos têm o direito a uma vida digna e que é preciso garantir às futuras gerações uma vida tão boa quanto ou melhor do que a que vivemos hoje.

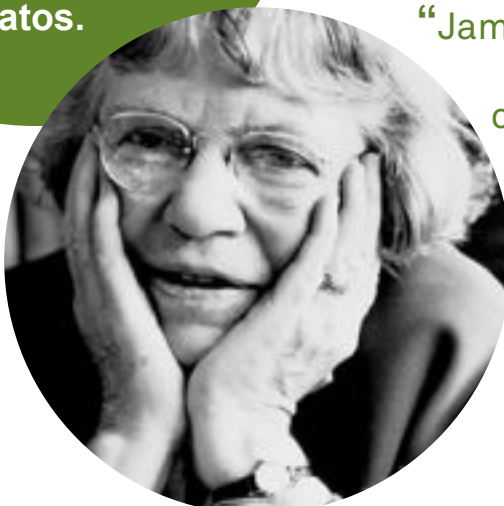
Empresários, professores, lideranças religiosas, publicitários, advogados, músicos, donas de casa, homens e mulheres, podem realizar mudanças culturais que contribuam para a sustentabilidade. Essa mudança já começou. Em uma era de fronteiras globais, uma nova geração está crescendo. Os JOVENS são uma força cultural potente e um bom indicador da direção que está sendo tomada pela cultura.





Participantes da Conferência Internacional Infantojuvenil (CONFINT) para o Cuidado com o Planeta. Mais informações: http://www.xesc.cat/xesc/confint_2011_12.html Z

A mudança de paradigmas culturais é um processo longo que não leva anos, e sim décadas, para acontecer. É bom ficar ligado nisso e não desanimar se não enxergarmos resultados imediatos.



Embora os pioneiros da sustentabilidade ainda sejam relativamente poucos em termos numéricos, sua voz é cada vez mais ouvida. O lado bom é que o processo já começou (como você verá nas próximas páginas). Os pioneiros inspiram as pessoas a seu redor. Se você prestar atenção, com certeza encontrará um ou dois por perto. Eles podem inspirar você. **Você também pode se tornar um pioneiro cultural e inspirar outros a seu lado, fazendo com que a mudança seja contagiosa.**

“Jamais duvide de que um pequeno grupo de cidadãos zelosos e comprometidos pode mudar o mundo. De fato, é a única coisa que sempre funcionou.”
(Margaret Mead, antropóloga pioneira, 1901-1978)

2. Tradições...



RENOVAR OU MORRER...

Foto da Ilha de Páscoa: <http://visions-of-earth.com/2010/12/23/satellite-image-of-easter-island-chile/>

Embora quase nunca prestemos atenção nisso, muitas decisões que tomamos em nossas vidas são ditadas pelas tradições, sejam elas religiosas, ritualísticas ou familiares. Podemos aproveitar melhor essas tradições, redirecionando-as para reforçar modos de vida sustentáveis.

Se você duvida, pergunte aos Rapanui, da Ilha de Páscoa. A população da ilha estava crescendo e, por isso, eles desmataram as florestas para criar espaço para a agricultura e usaram a madeira para construir barcos e maoris (estátuas gigantes para rituais). No entanto, a imensa pressão imposta pelo aumento populacional levou ao colapso da sociedade Rapanui e à destruição de seu meio ambiente. A população diminuiu a passos rápidos, a ponto de restar apenas o pequeno número de pessoas que a ilha tinha condições de absorver com os ecossistemas danificados.

Somos hoje 7 bilhões de pessoas no mundo e, segundo cálculos, no ano 2050 haverá mais 3 bilhões de nós. Os ecossistemas ecológicos de que a humanidade depende serão submetidos à imensa pressão.



Estima-se que dos 10 mil Rapanui que habitavam a Ilha de Páscoa durante o auge de seu desenvolvimento (entre os anos 1200 e 1500) restaram apenas 2 mil.



Os Tikopianos encontraram um meio de se reinventar e superaram a crise ecológica que se abateu sobre eles.



Ilha Tikopia, arquipélago das Ilhas Salomão. Foto de: http://www.satelliteeye.dk/weeklyimages/week51/week51_2006_2_uk.htm



© David Martin e Eric Matson. <http://www.tallshipstales.de/Restoring-Tikopia-lagoon.php>

Por outro lado, os Tikopianos, habitantes de uma pequena ilha no sudeste do Oceano Pacífico, foram mais realistas. Quando enxergaram os riscos em função do aumento de pressão sobre seus ecossistemas, promoveram mudanças drásticas nos papéis sociais em relação ao planejamento familiar e até mesmo à alimentação. Por exemplo, deixaram de criar porcos, porque isso impunha uso intensivo de recursos naturais. Por causa dessas mudanças, a população estabilizou-se e hoje eles continuam a ser uma sociedade próspera.

inovadoras?

Várias iniciativas recentes estão sendo transformadas em hábitos celebrados em muitos países ao mesmo tempo. Por exemplo, “Dia Mundial Sem Carro”, “Dia de Ir para o Trabalho de Bicicleta”, “Dia Sem Compras” ou “Hora da Terra” (que consiste em manter as luzes apagadas por uma hora em determinada data e horário).



Semana da Mobilidade Europeia. <http://www.mobilityweek.eu>



O bolo de casamento mais caro do mundo, no valor de 1,65 milhão de dólares, é recoberto por diamantes e safiras. De: <http://www.toptenz.net/top-10-most-expensivedesserts.php/>

COSTUMES, RITUAIS E TABUS

Se você olhar com atenção, vai perceber que estamos cercados por rituais e tabus. Os rituais, não vamos nos enganar, não são apenas religiosos. Ao falar em ritual, queremos dizer um ato que é repetido com regularidade e que tem significado profundo para uma determinada comunidade (por exemplo, os alimentos *halal* muçulmanos e os produtos *kosher* judaicos; o fato de que uma seleção de futebol sempre canta o hino nacional com as mãos sobre o coração).

Em culturas de consumo, os rituais quase sempre contribuem para disseminar os valores do consumismo. Por exemplo, pense nos casamentos, no Natal, no Dia dos Namorados, e até mesmo nos funerais. Você sabe quanto dinheiro é gasto em cerimônias e presentes? Uma quantia inimaginável. Deveríamos nos perguntar se não dispomos de outros meios autênticos para demonstrar sentimentos intensos como tristeza e amor. Muitas pessoas já fizeram isso. Você também pode ser criativo nessas celebrações e escapar do consumismo.

Poder à Imaginação!

E os tabus? O que são eles? Um tabu é uma restrição cultural não formalizada em relação a atos ou produtos específicos (por exemplo, a carne de porco para os muçulmanos, ou o beijo entre homens como forma de cumprimento comum em alguns países). Diversos tabus contribuem para a conservação do meio ambiente e da sustentabilidade. Por exemplo, os Pingo, de Gana, não caçam tartarugas; eles as protegem porque elas são consideradas deuses. **Você consegue imaginar como as coisas poderiam mudar se o consumo supérfluo se transformasse em tabu?**



Uma ajudinha divina

Você sabia que 86% das pessoas que habitam este planeta dizem pertencer a uma religião? As instituições que lideram muitas das religiões humanas mais arraigadas podem ser de grande ajuda para promover a sustentabilidade e nos distanciar do consumismo.

Você pertence a uma comunidade religiosa? Se sim, poderia conversar com seu líder espiritual ou com seus colegas, procurando conscientizá-los:

- ☉ Da importância de nos distanciarmos do materialismo e buscarmos significado em outros aspectos da vida, como simplicidade, altruísmo e relações com as pessoas que amamos;
- ☉ De formas para tornar as atividades e os ambientes em nossa comunidade mais ecológicos.

Se você não pertence a uma comunidade religiosa, pode fazer exatamente a mesma coisa, conversando com seus amigos, familiares e vizinhos.

Hoje, precisamos mais do que nunca que as religiões do mundo todo ajudem as pessoas a redescobrir a ideia (que remonta a milhares de anos e está presente na sabedoria e nos livros sagrados de todas as religiões) de que o nível de satisfação que podemos alcançar por meio dos relacionamentos pessoais é mais alto do que pelas posses materiais, e que a simplicidade, e não o acúmulo de coisas, pode levar a uma vida com mais sentido.

Como temos filhos

Você já pensou se terá filhos ou não, quando e como?

Você já parou para pensar sobre o quê e quem te influenciou no momento de tomar essa decisão tão importante? Você tem todas as informações de que precisa? Tem acesso a métodos contraceptivos? Em resumo, você tem liberdade para decidir?

Muitas pessoas não dispõem das informações ou da liberdade para tomar essas decisões com consciência. Esse fato, além de injusto, é exatamente a raiz do problema de superpopulação encontrado em grande parte do mundo. Sabemos que a população humana é grande demais para os recursos naturais disponíveis neste planeta e, apesar disso, ela continua a crescer. Seria possível fazer com que a população mundial parasse de crescer ou mesmo diminuísse?

A resposta é sim, e o elemento central é tornar a decisão de ser mãe totalmente voluntária.

Ou seja, é necessário reduzir a influência das famílias, dos ensinamentos religiosos e as pressões sociais, de modo a permitir que as mulheres controlem seu próprio corpo e fecundidade, e assegurar que elas tenham as mesmas oportunidades que os homens, tanto em termos de acesso ao ensino quanto a emprego. Como? Por meio de educação, da mídia e de políticas públicas.



Um dos Ônibus Informativos que circulam entre escolas na região de Essonne (França) desde 2002.



Cerca de 2 em cada 5 gravidezes não são planejadas ou desejadas pelas mulheres que engravidaram.



As mulheres no Japão e na Áustria têm, em média, 1,4 filhos, enquanto no Afeganistão e em Uganda a média é de 6 filhos por mulher.

Para que se reduzam as taxas de fecundidade, é fundamental o acesso a métodos contraceptivos e educação infantil. Todos os países que oferecem às mães e a seus parceiros métodos contraceptivos e acesso a aborto em boas condições têm um nível de fecundidade suficiente para interromper ou reduzir o crescimento populacional.

Relação entre educação e fertilidade entre as mulheres

Grau de instrução	Número médio de filhos por mulher
Mulheres que não frequentaram escola	4,5
Mulheres com ensino fundamental	3
Mulheres que cursaram no mínimo um ano de ensino médio	1,9
Mulheres que cursaram de 1 a 2 anos de estudos universitários	1,7

Os Idosos

“Quando um ancião morre na África, é como se uma biblioteca inteira tivesse pegado fogo.” Amadou Hampâté Bâ, filósofo malinês.

Por causa do consumismo, sua glorificação junto aos jovens e da rejeição generalizada das tradições que se espalharam pelo mundo, o respeito pelos idosos – algo que sempre existiu nas comunidades – está sendo perdido. Além disso, o papel dos mais velhos enquanto fontes de conhecimento e das normas comunitárias também está se esvaziando.

Reconhecer a força dos idosos e tirar proveito de seu conhecimento pode ser uma ferramenta importante para criar tradições que reforcem a sustentabilidade. Você já chegou a perguntar a seus avós ou a outro idoso quantas peças de roupa eles possuíam quando tinham a sua idade? O que eles comiam? Como os alimentos eram embalados quando não existiam embalagens de plástico e de papelão? Eles contaram quanto de água era usada nas casas de antigamente e como?





Os projetos que envolvem os idosos, como muitos países já comprovaram, podem estimular a troca de conhecimentos entre as diferentes gerações (crianças, adolescentes e adultos) e contribuir para a criação de mudanças positivas e sustentáveis na alimentação, saúde e educação e, ao mesmo tempo, breçar a disseminação do consumismo.

Foto: Sessão do programa Diálogo entre as Gerações, criado pela UNESCO – Centro Catalunha e pela Obra Social de Caixa Catalunya.

Como produzimos nossos alimentos

De onde veio aquela maçã que você comeu hoje? O que significa produto “orgânico”? Você sabe o que “modificado geneticamente” significa? Pode ser que todas essas perguntas pareçam banais, no entanto, elas têm implicações não apenas para a sua saúde, mas também para a do planeta. Além disso, elas guardam relação direta com a justiça ou a injustiça da ordem econômica mundial.



Foto: Trator borrifando defensivo agrícola em um campo. © PI77, Wikimedia Commons

Sistema agrícola “convencional”
mecanização
monocultura
fertilizantes sintéticos
pesticidas químicos

Sistema agrícola sustentável
diversidade de espécies
fertilizantes orgânicos
controle natural de pragas
foco nas pessoas

Antes da metade do século 20, a maioria das culturas era produzida sem uso de produtos químicos.



Combinação de cultivo de café e tomate. © Niel Palmer em Wikimedia Commons

A agricultura é uma tradição antiga que passou por mudanças drásticas nas últimas gerações. O sistema agrícola dominante hoje no mundo, chamado de “agricultura convencional”, não é sustentável porque destrói os recursos naturais de que dependemos (exaure o solo, polui o ar e a água, exi-

ge imensas quantidades de água, é altamente dependente de petróleo e contribui para as mudanças climáticas). É necessário (e possível, visto que muitos agricultores já estão fazendo isso) mudar o modo de produção dos alimentos. Sabemos que é possível adotar essa prática de modo sustentável,

o que significa: aumentar a fertilidade do solo (sem emprego de produtos químicos), utilizando o carbono já presente na atmosfera, o que por sua vez, protegeria os recursos ecológicos dos ecossistemas sem consumir tanta água e gerando empregos.

Além disso, as normas alimentares são determinadas sobretudo pela cultura. O modelo de consumismo nos incentiva a comer de uma forma não saudável e não sustentável. Hoje, 1,6 bilhão de pessoas tem sobrepeso ou são obesas.



O gado criado para atender o aumento da demanda por carne produz 18% dos gases de efeito estufa.

Tudo bem, mas eu não sou agricultor! O que eu posso fazer? Bem, no mínimo duas coisas. Antes de mais nada, **EDUQUE-SE!** Antes de comprar um produto, pergunte sobre a procedência. É sempre melhor comprar produtos frescos, sem embalagens, orgânicos e produzidos localmente. Evite o consumo excessivo de carnes (se não comermos carne todos os dias, nossa saúde e o planeta nos agradecerão!). E em segundo lugar, **CULTIVE UMA HORTA!** Mesmo na cidade, se possível. Você já ouviu falar em hortas verticais ou em hortas em varandas?



3. TRANSFORMAR A EDUCAÇÃO!

Você conhece a música e o vídeo **ANOTHER BRICK IN THE WALL** do Pink Floyd? Com certeza alguns de nós sonhamos em ser os estudantes do clipe, rebelados contra uma escola que nos ensina a ser dóceis como cordeirinhos, sem a competência para pensar de modo crítico e dotados apenas das aptidões necessárias para nos tornarmos mais uma peça da engrenagem econômica: o perfeito trabalhador e consumidor. Vamos mudar as escolas! A educação é nossa maior esperança para mudar de uma cultura de consumismo para uma cultura de sustentabilidade.

Se quisermos uma mudança que nos afaste do consumismo, todos os aspectos da educação – da cantina ao parquinho, dos trabalhos em classe ao percurso da escola para casa – precisam ser reorientados em prol da sustentabilidade.

EDUCAÇÃO FUNDAMENTAL

Durante a infância, aprendem-se muitos hábitos, valores e preferências. Nessa fase, a escola deveria nos ajudar a adquirir a coragem, a integridade, o pensamento crítico e a responsabilidade necessários para enfrentar um futuro desconhecido.



Compostagem na escola Farigola, el Clot (Catalunha, Espanha).

As crianças que têm a oportunidade de superar desafios, cometer erros e se divertir enquanto buscam soluções estão mais preparadas para enfrentar a vida e as questões complexas em relação ao desenvolvimento sustentável.

A educação durante as primeiras etapas de vida, o incentivo ao amor e respeito pelo meio ambiente e o processo de conscientização sobre os problemas trazidos por estilos de vida não sustentáveis deveriam estimular competências básicas e perspectivas que permitam às crianças agir com responsabilidade. A educação infantil deveria focalizar os 7 Rs:

1=REDUZIR: Isso inclui a redução do consumo de alimentos, de materiais e de recursos naturais. Problema: a publicidade incentiva o consumo sem fim e, portanto, a ajuda da família é necessária para que se aprenda a ter postura crítica em relação à publicidade.

2=REUTILIZAR: Devemos mostrar às crianças que os materiais podem ser usados várias vezes para finalidades diferentes.

3=RECICLAR: Devemos separar materiais orgânicos para compostagem e lixo para reciclagem.

4=RESPEITAR: Precisamos aprender a amar a natureza e tentar interferir o mínimo possível em seus processos.

5=REFLETIR: Trata-se de um hábito e de uma competência que precisamos estimular para que a educação nos permita ser indivíduos que pensam de modo crítico.

6=RECUPERAR: Chega de jogar coisa fora! Precisamos retomar o velho hábito de consertar coisas (roupas, sapatos, brinquedos, utensílios...) e continuar a usá-las o máximo de tempo possível.

7=RESPONSABILIDADE: Desde cedo devemos ficar encarregados por tarefas domésticas e responsabilidades compatíveis com a idade. Chega de superproteção ou de sermos considerados inúteis!



Ensinar por meio de palavras não é tão eficaz quanto por exemplos. Desde pequenos devemos ser capazes de nos apoiar em modelos que possamos seguir (mais do que em teorias que podemos aprender). Precisamos ser capazes de ver “ao vivo” os valores de sustentabilidade nas escolas, em casa, na mídia, etc. Sendo assim, as famílias têm um papel muito importante na sustentabilidade.

Já existem muitos exemplos demonstrando que isso é possível. Dê uma olhada a seu redor e você vai ver que existem muitas escolas que incorporam esse tipo de ideias.

Por exemplo, na Austrália, as crianças trabalham em miniprojetos, tais como refeições com menos desperdício de produtos, atividades de limpeza responsável, reutilização e reciclagem de itens, cultivo de hortas, registro de plantas nativas, uso eficiente de recursos naturais ou construção de balsas. O professor planeja as atividades de acordo com os interesses das crianças.



http://www.derm.qld.gov.au/environmental_management/waste/public_place_recycling/schools_project.html



Horta escolar na escola La Pau, em Sant Sadurní.
Foto: <http://sadurnihortescolar.blogspot.com.es/>

O espírito comercial na vida das crianças

Você sabe quantos anúncios, em média, foram veiculados diariamente na Espanha em 2011, segundo o Índice Zenith criado pela Zenithmedia? 22.614!

A propaganda direcionada a crianças é um veículo potente para instaurar os valores capitalistas. As empresas têm plena consciência desse fato e, portanto, investem milhões de dólares a cada ano nesse tipo de prática publicitária.

A mensagem transmitida pela maioria dos anúncios, seja qual for o produto à venda, é que “coisas” nos fazem felizes. Insuflar nas crianças

a ideia de que bens materiais são essenciais para a satisfação pessoal promove a aquisição de valores materialistas. Isso está associado a diversos problemas sociais e de saúde entre as crianças de hoje: depressão, baixa autoestima, obesidade infantil, distúrbios alimentares, como anorexia ou bulimia, violência entre os jovens etc.

Uma das consequências mais perturbadoras do marketing empresarial é que brinquedos e brincadeiras criativas correm o risco de extinção. Os avanços tecnológicos (televisão a cabo, Internet e telefone celular, por exemplo) aumentaram os meios

para atingir as crianças. Como resultado, as crianças estão perdendo habilidades essenciais aprendidas com brinquedos e brincadeiras, tais como curiosidade, poder de argumentação, solidariedade, compartilhamento, colaboração, senso de competitividade e a crença de que uma pessoa é capaz de influenciar o mundo.

Precisamos resgatar as crianças (e nós mesmos também!) do consumismo, proporcionando a elas tempo livre para terem criatividade ilimitada. Não devemos estimular valores e desejos de consumo.

Um estudo internacional realizado em 16 países revelou que apenas 27% das crianças brincavam com jogos que estimulam a criatividade e somente 15% dos pais considerava que brincar fosse um fator essencial na saúde de seus filhos.



