

Dialética entre a produção e o consumo: uma análise histórica das mudanças ideológicas e a ascensão do consumo sustentável

Mariana Marinho da Costa Lima Peixoto
Aurélio Lamare Soares Murta
Eduardo Camilo da Silva
Adelaide da Cruz Santos
Julianna Barcelos de Carvalho

Resumo:

Os grandes avanços tecnológicos e as transformações ocorridas nas esferas social, cultural e econômica entre os séculos XVIII e XXI com o advento da globalização foram responsáveis por alterar consideravelmente as estruturas, modelos e ideologias até então vigentes e influenciar diretamente nos hábitos e comportamentos de consumo da população mundial. Com isso, identificar e analisar tais mudanças podem trazer informações valiosas para o desenvolvimento econômico e social com foco nas gerações futuras. Através de uma revisão da literatura clássica, o objetivo do presente trabalho foi apresentar um panorama histórico das mudanças ocorridas ao longo do tempo na forma de produzir e consumir, além de analisar alguns pontos relativos à ascensão do consumo sustentável, bem como os sujeitos integrantes desse fenômeno.

Palavras-Chave: Produção, consumo, sustentabilidade, desenvolvimento sustentável.

1. Introdução

A busca por um novo estilo de vida mais sustentável faz-se cada vez mais necessária frente às mudanças globais ocorridas nos últimos anos. O que até então não era visto ou sentido, agora está presente no dia a dia das pessoas, como o aumento significativo da temperatura global, o notável acúmulo de lixo nas ruas, a falta de estrutura e infraestrutura em grandes centros urbanos, a escassez dos recursos naturais, o aumento do número de doenças relativas ao consumo de alimentos industrializados, dentre outros.

Ao serem definidas as questões de pesquisa, identificou-se que seria necessário compreender e analisar dois tópicos: “Como as organizações vem lidando com a mudança nos hábitos de consumo de seus clientes nas últimas décadas?” e “Em que sentido torna-se fundamental a adequação das empresas às demandas de seu mercado consumidor?”. Logo, o problema de pesquisa que se apresenta é: De que maneira a relação entre produção e consumo tem sido impactada pelos novos padrões sociais, culturais e econômicos? Até então, a satisfação plena das necessidades e as exigências dos consumidores cada vez maiores por conforto e alto padrão de qualidade, juntamente com um consumo desenfreado, norteavam a relação produção-consumo. No entanto, essa relação vem sofrendo fortes alterações ao longo do tempo, fazendo com que organizações, governo e indivíduo moldem suas atividades e ideologias à essas novas concepções.

Assim, o objetivo geral da pesquisa é apresentar uma visão histórica das mudanças ocorridas ao longo do tempo na forma de produzir e consumir. Além disso, o estudo tem como objetivo analisar alguns pontos relativos à ascensão do consumo sustentável, bem como os sujeitos integrantes desse fenômeno.

Com base nesse novo contexto e na relação dialética entre produção e consumo, o estudo em questão evidencia a importância da adequação das organizações à satisfação dessas novas necessidades como forma de manter a fidelização de seus clientes, sua parcela de

mercado, e, principalmente, a sua permanência em um cenário altamente competitivo. Além disso, tal estudo pode nortear as ações da sociedade em geral, fazendo com que ela se atente para a real importância de um consumo mais consciente.

2. Fundamentação Teórica

Ao longo da história da humanidade a produção e o consumo humano apresentaram grandes transformações devido ao acelerado crescimento populacional ocorrido em meio século e à diversos outros fatores sociais, culturais, econômicos e políticos.

As reflexões de Hobsbawm (2009) acerca desses fatores o levaram a afirmar que, frente a esse exponencial crescimento, os impactos tecnológicos e econômicos em escala mundial estão sendo responsáveis por colocar em risco o futuro da humanidade. Para ele, o século atual será marcado por profunda mudança e abandono de uma velha crença, onde o futuro do crescimento econômico será ilimitado à base da exaustão dos recursos naturais do planeta (HOBSBAWM, 2009)¹.

Há uma relação dialética entre a forma de produzir, o consumo e o comportamento dos consumidores. Em conjunto, eles formam um tripé, onde só há uma perfeita sustentação se todos os pilares estiverem em uma estrutura que propicie o equilíbrio entre si. O estudo dessas relações em conjunto trouxe novas concepções para o século XXI, conforme será apresentado a seguir.

2.1 A evolução da produção humana

2.1.1 Transformações históricas e implicações

Nas sociedades dos séculos XVIII e XIX, o processo de criação e produção de bens e alimentos era voltado para a própria subsistência. Orientado pela tradição e pelos costumes, o processo produtivo era inteiramente artesanal e não se buscava obter status na sociedade, ascensão hierárquica ou lucro (RAMOS, 2009).

Até o final do século XVIII, o consumo da população europeia que vivia no campo baseava-se nos recursos extraídos da natureza pelos próprios artesãos e camponeses, sem a identificação de qualquer prejuízo ao meio. Caso houvesse uma desarmonia entre a produção e as necessidades de consumo devido à escassez, os bens eram trocados ou vendidos conforme fosse mais conveniente.

Adicionalmente, com o sistema do *bota-fora*² já existente, o simples crescimento desse comércio criou condições favoráveis para um precoce capitalismo industrial (HOBSBAWM, 2009). Transformações ocorridas nos modos de produzir, consumir e comercializar também podem ser depreendidas do estudo de Polanyi (2000). Ao tratar das grandes transformações originárias dessa época, de uma perspectiva mais sociológica, ele afirma que, mesmo havendo uma domesticidade autossuficiente do camponês, iniciou-se um processo de formação de

¹ Entrevista concedida por HOBSBAWM, Eric. “Se a humanidade não mudar sua convivência mútua e com o planeta, o futuro nos preserva maus aouros”. {Jun, 2009}. Entrevistadora: Verena Glass. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://csbh.fpabramo.org.br/artigos-e-boletins/artigos/eric-hobsbawn-%E2%80%9Cse-humanidade-nao-mudar-sua-convivencia-mutua-e-com-o-plan>> Acesso em: 24 jan. 17.

² Sistema no qual o mercador compra produtos dos artesãos ou fruto do trabalho não agrícola do campesinato para vendê-los em um mercado mais amplo (Hobsbawm, 2009a).

mercados internos através da integração de grandes unidades nacionais. Como resultados disso, as trocas se intensificaram, novas necessidades surgiram e iniciou-se o processo de regulamentação da vida econômica.

