

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

As mulheres e o consumo sustentável, por Izabella Teixeira

07/08/2011

Um novo fenômeno mundial chama a atenção de estudiosos de tendências do mercado: o crescente protagonismo das mulheres nas questões de consumo.

Dos alimentos ao vestuário, da casa ao carro, dos bens culturais às viagens de férias, são elas que estão decidindo o presente e o futuro do consumo e, obviamente, o futuro da produção. Estudos recentes mostram que mais de 60% (em alguns casos, 80%) das decisões de compra são tomadas por mulheres.

Além de já integrarem cerca de 50% da força de trabalho e de ingressarem em maior número nas universidades, as mulheres vêm se constituindo em força política que pode ser significativamente transformadora em vários campos.

É preciso explicitar o elo entre o poder de transformação das mulheres e a extraordinária oportunidade que se apresenta de imprimirmos qualidade diferente àquilo que se chama "consumo de massa".

Por trás da expressão que dilui identidades está o consumo de famílias, de indivíduos e de consumidores coletivos. Pessoas e instituições compram e consomem bens e serviços e movimentam a economia, para o bem e para o mal. Contribuem, desejem ou não, com o crescimento dos índices dos empregos verdes e decentes, dos negócios sustentáveis, da economia da reciclagem, ou do seu contrário.

Há muito se fala em empoderar as mulheres, o que é correto e está na ordem do dia. Basta lembrar o discurso de posse da nossa presidenta Dilma Rousseff. Porém, pouco se fala em como mobilizar as mulheres para ações que façam a diferença nas estratégias de sustentabilidade econômica.

Por essa razão, nós temos estabelecido uma agenda de trabalho envolvendo empresárias e líderes de instituições em diversos campos, buscando o desenho de uma iniciativa nacional capaz de unir a força feminina em torno do desenvolvimento sustentável. Dois temas parecem promissores: o empreendedorismo verde e como mudar padrões de consumo.

Estabelecer no país um padrão de consumo mais responsável, influenciando com o nosso poder de compra um mercado que está sempre atento às mudanças de atitude do consumidor -eis uma

proposta que tem a chance de se desenvolver em tempos de euforia do consumo da chamada nova classe média.

Influenciar para que os atos de consumo sejam atos afirmativos do valor da vida, de uma sociedade que cuida de si e do ambiente, é a pauta que propomos às mulheres, tanto às do campo quanto às dos escritórios. Motivar as mulheres a adotar esse consumo transformador é algo nobre.

A Rio+20, conferência da ONU que ocorrerá no Rio em junho de 2012, discutirá a erradicação da pobreza, a "economia verde" e as ações para acelerarmos a transição para uma sociedade sustentável.

Em Brasília, todo mês de agosto, na Marcha das Margaridas, mulheres organizadas pelos movimentos sociais do campo vêm à capital apresentar suas reivindicações.

São agricultoras mães e chefes de família, morenas do sol, as mãos calejadas da terra, as quais convidamos a se engajar nessa mudança de comportamento.

As mulheres já são maioria em nosso país: 53% da força de trabalho. Mas ainda falta o engajamento claro e eficaz nas questões da qualidade de vida, em que a sustentabilidade é parte do conjunto de valores que nos mobiliza.

Sim, nós podemos e devemos.

Que as margaridas de agosto se transformem nas margaridas do ano inteiro, da inteira vida do nosso frágil planeta. *Izabella Teixeira é ministra do Meio Ambiente.*