

O Consumo Sustentável e a Inovação Sustentável



Claudinei de Almeida

Doutorando pela Universidade Positivo, professor na INESUL e tutor na UNIFACEAR

RESUMO

Esse estudo tem a intenção de refletir sobre o consumo sustentável e como ele é refletido pela inovação sustentável. Dessa forma, aborda os conceitos de inovação sustentável, teoria do consumo e consumo sustentável e a relação entre inovação sustentável e consumo sustentável. A pesquisa se encaminha de natureza básica, abordagem qualitativa, de cunho exploratório e tem caráter teórico bibliográfico. A epistemologia que o melhor explica é a interacionista e construtivista, instrumentalizada pelas teorias da prática. A exploração do tema revelou ser um assunto que carece de discussão e que leva a reflexão do comportamento de cada agente na dinâmica de consumo (consumidor, produtor, sociedade, governo).

Palavras chave: Inovação sustentável. Teoria Cultura do Consumo. Consumo consciente.

ABSTRACT

This study intends to reflect on sustainable consumption and how it is reflected by sustainable innovation. Thus, it addresses the concepts of sustainable innovation, theory of consumption and sustainable consumption and the relationship between sustainable innovation and sustainable consumption. The research is of a basic nature, qualitative approach, exploratory and has a theoretical bibliographic character. The epistemology that best explains it is interactionist and constructivist, instrumentalized by theories of practice. The exploration of the theme revealed to be a subject that lacks discussion and that leads to the reflection of the behavior of each agent in the dynamics of consumption (consumer, producer, society, government).

Key Words: Sustainable innovation. Theory of Consumer Culture. Conscious consumption.

1. INTRODUÇÃO

A inovação e o consumo sustentável têm sido temas presentes nas suas áreas (transição para a inovação e cultura do consumo), sendo que ainda podem ser mais difundidos e discutidos. Tem-se algumas publicações recentes e que se mostram instigadores, na inovação para sustentabilidade com o estado da arte de Köhler et al. (2019) e no consumo sustentável, e nele o consumo consciente, sendo sugerida a ampliação da discussão por Arnould e Thompson (2005).

Dessa forma, delimitam-se os temas no seu reflexo à sustentabilidade e se explora uma discussão maior, norteados pela questão: como se comportam as práticas da inovação sustentável na influência da cultura do consumo?

E assim compreender melhor a transição da inovação descrevendo práticas de inovação sustentável, compreendendo o reflexo da sustentabilidade na cultura do consumo por meio da compreensão do consumo sustentável ou do consumo consciente, enfim, relacionando-se então a inovação sustentável com o consumo sustentável. Diante de um crescimento acelerado e do debate da sustentabilidade em voga, busca-se contribuir para a reflexão além de se contribuir para a publicação na temática.

Assim, busca-se realizar um estudo bibliográfico nos temas de forma a se compreender os estudos recentes, relacionar as temáticas e se contribuir ao menos nos questionamentos sobre esses assuntos. Além desta introdução, no segundo tópico será conceituada a inovação e no seguinte a inovação sustentável e suas práticas. No quarto ponto, será apresentado o conceito de teoria da cultura do consumo e como ela pode se desdobrar no consumo sustentável ou consumo consciente. No quinto tópico se busca relacionar a inovação sustentável com o consumo sustentável. Em seguida se descrevem os procedimentos de pesquisa, depois as discussões dos temas e, por fim as considerações finais com as referências.

2. VISÃO SOBRE A INOVAÇÃO

Inovação é um termo abrangente, e é interessante conceituá-lo antes de abordar o tema central deste trabalho, a inovação sustentável. A palavra inovação nos dicionários tem definição de ação ou resultado em se gerar algo novo (Michaellis, 2020), o que Jugend e Silva (2013) descrevem como trazer novidades e Tigre (2019) confirma, especificando como algo idealizado, praticado ou percebido. Sendo ainda, de forma mais concreta e comumente conhecida, conforme Figueiredo (2015) descreve como realizar produto, serviço, processo ou organização de modo novo. Embora essa última definição seja materialística e mais usual, a visão de Tigre (2019) se mostra mais adequada ao que se propõe se encaminhar esse estudo.

Com base ainda na afirmação de Tigre (2019), o entendimento desse autor sobre a definição de inovação, que remete à renovação de produto, processo e organização se mostra vasto. Dessa forma, ao significá-lo como adoção de uma

atitude, cabe destaque ao que o autor complementa, afirmando que a inovação se refere às experiências práticas e a exploração.

