

Conheça histórias de pessoas que reduziram o consumo para viver melhor

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

Tudo o que você precisa é menos: conheça a história de pessoas que entraram na onda do desapego e veja como você pode começar a mudar hoje mesmo seu estilo de vida. Isabel Alves saía sempre exausta do trabalho em um escritório de moda em São Paulo. Para piorar, o trânsito infernal da capital paulista deixava a volta para casa ainda mais desgastante. Mas ela tinha uma solução para compensar todo aquele estresse: sempre comprava um presente para si própria. “A gente trabalha tanto, enfrenta congestionamento. Sentia a necessidade de mostrar para mim que aquilo tudo estava valendo a pena”, recorda. Comprava roupas, maquiagem, sapatos ou qualquer comida muito gostosa. Mas esse tempo ficou para trás. Não que tenha sido fácil. Desde a adolescência, Alves nunca havia pensado em frear seus gastos: os pais haviam passado por uma crise durante sua infância e, quando o dinheiro deixou de ser problema, eles compensaram aqueles dias difíceis com muitos mimos. Torrar dinheiro, afinal de contas, é uma delícia: libera uma boa dose de dopamina, a famosa substância química de prazer e bem-estar. Pesquisadores britânicos da Neuroco, uma empresa de neuromarketing, monitoraram os impulsos nervosos de voluntários durante um passeio no shopping. E, sem surpresas, quando essas pessoas compravam algo, o sistema dopaminérgico brilhava muito mais. A hipótese dos cientistas é que nosso organismo guarda resquícios da memória de uma época de vacas magras, quando o ser humano dependia da caça e da coleta. Sem um supermercado repleto de produtos nas prateleiras, aqueles tempos ensinaram ao nosso corpo que o melhor a fazer é consumir e acumular uma reserva de gordura para os dias difíceis — nunca se sabia quando aqueles recursos estariam à disposição novamente. E essa regra influencia nosso comportamento até hoje. Só que o tempo de escassez acabou. Ou melhor, acabou para alguns: os 795 milhões de pessoas no planeta que ainda passam fome não sabem o que é viver com abundância de recursos e, claro, não têm a menor chance de acumular nada, nem comida. Enquanto isso, a parcela endinheirada da população continua a reproduzir nosso instinto primitivo e consome quase todas as coisas produzidas no mundo. De acordo com o Banco Mundial, os mais ricos, 20% da população global, abocanham 76,6% dos produtos. Já a classe média, 60%, consome 20% de tudo o que é produzido. O resto fica na (infima) conta dos mais pobres. Nesse ritmo de acumulação e consumo, caminhamos para um desastre. A cada ano, a humanidade precisa de 1,7 planeta para se recuperar do uso excessivo de seus recursos naturais e da poluição causada por ela mesma, como revelam os cálculos da Global Footprint Network, responsável por avaliar os impactos ambientais gerados por alguns países. Uma conta que, definitivamente, não fecha. Para Isabel Alves, a percepção desse problema ficou clara em 2015, quando viajou para Hamburgo, na Alemanha, e assistiu a uma palestra sobre moda sustentável. Depois do evento, a jovem decidiu mudar seus hábitos de compra. “Mostraram um vídeo com a quantidade de roupa descartada por ano, com a exploração das pessoas nessa cadeia de produção — quanto recebem por cada peça, quanto tempo trabalham”, lembra. Ela ficou tão chocada com aquela realidade que colocou uma ideia na cabeça: passar um ano inteiro sem comprar coisas novas. Redescobriu peças pouco ou nunca utilizadas no guarda-roupa, acessórios e itens de maquiagem intocados. E encontrou, enfim, seu próprio estilo. A designer de moda cortou também o consumo de carne, abriu um brechó virtual, trocou produtos de limpeza por opções naturais e passou a se preocupar mais com o lixo produzido. Foi uma revolução. E, um ano depois, a mudança em sua vida era irreversível. Alves faz parte de um grupo de pessoas que cortou os excessos. É o que chamam de minimalismo ou simplicidade voluntária. Não se trata apenas de viver em uma casa pequena, com poucos móveis. O que interessa é a mudanças de valores — o desapego às coisas materiais — no ritmo que cabe a cada um. “Alguns se importam com o meio ambiente, outros com o estresse causado por seus empregos. Outros buscam uma vida mais espiritualizada ou querem mais tempo com a família. Não existe uma motivação padrão”, afirma o psicólogo Tim Kasser, do Knox College, nos Estados Unidos, e autor do livro *The High Price of Materialism* (em tradução livre, *O Alto Preço do Materialismo* — editora Bradford Book, 195 páginas, R\$ 80, sem edição no Brasil). **PRODUÇÃO SEM LIMITES?** Não que viver com menos seja lá uma novidade exclusiva do século 21. De acordo com Tim Kasser, esses movimentos sempre estiveram presentes ao longo da história da humanidade — ou Jesus Cristo não se propôs a compartilhar o pouco que tinha e levar uma vida mais simples? A diferença é que a publicidade transformou o consumismo em padrão e enraizou uma ideia básica: você é o que consome. Cada objeto, seja uma roupa, seja um carro, carrega um símbolo de status. “O papel do SUV no Brasil, junto com a varanda gourmet, ainda significa que a pessoa chegou lá”, afirmou Maria Lucia Antônio, gerente de marketing da Fiat no Brasil, ao jornal *Folha de S.Paulo*, em abril de 2015. Ela tem razão: a maioria dos indivíduos acredita que ter coisas é o que faz de cada um uma pessoa de sucesso. Se você não tem, só pode ser um perdedor. Para entender a raiz da lógica do consumo, precisamos voltar ao século 19, quando as máquinas trabalhavam a todo vapor durante a Revolução Industrial (leia as reflexões do filósofo Noam Chomsky sobre consumismo na página 60). Antes das descobertas científicas que desenvolveram as tecnologias capazes de expandir a industrialização, demorava-se muito tempo para produzir qualquer coisa. Com o avanço das técnicas, a reprodução de mercadorias cresceu em velocidade exponencial. “Em 1913, um trabalhador levava 12,5 horas para fazer um chassi de automóvel; já em 1914, gastava apenas 1,5 hora”, escreve Annie Leonard, diretora-executiva do Greenpeace, no livro *A História das Coisas* (Editora Zahar, 304 páginas, R\$ 42,90). Era um processo tão eficiente que a produção começou a crescer bem mais do que a demanda. Henry Ford, o gênio fundador da Ford, decidiu dobrar o salário de seus funcionários: assim, eles poderiam comprar seus carros, o que possibilitaria a fabricação de mais automóveis. Dai vieram as guerras e as indústrias tiveram a oportunidade de despachar seus produtos para um mercado que precisava desesperadamente de bens, no front de batalha e nas cidades destruídas pelos conflitos. Ao final da Segunda Guerra Mundial, no entanto, com a Europa em frangalhos e os Estados Unidos cada vez mais fortes e ricos, a produção começou a se acumular nas prateleiras. Havia duas saídas: ou os norte-americanos reduziam a jornada de trabalho e produziam menos coisas ou mantinham a produção a todo vapor. Como sabemos, eles optaram pela segunda alternativa, enquanto os europeus reestruturavam seus países e melhoravam o bem-estar de seus cidadãos. Surgiu, então, nos Estados Unidos, o *american way of life*. “Era preciso escoar o excesso da Segunda Revolução Industrial e, para isso, foi preciso criar um consumidor de massa”, explica Isleide Fontenelle, professora de cultura do consumo da Fundação Getúlio Vargas e autora do livro *O Nome da Marca: McDonald’s, Fetichismo e Cultura Descartável* (Boitempo Editorial, 364 páginas, R\$ 62). “Até então, consumo era ligado a algo muito ruim, como a tuberculose, algo que te consome, te desgasta. A partir daquele momento, consumir passou a ser um estilo de vida, construído pela publicidade”, diz Fontenelle. O Brasil não ficou de fora dessa onda. E seguiu à risca a receita da indústria norte-americana. O modelo econômico deu tão certo que o sistema capitalista chegou à sua glória. A receita produção + consumo incessante faz a roda da economia girar. Tanto que, ao primeiro sinal de crise, os governos recorrem à nação com um pedido: comprem. O ex-presidente Lula convocou a população para ir às compras quando a crise americana ameaçava desembarcar no Brasil, em 2008. Após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, George W. Bush fez o mesmo pedido aos cidadãos norte-americanos. Mas há um problema nessa fórmula aparentemente infalível: a Terra não dá conta de tanta exploração. É difícil imaginar a quantidade de recursos que são utilizados quando você compra um produto qualquer. Ainda mais quando é algo básico, como uma camiseta de algodão. Acontece que, para produzir essas peças, o fabricante precisa de um monte de algodão — a produção global de 25 milhões de toneladas é suficiente para fazer 15 camisetas para cada pessoa do planeta. E como bebem água! Ao longo da vida, desde o plantio até a colheita, as plantas que servem de matéria-prima para produzir uma única camiseta consomem cerca de 2,7 mil litros de água. Sem contar que o uso de fertilizantes e pesticidas na plantação, além de outros produtos tóxicos utilizados na confecção da camiseta, prejudicam o equilíbrio ambiental. “É gerado um quilo de dióxido de carbono decorrente da produção de fertilizantes e pesticidas baseados em petroquímicos e do uso de eletricidade na irrigação”, calcula Annie Leonard, do Greenpeace. “Os processos de lavagem, fiação, costura e acabamento demandam mais um quilo e meio. Assim, a camiseta gera cerca de dois quilos e meio de CO₂”. Pode-se adicionar também o gás carbônico emitido durante o transporte dos insumos para fabricar o produto — da plantação para a fábrica, da fábrica para a loja, da loja para a sua casa. É uma bela contribuição para o aquecimento global. De olho nisso, algumas empresas inventam formas de reduzir seus danos, com a utilização de materiais reciclados ou com a reforma de peças. Um dos exemplos é a marca Patagonia, fabricante de roupas esportivas, que caiu nas graças dos consumidores ao oferecer serviço gratuito de conserto de roupas. Casos como esse ainda são exceção, no entanto. A regra

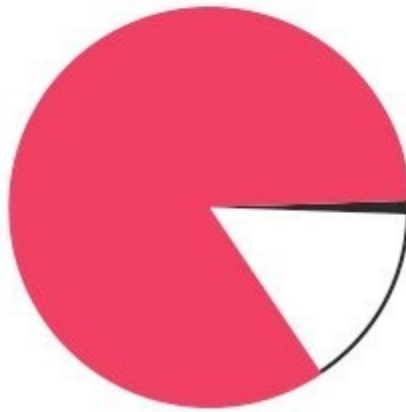
mesmo é que, no fim de sua vida útil, a maior parte dos produtos acaba no lixo, sem nenhum reaproveitamento. Anualmente, 1,3 bilhão de toneladas de resíduos são descartadas no planeta, de acordo com dados da Organização das Nações Unidas. Por dia, são 3,5 milhões de toneladas de lixo. O Brasil, sozinho, gera cerca de 64 milhões de toneladas, ou 383 quilos de lixo ao ano por habitante. E quase nada desse volume é destinado à reciclagem. **SOMENTE O NECESSÁRIO** Em Florianópolis, a designer Cristal Muniz começou a se dar conta da montanha de lixo que ela mesma ajudava a gerar. “Eu tinha muitas sacolas plásticas. Percebi quando fui morar sozinha. E comecei a me incomodar com meu próprio lixo”, conta. Ela só não sabia ao certo como dar um fim melhor àquele entulho. Até que conheceu o trabalho da ativista e empreendedora norte-americana Lauren Singer, autora do blog *Trash Is for Tossers* (algo como *Lixo É para os Fracos*), de Nova York, que não gera resíduos há três anos. Como? Singer leva seus potes para comprar alimentos a granel, utiliza cosméticos naturais produzidos por ela mesma e só adquire roupas de segunda mão. “Fiquei com vontade de ser a Lauren, e se assumisse um compromisso público, com um blog, precisaria manter postagens. Teria responsabilidade”, afirma Muniz. E foi o que fez. Em 2015, colocou no ar o blog *Um Ano sem Lixo*. A primeira medida foi ter uma composteira em casa. Parece pouco, mas cuidar do próprio lixo orgânico dá uma boa contribuição à saúde do meio ambiente. “Se conservássemos todos os materiais orgânicos fora dos aterros sanitários, poderíamos praticamente eliminar o metano liberado por eles, o que reduziria o chorume e manteria o clima mais fresco”, diz a ativista Annie Leonard. Metano é um dos principais gases do efeito estufa — e, apesar de ter prazo de validade na atmosfera (algo que o CO₂ não tem), uma molécula do gás equivale a 50 moléculas de CO₂.] É por causa do metano, aliás, que muitos minimalistas cortam o consumo de carne — o gado produz metano ao arrotar e ao soltar pum. Muniz também passou a jogar os dejetos dos seus animais de estimação direto na privada, em vez de gastar inúmeras sacolas. Em relação à alimentação, a designer fez exatamente como a norte-americana: passou a comprar só a granel e a levar seus apetrechos aonde vai. Quando come fora de casa, usa os próprios guardanapos de pano, copos, talheres e pratos não descartáveis. Ela também deixou de comprar cosméticos e fabrica ela mesma os seus produtos naturais. Só foi difícil adequar o novo estilo de vida às escolhas de roupas. “As marcas pequenas são mais caras, o que torna a compra inviável. Compro peças de segunda mão e nunca de marcas de fast fashion”, destaca. Um ano depois de começar o projeto, Muniz conseguiu reduzir em 75% o lixo que produzia. E não parou mais: seguiu com o estilo de vida mesmo após o término do desafio de um ano proposto por ela. “Não é algo elitista. Algumas coisas são mais caras, mas, a longo prazo, custam menos. Um coletor menstrual, por exemplo, dura mais de um ano e custa R\$ 80”, explica. “A composteira comprada é cara mesmo [de R\$ 100 a R\$ 350]. Mas você pode fazer uma com baldes de margarina que sobram nos restaurantes. São coisas mais caras, mas ao longo do tempo compensam o custo inicial.” É uma mudança possível. Mas não é fácil propor esse modelo para um recém-chegado a essa sociedade de consumo. Afinal, ninguém freia os desejos de compra quando nunca teve nada e, de repente, ganha uma bolada. “Só quem já consumiu muito começa, de fato, a questionar suas escolhas, buscar um consumo consciente”, diz a professora Isleide Fontenelle, da FGV. No interior de São Paulo, Glauci Montemor, de 29 anos, conhece bem essa história. Teve uma infância simples e, ao ganhar o primeiro salário, aos 18 anos, correu às compras. “Eu era motivo de piada. Quando ganhei dinheiro, virei consumista”, conta. Em poucos meses, sujou o nome. Depois de apanhar do consumismo por dez anos e sofrer com o agravamento da crise no Brasil, adotou um estilo de vida minimalista. Há poucos meses, ela cortou os gastos com cosméticos e roupas, tornou-se vegetariana, só compra produtos locais e cuida do próprio lixo. “As pessoas acham que virei hippie”, brinca. “Mas aquela vida não me cabe mais. Sou mais feliz que nunca.” A engenheira Heloisa Trender também entrou na onda de reduzir há pouco tempo. E sentiu na pele o mesmo drama de Montemor. “Minha infância foi difícil. Quando entrei no mercado de trabalho, pensava que agora era alguém que poderia consumir”, afirma. Trender perdeu o emprego, cortou gastos e se encontrou no minimalismo. “Doei livros e roupas. Parei de comprar maquiagens e roupas, que eram só parte de um personagem. Hoje sou eu mesma”, ressalta. A essa onda de minimalismo Fontenelle dá o nome de “consumo de experiência”, uma ideia que surgiu há menos de 30 anos, enquanto a geração millennial (quem nasceu no fim dos anos 1980) mal engatinhava. “Na década de 1990 [com as notícias sobre o buraco na camada de ozônio e o aquecimento global], os movimentos ambientalistas ganharam visibilidade”, relata a professora. “E houve uma pressão do mercado para mudar a forma de consumo. Foi quando os consumidores passaram a preferir viver experiências, e não apenas comprar e ter.” Não à toa, um estudo do Goldman Sachs, banco e gestor global de investimentos e valores imobiliários, apontou que só 15% dos millennials acham extremamente importante comprar uma TV ou um carro e que 30% nem cogitam comprar um automóvel nos próximos anos. Para que pagar IPVA, combustível, seguro e manutenção se existem tantas opções de serviços como Uber, Cabify ou táxi? Ou por que não usar uma bike compartilhada? “Essa é a possibilidade do mundo pós-mercado: uma sociedade guiada pela lógica da economia colaborativa”, analisa Isleide Fontenelle. **VAI E VOLTA** A redução do consumo já é capaz de promover mudanças significativas, mas que tal fazer ainda mais e transformar todo o lixo em nutriente, inspirando-se nos ciclos da natureza? “Não dá para pensar apenas em sustentabilidade. Sustentar é o mínimo. Tudo na natureza vira nutriente, tem propósito. Precisamos fazer o mesmo”, afirma Alexandre Gobbo, arquiteto e fundador do Epea no Brasil, uma organização global criada pelo químico Michael Braungart e pelo arquiteto William McDonough. Nos anos 1980, a dupla lançou as bases da economia circular, que propõe transformar os resíduos da indústria em matéria-prima para a fabricação de outros produtos. Pense no seu computador ou smartphone. Dentro deles existe um monte de metais pesados e preciosos, como ouro e cobre. Quando os equipamentos pifam ou são substituídos por novos, todos aqueles metais, que custaram um prejuízo enorme à natureza, vão para o lixo e causam danos quando jogados em lixões e aterros sanitários. A previsão do Programa para o Meio Ambiente da ONU (Pnuma) é que o mundo produzirá cerca de 50 milhões de toneladas de lixo eletrônico neste ano — só o Brasil é responsável por cerca de 1,4 milhão. “Existem apenas três fábricas no mundo que conseguem extrair ouro dos eletrônicos. Por quê? Por que o design do produto não é feito para isso”, conta Gobbo. A ideia, então, é repensar o formato de cada produto que temos em casa. Tudo deveria ser facilmente desmontável. Assim, cada pedacinho do