De acordo com as Nações Unidas (Convenção de 1989), brincar é reconhecido como um direito das crianças porque isso é tido como fundamental para o desenvolvimento infantil.

Nos Estados Unidos, as crianças passam mais tempo diante da televisão do que em qualquer outra atividade, fora dormir: 40 horas semanais fora da escola.



No Quebec, Canadá, as propagandas televisivas dirigidas a crianças abaixo de 13 anos estão proibidas.



REVOLUÇÃO NAS CANTINAS ESCOLARES!



Mobilização da associação de pais “Mudem a cantina” em Marselha, França. Foto de Christine Kristof. Mais informações: <http://cantinemarseille.canalblog.com/>

Se alguém te perguntasse por que você come o que come e não outra coisa, o que você diria? Se você nunca parou para pensar no assunto, talvez não tenha uma resposta. Na realidade, nossos hábitos alimentares são o resultado do que aprendemos com nossa família e nossos amigos, em casa e na escola.

É muito importante que os valores e as atitudes referentes à alimentação saudável estejam presentes em todo o ambiente escolar: na sala de aula, na cantina, nas máquinas de venda automática, no parquinho etc.

Isso é primordial não apenas para o surgimento de novas gerações de cidadãos-consumidores conscientes, mas também porque representa um grande potencial para transformar o restante da comunidade (podendo beneficiar pequenos agricultores, a economia local e até mesmo as famílias).

Por exemplo, na Escócia, muitas escolas participam de um programa que envolve pequenos fornecedores regionais que as abastecem de produtos locais frescos, orgânicos e de qualidade. As escolas convidam os fornecedores a explicar como produ-

zem os alimentos. Além disso, os pais participam de várias demonstrações de “culinária saudável”. Esse programa reduziu em 70% a distância que o alimento precisa percorrer para chegar à cantina e diminuiu sensivelmente o desperdício com embalagens de alimentos. Essa prática abriu novas oportunidades para os agricultores locais, propiciou a criação de uma nova rede comunitária e, o mais importante, a garotada hoje gosta muito mais das refeições!



Um dos países que pode ser considerado pioneiro na revolução da alimentação escolar é a Escócia.

O prato da boa alimentação

Use o prato da boa alimentação para conseguir um equilíbrio correto: ele mostra quanto você deve ingerir de cada grupo alimentar.



O ingrediente mais importante para uma cantina escolar saudável: consumidores conscientes que se preocupam com as origens do alimento que ingerem.

Se a revolução alimentar se expandisse, os resultados em todas as esferas públicas poderiam ser espetaculares: hospitais, asilos, escolas, universidades, presídios e órgãos governamentais...

A UNIVERSIDADE



Campus da Universidade Brigham Young, Utah, EUA. Foto: www.byu.edu

Você deseja cursar uma faculdade? Já sabe o que gostaria de estudar? Qual é e qual deveria ser o objetivo da universidade? Não há dúvida de que ela deveria possibilitar que os jovens, e os nem tão jovens, discutissem os problemas globais cada vez mais alarmantes e complexos.

Na atual situação de crise, muitos jovens pensam que não vale a pena fazer um esforço porque, seja lá o que façam, não há futuro. Diante da angústia, do desespero e do niilismo que o noticiário sombrio e os graves problemas socioeconômicos geram entre os jovens é essencial que a educação sobre sustentabilidade se converta em um exercício prático de esperança. As faculdades de-

veriam ensinar as técnicas, as aptidões, os métodos analíticos e a criatividade necessários para sonhar, instruir e agir de forma inovadora.

Felizmente, isso já começou a ser colocado em prática. Cada vez mais universidades oferecem hoje programas específicos em ciências ambientais, e um número crescente de departamentos agrega aos cursos de graduação e pós-graduação uma maneira sustentável de ver o mundo (por exemplo, faculdades de agronomia que ensinam práticas sustentáveis, departamentos médicos com laboratórios ecológicos, ou faculdades de administração que incorporam com convicção conceitos de sustentabilidade).

Além do currículo, também são prioridades importantíssimas mudar o projeto dos campi para torná-los mais eficientes e para que reduzam as emissões de carbono e o desperdício, promovendo programas de reciclagem e construindo prédios de alto desempenho.



O Departamento de Economia da Universidade de Melbourne (Austrália), conhecido como “o lugar”, é o primeiro prédio a receber 5 estrelas verdes do Conselho de Edificações Sustentáveis da Austrália. Mais informações: <http://www.gbca.org.au/green-star/green-building-case-studies/the-university>



A Universidade Loyola Marymount, na Califórnia, tem três prédios certificados em Pioneirismo em Projeto Energético e Ambiental. Consultar: http://www.lmu.edu/sites/Community_home/green/The_Campus/Built_Environment.htm



Embora já existam exemplos de mudanças inovadoras nas universidades, ainda temos um longo caminho à frente. Precisamos recuperar nossos direitos. Queremos ser a mudança no mundo! (e não prolongar a agonia de uma sociedade em declínio).

4.

E as empresas? Teriam elas uma função a ser exercida no paradigma da mudança que ocorre atualmente no mundo?

Além de ser um dos componentes básicos da economia mundial, a atividade corporativa é também um dos principais fatores de dinamização da sociedade, da cultura e até mesmo da imaginação. Embora as empresas ditem hoje uma concepção cultural que gira em torno do consumismo, essa maneira de ver as coisas também pode ser modificada e passar a focalizar novas prioridades de gestão.

Se mudarmos essas prioridades de forma a beneficiar as empresas que de fato trabalham para melhorar a qualidade de vida das pessoas, a economia poderia evitar uma catástrofe. Isso poderia ser o começo de uma era de ouro da sustentabilidade.

O papel das empresas na economia global

Desde 2005, o porto de Xangai tem o maior volume de tráfego do mundo
Foto de reb42, em Creative Commons.



“No momento, estamos roubando o futuro, vendendo-o no presente e chamando isso de produto interno bruto.” Paul Hawken, empreendedor e ambientalista.



Crescimento versus decrescimento. Ilustração de Colcanopa para o jornal "Le Monde" (11/15/2009).



A ideia de Brittany Jackson a respeito de ganância

Nossa real necessidade é oferecer uma vida satisfatória que se baseie em menor atividade econômica e menor uso de matéria-prima, energia e mão de obra.

Mudança de Direção

A principal prioridade é entender que esse crescimento contínuo que temos hoje NÃO É possível porque o limite da capacidade ecológica da Terra foi ultrapassado 20 anos atrás. Já dissemos isso antes, mas esperar que, como regra, a economia continue a crescer não é sequer desejável, porque isso não faz com que vivamos melhor.

Quando o consumo material vai além daquilo que é estritamente necessário, o bem-estar geral é reduzido, criando um desejo insaciável de sempre querer mais. Será que isso significa que o objetivo não é o crescimento econômico, e sim o declínio econômico? Bem, a resposta não é sim, nem não. Vamos ver...

Antes de mais nada, a finalidade central de uma economia deveria ser o aperfeiçoamento do bem-estar e da qualidade de vida do homem, e não a maximização do crescimento econômico. Para que

isso seja possível, em algumas partes do mundo (nos países menos desenvolvidos) a economia ainda pode crescer. Ainda assim, no entanto, esse crescimento econômico em si não deve ser o objetivo, e sim o meio para se chegar à finalidade principal: melhorar o bem-estar dos habitantes do país em questão.

Por outro lado, para que essa mesma finalidade seja alcançada, as economias industrializadas não podem continuar a crescer. Para que haja recursos naturais para o funcionamento da Terra e se permita a satisfação das necessidades básicas das populações dos países em desenvolvimento, as economias dos países mais desenvolvidos precisam encolher de modo expressivo. Precisamos estabelecer novas metas e regras e criar ferramentas e instituições que possibilitem isso. O crescimento econômico NÃO É NECESSÁRIO.

Quem poderia liderar uma iniciativa de não crescimento? Alguns especialistas dizem que, em função da população reduzida, do bom nível educacional e da riqueza de recursos, a Escandinávia poderia assumir a liderança para demonstrar a viabilidade de uma economia estável: jornadas de trabalho mais curtas, menos bens de consumo, mais tempo para a família e amigos, além de envolvimento em compromissos cívicos e atividades de lazer.



Países como a Noruega ou a Suíça poderiam ser pioneiros de uma economia que não busca crescimento, e sim o bem-estar de sua população.

Muitos economistas pensam desse modo há anos. Da economia verde à economia para o bem comum, já existem muitos modelos e propostas práticas; precisamos apenas colocá-los em uso. Agora é a vez de as pessoas, e não o capital, decidirem que tipo de economia querem: uma economia que permita que apenas alguns tenham muito ou uma que crie condições para que todos vivam melhor?



Hannah Dahl, Integrante do Parlamento Europeu, vota em sessão plenária do Parlamento, 2009. REUTERS

JORNADAS DE TRABALHO SUSTENTÁVEIS PARA TODOS

Imagine que você trabalha para uma empresa. Graças ao aprimoramento de processos que geram mais eficiência e produção em menos tempo, a empresa pede que você escolha entre trabalhar o mesmo número de horas (produzindo mais e ganhando um pouco mais) ou trabalhar menos (produzindo o mesmo que antes e ganhando o mesmo, mas com mais tempo livre). O que você escolheria?

Na transição rumo a economias e culturas sustentáveis, a população precisa se adaptar a novos horários e padrões de trabalho. A cultura de jornadas de trabalho longas e constantemente atarefadas, típica de muitos países desenvolvidos, deve ser substituída por modelos mais sustentáveis pautados pela melhor distribuição do tempo. Embora essa mudança tenha um custo, um ritmo de vida mais lento e mais humano traz benefícios sociais no plano do bem-estar coletivo e humano.

As pessoas que dispõem de pouco tempo (que trabalham muito) tendem a adotar estilos de vida que consomem mais recursos naturais: seus percursos emitem mais carbono, elas comem com maior frequência, têm casas maiores que, portanto, consomem mais energia. O estresse limita sua participação em atividades de baixo impacto que requerem mais tempo, como, por exemplo, cultivar verduras, praticar atividades do tipo “faça você mesmo” (ou ficar com os filhos!)