Com a concreta chegada da revolução industrial, as mudanças foram rápidas, o que provocou profundas alterações no funcionamento da economia, da política e da sociedade. Ramos (2009) resume adequadamente as principais transformações ocorridas nesse período afirmando que a grande mobilidade social ocorrida entre 1800 e 1900 deu origem à formação de grandes centros industriais que, por sua vez, promoveu um deslocamento populacional ainda maior, atraídas por melhores condições de vida, e estreitou a interdependência dos Estados devido ao progresso tecnológico (RAMOS, 2009).

“Toda essa transformação tecnológica e metodológica levou a mudanças nas relações sociais de produção” (GURGEL; RODRIGUEZ, 2009), além de ter intensificado a competição entre os mercados, a concorrência e impulsionado um aumento acelerado e desorganizado das empresas, demandando maior eficiência e produtividade.

Nesse sentido, a compreensão da passagem da era artesanal para a era industrial dá-se pelo fato da sociedade identificar a necessidade de mudança de um modo de vida, decorrente de diversas transformações ocorridas nas relações de mercado amparadas por consistentes regulamentações. Como demonstra Polanyi (2000), houve uma inversão. De uma sociedade simples, tribal, feudal, camponesa e artesanal, na qual o comércio era um acessório, passou-se para uma sociedade agora complexa com novos padrões de vida, de produção e de consumo, na qual a sociedade é mero acessório.

A revolução industrial é a entrada para um mundo capitalista. A subjugação do social ao econômico, marca do modo capitalista de produzir, causou uma mudança de paradigma no modo de consumir. A necessidade de manter a existência não é mais o objetivo precípuo do consumo. Uma das consequências dessa mudança é o fato de que o homem ter adotado uma forma de consumo desenfreada, que em nada se parece com o modo pré-revolução.

Como explica Gurgel e Justen (2015), trata-se ainda de “produzir excedentes de valor de troca que se possa converter em capitais maiores que aquele investido, sem o que não há sentido de acumulação, portanto, não há sentido” (GURGEL; JUSTEN, 2015).

Adquirir apenas o necessário para manter a existência ganhou outro significado. Nesse sistema infinitas necessidades são criadas. O acúmulo, a troca e o descarte de bens são benéficos para a manutenção do sistema, enquanto as relações sociais estão a serviço da economia. É essa a chamada sociedade de consumo.

Ao descrever o processo do desenvolvimento econômico e social, Schumpeter (1997) diz que “é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar”.

Bauman (2001) acrescenta dizendo que a sociedade contemporânea é percebida como uma sociedade tipicamente de consumo, enquanto a sociedade moderna, na sua fase inicial ou industrial, é vista como uma sociedade de produtores. No entanto, para Ferguson (2012), uma revolução na forma de produzir não teria se espalhado para o restante do mundo sem o desenvolvimento simultâneo de uma sociedade de consumo dinâmica.

Logo, a busca incessante por novos produtos e serviços culmina em uma nova forma de enxergar a relação produção-consumo. Há um aumento do número de produtores frente a uma economia aquecida e dos benefícios gerados para o empresário. Este, por sua vez, se beneficia

do capital em detrimento do proletariado que, agora, dispõe de mais tempo na produção, gerando a mais-valia³.

Com isso, o capitalismo industrial ganha forma e força. Gurgel (2003) o descreve como uma ideologia responsável por moldar o pensamento social e construir teorias, técnicas e métodos para serem utilizadas nas organizações, corroborando com uma sociedade voltada para o consumo desenfreado, gerando desigualdade de classes e disputas sociais.

Como consequência disso, o século XIX é marcado por tensões resultantes da busca do poder pelas grandes potências europeias através de inúmeras alianças políticas, econômicas e militares, o que resultou na Primeira Guerra Mundial no início do século XX. Dentre as inúmeras consequências com o fim da guerra, destacam-se a formação de um cenário de crise econômica em toda a Europa, devido à devastação causada pelos conflitos, ao gasto militar significativo e o fortalecimento dos Estados Unidos. Para Hobsbawm (1995), os Estados Unidos se tornaram uma economia internacionalmente dominante em muitos aspectos, no entanto, foi a grande depressão da década de 1920 que interrompeu temporariamente essa ascensão.

Até esse período, os Estados Unidos aproveitaram a onda do crescimento econômico positivo e das inovações desenvolvidas por Taylor e Ford. Além disso, tornaram-se um grande credor, o que provocou o crescimento pelo lado financeiro, com expansão do crédito e baixíssimas taxas de juros, estimulando os mercados de valores mobiliários e o imobiliário e impulsionando a economia (CANO, 2009).

Com o processo de restabelecimento da Europa após a guerra, a importação de produtos americanos reduziu. Consequentemente, os preços diminuíram, houve queda na produção, o desemprego aumentou e a economia desaqueceu, culminando no conhecido *crack* da bolsa de 1929, levando o mundo a uma grave crise mundial.

Entre os anos de 1929 a 1933, a produção americana caiu ainda mais e o desemprego foi avassalador, influenciando no poder de compra e na vida digna dos trabalhadores. Para Cano (2009), a predominância de uma visão liberal e neoclássica retardou a tomada de decisões para o combate à crise e, somente em 1934, o novo governo eleito de Franklin Roosevelt lança o *New Deal*⁴

Para Gurgel e Rodriguez (2009), essa intervenção do Estado antecipou, na prática, o que seria defendido pelo economista John Maynard Keynes, em sua obra *Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda* (1936). Segundo eles, para Keynes, a atuação estatal seria capaz de assegurar o pleno emprego, garantir bom nível de investimento e monitorar a poupança e o consumo de modo a manter o crescimento continuado (GURGEL; RODRIGUEZ, 2009).

Com o fim da segunda guerra mundial na década de 1940, o Estado americano precisou intervir com o objetivo de manter a lógica do capitalismo e promover uma recuperação mundial. Por meio das democracias sociais que estavam alinhadas ao pensamento keynesiano e ao fordismo, surge o modelo de bem-estar social ou *Welfare State*. Esse novo modelo garantiu aos trabalhadores medidas protecionistas e de seguridade social, desde o salário mínimo até políticas de seguros-desemprego, como forma de mitigar o impacto negativo da acumulação de capital e sustentar o crescimento econômico local que esbarravam em consequências globais.

