

# aquecimento global e mobilização pelo consumo consciente nas instituições de ensino superior brasileiras

débora nunes<sup>1</sup>

## RESUMO

O aquecimento global é consequência da ação do homem, uma vez que ela desequilibra os ciclos naturais e põe em risco a vida humana no planeta. Mudanças econômicas, sociais e culturais são urgentes para enfrentar o problema, e o consumo inconsciente e predatório precisa ser superado, pois grande parte da emissão de gases poluentes se dá pela produção, uso e descarte de itens de consumo. As IES, como formadoras de uma categoria social influente, os graduados, podem dar sua contribuição e exemplo à sociedade brasileira, implantando programas de conscientização da sua própria comunidade acadêmica. O FOREXP - Fórum de Extensão das IES Particulares propõe uma mobilização nacional em torno do tema e apresenta o exemplo do Programa Interno de Consumo Consciente - PICC, já com resultados concretos, como fonte de inspiração. Refletir sobre os temas do consumo e do aquecimento global é o objetivo deste artigo que apresenta, também, os dados do PICC, desenvolvidos pela UNIFACS.

## ABSTRACT

Global warming is a consequence of man's action, that unbalance the natural cycles and endangers human life on planet. Economic, social and cultural changes are urgent to manage the problem. Therefore, the unconscious and predatory consumption needs to be overcome, because much of the emission of greenhouse gases is given by the production, use and disposal of products. The Higher Education Institutions, that prepare the influential social category formed by its graduates, can make their contribution to Brazilian society with their example, implementing programs to raise awareness of their own academic community. The FOREXP - Extension Forum of the Private HEIs, proposes a national mobilization around the issue and gives the example with the Responsible Consumption Program (named "PICC"), which has already data results that can be



Foto: Emerson Sales

DÉBORA NUNES

a source of inspiration. This article proposes a reflection over the themes of consumption and global warming, and also presents data results from the "PICC", developed by Unifacs, Bahia.

## PALAVRAS-CHAVE:

aquecimento global, consumo consciente e extensão universitária

## KEYWORDS:

global warming, responsible consumption, extension university

## INTRODUÇÃO

Desde janeiro de 2007, com a publicação do quarto relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas – IPCC, não resta mais dúvidas de que o aumento da temperatura do planeta em 0,8 graus nas últimas décadas foi consequência da ação humana (IPCC, 2007). A opinião de dois mil e quinhentos pesquisadores de 193 países que compõem o IPCC é de que, se medidas urgentes não forem tomadas, as mudanças já observadas – derretimento das calotas polares, aumento de furacões, secas e inundações mais frequentes e severas, temperaturas atípicas no verão e no inverno, aumento do nível do mar, entre outros – irão tornar a vida humana na terra cada vez mais inviável.

1 Débora Nunes é presidente do FOREXP – Fórum Nacional de Extensão das IES particulares e responsável pela área de Extensão na UNIFACS, Universidade Salvador, na Bahia. Pós-doutora pela Université Lyon 2 e doutora pela Université Paris XII, trabalha com os temas da Extensão Universitária, da Participação Popular, da Economia Solidária e do Consumo Consciente.

“

a opinião de dois mil e quinhentos pesquisadores de 193 países que compõem o ipcc é de que, se medidas urgentes não forem tomadas, as mudanças já observadas - derretimento das calotas polares, aumento de furacões, secas e inundações mais frequentes e severas, temperaturas atípicas no verão e no inverno, aumento do nível do mar, entre outros - irão tornar a vida humana na terra cada vez mais inviável.

”

Há um certo consenso nas publicações de respeitadas instituições que atuam na área ambiental, como o *Word Watch Institut*, o *Greenpeace*, ou o Instituto Acatu,<sup>1</sup> entre outros, de que profundas mudanças comportamentais na sociedade serão necessárias para fazer face aos desafios atuais da humanidade. A história ensina que geralmente as transformações nos modos de vida começam com mudanças de comportamento surgidas entre os formadores de opinião, como o são as pessoas que circulam por Instituições de Ensino Superior. Para mobilizar este imenso público de estudantes,<sup>2</sup> professores e funcionários, o Fórum de Extensão das IES Particulares – FOREXP elegeu como prioridade de ação, nos próximos anos, uma ampla campanha nacional para evitar desperdícios no dia a dia acadêmico. Esta campanha visa a estimular a reflexão e práticas conscientes de consumo no

1 INSTITUTO ACATU. Poder do consumidor pode frear mudanças climáticas e garantir sustentabilidade. In: <http://www.akatu.org.br/central/noticias/poder-do-consumidor-pode-frear-mudancas-climaticas-e-garantir-sustentabilidade>, acessado em 15/09/2008.

2 Dados do INEP mostram que cerca de 75% dos 4,7 milhões de estudantes matriculados no ensino superior em 2006 estavam nas IES particulares. ([www.inep.gov.br](http://www.inep.gov.br))

interior das faculdades e universidades, entendendo que, conscientizado, este público tem um poder multiplicador de mudanças de comportamento de consumo na sociedade.

O modelo inicial do programa do FOREXP foi desenvolvido na Universidade Salvador, UNIFACS, na Bahia, onde a vertente ambiental do Programa Engajamento Cidadão chama-se “Programa Interno Consumo Consciente”. O programa foi distinguido com o Prêmio Top Social em 2007 e este artigo será baseado na metodologia e nos resultados obtidos na UNIFACS, desde 2006. Este modelo está sendo discutido em reuniões com instituições de norte a sul do Brasil, pretendendo-se estimulá-las a se inspirarem nele e a entrarem na mobilização nacional, buscando cumprir a responsabilidade social e ambiental do ensino superior e ser exemplo para a sociedade brasileira.

Antes de partir para a exposição mais detalhada destes dados, entretanto, serão abordadas as temáticas do consumo e do aquecimento global, como forma de enquadrar a discussão em torno de uma abordagem mais ampla. Passar de uma visão catastrofista – em que a tragédia parece inevitável – para uma visão realista, que entenda os mecanismos mais profundos do que está se passando com o planeta, é necessário, inclusive face à imensidão do problema (SACHS, 2008; BARANSKI; ROBIN, 2007). Quando se tem poucos dados e pouca compreensão dos fatos, a ignorância para uns e o medo do desconhecido para outros, paralisam. Buscar entender o problema e refletir sobre ele e sobre as ações possíveis é o meio mais sensato de preparar-se para enfrentá-lo. ■

## A QUESTÃO DO CONSUMO

Consumir é um dos atos mais naturais e mais antigos dos seres humanos, se entendermos o verbo consumir como o ato de incorporar ao corpo ou à vida cotidiana, objetos e serviços que vêm do exterior. Assim, vestir-se, por exemplo, é um ato de consumo de objeto usado, desde os mais remotos tempos do *homo sapiens*. Utilizar-se dos serviços de sábios, como os sacerdotes egípcios ou os pajés de tribos indígenas brasileiras, por exemplo, também é um hábito de consumo remotíssimo que vem do início da civilização humana.

Nem sempre o ato de consumir esteve ligado ao pagamento monetário dos bens, e a troca direta, o escambo, foi mesmo uma prática comum nos primórdios da civilização. Enquanto o conjunto dos membros dos povos mesopotâmicos ou pré-colombianos, por exemplo, vestiam-se mais ou menos do mesmo modo, os dirigentes tinham roupas e adereços diferenciados que os distinguia em posses e de forma simbólica. Esta distinção de alguns pelos objetos consumidos, pela moradia, pela alimentação e outros estava vinculada à função social destas pessoas e, muitas vezes, era a própria comunidade que oferecia aos

seus dirigentes os objetos simbólicos (BAIROCH, 1990). De um lado, a norma que organizava o consumo estava vinculada generalizadamente às necessidades básicas, e, de outro, à lógica simbólica de diferenciação de pouquíssimos indivíduos, e com pouquíssimos objetos e facilidades, pelas funções por estes exercidas na comunidade.

Ao longo da história, o consumo foi se diferenciando por categorias de poder e de riqueza dos indivíduos e grupos humanos. A diferenciação social foi se tornando cada vez mais vinculada à propriedade, particularmente da terra, e, assim, aos poucos, o consumo simbólico, geralmente de objetos de luxo e de situações privilegiadas de conforto, foi se constituindo em regalia também das pessoas que podiam pagar por ele e não apenas dos que tinham poder. Estas famílias ricas consumiam, assim, o que de melhor era fabricado pelos artesãos, enquanto as demais fabricavam, elas próprias, ou trocavam com vizinhos ou em feiras, a maior parte de seus utensílios domésticos e os de uso pessoal. Estes bens, por serem artesanais e feitos em materiais naturais, eram mais ou menos personalizados, levando tempo significativo para serem produzidos e tinham grande durabilidade. Por milênios, a lógica de consumo foi esta: uma minoria consumia, em pequena escala, produtos sofisticados em material e qualidade, enquanto a maioria consumia, estritamente, objetos simples e feitos à mão, com pouco impacto ambiental (HUBERMAN, 1986).

“ com a revolução industrial surgem os objetos de consumo de massa. pois surge a produção industrial em massa. ao permitir o barateamento do custo dos objetos e o assalariamento de um grande número de pessoas. a industrialização aumentou a oferta e a acessibilidade destes objetos a um número cada vez maior de famílias e indivíduos. ”

O desenvolvimento tecnológico, que se acelerou depois da Revolução Industrial, renovou a diferenciação de consumidores a partir da sofisticação técnica dos objetos de consumo. Se antes esta diferenciação, reveladora de status, estava vinculada principalmente aos materiais de confecção do objeto – algodão cru para a roupa dos pobres e seda para aquelas dos ricos, por exemplo – e a qualidade técnica do artesanato, a possibilidade de pagamento da inovação tecnológica inerente ao objeto passou a ser uma possibilidade a mais da diferenciação do consumo. Um relógio, mesmo realizado de forma artesanal, mas com a mais alta tecnologia da época da sua invenção, era uma possibilidade de consumo para poucos que podiam pagar por ele.

Com a Revolução Industrial surgem os objetos de consumo de massa, pois surge a produção industrial em massa. Ao permitir o barateamento do custo dos objetos e o assalariamento de um grande número de pessoas, a industrialização aumentou a oferta e a acessibilidade destes objetos a um número cada vez maior de famílias e indivíduos. A indústria, portanto, ao permitir a produção em larga escala, fez com que idênticos copos de vidro ou alumínio, de fabricação industrial, passassem a ser vistos em todas as casas de pessoas de um mesmo padrão de renda. Neste mesmo período, observa-se também o início do crescimento explosivo da população mundial – antes praticamente estável – devido à melhoria das condições sanitárias. Observa-se assim uma produção e consumo de massa, começando, aí, o conflito da produção com o meio ambiente: a capacidade de regeneração dos ecossistemas face à ação humana começa a diminuir.

O que se viu ao longo do século XX foi um consumo cada vez maior de objetos por um número cada vez maior de pessoas, o que foi aos poucos se constituindo no que veio a se chamar de “sociedade de consumo” (BAUDRILLARD, 2007). Isto coincide com a consolidação de uma classe média, formada principalmente por profissionais de nível superior ou trabalhadores especializados com salários maiores do que os dos operários, capazes de consumir uma quantidade crescente de objetos. A competição inerente à sociedade capitalista provocou também inovações tecnológicas contínuas, implicando em produtos cada vez mais variados e sofisticados.

Na expressão “sociedade de consumo”, relativamente recente, está embutido também o simbolismo exacerbado que o tipo de objeto consumido passou a ter, principalmente a partir do século XX. O que era uma atividade principalmente vinculada à necessidade, passou a ter cada vez mais uma conotação simbólica, sendo que em muitos casos hoje o simbolismo é maior que a função utilitária original do objeto. Este fato tem determinado um poder cada vez maior à área de *marketing*, considerando-se, que este estabelece estas ligações simbólicas propulsoras do consumo.

Uma particularidade do modo de produção dominante da época atual é a chamada “obsolescência programada”, que consiste em fazer com que um produto tenha uma durabilidade reduzida para implicar na sua substituição programada para um curto espaço de tempo – e os computadores e telefones celulares são exemplos bem visíveis. Da mesma forma foi criada a “obsolescência simbólica” em que um produto em bom estado deixa de ser utilizado por ser visto como ultrapassado – como pode ser visto no exemplo da moda (LEONARD, 2005). As obsolescências programada e simbólica, que são inerentes ao modo de produção capitalista, são exemplos destacados de uma irracionalidade inata ao sistema econômico social que modela a sociedade em que vivemos. O cidadão, ao consumir acriticamente, ajuda a sustentá-lo e precisa estar ciente disto.

O barateamento dos produtos, a obsolescência programada e a função simbólica do consumo, bases da “sociedade de consumo”, transformaram-se atualmente num grande problema para a humanidade: desperdiça-se demais matéria prima e energia para criar objetos rapidamente descartados e, com isto, polui-se em demasia o planeta, ameaçando a já precária estabilidade do meio ambiente. Sabe-se hoje que desde meados da década de oitenta, o planeta já não tem mais a capacidade de se autorregenerar e manter regulado o clima da terra (WWF BRASIL, 2006). Os acontecimentos climáticos dos últimos anos mostram os efeitos deste fato. É fácil perceber que as devastadoras mudanças climáticas em curso são, em última instância, decorrentes do modo de produção e consumo vigente no planeta (IPCC, 2007).

Nunca é demais lembrar, entretanto, que o consumo dos mais pobres é muito diferente do consumo dos mais ricos. Enquanto os pobres gastam a maior parte dos seus recursos com alimentos e despesas de sobrevivência básica, tendo menos desperdício e deixando menos resíduos, os ricos, mesmo poucos, geralmente consomem muito e de modo perdulário, deixando uma quantidade de dejetos muitas vezes superior àquele produzido pelas populações pobres, muito mais numerosas. Isto é válido para as pessoas, em geral, como o é, notadamente, para a população americana, um exemplo negativo, e o que é pior, ressalte-se, equivale a 5% da população do planeta, consome 35% da energia e produz cerca de um terço dos resíduos.<sup>3</sup>

Consumir conscientemente significa, portanto, atentar para os efeitos que este ato acarreta ao meio ambiente e a toda a humanidade e entender o desperdício como uma espécie de “delito ambiental”. Buscando contribuir para a melhoria das condições ambientais e sociais do planeta, o consumidor consciente identifica o

consumo mínimo que lhe é suficiente e escolhe produtos ambientalmente e socialmente responsáveis, priorizando a reciclagem, a reutilização e o compartilhamento de bens. Um exemplo simples é ilustrativo: beber água de coco faz bem para a saúde, deixa recursos na economia local e evita processos industriais, embalagens plásticas e outros.

Observando de modo amplo o contexto atual, percebe-se que no gesto cotidiano de consumo de cada um, joga-se o destino de todos. Neste tema, mais do que em qualquer outro, a fábula do beija-flor que leva sua parte de água no bico para apagar o incêndio da floresta, fazendo aquilo que está ao seu alcance para contribuir com o problema de todos, é significativa. O conceito de “pegada ecológica” que se refere à marca do gasto em energia e matéria-prima que todo ser, toda instituição ou toda a população deixa no planeta por existir (REES e WACKERNAGEL, 1995) foi criado dentro desta concepção. Se cada um observar o seu gasto em água, em energia elétrica e combustível, em alimentos, em roupas, em produtos de higiene e beleza, em papel, entre outros, pode identificar possibilidades de diminuição deste consumo e, conseqüentemente, minorar a sua pegada ecológica. Poderá também, compensá-la, por exemplo, plantando árvores, pela grande capacidade que essas têm de absorver o CO<sub>2</sub> que está aquecendo a atmosfera.

A adoção de um padrão de consumo consciente está ao alcance do cidadão comum e pode ser vista como uma ação de efeitos duradouros e progressivos.<sup>4</sup> Duradouros, porque dificilmente alguém ou uma instituição que passa por uma mudança de consciência relativa à sua pegada ecológica, volta a praticar os mesmos atos de consumo inconscientes do passado. Progressivos, porque esta é uma mudança que pode se irradiar de um setor a outro da vida da pessoa; também da pessoa à sua família, amigos e colegas de trabalho; e, assim, sucessivamente. Cidadãos que consomem de forma consciente podem mudar o mundo.

Evidentemente a transformação do modo de consumo individual precisa ter conexões com mudanças nas políticas públicas: para transformar uma opção de existência individual em um movimento coletivo, o entorno precisa mudar para não penalizar demasiadamente aqueles que estão optando por fazer sua parte. Os governos precisam apoiar massivamente os produtores e consumidores que vão ao encontro de práticas de consumo consciente, de reuso, de reciclagem, de troca das soluções individuais pelas coletivas. Melhorar o transporte coletivo e implantar a coleta seletiva são bons exemplos destas políticas, assim como criar legislação pós-consumo que obrigue empresas a se responsabilizarem pela durabilidade e descarte de seus produtos e embalagens. Cabe à sociedade cobrar ação governamental e construir estas alternativas.

3 Estado do Mundo, 2004, WWI – UMA.

4 CONSUMO SUSTENTÁVEL. Manual de educação. Brasília : Consumers international/MMA/MEC/ IDEC, 2005

## O AQUECIMENTO GLOBAL

O aquecimento global verifica-se pelo aumento da temperatura na superfície da terra e do mar e particularmente dos polos, aonde este aumento chegou a três graus nas últimas décadas. Esta é uma tendência que, segundo os especialistas, tende a se perpetuar e a se aprofundar, havendo previsões diversas que apontam para até seis graus a mais na temperatura média do planeta, hoje em torno dos 15°C, nas próximas décadas (WWF BRASIL, 2006). Este aumento de temperatura é causado pela ampliação do efeito estufa, que é um fenômeno natural de retenção média de cerca de 10% da radiação solar que chega ao planeta, o que permite a vida na terra nas condições que conhecemos.

A ampliação do efeito estufa para níveis perigosos vem acontecendo pelo desequilíbrio entre a produção e a absorção de gases estufa, principalmente o gás carbônico (CO<sub>2</sub>) e o metano (CH<sub>4</sub>), causando uma concentração cada vez maior destes gases na atmosfera. Tais gases estão presentes no ar que respiramos por meio de inúmeros processos, sendo os mais simples e corriqueiros a própria expiração humana e das plantas à noite (para o CO<sub>2</sub>) e, para do metano, os resíduos gasosos oriundos da degradação de matéria orgânica como os resíduos fósseis, a biomassa – lixo orgânico, plantas – a flatulência humana e animal, entre outros. Acontece que os processos industriais, o

desmatamento e o escapamento dos carros jogam na atmosfera toneladas destes gases que não conseguem ser totalmente absorvidos pelos mecanismos naturais, entre eles, o principal, a fotossíntese de plantas e algas, que “fixam” o carbono, necessário ao seu crescimento. Além disto, a degradação do meio ambiente terrestre e marítimo afeta ainda mais este equilíbrio entre emissão e absorção/fixação, piorando o quadro.

Este desequilíbrio entre fontes de emissão e fontes de absorção de gases de efeito estufa é o que causa o aquecimento global, e ele é fruto, como já foi dito, do modo de vida dos humanos. Como dizem os especialistas, a “biocapacidade de fixação do carbono”, presentes no CO<sub>2</sub> e CH<sub>4</sub>, entre outros, foi rompida, pela ampliação das fontes de emissão e pela diminuição das florestas e dos organismos marinhos que absorvem majoritariamente este elemento químico (ROUER; GOUYON, 2007).

A discussão em curso sobre o que fazer face ao problema aborda inúmeros aspectos, sendo o mais mediatizado, inclusive pela posição importante do Brasil no tema, a substituição de combustíveis derivados do petróleo, altamente poluentes, pelos biocombustíveis, como o álcool e o biodiesel, menos poluentes e renováveis (NASCIMENTO; VIANNA, 2007). Para a mobilização da população em geral, inclusive a que não tem carro, entretanto, é urgente que se divulguem medidas simples,

Foto: J.P. Cavalcante



passíveis de serem implementadas todos os dias, para que a inconsciência e a apatia não façam tardar ações urgentes que precisam ser incorporadas à vida de cada um de nós. O caso que será apresentado a seguir segue esta linha, no ambiente das instituições de ensino superior. ■

### O CASO ESTUDADO: O PROGRAMA INTERNO DE CONSUMO CONSCIENTE – PICC, DA UNIVERSIDADE SALVADOR – UNIFACS

A Universidade Salvador - UNIFACS, instituição baiana criada em 1972, iniciou o PICC dentro das suas ações de Extensão por intermédio da criação de uma Comissão de Monitoramento do programa, nomeada oficialmente pelo Reitor. Esta Comissão é constituída por professores, funcionários e estudantes motivados por uma consciência ambiental desenvolvida e com disposição para atuar voluntariamente. Em reuniões quinzenais, a Comissão discutiu a estruturação do programa e passou imediatamente a estudar, com o apoio do setor administrativo da Universidade, o consumo de todos os itens utilizados no cotidiano da instituição.

“ a adesão da comunidade universitária ao picc foi certamente influenciada pela informação de que os frutos do esforço cotidiano de mudança de comportamento seriam usados em uma série de investimentos para diminuir ainda mais o consumo e o impacto ambiental da atividade acadêmica. ”

Um dos primeiros passos para o convencimento da comunidade acadêmica a engajar-se no Programa foi a negociação com a direção da UNIFACS do compromisso de que recursos economizados com a mudança de comportamento e diminuição do desperdício seriam utilizados para ampliar as conquistas ambientais no dia a dia acadêmico. A adesão da comunidade universitária

ao PICC foi certamente influenciada pela informação de que os frutos do esforço cotidiano de mudança de comportamento seriam usados em uma série de investimentos para diminuir ainda mais o consumo e o impacto ambiental da atividade acadêmica.

Em seguida, a Comissão de Monitoramento do PICC desenvolveu uma metodologia participativa para acompanhar os cálculos das economias realizadas pela UNIFACS. Com a consulta a especialistas das áreas ambiental, administrativa e estatística, professores da própria instituição, criou-se coletivamente essa metodologia que será comentada mais adiante. Um segundo passo foi a implementação de ações de sensibilização no ambiente acadêmico. Entre essas ações, uma das mais importantes é a mobilização dos responsáveis pedagógicos pelos cursos e os professores, pois eles detêm muita legitimidade face à comunidade e particularmente aos estudantes. No caso da UNIFACS, os cursos de graduação incluíram, em disciplinas pertinentes, a discussão do tema do consumo, adaptada a cada desafio profissional. Para o Curso de Psicologia, por exemplo, tratou-se das causas e consequências psíquicas do consumismo; o Curso de Publicidade fez campanhas de marketing social em torno da ideia do Consumo Consciente e o de Engenharia Civil tratou do desperdício de matéria-prima nos canteiros de obra.

Outra ação que favoreceu a conscientização para evitar desperdício foi a comunicação feita pela colagem de etiquetas adesivas espalhadas em todos os prédios, convidando a comunidade acadêmica a refletir sobre como consumir conscientemente. As etiquetas foram coladas de maneira definitiva diante de interruptores, torneiras, monitores, impressoras e em outros locais – exatamente nos locais onde o consumo se dá. Busca-se também lembrar as pessoas a usarem aparelhos elétricos e outros itens de uma forma mais parcimoniosa e útil possível. Essas etiquetas ajudaram, também, a popularizar a marca do Programa.



ENGAJAMENTO  
CIDADÃO  
Consumo Consciente

A mobilização dos funcionários foi outra estratégia importante, pois são eles que controlam grande parte do consumo. Várias reuniões e oficinas foram feitas com este público, tentando chamar a atenção para a questão ambiental, e uma das ferramentas poderosas foi a exibição de filmes, como o “Uma verdade inconveniente”, de Al Gore. Elaborou-se participativamente uma cartilha, na qual os funcionários apresentaram, em grupo, a discussão sobre o que eles poderiam fazer para evitar o desperdício, reduzindo a degradação ambiental, por parte da UNIFACS. A medida foi fundamental para conquistar a adesão do setor e mudar comportamentos.

A mobilização de professores e estudantes – e de suas entidades representativas – tem sido um desafio constante da Comissão de Monitoramento e dos setores de Extensão e de Marketing da instituição, pelo grande número de pessoas que se busca atingir, num público que é mais disperso. Uma estratégia foi incorporar o tema nos grandes eventos anuais da instituição, como as aulas inaugurais, o dia do meio ambiente e o Dia da Responsabilidade Social, organizado nacionalmente pela ABMES. Em 2006 o maior destes eventos, a “Semana Universitária”, abordou o Aquecimento Global; e em 2007, o Consumo Consciente. Já em 2008, discutiu-se o futuro da Bahia, para daqui a vinte anos, o que propiciou em muitas atividades que se pudesse captar a dimensão dos efeitos do aquecimento global e das mudanças comportamentais necessárias nas próximas décadas. Neste percurso, o apoio do Diretório Central dos Estudantes –DCE e da Associação de Professores – APFACS vem sendo crescente.

Várias outras ações foram feitas, entre elas, a distribuição de 5000 cartilhas sobre o Consumo consciente; a participação constante nos eventos semestrais de discussão dos líderes estudantis; a nomeação de “multiplicadores”, entre pessoas interessadas, visando a ampliar a ação da Comissão de Monitoramento; a publicação de um boletim informativo do PICC, feito por estudantes do Curso de Relações Públicas, chamado “Se Plante”; a entrega de 300 copos de vidro para pessoas que trabalham nos escritórios da instituição, para evitar o uso

“ entre as melhorias materiais estão: a adoção do papel reciclado em todas as suas atividades da instituição, a mudança de torneiras para modelos com desligamento automático, a instalação de luminárias e equipamentos com melhor eficiência energética. entre as ações de comunicação, estão o boletim se plante e o próprio brechó eco-solidário. ”

de copos descartáveis; um acordo com uma cooperativa de catadores para a reutilização do papel da instituição; a realização de oficinas de reciclagem artística; a adoção de farda dos funcionários com tecido reciclado de garrafas pet; as melhorias no *site* da instituição, inserindo textos sobre o tema para servir de fonte de pesquisa e a confecção de brindes pertinentes como saco para lixo de carro e copo plástico reutilizável para usar na bolsa.

Um grande evento anual, o Brechó Eco-solidário, que estimula o reuso de bens por meio da troca destes, vem sendo realizado com sucesso e mostrando caminhos para uma sociedade que busca superar o consumismo. Estudantes, professores e colaboradores são convidados a trocar, no espaço de sua faculdade, objetos que lhes são inúteis, mas estão em bom estado de conservação, por uma moeda social, o “Grão”. No dia do Brechó, com os “Grãos” eles compram o que lhes é útil e podem doar o restante para financiar ações de caráter cultural e social. Em 2008 o evento foi realizado em espaço público da cidade de Salvador, já em parceria com as outras três universidades existentes nesta capital: uma pública federal, outra estadual e uma comunitária, mostrando o vigor da ideia no ambiente acadêmico. Constrói-se para 2009 um Brechó Eco-solidário com a participação de todas as instituições de ensino superior interessadas, instaladas na capital. ■

## A METODOLOGIA E OS RESULTADOS QUANTITATIVOS DO PICC

Para uma melhor compreensão, a metodologia foi dividida em quatro etapas: Na primeira etapa foi feita a coleta de dados de todos os itens consumidos na Universidade, e posteriormente uma depuração destes dados, para cálculo do montante de itens consumidos e da despesa trimestral. Nesta etapa encontraram-se diversas incongruências nos dados, que foram aos poucos corrigidos. Coletou-se ainda dados referentes à população (estudantes, professores e colaboradores) para possibilitar a efetuação do cálculo *per capita* dos itens apurados. Observe-se que normalmente os dados administrativos nunca são *per capita*, mas para a identificação de mudanças comportamentais precisava-se comparar o consumo com a população, para evitar distorções que seriam fruto da flutuação do público da Universidade. Desde esta primeira etapa, a construção metodológica implicou em interação entre diferentes setores, particularmente o administrativo e o pedagógico.

Rapidamente evidenciou-se que uma comissão de voluntários, mesmo apoiada pelo setor administrativo, não teria condições de monitorar todos os itens de consumo da

5 Para saber mais sobre o funcionamento do Brechó Eco-solidário, existe um documentário realizado pelas TVs universitárias, que pode ser acessado por demanda, pelo e-mail: [cec@unifacs.br](mailto:cec@unifacs.br)

Universidade e, após diversas revisões, a Comissão escolheu os itens energia, água, papel A4, tonner, papel toalha e copo descartável para serem monitorados. Os critérios em que se basearam para a escolha destes itens foram: o impacto financeiro, decorrente do custo unitário do produto ou da importância do custo em função da quantidade consumida, como o tonner e o papel toalha; o impacto ambiental gerado pela poluição causada na produção e descarte do item, como o papel A4, energia elétrica, água; e o impacto simbólico, que seria a importância do item, face ao compromisso pessoal de cada um com o consumo consciente, a exemplo do copo descartável.

Na segunda etapa fez-se a organização dos dados em planilha por item e *per capita*, trimestralmente, e foi lançado o total de consumo referente aos períodos de 2005 e 2006, para análise, conferência de relatórios e lançamento de dados em gráficos e tabelas. Este mecanismo evidenciou a sazonalidade – mudanças periódicas por férias, época de provas, estações do ano e outras – do consumo e mostrou que não se poderia comparar um trimestre face ao anterior, e sim os mesmos trimestres de cada ano, para respeitar as mudanças sazonais.

Na terceira etapa, foram feitos os cálculos do consumo *per capita* dos itens selecionados para o último trimestre de 2006, comparado com o último trimestre de 2005, quando já haviam sido executadas inúmeras ações do Programa Interno de Consumo Consciente. A fórmula usada foi a seguinte: valor total consumo / população anual, para cada item. Em seguida foi realizado o cálculo da diferença do consumo referente a 2005 e 2006 para identificar o percentual de redução alcançado. Para 2007 e 2008, o mesmo procedimento foi utilizado.

Os resultados obtidos estão inseridos nos gráficos seguintes, produzidos pela Comissão de Monitoramento do PICC/UNIFACS, que revela uma diminuição constante, desde 2006, no consumo de copos descartáveis – tiras de 100 unidades; papel A4 – resmas de 500 folhas; tonner impressora – unidades; cartuchos de impressora – unidades; papel toalha – fardo de 1.250 folhas; energia – kw/h; e água – m2.

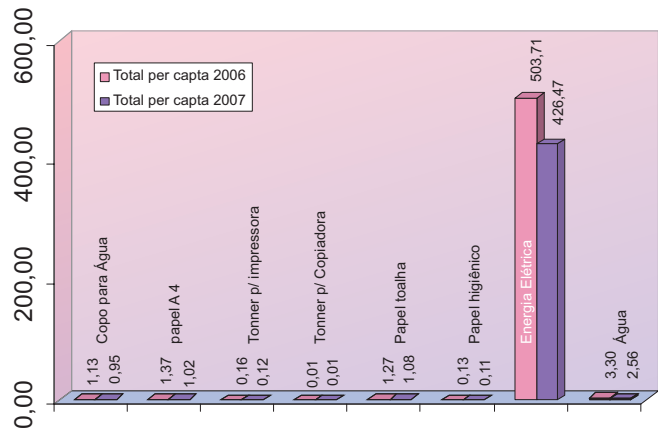


Figura 1: Comparativo Per Capita 2006 x 2007

Fonte: Comissão de monitoramento do PICC/UNIFACS

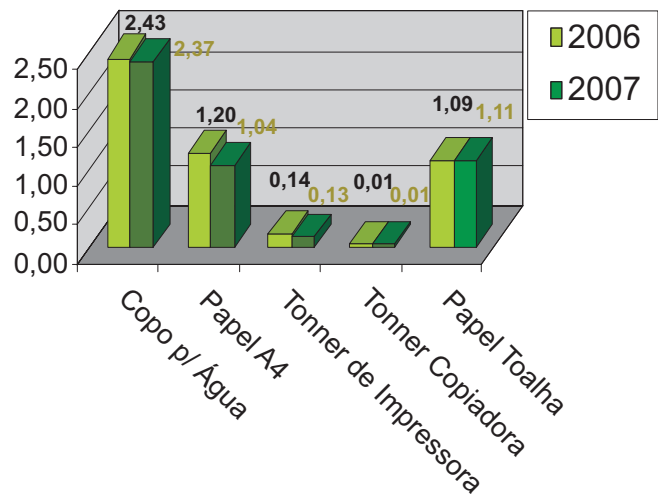


Figura 2: Comparativo Per Capita 2006 x 2007 - Materiais

Fonte: Comissão de monitoramento do PICC/UNIFACS

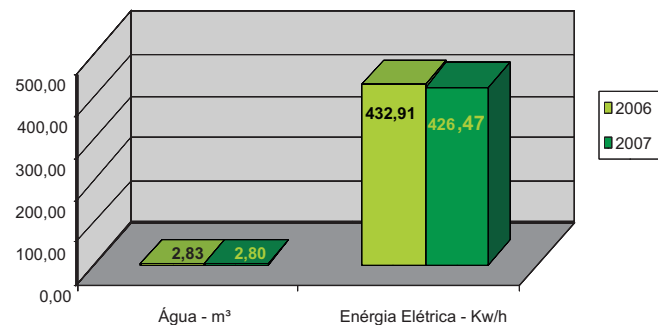


Figura 3: Comparativo Per Capita 2006 x 2007 - Gastos Públicos

Fonte: Comissão de monitoramento do PICC/UNIFACS



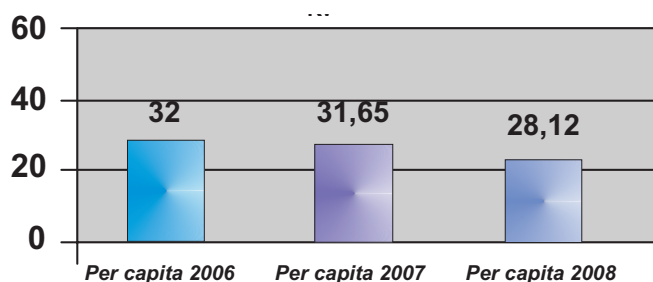


Figura 4: Comparativo *Per Capita* consumo de energia Kw/h mês agosto  
Fonte: Comissão de monitoramento do PICC/UNIFACS

Na quarta etapa, foram feitos os cálculos para identificar o valor em reais referentes ao consumo de cada item, para calcular o valor devido ao Fundo do Consumo Consciente, por causa de diminuição de consumo. Para tal, foi desenvolvido o conceito de despesa média anual, que significa o valor médio pago pelo item, a partir da média de preços vigentes durante o ano, dividido pela quantidade total do item. Para comparação com o ano anterior, é considerado o preço atual médio de cada item, para compensar efeitos de inflação. Encontra-se, assim, o valor monetário *per capita* pago anualmente, considerando a população, total em cada ano. Para apurar o ganho relativo à mudança de comportamento da comunidade acadêmica, multiplica-se o custo *per capita* total pela população total em cada ano, porém a comparação tem que ser feita como se a população fosse constante. Assim, a cada variação de público consumidor na instituição, deve-se comparar o custo total atual com o custo total que seria apurado caso o consumo *per capita* se mantivesse no padrão anterior.

