

# Consumo Supérfluo: como diminuí-lo?

Ministério do  
**Meio Ambiente**



Vana Tércia Silva de Freitas  
Departamento de Produção e Consumo Sustentáveis  
**Subcomissão Permanente de Acompanhamento da RIO+20 e  
do Regime Internacional sobre Mudanças Climáticas**  
29 de março de 2012

# Contexto Global



**7 bilhões de pessoas**

No século XX, a população triplicou e o consumo de água multiplicou por 6\*

As 500 milhões de pessoas mais ricas produzem 50% da emissão de GEE\*\*

Em 2006, a humanidade consumiu 30% mais que há dez anos\*\*

Do volume total de energia fornecido em 2006, qualquer que seja a fonte, o grupo formado por agricultura, **residências, comércio e serviço público** se constitui no maior consumidor em nível mundial\*\*\*

O consumo de energia nos países em desenvolvimento **dobrou** nas últimas 3 décadas\*\*\*

\*Fonte: Unesco

\*\*Fonte: SMA/SP

\*\*\*Fonte: ANEEL

## Contexto Global e Rio+20

O aumento do consumo ainda é visto como um padrão de progresso, facilmente confundido com desenvolvimento.

O Brasil vive uma euforia de País emergente

Para a Rio+20 – Necessita-se discutir modelos de desenvolvimento e tomar cuidado para não abrir espaço somente para um crescimento econômico “esverdeado”

### Problema :

- ✓ Países desenvolvidos: não querem rever seus padrões de consumo
- ✓ Países em desenvolvimento: aspiram novos padrões de consumo

**1 PLANETA**

Vivemos em uma

## **SOCIEDADE DE CONSUMO?**

O termo “sociedade de consumo” é uma maneira de definir as sociedades contemporâneas, que passaram a ter no consumo e nos produtos que adquirem a definição de status e identidade.

Os bens funcionam como manifestação concreta dos valores e da posição social dos usuários, e nossas ações de consumo tornaram-se, assim, atividades que envolvem a tomada de decisões políticas e morais.

***Quando consumimos, manifestamos a forma como vemos o mundo.***



**A influência da moda, do mercado, da propaganda, e do estilo de vida norte-americano, transformou o consumo em uma compulsão.**

A sociedade de consumo produz novas carências e desejos – novas “necessidades” – a todo momento, provocando a descartabilidade dos bens, diminuindo sua durabilidade, para que novos produtos precisem ser comprados:

