

DIRETORES

Antônio Carlos Coutinho Nagaiwa
José Benedito Coutinho Nagaiwa Filho

CONSELHO EDITORIAL

Antônio Carlos Coutinho Nagaiwa,
Ciro Porto, Ivan Szapiro,
José Benedito Coutinho Nagaiwa Filho,
Liana John, Paulo Nagaiwa-Neto, Rogério Salvato,
Sergio Solvati, Suzana Machado Padua

DIRETOR EDITORIAL | Ciro Porto

EDITORES EXECUTIVOS

Liana John | Valdeimar Silveira

EDITORES

Luiz Figueiredo | Mariana Ribeiro

DIREÇÃO DE ARTE E PRODUÇÃO GRÁFICA

Mitêssa Jermias Fortanato

FOTOGRAFIA

Aquinaldo Matos, Geiser Trivellato,
Jesias Francisco, Móbis Souza,
Rudimar Narciso Gantari

COLABORADORES DESTA EDIÇÃO

Carla Dalla Costa, Cláudio Piccini,
Edson Mazzoni, Fernando Kaschli, Helen Sacconi,
João Prudente, Moura Campesini,
Paulo Gonçalves, Ricardo Nello

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Ciro Porto (Mtb 20424)

ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE

Diretor administrativo e financeiro

José Benedito Coutinho Nagaiwa Filho

Gerente comercial

Rubens Rosa

Circulação

Livia Ferreira Marchionni

Distribuição

Fernando Chingaglia

Imprensa | Leg&Print Gráfica e Logística S.A.

PARA ASSINAR:
0800 703 3788

PARA ANUNCIAR:

Gerência Comercial (011) 3766-0003 - (011) 9152-8813
rubens.rosa@terra.com.br

SUCURSAL PAULISTA

Sulamer. Manduca - tel@sucursalpaulista.com.br
Sulamer. D'Ávila - fcb@sucursalpaulista.com.br
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1526, 15 andar - J. Paulista
CEP: 04532-002 - São Paulo - SP
terragente@sucursalpaulista.com.br
(11) 3016.6990

REPRESENTANTES

Brasil: Pedro Albeia

pedroalbeia@frontrorotacion.com.br
(11) 3321-9100 - (11) 96556647
Rio Grande do Sul e Santa Catarina:
Comercializere - Flávio Duarte
(51) 3392-7767 - (51) 311-7707
comercializere@terra.com.br

ANÚNCIOS E PATROCÍNIOS

Além de anúncios publicitários e comerciais em formatos tradicionais, Terra da Gente oferece a opção de patrocínio das seções e colunas fixas. Fale com nossos representantes.

CAPA

Ciro Albeia

Entre outros

patrocínios@terra.com.br

A revista Terra da Gente é uma publicação mensal de Terra da Gente Publicações e Gráfica Ltda. www.terra.com.br Grupo EPCC



DEDO DE PROSA

LIANA JOHN

Consumo cidadão

Sustentabilidade e sustentável são palavras-curinga hoje utilizadas nos mais diferentes contextos para conferir credibilidade a iniciativas, produtos, processos ou projetos. A questão é identificar, em meio a tantos 'sustentáveis' de diferentes formatos, matizes e teores, se as intenções e a realidade por trás dos rótulos são realmente sustentáveis.

É uma questão complexa, que hoje mobiliza até economistas e empresários de alto escalão em torno de um conjunto de regras para orientar o consumo racional e a produção consciente. Em breve, o tema deve motivar um acordo internacional, por enquanto conhecido como Processo Marrakech, conforme nos explica nesta edição Ricardo Young, do Instituto Ethos, entrevistado na seção *Fio da Teia*.

Até lá, cabe ao próprio consumidor se entender em meio à confusão de selos e profusão de marcas, todas com a intenção de 'colar' o conceito 'sustentável' em seus produtos. Às vezes, as opções de consumo recaem sobre as escolhas certas mesmo sem a necessária consciência ou a bem-vinda comprovação das boas intenções, como mostramos à página 70, na avaliação sobre os efeitos ambientais da redução do IPI sobre eletrodomésticos da linha branca.

Mas isso ainda é uma enorme exceção. Via de regra, vemos consumidores confusos, tentando pôr em prática uma porção de regras difíceis de memorizar e mais complicadas ainda de serem conciliadas. Quando se encontra um produto com embalagem verde, o conteúdo é duvidoso, ou sua origem não está clara, ou a reciclagem não é efetiva. Se o produto é bom, o processo limpo e o consumidor já aprendeu o que fazer após o consumo, corre-se o risco de não encontrar a rede adequada pós-consumo ou se deparar com a falta de eles importantes na corrente do bem.

Só um bom conjunto de informações, aliado a boas práticas, pode produzir consciência e gerar esse consumidor cidadão tão necessário. Até chegarmos a um nível de controle social capaz de regular o mercado, conferindo transparência às relações comerciais, porém, talvez tenhamos que levar manual de instruções para fazer compras corretas e devoluções justas - de vasilhames a baterias usadas. E sem esquecer de pegar uma boa dose de paciência junto com a carteira, para pagar uma conta que ainda é alta, econômica e psicologicamente.