O resultado conseguido pela comunidade acadêmica da UNIFACS gerou recursos que permitiram à instituição investir em duas frentes: melhorias materiais, pela adoção do uso de itens mais sustentáveis e ações de comunicação, visando a aumentar a conscientização por meio da sensibilização da comunidade acadêmica. Entre as melhorias materiais estão: a adoção do papel reciclado em todas as suas atividades da instituição, a mudança de torneiras para modelos com desligamento automático, a instalação de luminárias e equipamentos com melhor eficiência energética. Entre as ações de comunicação, estão o boletim *Se Plante* e o próprio Brechó Eco-solidário. ■

## CONCLUSÃO

Os efeitos do Programa Interno de Consumo Consciente ultrapassam largamente a diminuição de consumo de matéria-prima e energia e, conseqüentemente, a diminuição da “pegada ecológica” da atividade acadêmica e a economia de recursos financeiros. O FOREXP entendeu que se instalou aí um círculo virtuoso ao se conseguir concatenar ações conjuntas benéficas a todos os envolvidos. Ganham as instituições, a comunidade acadêmica, a sociedade e o planeta. Instaura-se um jogo

“ganha-ganha” que tem um grande potencial mobilizador. Não é à toa que ações semelhantes se espalham para outras universidades baianas e têm obtido a atenção de inúmeras Instituições de Ensino Superior Brasil afora.

A metodologia do PICC continua sendo afinada para refletir com mais precisão as mudanças em andamento nos diferentes públicos, mas já permitiu uma interação pouco comum entre os setores pedagógico e administrativo das IES. Esta interação é benéfica para todos, pois começam a entender melhor as razões de cada um nas práticas diárias, melhorando as condições de entendimento e o desempenho de todos. No caso do setor administrativo, ao incorporar nos seus cálculos a lógica do consumo *per capita*, ele está aperfeiçoando a gestão dos recursos materiais e financeiros. Em se tratando do setor pedagógico ter um exemplo próprio para estudo, o consumo da instituição permite a reflexão numa lógica de pesquisa-ação.

Espera-se que o modelo construído pela UNIFACS, neste momento sendo implantado, em projeto piloto, em escolas públicas baianas, e que já está sendo aperfeiçoado por várias IES, se espalhe pelo Brasil e possa constituir-se em mais um motor da mobilização nacional que se faz necessária para que a sociedade brasileira enfrente uma das causas mais importantes do aquecimento global: o consumo inconsciente. ■

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAIROCH**, Paul. De Jericó a México. México. Trillas. 1990.
- BARANSKI**, Laurence ; **ROBIN**, Jacques. L'Urgence de la métamorphose. Paris: Edição *Des Idées et des Hommes*, Collection Convictions Croisées, 2007.
- BAUDRILLARD**, Jean. A sociedade de consumo. São Paulo: Civilização Brasileira, 2007
- Estado do Mundo 2004**. Edição: World Watch Institute – Universidade Livre da Mata Atlântica, 2004.
- HUBERMAN**, Leo. História da riqueza do homem. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1986.
- IPCC**. Quarto relatório, jan., 2007.
- LEONARD**, Anne. A história das coisas. Documentário produzido pelo *Free Range Studios*, 2005. Disponível em: [www.portalcab.com/solidariedade/meioambiente/historia-das-coisas.php](http://www.portalcab.com/solidariedade/meioambiente/historia-das-coisas.php) - 26k.
- NASCIMENTO**, Elimar Pinheiro do; **VIANNA**, João Nildo (Orgs). Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil. São Paulo: Editora Garamond, 2007.
- REES**, William; **WACKERNAGEL**, Mathis. Our ecological footprint: reducing human impact on the earth. Ed: The New Catalyst Bioregional Series, 1995.
- ROUER**, Maximilien; **GOUYON**, Anne. Réparer la planète. La révolution de l'économie positive. Paris: Edição Jean Claude Lattès/BeCitizen, 2007.
- SACHS**, Ignacy. A terceira grande transição: da era petrolífera para a biocivilização. Envolverde/IPS, 2008. Disponível em: <http://www.catalogosustentavel.com.br/arquivos/file/A%20terceira%20grande%20transi%C3%A7%C3%A3o%20-%20da%20era%20petrol%C3%ADfera%20para%20a%20biociviliza%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em 20 ago. 2008.
- WWF BRASIL**. Relatório Planeta Vivo 2006. Editor responsável: Chris Hails. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/informacoes/biblioteca/index.cfm?uNewsID=4420>. Acesso em 20 ago. 2008.