O aumento de renda tem efeito benéfico sobre as pessoas que vivem na pobreza, mas um aumento de renda para a classe média traz, surpreendentemente, pouquíssimo benefício adicional.

Hoje, muita gente trabalha por muitas horas, ganha uma montanha de dinheiro e converte os ganhos em aumento de consumo, ainda que muitas outras pessoas continuem desempregadas. Uma melhor divisão das horas de trabalho resolveria não apenas o problema do desemprego, como também ofereceria a muitas pessoas os meios necessários para obter um padrão de vida básico, criando espaço para mais tempo livre fora do ambiente de trabalho.



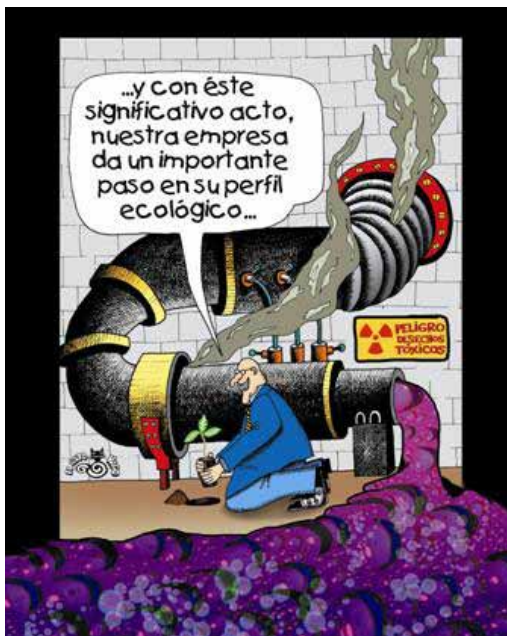
<http://www.geo.fr/> © Fancy/veer/Corbis



Jornadas de trabalho longas são estressantes, afetam o relacionamento com as pessoas mais próximas e causam doenças físicas e distúrbios emocionais.

Mudando as culturas empresariais internamente

O que as empresas podem fazer para mudar as coisas? Elas estão diante do desafio de fazer uma mudança profunda no âmago de suas culturas organizacionais: precisam explorar novas maneiras de enxergar o mundo, descartar as concepções antigas e incompletas e, ao mesmo tempo, estimular a reflexão pessoal e um novo diálogo sobre o objetivo e a responsabilidade da atividade corporativa (O que fazemos? Qual é a finalidade do que fazemos? Que necessidades da comunidade essa atividade ampara? Quem ela ajuda e quem ela ameaça? Que efeito ela causa no meio ambiente?). Elas



deveriam propor uma perspectiva ousada (que nos deixasse sem palavras!) e tornar a sustentabilidade um elemento definidor, central para todas as decisões: uma mudança estratégica e empolgante que valorizasse a companhia em todas as instâncias. Um grande número de empresas está incorporando conceitos de sustentabilidade como fonte de vantagem competitiva. No entanto, muitas acabam empacadas porque não compreendem o desafio, encarando-o como um conjunto de problemas técnicos a serem resolvidos, ou porque julgam que se resume a propor uma campanha brilhante de marketing ecológico. Por outro lado, as empresas que desejam de fato encarar a mudança em um nível cultural mais abrangente, adotando um novo paradigma construído com base nos valores de sustentabilidade, colherão os frutos do pioneirismo e de contribuir para mudanças sociais fundamentais.



Quem sabe as empresas conseguem fazer produtos ecológicos, mesmo que não se dediquem exclusivamente a essa área?

Na esfera social, tanto corporativa quanto pessoal, o que mais limita a compreensão e a adoção de práticas sustentáveis não são as inovações tecnológicas, e sim a incapacidade de as pessoas questionarem métodos arcaicos e substituírem esses métodos por outros mais atuais.

EMPRESAS SOCIAIS: INOVAR PARA SER SUSTENTÁVEL

Além do sistema corporativo, existe a oportunidade de reinventar o objetivo da atividade empresarial por completo. Essa atividade não precisa buscar apenas o lucro, mas sim proporcionar um meio para financiar uma missão social mais abrangente. As chamadas empresas sociais dedicam-se a buscar soluções para alguns problemas sociais urgentes, de pobreza à degradação ambiental, e ainda conseguem ter lucro. O empreendedorismo social é o rótulo atribuído às iniciativas que trabalham com determinação para solucionar problemas sociais e ambientais, oferecendo um produto ou serviço que, direta ou indiretamente,

potencializa a mudança social. Os empreendedores sociais utilizam diversos modelos, de cooperativas e empresas sociais a organizações sem fins lucrativos ou entidades beneficentes. Todos eles têm algo em comum: o uso inovador e uma combinação de recursos para tirar proveito de oportunidades que acelerem mudanças.

Um dos meios mais potentes que os empreendedores sociais podem usar para gerar mudanças é questionar o modo preestabelecido de fazer as coisas e comprovar a validade de formas alternativas: uma contribuição significativa para mudar o *status quo*.



Arte montada com comprimidos e preservativos vencidos à mostra no restaurante "Repolhos e Preservativos" (Tailândia) usando o humor para chamar a atenção para saúde, sexo seguro e uso de preservativos e, ao mesmo tempo, gerar receita para uma organização tailandesa sem fins lucrativos. Foto: <http://thepleasureproject.org/wordpress/wp-content/uploads/2009/11/cc1.JPG>



Sessão de informações sobre microcrédito. Foto: <http://microeconomia.org/guillermopereyra/>

O Banco Grameen é um bom exemplo de uma iniciativa empreendedora pioneira. No final da década de 1970, o banco começou a disponibilizar empréstimos para a população mais pobre da área rural de Bangladesh, sem que os tomadores dos recursos precisassem apresentar garantias para obter o dinheiro.



Em Bangladesh, em 2009, cerca de 8 milhões de pessoas haviam recebido o microcrédito do empreendedor do Banco Grameen. 97% eram mulheres.

O fundador do Banco Grameen, Muhammad-Yunus, ganha o Prêmio Nobel da Paz em 2006



Realocação das empresas

Por que falamos de realocação das empresas? Em função do processo de globalização que vivenciamos nas últimas décadas, é mais provável que os produtos e serviços que consumimos tenham sido produzidos do outro lado do mundo do que perto de nossas casas.

E por qual motivo queremos que as empresas trabalhem localmente, e não em outros países? Esse é um modelo mais sustentável porque, entre outros, as empresas tendem a usar materiais locais e vender seus produtos em mercados

locais, seus métodos de produção e os produtos em si requerem menos tempo de transporte e menor consumo energético, além de emitirem menos poluentes, inclusive gases de efeito estufa. Se a economia de uma determinada região fosse baseada em empresas locais, as autoridades poderiam impor padrões ambientais mais rigorosos, certas de que as empresas procurariam se adaptar em vez de fugir para outras localidades em que a legislação ambiental é mais permissiva ou onde a mão de obra é mais barata.

As empresas locais começam a despontar. A população está criando alternativas locais, de supermercados e restaurantes a fazendas e empresas de energia renovável. Em comparação com as multinacionais, essas empresas têm melhor desempenho ambiental, tratam melhor os empregados e oferecem produtos mais saudáveis e mais diversificados.



A Associação Coldiretti, que congrega perto de 50% dos agricultores da Itália, teve bons resultados com o início da campanha "Km Zero, Campagna Amica": http://www.gastroteca.cat/ca/noticies/fitxa-afons/quilometre_zero:_la_proximitat_en_valor/

Apesar das vantagens das empresas locais, elas se deparam com barreiras tremendas, como a avalanche de bilhões de dólares em publicidade global despejada sobre os consumidores, que quase nunca conhecem os importantes benefícios dos bens e serviços locais.



Logotipos de marcas registradas, por Jacob Cass. <http://logodesignerblog.com/free-logo-copyright-poster/>

A marca *Producte Local* foi criada com a intenção de respaldar áreas de agricultura e de pesca nas Ilhas Baleares e manter sua estrutura socioeconômica. Foto: <http://cpsantbartomeu13.blogspot.com.es/2012/02/taller-de-productes-locais.html>

5.

O papel dos governos



E os governos? É óbvio que os governos têm muito a dizer e a fazer no sentido de contribuir com a construção de uma sociedade sustentável. Os governos criam leis, definem prioridades sociais e planejam as cidades em que as pessoas moram e, portanto, devem estar firmemente comprometidos com a adoção de medidas e iniciativas (e não apenas discursos, como quase sempre é o caso).

Existem algumas ações que os governos podem empreender para promover a mudança cultural:

Reunião do Comitê de Ministros do Conselho Europeu. Foto: Candice Imbert © Council of Europe



ELIMINAR O COMPORTAMENTO NÃO SUSTENTÁVEL

Uma das funções que os governos podem exercer é a eliminação de escolhas não sustentáveis. O que isso significa? Significa que os governos podem interferir para que as opções de consumo sabidamente prejudiciais ao meio ambiente e à saúde pública não sejam fáceis de obter. Por exemplo, eles podem desestimular o uso de determinados produtos, aumentando impostos (levando as pessoas a não optar por esses produtos) ou financiando alternativas sustentáveis.

Dentre alguns exemplos, podemos citar: a proibição ao uso de sacolas plásticas em Ruanda, a eliminação gradual de lâmpadas incandescentes no Canadá, os impostos sobre o carbono na Suécia e subsídios para energia solar na China.

Essas medidas fazem com que as pessoas vivam de modo mais sustentável e demandam pouco esforço. Mas, poderíamos nos perguntar: Quem é que decide o que eu compro ou deixo de comprar? O consumidor não deveria ser livre para decidir?

Antes de responder, é importante que você saiba que o consumidor jamais pôde decidir livremente. Depois da Segunda Grande Guerra, implantou-se uma estratégia para a reconstrução da economia baseada no consumo de massa: as opções que necessitavam de mais energia e recursos naturais e ao mesmo tempo geravam mais consumo foram apresentadas como lógicas e inevitáveis. As opções sustentáveis foram descartadas e ficaram cada vez mais difíceis de ser encontradas até que,

por fim, acabaram desaparecendo. Sendo assim, por que não usar essa mesma estratégia (a eliminação da escolha não sustentável) para transformar o consumismo em um fenômeno não sustentável?



O governo australiano foi o primeiro a proibir lâmpadas incandescentes, favorecendo o uso das de LED, que gastam menos energia. Se o mundo todo fizesse o mesmo, a redução do uso energético permitiria fechar 270 usinas movidas a carvão.



O crescimento de culturas não sustentáveis foi favorecido pela eliminação de escolhas sustentáveis por partes das elites, que mudaram a gama de opções disponíveis aos consumidores, facilitando o consumo excessivo e não sustentável.



O QUE QUEREMOS DIZER COM SEGURANÇA NACIONAL?

O que faz as pessoas se sentirem seguras ou inseguras? Em que o Estado deveria investir para melhorar a segurança nacional? Armas? Energia renovável?

Quando os governos falam sobre segurança nacional, quase sempre se referem a exércitos e forças policiais. Mas, isso precisa



mudar porque hoje as maiores ameaças à segurança nacional não são os exércitos estrangeiros ou os ataques terroristas, e sim a condição precária de nosso planeta.

Precisamos entender que a segurança nacional depende principalmente de fatores econômicos, demográficos e ambientais (que não podem ser solucionados pelos exércitos). Quando falamos de segurança, precisamos discutir:



O uso e abuso de recursos naturais não renováveis (como combustíveis fósseis, metais e minerais). No curso da história e mesmo ainda hoje, a extração desse tipo de recursos tem causado sérias violações de direitos humanos, corrupção de governos e até mesmo guerras civis e rivalidades entre os países.

Foto: <http://www.protegeonslaterre.com/energie-fossile.html>



O uso e abuso de recursos naturais renováveis (como água, florestas, terras cultiváveis e áreas de pesca). É possível que as disputas pelos recursos naturais fiquem ainda mais exacerbadas em função de seu esgotamento e por causa da poluição, do crescimento populacional e dos impactos das mudanças climáticas.

Cultivo de soja na Amazônia. <http://jadoncel.blogspot.com.es>



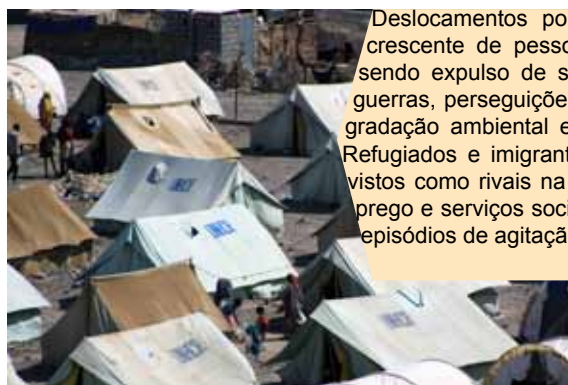
Desemprego. Quando um grande número de adultos e jovens tem diante de si perspectivas econômicas precárias e salários insuficientes para se estabelecerem e sustentarem uma família, o descontentamento pode acabar se traduzindo em inquietação social.

Passeata contra desemprego e cortes sociais no País Basco. Foto: <http://www.cgt-lkn.org/bizkaia/?m=201106>



Desastres naturais, cada vez mais frequentes e devastadores, que podem afetar a segurança humana, agravando a pobreza e aprofundando a desigualdade, a inquietação e crises políticas.

Um "tsunami" invade a cidade japonesa de Miyako em 11 de março de 2011. Foto: Mainichi Shimbun/Reuters



Deslocamentos populacionais. Um número crescente de pessoas no mundo todo está sendo expulso de suas terras por causa de guerras, perseguições, desastres naturais, degradação ambiental e problemas econômicos. Refugiados e imigrantes podem acabar sendo vistos como rivais na luta por terra, água, emprego e serviços sociais, o que pode acarretar episódios de agitação social e violência.

Campo de refugiados etíopes e somalis em Al Kharaz, Iêmen. Foto de Rocco Nuri, em <http://blog.mondediplo.net/2010-12-20-Migrants-oublies-du-Yemen>

Sendo assim, não seria melhor usar o 1,5 bilhão de dólares destinado anualmente a gastos militares e investir essa quantia na solução de problemas ambientais e sociais? Essa mudança protegeria as pessoas melhor que o maior arsenal nuclear, e além disso, criaria novas oportunidades econômicas e condições para o aprimoramento das relações diplomáticas entre os países.

Batalhar por políticas que promovam a igualdade e/ou impeçam violações dos direitos humanos é um modo inteligente de investir em segurança interna. Com esse posicionamento, é possível evitar conflitos sociais, crimes e instabilidade.

Cidades do futuro

Imagine uma cidade que só usa energia renovável... Onde a maioria dos percursos é feita por veículos elétricos sobre trilhos, de bicicleta ou a pé... Onde um prédio movido a energia solar é ocupado por diversas empresas ecológicas, os agricultores locais vendem seus produtos orgânicos frescos para a feira local... Onde pais e mães se encontram em parques e jardins enquanto seus filhos brincam sem medo porque não há carros na rua... Isso parece um sonho? Na verdade, essa cidade existe: ela se chama Vauban e fica em Freiburg, Alemanha.



Vauban, Alemanha, é uma nova ecocidade, com 5 mil habitantes.



Foto: <http://www.iclei-europe.org>

Se é verdade que queremos melhorar as coisas, os automóveis devem desaparecer das cidades e elas devem instalar painéis solares, usinas eólicas e hortas em parques e áreas verdes para produzir boa parte da energia e cultivar a maior parte dos alimentos que precisam.



Foto: <http://www.livingsmart.org.au>

Diversas políticas governamentais poderiam ajudar as cidades a ir pelo caminho da sustentabilidade (com regulamentos, incentivos fiscais, investimentos em inovação, pesquisa e desenvolvimento, planejamento adequado, educação da população etc.). As políticas que desestimulam o uso do automóvel são o melhor exemplo. Muitos países estão implantando

programas desse tipo. Por exemplo, em Perth, na Austrália, as famílias que participam do programa *LivingSmart* (“Vivendo com Inteligência”) estão fazendo mudanças imediatas e radicais (como a substituição de lâmpadas ineficientes, instalação de painéis solares, sistemas de aquecimento solar de água e sistemas de reciclagem de água suja).

É possível! É necessário! Vamos fazer um novo projeto para nossos bairros e impulsionar o modo de vida sustentável. Vamos fazer que nossas cidades e seus habitantes vivam com pegada ecológica menor ou sem nenhuma pegada!



Com o programa *LivingSmart* em Perth, Austrália, cada família evita a emissão de 1,5 tonelada de dióxido de carbono e economiza até 10% em contas de gás, eletricidade, água e gasolina.

Reinventar os serviços de saúde

Você já deve ter ouvido o ditado: “Melhor prevenir do que remediar”. Isso vale para todo o sistema de saúde. A resposta aos problemas de saúde da sociedade tem focado no alívio de sintomas e na cura de doenças. É inegável que houve avanços importantes nesse sentido e que a descoberta de antibióticos e antissépticos (para prevenção de doenças) salvou a humanidade de doenças persistentes ao longo da história, possibilitando um aumento notável na expectativa de vida das pessoas.

Porém, nos últimos sessenta anos, surgiram novas infecções que não são causadas por bactérias, vírus ou outros micro-organismos, e sim pela poluição ambiental e por fatores ligados a estilos de vida, tais como dietas deficientes e falta de exercício.



©Grant Cochrane, freedigitalphotos.net



©sdmania, freedigitalphotos.net

As duas formas clássicas de cura (cirurgia e remédios) não resolvem os novos problemas de envelhecimento e estilo de vida. Esses aspectos precisam ser tratados por meio de prevenção, ou seja, com mudanças no estilo de vida – desde melhoras em nossas dietas e a prática de atividade física até o esforço para diminuir a ingestão de cigarro e álcool.

A maior parte dos principais fatores que contribuem hoje para a mortalidade global pode ser evitada. A Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que a desnutrição infantil e a materna causam um prejuízo de 200 milhões de “anos de vida”, seguida pela inatividade física e pela obesidade (150 milhões de anos de vida), sexo não seguro (80 milhões de anos de vida) e tabagismo (50 milhões de anos de vida).



Nos Estados Unidos, se a epidemia de obesidade continuar crescendo, as crianças de hoje serão a primeira geração na história do país a viver menos que os pais.



Em Cuba, as taxas de diabetes e obesidade tiveram queda acentuada após o embargo comercial imposto pelos EUA na década de 1960. A causa foi o acesso limitado a alimentos calóricos e não saudáveis e a pouca oferta de transporte mecanizado.

Obesidade infantil, um dos 10 principais problemas de saúde de hoje entre os jovens. Foto: <http://www.toptenz.net/top-10-issues-facing-our-youthtoday.php/childhoodobesity>



Em muitos países, a obesidade passou a ser a regra, causando doenças como diabetes, hipertensão e artrite.

Por que não se investem mais recursos para um esforço de mudança de estilos de vida, impedindo assim que mais pessoas fiquem doentes? Talvez seja porque, de um ponto de vista financeiro, ao contrário das doenças, a prevenção não é muito lucrativa.

Os serviços sociais desempenham um papel importante na prevenção de doenças. Felizmente, tanto nos países em desenvolvimento quanto nos industrializados, programas sociais inovadores, mais eficazes e competentes estão sendo implantados, como, por exemplo, a agricultura social ou a transferência condicionada de renda. No capítulo final desta publicação você saberá mais sobre o que esses e outros programas proporcionam.

O orçamento global para a área de saúde deveria incluir uma fatia maior para a educação em saúde. Vale a pena destacar que a falta de informação é o principal fator de óbitos no mundo.

DIREITOS DA TERRA

Será que a Constituição de todos os países deveria reconhecer os Direitos da Terra? Será que a lei é capaz de criar uma relação benéfica entre os humanos e o restante da natureza?



Hoje, quase nunca os sistemas jurídicos incorporam os direitos dos sistemas da Terra. Essa é uma das causas fundamentais da destruição ambiental, pois os sistemas jurídicos são concebidos para perpetuar a dominação do homem sobre a natureza em vez de promover uma relação mutuamente benéfica.

