

**PILARES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NOS PRONUNCIAMENTOS DAS EMPRESAS
DO AGRONEGÓCIO SOBRE A DEGRADAÇÃO FLORESTAL**

PAULO THIAGO N. B. DE MELO

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO (UFRPE)

PILARES DO CONSUMO SUSTENTÁVEL NOS PRONUNCIAMENTOS DAS EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO SOBRE A DEGRADAÇÃO FLORESTAL

Introdução

A aceleração no ritmo do desmatamento e queimadas na Amazônia tem sido intensa e foi alarmante em 2019, sendo destacadas nos noticiários e debates públicos, ganhando notoriedade em nível internacional. O assunto foi discutido na reunião dos líderes dos países mais desenvolvidos (G7) em Biarritz na França, ressaltando os debates sobre os problemas ambientais noticiados e a importância da proteção das florestas tropicais. No Brasil, diante da instalação de um governo negligente nas questões ambientais e suas alianças empresariais na política econômica, as preocupações com os rumos das orientações institucionais aumentaram. O desmatamento e as queimadas na floresta amazônica estão imersos em dinâmicas de consumo institucionalizadas, revelando um escopo de interesses de diversos setores, sobretudo das organizações empresariais. A floresta é uma fonte de valor, material e imaterial, que é constantemente consumida nas operações de suprimento empresariais, com destaque para as cadeias de agronegócios.

É elaborada uma compreensão de que as dinâmicas de consumo são construídas sobre três pilares – **visão, ação e postura** – quando analisadas na sua dimensão institucional, que fundamentam uma orientação para sustentabilidade. Nesse sentido, as diferentes visões que orientam as dinâmicas organizacionais de consumo, seja mais individualista ou moralista, e o nível de cidadania e ativismo da organização, estariam relacionados a movimentos de pressão na sociedade e nos mercados (Hemais; Casotti; Rocha, 2013; Barbosa, *et al.*, 2014). Esses movimentos de pressão podem se manifestar como posturas de colaboração ou resistência às políticas macroeconômicas de inserção na ordem econômica global (Arora; Romijn, 2012). Essas dinâmicas de consumo estão imersas em transações internacionais, sobretudo dos sistemas agroalimentares e do agronegócio. Assim, as articulações institucionais, incluindo os padrões de consumo, ganham importância nas relações empresariais entre países fornecedores e compradores, como o Brasil e a China (Escher; Wilkinson, 2019).

Este estudo tem o objetivo de analisar os pilares do consumo sustentável nos pronunciamentos das empresas do agronegócio sobre a degradação florestal em 2019. Com esse objetivo, é possível ter uma avaliação da correspondência entre os pronunciamentos e a concepção de consumo sustentável neste estudo. Nesse sentido, discutir as diferentes visões, ações e posturas relacionadas à dinâmica do consumo levam à sua melhor compreensão, incorporando questões para a institucionalização de um comportamento organizacional orientado para sustentabilidade. O direcionamento das empresas para sustentabilidade promove a construção de reputação, assim como o estabelecimento de uma nova conduta organizacional. Outro benefício dessa orientação no agronegócio é o acesso aos mercados internacionais, uma vez que os países estão estabelecendo critérios cada vez mais rigorosos de integridade e responsabilidade socioambiental. Nesse sentido, a adequação das empresas do agronegócio aos programas de integridade tem sido requisito para acesso e permanência nos mercados.

A realização deste estudo contribui para a elaboração de conhecimento sobre questões de sustentabilidade no ambiente dos complexos agroindustriais e redes empresariais que conduzem as dinâmicas de consumo. Nesse contexto, o posicionamento global do país é resultado da sua estrutura produtiva especializada na exportação de recursos naturais, na forma de produtos primários com baixa agregação de valor. Diante da desindustrialização da economia brasileira, ainda não está resolvida a institucionalização de uma política de longo prazo, que envolva questões de sustentabilidade nos complexos agroindustriais e no desenvolvimento rural (Escher; Wilkinson, 2019). Por sua vez, o desenvolvimento regional é impactado pelos relacionamentos entre fornecedores e compradores, com o estabelecimento de redes

empresariais produtivas. Esse processo envolve a compreensão das dinâmicas de consumo direcionadas pelos relacionamentos das empresas estrangeiras e multinacionais no contexto local, conformando redes globais de fornecedores e compradores (Martins *et al.*, 2019).

A próxima seção elabora sobre as dinâmicas de consumo sustentável, propondo uma compreensão de seus distintos pilares. São propostos o pilar da visão com o uso da terra no ambiente dos agronegócios, o pilar da ação nas relações comerciais dos sistemas agroindustriais e o pilar da postura no contexto da ordem político-econômica mundial. Em seguida, são apresentados os procedimentos do estudo documental com dados complementares, e as categorias da análise de conteúdo. Posteriormente, para cada pilar proposto do consumo sustentável, os principais resultados mostram as suas características estruturantes encontradas com predominância nos pronunciamentos das empresas do agronegócio diante dos desmatamentos e incêndios florestais. Também são discutidos os avanços das áreas de cultivo, o desempenho do comércio internacional com a China e a influência da taxa de câmbio. Por fim, as considerações finais sintetizam os resultados encontrados, apontam contribuições teóricas e práticas, bem como sugerem estudos futuros.

Consumo sustentável e sistemas agroindustriais

Neste estudo, é proposto que as dinâmicas do consumo são alicerçadas em pilares que são construídos com diferentes características estruturantes de visão, de ação e de postura. Esses pilares tornam-se mais fortes à medida que ocorre adesão dos atores sociais às respectivas características estruturantes. Ademais, uma postura depende do conjunto de ações, que, por sua vez, requer um forte pilar de visão. Uma orientação de consumo sustentável é alicerçada especificamente em pilares com características estruturantes de uma visão moralista, uma ação política e uma postura de resistência.

Para os defensores de uma visão hedonista, o consumo é favorável, destacando os benefícios para os negócios, para a sociedade e para a população pelas recompensas imediatas do consumo (Hemais; Casotti; Rocha, 2013). Por sua vez, Hemais, Casotti e Rocha (2013) esclarecem que os defensores de uma visão moralista responsabilizam o consumismo pelos problemas sociais, especialmente na população de baixa renda, destacando ações manipuladoras das empresas. Embora ganhos de bem-estar para a sociedade possam ter existido desde a modernização resultante da industrialização, o padrão de consumo que evoluiu em base hedonista se tornou causa de problemas para o desenvolvimento sustentável, requerendo mudanças. Essa distinção básica de **visões** sobre o consumo coloca o primeiro pilar na construção de um caminho para o consumo sustentável, particularmente quando a visão moralista é adotada. Com relação a uma visão de consumo, ela é hedonista quando se entende o consumo como um facilitador de pequenos prazeres no combate à cristalização do cotidiano, bem como um compensador da incompletude sentida pelo isolamento e pelo mal-estar que são acentuados na contemporaneidade (Lipovetsky; Serroy, 2015).

Lorek e Fuchs (2013) distinguem a abordagem do “consumo sustentável fraco”, que ressalta a melhoria da eficiência derivada de avanços tecnológicos. Por outro lado, o “consumo sustentável forte” é baseado em uma perspectiva de aversão ao risco, podendo revelar uma avaliação das necessidades e estratégias para mudanças radicais orientadas a um decrescimento. O consumo sustentável forte, embora dependa de um caminho para o decrescimento e sua maior aceitação social, pode ser uma estratégia para evitar o colapso dos ecossistemas, sendo capaz de abordar diferentes desafios, como: o consumo excessivo, a distribuição assimétrica de recursos e o modelo de crescimento orientado pelo otimismo tecnológico (Lorek; Fuchs, 2013). Lipovetsky e Serroy (2015) destacam que o desperdício realizado pelo capitalismo de consumo tem sido contraposto, responsabilizando os consumidores por seus estilos de vida, entre outras abordagens.

Para evitar os efeitos negativos dos mercados industriais modernos, os valores ecológicos destacam a necessidade de interromper o comportamento consumista irresponsável (Lipovetsky; Serroy, 2015). De acordo com Lipovetsky e Serroy (2015), as exigências ecológicas têm sido integradas na evolução dos comportamentos, fazendo surgir um hiperconsumo sustentável em vez da interrupção do consumismo. “O hiperconsumidor é aquele que luta contra os tempos mortos da vida, que procura ‘rejuvenescer’ sua vivência do tempo, revivifica-la com novidades que lhe trazem, sem riscos, o perfume da aventura” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 399). Nesse contexto, ganha importância o consumo dos produtos do agronegócio, que pode ser orientado para integridade quando reduzem custos, externalidades ao meio ambiente e outros problemas sociais. As discussões sobre os problemas socioambientais passam pela elaboração de normas que protegem os bens públicos e pela integridade empresarial no seu cumprimento (Avelhan; Zylbersztajn, 2018).

As normas de prevenção de erosão dos solos são de difícil compreensão para os produtores agrícolas e os maus hábitos a esse respeito persistem, sendo ancorados em uma visão superficial sobre a conservação da terra e na resistência em buscar assistência técnica (Avelhan; Zylbersztajn, 2018). Segundo Avelhan e Zylbersztajn (2018), as normas sobre uso da terra proporcionam a opção de corrigir problemas, permitindo ajustes de conduta e a modificação de hábitos que geram custos socioambientais.

Nos sistemas de agronegócios como um todo, onde os segmentos são muito dependentes uns dos outros, cada elo entre agentes possui suas atribuições nas normas que lidam com questões sobre o meio ambiente, incluindo as previsões do Código Florestal (Avelhan; Zylbersztajn, 2018). Com base na lógica de desenvolvimento na América Latina a partir de mudanças estruturais, Milani e Hortencio (2020) destacam que o setor industrial não expandiu nas últimas décadas, enquanto houve uma especialização no sentido da produção de commodities, que foi impulsionada por demandas no contexto internacional. A expansão agrícola foi estimulada pela valorização das *commodities*, mas não mostrou avanços amplos nos setores de tecnologia e inovação para heterogeneidade estrutural (Milani; Hortencio, 2020). Um caminho para heterogeneidade estrutural seria a conversão dos resultados positivos dos produtos primários na balança comercial para investimentos em setores intensos em tecnologia, com prioridade em inovações orientadas para a proteção do meio ambiente.

A preocupação com os padrões de consumo e sua mudança apareceu no Capítulo 4 da Agenda 21, principal documento da Cúpula da Terra - que aconteceu no Rio de Janeiro em 1992 - que orienta **ações** para novas tecnologias, melhorias na eficiência e na minimização de resíduos (Fuchs *et al.*, 2016). As ações de consumo se distinguem em atos privados ou políticos, sendo estes últimos uma forma de ativismo cívico e prática responsável para transformação social (Barbosa *et al.*, 2014). O consumismo político é compreendido por Barbosa *et al.* (2014) como um processo contínuo de usar as escolhas de consumo como uma ferramenta mudanças sociais, tentando influenciar as práticas institucionais das políticas públicas e do mercado. O consumismo político enfatiza práticas responsáveis, acompanhando o ideal de sustentabilidade e sendo um pilar do consumo orientado para o desenvolvimento sustentável.

Segundo Barbosa *et al.* (2014), o consumismo político é explicado pelas práticas cotidianas profundamente enraizadas em instituições socioculturais específicas de uma região ou país. Barbosa *et al.* (2014) afirmam que ocorrem baixos níveis de atos individuais de consumismo político devido à representação de organizações públicas ou privadas que atuam na defesa dos consumidores, à percepção de que a ação só é efetiva se for coletivizada, e à proteção das famílias em relação aos jovens assumirem a responsabilidade pelos seus consumos. No Brasil, o comportamento consumidor dos jovens tem permanecido por mais tempo sob a influência da instituição da família, mas acredita-se que isso também seja uma tendência em outros países (Barbosa *et al.*, 2014). Na condução do consumismo, o poder cria barreiras para torná-lo sustentável, considerando quem define a agenda, as regras, as narrativas,

os instrumentos de governança, seus alvos, o comportamento e as opções das pessoas (Fuchs *et al.*, 2016).

De acordo com Fuchs *et al.* (2016), o consumo insustentável é baseado na desigualdade de poder e recursos, muito embora o poder seja evitado em muitas análises de movimentos sociais, métodos de resolução de conflitos e do consumo. Nesse sentido, as ações de consumo ganham importância para as populações de baixa renda em países de desenvolvimento emergente. A conexão à economia global pelas tecnologias de informação e comunicação permitem estratégias de marketing bem-sucedidas para inserir populações de baixa renda nas dinâmicas de consumo, tais como: mobilizar os esforços da comunidade, métodos criativos de precificação, projetos inovadores de produtos, e explorar formas culturais e locais de comunicação (Subrahmanyam; Tomas Gomez-Arias, 2008). De acordo com Subrahmanyam e Tomas Gomez-Arias (2008), os consumidores de baixa renda são sofisticados, criativos e motivados para construir capital social, por razões culturais, ou para compensar deficiências em outras áreas de suas vidas, embora tenham restrições de renda e recursos.

O comportamento de consumo orientado para sustentabilidade em regiões menos desenvolvidas, caracterizadas por população de baixa renda, requer mudanças institucionais de mercado. Martins *et al.* (2019) afirmam que, com o propósito de atrair empresas para o desenvolvimento regional e superar vulnerabilidades locais, os incentivos fiscais precisam ser complementados com outras ações, incluindo a formação de redes produtivas e cadeias logísticas de suprimentos. O modelo de desenvolvimento regional baseado em incentivos fiscais, como acontece na Amazônia, é limitado para agregação de valor local, pois as empresas atraídas para instalação não são acompanhadas de seus fornecedores estratégicos (Martins *et al.*, 2019). Assim, essas empresas assumem posições isoladas, sem a consolidação de uma cadeia de suprimento local.

Impactos positivos no desenvolvimento regional e territorial, assim como na atração de parcerias para integração, são alcançados com políticas deliberadas que incentivam cadeias de suprimentos nos arranjos empresariais de para criação de valor (Martins *et al.*, 2019). Nesses arranjos de cadeias de suprimentos, alguns destinos têm sido considerados para as exportações brasileiras dos produtos do agronegócio, com destaque para a China. Os interesses convergentes do agronegócio empresarial e dos governos estatais nas últimas décadas construíram a trajetória ascendente das exportações de produtos brasileiros para a China (Escher; Wilkinson, 2019). De acordo com Escher e Wilkinson (2019), as dinâmicas de economia política dos regimes alimentares entre os países do sul e do oriente modificam a situação estabelecida anteriormente na comercialização com o Atlântico Norte.

As **posturas** sobre o consumo podem ser de colaboração ou de resistência ao poder atual do capitalismo global, sendo a resistência uma orientação apropriada à ideia de consumo sustentável. Arora e Romijn (2012) ressaltam que a atuação, a capacidade e o poder de compra da população de baixa renda são relacionais e estão imbricadas em suas relações sociais locais imediatas e restrições históricas, bem como em contextos institucionais e culturais globais. Angeli e Jaiswal (2015) alertam que as corporações multinacionais podem enfrentar dificuldades para operarem em mercados onde predomina uma população de baixa renda, em comparação às empresas originadas localmente para esse público. Essas dificuldades são decorrentes de um dualismo institucional no qual precisam atender, simultaneamente, tanto mercados de alta e baixa renda, quanto às necessidades locais e rotinas globais padronizadas (Angeli; Jaiswal, 2015).

Os processos participativos em empreendimentos nos mercados de baixa renda estão situados em estruturas de relações de poder local assimétricas entre comunidades pobres heterogêneas e correntes de capital corporativo (Arora; Romijn, 2012). Gold e Schleper (2017) apresentam a perspectiva teórica do reconhecimento para facilitar os negócios sustentáveis, que requer a atribuição constante de valores aos outros, especialmente às pessoas com baixa renda,

e a objetos, tal como os recursos naturais, e que esses elementos possuem valores em si mesmos sem servir antecipadamente a razões econômicas. O princípio do reconhecimento se assemelha à reivindicação original de que o conceito de desenvolvimento sustentável se impõe para todos, e conduz as empresas no caminho para adotarem uma postura cuidadora, interagindo mais proximamente com as pessoas e sendo suas ações imbrincadas organicamente dentro das amplas instituições para os interesses da sociedade (Gold; Schleper, 2017).

A orientação dos negócios em mercados de população com baixa renda tem sido alvo de críticas sobre a postura em relação ao papel dos consumidores e aos limites do meio ambiente. Arora e Romijn (2012) ressaltam a importância da heterogeneidade nas práticas cotidianas da vida social e suas respostas complexas sobre como eles resistem ou colaboram para com o capitalismo global, que é conduzido pelas empresas. Para uma orientação ao desenvolvimento sustentável, uma postura de resistência é um pilar necessário para exercer poder de mudança institucional na forma como o capitalismo global tem operado.

Em busca de inserção na divisão internacional do trabalho, as dinâmicas de modernização na região amazônica mostraram diferentes formas de apropriação local do meio ambiente (Franco da Silva; Bampi, 2019). Nas últimas décadas, segundo Franco da Silva e Bampi (2019), os programas governamentais brasileiros indicam prioridades de investimentos em sistemas de logística e canais de exportação para apoiar os agronegócios, bem como para avançar a fronteira agrícola e estimular a integração econômica regional nos mercados internacionais. De acordo com Franco da Silva e Bampi (2019), a orientação de modernização tecnológica associada à industrialização é uma razão da degradação ambiental, enquanto que a orientação associada à ecologia indica a ressignificação do meio ambiente como um limite para os interesses capitalistas, que contribui para a expansão da fronteira do capitalismo hegemônico.

A taxa de câmbio ganha importância em abordagens do desenvolvimento orientadas para o equilíbrio estrutural da economia, sendo elemento central na explicação da situação dos países em desenvolvimento. Nesse sentido, Bresser-Pereira (2020) defende que o país tem experimentado uma apreciação superior permanente da taxa de câmbio associada às vantagens comparativas na exploração de recursos naturais e à valorização das commodities derivadas, favorecendo a exportação desses produtos e inviabilizando avanços na industrialização em geral. Para a neutralização dessa situação, Bresser-Pereira (2020) propõem controles sobre as exportações de bens primários e a criação de um fundo para estabilização de quedas nos preços internacionais.

