

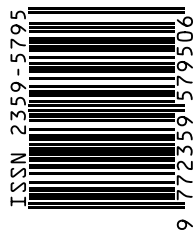
Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a solid blue rectangular background.

Efeitos prejudiciais da irresponsabilidade consumista e a importância do artesanato e da reciclagem como soluções para a crise ambiental [harmful effects of irresponsible consumption and the importance of crafts and recycling as solutions to the environmental crisis]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Nunes Bittencourt, Renato
Publisher	Espaço Ética Ltda.
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-07-13 14:31:08
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/233801



**Como é possível gerenciar a
escassez de recursos naturais
incentivando o consumo?**

Efeitos prejudiciais da irresponsabilidade consumista e a importância do artesanato e da reciclagem como soluções para a crise ambiental

Renato Nunes Bittencourt¹



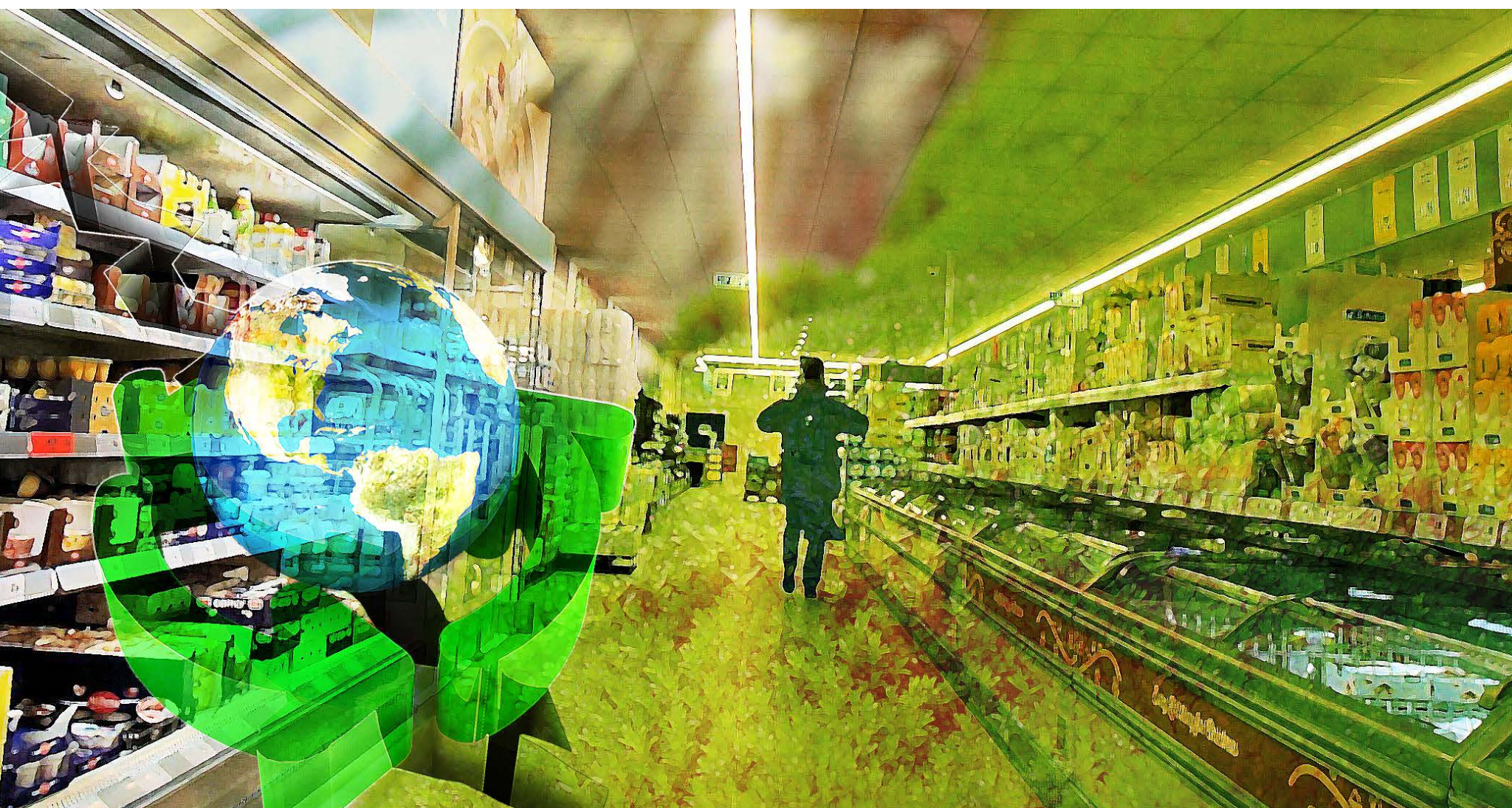
O artigo aborda a incompatibilidade entre a disposição consumista e a consciência ecológica, assim como os efeitos prejudiciais que o consumismo ocasiona para a constituição de um modo de vida efetivamente sustentável. Como saída para o dispêndio irracional dos bens materiais, o artigo defende a aplicação de práticas artesanais e de reciclagem, favorecendo o uso consciente dos recursos naturais.