Porém, os legisladores estão começando a reconhecer que o bem-estar humano é o resultado do bem-estar dos sistemas da Terra que nos sustentam. Nos dias de hoje, um dos desdobramentos mais fascinantes da lei é o surgimento, em diversos continentes, de iniciativas que promovem uma mudança fundamental nos sistemas jurídicos da humanidade. Todas essas iniciativas defendem uma postura conhecida como Direitos da Terra. De acordo com essa filosofia, as sociedades humanas e o progresso só serão viáveis se forem regulados

como parte de uma comunidade mais ampla da Terra e se isso for feito de uma maneira condizente com a lei ou com os princípios fundamentais que regem o funcionamento do universo.



A nova Constituição do Equador reconhece que a natureza tem direitos que devem ser respaldados pela lei. Ela defende que a harmonia entre bem-estar e natureza (a vida boa ou *sumak kawsay*) é o objetivo principal da sociedade.

Parque Nacional de Yasuní, declarado Reserva de Biosfera pela UNESCO em 1989. Foto: <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com.es/2011/08/parque-nacionalyasuni-ecuador.html>

Os sistemas jurídicos não protegem a comunidade da Terra, em parte porque eles refletem a crença predominante de que os humanos são superiores e estão separados dos demais membros do planeta e, em parte, porque julgam que a função básica da Terra é fornecer recursos naturais para o consumo humano.



6. A mídia

Você alguma vez parou para pensar se a mídia afeta seu modo de pensar, suas crenças ou seus desejos? Na realidade, é provável que isso já tenha ocorrido, porque a mídia é uma ferramenta muito eficaz para moldar culturas por meio da influência sobre o comportamento e os ideais das pessoas. A mídia vem sendo usada para disseminar um modelo cultural de consumismo. **E o que aconteceria se virássemos a mesa?**

Marketing Social

Se há sessenta anos os especialistas em marketing conseguiram redirecionar valores e comportamentos de massa em um período de tempo relativamente curto, por que não podemos fazer o mesmo hoje? Poderíamos usar os princípios deles, mas, em vez de vender um produto, poderíamos promover um novo conjunto de valores, novos estilos de vida sustentáveis, grandes mudanças políticas etc.

De acordo com alguns especialistas, o marketing social deveria basear-se nas pessoas e nas histórias humanas, e não em fatos e informações objetivas. Isso porque, ao que tudo indica, as mudanças em nosso modo de ser, em nossa identidade ou em nosso comportamento não se baseiam em informações (motivos e argumentos), e sim na influência de casos que nos tocam emocionalmente.

Nos últimos anos, esse enfoque tem sido muito aplicado no campo da saúde pública, que tem usado as novelas do rádio e da televisão com um resultado muito mais positivo do que outras formas de educação em saúde pública.



Em 2008, o gasto com publicidade no mundo superou 643 bilhões de dólares.

Atualmente, de cada mil dólares gastos em marketing, apenas US\$ 1 é dirigido à veiculação de comerciais que incentivam a saúde pública, sendo que apenas uma fração desse valor vai para questões de sustentabilidade.



Monte Vinson, Antártica. <http://www.flickr.com/photos/350org>

A lição do marketing social ainda não foi implementada de forma adequada no sentido de trazer respostas às questões ambientais mais urgentes. Hoje, os esforços ainda são apenas no sentido de disponibilizar dados. Precisamos ir além de fatos e informações e incorporar o apelo emocional porque, quando se trata de agir, as pessoas nem sempre se guiam por critérios racionais.

Pense em você mesmo. Não é verdade que você tem na ponta da língua um monte de informações sobre os efeitos negativos das mudanças climáticas? Isso fez com que você mudasse seu comportamento de alguma forma? Talvez sim, mas, na maioria dos casos, a resposta é não.

Mas, vamos examinar de perto uma iniciativa de sucesso, como a da *350.org*, que conseguiu organizar algumas ações criativas (como esquiadores descendo um glacial em processo de derretimento, mergulhadores participando de manifestações subaquáticas...). Além de convencer alguns políticos de sua mensagem (reduzir as emissões de carbono em

Na África do Sul, o seriado *Tsha-Tsha* atraiu 1,8 milhão de telespectadores. Aqueles que assistiram ao programa passaram a se cuidar mais para evitar a contaminação por HIV, por exemplo, optando por abstinência ou por sexo seguro.



Na Tanzânia, 40% dos novos usuários de serviços de planejamento familiar oferecidos em clínicas públicas buscaram o atendimento porque ficaram sabendo sobre os serviços pelo programa de rádio *Twenda na Wakata*.



80% antes de 2050), essa ideia serviu de inspiração para que milhares de pessoas no mundo todo se unissem e se comprometessem a agir contra as mudanças climáticas.

Pelo site da *350.org*, o total de envolvidos já se expandiu, passando a incluir jovens de várias partes do mundo. Em 24 de outubro de 2009, eles empreenderam mais de 5.200 ações em 181 países. De acordo com o canal de TV CNN, “foi o dia mais sensacional de ação política na história da humanidade”.

A vantagem que temos hoje em comparação com a década de 1950, quando a televisão ainda era uma novidade e apenas alguns dominavam os recursos audiovisuais, é que entramos na era das redes sociais. Esta é uma era em que a conectividade cresce exponencialmente, é um tempo caracterizado pelo livre fluxo de informações, com custos de distribuição baixíssimos. Se aliarmos as principais lições de marketing do passado às oportunidades da atual revolução da mídia, teremos o potencial para provocar mudanças imensas e empurrar o mundo para um futuro sustentável.

Educação para as mídias

Você já está imunizado contra as falsas promessas implícitas nas propagandas? Você sabe ler nas entrelinhas ocultas das mensagens, que ficam nos tentando com imagens perfeitamente coreografadas e retocadas? Você enxerga em que ponto eles querem nos enganar e como isso é feito?

De modo geral, os consumidores não sabem que as imagens são retocadas digitalmente, não estão acostumados a parar e pensar por que é tão difícil transformar em realidade todas as vantagens emocionais prometidas pelos anúncios na indústria do consumismo. A imunização contra os métodos de persuasão da indústria publicitária é um passo importante rumo a práticas culturais sustentáveis. É essencial assistir televisão, ler revistas, ir ao cinema e navegar na Internet com olhar crítico, encarando-os como uma paisagem audiovisual sem controle, domina-



Contrapropaganda feita por consumehastamorrir.com (Consumir até morrer) e Ecologistas em Ação.

da pela indústria publicitária. Isso é o que chamamos de educação midiática.

As imagens têm um enorme poder de convencimento, mais do que palavras. Se um anúncio dissesse, “quem bebe Coca-Cola é magro, bem aceito e está sempre feliz”, não daria para acreditar muito na mensagem. Mas, uma propaganda com um grupo de pessoas lindas bebendo Coca e se divertindo produz um impacto muito maior na sociedade porque cria uma sensação de identidade grupal e que você está no lugar certo. Nosso subconsciente capta as

mensagens: “Quero ser como eles, preciso beber Coca!”.

É importante ser crítico não apenas em relação à indústria publicitária, mas também em relação ao noticiário. À primeira vista, ele parece ser objetivo, mas na realidade, tem enorme poder de manipulação. Vamos considerar, por exemplo, um programa que foi ao ar em 2006 pela WTOK-11, em Mississipi (EUA), em que dois cientistas “renomados”, um meteorologista e um oceanógrafo, afirmavam que a conexão entre a recente temporada de furacões e as mudanças climáticas era só “conversa mole”. O que eles não disseram é que o programa foi patrocinado pela empresa petrolífera Exxon Mobil. Poucos telespectadores reconheceriam que o programa não se apoiava em argumentação científica e que havia sido concebido para atender a interesses políticos e econômicos dos lobistas do setor de petróleo – na verdade, os redatores e financiadores do programa. Fique ligado nos interesses econômicos que podem estar por trás das notícias!



Contrapropaganda feita por consumehastamorrir.com (Consumir até morrer) e Ecologistas em Ação.

No mundo todo há uma movimentação em favor de uma postura educativa crítica diante dos audiovisuais. Esse movimento inclui ativistas comunitários, profissionais liberais, pessoas engajadas na reforma da mídia e educadores.



Fotomontagem com duas imagens mostrando o processo de maquiagem e retoque com ajuda de Photoshop usados em anúncios publicitários. Da “Campanha Dove pela Real Beleza” para o Fundo Dove de Autoestima.: <http://youtu.be/qhib8XiDc9Y>

Por que não dar um passo adiante? Ir além de apenas ser crítico e escapar das centenas de anzóis que a mídia joga para nós o tempo todo... Como diz a professora de audiovisual Deedee Halleck: “Não assista TV. Faça TV!”. Se entendermos que

a mídia é o meio pelo qual as pessoas se comunicam, compartilham conhecimento e criatividade com um público global, todos podem ser um meio de comunicação! Use sua câmera e faça uma apresentação. Aproveite o YouTube e o poder viral

das redes sociais. Cada um de nós tem condições de divulgar mensagens, histórias humanas e outras narrativas criativas que podem servir de antídotos potentes ao consumismo, buscando o caminho da sustentabilidade.

Música para mudança

A música é muito poderosa porque nos emociona. Por isso, tem uma capacidade tremenda de incentivar a participação social. Historicamente, o poder de comunicação da música tem criado conexões e ajudado a reunir pessoas em torno de uma identidade e de um objetivo. A música ainda hoje é usada como meio de conectar valores, heranças e preferências culturais de uma população, com o objetivo de promover mudanças comportamentais.

Em nossa era, caracterizada pela mídia digi-

tal, existem cada vez mais oportunidades para registrar, compartilhar e usar a música para mobilizar mudanças. A tecnologia facilitou o acesso à música, e isso tem permitido que artistas independentes publiquem seu trabalho na Internet, possibilitando que os fãs compartilhem arquivos e letras e se reúnam em comunidades virtuais por redes sociais como o Facebook e o Twitter. A música pode também desempenhar um papel significativo no incentivo à sustentabilidade, pela educação e pelo entretenimento.

Na década de 1980, alguns músicos começaram a chamar a atenção para causas humanitárias, organizando grandes shows de enorme repercussão. Mais recentemente, a Internet possibilitou que apresentações desse tipo tivessem um alcance internacional. Em 2007, por exemplo, a série de shows *Live Earth* estendeu-se por 24 horas em todos os continentes. Entre os artistas participantes estavam Madonna, The Police e Snoop Dogg. Desde então, o *Live Earth* passou a ser uma “campanha anual para impulsionar pessoas físicas, empresas e governos a tomarem medidas que solucionem a crise climática”.

Outra forma de educar as pessoas é mudando o modo como essas turnês acontecem, pois elas costumam fazer uso intensivo de recursos naturais e emitir níveis elevados de gases de efeito estufa. Os principais festivais têm tentado cada vez mais minimizar o impacto que causam no meio ambiente, reduzindo emissões de carbono e dejetos.



Pôster do show de 2007. <http://inhabitat.com/live-earth-today/>



Durantes seus shows, o Festival de Glastonbury (Inglaterra) incentiva o uso de transporte público, o plantio de cercas vivas, a redução de dejetos, o uso de energia solar e de tratores movidos a biodiesel.



No Japão, o programa infantil *Ecogainder* é um sucesso. O programa é sobre um grupo de super-heróis ambientalistas que reforçam a mensagem com uma música fácil de decorar.

Embora a música possa ser uma ferramenta potente para mobilização, seu poder reside nas pessoas que criam, promovem e usam um movimento ativo para a sustentabilidade. Como observado por Steve Howard, fundador da campanha *Together*, “quando a música termina, todos nós precisamos começar a agir”.

7. O poder dos movimentos sociais

Se existe uma força capaz de mudar pacificamente a história, são os movimentos sociais. Da abolição da escravidão ao sufrágio feminino e a independência das colônias, os movimentos sociais mudaram a história de modo definitivo e estimularam a evolução cultural. São as pessoas que fazem o mundo ser como ele é, logo, podemos mudá-lo. Podemos

organizar e canalizar o poder dos movimentos sociais para cultivar os valores e comportamentos da sociedade. Precisamos ser os líderes dessa mudança. Na realidade, já existem diversos exemplos de movimentos sociais engajados na rejeição ao consumismo e comprometidos com a sustentabilidade. Vamos dar uma olhada em alguns deles:

Manifestação na Praça Tahir, Cairo, no Egito. As insurreições populares da “Primavera Árabe” abalaram as bases de diversos regimes autoritários no norte da África nos últimos anos. Foto: <http://elkioscoblogger.wordpress.com/2011/12/27/recuento-2011-la-primavera-arabe/>

É fundamental entendermos o que, de fato, é importante, qual o significado de “menos é mais” e de “viver bem” e nos perguntarmos: afinal de contas, de onde vem a felicidade?



MENOS É MAIS

O que é realmente importante na sua vida? O que faz você feliz? Pelo que devemos nos esforçar? Muita gente questiona se a coisa mais importante na vida – como somos levados a acreditar – é dinheiro ou posses materiais. De fato, está provado que depois de um determinado ponto, ter mais dinheiro não faz as pessoas mais felizes.

É óbvio que as pessoas precisam de certo nível de renda, mas o desejo de ter mais faz com que não valorizemos as coisas importantes, como amizade, família e a comunidade.

Muita gente hoje em dia está optando por uma nova postura, um modo de vida mais simples e, ao mesmo tempo, mais pleno, mais relaxado e mais intenso, com maior participação comunitária e menos materialista. Você já ouviu falar em simplicidade voluntária?

Simplicidade voluntária é uma antiga filosofia que defende o distanciamento das posses e da ganância para que possamos ter uma existência com mais sig-

nificado. Ela é a favor de que se estabeleça um limite para a riqueza externa e se abra espaço para a riqueza interior. Atualmente, a simplicidade voluntária é um movimento vigoroso que favorece a sustentabilidade e a felicidade em uma sociedade pós-consumismo.

Em termos práticos, a simplicidade voluntária equivale a menos consumo. Isso contribui para seus adeptos se sentirem mais realizados, porque passam a ter mais tempo para estar na natureza e se sentirem mais satisfeitos, seguros e equilibrados. Em outras palavras, essas pessoas se liberam do supérfluo com a finalidade de ter mais tempo para aquilo que interessa de verdade.

O movimento da simplicidade voluntária cultiva um estilo de vida baseado em relacionamentos, amor e bem comum. Nessa concepção, a superação do individualismo exagerado imposto pelo consumismo, que trouxe danos tão sérios à sociedade, ao clima e a nossas vidas privadas, é considerada primordial. É por esse motivo que a simplicidade voluntária proclama que o fortalecimento de um senso comunitário é essencial. Por exemplo, “o fortalecimento comunitário” (consolidação dos vínculos de seus integrantes) não só dá voz ativa ao coletivo e nos permite trabalhar juntos para alcançar objetivos comuns, como também permite que esses relacionamentos nos façam viver melhor, porque nos proporcionam confiança, amizade e entretenimento (ou será que você preferiria ficar sozinho assistindo TV?)

Ter relacionamentos de afeto é o que nos faz felizes. É por isso que, acima de tudo, a simplicidade voluntária significa maior segurança, felicidade e alegria.

No mundo todo, estão surgindo práticas que contestam o consumismo e criam culturas pós-consumismo. Alguns exemplos são mostrados abaixo:



Slow Food®

O movimento *Slow Food* (“Comer sem Pressa”) teve início em 1986 como uma reação contra a abertura de uma lanchonete McDonald’s em uma praça de Roma. Esse fast food passou a ser a representação física da agressão contra uma cultura de alimentos locais, saudáveis e sustentáveis. Desde então, o *Slow Food* tornou-se um movimento mundial presente em 132 países, contando com mais de 100 integrantes. Eles trabalham para promover “alimentos bons, limpos e justos” e transformar culturas por meio dos alimentos.

Depois do *Slow Food*, começaram a surgir desdobramentos em outras áreas como sexo, saúde, trabalho, educação e lazer, e todas elas acabaram incorporando conceitos do movimento Slow (“sem pressa”).

A expressão culminante da influência do *Slow Food*, iniciado na Itália com o objetivo de combater o ritmo de vida frenético, ficou clara no movimento chamado Cittaslow (“Cidades sem Pressa”) – hoje uma extensa rede

internacional. Os municípios que o compõem prometem lutar contra a homogeneização, criando espaços que favoreçam um desenvolvimento mais lento. Por exemplo, eles estimulam as pessoas a se encontrar em praças e outros espaços públicos (para passar o tempo jogando, batendo papo etc.), fomentam a produção local de alimentos e negócios de artesanato e incentivam menos uso de automóvel.



2008-023P © IN/KC/IN/CT Cartoons www.in/kc/in/ct.com.au

A influência do movimento Slow Food foi mais perceptível na Europa do que em outros países, embora ele tenha se expandido por todo o globo. Não ter pressa é possível!

O movimento “Cidades em Transição” é outra iniciativa na mesma linha, porém com um foco diferente. As cidades em transição são comunidades criadas intencionalmente com a finalidade de opor resistência social e econômica a problemas cada vez mais graves, como escassez de recursos

naturais e mudanças climáticas.

Essas comunidades priorizam uma melhoria da qualidade de vida de seus habitantes, tendo por referência maior sustentabilidade, por exemplo, com redução do uso de petróleo. Como elas fazem isso? Abandonando o uso do automóvel? Bem, não só isso. Você sabia que quase tudo o que compramos requer o uso de derivados de petróleo, em todos os aspectos, desde a fabricação até o transporte e a comercialização? Logo, existem inúmeras formas para se reduzir o consumo. Nas cidades em transição, os vizinhos colaboram para comprar alimentos e outros itens produzidos localmente; eles têm motivação recíproca para participar de projetos como uso de moeda local, permuta de ferramentas, caronas, hortas comunitárias e feiras com produtos vendidos diretamente pelo produtor. Todos esses projetos precisam da colaboração e do apoio de outros e criam um substituto para a competição e a cultura de consumo.



Manifestação em Barcelona, “Nossa comida ou os benefícios deles” (15/10/2011) © hortdignebcn.



Instalação de painéis de energia solar em Totnes. Foto: <http://www.transitiontowntotnes.org>

Totnes (Inglaterra) é uma das cidades em transição mais conhecidas, mas existem outras no Reino Unido, na Austrália, nos Estados Unidos, no Japão e no Chile, entre outros países.



Compra feita com moeda local no mercado local de Totnes. <http://www.transitiontowntotnes.org>

ECOVILAS

Outro conceito semelhante é o das ecovilas. Ecovilas são como uma experiência para pesquisa, educação e comprovação de que a qualidade de vida pode ser mantida, e até mesmo melhorada, com redução significativa da produção e do consumo de recursos.

Existem dois tipos de ecovilas. Nos países industrializados, elas são comunidades criadas propositalmente, com base em valores e objetivos concretos em relação à sustentabilidade. Nos países em desenvolvimento, elas são cidades menores que sempre foram sustentáveis e desejam manter seus valores tradicionais e traços culturais distintos e recuperar o controle sobre um futuro econômico delineado pela globalização econômica. Juntas, essas duas modalidades formam a Rede Global de Ecovilas.

As ecovilas ressaltam que o acúmulo de bens materiais não tem nada a ver com o bem-estar individual. Em uma ecovila, ninguém tenta aumentar a própria renda. Nessas comunidades, tudo é concebido e planejado com o objetivo de reduzir o uso energético e o consumo de materiais.

Nas ecovilas o aluguel é baixo, mas a qualidade de vida tende a ser alta...sem dúvida, muito mais alta do que em outras comunidades com aluguel igualmente baixo. Por quê? Bem, porque elas criam e valorizam outros tipos de “capital”, acima de tudo, “capital social” ou riqueza social. Alguns exemplos de capital social são: relações humanas consistentes, identificação com o grupo e busca por objetivos em comum, mas, o mais importante é o fato de que o trabalho não é apenas um meio para um fim, e sim uma parte prazerosa da vida (porque ele produz coisas úteis para cada um, para a

À medida que o mundo tenta fazer a transição para uma sociedade global rica, diversificada e sustentável, é provável que a experiência das ecovilas seja uma importante fonte de informações e inspiração.

comunidade e para o meio ambiente e porque o trabalho feito pelas pessoas é remunerado de modo justo).