No contexto das alianças políticas e comerciais na ordem mundial, a China aparece como um importante mercado para os produtos do agronegócio brasileiro. De acordo com Arrighi (2007), o rápido crescimento econômico da China foi baseado no modelo ocidental de consumo energético e material, com seus custos e pressões sobre recursos ambientais escassos. Como resultado, aconteceram muitas manifestações de ativismo socioambiental acerca do modelo econômico da China, que levaram a modificações na sua orientação para um caminho de desenvolvimento mais equilibrado para sustentabilidade, com capacidade de emancipar os países do sul global em relação às economias centrais (Arrighi, 2007). A seguir são apresentados os procedimentos metodológicos para este estudo.

Documentos, dados e características estruturantes

Este estudo é sobre as empresas que atuam nos sistemas agroindustriais e demonstram interesse nas questões de sustentabilidade, principalmente na importância das florestas. Ao analisar o contexto brasileiro, Oliveira, Gomez e Correia (2018) apresentam uma série de papéis das empresas na promoção do consumo sustentável. Entre estes, se destacam os papéis de informante com o uso de selos e rótulos que auxiliam a tomada de decisão de compra dos consumidores, bem como o papel de desenvolvedor de produtos sustentáveis acessíveis à

população em massa, considerando as dimensões da sustentabilidade na cadeia de valor (Oliveira; Gomez; Correia, 2018).

Em 2019, com o destaque que as mídias jornalísticas deram à intensificação do desmatamento e queimadas na Amazônia, um conjunto de empresas que operam em mercados internacionais realizaram pronunciamentos sobre o assunto. A partir de um conjunto de notícias que apontavam algum protagonismo organizacional do setor empresarial sobre o desmatamento e incêndios na floresta amazônica, foi possível identificar 12 empresas interessadas. Foram identificadas empresas que atuam nos setores de extração mineral, insumos agrícolas, produção de alimentos, indústria têxtil e de ativos financeiros. Com pronunciamentos sobre o desmatamento e as queimadas florestais, essas empresas produziram documentos que foram fontes de dados para este estudo.

Embora tenham sido produzidos com propósitos de comunicar informações, opiniões e decisões para o público geral, este tipo de documento pode ser usado para investigação (Flick, 2009; Bauer; Aarts, 2002). Esta pesquisa tem foco e se limita à compreensão das respostas empresariais documentadas. Nesta etapa de seleção dos relatórios organizacionais, buscaram-se documentos de cada uma das empresas identificadas, nos quais são realizados pronunciamentos acerca da Amazônia ou das florestas (Quadro 1).

Quadro 1 - Empresas e documentos coletados

1. Equinor	2019 Sustainability report
2. Yara International	Yara sustainability GRI report 2019
3. Norsk Hydro	Annual Report 2019: Viability performance
4. Mowi	Integrated Annual Report 2019: Leading the Blue Revolution
5. Bunge	2019 Global Sustainability Report: Stewardship from farm to table
6. Cargill	2019 Progress Report on South American Soy
7. VF Corp	The kind of company we will be: fiscal year 2019 annual report
8. H&M	Sustainability Performance Report 2019
9. KLP	Norway's Largest Pension Fund, KLP, Demands Investor Action to Save the Amazon (artigo para imprensa)
10. Nordea Asset Management	Sustainability Report 2019
11. Archer Daniels Midland	No-Deforestation Policy: 2019 Soy Progress Report
12. Storebrand Asset Management	Solutions – Autumn 2019 (relatório para investidores)

Fonte: Elaboração própria.

Adicionalmente, outros dados foram coletados para analisar o uso da terra e o desempenho comercial do agronegócio com a China. Foram coletados dados anuais do levantamento da Produção Agrícola Municipal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021) para avaliar a área de lavouras no território nacional e na Amazônia Legal. Também foram coletados dados do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2021a) no AGROSTAT para avaliar o comércio com a China, e dados da evolução da taxa de câmbio do Real para Dólar americano disponibilizados pelo Banco Central do Brasil (2021). Esses dados foram analisados em gráficos com séries de valores originais, discutindo suas trajetórias de evoluções, sinais de possíveis relações e mudanças nos períodos compreendidos.

Para o conjunto dos documentos selecionados, foi realizada uma análise de conteúdo, que é um método apropriado para o estudo das comunicações (Bardin, 2016; Babbie, 2016). Nos documentos, foram buscadas as diferentes características estruturantes que compõem cada categoria pré-definida no arcabouço teórico do estudo - visão, ação e postura (Quadro 2) - registrando as suas presenças ou ausências.

Quadro 2 - Características dos pilares para o consumo sustentável

Pilar	Características
Visão	Consumo individualista é causa de problemas sociais; Consumismo deriva de um fenômeno alienador, individualista e remetido a banalidades; Consumismo precisa ser combatido, com orientação para a sustentabilidade;
Ação	Uso das práticas de consumo como ferramenta de mudança social; Escolhas para alterar práticas institucionais de mercado; Escolhas refletidas na complexidade da sociedade e no contexto normativo;
Postura	Reconhecimento de que restrições históricas geram vulnerabilidade nas comunidades; Compartilhamento de poder entre diferentes grupos com obtenção de respeito dos atores dominantes; Disputas por interesses financeiros em desenvolvimentos político-econômicos.

Fonte: Adaptado de Hemais, Casotti e Rocha (2013); Barbosa et al. (2014) e Arora e Romijn (2012).

A proposição deste estudo é que as organizações do setor empresarial promovem o pilar da ação orientada para o consumo sustentável com mais consistência, buscando legitimidade nas suas operações. A seguir, são apresentados os resultados e discussões.

Pronunciamentos das empresas do agronegócio

A necessidade de combater o consumo, representado neste estudo pelo desmatamento e incêndios florestais, está presente amplamente nos pronunciamentos das organizações empresariais, a exemplo da Cargill (2019, p. 17, tradução nossa) quando afirma a importância de “incentivar os agricultores a conservar florestas, mesmo quando eles tiverem o direito legal de removê-las”. Essa perspectiva favorece a visão orientada para o consumo sustentável. Além disso, o reconhecimento dos problemas sociais (Hemais; Casotti; Rocha, 2013) causados pelo desmatamento na Amazônia é expresso por organizações empresariais interessadas. A Cargill (2019, p. 4, tradução nossa) afirma que as críticas e manchetes jornalísticas sobre o acontecido “representavam as tensões da vida cotidiana dos agricultores e de suas comunidades”. Ademais, a empresa reconhece que “a agricultura é um caminho central para a prosperidade de milhões de pessoas e suas comunidades” e que, “com a comida que cultivam, essas comunidades nutrem bilhões em outras partes do mundo” (Cargill, 2019, p. 4, tradução nossa). Assim, ao retirar o desmatamento como um elemento constituinte, a dinâmica produtiva para atender o consumo global de alimentos se tornaria favorável a um consumo sustentável, ao mesmo tempo em que promove a prosperidade dos agricultores e comunidades envolvidas.

A expansão das áreas da agricultura no Brasil é mostrada no levantamento histórico da pesquisa realizada pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2021) sobre a Produção Agrícola Municipal. A área utilizada para agricultura em todo o país permaneceu na faixa de, aproximadamente, 46 a 53 milhões de hectares no período entre os anos de 1990 e 2001. A área de lavoura da agricultura no Brasil se expandiu a partir de 2002 em diante e ultrapassou 80 milhões de hectares em 2019. Porém, as variações proporcionais na área de

lavoura no país como um todo foram menores do que no território da Amazônia Legal. Nesse mesmo período de 2002 a 2019, especificamente na Amazônia Legal, a área de lavoura passou de 9 para mais de 22 milhões de hectares (Figura 1).

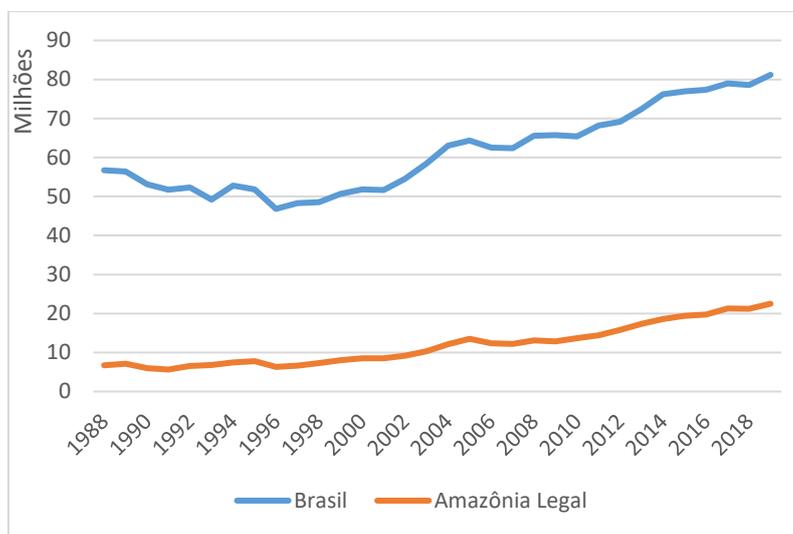


Figura 1 - Área de lavoura (Hectares) no Brasil e na Amazônia Legal

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021)

De maneira associada, os aumentos nas áreas de lavoura nos territórios da Amazônia parecem acompanhar os avanços nas áreas cultivadas no país como um todo, mesmo que tenha havido redução nas áreas de cultivo em alguns contextos particulares. Também há projeções do MAPA para um aumento das áreas de lavoura ao longo da década de 2020, com destaque para os cultivos de soja e milho, assim como para uma maior expansão nas regiões centro-oeste e norte do país (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2021b). Portanto, essas projeções do governo federal geram expectativas de ocorrerem pressões ambientais ainda mais fortes na Amazônia e outros biomas.

Na indústria têxtil e de confecções, o Grupo H&M (2020, p. 29, tradução nossa) reconhece que “consequências catastróficas para as pessoas e a natureza” serão resultado do aumento da temperatura média global. Ao tratar das florestas, o Grupo H&M (2020, p. 29, tradução nossa) destaca que a situação desses sumidouros naturais, que realizam o sequestro de carbono, “está ligada à mudança climática e como ela afeta a água e a biodiversidade”, podendo causar problemas sociais quando não estão em boas condições. A empresa afirma, em seu relatório de sustentabilidade, que “a escassez de água e a sua baixa qualidade já estão impactando comunidades e ecossistemas em muitas partes do mundo, e a mudança climática está piorando a situação” (H&M Group, 2020, p. 29, tradução nossa). O pronunciamento do Grupo H&M permite associar o desmatamento das florestas aos prejuízos no acesso à água em quantidade suficiente e qualidade apropriada para atender às necessidades humanas. Nesse sentido, de maneira favorável à visão orientada para um consumo sustentável, é reconhecido que a floresta cumpre um serviço ambiental importante nas atividades da população, permitindo a acessibilidade à água trazida pelos rios e chuvas.

No setor empresarial, as ações que alteram as práticas institucionais de mercado são amplamente pronunciadas. Na indústria de insumos minerais agrícolas, a Yara (2020, p. 28, tradução nossa) afirma que, mudando para “abordagens agrícolas regenerativas, os sistemas alimentares podem suportar a demanda por alimentos sem impulsionar a expansão da terra, reduzindo substancialmente as emissões de gases do efeito estufa e apoiando a economia agrícola por meio da otimização de recursos”. Esse achado corrobora a importância das instituições de mercado, tais como os arranjos de cadeias de suprimentos locais para o

direcionamento estratégico das empresas em determinadas regiões (Martins *et al.*, 2019). Ademais, o estabelecimento de políticas empresariais rigorosas na escolha de fornecedores na cadeia logística, para garantir responsabilidade socioambiental na origem dos recursos, é uma ação que tem sido cada vez mais frequente na mudança de práticas institucionais de mercado.

Nas últimas décadas, o desempenho do agronegócio brasileiro no comércio internacional passou por mudanças nos valores de exportação, incluindo alteração no posicionamento dos países compradores. Nas exportações do agronegócio, a variação positiva dos valores na relação com a China aumentou após 2010, devido a sua intensa inserção como país comprador dos produtos brasileiros (Figura 2). Os dados do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2021a) mostram que, a partir do ano de 2015, a China se estabeleceu como um país comprador do agronegócio brasileiro maior que a União Europeia. Quando são destinadas para a China, as exportações do agronegócio brasileiro mostram um comportamento de relações possíveis com o avanço das áreas de cultivos no território da Amazônia Legal e no país como um todo. Nas últimas décadas, o crescimento e intensificação do comércio de produtos brasileiros do agronegócio com a China fez deste país um dos principais parceiros comerciais (Escher e Wilkinson, 2019).

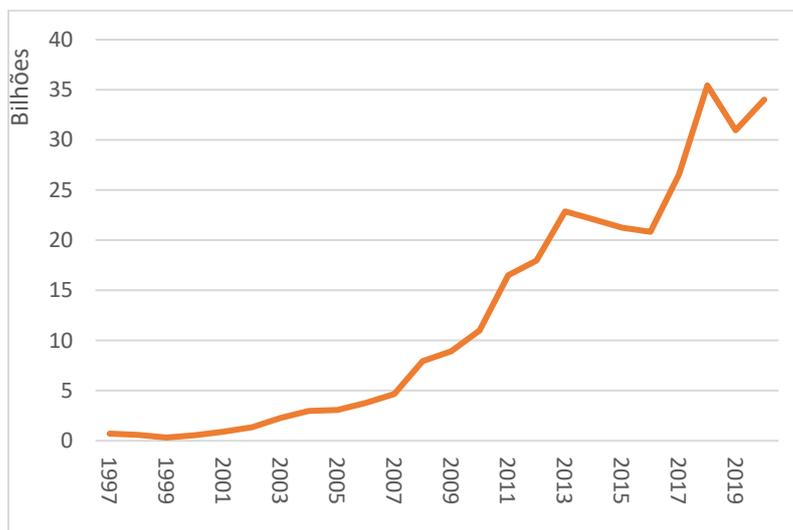


Figura 2 - Valor (US\$) de exportações do agronegócio para China
Fonte: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (2021a)

Desde 2018, os valores das exportações do agronegócio para a China representam, aproximadamente, o dobro dos valores exportados para a União Europeia. Esse volume de transações exerce pressão para dinâmicas produtivas possivelmente relacionadas aos avanços nas áreas de lavoura nos territórios da Amazônia.

As empresas também expressam escolhas refletidas no entendimento de sociedade complexa e do contexto normativo (Barbosa *et al.*, 2014). A compreensão do contexto normativo é ilustrada no relatório da Yara (2020, p. 75, tradução nossa) quando trata das operações com os impactos reais significativos e o potencial negativo nas comunidades locais, apontando um projeto de mineração em Minas Gerais, no qual “o processo de licenças oficiais para a construção da mina estabeleceu níveis seguros de exposição”. A empresa indica medidas de mitigação para os possíveis impactos ambientais, “incluindo programas de monitoramento e controle de emissões, monitoramento de fauna silvestre, controle de desmatamento e um programa de recuperação de áreas degradadas” (Yara, 2020, p. 75, tradução nossa).

Por sua vez, as escolhas refletidas no entendimento de sociedade complexa são expressas pela Yara (2020, p. 75, tradução nossa) quando afirma que “o projeto de mineração preferirá contratar pessoal na região local, que terá impactos positivos diretos e indiretos”. A

empresa também expressa uma compreensão da sociedade complexa ao apontar que “impactos socioeconômicos indiretos foram identificados como consequência da incorporação de uma operação econômica substancial em uma comunidade de tamanho modesto”, envolvendo “a preparação das autoridades locais, capacidade de infraestrutura, e desenvolvimento humano e econômico” (Yara, 2020, p. 75, tradução nossa). A partir dessa compreensão sobre os efeitos gerados pelas suas atividades na sociedade, a Yara (2020, p. 75, tradução nossa) indica que suas ações incluem a “colaboração com uma ONG local para planejar e apoiar o sistema educacional local, treinamento de mão-de-obra local, desenvolvimento de um plano de contingência para a capacidade de serviço público local (hospital, escola e esgoto) e reparos nas estradas”.

De maneira geral, o setor empresarial expressa tanto o compartilhamento de poder entre diferentes grupos, quanto os interesses financeiros em desenvolvimentos político-econômicos, como características de uma postura orientada ao consumo sustentável. Os seguintes trechos do documento da Cargill (2019, p. 17-18, tradução nossa) ilustram essas características:

A ação coletiva entre agricultores, processadores, comerciantes, ONGs e governos é essencial para criar mudanças duradouras. Por esse motivo, trabalhamos em estreita colaboração com muitos grupos e associações do setor, além de outros líderes e especialistas, para atingir nosso objetivo compartilhado de proteger florestas e vegetação nativa.

A transformação em todo o setor exigirá, em última análise, novos mecanismos para incentivar os agricultores a conservar florestas, mesmo quando eles tiverem o direito legal de desmatá-las. Este ano, anunciamos um fundo de US \$30 milhões para alavancar ideias para tais mecanismos. Também pedimos que outras pessoas ligadas à soja na América do Sul se juntassem a nós, porque sabemos que resolver esse problema exigirá uma ampla parceria.

Embora a taxa de câmbio tenha sido considerada um elemento importante nas análises estruturais de desenvolvimento econômico (Bresser-Pereira, 2020), uma possível relação dessa variável com as práticas de desmatamento é de difícil identificação. Entretanto, considera-se uma influência moderada da taxa de câmbio no avanço das áreas de cultivos na Amazônia, devido à pressão causada pelo comércio com a China.

O desempenho no comércio internacional costuma ser vinculado à taxa de câmbio. Nesse sentido, os dados da evolução da taxa de câmbio desde 1998 são disponibilizados pelo Banco Central do Brasil no seu Sistema Gerenciador de Séries Temporais (Figura 3). Com o entendimento de que o desempenho no comércio internacional é vinculado à taxa de câmbio, a série histórica do produto entre o Real e o Dólar americano mostra diferentes conjuntos de variações desde 1999, quando o país começa a adotar o câmbio flutuante (Banco Central do Brasil, 2021). Até meados do ano 2005, houve um movimento ascendente no valor do Dólar com ápice em outubro de 2002, atingindo quase 4 Reais por 1 Dólar. De meados de 2005 até 2014, o câmbio se manteve em torno de 2 Reais por 1 Dólar. A partir de 2015, o câmbio passou por uma ascendência, ultrapassando a relação de 5 Reais por 1 Dólar em março de 2020 e se manteve nesse patamar com oscilações mais fortes nos anos seguintes.