Introdução

O consumo é um elemento indissociável da condição humana, não podemos escamoteá-lo por questões axiológicas de qualquer tipo de orientação. Por justamente o homem não possuir a autossuficiência, ele depende da contínua assimilação de coisas extrínsecas a ele mesmo para que possa perpetuar sua existência concreta. Pressupor uma vida absolutamente desprovida de qualquer processo de consumo não é apenas um procedimento errôneo, quicá hipócrito, mas também uma negação ideológica das próprias condições metabólicas basílicas para a constituição da vida humana na biosfera, pois mesmo se quiséssemos abrir mão de qualquer elemento natural, seria impossível vivermos sem o ar que consumimos a cada instante. Ora, não podemos viver sem o consumo da água e do mínimo de nutrientes alimentícios. O próprio fato de vivermos já estabelece uma necessária intervenção na natureza, pois não flutuamos sobre o solo que nos sustenta. O grande problema a se colocar em uma reflexão ética é de que maneira nossos hábitos de consumo em nossa civilização industrial são prejudiciais para a preservação do meio ambiente e da própria vida humana no porvir, pois não apenas os recursos retirados da natureza para satisfazer nossas necessidades metabólicas e simbólicas, como também os resíduos decorrentes da produção e do descarte dos bens materiais consumidos causam impactos naturais inevitáveis muitas vezes irremediáveis.

No decorrer do artigo defendo a hipótese de que é possível gerenciar a escassez de recursos naturais e incentivar as práticas de consumo, desde que o processo de produção dos bens materiais seja organizado por pessoas ou grupos que adotem efetivas táticas de preservação ambiental e que suas atividades produtivas e distribuição de riquezas estejam integradas intrinsecamente ao espaço social local, permitindo assim o empoderamento econômico da população do entorno, suprimindo-se razoavelmente a submissão incondicional aos imperativos das grandes corporações industriais.

¹ Doutor em Filosofia pelo PPGF-UFRJ/Professor da FACC-UFRJ. E-mail: renatonunesbittencourt@gmail.com



O consumismo e suas implicações ambientais

Se os atos de consumo expressam a satisfação das necessidades metabólicas do ser humano, o consumismo representa, por sua vez, a distorção desse processo. O consumismo não é apenas um problema de âmbito existencial (psicológico e moral), mas também econômico e ecológico. A perda do controle nos processos aditivos decorre de tentativas frustradas de se preencher o vazio interior que assola a condição humana incapaz de obter um estado satisfatório de felicidade. Bauman argumenta que

O consumismo é um produto social, e não o veredicto inegociável da evolução biológica. Não basta consumir para continuar vivo se você quer viver e agir de acordo com as regras do consumismo. Ele é mais, muito mais que o mero consumo. [...] Acima de tudo, o conformismo tem o significado de transformar seres humanos em consumidores e rebaixar todos os outros aspectos a um plano inferior, secundário, derivado (BAUMAN, 2011, p. 83).

A pessoa consumista, insuflada por estímulos externos de posse e de incitação ao usufruto desenfreado de bens materiais, acredita encontrar mediante tal comportamento a satisfação dos seus desejos ardentes. Os resultados concretos da disposição consumista sem dúvida alguma movimentam a economia, mas também ocasionam problemas ambientais inescapáveis, pois os resíduos dos produtos descartados não desaparecem simplesmente no espaço, tal como a consciência ingênua pressupõe. Eis o motivo que evidencia a importância da educação para os atos de consumo desde a tenra infância, não para doutrinar os apetites pessoais para a plena adesão aos imperativos do mercado, mas para estimular o senso crítico acerca do modo como nos relacionamos com as coisas destinadas socialmente ao nosso usufruto. Gino Giacomini Filho argumenta que

O consumismo, mais que uma desordem psicossocial, afeta o sistema ambiental na medida em que se apoia na posse e na exploração incontida de espaços e recursos finitos. Se fossem alocados todos os recursos para o atendimento das necessidades humanas, que são infinitas, o colapso ambiental será irreversível (GIACOMINI FILHO, 2008, p. 18).