- Obsolescência programada
- Obsolescência percebida



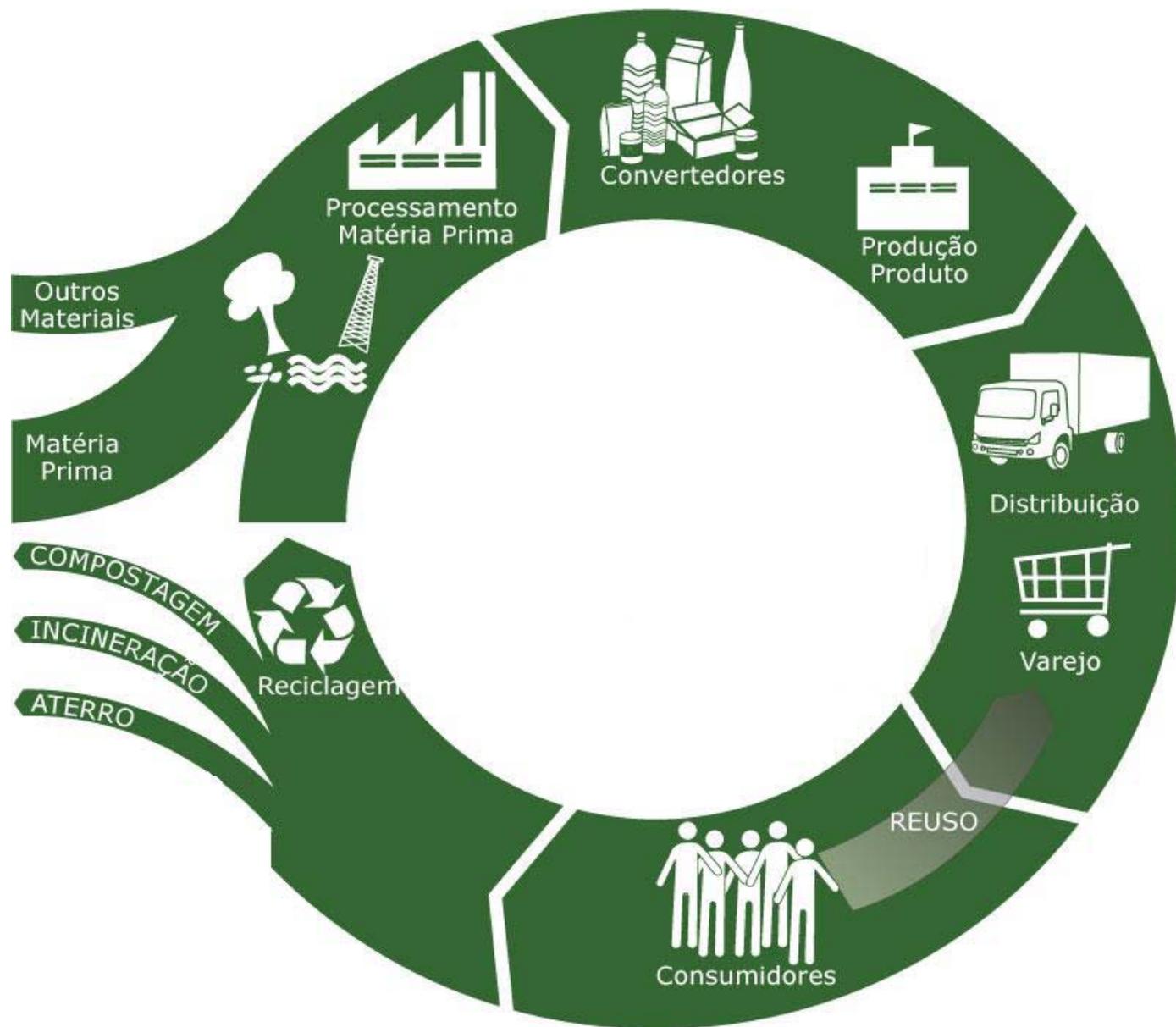
## Produção e Consumo Sustentáveis



O consumidor precisa ser educado para respeitar os limites da natureza, assim como a produção deve ocorrer de maneira responsável.



# O olhar para o ciclo de vida do produto





# A nova realidade do consumo no Brasil



# Muda o perfil do consumidor brasileiro

**80% da população nas cidades** (IBGE)

**53% da população brasileira pertence à Classe C** (FGV)

**73,9 milhões têm acesso à internet** (Ibope)

*Ganhos de renda, inflação controlada e maior oferta de crédito começam a provocar mudanças nos critérios de consumo das famílias brasileiras nos últimos anos:*

- Preço baixo já não é mais o fator número um na hora de escolher os produtos nos supermercados
- 23% dos domicílios hoje tem como prioridade experimentar novos itens

(Kantar Worldpanel 2010)

- Em 2007, o critério de escolha considerado óbvio “**qualidade de produtos e serviços**”, passou a ser um diferencial, juntamente com o item “**atendimento**”

(TNS InterScience para a revista *Consumidor Moderno*)

# Consumidor brasileiro e a questão ambiental

Em 2010, o MMA lançou a pesquisa **Sustentabilidade Aqui e Agora**, que entrevistou 1100 pessoas em 11 capitais e descobriu que:

**26% se consideram informados sobre meio ambiente**

**52% se consideram mais ou menos informados**

**59% acreditam que só com grandes mudanças em nossos hábitos de compras, transporte e alimentação podemos evitar problemas ambientais futuros**

**66% separariam o lixo doméstico para facilitar a reciclagem**

**63% eliminariam o desperdício de água**

**61% compraram eletrodomésticos que gastam menos energia**

# A nova realidade do consumo no Brasil inclui...

- ✚ poder aquisitivo
- ✚ informação
- ✚ vontade de experimentar marcas, produtos e serviços
- ✚ entendimento sobre o meio ambiente
- ✚ atuação do setor público para garantir que os consumidores
- ✚ possam fazer sua parte



**consumo  
sustentável**

*A gente faz acontecer*

**Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis**

A missão do PPCS é fomentar no País políticas, programas e ações que visem ampliar as soluções dos problemas socioambientais por meio de consumo e produção sustentáveis, consoante com as políticas nacionais visando à erradicação da miséria e o desenvolvimento sustentável, com os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil e as diretrizes do Processo de Marrakesh.

# **PRIORIDADES DO 1º CICLO DO PPCS (2011-2014)**

**Educação para o consumo sustentável**

**Compras públicas sustentáveis**

**Agenda Ambiental na Administração Pública/A3P**

**Aumento da reciclagem de resíduos sólidos**

**Varejo e consumo sustentáveis**

**Promoção de iniciativas de PCS em construções sustentáveis**

# Algumas Iniciativas



Campanha Saco é um Saco de 2009 – escolheu a sacola plásticas como ícone (para se falar em consumo consciente)  
Redução da produção de 5 bi de sacolas

## O coração da PNRS

Art. 9º Na gestão e gerenciamento de resíduos sólidos, deve ser observada a seguinte ordem de prioridade:

1. Não geração
2. Redução
3. Reutilização
4. Reciclagem
5. Tratamento dos resíduos sólidos
6. Disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos



# Educação para a Sustentabilidade

## Estado

- Papel de educar, informar e conscientizar
- Alocar recursos em pesquisa e inovação

## Sociedade

- Mobilizar, observar, monitorar, denunciar irregularidades
- ONG's, Institutos de pesquisas

## Mercado

- Novo empreendedor – preocupação social e ambientalmente responsável (seu foco não é somente o lucro)
- Expertise na produção e comércio de bens
- Mercado responsável

## Mídia

Divulgação de campanhas publicitárias e formadores de opinião

## SUSTENTABILIDADE



O Conar cria normas éticas  
para apelos de sustentabilidade  
na publicidade.

# Obrigada!

Vana Tércia Freitas

Analista Ambiental

Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental – SAIC

Contatos:

[Vana.freitas@mma.gov.br](mailto:Vana.freitas@mma.gov.br)

(61) 2028-1976 / 1294

Ministério do  
**Meio Ambiente**

G O V E R N O F E D E R A L  
**BRASIL**  
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA