

# DF: no Dia do Meio Ambiente, Programa da Nações Unidas estimula o consumo consciente

## Brasília/DF

O slogan do Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado hoje (5), "Sete bilhões de sonhos. Um planeta. Consuma com moderação", convida as pessoas a repensarem seus estilos de vida e a se verem como parte da coletividade, em uma comunidade global. A expectativa do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) é que de um a três bilhões de consumidores de classe média sejam somados à população global até 2030 e o Brasil tem um papel importante neste contexto.

Para a consultora do Pnuma na área de consumo sustentável, Fernanda Daltro, o país tem grande potencial para se tornar modelo de sustentabilidade e exportar esse conceito para o mundo, com a ascensão de novas famílias para a classe média. "Temos uma relação diferenciada com a natureza e uma população mais sensível ao tema e que está construindo seu modelo de consumo. O Brasil está em um momento de virada, com o acesso de boa parte da população à classe média e que podem agora ter o supérfluo e não apenas o necessário para subsistência. Então precisamos trabalhar a mentalidade dessas pessoas para que não tenham só o consumismo como objetivo de vida", disse.

Fernanda explica que o planeta não tem como sustentar o padrão da classe média no modelo atual, construído desde a segunda guerra mundial, principalmente pelos Estados Unidos, e exportado para mundo. Ela diz que as empresas e o poder público têm instrumentos importantes para incentivar a produção e o consumo sustentáveis, como campanhas de conscientização, critérios em compras públicas e incentivos econômicos. Para ela, cada movimento, cada mudança de hábito das pessoas importa e também faz a diferença no contexto final.

"Se cada um pudesse mudar uma coisa nos seus hábitos que favoreça o meio ambiente e se sete bilhões de nós fizermos isso também? Pequenos hábitos fazem a diferença, dão exemplo e vão contaminando as pessoas ao seu redor", explicou Fernanda.

A gerente de Comunicação e Campanhas do Instituto Akatu, organização não governamental que trabalha pelo consumo consciente, Gabriela Yamaguchi, lembrou que o país está vivendo uma crise de escassez de água e a população sente os efeitos na prática. Para ela, esse é o momento de promover a educação e a mudança de comportamento para o consumo sustentável. "As pessoas devem visualizar que realmente estamos próximos desses recursos se esgotarem se continuarmos nesse ritmo de consumo", disse.

Segundo Gabriela, a ideia de que a riqueza de um país está ligada apenas ao giro da sua economia está ficando ultrapassada e cada vez mais as instâncias internacionais têm um olhar mais social, além do econômico. "O Brasil tem sido muito reconhecido pela inclusão de pessoas no acesso aos bens de consumo, mas tem um desafio muito grande que é a educação dessa população. Só dar poder de compra não forma cidadãos que analisam e fazem as escolhas conscientes. Precisamos ajudar as pessoas a questionarem o que é mais importante na vida delas, a fazerem escolhas que priorizem menos bens materiais e sigam no caminho da qualidade de vida", explicou.

O Instituto Akatu possui uma rede de aprendizagem para troca de conhecimentos e práticas sobre consumo consciente entre professores e alunos do Ensino Fundamental de escolas em todo o Brasil. O Edukatu reúne informações e materiais sobre o tema e convida os participantes a realizar atividades por meio de circuitos de aprendizagem.

Já o Pnuma desenvolve no Brasil, desde 2008, a campanha Passaporte Verde que procura sensibilizar turistas para contribuir com o desenvolvimento sustentável local por meio de escolhas responsáveis durante as férias e o lazer. Na próxima semana, o programa das Nações Unidas lança, em parceria com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, o Guia Produção e Consumo Sustentáveis: tendências e oportunidades para o setor de negócios.

Segundo a consultora do Pnuma, o guia é uma forma simplificada de explicar esse conceito de produção e consumo sustentáveis. "Isso vai além da chamada gestão ambiental, de reduzir o desperdício, mas desenhar produtos mais sustentáveis, um ferro elétrico que consome menos energia, por exemplo. O guia traduz esse conceito mais complexo para uma linguagem que as pequenas e médias empresas entendem e se apropriam. É uma conversa com todos os elos da cadeia também para sensibilizar o consumidor a prestigiar esses produtos. Optar pelos mais sustentáveis serve de recado para a indústria, de que [o consumidor] quer mais desses produtos", explicou Fernanda.

**Fonte:** Agência Brasil