Não podemos também esquecer que, para satisfazer o imenso apetite consumista dos sujeitos cada vez mais autocentrados, é imprescindível maior exploração dos recursos naturais e dos seres vivos envolvidos nessa cadeia destrutiva, ocasionando assim inevitáveis prejuízos ambientais. E, para tanto, a exploração laboral da massa trabalhadora também é uma condição indispensável, de modo a preencher as demandas mercadológicas da miríade de produtos disponibilizados para o consumo. O bem-estar material do consumidor satisfeito é inversamente proporcional ao desgaste metabólico dos trabalhadores que sofrem nas indústrias em condições laborais absurdamente degradantes, destituídos de verdadeira proteção legal. Também os vendedores devem ser incluídos nessa catalogação sobre a exploração laboral, pois constantemente esses profissionais sofrem pressões dos gerentes para que consigam bater as metas estabelecidas, estimulando os consumidores a comprarem além do que planejaram originalmente. Tais circunstâncias não podem ficar de fora de uma análise crítica sobre os efeitos globais do consumismo em suas interfaces humanas e ambientais.

Mediante os argumentos apresentados anteriormente, é fato que o consumismo pode apresentar efeitos ambientais extremamente prejudiciais, pois o sujeito envolvido nessa dinâmica incessante, desprovido de controle e planejamento na fruição das coisas, perde a consciência do impacto que o seu comportamento irresponsável ocasiona na biosfera. Nessas condições, o consumismo é incompatível com toda prática de cidadania. André Gorz argumenta que

A aceleração da obsolescência, que caminha junto da diminuição da durabilidade dos produtos e da possibilidade de repará-los, torna-se o instrumento decisivo para aumentar o volume das vendas. Ela obriga as firmas a inventar continuamente necessidades e novos desejos, a conferir às mercadorias um valor simbólico, social, erótico; a difundir uma cultura do consumo que enfatiza a individualização, a singularização, a rivalidade, a inveja (GORZ, 2010, p. 22).

O discurso economicista, preocupado apenas com a produção, venda e consumo dos bens materiais, pouca importância concede para o mal-estar global do consumismo para a vida humana em sua interface indissociável com a natureza, pregando que assim a saúde financeira de uma região e da própria nação são alavancadas. Basta lembrar que em todos os momentos de crise generalizada uma das maiores preocupações da *intelligentsia* econômica se pauta em especial no risco de diminuição do índice de consumo. Contra os argumentos dessa perspectiva produtivista, podemos afirmar que os prejuízos ambientais e existenciais do consumismo são muito mais problemáticos do que as pretensas vantagens financeiras advindas da efervescência da produção de bens materiais e sua posterior comercialização. Esse discurso economicista escamoteador das contradições internas do regime do capital deve ser rechaçado, pois o efetivo estado de felicidade do sujeito não reside na sua capacidade de gozar desenfreadamente os produtos adquiridos, mas sim em conseguir desenvolver um modo de vida despojado o mais intensamente possível de adequação aos desejos materiais, potencializados pela ação fetichista da publicidade. Fátima Portilho argumenta que

O sistema econômico, ao atuar em função das necessidades de mercado, produz consequências negativas para a organização da sociedade (na medida em que acaba com a solidariedade, o comunitarismo e o cooperativismo) e para o funcionamento desses sistemas ecológicos (na medida em que submete a natureza ao ritmo da exploração capitalista). Paralelamente, o cidadão é reduzido à esfera do consumo, já que consumir torna-se sinônimo de participante da esfera pública. Em lugar do cidadão forma-se um consumidor, que aceita ser chamado de cliente e usuário e aceita ser cobrado por uma espécie de obrigação moral e cívica de consumir (PORTILHO, 2005, p. 184).