Diante das duas formas de se apresentar não convém dizer qual é a certa ou errada, apenas meios para se atender uma abordagem, uma linha de pensamento não prescritiva, e, condizer o explicado acima com uma postura relativa à teoria das práticas e com as relações interacionistas, socioculturais e ligadas ao contexto social, conforme Carvalho, Cunha, Lima, e Carsten (2017).

Cabe mencionar que diversas práticas de gestores envolvidos na inovação podem ser consideradas, conforme analisam Jugend e Silva (2013). Em linha com Tigre (2019), os autores se referem à inovação como uma maneira de se explorar com sucesso uma ideia ou outras mais, a busca por mudança também atribuída a Drucker (2005), se bem que esse autor direciona o tema para uma visão empreendedora.

3. CONHECENDO A TRANSIÇÃO PARA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL E ENTENDENDO A SUA IMPORTÂNCIA

Dada a importância da inovação para a humanidade no período moderno e entre todas as revoluções industriais, essa caminhada fez com que nas últimas décadas a sociedade refletisse sobre a evolução, crescimento e a inovação desenfreada. Diante disso, desde os anos 2000 se intensificaram os debates e as publicações no sentido de se estudar a inovação sustentável.

É interessante refletir antes, sobre como a literatura se ampara, e segundo Geels (2010), apresentam-se abordagens epistemológicas relativas às transições para a sustentabilidade, e descreve quatro posicionamentos: a integração entre teorias, a incomensurabilidade (que trata da distinção, a característica não comparável na essência entre as teorias), a combinação entre elas em um ecletismo e os cruzamentos interontológicos (como sendo alguma interação entre teorias, de modo não generalizado). O autor refuta a não interação entre as teorias e defende a posição interontológica, uma vez que as transições sociotécnicas têm origem na diversidade de aspectos e em várias dimensões

(estrutura, mudanças, estabilidade, interesses, significados, etc.), segundo o referido autor.

Dessa forma, assumindo o posicionamento de Geels (2010), com relação ao interologismo, o conceito de transição para a sustentabilidade em uma abordagem epistemológica do interacionismo, e mais exatamente nas teorias das práticas, faz menção a autores, principalmente a Elizabeth Shove, que em uma linguagem moderna e mais discutida do que analítica, e também, de modo alinhado às práticas, reflete em suas várias publicações sobre os aspectos do cotidiano, sobre as rotinas do consumo, desde a alimentação, higiene, limpeza, energia e o uso da água (Shove, 2003).

3.1. PRÁTICAS DE INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL

Importante ressaltar, um passo antes de abordar um pouco mais sobre a inovação sustentável, sobre o novo Objetivo de Desenvolvimento Sustentável da cúpula das maiores nações do planeta. Como já contextualizado no momento em que se conceituou o tema neste capítulo, verificamos que o assunto vem sendo debatido nos anos 2000 e 2010. E se soma a isso, o fomento da discussão promovido pela Organização das Nações Unidas (Organização das Nações Unidas, 2020), que declara neste tema ser necessária a construção de infraestrutura e a promoção da industrialização sustentável atrelada à inovação.

Nesse sentido, as práticas de inovação sustentável podem variar bastante entre cada organização. Kneipp, Gomes, Jardón, e Frizzo (2019) resumem bem algumas práticas em indústrias de uma região hispânica, entre elas: integrar com seus diferentes públicos (*stakeholders*), solucionar o produto e processo sustentavelmente, melhorar a eficiência energética e de recursos produtivos, criar valor a partir da redução de desperdício, entrega de funcionalidades e a adoção de papel de liderança (Kneipp et al., 2019).

4. TEORIA DA CULTURA DO CONSUMO

Tendo estudado ao longo de vinte anos sobre o consumo, atrelados a aspectos socioculturais, experiências, aspectos simbólicos e ideológicos, Arnould e Thompson (2005) fundaram a TCC (Teoria da Cultura do Consumo). E essa abordagem se apresenta então como forma de se destacar dos demais estudos comuns sobre o comportamento do consumo (Arnould & Thompson, 2005).

Em sua publicação que marca vinte anos de estudos na TCC, Arnould e Thompson (2005) descrevem "o que não é teoria da cultura do consumo", e como primeiro mito descrevem que, nas demais teorias do consumo os pesquisadores se valem de formular algo novo ou estender o que já está escrito, enquanto que a TCC busca estudar o contexto, e ainda, amplia o foco ao estudar dimensões experimentais, sociais e culturais. Como segundo mito, os autores descrevem que os estudos da TCC são geralmente qualitativos, pois buscam compreender o que não é acessível em banco de dados, com base nos aspectos dessa teoria (simbolismo, práticas rituais, histórias, significados, etc.).

Os autores enfatizam que, pelas características, os métodos empregados nos estudos da TCC são etnográficos, participantes e de observação mais ativa do pesquisador e retomam a propriedade da abordagem que se refere aos aspectos da identidade e da cultura dos consumidores.

4.1. CONSUMO SUSTENTÁVEL (OU CONSUMO CONSCIENTE?)

Um passo antes de abordar propriamente sobre, o Consumo Sustentável, é importante ressaltar, uma vez que se mencionou o 9º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, relativo à inovação, a justa descrição, também, do décimo segundo ODS 12, o qual se refere ao "Consumo e Produção Sustentável". Esse assunto é discutido nos tempos atuais cotidianamente. Um exemplo é que, enquanto se desenvolveu este artigo, vivenciamos a pandemia do CoronaVírus (COVID-19) e nem por isso se deixa de discutir sobre a produção e o consumo sustentável, momento em que a Organização das Nações Unidas veicula reportes, sobre esse momento, que se apresenta como uma oportunidade em se

passar a pensar em formatos de fornecimento da alimentação que resistam ao momento crítico somado a crise econômica mundial (Organização das Nações Unidas, 2020).

Para Silva (2012), consumo sustentável é um construto complexo, por se tratar de práticas individuais, a satisfação pessoal, questões do ambiente e os reflexos sociais. Contudo, alinha-se ao conceito de Fabi, Lourenço, e Silva (2010, p. 6) como ação do indivíduo em comprar ou usar bens e serviços equilibrando interesse e efeito do ambiente e do aspecto social.

Conforme explicado acima, o consumo sustentável vai relacionar a conduta pessoal, em relação a usar e adquirir bens e serviços e seu impacto no ambiente e social. Diante disso, cabe-se refletir sobre o que, quanto, como e quando se consumir, se isso deve ser modificado para outros formatos, reduzir os impactos ou, a possibilidade de não se consumir mais.

5. RELAÇÃO DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL COM O CONSUMO SUSTENTÁVEL

Uma relevante retratação da origem sobre o debate do consumo: a revolução cultural na Europa a partir do século XVIII e o reflexo disso nos indivíduos com relação à valor, crença e atitude, isso tudo passou a moldar classes sociais, e as gerações, direcionou a busca por luxo, marcas, preferências culturais e nas diferentes artes (música, pintura, literatura) entre outras e isso é bem destacado por Oliveira (2014). Também se mostra interessante o destaque da autora quanto a relação do consumo com os seguintes aspectos: éticos, de consciência, da responsabilidade, do consumo verde e o consumo sustentável (esse último em linha com os conceitos já descritos neste trabalho). Assim a autora desenha um *framework* que envolve os diferentes atores do consumo (sociedade civil, empresas e governo).

Nessa mesma linha de que a inovação sustentável seja demandada por diferentes públicos e não apenas de um (consumidor), conforme mencionado no parágrafo anterior, Silva (2013) reconhece que para a evolução do consumo sustentável, não se deva ater somente ao papel de cada consumidor, e sim, de

todo o setor da economia envolvido (fornecedor, concorrente, organização do terceiro setor, universidades, governos, entre outros).

6. PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

Epistemologia é o conhecimento sobre as ciências e diante da revolução no progresso científico descrito por Khun (Assis, 1993), segue a lógica estudada por Karl Raimund Popper, que levou a ciência a um novo rumo com sua lógica baseada na indução, demarcação e falseabilidade. Com base nessa lógica norteadora da ciência (Matias-Pereira, 2016) e no pressuposto de que o ser humano pode errar, na verdade nunca atingir um conhecimento total, a ciência vai se desenvolvendo. Ciência que, segundo esse autor, instrumentaliza-se pelos métodos, conjuga sistemática e racionalmente o conhecimento a fim de se alcançar os objetivos pretendidos pelo cientista.

A abordagem qualitativa direciona significativamente o tema pesquisa sem uso de dados numéricos, e sim se guiam por questionamentos internos ou expostos pelo pesquisador, de maneira a se gerar interpretação e dessa forma, identificam-se dados, situações que são examinadas e observadas (Sampieri, Collado & Lucio, 2016).

Este estudo se utiliza de uma abordagem qualitativa. E conforme exposto, sobre a concepção popperiana, vale-se do raciocínio hipotético-dedutivo, sob a qual se vale da busca de se identificar e relacionar os conceitos levantados para esse artigo, com base no conceito popperiano de que a ciência começa e termina com problemas.

Este artigo também faz uso de natureza básica, baseando-se em livros, artigos, teses, sites e demais documentos, de modo a se basear em dados secundários. Além disso, não se determinar a uma aplicação imediata, segundo Avila-Pires (1987).

Esta pesquisa tem fins exploratórios, e conforme já exposto acima, baseia-se em fontes secundárias (livros, artigos, teses, etc.) e busca trazer contribuição na exploração e relação de temas atuais e que preocupam sobre os o equilíbrio e o

futuro da sociedade. Segundo Gil (2009), a pesquisa exploratória busca aproximar e familiarizar o problema, explicitando e levando-o a oportunizar hipóteses para a solução.

Dessa forma, o objetivo deste estudo, em se apropriar de conceitos e relacioná-los, como apontado antes se destina a debater e trazer á tona a importância e os próximos passos dentro desse quadro em que se encontra a preocupação da inovação e do consumo sustentável.

7. DISCUSSÃO

Este trabalho objetivou entender os conceitos de inovação sustentável e de consumo sustentável, ao passo que buscou relacioná-los, em busca de se levantar os aspectos impactantes e contribuir com a produção na área e fomentado a discussão do tema. E assim, almeja-se também reforçar as práticas e que essas possam motivar outras que concretizem soluções sustentáveis.

Além da produção em consumo sustentável e da apresentação das práticas abordadas, é importante destacar também o estudo sobre a teoria da cultura do consumo, e, entre seus desdobramentos, o consumo consciente, conforme estudado por Morais e Quintão (2016). Ainda, retornar ao tema inicial, a inovação que, entre as discussões da rede de pesquisadores STRN em inovação para a sustentabilidade tem proposto estudar o tema do consumo sustentável (Köhler et al., 2019).

No que coube destacar a influência da inovação sustentável no consumo, inspirado pelo direcionador de pesquisa de Köhler et al. (2019), esses autores sugerem compreender melhor os discursos, os movimentos sociais e as práticas dos consumidores e produtores. Além disso, o que tais atores dessas práticas pensam sobre as mudanças para a atuação sustentável, por exemplo, quanto aos ramos de vestuário e de alimentação, ou mesmo, abordando sobre os papéis dos agentes nesse grande quadro.

Como observado, ao abordar a inovação, concretiza-se na linha de estudos sugeridos por Kohler et al. (2019), sobre a sociedade cultural e movimentos sociais,

notadamente o consumo, e então a intenção de se discutir mais sobre o consumo consciente, ramificação da teoria da cultura do consumo, e que se incipiente nas publicações brasileiras.

Ao se relacionar inovação sustentável com o consumo sustentável, e interessante destaque é não seguir uma lógica objetivista, e sim, em linha com as teorias das práticas e uma abordagem interacionista e interpretativista, conforme Oliveira, Correia, e Gomez (2016) apresentam, uma visão de social e cultural.

8. CONCLUSÃO

Aparentemente, a abordagem das teorias da prática e o arcabouço do interacionismo e construtivismo são dominantes na abordagem do consumo sustentável analisado dentro da inovação sustentável, elas cumprem um papel melhor do que outras epistemologias. Nessa linha, a teoria das práticas contribui também permite não permitir uma visão única e objetiva e sim todos os demais aspectos relacionados no contexto.

Os temas abordados, inovação e consumo, e a relação entre os dois, permite compreender a repercussão no comportamento social e faz refletir sobre os caminhos a serem percorridos. Diante os conceitos e práticas estudados, evidencia-se a importância de prosseguir com foco aos objetivos de desenvolvimento sustentável, e mais, uma postura sustentável.

Com este atual e promissor, bem como as discussões tidas desde os anos 2000 e sendo metas da ONU, sugere-se direcionar novas pesquisas para o acompanhamento dos Objetivos e Metas de Desenvolvimento Sustentável relativo ao consumo sustentável. E também, explorar mais o tema do consumo consciente dentro da teoria da cultura do consumo.

