



Por um planeta sustentável

Hélio Mattar, presidente do Instituto Akatu de Consumo Consciente, alerta para o desperdício e propõe uma reflexão

Aquecimento global, desenvolvimento sustentável, responsabilidade social: quem desconhece os significados desses termos, ao menos já os ouviu ou leu em algum lugar. A humanidade consome, hoje, 25% a mais de recursos naturais do que a Terra pode renovar. Água, energia, ar puro e terras agricultáveis estão se esgotando e exigem de nós mais atenção e "comportamentos de economia", como define o Instituto Akatu de Consumo Consciente. Akatu vem do tupi e significa "semente boa" e "mundo melhor", abrigando a idéia de que é necessária a dedicação individual para que exista a chance de o planeta ser salvo. O *Movimento Cuide*, uma das campanhas promovidas pelo instituto, prega: "Consuma sem consumir o mundo em que você vive".

Presidente do Akatu desde a sua fundação, em 2001, Hélio Mattar garante que é um consumidor consciente. E ressalta a importância de se pensar no consumo consciente como parte de um ciclo de interdependência. "O impacto do que você consome vai chegar em você. Pode levar mais ou menos tempo, pode vir mais forte, mais fraco, mas vai chegar". Ex-aluno do Dante formado em 1964, Hélio foi Secretário de Desenvolvimento da Produção do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior do governo Fernando Henrique Cardoso, Diretor Presidente da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente de 2000 a 2003, e um dos fundadores do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Em seu escritório com vista para o desperdício diário da Avenida Paulista, divisórias de madeira compensada e um quadro com a bandeira do Brasil e os dizeres "Ordem e Progresso" substituídos por "Lar, Doce Lar", ele concedeu esta entrevista à Dante Cultural.

Quais são suas lembranças do Dante?

Fui aluno do Dante do jardim da infância até o 3º ano científico. Uma das coisas mais acolhedoras para mim é olhar a porta de entrada do Colégio. Sempre que passo em frente, me lembro emocionadamente do Seu Marino, que tocava o sino. Lembro também do professor Gianfederico Porta, que dizia que eu era a prata a casa... E de quando meu professor de português me selecionou para representar o Colégio nas *Sabatinas Maizena*. Era um programa de auditório da TV Tupi que tinha alunos de várias escolas disputando uma sabatina. Fiquei em segundo lugar.

Grande parte do meu conhecimento, da minha formação lógica, moral e ética, e da minha disciplina na ação, na visão do mundo que tenho hoje, veio do Dante Alighieri.

Conte um pouco sobre sua trajetória profissional. Como começou a trabalhar com a disseminação do consumo consciente?

A minha história profissional se iniciou como professor particular. Quando eu tinha 11 anos, era muito bom aluno. Como passava por dificuldades financeiras em casa, procurei Dona Celina, uma secretária da diretoria, e disse: "Eu sou muito bom aluno, acho que saberia dar aula. Você não tem ninguém para indicar para eu começar?". E tive meu primeiro aluno pelas mãos dela. O número de interessados foi aumentando, até que, aos 15 anos, eu não tirava férias. Trabalhava das oito da manhã às 11 da noite todos os dias. Desenvolvi uma capacidade didática que me acompanhou pela vida.

Depois de me formar em Engenharia de Produção na USP, onde continuei dando aulas particulares, fiz mestrado e doutorado na Universidade de Stanford, na área de engenharia industrial. Fui professor da área de políticas de energia no ITA (Instituto Tecnológico de Aeronáutica) e de organização e economia industrial. Comecei a trabalhar em empresas

Nos tempos de Dante, quando o ex-professor Gianfederico Porta o chamava de "prata da casa"



Arquivo pessoal

nacionais e multinacionais, e nesses últimos dez anos me liguei ao MBA executivo da USP e ao MBA em Gestão de Empreendedorismo Social, em que sou palestrante na área de responsabilidade social empresarial e consumo consciente.