A China ascendeu enquanto alternativa de caminho comercial nas últimas décadas e de emancipação para as economias periféricas e semiperiféricas do sul global, oferecendo condições amplas e atrativas (Arrighi, 2007). Essa ascensão é refletida no crescimento intenso das exportações de produtos do agronegócio brasileiro para a China. Porém, o presente estudo aponta que essa dinâmica de comércio não tem sido um caminho capaz de emancipar a economia brasileira, enquanto país semiperiférico, das degradações ao meio ambiente, especialmente do desmatamento na Amazônia. A trajetória comercial com a China tem demandado padrões de produção que comprometem o meio ambiente, necessitando reorientações. Por sua vez, as dinâmicas comerciais com um núcleo central na ordem econômica mundial exercem dominação sobre países como o Brasil.



Figura 3 - Taxa de câmbio – Real x Dólar americano (venda)

Fonte: Banco Central do Brasil (2021)

Junto ao compartilhamento de poder e aos interesses financeiros, as empresas também expressam uma postura para obtenção de autodeterminação, igualdade e respeito dos atores dominantes (Arora; Romijn, 2012). Uma vez que as próprias empresas são os atores dominantes, o protagonismo para pautar uma orientação como um todo é buscado, ou mantido, por aqueles que obtêm autodeterminação, igualdade e respeito dos seus próprios pares. Nesse sentido, a Cargill (2019, p. 19, tradução nossa) afirma que convoca “um Painel Consultivo para o Uso da Terra e a Sustentabilidade Florestal para desafiar nosso pensamento, manter-nos com um alto padrão e nos ajudar a identificar novas soluções”. A empresa destaca os atributos dos especialistas do painel de aconselhamento, ressaltando que “são oriundos de uma ampla gama de organizações ambientais, acadêmicas e de agricultores. Eles vivem e trabalham em todo o mundo, e suas ideias se basearão em nosso trabalho existente com líderes de opiniões confiáveis e vários parceiros” (Cargill, 2019, p. 19, tradução nossa).

Embora tenha sido possível observar algumas características da visão para o consumo sustentável, este é o pilar que tem construção mais frágil nos pronunciamentos analisados das empresas do agronegócio. De acordo com a elaboração teórica apresentada neste estudo, o pilar de visão orientada para sustentabilidade fundamenta o desenvolvimento de ações e o estabelecimento de posturas de consumo sustentável, existindo relações entre esses pilares. Portanto, ainda que tenham sido identificados elementos de ações e posturas para consumo sustentável, tais pilares podem ter dificuldades para serem mantidos em longo prazo devido à fragilidade no pilar da visão.

Destaca-se que, no setor empresarial, o pilar das ações para o consumo sustentável é construído com maior consistência, ainda que seus pronunciamentos não tenham expressado uma visão solidamente orientada no mesmo sentido. As organizações do setor empresarial fazem a promoção consistente de ações para consumo sustentável nos seus pronunciamentos, corroborando a proposição deste estudo. São essas ações que legitimam e levam as organizações a assumir uma postura orientada ao consumo sustentável, estando os pilares de ação e postura relacionados. Contudo, o protagonismo das organizações empresariais não é traduzido amplamente em uma postura suficiente para o consumo sustentável.

Considerações finais

Este estudo teve o objetivo de analisar os pilares do consumo sustentável nos pronunciamentos das empresas do agronegócio sobre a degradação florestal em 2019. Com relação ao pilar da visão, embora tenha sido possível identificar o reconhecimento da necessidade de combater o problema do consumismo, não foi identificada uma visão ampla para sustentabilidade de maneira consistente. O elemento mais ausente na visão empresarial é o entendimento de que o problema do consumismo deriva de um fenômeno alienador. Quando se trata do pilar da ação, as organizações do setor empresarial fazem sua promoção consistente, mas a orientação para mudança social foi sua característica mais ausente. No pilar da postura, ganha destaque a ausência do reconhecimento de restrições históricas. As organizações empresariais se empenham em expressar ações para sustentabilidade em suas comunicações, mas a falta de uma visão ampla fragiliza as ações decorrentes e posturas assumidas.

Amparado na perspectiva institucional da sustentabilidade, o presente estudo contribui com os avanços teóricos para a compreensão do consumo sustentável, que incluem a discussão sobre valores sociais compartilhados. Os pilares do consumo sustentável apontados criam condições para mudanças na forma como as empresas se posicionam, provocando questionamentos de valores e buscando orientações de sustentabilidade, que ganham importância no estabelecimento e no funcionamento das cadeias de suprimentos para o desenvolvimento regional (Martins *et al.*, 2019). Assim, este estudo contribui para avanços teóricos sobre as relações do agronegócio brasileiro nas transações do comércio internacional, especificamente com a China (Escher; Wilkinson, 2019). Para além da predominância das abordagens mercadológicas sobre os fatores resultantes no processo decisório e intenção de compra de produtos com atributos “verdes”, este estudo discute sobre o consumo sustentável no nível das reflexões que incluem os valores fundamentais do comportamento organizacional.

Atualmente, presencia-se o surgimento de uma ética social contemporânea, que busca incluir a preocupação com a sustentabilidade nas condutas e nos pronunciamentos empresariais, como as respostas à aceleração no ritmo do desmatamento na floresta amazônica em 2019. A identificação dos três pilares do consumo sustentável, nos pronunciamentos empresariais, aprofunda a compreensão sobre a intensificação ou prevenção de determinados eventos, incluindo o desmatamento e queimadas florestais. As possíveis relações entre as exportações do agronegócio para a China e os avanços das áreas de cultivos na Amazônia, assim como no país como um todo, ressaltam a pressão desse circuito de comercialização no uso da terra. O avanço das áreas de cultivos pode ser equilibrado estruturalmente com a constituição de um fundo associado ao desempenho das exportações para a China, direcionando investimentos para fiscalização e controle florestal na Amazônia e em outras áreas que precisam de proteção.

O ritmo do desmatamento na Amazônia havia diminuído antes de 2019, e seu aumento foi divulgado em uma série de notícias internacionais, que destacaram a grandeza dos incêndios associados. Essas notícias também revelaram determinadas organizações, inclusive empresas interessadas, que afirmaram preocupação diante dos fatos ocorridos. A pesquisa documental sobre o conjunto das 12 empresas identificadas levou ao tratamento de uma grande quantidade de informações, permitindo análises amplas e transpondo a superficialidade que demarca os estudos com dados secundários muitas vezes. A coleção dos documentos selecionados constituiu um portfólio de mais de 620 páginas com diversos formatos, entre notas para imprensa e relatórios anuais para investidores. Nas inferências realizadas, foi priorizada uma abordagem descritiva e analítica, com um espaço maior para a discussão teórica no estudo, elaborando relações entre os dados no limite das possibilidades, a serem constatadas em estudos futuros.

