

# Meio ambiente, consumo e cultura política

**Fátima Portilho**

**CPDA/UFRRJ**

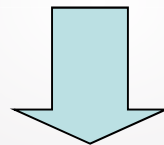
**Grupo de Estudos do Consumo**

STAND FOR  
CHANGE

1º SEMINARIO A3P/JBRJ - 05 de outubro de 2011

*Mesa Redonda 2 – “Questões ambientais da atualidade”*

**Formas com que os discursos e propostas relacionados ao desenvolvimento sustentável têm sido interpretados, incorporados e resignificados pelos cidadãos.**



**Atividades privadas e cotidianas  
(consumo)**

## **Transformações no fenômeno do consumo e nas formas de compreendê-lo**

- **Discursos sobre consumo**
- **Práticas cotidianas de consumo**
- **Campo jurídico**
- **Movimentos sociais e políticos**
- **Teoria sociológica e antropológica**
  - **Sociedade e Cultura de Consumo**
  - **Campo de Estudos do Consumo**

# **Sociologia e Antropologia do Consumo**

- **Crítica social x Análise sociológica**
- **Estudo do fenômeno do consumo nas sociedades e culturas contemporâneas**
- **Estudo das transformações do fenômeno do consumo → politização e ambientalização do consumo**

# Consumo é associado a termos como:

individualismo, hedonismo, superficialidade,  
materialismo, falta de autenticidade,  
exclusão, necessidades supérfluas,  
destruição de laços sociais, decadência  
moral, “ser” x “ter” etc.

**“Não é a atividade de consumo que é superficial, mas sim nossas tentativas de compreendê-la”.**

**(Daniel Miller, 2002)**

**O que é consumo?**

**Por que consumimos?**

**Para que consumimos?**

**O que fazemos com o que  
consumimos?**

# O que é consumo?

**Consumir é utilizar elementos da cultura material para a reprodução física e social.**



# Usos do consumo

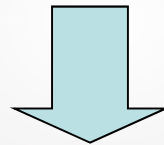
Os bens, em todas as culturas, são usados para :

- **Construir laços sociais**
- **Construir e fortalecer identidades**
- **Comunicar valores, posição hierárquica**
- **Demarcar pertencimento**
- **Demarcar diferenciação social**
- **Hostilidade Cultural**
- **Protestar e resistir**

Preocupações éticas, de sustentabilidade, de justiça social, de bem-estar animal e de valorização da origem e forma de produção são **tendências** cada vez mais presentes nos discursos, nas escolhas e nas práticas de muitos consumidores.

## **Ambientalização e politização do consumo**

**Uso do consumo como forma de pressão política, participação e materialização de valores e preocupações ambientais e sociais**



**Reaproximação de valores cívicos e ambientais com a cultura de consumo**

**Redução das fronteiras entre consumo e cidadania → consumidor-cidadão**

# Conseqüências:

**Movimentos sociais** → constituem novos repertórios de ação política na esfera do consumo

**Ambientalização das Organizações de Defesa dos Direitos dos Consumidores**

**Politização e ambientalização da vida cotidiana** → ação política “individualizada”

**Maior protagonismo dos consumidores** → sujeitos políticos

# Conseqüências: Propostas e estratégias:

- consumo verde
- consumo ético
- consumo responsável
- consumo consciente
- consumo solidário
- consumo sustentável

# Consumo Político

Conceito cunhado na Dinamarca em 1995 na onda de dois eventos:

- Boicote à Shell
- Boicote ao vinho francês



1995 - Boicote à Shell devido à sua decisão de afundar a **Brent Spar** no Mar do Norte

## Mas o que é consumo político?

A escolha de produtos e de produtores baseada em considerações éticas e/ou políticas quando um consumidor **quer e acredita** que, dessa forma, é possível **mudar práticas institucionais ou de mercado.**

(Micheletti *et al*, 2003; Stolle *et al*, 2005; Halkier & Holm, 2008).



**O uso político do consumo não é novidade.  
Conceito novo para um fenômeno antigo...**



**1955 – Montgomery/Alabama  
Sul dos EUA**

**Rosa Parks  
Movimento pelos Direitos Civis**



ERROR: ioerror  
OFFENDING COMMAND: image  
STACK: