

A RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DO ENSINO SUPERIOR

Por DÉBORA NUNES

Resumo: *O aquecimento global é consequência da ação do homem, que desequilibra os ciclos naturais e põe em risco a vida humana no planeta. Mudanças econômico-sociais são urgentes para enfrentar o problema e o consumo inconsciente e predatório precisa ser superado. As instituições de ensino superior (IES), como formadoras de uma categoria social influente, os alunos e os graduados podem dar sua contribuição e exemplo à sociedade brasileira, implantando programas de conscientização da sua própria comunidade acadêmica. O Fórum de Extensão das IES Particulares (Forexp) propõe uma mobilização nacional em torno do tema e apresenta o exemplo do Programa Interno de Consumo Consciente (Picc), desenvolvido pela Universidade Salvador (Unifacs) que já tem dados resultados concretos e servido como fonte de inspiração para o desenvolvimento de programas similares. Refletir sobre os temas do Consumo e do Aquecimento Global são os objetivos deste artigo, que apresenta também os dados do Picc.*

Introdução

Débora Nunes

Presidente do Fórum Nacional de Extensão das IES Particulares (Forexp) e responsável pela área de Extensão na Universidade Salvador (Unifacs), na Bahia. Pós-doutora pela Université Lyon 2 e doutora pela Université Paris XII, trabalha com programas e projetos nas áreas de extensão universitária, participação popular e da economia solidária.
debnunes@unifacs.br

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. 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, aumento do nível do mar, etc.) irão tornar a vida humana na terra cada vez mais inviável.

Pelo menos duas medidas precisam ser tomadas sem tardar: o plantio de árvores e a mudança gradativa do modo de consumo. As árvores, pela grande capacidade que têm de absorver os poluentes que estão aquecendo a atmosfera e pela simplicidade que seria incluir seu plantio junto à população, às empresas e aos governos. A adoção de um padrão de consumo consciente é certamente a ação bem mais definitiva, mas também complexa, pois grande parte da emissão de gases poluentes se dá pela produção, uso e descarte de itens de consumo. Esta mudança está ao alcance do cidadão comum e vai muito além de evitar o desperdício de água e de energia elétrica, que são gestos importantes, mas não suficientes.

Consumir conscientemente significa atentar para os efeitos que este ato traz para o meio ambiente e para 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 ambiental e socialmente responsáveis, priorizando a reciclagem, a reutilização e o compartilhamento de bens. Um exemplo simples é ilustrativo: beber água de côco faz bem pra saúde, deixa recursos na economia local e evita processos industriais, embalagens plásticas etc. Cidadãos que consomem de forma consciente podem mudar o mundo.

Mudanças comportamentais na sociedade começam geralmente com transformações nos modos de vida dos formadores de opinião como, por exemplo, as pessoas que circulam pelas instituições de ensino superior. Com o objetivo de mobilizar este imenso público de estudantes¹ professores e funcionários, o Forexp, elegeu como

1

Dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (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)

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 prática conscientes de consumo no interior das faculdades e universidades, entendendo que este público, conscientizado, 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”. Este programa foi distinguido com o Premio 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 e com o objetivo de estimulá-las a entrar 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 dos dados, serão abordadas as temáticas do consumo e do aquecimento global, como forma de enquadrar a discussão em torno de uma abordagem mais ampla. Isto é, passar de uma visão catastrofista – onde a tragédia parece inevitável – para uma visão realista, que entenda os mecanismos mais profundos do que está se passando com o planeta, face à imensidão do problema. Quando se tem poucos dados e pouca compreensão dos fatos, por ignorância e ou por medo do desconhecido, a tendência é que as pessoas fiquem paralizadas. 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 problemática do consumo

O verbo consumir, entendido como ato de incorporar ao corpo ou a vida cotidiana, objetos e serviços que vêm do exterior, é um dos atos mais naturais e mais antigos dos seres humanos. 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. Enquanto os membros dos povos mesopotâmicos ou pré-colombianos, por exemplo, vestiam-se mais ou menos do mesmo modo, os dirigentes tinham roupas e adereços que simbolicamente caracterizavam poderes e posses e os diferenciavam dos demais. Esta distinção de alguns pelos objetos consumidos, pela moradia, pela alimentação e outros vinculava-se à função social das pessoas e, muitas vezes, a própria comunidade oferecia aos seus dirigentes os objetos simbólicos. A norma que organizava o consumo vinculava-se de forma geral às necessidades básicas, de um lado, 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 de objetos de luxo e de situações privilegiadas de conforto, foram sendo regalias também das pessoas que podiam pagar por ele e não apenas daqueles que tinham poder. Desse modo, as famílias ricas consumiam 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 de uso pessoal. Os bens, por serem artesanais e feitos em materiais naturais, eram mais ou menos personalizados e levavam tempo significativo para serem produzidos. 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.

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*, vinculava-se 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 artesão, 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 e a produção em massa surgem os objetos de consumo de 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, por exemplo, 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 contínuo da população mundial – antes praticamente estável – devido à melhoria das condições sanitárias. Observa-se assim uma produção e consumo de massas e aí começa 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 constituindo o que veio a se chamar de “sociedade de consumo”. 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 embutida 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*, que estabelece as 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. A obsolescência programada, que é inerente ao modo de produção capitalista, é um exemplo destacado de uma irracionalidade inata ao sistema econômico-social que modela a sociedade em que vivemos. O cidadão, ao consumir

acriticamente, contribui para agravar tal quadro e precisa estar, por tanto, ciente das consequências.

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 de consumo, rapidamente descartados e com isto polui-se em demasia o planeta, ameaçando-se a já precária estabilidade do meio ambiente. Sabe-se hoje que desde meados da década de 1980² o planeta já não tem mais a capacidade de se autorregenerar e manter regulado o clima da terra. Os acontecimentos climáticos dos últimos anos mostram os efeitos deste fato. Basta juntar um mais dois para que se perceba que as devastadoras mudanças climáticas em curso são, em última instância, decorrentes do modo de produção e consumo vigente no planeta.

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, como é válido para os países. A população americana é um exemplo negativo, pois equivale a 5% da população do planeta e consome 35% da energia e produz cerca de um terço dos resíduos³.

Observando de modo amplo o contexto atual, percebe-se que em cada 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. Se cada um observa o quanto gasta em água, em energia elétrica e combustível, em alimentos, em roupas, em produtos de higiene e beleza, em papel etc., pode identificar possibilidades de diminuição deste consumo e conseqüentemente minorar a sua “pegada ecológica”, ou seja, a marca do gasto em energia e matéria prima que todo ser, ou toda instituição, deixa no planeta por existir.

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. Cabe à sociedade cobrar ação governamental e construir estas alternativas.

O aquecimento global

O aquecimento global verifica-se pelo aumento da temperatura na superfície da terra e do mar e particularmente dos pólos, 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. 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 e o metano, causando uma concentração cada vez maior de gases na atmosfera. Tais gases estão presentes no ar que respiramos por meio de inúmeros processos, sendo a própria expiração humana e das plantas à noite, no caso do CO₂ e da degradação de matéria orgânica [resíduos fósseis, biomassa (lixo orgânico, plantas) flatulência humana e animal etc.] no caso do metano (CH₄), os mais simples e corriqueiros. 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.

O desequilíbrio entre fontes de emissão e fontes de absorção de gases de efeito estufa é o que causa o aquecimento global e é fruto, como já foi dito, do modo de vida dos humanos. Como dizem os especialistas, a “biocapacidade de fixação do carbono”, presentes no CO₂ e CH₄, 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.

A discussão dos especialistas 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. Para a mobilização da população em geral, inclusive a que não tem carro, entretanto, é urgente que se divulguem medidas simples, 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

A Unifacs iniciou o Picc dentro das suas ações de Extensão por meio 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.

Um dos primeiros passos para o convencimento da comunidade acadêmica a engajar-se no Programa foi a negociação com a direção da Unifacs com base no 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 em estatística, professores da própria instituição, criou-se coletivamente a metodologia, que será comentada mais adiante. Um segundo passo foi a implementação de ações de conscientização no ambiente acadêmico. Entre estas 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. O Curso de Psicologia abordou as causas e as 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 perene exatamente nos locais onde o consumo se dá, e assim etiquetas adesivas foram espalhadas estrategicamente em todos os prédios – diante de interruptores, torneiras, monitores, impressoras e outros – para provocar a reflexão da comunidade acadêmica sobre como consumir conscientemente, utilizando aparelhos elétricos e outros itens de forma mais parcimoniosa e útil. As etiquetas ajudaram a popularizar a marca do Programa.



Outra estratégia importante foi a mobilização dos funcionários, 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 “Uma verdade inconveniente”, de Al Gore. A elaboração participativa de uma cartilha, onde os funcionários discutiram em grupo o que eles poderiam fazer para evitar o desperdício e assim diminuir a contribuição da Unifacs na degradação ambiental, foi fundamental para conquistar a adesão deste setor e mudar comportamentos.

A mobilização de professores e estudantes – e de suas entidades representativas – tem sido um desafio de trabalho 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 Consumo Consciente aos eventos anuais da instituição, como as aulas inaugurais, o Dia do Meio Ambiente e a “Semana Universitária”. Além desses, a mobilização da Comissão incluiu também a participação da Unifacs no Dia da Responsabilidade Social, organizado nacionalmente pela Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior (ABMES).

Desse modo, consumo conciente, efeitos do aquecimento global, mudanças comportamentais nas próximas décadas e futuro da Bahia daqui a vinte anos, são os temas prioritários das discussões. Neste percurso, o apoio do Diretório Central dos Estudantes (DCE) e da Associação de Professores (Apfacs), vem sendo crescente.

