



O MITO DA SUSTENTABILIDADE¹

THE MITH OF SUSTEINABILITY

Mayara Pellenz²

Ana Cristina Bacega de Bastiani³

Resumo

O estudo volta-se para a análise das transformações ocorridas na sociedade nos últimos séculos, no tocante à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável. A utilização dos recursos naturais de maneira inconsequente em todo o planeta provocou desequilíbrios que ameaçam a vida do ser humano na terra. A partir desse argumento, torna-se necessário um novo olhar à natureza, no sentido de preservar e conservar o meio em que se vive, resgatando sentimentos de pertença, em razão de todos os seres viverem em um lar compartilhado. Assim, muitos cidadãos se engajam em ações sustentáveis, preocupados com a melhor utilização dos recursos naturais, o que reflete no mercado de consumo. As empresas, atentas a esta tendência, pretendem atingir um nicho de mercado que prefere consumir produtos ecologicamente corretos, não pela sustentabilidade, mas pelos interesses econômicos e pelos retornos financeiros. O “mercado verde” atrai consumidores e vários empreendimentos estão em consonância com os princípios sustentáveis, servindo inclusive de exemplo para outros países. O fortalecimento das marcas e dos produtos com este viés e a criação de uma rede para divulgação deste mercado - atingindo o público-alvo da forma mais transparente possível - são exemplos de alternativas para identificar quais empresas mostram-se realmente preocupadas com a sustentabilidade.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Natureza; Empresas; Desenvolvimento Sustentável.

Abstract

The study analyses of the changes occurring in Societies in recent centuries, regarding Sustainability and Sustainable Development. The use of natural

¹ Artigo recebido em 08/10/2014, pareceres submetidos em 05/11/2014 e 08/11/2014 e aprovação comunicada em 18/11/2014.

² Mestranda em Direito, Democracia e Sustentabilidade pela Faculdade Meridional de Passo Fundo, Linha de Pesquisa Fundamentos Normativos da Democracia e da Sustentabilidade. Pós-Graduada em Direito Penal e Processo Penal pela Faculdade Meridional. Advogada. *E-mail:* <maypellenz@hotmail.com>.

³ Mestranda em Direito, Democracia e Sustentabilidade pela Faculdade Meridional de Passo Fundo, Linha de Pesquisa Fundamentos Normativos da Democracia e da Sustentabilidade. Bolsista CAPES/PROSUP. Pós-Graduada em Direito Processual Civil pela Faculdade Anhanguera de Passo Fundo. Advogada. *E-mail:* <cristi.bd@hotmail.com>.



resources in an inconsequential manner around the planet has caused imbalances that threaten human life on Earth. Considering such reality, a new look towards nature becomes necessary in order to preserve and conserve the environment in which we live, rescuing the feelings of belonging, as all human beings live in a shared home. Thus, many citizens engage in sustainable actions, worried with a best use of natural resources, which reflects the consumer market. Some companies, aware of these trends, intend to achieve a market niche that prefers to consume environmentally correct products, not of Sustainability, but by economic interests and the financial returns. The “green market” attracts consumers and, in fact, several projects are in line with sustainable principles, serving as an example to other countries. The enforcement of brands and products with this bias and the creation of a network for the dissemination of this market - reaching the target audience in the most transparent way possible - are examples of alternatives to identify those companies that appear to be effectively concerned about sustainability.

Keywords: Sustainability; Nature; Companies; Sustainable Development.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos séculos, a exploração desmedida da natureza e o caráter antropocêntrico do pensamento do homem moderno, preocupado em satisfazer as próprias necessidades, resultaram num quadro global alarmante. O preço pago pelo desenvolvimento sem limites da humanidade é a situação lamentável enfrentada nos dias de hoje.

O progresso ocorrido por meio dos tempos, como o surgimento de novas tecnologias, de técnicas industriais, de avanços na comunicação, e demais evoluções inerentes ao processo civilizatório, inegavelmente beneficiaram a vida dos homens. Contudo, o modelo de desenvolvimento adotado pela civilização resultou na exploração desmedida da natureza, e acontecimentos históricos – como a Revolução Industrial, o capitalismo⁴, o consumismo⁵ exagerado, o individualismo

⁴ Segundo Lênin (2005, p. 615-616), o capitalismo pode ser entendido como “O capital financeiro, concentrado em muito poucas mãos e gozando do monopólio efetivo, obtém um lucro enorme, que aumenta sem cessar com a constituição de sociedades, emissão de valores, empréstimos do Estado, etc., consolidando a dominação da oligarquia financeira e impondo a toda a sociedade um tributo em proveito dos monopolistas”.

⁵ “Consumismo é o ato de comprar produtos e/ou serviços sem necessidade e consciência. É compulsivo, descontrolado e que se deixa influenciar pelo *marketing* das empresas que comercializam tais produtos e serviços. É também uma característica do capitalismo e da sociedade moderna rotulada como ‘a sociedade de consumo’. Diferencia-se em grande escala do consumidor, pois este compra produtos e serviços necessários para sua vida enquanto o consumista compra muito além daquilo de que precisa. O consumismo tem origens emocionais,



exacerbado (corroborando a expressão de Protágoras de que “o homem é a medida de todas as coisas”) e a globalização⁶ – contribuíram para este processo.

A história das civilizações demonstra que o homem passou a dominar a natureza e utilizá-la como meio para seu próprio desenvolvimento, a assumir uma posição de superioridade. A chegada da modernidade e a utilização dos recursos naturais sem qualquer controle ou limite revelam efeitos perversos.

As preocupações com o meio ambiente e com a sua situação aumentaram nas últimas décadas e o debate ganhou força em todo o mundo. Os impactos negativos tornaram-se fáceis de perceber em qualquer lugar do planeta, pois a Sociedade de Consumo não pode ser considerada exclusividade de poucos países, mas sim um modelo adotado em escala mundial.

As consequências da degradação ambiental atingiram dimensões globais e, hoje, a natureza encontra-se em colapso, pois a humanidade está diante de um limite de crescimento, em razão do estilo de vida adotado. Não é exagero afirmar que o panorama instaurado se apresenta insustentável.

O agravamento da crise ocorreu a partir do final do século XIX, no qual a questão do meio ambiente passou a ser discutida com maior ênfase, em razão da necessidade de uma nova postura, capaz de prolongar a vida do ser humano na terra. Esta mudança de pensamento e de consciência, com intuito de preservar,

sociais, financeiras e psicológicas onde juntas levam as pessoas a gastarem o que podem e o que não podem com a necessidade de suprir à indiferença social, a falta de recursos financeiros, a baixa autoestima, a perturbação emocional e outros. Além de consequências ruins ao consumista, como processos de alienação e exploração no trabalho, multiplicação de supérfluos (que contribuem para o processo de degradação das relações sociais e entre sociedades) e oneomania (distúrbio caracterizado pela compulsão de gastar dinheiro, mais comum nas mulheres tomando a proporção de quatro por um), o meio ambiente também sofre com este ‘mal do século’, pois o aumento desenfreado do consumo incentiva o desperdício e a grande quantidade de lixo” (DEFINIÇÃO DE CONSUMISMO. Disponível em: <<http://sociedade-do-consumo.blogspot.com.br/2008/06/definio-de-consumismo.html>>).

⁶ “Globalização é normalmente associada a processos econômicos, como a circulação de capitais, a ampliação dos mercados ou integração produtiva em escala mundial. Mas descreve também fenômenos da esfera social, como a criação e expansão de instituições supranacionais, a universalização de padrões culturais e o equacionamento de questões concernentes à totalidade do planeta (meio ambiente, desarmamento nuclear, crescimento populacional, direitos humanos, etc.) Assim, o termo tem designado a crescente transnacionalização das relações econômicas, sociais, políticas e culturais que ocorrem no mundo, sobretudo nos últimos 20 anos” (VIEIRA, 2002, p. 72-73).



conservar e proteger a natureza mostrou-se um avanço da humanidade para prolongação de sua própria existência neste planeta.

A exploração do meio ambiente ameaça, também, as gerações que ainda estão por vir. Medidas são sendo tomadas para amenizar os impactos negativos das ações humanas no mundo natural. Os acordos internacionais firmados entre os países e o direito positivo interno auxiliam essa interação.

Para ser possível uma nova realidade, torna-se fundamental, inicialmente, uma nova consciência acerca da natureza e do planeta terra. Os seres humanos precisam associar-se uns aos outros para zelar o lugar onde vivem: trata-se de um lar compartilhado entre tudo que é vivo no planeta.

