



ISSN: 2230-9926

Available online at <http://www.journalijdr.com>

# IJDR

*International Journal of Development Research*

Vol. 10, Issue, 12, pp. 42944-42948, December, 2020

<https://doi.org/10.37118/ijdr.20624.12.2020>



RESEARCH ARTICLE

OPEN ACCESS

## DO CONSUMISMO AO CONSUMO SUSTENTÁVEL: DESAFIOS DA PÓS-MODERNIDADE NO CONTEXTO BRASILEIRO

<sup>1</sup>Juliana Bárbara Moraes, <sup>2</sup>Edson Aparecida de Araújo Querido Oliveira and <sup>3</sup>Marilsa de Sá Rodrigues

Universidade de Taubaté - Pró Reitoria de Pesquisa e Pós Graduação, Rua Visconde do Rio Branco, 2010, Centro - 12020-040 - Taubaté- SP, Brasil

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received 29<sup>th</sup> September, 2020  
Received in revised form  
17<sup>th</sup> October, 2020  
Accepted 27<sup>th</sup> November, 2020  
Published online 30<sup>th</sup> December, 2020

#### Key Words:

Consumismo,  
Consumo Sustentável,  
Pós Modernidade.

#### \*Corresponding author:

Hélder Uzêda Castro, PhD

### ABSTRACT

O presente trabalho teve a proposta de realizar um ensaio teórico, abrangendo as temáticas relacionadas ao consumismo e consumo sustentável, tendo como pano de fundo a pós-modernidade, levantando questões e subsídios para debates envolvendo governo, sociedade, empresas e instituições. Procurou-se responder a seguinte questão de pesquisa: quais seriam os desafios enfrentados pelo consumo sustentável frente ao fenômeno do consumismo presente na pós-modernidade? Para tanto, teve como objetivo analisar a problemática do consumo sustentável frente ao fenômeno do consumismo presente na pós-modernidade. Foi realizada uma revisão bibliográfica com o apoio de publicações e literatura pertinente. A realidade contemporânea aponta para três grandes desafios a serem enfrentados pela sociedade atual: o modelo de desenvolvimento sustentável- por parte dos governos, os modelos de produção – por parte das empresas produtoras e os novos hábitos de consumo – por parte dos indivíduos consumidores.

Copyright © 2020, Sirlei Favero Cetolin et al. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Citation: Sirlei Favero Cetolin, Eduarda Engroff, Amanda Angonese Sebben, Vilma Beltrame, Ana Maria Martins Moser et al. "Do consumismo ao consumo sustentável: desafios da pós-modernidade no contexto brasileiro", *International Journal of Development Research*, 10, (12), 42944-42948.

### INTRODUCTION

Com a pós-modernidade os consumidores têm sido influenciados por ações de publicidade de manipulação para a aquisição de produtos e serviços que nem sempre lhes são necessários, sendo vedado a eles exercerem seus papéis de acordo com as próprias vontades, desejos e formas de se posicionar socialmente. A necessidade de experimentar emoções repetidas vezes, tem sustentado a passagem de um estado de consumo para o consumismo, dando origem à uma ideologia capitalista e a uma cultura consumista que por sua vez leva o indivíduo à prática de ações que contribuem para degradação de recursos naturais. Os conceitos de consumo e consumismo utilizados no presente estudo adotam como principal referencial as obras do sociólogo polonês Zygmunt Bauman para quem o consumo é visto como uma atividade rotineira do ser humano, algo que se faz todos os dias, sem planejamento antecipado e que faz parte da vida das pessoas em quaisquer períodos da história e relatos etnográficos.

A sociedade do consumo, apresentada por Bauman (2008) como a 'era sólido-moderna de produtores', assim conhecida no início do século XX, representava uma sociedade que apostava na prudência e autodomínio, sendo caracterizada pelo consumo ostensivo, pose e exibição pública de riquezas adquiridas, situação em que apenas os bens de fato duráveis, com resistência física e ao tempo, poderiam oferecer a segurança desejada. Ao se verificar o fim da modernidade sólida, marcada por um processo impulsivo pelo consumo, Bauman (2001), sugere então a modernidade líquida em oposição à sólida. Para o sociólogo, a modernidade líquida produziu um novo ciclo nas condições humanas onde não se pode menosprezar a grande mudança que chegada da modernidade fluida produziu na condição humana. Assim, a revolução consumista, marcada pela passagem da era sólido-moderna da sociedade de produtores à era da modernidade líquida, deu-se em decorrência de um consumo que passou por um processo de compulsão, onde os consumidores começaram a adquirir bens de consumo a fim de satisfazer anseios muitas

vezes insaciáveis. O consumo, então característica presente nos seres humanos como indivíduos, tornou-se especialmente importante na vida da maioria das pessoas, sendo considerado 'o verdadeiro propósito da existência' onde a capacidade de querer, desejar e ansiar por consumir algo faz com que o indivíduo tenha a necessidade de experimentar tais emoções repetidas vezes, sustentando assim a passagem de um estado de consumo para o consumismo, dando início à chamada revolução consumista (BAUMAN, 2008). Bauman (2008) assevera que o fato de o consumo ser uma característica inerente ao ser humano, estaria associado à felicidade, a qual não estaria tão relacionada à satisfação de necessidades, mas a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes" uma vez que novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos já que o início do consumismo prediz uma era de obsolescência embutida dos bens oferecidos no mercado. A modernidade líquida é então entendida como um processo que rompeu a barreira que limitava o ser humano, o qual deixou de ser considerando com um sujeito passivo, tornando-se agente ativo na cadeia de consumo da era modernista líquida que vivemos. Isso porque, na modernidade sólida havia um predomínio preestabelecido de um determinismo teológico o qual fora paulatinamente substituído por um processo de liquidez, diante do qual a sociedade sólida e os entendimentos que a mantinham sucumbe (GABRIEL et al., 2019).

O advento da modernidade líquida trouxe também as mudanças socioculturais, efetivamente potencializadas pelos meios de comunicação de massa, os quais estão subordinados aos critérios empresariais voltados para o lucro, evidenciando a presença do capitalismo como propulsor de uma ideologia voltada para a produção desenfreada de excedentes (CANCLINI, 2005). Nesse sentido, a ideologia capitalista se mantém em função do monopólio dos meios de produção, onde existe um grande acúmulo de recursos financeiros nas mãos de poucos, além da detenção da força de trabalho de pessoas livres, mas que não possuem meios próprios de produção e subsistência, as quais ficaram condicionadas à exploração de sua força de trabalho mal paga (a mais-valia), que é o que mantém a existência do capital e do capitalismo (SILVA; FLAIN, 2017). A cultura consumista tem como grandes aliadas as influências externas que impulsionam o consumo de produtos e serviços, as quais provêm de ações de publicidade de manipulação, ou seja, aquelas que têm como foco as análises de pesquisas de mercado com base no comportamento do consumidor, a fim de descobrir seus desejos e anseios. Assim, a partir do boom da comunicação em massa, a publicidade surge como explicação para a origem das necessidades onde verifica-se de um lado os consumidores, aqueles impulsionados por influências externas a adquirir produtos e serviços e de outro lado, os produtores aos quais são atribuídos o papel da interminável e contínua criação de novos produtos. Neste contexto, Bauman (2008) aponta que a sociedade consumidora é formada em razão da influência das campanhas de marketing, aquelas com finalidade de reforçar nos consumidores a intenção de consumir cada vez mais, sabendo que este tipo de sociedade tem como propósito mais almejado a busca pela felicidade e satisfação dos desejos, reforçando assim a prática da cultura consumista na sociedade. Uma das características marcantes da sociedade contemporânea é justamente o senso de pertencimento a um determinado grupo consumista onde existe a necessidade de se fazer parte, a qualquer custo, de um rol de pessoas que praticam o uso descomedido e intenso da atividade de

consumir. Caracteriza-se ainda pela busca acirrada de uma competição sem limites, às vezes por puro reconhecimento social, ou seja, se gasta o que não se tem para parecer o que não se é (SILVA; FLAIN, 2017). Para Bauman (2001) a individualização é uma fatalidade onde em um mundo de liberdade individual de escolher, a opção de fugir à individualização e de se recusar a participar do jogo da individualização está decididamente descartada, pois o individualismo passa a ser uma ação involuntária que ignora os fins e o bem comum deixando de lado um pensar coletivo. Nesse interim, fica evidente que na sociedade contemporânea, se por um lado existe a promessa de felicidade, o outro lado conduz a uma constante insatisfação frente à volatilidade dos produtos que se adquire, considerando ainda a propagação da homogeneização da diversidade cultural e a perda da identidade individual. Porém, aquilo que começa como uma tentativa para satisfazer um desejo acaba se transformando em um vício e nesse sentido pode ser percebido que na busca incessante de soluções para problemas relacionados à ansiedade, o consumidor recorre às lojas para alívio de seus anseios. Este comportamento, sem alternativa aparente e encorajado pelas empresas, nada mais é do que fruto de uma estratégia bem sucedida para que o ciclo vicioso consumista continue a prosperar.

O que se percebe nos estudos acerca da temática 'consumismo' é a demonstração de que o tema traz consigo pelo menos duas características negativas: a do engano e do exagero. Estas duas premissas, numa sociedade consumista funcionando de forma adequada, mostram-se em crescimento constante. Nesse sentido, Bauman (2008) relata que o consumismo, além de ser um excesso e um desperdício econômico é uma economia de engano, pois fica evidente a irracionalidade dos consumidores e oculta suas estimativas sóbrias e bem informadas, além de estimular emoções consumistas e precarizar o cultivo da razão. O estado de consumismo provoca uma série de preocupações voltadas a outros tipos de reflexões típicas da chamada pós-modernidade, sendo uma delas, a questão da sustentabilidade. Oliveira (2012) discorre que o consumo da atualidade pressiona o meio ambiente de forma insustentável, assim como ocorre em diversos países já desenvolvidos e destaca que a sustentabilidade do consumo é elemento essencial para se alcançar um nível social de bem estar material que possa ser replicado pelas futuras gerações, sem que haja o esgotamento dos recursos naturais que favoreçam esse bem estar".

Conforme exposto por Manzini e Vezzoli (2002) e Gonçalves-Dias e Teodósio (2012), verifica-se na literatura contemporânea uma grande preocupação em relação à diminuição dos recursos naturais do planeta terra como consequência dos fenômenos da produção e consumo e pós consumo, principalmente pela generalização das formas de consumo predominantes nos países cêntricos, em termos de depredação do mundo físico. Os autores enfatizam que o desgaste ambiental está ocorrendo cada vez mais rápido em função do crescente consumo, o que representa grande insustentabilidade e, por esse motivo, a necessidade de se encontrar meios de evitar a escassez e esgotamentos dos recursos naturais. Decorre, então, que tantos os produtores, quanto os consumidores são agentes responsáveis pela busca de condições mais sustentáveis ao meio ambiente como um todo, uma vez que a atividade de produção está diretamente ligada à atividade de consumo, ou seja, um ciclo sem fim, e, tratar a sustentabilidade neste ciclo requer a participação de

ambos os atores dessa cadeia de produção e consumo (MANZINI; VEZZOLI, 2002). Assim, superar desafios entre produção, hábitos de consumo e ações governamentais para um consumo sustentável torna-se um desafio, conforme destacado por Feldman e Crespo (2003) quando expõem que o caminho para um consumo sustentável não pode ser alcançado em um curto prazo, devendo ser estabelecidas as bases para a construção e fortalecimento de uma nova cultura. Portilho (2005) traz a preocupação relacionada à produção, consumo e aos estilos de vida onde o novo desafio passa a ser então a busca por sociedades economicamente sustentáveis e os caminhos para se equilibrar a satisfação das necessidades individuais e o consumo consciente por meio de mudanças nas atitudes e valores sociais, aliado às ações de políticas públicas com mecanismos de auto regulação do Estado. O referido autor ressalta a necessidade da participação do Estado como mecanismo regulador para o mercado e, para o cidadão, como mecanismo apoiador nas escolhas de consumo de maneira que governos e empresas possam encorajar as responsabilidades individuais dos consumidores, os quais exerceriam conscientemente seu poder de escolha no ato da decisão de como ou do que consumir.

Por conseguinte, para que possam surtir os efeitos das ações individuais junto à moralidade pública, através de ações coletivas, torna-se imperiosa a implementação de políticas multilaterais de regulação tanto da produção quanto do consumo sustentável. A sociedade contemporânea está inserida em um quadro socioambiental caracterizado por ações humanas sobre o meio ambiente, as quais vêm causando impactos cada vez mais complexos, tanto em termos quantitativos quanto qualitativos. Nesta direção, torna-se fundamental criar as condições para se inserir crescente e continuamente a problemática ambiental no universo da gestão local, e, principalmente em relação às dinâmicas das políticas sociais. Segundo Jacobi (1999), a consciência da sociedade a respeito das implicações do modelo de desenvolvimento sustentável é restrita e permeada de obstáculos. Isso implica na necessidade de se promover um estímulo participativo da sociedade no debate de seus destinos como forma de se estabelecer um conjunto socialmente identificado de problemas, objetivos e soluções por meio de ações governamentais que forneçam transparência nos procedimentos, dados e indicadores, assim como ações centradas na educação ambiental.

Cabe então ao Poder Local a tarefa de fomentar políticas que estimulem a participação dos indivíduos, reforçando diálogos que provoquem a compreensão dos processos a partir dos seus componentes sociais, econômicos, espaciais e culturais. Nesse sentido, Jacobi (1999) enfatiza que os municípios locais devem agir estrategicamente e construir a sua própria Agenda 21 Local, promovendo debates participativos em torno das principais linhas de ação dentro das premissas da Agenda 21 Global emanada da Rio 92, de maneira que a população possa compreender a sua responsabilidade individual e coletiva no processo de desenvolvimento. Agenda 21 Local pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência. Malheiros et al., (2008), consideram importante destacar que a agenda 21 Brasileira significa um grande subsídio potencial para a formulação de políticas focadas no desenvolvimento, a fim de atingir a sustentabilidade ambiental, econômica, social e institucional.

Nesse mister, a Agenda 21 Brasileira, 2ª Edição, aborda em sua Plataforma das 21 ações prioritárias, em seu Objetivo nº 01, a 'Produção e Consumo Sustentáveis Contra a Cultura do Desperdício', onde expõe a existência de dois aspectos distintos a serem tratados no combate ao desperdício: a mudança nos padrões de consumo, que é em última instância uma mudança de cultura e a destinação dos resíduos. Tratando especificamente do Objetivo nº 01 da Agenda 21 Brasileira, o qual está relacionado ao tema principal deste trabalho, verifica-se abordagem do consumismo como uma grande problemática para os desafios de um desenvolvimento sustentável. A Agenda 21 Brasileira (2004) esclarece que o combate ao desperdício não deve ser tratado exclusivamente como uma necessidade de mudança cultural pelas pessoas, devendo ser combatido ainda durante o processo produtivo, pela adoção de tecnologias menos intensivas em energia e que requeiram menos matérias-primas, assim como informa que cabe às autoridades e aos meios de comunicação manterem a população consciente das consequências do desperdício e não apelar à economia apenas em situação de crise.

Neste cerne, as ações e recomendações apontadas pela Agenda 21 Brasileira indicam que ações sejam tomadas pelos governantes, as quais envolvam promoções contra a cultura do desperdício e mudança de comportamento dos indivíduos para um consumo consciente incluindo: (a) Campanha nacional contra o desperdício envolvendo o governo, as empresas, a mídia, o terceiro setor e as lideranças comunitárias para tomada de consciência e mudança de hábitos e (b) Veiculação de informações via televisão, rádio e jornal gerando notícias capazes de conscientizar a opinião pública sobre a necessidade de mudança de comportamentos. Assim, o consumo sustentável não deve ser visto apenas como um incentivo para a mudança das escolhas individuais, mas também prover ações coletivas voltadas para mudanças políticas, econômicas e institucionais a fim de trazer a mudança nos padrões e níveis de consumo para que se tornem mais sustentáveis (DUARTE; MADERS, 2017). Diante do contexto apresentado, da passagem de um estado de consumo para consumismo, onde prevalecem os hábitos e costumes de uma sociedade capitalista, a problemática apresentada tem um grau de complexidade relevante e necessita ser tratada e discutida pelos governos e sociedades, envolvendo todos os agentes econômicos e sociais. Em busca de maiores subsídios para essa discussão, a presente investigação procurou responder ao seguinte questionamento: quais seriam os desafios enfrentados pelo consumo sustentável frente ao fenômeno do consumismo presente na pós-modernidade?. Assim, foi formulado o objetivo geral da investigação: analisar a problemática do consumo sustentável frente ao fenômeno do consumismo presente na pós-modernidade.

## MATERIAIS E MÉTODO

Para a elaboração desta investigação foi adotada uma abordagem qualitativa, de cunho exploratório, utilizando-se de uma pesquisa bibliográfica, abordando os temas centrais do estudo: consumo sustentável, consumismo e pós-modernidade. Gerhardt e Silveira (2009) discorrem que a pesquisa qualitativa se preocupa com o aprofundamento da compreensão de um determinado assunto, grupo ou organização, centrando-se na explicação da dinâmica das relações sociais e organizacionais, onde o conhecimento do pesquisador é parcial e limitado, sendo um dos objetivos deste tipo de pesquisa contribuir para a produção de novas e informações.

A pesquisa exploratória é orientada para a descoberta, sem a intenção de testar hipóteses específicas da pesquisa, sendo muito útil na investigação de práticas inovadoras de administração, podendo assumir várias formas, dentre elas, a revisão de literatura para a compreensão de uma determinada questão, incluindo ainda análises de documentos da empresa, periódicos e documentos acadêmicos (JUNIOR, et al., 2005).

Vergara (2000) define a pesquisa bibliográfica como sendo um estudo sistematizado com base em material publicado em meios diversos de comunicação e acessível ao público em geral. As fontes consultadas foram originadas de artigos publicados em eventos científicos e periódicos, e livros acadêmicos.

## RESULTADO

É possível constatar que a sociedade pós moderna, caracterizada por Bauman (2008) como uma sociedade que fez do consumo o seu propósito de existência, vem sendo cada vez mais cobrada pelos próprios membros a direcionar-se a uma postura voltada para a preocupação com a sustentabilidade ambiental. Questões como a sobrecarga depositada nos sistemas bio-geo-ecológicos, a ameaça do esgotamento dos recursos naturais, a poluição, a falta de água e a depredação do mundo físico vêm sendo alvo de críticas junto às comunidades por estarem diretamente atreladas à sociedade de consumo, conforme exposto por Manzini e Vezzoli (2002) e Gonçalves-Dias e Teodósio (2012) ao discorrerem sobre o aceleramento do desgaste daqueles sistemas em decorrência do ciclo dos processos de produção, consumo e pós – consumo. Por outro lado, as ações de instituições e pessoas em defesa do meio ambiente no Brasil e em todo o mundo, estão sendo percebidas como uma nova postura social e, no contexto da nova ordem socioeconômica, a questão ambiental tem sido colocada como prioritária, atingindo a todos os agentes: cidadãos, empresas e governos.

O desafio destes agentes está relacionado principalmente aos hábitos de consumo e ações governamentais para um consumo sustentável, incluindo a preocupação com a questão ambiental, com o aumento populacional, problemas relacionados à produção, consumo e aos estilos de vida, conforme colocado por Portilho (2005) e Gonçalves Dias e Teodósio (2012). A realidade contemporânea aponta para três grandes desafios a serem enfrentados pela sociedade atual para promoção de um consumo sustentável: o modelo de desenvolvimento sustentável- por parte dos governos, os modelos de produção – por parte das empresas produtoras e os novos hábitos de consumo – por parte dos indivíduos consumidores. O desafio voltado para os governos, relacionado à promoção de ações para um consumo sustentável, requer políticas públicas de planejamento, implementação e controle de instrumentos executáveis e capazes de nortear para um desenvolvimento sustentável, como por exemplo, implantar e fazer funcionar o instrumento norteador para a sustentabilidade, conservação ambiental, justiça social e crescimento econômico: a Agenda 21 Local, instrumento este ainda pouco usado e disseminado pelos municípios brasileiros. Outro grande desafio para os governos está relacionado à utilização das mídias digitais, televisivas, dentre outras, para influenciar contrariamente o consumismo, fazendo o papel inverso da interferência negativa que o mercado produz na intenção de vender seus produtos. Se de um lado as empresas usam os meios de comunicação para realizarem suas campanhas de marketing, o desafio então será utilizar os mesmos meios para impedir o consumo desenfreado