Várias outras ações foram feitas, dentre as quais destacam-se:

- a distribuição de 5.000 cartilhas sobre o consumo consciente;
- b participação constante nos eventos semestrais de discussão dos líderes estudantis;
- c nomeação de “multiplicadores”, entre pessoas interessadas, visando ampliar a ação da Comissão de Monitoramento;
- d publicação de um boletim informativo do Picc feito por estudantes do Curso de Relações Públicas, chamado “Se Plante”;
- e entrega de 300 copos de vidro para pessoas que trabalham nos escritórios da instituição para evitar o uso de copos descartáveis;
- f acordo com uma cooperativa de catadores para a reutilização do papel da instituição;
- g realização de oficinas de reciclagem artística;
- h adoção de farda dos funcionários com tecido reciclado de garrafas pet;
- i melhorias no site da instituição, inserindo textos sobre o tema para servir de fonte de pesquisa e;
- j confecção de brindes pertinentes como saco para lixo de carro e copo plástico reutilizável para usar na bolsa.

Outro evento, o Brechó Solidário, que estimula o reuso de bens por meio de troca vem ocorrendo com sucesso. Estudantes, professores e colaboradores são convidados a trocar 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 poderá ser útil. Em 2008 o evento foi realizado em um parque público da cidade em parceria com as outras três universidades existentes em Salvador, uma pública federal, outra estadual e uma comunitária, mostrando o vigor da ideia no ambiente acadêmico e sua penetração junto à população soteropolitana.

A metodologia e os resultados quantitativos do Picc

Para uma melhor compreensão, a metodologia foi dividida em quatro etapas.

Na primeira, foram feitas a coleta e depuração dos dados de todos os itens consumidos na Universidade visando a calcular o consumo e a despesa trimestral. As diversas incongruências nos dados foram aos poucos sendo corrigidas. 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 não haver enganos. Nesse sentido, a construção metodológica implicou interação entre os 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 e, após diversas revisões, a Comissão escolheu os itens energia, água, papel A4,

tonner, papel toalha e copo descartável, para serem monitorados. Os critérios que basearam a escolha destes itens foram: o impacto financeiro decorrente do custo unitário do produto ou da importância do custo em função da quantidade consumida (exemplo: tonner e papel toalha); o impacto ambiental gerado pela poluição causada na produção e descarte do item (exemplo: 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 (exemplo: 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 etc.) 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. Em 2007 o mesmo procedimento foi utilizado.

Os resultados obtidos estão inseridos no gráfico produzido pela Comissão de Monitoramento da Unifacs, que revela uma diminuição média de consumo de 10% nos seguintes itens: copos descartáveis (tiras de 100 unidades), papel A4 (resmas), tonner impressora (unidades), cartuchos impressora (unidades), papel toalha (fardo de 1250 folhas), energia (kw/h) e água (m²).



Na quarta etapa, foram feitos os cálculos para identificar o valor monetário de diferença de consumo, para calcular o valor devido ao Fundo do Consumo Consciente, em caso de diminuição de consumo. Para tanto, foi desenvolvido o conceito de despesa média anual, que significa o valor médio pago pelo item, a partir da média de preços pagos 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

Referências Bibliográficas

BARANSKI, Laurence e ROBIN, Jacques. *L'Urgence de la Métamorphose*. Edição *Des Idées et des Hommes*, Collection Convictions Croisées, Paris, 2007.

CONSUMO SUSTENTÁVEL. Manual de Educação. Brasília : Consumers International/ MMA/MEC/IDEC, 2005.

ESTADO DO MUNDO. Edição: World Watch Institute – Universidade Livre da Mata Atlântica, 2004.

IPCC, Quarto Relatório. Janeiro 2007

NUNES, Débora. *Breves notas sobre o consumo consciente*. web.unifacs.br/engajamentocidadão/index.htm

Relatório Planeta Vivo. Edição: WWF – World Wildlife Foundation, 2006

ROUER, Maximilien e GOUYON, Anne. *Réparer la Planète. La révolution de l'économie positive*. Edição Jean Claude Lattès/BeCitizen, 2007.

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 adotar papel reciclado em todas as suas atividades, mudar torneiras para modelos com desligamento automático, instalar luminárias e equipamentos com melhor eficiência energética, dentre outras ações.

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 de todo o Brasil.

A construção da metodologia ainda está em andamento devido às diversas dificuldades na aferição dos dados por causa da flutuação de público e de custo dos itens, entre outras, mas já permitiu uma interação pouco comum entre o setor pedagógico e administrativo das IES. Esta interação é benéfica para todos, pois começam a entender melhor as razões de cada um nas práticas dos dia a dia, 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*, aperfeiçoa a gestão dos recursos materiais e financeiros. No caso 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, e que neste momento já está sendo aperfeiçoado por várias IES, espalhe-se pelo Brasil e possa constituir-se em mais um motor de mobilização nacional que se faz necessária para que a sociedade brasileira enfrente uma das causas mais importantes do aquecimento global: o consumo inconsciente.