Uma nova consciência é necessária, pois disso depende o futuro e a prolongação da existência da vida humana na terra. A preocupação com os elementos que envolvem os modelos de desenvolvimento e a proteção da natureza também são uma realidade. Tanto verdadeira se revela essa afirmação que os direitos da mãe terra⁷ são hoje uma tendência mundial devido à importância que o ambiente natural possui.

⁷ A respeito deste tema, Muriel (2014) escreve um artigo sobre a realidade equatoriana. Em suas palavras: “O Art. 71 da Constituição de 2008 do Equador, de maneira inédita no âmbito jurídico e surpreendendo muitos analistas e cientistas sociais, apresentou a natureza como um sujeito de direitos.

‘A natureza, ou Pacha Mama, onde se reproduz e realiza a vida, tem o direito a que se respeite integralmente sua existência e a manutenção e regeneração de seus ciclos vitais, estrutura, funções e processos evolutivos’. Poderíamos perguntar: mas em que esta lei difere-se do direito ambiental, já previsto por diversas constituições e convenções internacionais? O Art. 225 da Constituição Brasileira de 1988, por exemplo, assegura que ‘todos tem o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo [...]’. A questão é que, no caso da nossa Constituição, o sujeito do direito são as pessoas, a quem se garante o usufruto de um ambiente são. A natureza é vista como um bem coletivo. No caso da constituição equatoriana, é a própria natureza, é a Pacha Mama em si, o sujeito dos direitos. Para compreender o art.71 é necessário lembrar que o Equador se define como um Estado Plurinacional. Composto, portanto, por distintos povos entre os quais os quéchua Kitu Kara, Panzaleo, Chibuleo, Salasaka, Kisapicha, Waranka, Kañar. Todos compartilhando a visão de que a Mãe-Terra é muito mais um “alguém”, composto de consciência e animidade, do que um “algo”. O que, conseqüentemente, torna a Pacha Mama um sujeito passível de direitos. Apesar das dificuldades, Equador e Bolívia estão inovando de maneira inimaginada a década e meia atrás, quando a panaceia neoliberal se impunha sobre uma América Latina fragilizada e subordinada aos interesses externos. Ainda que a questão ‘Mas afinal, o que é o Sumák Kawsay/Buen Vivir?’ não possa ser respondida plenamente, já que o conceito-projeto equatoriano - tal qual o boliviano - está em pleno processo de definição e construção. O que, de maneira alguma, o desqualifica. Afinal, ‘alguém’ tinha que intensificar a crítica à contínua opressão aos povos e à natureza, começando por uma reformulação constitucional. Corajosamente, Equador e Bolívia assumiram o desafio. Graças à Deus! Ou melhor, gracias a la Pacha Mama”.



Ações sustentáveis são hoje largamente difundidas e aceitas no contexto social. Muitos cidadãos estão dispostos a efetivar o princípio da sustentabilidade por meio de pequenos gestos, como recolhimento do lixo de forma separada, preferência no consumo de alimentos orgânicos, utilização de produtos reaproveitáveis ou biodegradáveis. Existem pessoas que transformaram radicalmente seu estilo de vida, tornando-se veganas, por exemplo. O aumento de pessoas adeptas a uma dieta sem carne aumentou consideravelmente nos últimos anos. No Brasil, esse fenômeno também é percebido⁸.

Contudo, há também aqueles interessados na pegada ecológica porque a tendência está no auge. Para estes, pouco importa ações que promovam a manutenção da vida humana na terra ou a proteção do meio ambiente. O interesse deturpa-se em razão de interesses privados, geralmente relacionados ao retorno econômico que a sustentabilidade traz. O nicho de pessoas adeptas às ações sustentáveis, empresas utilizam-se do discurso ecológico sustentável como forma de atrair clientela e identificar novos consumidores, e com isso aumentar o lucro.

O “ecologicamente correto” passou a ser um *slogan* atrativo para uma sociedade que questiona o futuro do planeta, e isso pode ser vantajoso quando se

⁸ Segundo Simões e Teixeira (2014), os veganos estão se multiplicando no Brasil e, com eles, as empresas e os negócios que respeitam os direitos dos animais. Segundo os autores, “Criado em 1944, na Inglaterra, por Donald Watson, o movimento vegan, ou vegano, vem ganhando cada vez mais espaço na sociedade brasileira. Essa derivação do vegetarianismo abole o consumo de qualquer subproduto animal (incluindo carne, leite, ovos e mel), defende o direito dos animais e busca uma vida mais sustentável [...]. Estima-se que 4% da população brasileira, cerca de 7,6 milhões de pessoas seja de vegetarianos, muitos deles, veganos. Dados do Instituto Ipsos reforçam que 28% dos brasileiros têm procurado comer menos carne. ‘Há sinais de que esse é um mercado em ascensão’, afirma Marly Winckler, presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB). A entidade é responsável pela certificação de produtos veganos no Brasil, selo entregue mediante uma análise rigorosa da cadeia produtiva, com taxas que variam de R\$ 300 a R\$ 1 mil, dependendo do tamanho da empresa [...]. Nascidas ou não com o DNA vegano, as empresas que atuam nesse mercado sofrem com a carência de fabricantes e com a falta de ferramentas para rastrear a cadeia produtiva. ‘Quando recusei usar couro natural na coleção, o fornecedor não entendeu por quê. Desde o início eu só trabalho com matéria-prima sintética, do tecido aos aviamentos’, afirma a estilista Carolina Caliman, 27 anos, dona da confecção King 55, de São Paulo, com nove anos de mercado e um faturamento médio anual de R\$ 900 mil. Marly, da SVB, estima que dois mil brasileiros se convertem ao vegetarianismo toda semana. Os veganos são o nicho do nicho, porém, um mercado também crescente, que possibilita criar diferentes tipos de produtos e serviços. Desde que o negócio suporte genuinamente sua filosofia de vida, tem grandes chances de sucesso. ‘Os veganos gostam da nossa marca porque defendemos algo em que eles acreditam. Até as pessoas que não são veganas admiram nosso negócio’, diz Carol, da King 55”.



refere a produtos disponíveis para o consumo. Essa abordagem é pertinente, já que é evidente que o consumidor sente-se atraído por produtos e empresas, que, em sua essência, estão fomentando uma sustentabilidade “de carona”, desvirtuando o ideal de proteção e preservação da natureza como ambiente sadio para presentes e futuras gerações.

Sugere, como hipótese, o desenvolvimento de uma nova consciência e responsabilidade por parte daqueles sujeitos que agem no sentido de aproveitar-se do discurso ecológico exclusivamente para benefício próprio ou por interesse financeiro.

Essa condição pode ser viabilizada por meio de um novo paradigma ético e de uma rede que identifique, verdadeiramente, quais são as empresas que estão focadas no viés sustentável, acima de qualquer outro interesse. Faz-se necessário encontrar alternativas neste sentido, pois as relações de consumo são práticas diárias que determinam o estilo de vida dos cidadãos e que podem contribuir para que a sustentabilidade não seja um mito, mas uma ampla realidade social.

2 A SUSTENTABILIDADE COMO NOVO PARADIGMA ÉTICO-JURÍDICO

A era pós-moderna⁹ – período atual da história – se caracteriza por constantes transformações nas relações humanas, devido à velocidade dos acontecimentos e o alcance das informações. Para Bauman (2011, p. 131), a relação entre os indivíduos está cada vez mais “líquida” e fragilizada, assim como a relação existente entre seres humanos e meio ambiente.

⁹ “O pós-modernismo faz a opção pela contingência. E, com ela, opta pelo fragmentado, efêmero, volátil, fugaz, pelo acidental e descentrado, pelo presente sem passado e sem futuro, pelos micropoderes, microdesejos, microtextos, pelos signos sem significados, pelas imagens sem referentes, numa palavra, pela indeterminação que se torna, assim, a definição e o modo da liberdade. Esta deixa de ser a conquista da autonomia no seio da necessidade e contra a adversidade para tornar-se jogo, figura mais alta e sublime da contingência. Mas essa definição da liberdade ainda não nos foi oferecida pelo pós-modernismo; está apenas sugerida por ele, pois definir seria cair nas armadilhas da razão, do universal, do logocentrismo falocrático ou de qualquer outro monstro que esteja em voga. Donde o sentimento de que vivemos uma crise dos valores morais (e políticos)” (CHAUÍ, 1992, p. 356).



Por muito tempo, o homem canalizou seus esforços e suas ações em razão das suas próprias vontades e necessidades: o individualismo exacerbado provocou o distanciamento das pessoas, interessadas somente no seu bem-estar e no crescimento patrimonial e pessoal, seu e de sua família. Houve um impulso do capitalismo e do fenômeno da globalização nesse sentido. Os antigos princípios de comunidade, respeito e cooperação com seus semelhantes, observados em sociedades primitivas, por exemplo, não fazem parte deste contexto.