As modernas estratégias de marketing das grandes corporações investem maciçamente em campanhas de conscientização do consumidor, estimulando-o a desenvolver atitudes aditivas mais convenientes com a pauta da dita sustentabilidade ambiental. Todavia, tais práticas somente favorecem aos interesses privados dos próprios investidores dessas empresas, que agregam valor a suas marcas graças ao grande apelo social que existe no conceito-fetiche de responsabilidade social/responsabilidade ambiental e outras táticas similares de sedução das consciências ávidas por preservação da natureza. Esse tipo de consumidor não quer abrir mão de seu modo de vida consumista, circunstância que seria muito mais conveniente para a saúde do meio ambiente do que a adoção de procedimentos que geram a exploração dos recursos naturais de maneira mais racionalizada, técnica que apenas lhe concede a hipócrita boa consciência de pretensamente fazer algo de benéfico para a natureza.

Não existem transformações substanciais na gestão empresarial como as belas imagens publicitárias transmitem midiaticamente em suas campanhas pela conquista da simpatia dos consumidores que adotam as diretrizes da retórica ambientalista sem que ocorra, na verdade, a própria quebra da dinâmica produtiva capitalista, fonte de toda degradação da natureza. O dito capitalismo sustentável, portanto, em vez de proporcionar uma mudança revolucionária na gestão produtiva, apenas se torna mais um mecanismo gerador de lucro para o empresariado e seus comensais. Conforme argumenta Vandana Shiva,

Num mundo de comércio globalizado e desregulamento, no qual tudo é negociável e a força econômica é o único determinante do poder e do controle, os recursos passam dos pobres para os ricos e a poluição, dos ricos para os pobres. O resultado é um apartheid ambiental global (SHIVA, 2004, p. 164).

A exploração reificadora sobre os trabalhadores e seus impactos ambientais sobre a natureza não são resolvidos com imagens encantadas ou procedimentos demagógicos que docilizam a percepção pública das marcas, tornando-as familiares e aprazíveis para o nosso gosto comum para melhor mascarar seus disparates praticados contra seus empregados explorados e contra o meio ambiente. Conforme argumenta Gino Giacomini Filho,

Num plano mais geral, observa-se que a publicidade tem sido associada ao consumismo, o que também poderá torná-la um instrumento sem a vocação para o trabalho ambiental. Em certa medida, o caráter invasivo tem gerado uma demanda negativa para o trabalho publicitário, cuja prova é a diminuição da audiência durante intervalos comerciais na televisão. A própria postura, por vezes autoritária para com o consumidor, suscita questionamentos sobre se a publicidade consegue empatia para com causas e projetos de responsabilidade social (GIACOMINI FILHO, 2004, p. 214).

Todo beneficiamento ecológico realizado por uma empresa caracteristicamente devastadora do ecossistema nunca é compatível com os seus desastres ambientais constantes e, tanto pior, por ser convenientemente aproveitada como jogada de marketing para fortalecer a marca, facilita ainda mais a degradação da natureza, pois desvia o foco da atenção pública das suas irresponsabilidades ambientais. Essa lógica compensatória proposta por empresas que destroem os ecossistemas e que em troca fazem reflorestamento de áreas devastadas, ou investem em economias de populações locais prejudicadas por suas intervenções, ou usam chaminés que filtram maior quantidade de gases poluentes ou que tratam previamente os resíduos que serão despejados na rede de esgoto não resolve de maneira alguma o problema ambiental ocasionado pela rapinagem corporativa. Mesmo empresas que pagam elevadas multas por seus prejuízos ambientais consideram que os lucros advindos da devastação dos ecossistemas afetados são maiores do que os débitos pecuniários sofridos por força da lei, perpetuando-se assim seus irresponsáveis males industriais pela biosfera. De acordo com Plauto Faraco de Azevedo,

Sendo impossível retirar da legislação ambiental a expressão desenvolvimento, deve-se, do ponto de vista da hermenêutica jurídica, entendê-la como utilização sustentável dos recursos ambientais. Na verdade, aquela expressão serve a necessidades ideológicas do capitalismo predatório, servindo-se de uma concepção presunçosa e onipotente da ciência, que julga poder recriar a natureza, sempre que agredida (AZEVEDO, 2008, p. 126).

Uma solução de impacto para resolver esse problema talvez seja a inapelável desapropriação material, econômica e administrativa da empresa poluidora e sua transferência para cooperativas locais comprometidas com o empoderamento da população do entorno. Tal proposta parece certamente radical, mas somente mediante tais medidas poderemos garantir que empresas descompromissadas com a preservação ambiental finalmente encerrem suas práticas destrutivas. A aplicação de tal projeto beneficiaria diretamente não apenas com oportunidades profissionais de emprego ou de prestação de serviços,

mas acima de tudo tornando-se expressão de uma gestão coletiva descentralizada, decidida constantemente pela inteligência coletiva dos sujeitos reunidos em prol da ampliação do seu poder de ação social e proteção do meio ambiente em que vivem. Essa é a dimensão mais genuína da consciência ecológica, que não pode jamais ser dissociada da esfera política comprometida com a afirmação das forças vitais. Conforme aponta Sergio Tavolaro,

O caminhar em direção ao ecocentrismo se completa no momento em que, atribuindo-se voz ativa à natureza, passa-se a pensar o mundo como um grande sistema de relações de seres cuja existência conjunta garante a continuidade das possibilidades de reprodução da totalidade desse sistema (TAVOLARO, 2001, p. 217).



Quando a população local se reconhece como parte indissociável do ecossistema, ela não poupa esforços para lutar contra qualquer tipo de procedimento corporativo prejudicial, indébito, que atenta não apenas contra a dignidade da população do entorno, mas também contra a própria saúde do meio ambiente, pois o futuro da vida de todos se encontra em risco quando não há o usufruto consciente das benesses naturais. Bernard Perret argumenta que

Não haverá consumo realmente cidadão enquanto o sistema econômico como um todo não for ele próprio “cidadão”: a inovação verde em favor de produtos responsáveis só pode provir de uma aliança entre produtores, contratos detalhados e intervenção reguladora por parte do Estado para encorajar os comportamentos virtuosos (PERRET, 2011, p. 38).

Podemos afirmar que a criação artesanal representa um processo de empoderamento laboral, produtivo e econômico dos sujeitos envolvidos nesse tipo de atividade, fortalecendo ainda mais o vínculo para com os consumidores apreciadores desse segmento estilístico, que geralmente lidam nesse tipo de relação com os produtores diretos. O artesanato expressa o trabalho humano em sua condição desvinculada de toda alienação na dimensão de sua expressão produtiva, pois mesmo que o objeto seja vendido para outrem, o fabricante concede ao produto caracteres pessoais genuínos, pois ele participa de forma global das suas etapas produtivas, reconhecendo-se como o criador efetivo do objeto. É imprescindível, todavia, que se destitua da produção artesanal a estereotipagem de exotismo tal como se configura nas relações comerciais metropolitanas, pois esse procedimento favorece o encarecimento do preço de venda do produto, tornando-o um artigo destinado ao consumo de pessoas ou grupos sociais dotados de maior poder aquisitivo e que estão assim capacitados a despender montantes maiores para a compra desses bens.

Constatamos claramente que falta em nossa organização econômica tecnocrática o incentivo doméstico ao labor artesanal, de modo a se substituir o consumo indiscriminado de bens manufaturados que poderiam convenientemente ser produzidos em casa. Pessoas e/ou famílias que substituem grande parte de suas aquisições externas pela produção de bens conforme suas necessidades inclusive manifestam sentimento de maior autorrealização pessoal, pois além de pouparem gastos monetários tecnicamente supérfluos, desenvolvem continuamente suas habilidades empreendedoras pessoais. Em tempos de crise econômica, nada melhor do que o sujeito desenvolver mecanismos de reinvenção dos seus atos aditivos e das suas capacidades criativas, de modo a depender o mínimo possível de aquisições externas que prejudicam o equilíbrio financeiro de seu orçamento pessoal/familiar.

Objeções tecnocráticas certamente surgiriam diante de tais propostas, argumentando que essa gestão frugal do consumo mediante a aplicação de procedimentos artesanais em prol da manutenção da sustentabilidade econômica pessoal ou familiar demanda maior quantidade de tempo livre, artigo raro no capitalismo tardio e seu inerente apelo ao produtivismo inconsequente. Grosso modo, grande parte das famílias urbanas dissipa o precioso tempo livre em atividades desprovidas de valor cultural autêntico, fazendo do ócio uma experiência alienante, irrefletida, mesmo irresponsável. Nessas condições, uma gestão racional da organização econômica familiar comprometida com as práticas artesanais e com o reaproveitamento consciente dos bens possuídos evita não apenas maior endividamento familiar, mas também a contribuição para a ocorrência de maiores impactos ambientais destrutivos.

O discurso economicista poderia ainda criticar esse posicionamento axiológico acerca da produção de mercadorias, incompatível com as demandas destrutivas da industrialização maciça de bens e sua inerente obsolescência programada. Mas poder-se-ia responder a tal objeção da seguinte maneira: a produção industrial constante não garante o beneficiamento da sociedade como um todo na tentativa de satisfazer suas demandas de consumo; antes, pode ser um mecanismo para a sua própria ruína econômica e ecológica. Afinal, por qual motivo devemos nos fiar cegamente na crença de que somente a produção contínua de bens materiais é a garantia para o desenvolvimento econômico de uma região ou de uma nação? O dogma do progresso industrial constante deve ser desmistificado, e em seu lugar cabe que se apliquem os princípios de um efetivo desenvolvimento racional de bens, direcionados para a satisfação das demandas imediatas dos sujeitos, seja em nível local, regional, nacional ou global. Cabe ainda ressaltar que elevação do poder de consumo não significa aumento da qualidade de vida. A frugalidade, prática consciente nos atos de consumo, envolve a percepção racional do sujeito, dando-lhe razoável controle sobre seu apetite e seu usufruto dos bens materiais disponíveis. Pólita Gonçalves argumenta que

A busca de uma vida mais sustentável é a busca de uma vida mais rica de sentido e mais coerente com o fato de que vivemos num planeta finito. A cultura do supérfluo vem nos manipulando e conduzindo a humanidade ao esgotamento dos recursos naturais. Consumimos mais do que o necessário, e sem critérios (GONÇALVES, 2011, p. 66-67).

Talvez o único desenvolvimento sustentável plausível seja o aplicado por cooperativas locais que, por sua própria constituição orgânica, social e econômica, estão intrinsecamente vinculadas ao meio ambiente do entorno, independentemente dos vínculos corporativos que tanto agregam valores intangíveis aos produtos. O selo de responsabilidade ambiental aprego-



ado por diversas empresas dos mais diversos setores não nasce de um procedimento de cautela moralmente desinteressado, mas se torna mais um meio de obtenção de captação de novos lucros, pois a evolução dos costumes de uma parcela dos consumidores caracterizados pela preocupação com as questões ambientais que afetam a biosfera leva esse distinto grupo social a exigir da parte das empresas a aplicação de rigorosos procedimentos ecológicos para que se atenuem os malefícios sobre a natureza. A responsabilidade ambiental se torna um grande fetiche para os consumidores conscientes, pois, para que as empresas apliquem métodos produtivos imputados como sustentáveis, necessariamente maiores investimentos são exigidos em todas as etapas produtivas, encarecendo o preço final da mercadoria, pois a conta pela aplicação de pretensos atos compatíveis com a sustentabilidade ecológica recai sobre o bolso do consumidor. Mesmo que porventura uma empresa aplique procedimentos compatíveis com as demandas ecológicas mais urgentes, de que adianta preservar o meio ambiente e explorar a força vital dos seus trabalhadores, como se esses fossem máquinas desprovidas de pensamento, de vontade, de autonomia existencial, como se fossem meras coisas descartáveis?

Na reflexão acerca da tentativa de se conciliar o gerenciamento da escassez de recursos naturais e o incentivo às práticas de consumo, não podemos deixar de abordar a pertinência da reciclagem nas acepções econômicas e ecológicas. No imaginário consumista permanece a pecha de que produtos reciclados são de qualidade inferior, circunstância que nos remete ao problema da mitificação da originalidade. Se levarmos em consideração o processo metabólico de assimilação constante da natureza que reaproveita a matéria morta e a transforma em nutriente para novas expressões vitais, nada é efetivamente original na biosfera. Os substratos químicos dos alimentos ingeridos já foram assimilados no passado por outros seres vivos, e esse ciclo nunca se encerrará. Por conseguinte, é a falta de compreensão da própria essência transformadora da natureza que motiva a tacanha aversão pessoal ao produto reciclado, em nome de um pretenso purismo que não corresponde de modo algum ao âmbito real. Desmond Morris afirma que

Além dos danos provocados ao meio ambiente físico, nossa corrida impetuosa pelo domínio do mundo isolou nossa espécie da importante verdade básica de que somos animais e parte de uma biosfera interativa (MORRIS, 1990, p. 14).