³Para Marx (1974), o capitalismo pode ser compreendido como uma relação entre a produção do capital através do trabalho assalariado e o capital em si.

⁴ Conjunto de medidas intervencionistas do Estado na economia com o objetivo de regulá-la, segundo as ideias do economista John Maynard Keynes.

Até meados da década de 1960, o modelo keynesiano-fordista funcionou plenamente nos Estados Unidos e nos países aliados. Porém, com o retorno gradativo da demanda pós-crise, era cada vez mais difícil mantê-lo devido às ideias enraizadas do capitalismo.

Para Harvey (1992), o declínio do modelo keynesiano-fordista ocorreu devido à sua rigidez e a falta de flexibilidade produtiva, por sua vez presente no modelo toyotista japonês que ascendia. Para ele, a acumulação flexível do toyotismo confrontou-se com a rigidez do fordismo, apoiando-se na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo (HARVEY, 1992).

No mesmo período, a separação entre o capitalismo e o socialismo é intensificada na mudança de paradigma, onde a disputa do capitalismo dos Estados Unidos contra o socialismo da União Soviética fica em evidência com a instauração da Guerra Fria, separando o mundo em dois blocos representados pelos seus sistemas socioeconômicos.

Acentuam-se as disputas econômicas, políticas, ideológicas e culturais. Com isso, as ideias do toyotismo tornam-se, agora, adequadas ao modelo capitalista, que exige, por sua vez, uma reinvenção na maneira de produzir e consumir para garantir sua hegemonia no mundo. De uma velha ordem mundial considerada bipolar, devido à existência de duas grandes potências mundiais, para uma nova ordem mundial, chamada multipolar, surge a era da globalização na segunda metade do século XX, o que impulsionou mais ainda a produção e o consumo de uma forma desenfreada.

O toyotismo fundindo-se com o fordismo produz, agora, em massa para um consumidor que não é mais estruturado por classe social, mas sim pelo seu poder de consumo. É o poder de consumo chegando de forma acessível a novas classes que estão ávidas e abertas para novas conquistas. É a passagem da ordem disciplinar, onde o homem troca a sua felicidade pela segurança, para a nova ordem de controle da sociedade, onde, nos tempos atuais, o homem troca a segurança pela liberdade de escolha.

No entanto, o homem não satisfeito com a liberdade de escolha consome mais para tentar preencher um espaço vazio que é gerado pela insatisfação e ansiedade. Não é mais um consumo para atender necessidades, mas sim desejos e expectativas que nem sempre são alcançadas e nesse frenético mundo do consumo capitalista tudo se dissolve e se destrói sendo reconstruído de novo. Segundo Bauman (2001), toda essa liberdade resulta em um novo modo de consumo, chamada por ele de modernidade líquida, onde tudo é fluido e líquido e os produtos e serviços são produzidos para serem descartados e reproduzidos em seguida, gerando uma ansiedade típica dos tempos modernos.

Em paralelo à essa ideologia, houve um longo período de guerras, afirmação e consolidação do sistema capitalista. É consenso que as guerras demandaram uma estrutura e infraestrutura gigantesca em termos de produtos, serviços e trabalhadores recrutados para os campos de batalha. Com as guerras, muitas inovações, indústrias, meios de produção e de prestação de serviços surgiram. Findos os períodos de guerra, o que fazer com toda essa infraestrutura criada? Foi preciso introduzir e/ou redirecionar muitos inventos e produtos para o consumo da população em geral.

Com o passar do tempo foram sendo percebidos os diversos impactos causados. A sociedade passa a se questionar sobre a construção de boas instituições e a edificação de um meio ambiente onde se possa viver bem com produtos e serviços que atendam a essas novas demandas de vestimenta, transporte, saúde, segurança, lazer, alimentação, etc, buscando compreender os fenômenos da natureza e os meios de como enfrentar as mudanças sociais. Simultânea e adicionalmente a isso, processos como a globalização e reconfigurações do capitalismo impulsionaram novos meios de organizar a produção introduzindo novos significados ao consumo, como será apresentado na seção a seguir.

2.1.2 Ciclos econômicos, globalização e dialética

As mudanças ocorridas do capitalismo mercantil, século XV a XVII, passando pelo capitalismo industrial dos séculos XVIII e XIX, até o capitalismo monopolista ou financeiro ocasionaram a instituição de novas formas de compreensão da economia. No que se refere à produção e ao consumo, pode-se compreender tal instituição a partir das ideias de dois pensadores: Schumpeter (1961) e Kondratiev (1926).

Os estudos de Kondratiev sobre a dinâmica da economia mundial, a partir da revolução industrial, mostram que ela é constituída por longos ciclos com uma fase de grande expansão e crescimento seguida por uma fase de recessão e contração econômica (Soares, 2016). Para Kondratiev, o que dá origem a esses ciclos são desgaste, a substituição e a expansão de bens de capital fixos que exigem um longo período de tempo e enormes gastos para serem produzidos.

A fase de expansão econômica corresponde à um período de produção crescente, sendo a desaceleração desse processo o retorno a um nível de equilíbrio ou abaixo dele (ROSENBERG; FRISCHTAK, 1983). Segundo Espindola (2016), as variações no desempenho agregado ocorridas ao longo do tempo, apresentam-se em ciclos que giram em torno de 50 anos, correspondendo, em média, a 25 anos em cada uma das fases. A figura abaixo mostra o funcionamento da dinâmica do ciclo da econômica global



Figura 1: A dinâmica do ciclo de Kondratiev

Fonte: Soares, 2016.

O ciclo inicia-se com inovações industriais e tecnológicas que atraem novos investimentos e geram lucro. Consequentemente, há um aquecimento econômico, provocando uma superprodução. A oferta e a concorrência aumentam o que reduz os investimentos. Por fim, há uma desaceleração da economia capitalista, provocando uma recessão que se manifesta através de crises e guerras. Para que haja um reaquecimento e manutenção do capitalismo, são necessárias invenções que impulsionem a economia.

O pensamento de Schumpeter (1961) complementa o de Kondratiev (1926). Ele apresenta o conceito de “destruição criadora” e afirma que o que mantém em funcionamento a máquina capitalista procede de novos bens de consumo, novos métodos de produção e de mercados e das novas formas de organização industrial criadas pela empresa capitalista (SCHUMPETER, 1961).

Dessa forma, o término de um ciclo dá início a outro e assim sucessivamente. Aplicando os conceitos trazidos aos fatos históricos apresentados anteriormente, mas principalmente às inovações na produção capitalista, tem-se o gráfico abaixo.