Segundo Bauman (2011, p. 21), “[...] vivemos em tempos difíceis, pois a própria liberdade do ser humano está em crise”. Neste contexto de colapso¹⁰, levantaram-se questionamentos a respeito da interação entre homem e natureza. O debate ganhou força, em âmbito nacional e internacional, pois o Homem percebeu que uma nova consciência em prol da conservação e preservação do meio ambiente seria indispensável para a manutenção da vida humana na terra. A história demonstra que muitos elementos contribuíram para que a situação chegasse a esse ponto, e o capitalismo, o individualismo, o consumismo e a globalização foram algum destes fatores.

¹⁰ No que se refere ao destino da Humanidade, o panorama atual é desolador. Uma crise mundial sem precedentes se instalou e, de maneira bastante ampla, pode-se afirmar que a qualidade de vida da Humanidade está ruim. Isso se manifesta de diversas formas: desemprego, altos níveis de migração, fome, diminuição nas taxas de produção e produtividade, guerras civis, segregação racial, marginalização, doenças, egoísmo, individualismo, tráfico e consumo de drogas lícitas e ilícitas, criminalidade, altas taxas de suicídio, solidão, incomunicabilidade, destruição e perda da identidade humana, inversão de valores, dissolução de instituições como família, aumento das perversões, da violência e dos vícios, destruição do meio ambiente, além de tantos outros fatores. Ocorre que os avanços também são evidentes e, seguramente, a Humanidade consegue identificar os paradoxos que estão ao seu redor. O Homem, extraordinário em suas realizações, foi capaz de desenvolver a tecnologia, construir obras imensas e de grande porte, possibilitou a comunicação mundial instantânea através da rede de computadores, realizou avanços na medicina - descobrindo medicamentos e curas que antes tiravam a vida de milhares de pessoas -, construiu universidades, escolas, centros de ensinos, laboratórios, observatórios e, inclusive, ultrapassou as fronteiras da Terra conquistando em definitivo o espaço sideral. A Humanidade possui tecnologia, mas populações inteiras morrem de fome; dispõe de recursos na área da saúde, todavia ainda há quem não tenha acesso a este direito; possui organização de governo capaz de determinar as diretrizes de um Estado, enquanto os cidadãos não possuem o mínimo existencial para viver em dignidade; produz material bélico e possui contingente para guerra enquanto seres humanos vivem segregados, alheios à informação e aos acontecimentos do mundo. A Humanidade mergulhou em uma crise que envolve o valor do ser humano e o valor da vida, já que o individualismo passou a determinar as relações humanas. O Homem vive mais, mas também morre mais. De fato, para começar a solucionar a crise instalada em todas as esferas do funcionamento humano, torna-se preciso compreender o período em que se atravessa com uma visão de todo este panorama, a fim de buscar possíveis caminhos que levem a Humanidade a salvar inclusive sua própria condição de existência.



A situação não poderia ser pior. O resultado de séculos de exploração desmedida da natureza é hoje uma preocupação a nível global e que enseja a associação das nações para que haja uma mudança positiva, pois todos compartilham de um lar comum. Nesse sentido, Limberger (2012, p. 278) afirma que “[...] os acontecimentos transcendem as fronteiras dos países, e os fenômenos não ocorrem mais isoladamente, mas globalmente [...]”.

A preocupação com o futuro da humanidade passou a ser um fenômeno compartilhado por diversos países. Trata-se de uma tendência contemporânea a associação entre pessoas e, também, Estados no sentido da diminuição dos impactos ambientais. Os acontecimentos ocorrem globalmente e trazem consequências à humanidade, como um todo.

A expressão “sustentabilidade” foi usada pela primeira vez em 1979, em um simpósio das Nações Unidas sobre as relações entre o meio ambiente, o desenvolvimento e os recursos naturais. Mas só depois do relatório Brundtland, publicado em 1987, ela se tornou mais conhecida e adquiriu conotações políticas (MARIOTTI, 2013, p. 154).

Muitos consideram o Relatório Brundtland como sendo o marco inicial no que se refere à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável. Para Oliveira e Loureço (2012, p. 305)

Em 1983, a ONU cria a Comissão Mundial para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, então presidida por Harlem Brundtland, ex-primeira ministra da Noruega. Da atuação desta comissão surge, em 1987, o relatório *Nosso futuro comum*, que apresentou uma definição de desenvolvimento sustentável como sendo “o desenvolvimento que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades”. Afirma ainda o mesmo relatório que “satisfazer as necessidades e aspirações humanas é o principal objetivo do desenvolvimento”

Como se percebe, o conceito de desenvolvimento sustentável¹¹ surgiu nesse contexto e tem significado importante para as questões ambientais. Cabe destacar que sustentabilidade e desenvolvimento sustentável possuem significados distintos,

¹¹ Por ocasião do encontro, o desenvolvimento sustentável foi conceituado como sendo “[...] aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (CMMAD, 1991, p. 46).



sendo o primeiro. Para Freitas (2012, p. 73), um “[...] princípio constitucional-síntese” que representa os anseios pela melhoria das condições de vida humana, e que demanda a participação direta do homem para sua efetivação em suas várias dimensões. Já desenvolvimento sustentável, desvela uma:

[...] importância decisiva porque engloba as diversificadas necessidades, expectativas e recursos com os quais se relaciona o ser humano, particularmente a correta e criteriosa utilização dos recursos ambientais, as relações familiares e culturais, a organização e as expectativas de ordem econômica, a complexa arquitetura política interna e externa e o cuidado especial para com as necessidades e as condições para as futuras gerações (ZAMBAM, 2012, p. 150).

No mesmo sentido, desenvolvimento sustentável e sustentabilidade não devem ser tratados como sinônimos. Conforme Giddens (2010, p. 79), “[...] lós dos términos básicos ‘sostenibilidad’ y ‘desarrollo’, tienen significados hasta cierto unto contrapuestos. ‘Sostenibilidad’ implica continuidad y equilibrio, mientras que ‘desarrollo’ implica dinamismo y cambio”. Ainda, sob esta perspectiva:

A sustentabilidade é um fenômeno do mundo natural. O desenvolvimento sustentável é um fenômeno cultural. A natureza não precisa do homem para ser sustentável. Mas as práticas ditas sustentáveis precisam, pois são uma forma humana de continuar a explorar a natureza, que deveriam incluir a preocupação de até quando isso pode ser feito sem gerar prejuízos de parte a parte (MARIOTTI, 2013, p. 100).

Apesar das ações positivas já realizadas, os desafios permanecem. A efetivação de ações em prol da natureza deve ser encarada como um processo demorado, porque depende diretamente de um pensamento coletivo, menos individualista, capaz de promover mudanças positivas na sociedade. Cabe ressaltar que:

[...] a ideia de “suportabilidade” (ou sustentabilidade) acrescenta ao desenvolvimento um conjunto de ações voltado à salvaguarda da biosfera e, correlativamente, à salvaguarda das gerações futuras. Essa noção contém um componente ético importante, mas não poderia aperfeiçoar em profundidade a própria ideia de desenvolvimento (MORIN, 2013, p. 32).

Logo, as preocupações com o futuro não devem limitar-se a um determinado local ou comunidade. Por estar no planeta terra, compartilhando de um lar comum,



faz-se necessário que o engajamento em prol do desenvolvimento sustentável seja um pensamento comunitário e não individualista. Este deve ser considerado o cerne da nova consciência que se pretende consolidar mundialmente.

À longo prazo, pode-se afirmar que a existência do homem estará comprometida se novas posturas não forem adotadas. Um contexto favorável para ações positivas em prol da natureza é uma necessidade. Contudo, “[...] não são poucas as evidências de que em algum momento do futuro a natureza continuará a se sustentar sem a nossa presença, como acontecia antes da nossa chegada [...]” (MARIOTTI, 2013, p. 100). Ocorre que a manutenção de meio ambiente sadio e de uma boa qualidade de vida depende, diretamente, das ações humanas sustentáveis.

Quando se pronuncia a expressão “sustentabilidade”, de maneira geral, a primeira concepção originada remete à ideia de desenvolvimento, no tocante a preservação de recursos ambientais naturais. Esta visão não está errada, mas não pode ser considerada única. O termo sustentabilidade possui ampla abrangência e permite uma infinidade de teorizações a respeito.