e inconsciente. O desafio para as empresas está relacionado à capacidade de demonstrar aos consumidores os possíveis benefícios que uma gestão eficiente dos recursos podem oferecer para o sistema ambiental, assim como criar estratégias para desenvolver junto aos consumidores a capacidade aceitação pelos produtos desenvolvidos de maneira sustentável, considerando que o custo de produção é alto, e conseqüentemente repassado ao consumidor final. Já para os indivíduos consumidores o desafio está na aceitação da necessidade de mudança de atitudes para que eles possam satisfazer suas necessidades de maneira equilibrada, promovendo um consumo consciente por meio de novas atitudes e valores sociais.

## DISCUSSÃO

Com base nos resultados expostos, os quais apontam os desafios a serem enfrentados pela atual sociedade (governos, empresas e consumidores) para a promoção de um consumo sustentável, é possível apontar algumas questões reflexivas para análises e discussões posteriores mais aprofundadas a respeito da necessidade de ações e atitudes coletivas na busca de um consumo sustentável. O pensamento individualista deve ser substituído por um pensamento coletivo que garanta novas atitudes e ações para a subsistência das gerações futuras, e, conforme Duarte e Maders (2017), o consumo sustentável não deve ser visto apenas como um incentivo para mudanças de escolhas individuais, mas sim focar nas ações coletivas para mudanças políticas, econômicas e institucionais e, conseqüentemente, trazer a mudança nos padrões e níveis de consumo para que se tornem mais sustentáveis.

O desafio colocado aos consumidores não pode ser realizado isoladamente por eles próprios, sendo que as ações necessárias para tal, sinalizam que os governos devam facilitar este processo, suprimindo os consumidores com transparência de dados e informações, oferecendo procedimentos para as práticas centradas na educação ambiental, de maneira a facilitar a adaptação e criação de um novo estilo de vida dos consumidores, conforme reforçado por Portilho (2005) ao ressaltar a necessidade da participação do Estado como mecanismo regulador e apoiador de um consumo consciente. De qualquer forma, constata-se que a sociedade vem se informando mais sobre as questões ambientais, porém, cobrando ações por parte das empresas e dos governos sendo que, muitas das vezes, os indivíduos não entendem seu papel como personagem principal na cadeia do consumo sustentável, nem tão pouco a importância da necessidade de uma gestão participativa entre governo e demais agentes. Assim, a questão central a ser tratada pelos governos está pautada na busca por uma sociedade economicamente sustentável, onde deverão ser formuladas estratégias e políticas focadas no desenvolvimento, traçando os caminhos para se equilibrar a satisfação das necessidades individuais, aliadas a um consumo consciente.

## Conclusão

A atual cultura do desperdício em que vivemos, decorrentes de novos hábitos e velhas práticas de uma sociedade acostumada à fartura de recursos naturais e hábitos ingênuos de esbanjamento, nos leva à necessidade de mudar os padrões de consumo e combater a cultura do desperdício. Mediante a concepção da revolução consumista, caracterizada pela passagem de um estado de consumo para o consumismo,

surgiram novas reflexões em decorrência da chamada pós modernidade, sendo a principal delas a questão relacionada à sustentabilidade, razão pela qual a preocupação com a diminuição dos recursos naturais em consequência do ciclo produção-consumo-pós consumo passa a considerada um problema global. No momento em que se promove a conscientização global acerca da importância da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável como forma de sobrevivência para as próximas gerações, observa-se a existência de um grande conflito entre esses fenômenos: consumismo e sustentabilidade. Se, de um lado presenciamos o movimento acelerado do desenvolvimento tecnológico na vida dos consumidores, contribuindo para a renovação cada vez mais dinâmica dos produtos e serviços, diminuindo consideravelmente o seu ciclo de vida, por outro lado observa-se uma preocupação crescente com as consequências ambientais advindas do descarte dos resíduos gerados por aqueles processos.