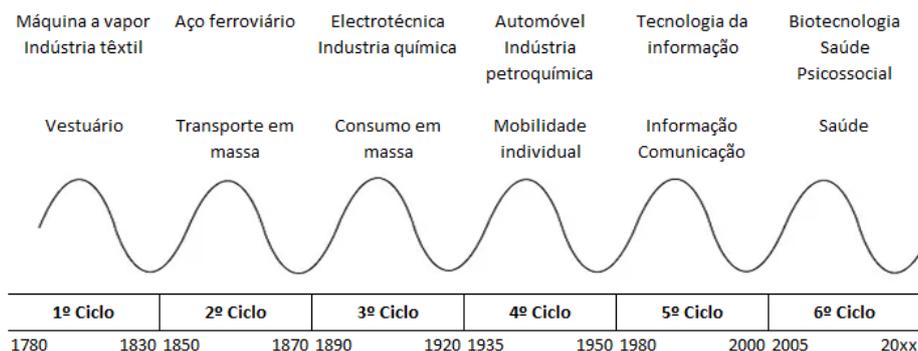


Gráfico 1: Os seis ciclos de Kondratiev

Fonte: Nefiodow e Nefiodow, 2016.

Do descrito anteriormente, decorre algumas reflexões, como o fato de que de tempos em tempos, o homem é chamado a repensar o seu modo de sobrevivência humana, a forma como ele produz, constrói e reconstrói as suas relações sociais e econômicas, e por fim, quais são as consequências dessas escolhas individuais e coletivas hoje tão discutidas.

Hardt e Negri (2006) complementam chamando a atenção para o fato de que o capitalismo sempre funcionou como uma economia mundial e que o seu desenvolvimento “não deve nos impedir de ver a ruptura ou a mudança da produção capitalista contemporânea e as relações globais de poder” (HARDT; NEGRI, 2006).

Há controvérsias com relação ao incremento da produção capitalista sobre o ponto de vista da globalização. Alguns teóricos, como Hardt e Negri citados acima, sustentam a argumentação de que o capitalismo sempre existiu como economia global e que esse sempre foi o foco do capitalismo: ser global e alcançar todas as classes sociais.

Desde a década de 1970 quando se deu início a nova ordem mundial da globalização com o advento da tecnologia da informação, o que estava em jogo eram novos assuntos ligados a cultura, sociedade, economia e política. Era como se a corrente neoliberal estivesse derrubando o velho para então ditar novas tendências trazidas pelas empresas multinacionais a novos mercados. Quem não acompanhasse esse ritmo frenético da oferta de novos e inovadores produtos e serviços globais, ditados pela globalização, estaria fora do mundo.

A produção de produtos rotulados como “produto verde” é um exemplo disso. Conforme descrevem Boltanski e Chiapello (2009), o desenvolvimento do consumismo verde no fim da década de 1980 colocou em risco certo número de empresas, “provocando grande queda do consumo de produtos denunciados pelos movimentos ambientalistas como poluentes ou nocivos à saúde” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009).

A ideologia capitalista presente entre as décadas de 1970 e 1990 era produzir para grandes massas, não pensando nas consequências futuras. O movimento pelo desenvolvimento de produtos verdes e consumo verde surgiu como divergência a essa ideologia. No mínimo, ele serviu como um alerta para as empresa. Todo esse comportamento humano voltado para a ordem do consumo de forma desenfreada compromete o futuro da humanidade gerando riscos as futuras gerações, principalmente no aspecto ambiental. A sociedade preocupando-se com este comportamento, começa a repensar e inicia um novo ciclo com debates, criando novas políticas de consumo e gerando uma nova forma de consumir que ainda não se define como uma ideologia política, mas sim uma nova ordem global e sustentável.

A compreensão de economia em ciclos de Kondratiev e do conceito de “destruição criadora” de Schumpeter foram incorporados por diversas outras facetas do mercado, da sociedade e da economia. Assim, a produção e o consumo são fundamentados na economia de

materiais, onde há a sequência de utilizar recursos naturais, produzir, vender, usar, desfazer. Os produtos precisam ser cíclicos (produzir, vender, produzir, vende...), o consumo precisa ser cíclico (comprar, usar, acumular ou descartar) e os dois, consumo e produção, precisam estar em sintonia para que esse ciclo gire.

A relação consumo *versus* produção constituiu-se, portanto como uma relação dialética indissociável, onde os dois conceitos não podem ser tratados separadamente. Para Marx (1857)

A produção é também imediatamente consumo. Duplo consumo, subjetivo e objetivo: o indivíduo que, ao produzir, está desenvolvendo as suas capacidades, está também dispendendo-as, isto é, consome-as no ato da produção, tal como na procriação natural se consomem forças vitais. Em segundo lugar: consumo dos meios de produção utilizados, os quais se desgastam e se dissolvem em parte (como na combustão, por exemplo) nos seus elementos naturais; do mesmo modo, as matérias-primas utilizadas perdem a sua forma e a sua constituição naturais: são consumidas. Portanto, em todos os seus momentos, o próprio ato da produção é também um ato de consumo (MARX, 1857)

Essencialmente, o ato de produzir já é por si só um ato de consumo, sendo esse consumo classificado em subjetivo, com a própria capacidade humana sendo aplicada para tal, e objetivo, com a utilização dos meios de produção e matérias-primas no geral, naturais ou não. Em contraponto, Marx (1857) reitera ao dizer que

O consumo é também imediatamente produção do mesmo modo que, na natureza, o consumo dos elementos e substâncias químicas é a produção das plantas. E claro que na nutrição, por exemplo - que é uma forma particular do consumo - o homem produz o seu próprio corpo. Isto é válido para toda a espécie de consumo que, por qualquer forma, produza o homem (MARX, 1857)

Logo, “a produção é imediatamente consumo, e o consumo é imediatamente produção; cada termo é imediatamente o seu contrário” (MARX, 1857). O consumo, por sua vez, gera a produção a partir do momento que o ato de consumir transforma o que foi produzido em produto, como quando “um terno só se torna realmente um terno quando é vestido” (Marx, 1857), ou quando o consumo estimula uma nova produção, através das necessidades dos consumidores que nunca são plenamente satisfeitas.