Sobre o tema, Freitas (2012, p. 71) explica que a sustentabilidade possui cinco dimensões e que: “[...] tais dimensões (ética, jurídico-política, ambiental, social e econômica) se entrelaçam e se constituem mutuamente, numa dialética da sustentabilidade, que não pode, sob pena de irremediável, ser rompida”. Na sustentabilidade, os cinco pilares descritos devem estar interligados e promover o bem-estar, associado à melhora da qualidade de vida, bem como, a recuperação e a preservação dos recursos naturais. A sustentabilidade não procura “salvar o planeta” (como referido anteriormente, o planeta terra se auto sustenta, sem a presença da humanidade), mas sim, salvar a própria humanidade das consequências de sua busca pelo progresso a qualquer custo.

Sem dúvida, a sustentabilidade ambiental sozinha não faz sentido, assim como não se considera sustentável a abordagem focada apenas no pilar econômico ou no pilar social. O que faz sentido é produzir o desenvolvimento realmente integrado, isto é, social, econômico, ambiental, ético e jurídico-político (FREITAS, 2012, p. 304).

Dessa forma, é primordial o entendimento destas concepções para que o homem possa integrar o meio social ao qual está inserido, a partir de ações sustentáveis e de interações positivas. Para a sustentabilidade ser viabilizada a



partir da natureza e da ação humana, necessita-se que o homem seja capaz de agir ao considerar os interesses e o bem-estar de todos os elementos que lhe rodeiam, fomentando a fraternidade e não somente seus interesses privados

Sob esta perspectiva, para o homem empreender ações, seja no desenvolvimento da sociedade ou qualquer outra, precisa considerar a fragilidade da vida e do próprio universo. O destino do homem está atrelado à natureza, não apenas por questão de sobrevivência física, mas, também, da integridade de sua essência.

A humanidade, diante das incertezas, necessita determinar o que deve ser valorizado. O pensamento de ir além de conservação, preservação, proteção e regeneração da natureza tem alicerce na necessidade do respeito recíproco, do respeito às pessoas, ao meio ambiente e a todos os seres vivos. Para que haja essa condição, é preciso exercitar uma ética ambiental que permita a reflexão coletiva e a reflexão pessoal, com a superação do antropocentrismo no sentido de uma nova compreensão de mundo.

É nesse contexto que emerge a existência de uma ética que não apenas se restrinja ao comportamento dos seres humanos entre si, mas se estenda à sua relação para com o meio ambiente (ar, terra, água, animais, florestas, processos produtivos, etc.) (BOFF, 2009, p. 34).

De fato, uma nova consciência ecológica deve ser pautada por ações que viabilizem o cuidado em relação ao ambiente como um todo (condições climáticas, geográficas, aquáticas, sociais, econômicas, antropológicas, mentais, entre outros). Outras dimensões de qualidade e sustentabilidade da vida de todos habitantes do planeta são fundamentais, ao mesmo tempo o mundo natural deve estar em comunhão com as tecnologias e com a criação de condições de preservação da natureza.

Neste sentido, a sustentabilidade veio para manter as bases vitais da produção e da reprodução humana e conservar as atividades do homem em consonância equilibrada com o meio ambiente. Assim:

[...] o desenvolvimento sustentável tem por conteúdo a manutenção das bases vitais da produção e reprodução do homem e de suas atividades, garantindo igualmente uma relação satisfatória entre os homens e destes com o seu ambiente, objetivando que as futuras gerações também possam



desfrutar dos mesmos recursos que temos hoje à nossa disposição (FIORILLO, 2006, p. 27-28).

Apesar de, ao longo da história, os recursos naturais terem sido utilizados de maneira desmedida e sem nenhum tipo de cuidado, essa situação encontra-se redimensionada. A sustentabilidade chama a atenção para esse cenário. Na perspectiva aqui estudada, demonstra-se o desenvolvimento/progresso de forma sustentável.

A partir desse argumento, é necessário conhecer-se por meio do outro, pois através do seu semelhante o sujeito torna-se capaz de desvelar suas próprias necessidades. Nesse sentido, Morin (2005, p. 103) esclarece que “[...] o ser humano percebe o outro como um eu simultaneamente diferente e igual a ele. O outro partilha assim uma identidade comigo embora conservando a sua diferença”.

Desta forma, atinge-se o ponto chave do paradigma da sustentabilidade: olhar o outro e ao mesmo tempo compreender a prevalência do todo em relação às partes no corpo social. O ser individual vive sob a influência dos outros e isto deve formar a sociedade. A noção de “estar junto” revela-se primordial, pois uma ação individual reflete na vida dos demais seres humanos. Neste viés, Bortoloti e Zambam (2013, p. 229), esclarecem que “[...] pensar a sustentabilidade é crivar de que forma o ser humano se relaciona com os demais seres vivos”, pois todos compartilham de um mesmo lar, com as mesmas interações e as mesmas necessidades.

Ressalta-se que diante de tantas implicações a respeito da sustentabilidade, que pode ser entendida a partir da previsão constitucional do artigo 225 da Constituição Federal brasileira¹², cabe ao ser humano o reconhecimento de sua responsabilidade neste processo de construção de uma vida saudável em um meio ambiente equilibrado. Dessa forma, nos dias de hoje, a vida do indivíduo deve ter

¹² “O capítulo sobre o meio ambiente (artigo 225 e seus diversos incisos e parágrafos) da Constituição assegura a todos o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. É a primeira vez na história brasileira que uma constituição dedica um capítulo inteiro ao meio ambiente, fundamentado no princípio do desenvolvimento sustentável [...]” (SANTILLI, 2005, p. 58).



em si a dimensão da alteridade, onde um sujeito depende do outro para a preservação da própria existência.

A mudança do olhar antropocêntrico – que vigorou por muito tempo - para a construção de uma visão solidária, viabilizará a evolução do homem no contexto ao qual está inserido, sem degradar as condições de existência da presente e futuras gerações. “Logo o desenvolvimento só faz sentido exatamente quando auxilia a concretização de todos os valores de uma ‘sociedade fraterna’, no presente e no futuro”. (FREITAS, 2012, p. 114)

O novo paradigma da sustentabilidade apoia-se na ideia de uma consciência adotada pela coletividade, amparada no respeito à natureza, na finitude dos recursos naturais e na necessidade da mudança de atitude a partir do momento presente. Caso a exploração desmedida continue sendo uma realidade, os recursos naturais com o passar dos anos tendem a diminuir, enquanto a população no planeta aumenta constantemente.

Essa equação possui um resultado desastroso. Diante de ações irresponsáveis, a Humanidade será brutalmente afetada. Quem padecerá pelos próprios erros será a humanidade. Assim, a sustentabilidade é um novo paradigma ético, jurídico e de responsabilidade em relação ao presente, às gerações futuras e ao planeta como um todo.

O homem está mais cauteloso com as questões ambientais, pois da natureza decorre sua própria sobrevivência. A fim de evitar situações extremas e caóticas, a sustentabilidade surge como alternativa à civilização humana, no sentido de proteção, conservação e preservação do ambiente natural como necessidades dos novos tempos.

O desenvolvimento humano precisa ser viabilizado através de um modelo atento às necessidades dos novos tempos. O processo civilizatório exige a solução de problemas sociais, políticos, culturais e ambientais; e a sustentabilidade surge como alternativa para que tal processo permaneça em continuidade.

O novo paradigma da sustentabilidade é um conceito moderno que direciona o pensamento do presente para o futuro. Porém, não pode servir simplesmente



como garantia às condições para o atendimento de necessidades do porvir, mas sim de um novo padrão comportamental que enseja compromisso com a preservação ambiental em todos os segmentos da sociedade¹³ desde já.

Passos importantes já foram dados, mas infelizmente, a ideia de que os recursos naturais são bens a serem explorados não ficou no passado. Ainda hoje ações humanas de exploração dos recursos naturais são uma realidade, pouco importando as consequências.

A sustentabilidade, o novo paradigma deste século, desvela um grande desafio a ser incorporado e vivenciado no dia-a-dia de todas as pessoas, para, em um segundo plano, adquirir uma dimensão global. O desafio complexo de superar o individualismo – o grande mal da sociedade pós-moderna – em prol de uma compreensão sistêmica da sustentabilidade, enseja uma “[...] tomada de consciência de pertencimento a uma mesma ‘terra pátria’” (MORIN, 2005, p. 166-167), além de exigir participação e ações positivas neste sentido.

Neste momento, o sujeito depara-se com indagações à cerca da própria capacidade, do seu poder de construir e destruir, do seu papel diante à natureza e principalmente do quanto às ações humanas tem capacidade de alterar o curso da história, de forma positiva e negativa. Estes questionamentos têm suas respostas nas posturas sustentáveis, como ações que evitam a aceleração da extinção da vida do homem na terra, porém não o salva em definitivo.

O mundo natural precisa estar em comunhão com as tecnologias, com criação de condições de preservabilidade da natureza e a necessidade de enraizar os sentimentos de pertença. Mostra-se fundamental resgatar o “vínculo comum” antropológico em prol de uma vida comunitária.