A reciclagem, tanto na economia doméstica como na economia social, evita o dispêndio desnecessário de divisas que podem assim ser aplicadas em outros setores, além de despertar nas pessoas a conscientização sobre a importância de se reaproveitar racionalmente os objetos que ainda apresentam funcionalidade em outras configurações materiais. Um dos problemas mais degradantes oriundos do comportamento da pessoa consumista é o desperdício, pois sua relação para com os objetos é irresponsável, regida pela lógica do descarte imediato desprovido de qualquer senso de causalidade para com os efeitos deletérios que os resíduos motivam em seu contato com a natureza. A pessoa consumista desconhece toda a rede relacional envolvida no processo de produção da coisa consumida. Se houvesse menos desperdício de alimentos e de outros produtos básicos essenciais para a promoção da qualidade de vida dos sujeitos, certamente a miserabilidade do mundo diminuiria consideravelmente, pois em verdade não falta produção de bens úteis pelo globo, mas sim a distribuição e o uso racional destes para toda a humanidade desassistida. Eis a importância de uma educação ecológica permanente que favoreça a modificação da maneira como o ser humano da civilização tecnocrática lida com a natureza.

A reciclagem atenua os males do desperdício e estimula a capacidade empreendedora dos sujeitos que aplicam seus princípios funcionais. Mesmo nas estéticas que aproveitam tecidos usados em novas roupagens, procedimento que aplica a máxima “o lixo é um luxo”. Afinal, na natureza nada se perde, pois tudo se recria. Em tempos de escassez de recursos naturais e dos impactos ambientais ocasionados pelo produtivismo desenfreado, as práticas de reciclagem ajudam a manter hábitos de consumo mais sustentáveis por promover nos seus usuários um modelo de gestão dos bens mais racionalizado, de grande importância para controlar a sanha consumista que afeta tantas pessoas axiologicamente desorientadas na efervescência produtiva do capitalismo tardio.

Considerações finais

Mediante as colocações precedentes, podemos considerar que as medidas convenientes para conciliarmos o grande problema da escassez dos recursos naturais e as práticas de consumo residem no incentivo às práticas artesanais e ao processo de reciclagem dos objetos descartados, procedimentos que racionalizam convenientemente a produção conforme a demanda de consumo e que evitam o dispêndio exagerado de matéria-prima. Conforme destacado no decorrer do artigo, é impossível existir qualquer tipo de forma de vida em plena harmonia com a natureza, pois o próprio fato de viver já implica intervenção no meio ambiente. Contudo, é plenamente possível que se estabeleça uma gestão existencial pautada pela racionalidade ecológica, de modo a se equilibrar não apenas a ação do homem sobre a biosfera, mas acima de tudo em se estabelecer uma maneira de viver mais despojada em relação aos bens materiais, menos dependente das aquisições materiais para que se venha a obter a satisfação existencial tão ansiada. Para tanto, urge a mudança da maneira de pensar do homem tecnocrático, orientado a acreditar que o sucesso da vida decorre da sua participação contínua como consumidor pleno de direito de gozar os prazeres materiais de maneira incólume, sem qualquer prestação de contas por seus atos narcísicos.

Referências bibliográficas

AZEVEDO, Plauto Faraco de. *Ecocivilização: ambiente e direito no limiar da vida*. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *44 cartas do mundo líquido-moderno*. Tradução Vera Ferreira. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2011.

GIACOMINI FILHO, Gino. *Ecopropaganda*. São Paulo: Ed. Senac-São Paulo, 2004.

_____. *Meio ambiente e consumismo*. São Paulo: Ed. Senac-São Paulo, 2008.

GONÇALVES, Pólita. *A cultura do supérfluo: lixo e desperdício na sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

GORZ, André. *Ecológica*. Tradução Celso Azzan Jr. São Paulo: Annablume, 2010.

MORRIS, Desmond. *O contrato animal*. Tradução Lucia Simonini. Rio de Janeiro: Record, 1990.

PERRET, Bernard. *O capitalismo é sustentável?* Tradução Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2011.

PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo: Cortez, 2005.

SHIVA, Vandana. O mundo no limite. In: GIDDENS, Anthony; HUTTON, Will (Org.). *No limite da racionalidade: convivendo com o capitalismo global*. Tradução Maria Beatriz de Medina. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 163-186.

TAVOLARO, Sergio Barreira de Faria. *Movimento ambientalista e modernidade: sociabilidade, risco e moral*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2001.