

EMPREENDEDORISMO E CONSUMISMO: ENTRE A GERAÇÃO DE VALOR E O ESTÍMULO AO EXCESSO

Giovanna Zela das Neves/a¹

GT 2 – Conflitos Socioambientais

Resumo

O crescimento do empreendedorismo nas últimas décadas tem ocorrido paralelamente ao agravamento de problemas ambientais globais. O modelo econômico centrado no aumento do consumo e na produção excessiva, tem gerado impactos ambientais significativos, como a extração intensiva de recursos naturais, a poluição atmosférica e hídrica, a degradação de ecossistemas, além de afetar a saúde emocional dos indivíduos, com o endividamento e a desigualdade social. Nesse cenário, questiona-se o papel do empreendedorismo diante da cultura consumista. Este estudo apresenta os resultados de uma pesquisa exploratória, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental, cujo objetivo foi discutir o papel do empreendedorismo na sociedade de consumo, bem como as consequências do consumismo para os indivíduos e para o meio ambiente. A base teórica do trabalho inclui autores como Jean Baudrillard, que interpreta o consumo como um ato social; Bauman, com sua crítica à sociedade de consumo e Barbieri e Silva, que abordam a responsabilidade socioambiental na atuação dos gestores. Diante dos desafios impostos pela sociedade de consumo, torna-se urgente repensar o papel do empreendedor como agente econômico e como protagonista de transformações sociais e ambientais. É possível construir modelos de negócio que equilibrem inovação, responsabilidade e propósito. Os resultados indicam que a formação educacional de empreendedores e administradores desempenha um papel fundamental nas decisões futuras dos negócios. Conclui-se que os negócios de impacto configuram um caminho viável e necessário para um empreendedorismo comprometido com a sustentabilidade e a equidade.

Palavras-chave: Consumismo; Empreendedorismo; Problemas ambientais.

¹ Graduação; Universidade Federal do Paraná/ Setor Litoral; Paranaguá, Paraná, Brasil. E-mail: giovannazela@hotmail.com.

Referências

ALMEIDA, F. **Experiências empresariais em sustentabilidade:** avanços, dificuldades e motivações de gestores e empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável:** da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARBIERI, J. C.; SILVA, D. da. **Educação ambiental na formação do administrador.** São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BARBOSA, L. **Sociedade do consumo.** 5. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo.** Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos; Lisboa: Edições 70, 1995. (Coleção Ciência & Sociedade; 3).

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida.** Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.