[...] as grandes questões ambientais do nosso tempo devem ser entendidas como questões naturais, sociais e econômicas, simultaneamente, motivo pelo qual só podem ser equacionadas mediante uma abordagem integrada,

¹³ “A sociedade, enquanto fenômeno humano, decorre da associação dos homens, da vida em comum, fundada na mesma origem, nos mesmos usos, costumes, valores, cultura e história. Constitui-se a sociedade no e pelo fluxo das necessidades e potencialidades da vida humana, o que implica a experiência tanto da solidariedade, do cuidado, quanto da oposição, da conflitividade. Organização e caos são polos complementares de um mesmo movimento – dialético – que dá dinamismo à vida da sociedade” (BARRETO, 2010, p. 487).



objetiva, fortemente empírica e, numa palavra, sistemática (FREITAS, 2012, p. 31).

A abordagem integrada dos impactos ambientais causados pela ação do homem viabiliza a união das nações com a finalidade da preservação, conservação e proteção da natureza. Dessa forma, conjugar estratégias entre os países resulta em benefícios para toda a humanidade, no que diz respeito à prolongação da vida do homem na terra.

A crise vivida resulta na necessidade de uma nova consciência ecológica, caracterizada pelo aumento de cuidado em relação ao meio ambiente. De fato, já se percebe a valorização de princípios¹⁴ que protegem a natureza e sua incorporação ao ordenamento jurídico interno, corroborando o novo paradigma da sustentabilidade.

O papel da Constituição brasileira nesse sentido se mostra claro, pois o artigo 225 preconiza o meio ambiente como direito fundamental do cidadão e dever de todos. Isso revela a preocupação do legislador constitucional, como reflexo dos anseios da sociedade, desde 1988, com as questões ambientais. Assim, no ordenamento jurídico interno, está legitimada a preocupação com os recursos naturais.

Destaca-se que o desenvolvimento sustentável – apenas um, dentre os vários modelos de desenvolvimento – caminha lado a lado com o princípio da sustentabilidade. Trata-se de um exemplo capaz de conciliar integridade do meio ambiente ecologicamente equilibrado, com crescimento econômico, social, tecnológico, político, etc.; compatibilizando avanços econômicos com a proteção ao meio ambiente. Neste sentido:

[...] a noção corrente de sustentabilidade deriva justamente da necessidade de preservação dos ecossistemas diante do processo produtivo com o fim último de se alcançar um desenvolvimento compatível com a capacidade de sustentação e resiliência dos sistemas naturais tendo em vista os seus

¹⁴ No Brasil, a Sustentabilidade é, segundo Freitas (2012), um princípio constitucional, conforme artigo 225 da nossa Carta Magna. Para Alexy (2008, p. 90), “[...] princípios são mandamentos de otimização, ou seja, normas que ordenam que algo seja feito na maior medida do possível, de acordo com as possibilidades fáticas e jurídicas do caso concreto”.



benefícios agregados para o bem-estar humano (OLIVEIRA; LOURENÇO, 2012, p. 306).

Sob este viés, há vedação do crescimento de maneira desenfreada e sem limites, de forma a transmitir às gerações futuras os recursos naturais disponíveis hoje. Isso reforça a ideia de que todos “[...] temos deveres no que respeita à humanidade presente, à humanidade passada e à humanidade futura” (NABAIS, 2007, p. 194).

A ética ambiental precisa ser exercitada e a reflexão coletiva e pessoal viabilizada, para que haja a superação do antropocentrismo, no sentido de uma nova compreensão de mundo. Precisa-se ainda fortalecer, reintegrar, reestabelecer laços de interdependência entre o meio ambiente e tudo que o integra.

Há necessidade de uma política de civilização e humanidade que substituam a política do desenvolvimento a qualquer custo. Ações individuais mais conscientes e responsáveis são, de fato, o que podem transformar esta realidade individualista em prol do direito a um meio ambiente saudável, essencial à vida humana de uma forma geral. Neste contexto, Aquino (2013, p. 166) afirma que o novo paradigma da sustentabilidade ganha força e “[...] se torna um novo Valor a ser depurado e construído historicamente no século XXI”.

Como a preservação do meio ambiente condiciona a perpetuação da vida humana no planeta, cabe ao homem tomar iniciativas para modificar o rumo de sua evolução, fazendo com que seu desenvolvimento possa ser sustentável e responsável para todas as formas de vida. “A ideia de sustentabilidade [...] requer que pensemos em termos de globalidade, diversidade, diferença, qualidade e prazos longos” (MARIOTTI, 2013, p. 100). Trata-se do grande desafio dos novos tempos.

3 SUSTENTABILIDADE “DE CARONA”: REFLEXÕES SOBRE OS INTERESSES ECONÔMICOS À FRENTE DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A exploração desmedida dos recursos naturais não ficou no passado: trata-se de uma realidade bastante perversa. Mas, para Freitas (2012, p. 309), “[...] por mais resiliência que tenha, a Natureza guarda limites intransponíveis”. Como já



referido anteriormente, medidas estão sendo tomadas para que tal situação seja amenizada. Observam-se cidadãos, empresas, corporações e entidades preocupadas com a questão ambiental¹⁵ e engajam-se, cada qual da sua maneira, para agir positivamente em prol da sustentabilidade.

Porém, a relação entre desenvolvimento sustentável e empresas tem uma relação tensionada. A tendência contemporânea da sustentabilidade se choca, muitas vezes, com interesses econômicos e privados que inviabilizam a implementação de ações neste sentido. Os empresários comumente reclamam da dificuldade de desenvolver seus negócios sob o viés sustentável, e muitos sequer têm interesse nisso.

Ocorre que o perfil do consumidor também se modificou. Um número expressivo de pessoas aderiu ao movimento ecológico, no sentido de diminuir os impactos ambientais que seu consumo pode causar no meio ambiente. Aderiram a práticas que revelam preocupação com o meio ambiente e com a sustentabilidade, corroborando as reflexões do capítulo anterior deste artigo.

Muitos sujeitos identificam-se com essa nova postura, por meio de interação social e do consumo de produtos com essas características. Assim, um novo nicho de mercado se forma: de pessoas que procuram saber a procedência dos produtos,

¹⁵ A Nike pode ser considerada um exemplo de grande empresa que incorporou a Sustentabilidade em seus produtos. Ela desenvolveu os uniformes da Seleção Brasileira para a Copa do Mundo que acontece no Brasil em 2014. Segundo a notícia, que data de 25 de novembro de 2013: “A Nike lançou neste domingo (24.11) em evento no Forte de Copacabana, no Rio, o novo uniforme da seleção brasileira para a Copa do Mundo que acontece no Brasil em 2014. Com novo desenho da gola em Y, acabou ficando com cara de peça vintage, muito provavelmente para resgatar o imaginário em torno da seleção no seu tempo áureo, nos anos 1960 e 1970. Porém, como na moda, as maiores novidades estão menos na parte de estilo e mais na tecnologia dos materiais e de sua construção. Este uniforme é promovido como o mais leve de sua história (16% mais leve do que o anterior) e também com apelo sustentável. Os shorts são feitos de 100% de poliéster reciclado, as camisas com 96% do mesmo material somado a 4% de algodão orgânico e as meias com 78% de poliéster reciclado. Para você ter uma ideia, são recicladas cerca de 18 garrafas plásticas na confecção de cada uniforme completo. Desde 2010, a Nike desviou mais de 2 bilhões de garrafas PET de aterros sanitários por conta disso. O corpo dos jogadores foi escaneado não apenas para que as peças tivessem caimento exato sobre cada um deles, mas para identificar as regiões com maior nível de tensão durante os jogos, como peito, ombros e pernas, onde foram reforçados resistência e elasticidade. Os tecidos são projetados de modo que o suor evapore mais rapidamente por meio de zonas de ventilação por pequenos furos cortados a laser (nas axilas, no quadril e até no número que vai nas costas) [...]” (VAL, 2014).



como foram fabricados e qual o processo utilizado, preferindo sempre aqueles que estão em consonância com a sustentabilidade.

Dessa forma, os consumidores vão preferindo essas novas marcas, alterando a maneira de consumir os produtos. Tal ato reflete diretamente nas vendas e, portanto, na lucratividade. Esse interesse desvela uma identificação que une empresa e consumidor, fidelizando um mercado que está realmente preocupado com a questão ambiental. Atentos a isso, empresários perceberam que “[...] a sustentabilidade pode ser considerada um bom negócio porque, como se costuma argumentar, se não houver sustentabilidade, não haverá negócios” (MARIOTTI, 2013, p. 101).