Essa dialética existente entre produção e consumo pode ser explicada e até mesmo representada com base nos ciclos de Kondratiev. As inovações são produzidas, gerando mais consumo da população, que por sua vez, anseia cada vez mais por consumir. Consequentemente, isso provoca um aumento na produção, levando a economia à ascensão. Isso corresponde ao início de um ciclo econômico. Em seguida, há uma estagnação por conta da superprodução, e, até que haja novos produtos ou inovações que ressuscitem novos desejos de consumos, o declínio é inerente e complementar ao ciclo, encerrando-o.

Segundo Nefiodow e Nefiodow (2016), a economia global entrou no sexto ciclo no início do século XXI. A biotecnologia veio como a inovação da vez para permitir que o desenvolvimento econômico dê início a uma sétima onda marcada por uma produção e um consumo conscientes, com foco na sustentabilidade social e ambiental.

O homem moderno está cada dia mais informado e desperto a respeito dos impactos de suas escolhas e do uso excessivo e/ou inadequado dos recursos naturais, sabendo que, em algum momento, esses recursos não serão suficientes para produção e consumo das gerações futuras. Essa realidade suscitou discussões, como: é possível ser sustentável em um mundo capitalista e que prioriza o consumo de forma a satisfazer cada vez mais o consumidor? Como

proceder para promover uma mudança de paradigma e criar uma nova consciência consumidora?

Das descrições apresentadas, torna-se necessário ainda destacar que acumular capital tornou-se um fim em si mesmo. A acumulação do capital promove um desequilíbrio, beneficiando as camadas sociais de maior poder aquisitivo, em detrimento de uma camada da sociedade mais pobre que não pode consumir da mesma forma. Essa desigualdade social entre pessoas de baixa renda e pessoas de renda elevadíssima propicia um consumo desenfreado por parte desses últimos. Assim, esse consumo desenfreado acaba por destruir os recursos naturais e não promover a sustentabilidade nas organizações públicas e privadas.

Um debate mais aprofundado será apresentado no capítulo específico a seguir sobre a evolução do consumo. Preliminarmente, podem-se ser citados os conceitos de durabilidade e descartabilidade como possíveis promotoras de uma mudança no consumo global. Dessa forma, a obsolescência programada, transformando desejos momentâneos em necessidades com prazo de validade, precisa ser repensada. Em seguida, será apresentado o conceito de consumo sustentável, bem como os fatores impulsionadores e suas implicações.

2.2 A evolução do consumo

2.2.1 Durabilidade, descartabilidade e obsolescência programada

Fatores como o capitalismo, a globalização e a evolução dos processos de produção, conforme apresentados anteriormente, foram responsáveis por impulsionar a introdução e instituição de novos conceitos relativos ao consumo, como: durabilidade, descartabilidade e/ou obsolescência programada.

Nesse ínterim, tornou-se fundamental para o homem, na atualidade, repensar seu modo de consumo. Convergindo a isso, diversas entidades, nacionais e internacionais, como a *Global Reporting Initiative* (GRI), a Organização das Nações Unidas (ONU) e a BM&FBovespa, através da criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), atuam no sentido de promover um maior entendimento acerca dos impactos que as organizações causam ao meio ambiente, à vida humana, à fauna e à flora. Embora lento, percebe-se um recente e notável processo de mudança de paradigma das interações entre sociedade, organizações e recursos naturais. Nesse contexto, não está mais em evidência a regulação, apenas, como forma de manter a ordem e o controle. Uma nova visão holística universal pautada na sustentabilidade sobressai como forma de equilibrar essas interações exigindo uma maior flexibilização da regulação.

Como explicitado por Bauman (2001), a diferença entre a modernidade da sociedade do século XX e a do século XXI está na compulsiva e contínua obsessão pela destruição criativa, onde tudo dá lugar a algo novo em nome de maior produtividade e competitividade (BAUMAN, 2001).

A partir desse raciocínio exposto por Bauman (2001), pode-se afirmar que a sociedade moderna se encontra em um labirinto criado pelo próprio homem devido aos sentidos dados ao que seria evolução e desenvolvimento. Para evoluir e desenvolver foram necessários diversos domínios da transformação dos recursos naturais em matérias-primas destinadas à fabricação de bens duráveis, não duráveis e, principalmente, descartáveis nos últimos tempos. Esse poder de dominar o espaço e os recursos naturais propiciou uma infinidade de liberdades de escolhas, trocas constantes de lugares, pessoas e produtos, já que o espaço geográfico ficou muito mais estreito e as fronteiras se tornaram muito mais próximas. Em decorrência disso, o afastamento

do homem da natureza e a busca da renovação do sentido da vida, como forma de manter a sobrevivência, foram inevitáveis.

Adicionalmente, para a ressignificação da vida tornou-se necessário voltar um pouco aos tempos passados, como forma de repensar os meios de produção para ser sustentável com foco nas gerações futuras.

Para Toffler (1997), “durante toda a Era Industrial, a tecnologia exerceu uma forte pressão para a padronização, não apenas da produção, mas também do trabalho e das pessoas [...]. Agora emerge uma nova espécie de tecnologia que tem justamente o efeito oposto”. Em seu trabalho realizado em 1972, durante a crise do modelo keynesiano-fordista e o advento da flexibilidade presente no modelo toyotista, ele identifica o exato momento em que se inicia uma inversão dos conceitos relativos à produção e ao consumo. Para ele, a mudança se dá de uma produção fabril em massa para um sistema de produção artesanal, tendo a supertecnologia e a informação como principais alicerces. O atual sistema tem como resultado a oferta de bens e serviços individualizados, em contraponto à produção anterior que entregava milhões de unidades padronizadas e idênticas (TOFFLER, 1997).

Gurgel e Justen (2015) sintetizam esse momento histórico ao afirmarem que uma possível ruptura na circulação da economia devido à essa inversão econômica é passível de acontecer, uma vez que o consumidor com poder aquisitivo se vê frente a produtos idênticos aos que já possui, com a mesma funcionalidade e tão duradouros quanto. Assim, com as necessidades satisfeitas, extinguem-se as motivações para o consumo e os produtos permanecem nos estoques, interrompendo a circulação (GURGEL; JUSTEN, 2015).

Assim, o conceito de customização em massa emerge como sendo a capacidade de, flexivelmente, ofertar produtos e serviços exclusivos em grande quantidade a preços relativamente baixos, garantindo o máximo de satisfação (GILMORE; PINE, 1997). Esse novo conceito desencadeou em uma transformação de industrial em massa para “artesanal” em massa. No entanto, como fazer isso de forma atrelada à sustentabilidade?