Esta pesquisa buscou provocar e enriquecer o debate sobre a contribuição da inovação sustentável no consumo sustentável de modo a tangibilizar esse tema com as práticas e trazer o questionamento dessa temática para que seja trabalhada de maneira consciente e responsável.

REFERÊNCIAS

ARNOULD, E. J.; THOMPSON, C. J. Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. **The Journal of Consumer Research**, 31(4), 868-882, 2005. DOI: 10.1086/426626

ASSIS, J. P. Kuhn e as Ciências Sociais. **Estudos Avançados**, 7(19), 133-164, 1993

AVILA-PIRES, F. D. Por que é Básica a Pesquisa Básica. **Cadernos de Saúde Pública**, 3(4), 505-506, 1987. DOI: 10.1590/S0102-311X1987000400013

CARVALHO, A. P.; CUNHA, S. K.; LIMA, L. F.; CARSTEN, D. D. The Role and Contributions of Sociological Institutional Theory to the Socio-Technical Approach to Innovation Theory. **Innovation and Management Review**, 14(3), 250–259, 2017. DOI: 10.1016/j.rai.2017.02.001

FABI, M. J. S.; LOURENÇO, C. D. S.; SILVA, S. S. Consumo Consciente: a Atitude do Cliente perante o Comportamento Sócio-Ambiental Empresarial. **Anais... IV Encontro de Marketing da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração**. Florianópolis, Brasil, 2010.

FIGUEIREDO, P. N. **Gestão da Inovação: Conceitos, Métricas e Experiências de Empresas no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas.

Inovação (sf). Recuperado de **Dicionário Michaelis**, 2002. Disponível em <https://michaelis.uol.com.br>. Acesso em jun 2022

JUGEND, D.; SILVA, S. L. **Inovação e Desenvolvimento de Produtos: Práticas de Gestão e Casos Brasileiros**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

KNEIPP, J. M.; GOMES, C. M.; JARDÓN, C. M.; FRIZZO, K. Gestão Estratégica da Inovação Sustentável em Empresas Industriais Galegas. *Revista Gestão e Planejamento*, 19, 21-35, 2019. DOI: 10.21714/2178-8030gep.v20.5177

KÖHLER, J. et al. An Agenda for Sustainability Transitions Research: State of the Art and Future Directions. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, 31(1), 1-32, 2019. DOI: 10.1016/j.eist.2019.01.004

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MORAIS, I. C.; QUINTÃO, R. T. Reflexões sobre o Campo de Pesquisa da Consumer Culture Theory no Brasil. **Anais... 9th Latin American Retail Conference**. In CLAV, 2016.

OLIVEIRA, V. M. Promoção do Consumo Sustentável no Contexto Brasileiro: Uma Análise dos Papéis dos Governos, das Empresas e da Sociedade Civil. **Tese de Doutorado**, Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Pernambuco. Departamento de Ciências Administrativas. Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, Brasil, 2014.

OLIVEIRA, V. M.; CORREIA, S. E. N.; GOMEZ, C. R. P. Cultura de Consumo, Sustentabilidade e Práticas Empresariais: Como as Empresas podem Contribuir para Promover o Valor Simbólico da Sustentabilidade nas Atividades de Consumo? **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, 5(1), 2016. DOI: 10.5585/geas.v5i1.335

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Por que Precisamos de Sistemas Alimentares Sustentáveis no Mundo Pós-pandemia, 2020. Acesso em 26 jul. 2020, de <https://nacoesunidas.org/artigo-por-que-precisamos-de-sistemas-alimentares-sustentaveis-no-mundo-pos-pandemia/>. Popper, K. R. (2004). Lógica das Ciências Sociais. (3a. ed). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

SAMPIERI, R. H; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SILVA, M. E. Consumo Sustentável: A Articulação de um Constructo sob a Perspectiva do Desenvolvimento Sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, 11(2), 217-232, 2012. DOI: 10.5329/RECADM.20121102004

SILVA, M. E. Inovação Organizacional para o Consumo Sustentável: A Inserção de Novas Práticas e Tecnologias nos Negócios do Walmart Brasil. **Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, 3(2), 66-89, 2013. DOI: 10.18696/reunir.v3i2.91

TIGRE, P. B. **Gestão da Inovação**: Uma Abordagem Estratégica, Organizacional e de Gestão de Conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.