Sob esta perspectiva, a sustentabilidade passou a ser um atrativo interessante. As empresas mostram-se preocupadas com a questão ambiental, identificam novos consumidores, aumentam as vendas e a visibilidade do produto, e assim, geram mais lucros. Eis que surge uma questão a ser debatida: algumas empresas mostram-se preocupadas com a sustentabilidade, mas na verdade não estão. São empresas que não se importam com os valores que estão por detrás da sustentabilidade, colocando o fator econômico à frente do humano e do natural.

Em uma época onde está presente o mito de que todos (ou quase todos) estão preocupados com o meio ambiente, com os animais (não humanos), quando todos preconizam a sustentabilidade, forja-se a ecologia simbólica ou o animalismo simbólico. Algo como, sem qualquer menção ideológica, a apropriação da figura de Che Guevara pelo imaginário e pelo comércio. Camisas, bandeiras, botons, souvenirs, e muito palavrorio vazio (OLIVEIRA; LOURENÇO, 2012, p. 302).

Utilizam-se do discurso ecológico para passar uma imagem totalmente deturpada, como se estivessem realmente preocupados com os impactos ambientais. Para Mariotti (2013, p. 101), “Em termos econômicos, tudo indica que, ao menos em termo de *marketing*, hoje em dia levantar a bandeira da sustentabilidade é um bom negócio para as empresas”. Ocorre que para além da bandeira verde, os interesses são puramente econômicos.

Primeiramente, torna-se preciso afirmar que a realidade em que vivida hoje se volta para o consumo e para o consumismo exacerbado. Novas “necessidades” são lançadas a todo tempo, seja no mercado tecnológico, imobiliário,



automobilístico, etc. As pessoas estão dispostas a consumir àquilo que lhes atrai, conforme seu estilo de vida e suas preferências. Assim, o mercado se expande e os espaços são abertos para todo tipo de produto, aumentando as opções disponíveis para o consumidor.

A gama de produtos ecológicos disponíveis também aumentou. Trata-se de um dado positivo, pois isso demonstra que o consumo, apesar de sua constante crescente, está mais responsável. Vive-se em uma sociedade onde novas ofertas surgem todos os dias. Muitas vezes, os produtos colocados à disposição, geralmente supérfluos e sem necessidade, acabam cativando o público.

A sustentabilidade está inserida neste contexto, pois muitas empresas estão atentas a essa nova realidade. O nicho de consumidores adeptos às posturas sustentáveis e ao ecologicamente correto está crescendo no Brasil. Por certo, muitas empresas também se preocupam com esse viés. Sua produção, seus fornecedores e seu produto final são caracterizados por causar o menor impacto ambiental possível.

No entanto, estas práticas saltaram os olhos de muitas empresas que também estão preocupadas com este novo nicho de consumidores, mas não no sentido da sustentabilidade, e sim do lucro. Sob esta perspectiva, “[...] a vida se transforma em um *business*: não existem valores intrínsecos, mas sim valores de mercado” (MARIOTTI, 2013, p.148). Aproveitam-se da pegada ecológica como *marketing* empresarial, divulgando sua preocupação com a sustentabilidade, enquanto na verdade, tem como grande interesse o lucro auferido e a captação de uma nova fatia de consumidores.

Essa situação revela-se preocupante, pois as empresas possuem uma responsabilidade muito grande no contexto social. Tanto as maiores quanto as menores são geradoras de renda e de emprego. Imaginar que a responsabilidade destas fique à margem de uma temática tão relevante, a questão ambiental, é alarmante. Encarar a sustentabilidade como um chamarisco para consumidores encontra entraves até mesmo em preceitos, como ética e moral, sem contar às implicações que isso poderia acarretar no âmbito da responsabilidade civil.

Sobre empreendimentos sustentáveis e o consumo em excesso, faz-se necessário considerar que:



Os empreendimentos sustentáveis são a única forma de garantirmos que os recursos naturais planetários conseguirão sustentar a humanidade por muitas gerações ainda. Se levarmos em consideração que um terço da população mundial consome o que seria necessário para manter todo o planeta, percebemos claramente que o consumo global, principalmente nos países ricos, está muito além do que o planeta comporta (ABREU, 2014).

Dessa forma, as empresas podem ser aliadas nesta caminhada rumo ao futuro. Mas ao fazer uso de um discurso (auto) enganador em prol da sustentabilidade, elas atingem o mercado e, especialmente os consumidores. Acabam por expressar uma preocupação com as questões ambientais e a qualidade de seu produto (livre de agrotóxico, sem resíduo químico, feito de produto reciclável, etc.) que, na verdade, revela-Se Vazia E Falsa. Estas Organizações Empresariais, De acordo Com Oliveira e Lourenço (2012, p. 299) fazem uso de “[...] nomenclaturas insuspeitas, bem manifestas conquanto disfarçadas”¹⁶, prejudicando o mercado de consumo como um todo.

Estes *slogans* tem o condão de incluir o produto no mercado para que seja consumido por um nicho que está em desenvolvimento, do qual fazem parte pessoas adeptas a consumir àquilo que cause menor impacto possível ao meio ambiente. Tal gama de consumidores vem aumentando muito nos últimos anos e interferem no mercado de consumo determinando aquilo que será ou não consumido.

Por certo, o objetivo das empresas é o lucro, acima de qualquer prática que contribua para a conservação, preservação, proteção e regeneração da natureza. O respeito ao meio ambiente e aos demais seres vivos, o exercício de uma ética ambiental que permita a superação do antropocentrismo e uma nova compreensão de mundo, não parecem ser prioridades empresariais.

Por exemplo, na opinião de muitos empresários, suas indústrias já contribuem de modo efetivo para o desenvolvimento sustentável. Em muitos casos, porém, trata-se de retórica vazia, limitada à repetições de chavões e à apresentações de ações cosméticas a um mercado e a um público que

¹⁶ Oliveira e Lourenço (2012, p. 299) citam um evento sobre Sustentabilidade ocorrido no Rio de Janeiro, promovido por uma grande instituição bancária, onde o discurso era de que “A natureza é uma parceira fantástica”. Parceira para qual propósito? – questionam. E complementam: “[...] a natureza concede o produto e não pede nada em troca. E assim, a exploração se sucede”.



querem ouvir esses discursos e apreciar a superficialidade dessas iniciativas (MARIOTTI, 2013, p. 205).

Ainda sob esta perspectiva, Mariotti (2013, p. 205) exemplifica que “[...] quando uma empresa (há exceções, claro) ou alguém diz: ‘já faço a minha parte’, essa frase, mesmo quando sincera, no fundo é um artifício de autoengano”. Isso precisa ser questionado, pois não parece tão difícil compatibilizar os objetivos empresariais com a sustentabilidade.

De fato, muitas empresas têm percebido “[...] que ações socioambientais, na realidade, não eram custos e podiam ser transformadas em atividades com retorno financeiro ou em oportunidades em novos mercados mais sensíveis a questões socioambientais” (OLIVEIRA, 2008, p. 115). Dessa forma, abraçaram a causa ambiental, pois os retornos financeiros são evidentes, além dos benefícios em relação à Natureza.

Exemplos de sucesso estão espalhados pelo Brasil e são referência para outros países do mundo. Trata-se de grandes empresas¹⁷ que não mediram esforços, investiram em tecnologia e encontraram alternativas possíveis para diminuir o impacto de sua produção no meio ambiente e são reconhecidas por isso. Entre essas instituições, pode-se citar o funcionamento da Faber-Castell:

Estima-se que cerca de 20 bilhões de lápis pretos e coloridos para todos os tipos de escrita, desenho e pintura sejam produzidos em todo o mundo a cada ano usando diferentes tipos de madeira. Desse número, cerca de 50% dessa produção ocorre na China. Os fabricantes europeus fabricam por volta de 2 bilhões por ano. Para obter sua independência em relação às madeiras e, ao mesmo tempo, conseguir manter a demanda crescente, a Faber-Castell iniciou um projeto pioneiro de plantio há mais de duas décadas em um antigo pasto com solo arenoso pobre. Essa ação provou ser um projeto florestal único no setor, localizado no meio do cerrado brasileiro, na região de Prata (Minas Gerais), a mais de 2500 km de distância da floresta amazônica. Atualmente, o projeto cobre 10 mil hectares e está certificado desde 1999 pelo seu manejo ambientalmente adequada, socialmente benéfico e economicamente viável. O pinus usado para a plantio é de uma espécie tropical chamada de *Pinus caribea*, que cresce rapidamente, mesmo em condições desfavoráveis e tem fácil replantio. Utilizando tecnologias modernas de plantio e levando totalmente em

¹⁷ A Vale do Rio Doce, a Petrobrás e a WalMart (que possui um eco-centro de distribuição de produtos) são as empresas consideradas as mais sustentáveis do país. Em segundo plano, aparecem a Natura S.A, o Banco Bradesco e o Itaú-Unibanco (SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS BRASILEIRAS, 2014).



consideração o solo, a água, a flora e a fauna existentes, esse projeto florestal representa um ciclo fechado ecologicamente perfeito, renovando cerca de 20 m³ de madeira por hora (EM HARMONIA COM A NATUREZA, 2014).