seu computador velho poderia voltar para a fábrica e ser utilizado em um produto novo, sem prejudicar a qualidade. “A ideia é que as empresas vendam um serviço, não só o produto. Você ‘compra’ uma geladeira por dez anos. Depois disso, a empresa recolhe e vende outra. E ela consegue reaproveitar tudo o que tem lá”, explica Gobbo. Mas não basta apenas ser desmontável. É preciso repensar a escolha dos produtos químicos para que, caso sejam descartados, sirvam de alimento ao solo. “Uma camiseta de garrafa PET reciclada, por exemplo, quando vai para o lixo, não vira nutriente, mas resíduo”, diz o arquiteto. Mais do que reutilizar produtos, a ideia da economia circular é que nossos produtos contribuam para o ecossistema. A marca europeia Desso, por exemplo, vende carpetes sem nenhum componente tóxico. E com um bônus: eles absorvem toxinas e a poeira do ambiente. A mesma lógica funciona para construção de prédios. Em Michigan, nos Estados Unidos, uma das fábricas da Ford tem todo o seu telhado coberto de plantas. “Isso supriu todo o sistema de drenagem da água da chuva. Não precisaram fazer um sistema de drenagem subterrâneo, o que rendeu uma economia de R\$ 35 milhões”, diz Gobbo. Toda essa água pode ser reutilizada no interior do prédio, em banheiros ou para a limpeza da fábrica. Além disso, a Ford passou a economizar 30% de energia com refrigeração, já que, em locais quentes, os telhados ecológicos resfriam o ambiente — em lugares frios, ajudam a reter o calor. Nada disso é novidade para o engenheiro civil Guilherme Castagna. Criado no tumulto da capital paulista, ele mudou de vida depois de uma viagem à Índia. “Quando fui para lá e vi uma senhora construindo uma casa com terra e esterco, pensei: ‘Que país pobre, precisa construir com merda’”, diz. “Só que a ficha caiu. Eu fui medíocre no meu julgamento. Para que gastar com tijolo, concreto e ferro se existem outros materiais disponíveis?” Voltou para o Brasil e, há alguns anos, se mandou para Pedra Bela, no interior de São Paulo. Lá, levantou uma casa à base de barro, palha e esterco. Com um sistema de captação, reaproveita toda a água de chuva. Até os dejetos da família têm uma função: com um biodigestor, o metano deles é canalizado para o fogão. O engenheiro aprendeu a construir e conviver em harmonia com a natureza e repassa seu conhecimento em palestras e cursos. Vive apenas com o necessário. Claro que nem todo mundo consegue abandonar a vida da cidade — nem é preciso tanto. “Faça o que está ao seu alcance, como compostagem do lixo. Leve o debate de captação de água de chuva para seu prédio”, diz Castagna. Não é uma apologia à pobreza, mas sim à sobriedade, como disse o ex-presidente do Uruguai Pepe Mujica no documentário *Humano*. Nas palavras dele: “Quando eu compro algo, ou você, não se paga com dinheiro. Pagamos com o tempo de vida que tivemos de gastar para ter aquele dinheiro. Mas tem um detalhe: a única coisa que não se compra é a vida. A vida se gasta. E é lamentável desperdiçar a vida para perder a liberdade”. Curte o conteúdo da GALILEU? Tem mais de onde ele veio: baixe o app da Globo Mais para ver reportagens exclusivas e ficar por dentro de todas as publicações da Editora Globo. Você também pode assinar a revista, por R\$ 4,90 e baixar o app da GALILEU



Os 20% mais ricos da população consomem

84%
da produção de papel no mundo...

... e os 20% mais pobres consomem apenas **1,1%**





ISSO EQUIVALE A:

334 KG

Quantidade liberada de CO₂

246 HORAS

Vendo filmes em um telão de plasma

3.781 LITROS

Consumo de água

23 DIAS

De uso de água de um brasileiro

12 M²/ANO

Ocupação de terra

24 PESSOAS

Com braços abertos, formando um quadrado