Mas já no IPT (Instituto de Pesquisas Tecnológicas) da USP, montei a área de economia industrial. Coordenei projetos grandes que anteviam o que eu viria a fazer quase 30 anos depois: me envolvi em análises de impactos sociais, econômicos, ecológicos e culturais das mudanças tecnológicas. Fiz um estudo sobre a economia do álcool em que procurava entender como a economia de biomassa se desenvolvia. Na época, não havia um ambiente econômico nem as produções mundiais significativas que hoje colocam esse programa na linha de frente brasileira. Mas eu já dizia que, ou o álcool ia dominar a economia, ou não teria nenhuma projeção. Não existiria meio termo. E, de fato, tentou-se ficar no meio termo durante anos, até que acabou o programa do álcool. Agora ele voltou com força na direção dos carros flex e vai efetivamente dominar ao menos o transporte individual.

Ajudei também na fundação do PNBE (Pensamento Nacional das Bases Empresariais), que era um grupo de empresários progressistas que procuravam estabelecer formas de comunicação e diálogos mais intensas entre o capital e o trabalho. Fui coordenador geral desse grupo durante um ano e meio, depois fiz parte do conselho desse grupo durante algum tempo.

Você trabalhou no governo Fernando Henrique Cardoso. Como chegou lá?

Depois de passar anos em empresas, com uma posição econômica confortável, resolvi que tinha chegado o momento de devolver um pouco do privilégio que eu tinha recebido quando estudei em instituições públicas. Fui para o governo Fernando Henrique e fiquei dois anos como

Secretário de Desenvolvimento da Produção no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Foi um período riquíssimo em que eu pude entender como funcionava o governo, mas também tive frustrações, porque a velocidade com que ocorrem as coisas é muito lenta.

E como surgiu o Akatu?

Fui um dos co-fundadores do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, e daí veio a ligação com o Akatu. Dentro do Ethos, foi ficando claro que poucos consumidores têm uma visão do que é a responsabilidade social e ambiental das empresas. Assim, esse fator não seria valorizado nos atos de compra e as empresas não melhorariam esse aspecto em sua gestão. Iriam se manter no tradicional, que é a gestão dos produtos, do marketing e da produção. Lancei então o Akatu, buscando fazer com que o consumidor valorizasse a responsabilidade social e tivesse informação do que as empresas estavam fazendo, de maneira a poder fazer suas escolhas não apenas com base em preço, qualidade e inovação dos produtos, mas também com base na responsabilidade social. O ato de consumo envolve desde por que, como, o que e de quem comprar, como usar e como descartar produtos e serviços. São seis fases de consumo, em que o consumidor precisa desenvolver sua consciência em termos de impacto que ele vai ter sobre a sociedade e sobre o meio ambiente. O grande problema da humanidade hoje é o aquecimento global, e as mudanças climáticas têm relação direta com a decisão do que comprar. Se as pessoas comprassem apenas o que realmente precisam, sem fazer do consumo um ato de identidade, mas apenas um instrumento de bem-estar, seria necessário produzir menos, usar menos recursos naturais, e com isso todos nós contribuiríamos para combater o aquecimento global. No Akatu, passamos a trabalhar, então, desenvolvendo seis eixos de atuação: o eixo de publicidade - temos uma agência que cria as campanhas; um eixo de atuação de imprensa - meios de comunicação que divulgam o consumo consciente; um eixo comunitário - em que capacitamos lideranças de consumo consciente para que sejam multiplicadores dessa causa; um eixo pedagógico - em que professores de instituições educacionais ensinam seus alunos sobre o assunto; um eixo de empresas disciplinadoras - que ajudam a divulgar o consumo consciente com os funcionários, clientes, fornecedores e consumidores; e o nosso site. Hoje temos, no Akatu, 22 pessoas e 80 parceiros empresariais.

Faça a você a pergunta que já estive no "Fórum da Semana" do site do instituto: "A divulgação do tema na mídia é suficiente para causar a mobilização da sociedade contra o fenômeno?". A divulgação que a mídia vem fazendo do aquecimento global é extremamente importante, porque a primeira etapa para que as pessoas mudem de comportamento é a sensibilização para o problema. Então a mídia tem um papel extraordinário em mostrar quais as consequências da mudança climática, da elevação do nível dos mares, da mudança da fauna e da flora marinhas. O movimento ambientalista conseguiu sensibilizar a população. As pessoas sabem que os problemas ambientais existem, que há um problema de desmatamento amazônico, por exemplo. No entanto, quando você pergunta o que elas estão fazendo para mudar a situação, elas se retraem e dizem: "Mas é muito longe, não moro lá, não corto madeira...". Elas não percebem que vários de seus hábitos de consumo se relacionam com isso. Com o aquecimento global é a mesma coisa. E uma das coisas que o Akatu faz é mostrar o impacto do consumo. Nós consumimos água, energia, roupa e comida todos os dias. E estamos fazendo isso em média, no Brasil, por 71 anos, que é a expectativa de vida que temos hoje. Há 50 anos, a expectativa era de 49 anos. As pessoas vivem

22 anos a mais, consumindo muito mais e, portanto, qualquer um de nós, em seus hábitos de consumo, vai causar impacto. Em relação ao aquecimento global, fizemos um cálculo: se uma única pessoa rodar com seu carro 20 km por dia, para que a emissão de gás carbônico desse veículo seja compensada pela absorção de carbono do crescimento de árvores, seriam necessários 35 campos de futebol cheios de árvores crescendo continuamente (não pode ser uma floresta, porque as plantas absorvem carbono quando crescem). A floresta amazônica é importantíssima no equilíbrio da umidade. O ideal seria um manejo sustentável dessa floresta cortando árvores seletivamente para que outras pudessem crescer em seu lugar. Isso seria bom também para permitir o uso da madeira de lei, que é maravilhosa, sem prejuízo da floresta.

Como você pratica o consumo consciente na sua vida pessoal?

Eu penso antes de consumir. Há muitos anos não compro roupa, ganho de presente. Tenho mais roupas do que seria suficiente para três ou quatro pessoas, como, aliás, a classe média alta e mesmo a classe média no Brasil têm. Mais sapatos, mais TVs, mais sistemas de som, mais de tudo. Casa maior do que a gente precisa, mais carros do que a gente precisa. Temos no

Hélio era bom aluno e começou a dar aulas particulares aos 11 anos, para colegas da Escola

COLÉGIO DANTE ALIGHIERI

SÃO PAULO - ESTADO DE SÃO PAULO
FICHA INDIVIDUAL DO ANO LETIVO DE 1961

Nº 15

NOME DO ALUNO HELIO MATTAR

Data do nascimento: 16/2/1947

Natural de: São Paulo - Capital

Nome do pai: Jamil Mattar

Nome da mãe: Laurence Dib Mattar

Residência: Rua Pamplona, 88

Observações: _____



FREQUÊNCIA (Anotações das faltas)



A peça publicitária "Favela", do Movimento Cuide

nosso site o teste do consumo consciente, baseado em estatísticas que fizemos: de acordo com ele, existem 13 comportamentos que definem quem é um consumidor consciente. Fizemos uma classificação no Akatu: dos 13 comportamentos, para ser engajado você tem que cumprir entre oito e dez. E para ser consciente, entre 11 e 13. Até pouco tempo atrás, eu era apenas engajado. Entre as atitudes que pratico, estão fechar a água quando tomo banho, quando escovo os dentes, quando, no fim de semana, lavo a louça. Desligar a lâmpada quando saio dos ambientes, desligar aparelhos eletrônicos quando não estou usando (desligo inclusive o controle remoto, que consome 25% da energia do aparelho quando ele está ligado). Eu uso o outro lado da folha de papel, compro produtos orgânicos, planejo compra de alimentos, peço nota fiscal, leio rótulos antes de comprar. Segundo a pesquisa mais recente, de 2006, no Brasil não existe nenhum consumidor que cumpra os 13 comportamentos. Apenas recentemente eu introduzi mais um comportamento: o da reciclagem do lixo. Cuido muito da água e da energia, eles são emblemáticos, porque são elementos extremamente importantes para o aquecimento global. Energia, porque não existe geração de energia sem emissão de carbono. Mesmo no Brasil, em que temos quase 80% de geração de

energia hidrelétrica, existe uma forte emissão de carbono.