Além disso, a identidade que estas empresas criam fideliza o consumidor atraído pela atenção conferida à natureza. Quem consome, está permanentemente buscando informações disponibilizadas de maneira mais rápida e mais facilitada do que antigamente, de quais empresas são ou não efetivamente sustentáveis¹⁸. Geralmente estas informações estão nos *sites* oficiais e nas embalagens dos produtos, por exemplo. A partir do momento em que a sustentabilidade da empresa torna-se divulgada, atrai um maior número de consumidores, muito propensos a fidelização de marcas.

Convém ressaltar também que os empreendimentos empresariais possuem uma função social no contexto a qual estão inseridos. Por este motivo, a empresa não pode determinar seus rumos e ações pensando apenas na lucratividade. Ela possui responsabilidades para com a sociedade e com o meio ambiente. Sob este viés:

A marca distintiva do ser humano, de ser o único capaz de ter responsabilidade, significa igualmente que ele deve tê-la pelos seus semelhantes, eles próprios, potenciais sujeitos de responsabilidade, e que realmente ele sempre a tem, de um jeito ou de outro: a faculdade para tal é a condição suficiente para a sua efetividade. Ser responsável efetivamente por alguém ou por qualquer coisa em certas circunstâncias (mesmo que não assuma e nem reconheça tal responsabilidade) é tão inseparável da existência do homem quanto o fato de que ele seja genericamente capaz de responsabilidade da mesma maneira que lhe é inalienável a sua natureza falante [...] (HANS, 2006, p. 175-176).

¹⁸ Para aprofundar o tema: “Por que o *marketing* verde não convence. E daí que sua empresa é sustentável? Segundo especialista em responsabilidade empresarial, para conquistar o consumidor, é preciso vender mais do que o ‘verde’. Você acredita em tudo que se diz sustentável e ecologicamente correto por aí? Se sua resposta for “não”, bem-vindo ao clube da imensa maioria de descrentes do *marketing* verde. Pesquisas feitas no Brasil e no mundo já mostraram que mais de 80% das pessoas desconfiam que as empresas cumpram as ações de responsabilidade socioambiental que anunciam em suas propagandas. O que deu errado? Especialista no assunto, Giles Gibbons, cofundador e CEO da britânica Good Business, uma das consultorias líderes em responsabilidade empresarial, tem a crítica na ponta da língua. ‘Não é só porque uma companhia abraça iniciativas verdes, que deve sair contando para todo mundo. É preciso uma comunicação mais sofisticada, que converse com as necessidades do consumidor’, diz” (BARBOSA, 2014).



Ainda sobre o tema:

Na vida real, a sustentabilidade é muitas vezes explicada por meio da velha e eficaz metáfora da galinha dos ovos de ouro: para continuar a abater os ovos, a ave precisa ser bem tratada, pois sua morte interromperia os ganhos. Mas não é o que se vê na prática. Ao que parece, a maioria das pessoas alimenta a fantasia de que a galinha é imortal, ou pelo menos tem uma resistência infinita a toda espécie de abusos. Como disse Karl Menninger, não é novidade que o ódio sempre permeou o mundo, que os seres humanos destroem uns aos outros há milênios, que essa destruição se estende à natureza e que nossa civilização foi construída às cinzas de populações espoliadas e recursos naturais destruídos. Diante dessas evidências, é claro que os questionamentos devem ser dirigidos não apenas ao ato de matar a galinha, mas também aos agentes dessa ação (MARIOTTI, 2013, p. 154).

Empresas são organizações dirigidas por seres humanos. Logo, deve haver uma compatibilização das atividades empresariais com responsabilidade ambiental e isso, aos olhos dos empresários, parece ser uma tarefa impossível. Culturalmente, a natureza esteve à disposição do homem durante muitos séculos, para ser explorada como bem ele entendesse, não havendo qualquer cuidado no sentido da preservação ou da conservação do meio ambiente.

Por certo, mais fortemente desde 1980, uma nova consciência tem surgido, e isso acabou refletindo nos tratados internacionais firmados entre os países e no direito positivo do Brasil (artigo 225 da Constituição Federal). Ocorre que só isso não basta. Precisa-se realizar o resgate ao vínculo antropológico comum que une todos os seres e a superação do egocentrismo. Contudo, no âmbito empresarial, ainda que haja uma preocupação sincera com o meio ambiente, o lucro insiste em imperar, acima de qualquer outro interesse. O empresário fica dividido entre o cuidado com o meio ambiente e o prejuízo do seu negócio. Dessa forma:

A auto-organização é um fenômeno do mundo natural. O desenvolvimento sustentável é um fenômeno da mente humana – um construto cultural. A natureza não precisa do homem para ser sustentável. Logo, o desenvolvimento sustentável pode ser visto como uma forma de continuar a explorá-la, agora com a preocupação de até quando isso poderá ser feito sem gerar consequências letais contra nós mesmos. Assim, quando alguém pergunta se uma determinada ação é sustentável, na maioria das vezes quer saber até que ponto poderá continuar a obter vantagens econômicas (MARIOTTI, 2013, p. 201).



Em contrapartida, existem empresas preocupadas com o meio ambiente, que se concentram naquilo que o consumidor deseja, propagando iniciativas sustentáveis com intuito de aumentar a lucratividade e fidelizar o público-alvo. Assim, uma alternativa ao problema da “sustentabilidade de carona” seria fortalecimento de marcas engajadas e a criação de uma rede de divulgação do efetivo “mercado verde”, para que os consumidores não caiam em falsas promessas ou enganos. Não se pode fomentar o mito da sustentabilidade. Empresas com ideais semelhantes são passíveis de parcerias, e essa divulgação seria benéfica a quem participasse desta rede de divulgação. Porém:

Não é possível mudar tantas coisas em escala tão ampla sem levar em conta a condição do homem como animal político, como disse Aristóteles – o que implica em contrariar interesses econômicos de grande porte. Ademais, para fazer tantas mudanças seria preciso mudar antes o modo de pensar que predomina em nossa cultura (MARIOTTI, 2013, p. 206).

As transformações já são visíveis, pois muitas empresas estão em harmonia com os princípios da sustentabilidade. Apesar da lentidão, característica das mudanças culturais, ela está ocorrendo. O processo está em construção e atinge cidadãos, comunidades, empresas, municípios, estados, países e o planeta terra, como um todo, pois todos fazem parte um lar compartilhado. Reafirma-se a ideia de que “[...] a melhoria da qualidade do meio ambiente está diretamente associada a uma mudança de postura, de atitude do homem frente aos problemas naturais e envolve o da consciência ecológica que reconhece a unidade de humanos, plantas, animais e a própria Terra” (OLIVEIRA; LOURENÇO, 2012, p. 311).

As interações sociais entre Estados e indivíduos, ou indivíduos entre si, e as relações que envolvem consumidores e organizações empresariais, estão diretamente relacionadas.

[...] com a melhora da vida que levamos e das liberdades que desfrutamos. Expandir as liberdades que temos razão para valorizar não só torna nossa vida mais rica e mais desimpedida, mas também permite que sejamos seres sociais mais completos (SEN, 2000, p. 29).

Assim sendo, o desenvolvimento econômico, inerente ao processo civilizatório, deve continuar ocorrendo desde compatibilizado com a sustentabilidade.



Empresas que optarem por ações sustentáveis devem fazê-lo de forma verdadeira e transparente, não havendo aqui qualquer espaço para falseabilidades. A sustentabilidade não pode ser desvirtuada e utilizada para aproveitamentos diversos, sob pena de tornar-se um mito que não convence a ninguém. Deve ser uma realidade, dispersa em todos os segmentos sociais e embora o processo seja longo e lento, já está iniciado.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao findar este trabalho, torna-se possível concluir que foram muitos os fatores contribuintes para a crise vivida na sociedade pós-moderna. Nos últimos séculos, as transformações do mundo são evidentes e os avanços também. Porém, há um preço a ser pago pelo progresso desmedido. Os recursos naturais estão cada vez mais escassos e preocupam a humanidade, que depende diretamente dela para sobreviver.