Além do mais, o modo de vida dos residentes de ecovilas não é apenas bom, é sustentável também. Diversos estudos recentes confirmam que o impacto ambiental das ecovilas é muito menor do que o das comunidades convencionais.

As emissões per capita das ecovilas Sieben Linden e Kommune Niederkufungen são 28% e 42% (respectivamente), mais baixas do que a média nacional na Alemanha.



Sieben Linden hoje produz localmente 70% dos alimentos consumidos. Foto: <http://farewellburt.wordpress.com/pilots-pages/95a-sieben-linden-ecovillage-germany/>

Na região norte de Nova York, o consumo energético da ecovila Ithaca é mais de 40% inferior ao da média dos Estados Unidos.



Foto e mais informações: <http://ecovillageithaca.org/evi/>

Você gostaria de saber mais sobre as ecovilas e como elas funcionam aplicando a sustentabilidade na prática? Na década passada, as ecovilas promoveram inúmeras iniciativas educacionais. A imersão nesses laboratórios estimulantes pode ser uma experiência profunda e transformadora na vida de estudantes, porque eles vivenciam concretamente a relação dinâmica entre valores, estilos de vida e estruturas comunitárias.

Poder à imaginação

Bom, você não tem vontade ou não pode viver em uma ecovila ou em uma cidade em transição, mas, será que você gostaria de se organizar com mais pessoas e fazer algo para combater o consumismo e lutar pela sustentabilidade? Algumas ideias mais ou menos inusitadas, mas divertidas, podem te ajudar a colocar o consumismo em xeque:

Por exemplo, você pode participar do “Dia sem Compras”. Todo ano, no final de novembro, pouco antes do início da temporada de festas, comemora-se o “Dia sem Compras”. Esse dia chama a atenção para a moderação e a reflexão sobre os hábitos de compra. Para marcar essa data, cidades do mundo todo em mais de 65 países promovem atos de conscientização e mobilização e, quanto mais originais, melhor. Se você quiser mais informações sobre o assunto, consulte o guia dessa iniciativa em: <http://www.adbusters.org/campaigns/bnd>

Outra ideia criativa que encontramos nos EUA é “O Compacto”, uma campanha em que os participantes concordam em passar um ano sem comprar nada novo. Os integrantes do pacto só podem comprar roupa íntima, comida e produtos de saúde e de segurança, como fluido para freios e papel higiênico. Durante um ano, os integrantes do “Compacto” também só podem comprar em lojas de segunda mão. Eles podem ainda permutar ou simplesmente dividir com outros os produtos que quiserem. O lixo de uns é o tesouro de outros!

Outros acabam adotando o “freeganismo”, que, entre outras coisas, passa por buscar no lixo alimentos e itens descartados que ainda estejam em perfeitas condições de uso. Eles também saem em busca de sobras de colheitas não aproveitadas pelos agricultores, apanham alimentos na natureza, fazem hortas urbanas ou ocupam prédios vazios.

Está sem dinheiro para viajar? Outro movimento que é atraente, sobretudo para os jovens, é o *couch surfing*, que possibilita viagens mais baratas graças à oferta de lugares gratuitos postados na Internet. Em agosto de 2011, o movimento *couch surfing* totalizava 3 milhões de membros em 249 países.

Outra ação do gênero é o *woofing* (Oportunidades em Fazendas Orgânicas ao Redor do Mundo), em que as pessoas trabalham em fazendas orgânicas em troca de hospedagem completa.



O *woofing* pode ser praticado com crianças. Foto: <http://www.woofinternational.org>

A simplicidade voluntária é uma prática, uma filosofia e um meio para mudança social, que pode contribuir para a transformação da cultura de consumo e ajudar as pessoas a aprender que menos é mais.

Decrescimento

Todas essas iniciativas podem se enquadrar no chamado movimento de “decrescimento”. Esse movimento almeja uma sociedade radicalmente diferente: uma sociedade pautada pela sustentabilidade e aproximação, por exemplo, com a realocação da produção e do consumo. De acordo com Serge Latouche, um dos ideólogos do movimento: “Em um mundo em decrescimento, as pessoas passarão menos tempo trabalhando e mais tempo aproveitando a vida. Elas

não consumirão tanto, e o consumo será melhor porque não produzirá tanto lixo; elas reutilizarão e reciclarão mais porque entenderão que as consequências de seus atos deixarão pegadas ecológicas sustentáveis. As pessoas encontrarão felicidade nas relações humanas e viverão em aconchego e não mais sob a eterna pressão para acumular continuamente produtos de consumo. Tudo isso implica repensar a sério os atuais conceitos de realidade e exige grande



Mais informações sobre o dia e a foto podem ser encontradas na publicação que promoveu a iniciativa em: <http://www.adbusters.org/campaigns/bnd>



Alimentos em bom estado apanhados em um lixo em Sussex, Inglaterra, por um ativista do “freeganismo”. Foto: <http://mylionsden.blogspot.com.es/2009/07/freeganism.html>

imaginação, mas as realidades ecológicas que já estão mudando por certo trarão a inspiração necessária”.

Um sonho?? Se não sonharmos, não evuiremos! Precisamos lutar por nossos sonhos. Como diz um dos slogans do movimento dos “Indignados”, na Espanha (*Los Indignados* ou Movimento 15-M): “Se vocês não nos deixarem sonhar, nós não deixaremos vocês dormirem!”.

LEMBRE-SE!

Será que o *homo sapiens* é realmente uma espécie inteligente? Vamos ter que provar isso. ... O caminho é incerto, não temos GPS, mas mudar o curso de nossas vidas é possível! (E, não se engane... é uma necessidade!)

A seguir apresentamos algumas ideias centrais examinadas nesta publicação. Esperamos que você tenha se contaminado com o vírus da rebelião: o desejo de se juntar à rede global de pioneiros culturais que estão contestando o consumismo e experimentando soluções sustentáveis.

Existem muitas frentes em que podemos agir. Não se preocupe, não precisamos participar de tudo; qualquer mudança mínima, como as pequenas coisas que fazemos em nossa vida cotidiana, é valiosa. O que conta é a união! Juntos, podemos fazer isso!

O consumismo:

- ☹ foi imposto a nós
- ☹ não nos faz felizes
- ☹ está destruindo o planeta

Se transformarmos nossa alimentação, podemos transformar o mundo!

- ☹ É melhor comprar produtos frescos, orgânicos, produzidos localmente e sem embalagem
- ☹ As dietas com muita carne não são saudáveis e, além disso, fazem muito mal ao planeta e ao clima

Precisamos “desaprender” muitas coisas, inclusive o sistema educacional.

Queremos que você nos ajude, sendo crítico, criativo e capaz de agir em um mundo incerto que precisa ser reinventado.

Não vamos nos enganar! Embora queiram que acreditemos o contrário, o crescimento econômico infinito:

- ☹ não é possível porque a capacidade física dos ecossistemas da Terra é limitada.
- ☹ NÃO é necessário, nem sequer desejável, porque isso nem sempre significa que vamos viver melhor.

Podemos viver melhor com menos dinheiro. Precisamos reinventar nossas vidas, colocar um fim no consumo supérfluo e cultivar nosso próprio alimento (até na varanda!). Vamos usar nosso tempo livre com coisas que realmente nos satisfazem, como relacionamento com os familiares e amigos, contato com a natureza, envolvimento em movimentos sociais...

A simplicidade voluntária permite que as pessoas vivam de maneira simples (com poucos bens materiais), **mas com mais plenitude** (mais segurança, mais paz, mais alegria e felicidade). O apoio mútuo é mais potente do que qualquer seguro.

Poderíamos recorrer a uma ajuda divina: as religiões do mundo podem contribuir para que as pessoas redescubram os benefícios da simplicidade voluntária.

As empresas também podem fazer diferença. Se elas priorizarem suas atividades no sentido de “curar o futuro”, melhorando a qualidade de vida dos indivíduos e a saúde do meio ambiente em vez de incentivarem o consumismo, a economia global poderia impedir uma catástrofe.

Mais do que nunca precisamos que empreendedores sociais (como associações, parcerias, cooperativas etc.) lancem iniciativas inovadoras que respondam aos problemas socioambientais, oferecendo à sociedade produtos ou serviços que promovam mudança cultural.

Precisamos redistribuir o trabalho, de modo que menos gente fique desempregada e os trabalhadores tenham mais tempo livre.

Nossos governos precisam ser mais corajosos e criativos. É mais do que urgente que eles trabalhem no sentido de garantir:

- ☹ Cidades e municípios planejados para pessoas, não para carros!
- ☹ Mais políticas de igualdade e de redistribuição da riqueza e menos guerras
- ☹ Uso racional e sustentável de recursos naturais renováveis (como água, florestas, terras cultiváveis e áreas de pesca) e recursos naturais não renováveis (petróleo, carvão, gás, minerais e metais)
- ☹ Uma mudança no modelo energético para torná-lo mais limpo e apoiado em fontes renováveis
- ☹ Estímulo a mudanças comportamentais benéficas à nossa saúde.

A propaganda quase sempre nos engana de forma sutil ou, às vezes, ostensiva mesmo. Precisamos nos proteger de falsas promessas.

Precisamos adotar uma postura crítica em relação a tudo o que vemos e ouvimos na mídia (ou você se deixaria ser manipulado por interesses ocultos?)

União é força. Organize-se e acelere a mudança!

As ecovilas, as cidades em transição, o 350.org e o movimento Slow são exemplos da variedade de iniciativas inovadoras no mundo todo em que as pessoas participam individual e coletivamente para derrubar o regime do consumismo e abrir caminho rumo a uma sociedade pós-consumismo baseada no respeito pelas pessoas e pelo planeta Terra.

... **VOCE VEM COM A GENTE?**