A realização de estudos futuros é importante para o acompanhamento de respostas organizacionais sobre o desmatamento da Amazônia e outras florestas, em uma perspectiva de

mudanças institucionais, permitindo uma análise longitudinal e atualizada. Outras pesquisas também podem contribuir para a compreensão da relação entre o consumo sustentável e as iniciativas específicas do mercado de créditos de carbono. Para estudos futuros, sugere-se a realização de análises mais detalhadas sobre a influência da taxa de câmbio, sobretudo no comércio com a China e suas consequências, incluindo a possível pressão causada no avanço das áreas de cultivos, com atenção particular para a Amazônia. Para um melhor entendimento dos avanços das áreas de cultivo, estudos futuros também podem dar suporte na elaboração e implementação de mecanismos capazes de desarticular sua associação com o desmatamento e melhorar a proteção das florestas e suas funções socioambientais.

REFERÊNCIAS

- ANGELI, F.; JAISWAL, A. K. Competitive dynamics between MNCs and domestic companies at the base of the pyramid: An institutional perspective. **Long Range Planning**, v. 48, n. 3, p. 182-199, 2015. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.08.010>
- ARORA, S.; ROMIJN, H. The empty rhetoric of poverty reduction at the base of the pyramid. **Organization**, v. 19, n. 4, p. 481-505, 2012. <https://doi.org/10.1177/1350508411414294>
- ARRIGHI, G. **Adam Smith in Beijing: Lineages of the Twenty-First Century**. London, UK: Verso, 2007.
- AVELHAN, B. L.; ZYLBERSZTAJN, D. Enforceable and unenforceable laws in agribusiness systems. **RAUSP Management Journal**, v. 53, n. 2, p. 178-189, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.06.002>
- BABBIE, E. R. **The practice of social research**. 14 ed. Cengage learning, 2016.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Sistema Gerenciador de Séries Temporais**. Disponível em: <<https://www3.bcb.gov.br/sgspub/>>. Acesso em: 02 de julho de 2021.
- BARBOSA, L. *et al.* Trust, participation and political consumerism among Brazilian youth. **Journal of Cleaner Production**, v. 63, p. 93-101, 2014. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.08.044>
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.
- BAUER, M. W.; AARTS, B. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2 ed. p. 39-63. Petrópolis, Vozes, 2002.
- BRESSER-PEREIRA, L. C. Novo desenvolvimentismo: um segundo momento do estruturalismo latino-americano. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 24, n. 1, p. 1-20, 2020. <https://doi.org/10.1590/198055272415>
- CARGILL. **Progress Report on South American Soy**. December, 2019. Disponível em: <https://www.cargill.com/doc/1432155385605/south-american-soy-action-plan-dec-2019.pdf>. Acesso em: 24 maio 2020.

ESCHER, F.; WILKINSON, J. A economia política do complexo Soja-Carne Brasil-China. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 4, p. 656-678, 2019. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2019.191017>

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANCO DA SILVA, C. A.; BAMPI, A. C. Regional dynamics of the Brazilian Amazon: between modernization and land conflicts. **Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía**, v. 28, n. 2, p. 340-356, 2019. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v28n2.72872>

FUCHS, D. *et al.* Power: the missing element in sustainable consumption and absolute reductions research and action. **Journal of Cleaner Production**, v. 132, p. 298-307, 2016. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.02.006>

GOLD, S.; SCHLEPER, M. C. A pathway towards true sustainability: A recognition foundation of sustainable supply chain management. **European Management Journal**, v. 35, n. 4, p. 425-429, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2017.06.008>

H&M GROUP. **Sustainability Performance Report 2019**. Stockholm, March, 2020. Disponível em: <https://hmgroupp.com/wp-content/uploads/2020/10/HM-Group-Sustainability-Performance-Report-2019.pdf>. Acesso em: 24 maio 2020.

HEMAIS, M. W.; CASOTTI, L. M.; ROCHA, E. P. G. Hedonismo e moralismo: consumo na base da pirâmide. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 2, p. 199-207, 2013. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902013000200007>

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sistema IBGE de Recuperação Automática**. Produção Agrícola Municipal. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do Mundo**. Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LOREK, S.; FUCHS, D. Strong sustainable consumption governance—precondition for a degrowth path?. **Journal of Cleaner Production**, v. 38, p. 36-43, 2013. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.08.008>

MARTINS, R. S. *et al.* Go Global or Stay Local? Understanding How Fiscal Incentives Reshape Supply Networks. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.l.], v. 23, n. 5, p. 654-671, 2019. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2019180295>

MILANI, A. M. R.; HORTENCIO, V. E. F. América Latina no século XXI e a reestruturação produtiva à luz da teoria da CEPAL. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 24, n. 1, p. 1-26, 2020. <https://doi.org/10.1590/198055272414>

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO [MAPA]. **AGROSTAT - Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro**. Disponível em: <<http://indicadores.agricultura.gov.br/agrostat>>. Acesso em: 02 de julho de 2021, 2021a.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO [MAPA]. **Projeções do Agronegócio**. Brasil 2020/21 a 2030/31. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/politica-agricola/todas-publicacoes-de-politica-agricola/projecoes-do-agronegocio>>. Acesso em: 03 de outubro de 2021. 2021b.

OLIVEIRA, V. M.; GOMEZ, C. R. P.; CORREIA, S. E. N. Papéis das empresas e o consumo sustentável na visão de especialistas brasileiros. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 12, n. 2, 2018. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v12i2.1485>

SUBRAHMANYAN, S.; TOMAS GOMEZ-ARIAS, J. Integrated approach to understanding consumer behavior at bottom of pyramid. **Journal of Consumer Marketing**, v. 25, n. 7, p. 402-412, 2008. <https://doi.org/10.1108/07363760810915617>

YARA. **GRI Report 2019**. Oslo, March, 2020. Disponível em: <https://www.yara.com/siteassets/sustainability/gri-reports/yara-sustainability-gri-report-2019.pdf>. Acesso em: 24 maio 2020.