No Brasil, a energia ainda é produzida principalmente por usinas hidrelétricas, um tipo de energia renovável. Mas a formação de represas causa, muitas vezes, o deslocamento de milhares de pessoas, a desapropriação de terras e efeitos negativos no equilíbrio do ecossistema de cada região. De que forma você acha possível manter um desenvolvimento sustentável na produção de energia no Brasil sem gerar esses problemas?

Na formação do lago, uma grande área plantada fica coberta. A matéria orgânica submersa se decompõe e emite metano, que é um gás que influi muito mais no efeito estufa do que o gás carbônico. Então, uma hidrelétrica também está contribuindo para o aquecimento global. Hoje existe tecnologia para se desenvolver energia solar, eólica ou até a nuclear, que se tornou muito mais segura nos últimos anos. Além disso, existem tecnologias que vão se desenvolver, baseadas na captura de carbono emitido em usinas termelétricas. São tecnologias caras, mas quanto mais usadas, mais baratas ficam. Eu acho que nenhuma energia em particular poderá ser responsável pelo suprimento de uma determinada área. O biodiesel terá seu papel,

assim como o etanol, a energia elétrica, as energias solar, eólica, nuclear, das marés. Sempre existirão regiões em que haverá mais dificuldade com um ou outro tipo de energia. Por isso também é essencial uma matriz energética diversificada. Acredito na descentralização da geração de energia. Pequenas centrais hidrelétricas que causam um estrago social e ambiental infinitamente menor, pequenas quedas d'água que podem ser aproveitadas sem represamento... É importante fugir dos grandes sistemas, caso das grandes represas e grandes inundações. Com isso, você precisa menos de grandes distribuidoras e tem muito menos gasto de matérias-primas para carros, postes etc., que são necessários para a construção das linhas de transmissão. Quando as pessoas me dizem: "Ah, mas é o deslocamento de apenas alguns milhares de pessoas", eu digo: "Se você fosse uma delas, não diria isso". Tirar as pessoas do lugar onde elas vivem é privá-las do acolhimento de sua própria casa, eliminar suas memórias. Eu, por exemplo, que moro em São Paulo e passei quatro anos nos Estados Unidos. Quando voltei, a Avenida Paulista tinha mudado totalmente. Até hoje procuro as minhas memórias na Avenida Paulista. Até hoje, às vezes, eu tenho dificuldade de saber em que ponto da avenida estou. Antes havia casarões, não são mais as mesmas referências. E perda de referências desorienta as pessoas emocionalmente. Acho que isto é o grande exercício do consumo consciente: se cada um pensar dessa forma, não construiremos grandes hidrelétricas, mas pequenas, e usaremos as quedas d'água.

A Pesquisa Akatu nº7, publicada em 2006, mostra que a maioria dos brasileiros já adquiriu hábitos como o de fechar a torneira ao escovar os dentes e o de apagar as lâmpadas ao deixar um recinto, o que traz reduções nas contas de água e luz dos cidadãos. Já o de não jogar papel na rua, por exemplo, é praticado por poucos. Você acha que a única maneira de convencer as pessoas a adquirirem esses comportamentos de economia, como o Akatu chama, é garantindo que elas tenham um retorno financeiro?