Uma das formas encontradas para entregar em larga escala, satisfazer plenamente a demanda e gerar praticidade foi fazendo uma inversão nos produtos. Os produtos duráveis e padronizados de até então, tornaram-se produtos descartáveis e customizados.

A pesquisa de Rodríguez (2011) apresenta alguns exemplos como “baterias que 'morrem' após 18 meses de serem estreadas, impressoras que bloqueiam ao chegar a um número determinado de impressões, lâmpadas que se fundem às mil horas”. Com isso, emerge, no mínimo, um ponto de discussão: “porque, apesar dos avanços tecnológicos, os produtos de consumo duram cada vez menos?”⁵.

Retomando as ideias dos ciclos de Kondratiev e de destruição criadora de Schumpeter, pode-se compreender o modo de consumo e produção balizados por esses novos paradigmas. Se os produtos tivessem um tempo de vida mais longo, como apresentavam-se até a década de 1970, haveria menos troca, menos descarte e, conseqüentemente, menos lixo. No entanto, isso não é bom para a lógica econômica capitalista que busca incansavelmente lucros constantes e altos. É preciso escoar a produção e vender cada vez mais. Logo, torna-se “inviável” produzir uma geladeira que tenha vida útil de vinte anos; quando produzir e vender a mesma geladeira com vida útil de quatro anos, aumenta a rotatividade dos estoques e a lucratividade.

Em complemento, outro questionamento, realizado por Ottman (1994), suscita adequadamente um ponto crucial de discussão inerente ao presente estudo. Para ela, o conceito de descartabilidade está atrelado à uma conveniência desejada por consumidores de uma sociedade cada vez mais rápida e escrava do tempo. No entanto, a consciência atual desses

⁵Tradução livre feita pela autora

consumidores em relação às implicações do seu consumo, os leva a se perguntar: “O que acontece com esse produto depois que eu o utilizo?” (OTTMAN, 1994).

Com isso, há possibilidades de diversas análises em relação à crescente consciência das implicações ou impactos do consumo. O surgimento de novas indagações se faz cada vez mais presentes na vida de milhões de consumidores e produtores.

Nesse sentido, Ottman (1994) também destaca que o surgimento desse marketing ambiental, ou marketing verde, deu-se como mais uma estratégia organizacional, no entanto, ele está sendo responsável por conscientizar os consumidores e disseminar uma nova prática na obtenção de bens industrializados voltada para a sustentabilidade.

Mas, será mesmo que essa nova forma de divulgação está sendo a causadora da mudança nos hábitos de consumo das pessoas e da percepção que os consumidores tem? Ou isso é mero oportunismo como forma de empurrar a demanda e a fidelização de clientes?

Essas indagações divergentes podem ser mais bem explicitadas através do estudo de Kotler (2002). Ele afirma que os consumidores desse marketing verde desejam encontrar qualidade e vantagem ambiental nos serviços e produtos ofertados, não valendo de nada o esforço por parte das organizações em apresentarem uma imagem verde se estes mantiverem seu consumo por determinados bens que ainda agridam a natureza (KOTLER, 2002).

“Isso exige avanços científicos e tecnológicos que ampliem permanentemente a capacidade de utilizar, recuperar e conservar esses recursos, bem como novos conceitos de necessidades humanas para aliviar as pressões da sociedade sobre eles” (BARBIERI, 1997). No que se refere às pressões da sociedade, o Estado com a finalidade de oficializar responsabilidades e compromissos em relação à atuação das empresas, estabelece intervenções. Um exemplo é a Lei nº 12.305/10 (Brasil & Ambiente, 2010), que estabelece a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) que tem como objetivo, instituir a responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos como responsáveis pela destinação do que produzem através da logística reversa dos resíduos e embalagens pós-consumo.

Entretanto, conforme exposto pela afirmação de Kotler (2002), pode-se concluir que somente ações conjuntas entre Estado, mercado e indivíduos poderão ser promotoras de uma mudança efetiva que estabeleça uma cultura do consumo sustentável. Esse assunto será apresentado em maiores detalhes na seção a seguir.

2.2.2 O consumo sustentável

O objetivo dessa seção é apresentar o conceito de consumo sustentável, bem como suas vertentes. Entretanto, a compreensão depende de outros conceitos inerentes a essa discussão, como os de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. O consumo sustentável não é, portanto, um conceito avulso, estando inserido em um contexto muito maior. Desse modo, ele é parte integrante e subconjunto do paradigma sustentabilidade e desenvolvimento sustentável. Em conjunto, esses três conceitos influenciam e são influenciados uns pelos outros, compondo uma relação dialética. O diagrama apresentado na Figura 2, a seguir, ilustra essa relação.

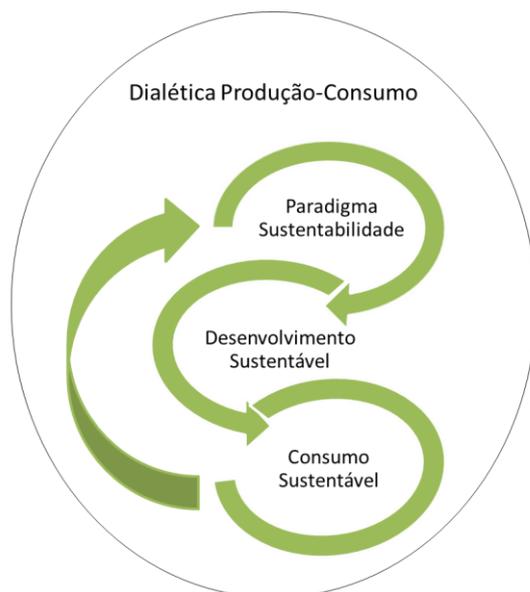


Figura 2: A dialética da produção-consumo sustentável

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

O paradigma da sustentabilidade pode ser considerado como a capacidade humana e/ou natural de se adaptar as mudanças endógenas e exógenas, buscando sempre um equilíbrio entre os pilares ambiental, econômico e social (DOVERS; HANDMER, 1992); (ELKINGTON, 1994). Segundo Capra (1996), a visão holística é a saída para um mundo segundo uma modelagem sustentável, pois esse novo paradigma concebe o mundo como um todo integrado, onde os recursos naturais devem ser preservados e reciclados para uma nova consciência de consumo, onde o menos é mais.

Com relação ao desenvolvimento sustentável, a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas realizada em 1987 divulgou o relatório *Brudtland*, ou Nosso Futuro Comum, que conceitua o desenvolvimento sustentável como sendo “o desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades” (ONU-BRASIL, 1987).

Já o consumo sustentável originou-se através da necessidade de mudança de comportamento nos padrões de consumo frente a um desenvolvimento sustentável (SANTIAGO, 2014).

O diagrama apresentado na Figura 2 evidencia a sustentabilidade como um macro conceito ou conceito “guarda chuva” da sociedade moderna. Ela emerge da dialética produção-consumo, resultado da era da globalização.

3. Método de Pesquisa

A metodologia aplicada ao estudo teve como base os conceitos e classificações definidas por Gil (2007). A pesquisa é descritiva, uma vez que foram expostas características de um determinado fenômeno. Em complemento, a pesquisa também pode ser classificada como explicativa. Mais do que expor características e hábitos de uma população, o estudo teve como

preocupação ainda identificar fatores responsáveis pela ocorrência de determinado fenômeno e aprofundar o conhecimento acerca da realidade estudada (GIL, 1989).

A pesquisa pode ser classificada ainda como bibliográfica, pois foram coletados materiais publicados e disponíveis ao público em geral, como livros clássicos da literatura abordada, dissertações, teses e artigos científicos. Primeiramente, os assuntos tratados foram usados como palavras chave de busca no sistema online das Bibliotecas da Universidade Federal Fluminense (UFF), na biblioteca digital de divulgação científica *Scientific Electronic Library Online* (SCIELO) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Essa etapa possibilitou ter uma visão geral dos principais temas e suas respectivas discussões atuais.

Por fim, o método de coleta, análise e tratamento do material se deu através da sistematização dos assuntos através da categorização dos autores.

4. Conclusões

Enquanto a globalização apenas estreitou as fronteiras propiciando um sortimento e volume maior de consumo, a sustentabilidade visa incrementar uma forma específica de consumo, novas práticas e comportamentos que sejam menos nocivos, através do consumo sustentável. Isso porque, inicialmente, o meio incumbia-se de se regenerar a tempo. Com essa vultosa ascensão das variáveis produção e consumo sob o paradigma da sustentabilidade, vislumbra-se atingir um status tal caracterizado pelo atendimento às necessidades, em paralelo a ideia de “inesgotabilidade” dos recursos. No entanto, o retorno a esse status pode ser considerado praticamente inviável se não houver mais do que uma conscientização, mas, de fato, a prática de ações sustentáveis e uma logística capaz de suprir a parcela não autorregenerável do meio.

Com isso, para que a sustentabilidade efetive sua visão é necessário que o desenvolvimento econômico se estabeleça, com base nas premissas do desenvolvimento sustentável. Uma das premissas é a disseminação de práticas, atitudes e ideias que promovam um consumo consciente e sustentável, cuja finalidade é provocar um efeito espiral positivo. Ou seja, o consumo sustentável fortalece ainda mais esse modelo social pautado na sustentabilidade e o ciclo se reinicia, onde um influencia o outro e o outro influencia um, com tendência à expansão. Além disso, esse paradigma funciona como um elo de reaproximação do homem à natureza, haja vista, que Leonard (2011) em sua obra didática “A História das Coisas” apresenta uma constatação de Joseph Guth, que esclarece a importância disso. Na qual ele descreve que

Nada é mais importante para os seres humanos do que uma biosfera economicamente funcional e que sustente a vida na Terra. É o único lugar habitável que conhecemos num universo hostil. Todos dependemos dela para viver e somos compelidos a partilhá-la. [...] A biosfera parece quase magicamente apropriada para os seres humanos e de fato é, pois nós evoluímos através de eras de imersão nela. Não podemos viver bem ou por muito tempo sem uma biosfera funcional. Portanto, ela vale tudo que temos (LEONARD, 2011)

Portanto, a concepção do consumo sustentável está estritamente relacionada à integração das ações do Estado, do mercado e do indivíduo ao espaço natural conforme apresentado na seção anterior.

Assim, embora presente nas mais diversas esferas da sociedade, o consumo sustentável tem sua possível e plena efetivação quando concentrado no indivíduo. As ações individuais convergentes a essa concepção é elemento sem o qual não é possível a promoção desse modo de consumo.

Uma outra explicação referente ao diagrama apresentado na Figura 2 pode ser realizada com base nos principais sujeitos que atuam em cada um desses níveis. Na construção da sustentabilidade, o Estado, a sociedade e as empresas atuam de forma equitativa. No nível desenvolvimento sustentável, os atores predominantes são o Estado e as empresas, enquanto em relação ao nível consumo esse papel se concentra no indivíduo. Essa estratificação é importante porque, segundo Portilho (2005), há duas formas de posicionar o indivíduo: em relação ao meio e à sociedade que vive. Ao mesmo tempo em que o consumidor individual é considerado o protagonista na resolução de problemas ambientais através de suas estratégias de consumo, ele pode perder o sentimento de coletividade ao perceber que seu esforço como cidadão não está surtindo efeito em relação aos efeitos políticos.

Por outro lado, cabe reforçar a importância da participação da esfera pública. Dessa forma, há um fortalecimento da moral coletiva, onde as ações governamentais visam o bem estar social, transferindo para o indivíduo a sensação de serem diretamente responsáveis por melhorar o meio ambiente (PORTILHO, 2005).

Assim, encontra-se no Estado a responsabilidade em promover um elo entre o desenvolvimento sustentável e as ações individuais, cabendo a ele estabelecer diretrizes que norteiam o comportamento humano através de políticas ambientais e instrumentos de mercado, possibilitando ao indivíduo desenvolver o seu papel (BERNOULLI, 1954).

5. Referências

- Barbieri, J. C. (1997). *Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da agenda 21*. Petrópolis: Vozes.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bernoulli, D. (1954). Expositions of a new theory on the measurement of risk. *Econometrica*, 22(1), 23–36. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/1909829%0D>
- Boltanski, L., & Chiapello, È. (2009). *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- Brasil, & Ambiente, M. do M. (2010). Lei nº 12.305/10. Retrieved March 1, 2016, from <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=646>
- Cano, W. (2009). América Latina: notas sobre a crise. *Economia E Sociedade*, 18(3), 603–621. <https://doi.org/10.1590/S0104-06182009000300008>
- Capra, F. (1996). *A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. Teia. São Paulo: Cultrix.
- Dovers, S. R., & Handmer, J. W. (1992). Uncertainty, sustainability and change. *Global Environmental Change*, 2(4), 262–276. [https://doi.org/10.1016/0959-3780\(92\)90044-8](https://doi.org/10.1016/0959-3780(92)90044-8)
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*, 36(2). Retrieved from <http://cmr.ucpress.edu/content/36/2/90.full.pdf+html>
- Espindola, C. J., Fresca, T. M., Martins, C. A., Sampaio, F. S., & Bastos, J. M. (2016). Formações socio-espaciais: progresso técnico no espaço urbano e agrário. *Revista Da Anpege*, 12(18), 137–161. <https://doi.org/10.5418/RA2016.1218.0008>
- Ferguson, N. (2012). *Civilização: ocidente x oriente*. São Paulo: Planeta.
- Gil, A. C. (1989). *Metodos e Tecnicas de Pesquisa Social* (2nd ed.). São Paulo: Atlas. <https://doi.org/300.72>
- Gilmore, J. H., & Pine, B. J. (1997). The Four Faces of Mass Customization - HBR. *Harvard Business Review* (1997). Retrieved from <https://hbr.org/1997/01/the-four-faces-of-mass-customization>

- Gurgel, C. (2003). *A gerência do pensamento: gestão contemporânea e consciência neoliberal*. São Paulo: Cortez.
- Gurgel, C., & Justen, A. (2015). Teorias organizacionais e materialismo histórico. *Organizações & Sociedade*, 22(73), 199–222. <https://doi.org/10.1590/1984-9230731>
- Gurgel, C., & Rodriguez, M. (2009). *Administração: elementos essenciais para a gestão das organizações*. São Paulo: Atlas.
- Hardt, M., & Negri, A. (2006). *Império* (8th ed.). Rio de Janeiro: Record. Retrieved from [https://books.google.com.br/books?id=mLWpb_tAxPQC&lpg=PA26&dq=o capitalismo sempre funcionou&hl=pt-BR&pg=PA26#v=onepage&q=o capitalismo sempre funcionou&f=false](https://books.google.com.br/books?id=mLWpb_tAxPQC&lpg=PA26&dq=o+capitalismo+sempre+funcionou&hl=pt-BR&pg=PA26#v=onepage&q=o+capitalismo+sempre+funcionou&f=false)
- Harvey, D. (1992). *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural* (5th ed.). São Paulo: Loyola.
- Hobsbawm, E. (1995). *Era dos extremos: o breve século XX 1914 - 1991*. (C. das Letras, Ed.) (2nd ed.). São Paulo.
- Hobsbawm, E. (2009a). A era das revoluções: 1789 - 1848. São Paulo: Paz e terra.
- Hobsbawm, E. (2009b). Eric Hobsbawm : “ Se a humanidade não mudar sua convivência mútua e com o planeta , o futuro nos preserva maus agouros .” In *Entrevista publicada na Revista Sem Terra* (pp. 1–5). Glass, Verena.
- Kotler, P. (2002). *Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados*. (12th ed.). São Paulo: Futura.
- Leonard, A. (2011). A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos. Zahar.
- Marx, K. (1857). Para uma crítica da economia política. Retrieved from <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/criticadaeconomia.pdf>
- Marx, K. (1974). *O capital - Volume I*. Coimbra: Centelha.
- Nefiodow, L., & Nefiodow, S. (2016). The sixth kondratieff. Retrieved from <https://www.kondratieff.net/the-sixth-kondratieff>
- ONU-Brasil. (1987). A ONU e o meio ambiente. Retrieved January 15, 2017, from <https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>
- OTTOMAN, J. A. (1994). *Marketing Verde. Desafios e Oportunidades para a Nova Era do Marketing*. (Makron Books, Ed.). São Paulo.
- Polanyi, K. (2000). *A grande transformação: as origens da nossa época*. (E. Campus, Ed.), *Zhurnal Eksperimental'noi i Teoreticheskoi Fiziki* (2nd ed.). Rio de Janeiro. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Portilho, F. (2005). Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. *Cadernos EBAPE.BR*, 3(3), 1–12. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512005000300005>
- Ramos, G. (2009). *Uma introdução ao historico da organização racional do trabalho*. (Conselho Federal de Administração, Ed.). Brasília. Retrieved from <http://www.cfa.org.br/servicos/publicacoes/livro-guerreiro-ramos/Guerreiro Ramos.pdf>
- Rodríguez, S. (2011). Comprar, tirar, comprar. La historia secreta de la obsolescencia programada. Retrieved December 6, 2016, from <http://www.rtve.es/noticias/20110104/productos-consumo-duran-cada-vez-menos/392498.shtml>
- Rosenberg, N., & Frischtak, C. R. (1983). Inovação tecnológica e ciclos de Kondratiev. *Pesquisa E Planejamento Economico*. Rio de Janeiro: Pesquisa e Planejamento Econômico. Retrieved from <http://ppe.ipea.gov.br/index.php/ppe/article/viewFile/354/293>
- Santiago, D. R. (2014). Consumo sustentável: novo paradigma do comportamento do

- consumidor. Retrieved from <https://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/58078/consumo-sustentavel-novo-paradigma-do-comportamento-do-consumidor>
- Schumpeter, J. A. (1961). *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura.
- Schumpeter, J. A. (1997). *Teoria Do Desenvolvimento Econômico - Uma Investigação Sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e O Ciclo Econômico*. São Paulo: Nova Cultural Ltda. Retrieved from http://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/s_Schumpeter_-_Teoria_do_Developolvimento_Economico_-_Uma_Investigacao_sobre_Lucros_Capital_Credito_Juro_e_Ciclo_Economico.pdf
- Soares, F. (2016). Os ciclos de Kondratiev. Retrieved December 1, 2016, from <http://www.geografiaopinativa.com.br/2016/07/os-ciclos-de-kondratiev.html>
- Steil, C. A., & Toniol, R. (2013). Além dos humanos: reflexões sobre o processo de incorporação dos direitos ambientais como direitos humanos nas conferências das Nações Unidas. *Horizontes Antropológicos*, 19(40), 283–309. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832013000200011>
- Toffler, A. (1997). *A empresa flexível* (7th ed.). Rio de Janeiro: Record.
- Vergara, S. C. (2005). *Métodos de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.
- Vergara, S. C. (2007). *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração* (9th ed.). São Paulo: Atlas.