O novo paradigma da sustentabilidade surge em 1980 e ganha força em todo o mundo, como uma forma de limitar a exploração do meio ambiente e de preservar os recursos naturais para as gerações presentes e futuras, pois disso depende a manutenção da vida humana neste planeta. Muitas pessoas, países, comunidades e empresas compreenderam o sentido dessa mudança de consciência, pois a relação destes com a natureza, da forma como se encontra, são insustentáveis. Assim há necessidade do resgate de um sentimento de pertença, que permita a identificação de um ser humano com o outro em prol de uma vida plural. No entanto, essa vida plural vai além do conceito de sociedade que se vive hoje.

As posturas sustentáveis são ações que evitam a aceleração da extinção do homem na terra, porém, não o salvam em definitivo. O mundo natural precisa estar em comunhão com as tecnologias, com criação de condições de preservação da natureza, por meio de uma consciência ecológica, caracterizada pelo aumento de cuidado em relação ao ambiente como um todo (condições climáticas, geográficas, aquáticas, sociais, econômicas, antropológicas, mentais, entre outros) e com novas



dimensões de qualidade e sustentabilidade da vida de todos que habitam esse mundo.

Ocorre que muitas corporações e empresas estão aproveitando a tendência ecológica, característica dos novos tempos, para aumentar seus lucros e cativar mais consumidores. Não estão efetivamente engajados na causa ambiental, fomentando uma “sustentabilidade de carona”. Interesses econômicos ficam sobressaídos em relação ao humano e ao natural, e assim a sustentabilidade torna-se um mito, iludindo quem consome e desequilibrando o mercado. Embora esta prática seja bastante comum, pode-se observar, em nível de Brasil, que muitas empresas estão em consonância com os princípios sustentáveis e são exemplos para outros países, devido seu cuidado e atenção com o meio ambiente.

Para identificar quais empreendimentos estão realmente preocupados com a sustentabilidade, sugere-se, *a priori*, o fortalecimento destas empresas e dos produtos e a criação de uma rede para divulgação deste mercado. Dessa forma, pretende-se atingir o público-alvo sem qualquer tipo de engano (tanto para consumidores quanto para concorrentes).

Espera-se que a nova uma nova consciência, em prol do desenvolvimento sustentável atinja também o setor empresarial, que pode, a exemplo de muitas outras empresas, desenvolver-se sem degradar, contribuindo para a conservação e preservação do meio ambiente. Certamente ajustes terão que ser feitos, mas benefícios serão percebidos, tanto pelo nicho que consome e prefere consumir produtos ecologicamente corretos, quanto pelo planeta terra, que depois de tanta exploração, agradece as ações que auxiliem na manutenção dos ciclos naturais.

REFERÊNCIAS

ABREU, Carlos. Empreendimentos **Sustentáveis, a saída para o Planeta**. Disponível em: <www.atitudessustentaveis.com.br/sustentabilidade/sustentabilidade>. Acesso em: 19 abr. 2009.

ALEXY, Robert. **Teoria dos direitos fundamentais**. Tradução de Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2008.

AQUINO, Sérgio Ricardo Fernandes de. A Amizade como fundamento Raciovital à Sustentabilidade de uma sociedade-mundo. In: TRINDADE, André Karam; ESPINDOLA, Angela Araujo da Silveira; BOFF, Salete Oro (Orgs.). **Direito,**



Democracia e Sustentabilidade: Anuário do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Meridional. Passo Fundo: IMED, 2013. p. 131-175.

ATÉ 2050 SERÃO NECESSÁRIOS TRÊS PLANETAS PARA SUPRIR NECESSIDADES DA POPULAÇÃO MUNDIAL, ALERTA ONU. Disponível em: <<http://www.onu.org.br/ate-2050-serao-necessarios-tres-planetras-para-suprir-necessidades-da-populacao-mundial-alerta-onu/>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

BARBOSA, Vanessa. **Por que o marketing verde não convence.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/mundo/noticias/por-que-o-marketing-verde-nao-cola>>. Acesso em: 15 jun. 2014.

BARRETO, Vicente de Paulo (Coord.). **Dicionário de filosofia política.** São Leopoldo, RS: Unisinos, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **A ética é possível em um mundo de consumidores?** Tradução: Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BOFF, Leonardo. **Ética da vida: a nova centralidade.** Rio de Janeiro: Record, 2009.

BORTOLOTTI, José Carlos Kraemer; ZAMBAM, Neuro José. A Democracia, os Direitos Fundamentais e o Desenvolvimento Sustentável. In: BORTOLOTTI, José Carlos Kraemer; TRINDADE, André Karam (orgs.). **Direitos Fundamentais e Democracia Constitucional.** Florianópolis: Conceito Editorial, 2013.

CHAUÍ, Marilena de Souza. Público, privado e despotismo. In: NOVAES, Adauto (Org.). **Ética.** São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

CMMAD - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum.** 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

DEFINIÇÃO DE CONSUMISMO. Disponível em: <<http://sociedade-do-consumo.blogspot.com.br/2008/06/definio-de-consumismo.html>>. Acesso em: 31 maio 2014.

EM HARMONIA COM A NATUREZA. Disponível em: <http://www.faber-castell.com.br/54313/Sustentabilidade/Em-harmonia-com-a-natureza/fcv2_index.aspx>. Acesso: 15 jun. 2014.

FIORILLO, Celso Antonio Pacheco. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro.** 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro.** 2. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

GIDDENS, Anthony. **La Política del Cambio Climático.** Tradução: Francisco Muñoz de Bustillo. Madrid: Alianza, 2010.

HANS, Jonas. **O Princípio Responsabilidade: ensaio de uma ética para uma civilização tecnológica.** Rio de Janeiro: PUC Rio, 2006.

LÊNIN, V. I. **O imperialismo: fase superior do capitalismo.** 3. ed. São Paulo: Centauro, 2005.

LIMBERGER, Têmis. Estado, administração, novas tecnologias e direitos humanos: como compatibilizá-los? In: STRECK, Lenio Luiz; ROCHA, Leonel Severo; ENGELMANN, Wilson (Orgs.). **Constituição, sistemas sociais e hermenêutica: anuário do Programa de Pós-Graduação em Direito da UNISINOS: mestrado e**



doutorado. Porto Alegre: Livraria do Advogado. Editora São Leopoldo: Unisinos, 2012. p. 277-294.

MARIOTTI, Humberto. **Complexidade e sustentabilidade**: o que se pode o que não se pode fazer. São Paulo: Atlas, 2013.

MORIN, EDGAR. **A via para o futuro da humanidade**. Tradução: Edgard de Assis Carvalho e Mariza Perassi Bosco. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2013.

MORIN, Edgar. **O método 6**: ética. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MURIEL, Bruna. **O Equador, rumo a uma nova existência social**. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Opiniao/O-Ecuador-rumo-a-uma-nova-existencia-social/28587>>. Acesso em: 27 jun. 2014.

NABAIS, José Casalta. **Por uma liberdade com responsabilidade**: estudos sobre direitos e deveres fundamentais. Coimbra: Coimbra Editora, 2007.

OLIVEIRA, Fábio Corrêa de; LOURENÇO, Daniel Braga. Sustentabilidade insustentável? In: FLORES, Nilton Cesar (Org.). **A sustentabilidade ambiental em suas múltiplas faces**. Campinas: Millenium, 2012.

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. **Empresas na sociedade**: sustentabilidade e responsabilidade social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PASOLD, Cesar Luiz. **Metodologia da Pesquisa Jurídica**: teoria e prática. 12. ed. Florianópolis: Conceito Editorial/Millenium, 2011.

SANTILLI, Juliana. **Socioambientalismo e novos direitos**. São Paulo: Peiropolis, 2005.

SEN, Amartya Kumar. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução de Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SIMÕES, Katia; TEIXEIRA, Rafael Farias. **Cresce o mercado vegano**. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI130934-17153,00-UM+MERCADO+DE+RAIZES.html>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS BRASILEIRAS. Disponível em: <<http://revista.brasil.gov.br/especiais/rio20/desenvolvimento-sustentavel/sustentabilidade-nas-empresas-brasileiras>>. Acesso em: 16 jun. 2014.

VAL, André do. **Nike lança uniforme da Seleção Brasileira de Futebol feito de material reciclado e com reforço nas áreas de maior impacto**. Disponível em: <<http://chic.ig.com.br/homem/noticia/nike-lanca-uniforme-da-selecao-brasileira-de-futebol-feito-de-material-reciclado-e-com-reforco-nas-areas-de-maior-impacto>>. Acesso: 16 jun. 2014.

VIEIRA, Liszt. **Cidadania e Globalização**. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ZAMBAM, Neuro José. **Amartya Sen**: liberdade, justiça e desenvolvimento sustentável. Passo Fundo: IMED, 2012.