Por fim, para que os desafios governo-empresas-consumidores possam ser equacionados, verifica-se uma necessidade de se criar conexões entre estes agentes para que seja possível promover as mudanças que possam direcionar a um desenvolvimento sustentável, constituindo-se em assuntos para pesquisas futuras. Uma coisa é certa: algo pode estar errado! Nasser (2019) em sua tradução do Relatório de Tendências Globais da CIA - Central Intelligence Agency (2019) nos apresenta a presença concreta do avanço tecnológico na vida global, o que nos leva a repensar onde estaria a falha que nos permite, há décadas, circular pelas intensões de se atingir um nível aceitável de consciência e ações que nos possibilitem proteger o mundo em que vivemos. No ápice da pós-modernidade, no mundo da era digital, onde predomina a conectividade global, diante da aceleração da evolução e do progresso da inovação tecnológica, onde impera a criatividade, onde a inteligência artificial está transformando as indústrias, as biotecnologias revolucionando várias áreas da ciência, onde as tecnologias transformam o modo como circulam a informação e os saberes, não é aceitável que ainda não se possam resolver as questões ambientais de maneira a prosperar a vida na terra e garantir o suprimento das gerações futuras.

## REFERÊNCIAS

Agenda 21 Brasileira: Ações Prioritárias – 2ª Edição. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/responsabilidadesocioambiental/agenda-21/agenda-21-brasileira.html>. Acesso em: 08/03/20.

- Bauman, Z. Vida para Consumo: A transformação das pessoas em mercadoria. Ed. Zahar. Rio de Janeiro, 2008.
- \_\_\_\_\_. Modernidade líquida. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro. Ed. Zahar, 2001.
- Canclini, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Tradução de Maurício Santana Dias. 5 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- Duarte, I.C.B.; Maders, A.M. Do Consumismo ao Consumo Sustentável: Nas veredas da (re) educação em uma sociedade multicultural. Revista Jurídica Luso-Brasileira, Ano 3, nº 5, p. 915-935, 2017.
- Feldmann, F.; Crespo, S. Consumo sustentável. Rio de Janeiro: ISER/Ministério do Meio Ambiente/FBMC, 2003. 3v.
- Gabriel, A.F.; Pereira, A.L.; Gabriel, A.C. Modernidade Líquida e Consumismo no pensamento de Zygmunt Bauman. Revista Intersaberes, v.14, nº 33, p. 686-698, set-dez, 2019.
- Gerhardt, T.E., Silveira, D.T. (orgs.) Métodos de pesquisa. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS, 1.ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em 25/04/2020.
- Gonçalves-Dias, S.F., Teodósio, A.S. (2012). “Controvérsias em torno do consumo e da sustentabilidade: uma análise exploratória da literatura”. Amazônia, Organizações e Sustentabilidade. 1(2). p. 61-77. Nov., 2017.
- Jacobi, P. Poder Local, Políticas Sociais e Sustentabilidade. Saúde e Sociedade. nº 8 (1), p. 31-48, 1999.
- Junior, J.F.H.; Babin, B.; Money, A.H.; Samouel, P. Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração. Porto Alegre: Brookman, 2005.
- Malheiros, T.F., Phlippi JR., A., Coutinho, S. M.V. Agenda 21 nacional e indicadores de desenvolvimento sustentável: contexto brasileiro. Saúde e Sociedade, vol. 17, n. 1, São Paulo, jan/mar, 2008
- Manzini, E.; Vezzoli, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Edusp, 2002.
- Nasser, S. Relatório da Cia: A nova era – Previsões até 2035. São Paulo. Ed. Geração, 2019.
- Portilho, F. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. São Paulo: Cortez, 2005.
- Silva, M. B. O.; Flain, V. S. Capitalismo e consumismo: os desafios do consumo sustentável na sociedade contemporânea. Revista da AJURIS, v. 44, n. 143, p. 357-378, 2017.
- Vergara, S.C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

\*\*\*\*\*