

Sustentável para quem?



Emiliano Lobo de Godoi

Professor da Escola de Engenharia Civil e Ambiental da Universidade Federal de Goiás

Nos últimos anos, a palavra “sustentável” tornou-se onipresente. Grandes empresas, mineradoras, restaurantes, prédios, pousadas, carros, shows – todos parecem comprometidos com o futuro do planeta. Vivemos uma era em que até as ações mais destrutivas vêm acompanhadas de um selo verde, de certificações duvidosas ou de um relatório positivo de impacto socioambiental. Mas, se tudo é sustentável, por que os problemas ambientais continuam se agravando?

Estamos diante de uma crise ambiental sem precedentes. Eventos climáticos extremos tornam-se mais frequentes, ecossistemas inteiros são devastados, resíduos sólidos se acumulam em ritmo alarmante e cresce o número de refugiados ambientais. A incoerência entre o discurso institucional e a realidade é cada vez mais gritante.

Um dos principais responsáveis por essa dissonância é o chamado *greenwashing*: a maquiagem verde que disfarça práticas predatórias sob o verniz da responsabilidade socioambiental. Esse disfarce transformou a sustentabilidade em mero marketing – e da pior qualidade.

Empresas com históricos de violações ambientais ou trabalhistas lançam campanhas com slogans ecológicos, publicam relatórios coloridos e se colocam como protagonistas da “transição verde” sem, de fato, alterar a lógica predatória que move seus negócios. O termo criado para denunciar essa falsificação ética talvez nunca tenha sido tão atual e necessário.

O problema, porém, não é apenas semântico. O uso indevido da palavra “sustentável” bloqueia avanços reais. Enquanto se celebra o uso de “materiais recicláveis” ou a “neutralidade de carbono” de uma marca, pouco se discute sobre os reais impactos de sua cadeia produtiva.

Relatórios bem diagramados escondem a exploração de mão de obra, a destruição de ecossistemas e o deslocamento forçado de populações inteiras para dar lugar a megaprojetos supostamente “verdes”. Nesse processo, a retórica publicitária se sobrepõe ao debate científico e ao controle social, criando uma sensação enganosa de que estamos no caminho certo.

O resultado é perverso: quando tudo é sustentável, nada precisa realmente mudar. A palavra se tor-



na escudo, não ferramenta de transformação. Enquanto isso, comunidades tradicionais, catadores de recicláveis e pequenos agricultores – que historicamente sustentam modos de vida genuinamente comprometidos com o meio ambiente – são silenciados ou cooptados pelo discurso corporativo, perdendo espaço para práticas que apenas simulam responsabilidade ambiental.

Recuperar o verdadeiro significado da sustentabilidade é urgente. Isso implica deixá-la de ser peça publicitária para se tornar compromisso concreto com a preservação da vida. Sustentar o planeta não é compatível com sustentar lucros ilimitados.

Mais do que slogans, o mundo precisa de ações consistentes, políticas públicas eficazes, transparência nas cadeias produtivas e reconhecimento do protagonismo de quem já vive de forma sustentável. Enquanto a sustentabilidade for apenas um rótulo, continuaremos maquiando um modelo que desmora diante de nossos olhos.