Os comportamentos de economia, em média, são praticados por 75% da população brasileira. Os de planejamento (*práticas para a otimização racional dos recursos, que dão retorno a médio ou longo prazo*) são realizados por 45% e os de impacto coletivo e não individual (*como o de não jogar lixo na rua, por exemplo*), só são praticados por 29% da população. De fato, o bolso tem atratividade para as pessoas. No entanto, é preciso que elas percebam que

existem várias formas de pagar. O produto orgânico é mais caro. Quem não o consome por esse motivo, acha que não está pagando. Mas está, com a saúde. O produto com agrotóxico tem matérias-primas tóxicas que se acumulam no seu organismo e vão causar uma doença no futuro. Além disso, você vai pagar pela limpeza do meio ambiente, porque os agrotóxicos penetram na terra, chegam nos lençóis freáticos e na água. Se a água passar por um tratamento, você vai pagar mais caro por ela. Se não passar, as pessoas consumirão água de má qualidade (hoje, 22 milhões de pessoas no Brasil consomem água sem tratamento), ficarão doentes, irão para o sistema de saúde pública, que vai ficar mais caro e você vai pagar mais impostos. Com o uso do automóvel, a mesma coisa. Se o carro é à gasolina, você vai contribuir para o aquecimento global, para as mudanças climáticas, que gerarão problemas com safras agrícolas. Os alimentos vão ficar mais caros e você vai ter que pagar pelo alimento mais caro. É o ciclo de interdependência.

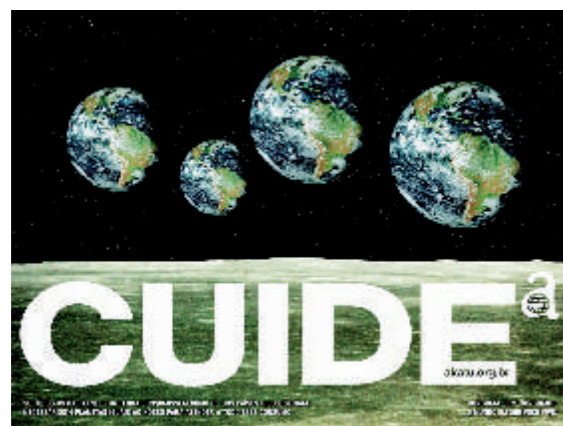
Mas a maioria da população brasileira não pode pagar por produtos orgânicos, por exemplo...

Independentemente da classe, é importante que, dentro de seu âmbito de consumo, ela faça o melhor possível. Todos nós consumimos água, energia, roupa, alimentos. Se mesmo as pessoas das classes mais baixas consumirem conscientemente esses elementos, e também sejam assim ao usar e descartar, elas estarão contribuindo.

O que você acha da gestão de Marina Silva como ministra do Meio Ambiente?

Eu tenho um viés positivo, gosto muito dela do ponto de vista humano. É muito fácil dizer que não está funcionando, que algo poderia ser diferente, mas o que faz o governo ir numa direção ou em outra é a pressão da sociedade. Eu poderia fazer uma crítica dizendo que talvez o Ministério do Meio Ambiente pudesse ser mais incisivo em ação política. No entanto, não estou lá para acompanhar isso. Estive no governo e sei das dificuldades para se articularem as coisas, das pressões de interesses específicos que são muito fortes. Eu acho que houve avanços interessantes, por exemplo, na maneira como estão sendo pensadas questões como a exploração de florestas, mas a maneira de implementar tem deixado muito a desejar. Acho que deveríamos nos voltar para nós mesmos e vermos o que estamos fazendo como sociedade civil de moda a pressionar o governo para que

O modelo de produção e consumo dos países desenvolvidos é o maior causador do desperdício



O Movimento Cuide mostra os efeitos do consumo excessivo



ele caminhe na direção do interesse público e não dos interesses privados, corporativos.

A conjuntura econômica influi diretamente no comportamento dos consumidores, como comprova o estudo feito pelo instituto: em 2003, ano de crise, os números em relação à população consciente eram piores. Se tivermos uma nova crise como a de 2003 - inflação alta, estagnação do PIB, desemprego elevado -, você acha que os índices piorariam?

Depende basicamente do quanto de sucesso nós conseguirmos no movimento do consumo consciente. Não é um movimento só do Akatu, tem muitas entidades. O fenômeno social de consumo consciente tem no Brasil apenas 5, 6 anos. É natural que, no início, as pessoas se sensibilizem e comecem a agir ainda muito à mercê do contexto. 28% da população brasileira é engajada, mesmo numa situação como a atual, de menor desemprego, maior crescimento econômico. Temos mais de 5% conscientes, 28% engajados, no total 33%, ou seja, um terço da população brasileira pensando conscientemente no seu consumo. A perspectiva do futuro depende de continuarmos com o envolvimento da mídia, com o trabalho do Akatu e o de várias entidades, especialmente se as escolas se envolverem nisso com as crianças.

As crianças fazem uma educação de baixo para cima com os pais, elas os ensinam a não fumar, a fechar a torneira, a apagar a luz etc.

O que se fala é que, para contribuir com o desenvolvimento sustentável, é necessário que países como o Brasil não copiem os mais desenvolvidos (que consomem 70% da energia, 75% dos metais e 85% da produção de madeira mundiais), mas reduzam o consumo de energia. Como fazer isso?

Mudando o modelo de produção e de consumo, na direção de tecnologias mais limpas, de empresas socialmente responsáveis. Porque a empresa só pode ser bem sucedida se ela estiver numa sociedade saudável. O governo precisa ter força de fazer campanha e apontar novos caminhos - por exemplo, criando uma lei que obrigue as empresas a ter um selo de produto transgênico. Se o consumidor quer ou não consumir, ele vai estudar e chegar a essa conclusão por si mesmo. Mas se ele nem sabe o que tem no transgênico, não consegue tomar a decisão. Fora isso, na pesquisa do Akatu, entre os 33% mais conscientes, mais de 60% dizem que o que compram e usam define o que eles são. E o que faz uma pessoa ser o que é não é o consumo, mas a forma de ela ser afetiva, seus amores, a forma como ela se relaciona com os amigos, sua posição no mundo. Então é fundamental no modelo de consumo que ele passe a ser um instrumento do bem-estar das pessoas. Hoje, já se consome 25% a mais do que a Terra consegue renovar em água, terras agricultáveis, ar limpo e capacidade de absorção de resíduos, e isso é muito grave. Apenas 1 bilhão e 700 milhões de pessoas, dos 6 bilhões e 600 milhões que habitam o mundo, de fato consomem. O resto, ou é miserável, ou consome pouco. Então é preciso que as pessoas comecem a olhar sua vida e perguntar em busca do quê elas estão. E a resposta geral é que as pessoas estão em busca da felicidade, não de consumo. Claro que, sem nenhuma possibilidade de consumir, não tem como ser feliz. É preciso ter água, energia, alimento, roupa, habitação, transporte, lazer, cultura. As pessoas precisam rever suas vidas e priorizar os afetos, as amizades, os amores, a expressão artística, a cultura, as emoções. Se as pessoas não revirem essa forma de viver a vida, em primeiro lugar, o consumo de antidepressivos vai continuar crescendo, porque as pessoas estão buscando nos remédios a alegria de viver que elas não conseguem encontrar na vida. É o ciclo vicioso de *stress*: trabalhar mais para consumir mais, para me endividar mais, para trabalhar mais... vai continuar. Um ciclo no qual a vida não subordina o trabalho, mas o trabalho subordina a vida.

Você é otimista?

Eu sou muito otimista por uma razão: vivemos uma situação que nunca foi vivida. Temos comunicação de massa, internet, possibilidade de comunicação como nunca antes aconteceu. E eu vejo as pessoas ansiosas por um outro tipo de vida. A comunicação de massa e a internet abrem espaço para essas pessoas se encontrarem. Há um espaço de sensibilização e conscientização para o que está acontecendo que nunca antes houve. Acho que o consumo será colocado no seu devido lugar ao longo do tempo, até porque o próprio planeta vai colocar um limite ao consumo. O que vemos hoje de violência, terror, drogas, tem tudo a ver com o tipo de vida que estruturamos, fortemente baseada no consumo. Há cinco anos, eu achava que levaria duas gerações para que as coisas começassem a mudar. Hoje, já acho que é possível fazer em uma geração só. Eu tenho 60 anos e vejo minha geração falando muito sobre o problema que é viver na cidade em que a gente vive. A tecnologia também é parte da solução, nunca tivemos um século na história da humanidade com tanto desenvolvimento científico e tecnológico. Devemos também pensar num fator: no ano que vem, fará 120 anos que as pessoas passaram a trabalhar 8 horas por dia. Antes elas trabalhavam 15, 16. Já não está na hora de a gente reduzir o tempo de trabalho? De ir para uma sociedade realmente industrial? Se passarmos a trabalhar quatro horas em média por dia, haverá espaço para muito mais gente entrar no mercado de trabalho. Ganharemos menos, mas teremos mais tempo para viver fazendo o que gostamos. O governo poderia então usar os impostos recolhidos para fazer uma rede de sustentação, deixando as pessoas menos inseguras. Assim, elas precisariam acumular menos para se sentirem mais seguras. Parte da acumulação vem daí: as pessoas querem se sentir seguras e nunca chegam ao ideal. É necessário se afastar do vício da acumulação. Nós estamos agora desenhando a utopia do Akatu, o projeto de um mundo para daqui a 35 anos, em 2042. Estamos desenhando como é a casa, o transporte, a vida das pessoas. E uma das coisas que aparecem é um mundo em que a gente vai compartilhar muito mais, onde se vai conviver muito mais, onde a expressão artística vai fazer parte da vida das pessoas e onde o afeto vai existir muito mais. O mundo sempre foi movido por utopias.

Doze Princípios do Consumidor Consciente

1. **Planeje suas compras.** Não seja impulsivo nas compras. A impulsividade é inimiga do consumo consciente. Planeje antecipadamente e, com isso, compre menos e melhor.
2. **Avalie os impactos de seu consumo.** Leve em consideração o meio ambiente e a sociedade em suas escolhas de consumo.
3. **Consuma apenas o necessário.** Reflita sobre suas reais necessidades e procure viver com menos.
4. **Reutilize produtos e embalagens.** Não compre outra vez o que você pode consertar, transformar e reutilizar.
5. **Separe seu lixo.** Recicle e contribua para a economia de recursos naturais, a redução da degradação ambiental e a geração de empregos.
6. **Use crédito conscientemente.** Pense bem se o que você vai comprar a crédito não pode esperar e esteja certo de que poderá pagar as prestações.
7. **Conheça e valorize as práticas de responsabilidade social das empresas.** Em suas escolhas de consumo, não olhe apenas preço e qualidade. Valorize as empresas em função de sua responsabilidade para com os funcionários, a sociedade e o meio ambiente.
8. **Não compre produtos piratas ou contrabandeados.** Compre sempre do comércio legalizado e, dessa forma, contribua para gerar empregos estáveis e para combater o crime organizado e a violência.
9. **Contribua para a melhoria dos produtos e serviços.** Adote uma postura ativa. Envie às empresas sugestões e críticas construtivas sobre seus produtos/serviços.
10. **Divulgue o consumo consciente.** Seja um militante da causa: sensibilize outros consumidores e dissemine informações, valores e práticas do consumo consciente. Monte grupos para mobilizar seus familiares, amigos e pessoas mais próximas.
11. **Cobre dos políticos.** Exija de partidos, candidatos e governantes propostas e ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente.
12. **Reflita sobre seus valores.** Avalie constantemente os princípios que guiam suas escolhas e seus hábitos de consumo.

Fonte: www.akatu.org.br (site oficial)