

SOSTENIBILIDAD Y ESG: EL CONSUMO SOSTENIBLE EN EL ESCENARIO NEOLIBERAL¹

SUSTAINABILITY AND ESG: SUSTAINABLE CONSUMPTION IN THE NEOLIBERAL SCENARIO

Artículo recibido el: 02/10/2023

Artículo aceptado el: 05/03/2024

Alessandra Vanessa Teixeira*

* Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo/RS, Brasil

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5899597277369271>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9658-022X>

alessandra.sp@hotmail.com

Liton Lanes Pilau Sobrinho*

* Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo/RS, Brasil

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2413013286462855>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5696-4747>

liton@upf.br

Talissa Trucolo Reato***

*** Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul/RS, Brasil

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1181538186817002>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4376-1208>

talissareato@gmail.com

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Resumen

El objetivo de este artículo es ver si la sostenibilidad corporativa, utilizando la ESG en el actual sistema capitalista neoliberal, puede contribuir a prácticas verdaderamente sostenibles y a un consumo sostenible. Para lograrlo, se explica el trípode de la sostenibilidad y su influencia en el sector empresarial a través del Triple Bottom Line y la ESG. Se analiza el vigente sistema capitalista neoliberal y

Abstract

This article aims to verify whether corporate sustainability, using the ESG (Environmental, Social, and Governance) framework, within the current neoliberal capitalist system, can contribute to truly sustainable practices and sustainable consumption. To this end, the tripod of sustainability and its influence on the corporate sector are explained according to the Triple Bottom Line and ESG. The current neoliberal capitalist system and

¹ Este artículo es el resultado de una investigación vinculada al Programa de Emergencia para la Prevención y Enfrentamiento de Desastres relacionados con Emergencias Climáticas, Eventos Extremos y Accidentes Ambientales (PEPEEC), en el marco de la Convocatoria de Propuestas PDPG – Vulnerabilidad Social y Derechos Humanos, de la CAPES.



la consiguiente crisis civilizatoria. Por fin, se trata de ver si el consumo sostenible, promovido por el sector empresarial a través de la ESG, puede ser una alternativa a la crisis civilizatoria emergente del sistema capitalista neoliberal. Se utiliza el método inductivo, empleando las técnicas de referencia, categoría, conceptos operativos e investigación bibliográfica. Se entiende que la sostenibilidad crea ventajas competitivas, mejora la reputación de la empresa y fortalece las relaciones con los grupos de interés, pero, por otro lado, no se puede ignorar que en ocasiones el mercado puede aprovechar situaciones de cuidado ambiental para simplemente potenciar aún más sus ansias capitalistas. La sostenibilidad empresarial, a través de la ESG, es una forma importante de ayudar a mitigar los impactos ambientales perjudiciales para la supervivencia de la humanidad, contribuyendo a la promoción del consumo sostenible.

Palabras clave: capitalismo neoliberal; consumo sostenible; crisis civilizatoria; ESG; sostenibilidad.

the resulting civilizational crisis are analyzed. Finally, we seek to verify whether sustainable consumption, driven by the corporate sector through ESG, can be an alternative to the civilizational crisis emerging from the neoliberal capitalist system. The inductive method is used, using the techniques of referent, category, operational concepts, and bibliographical research. It is understood that sustainability creates competitive advantages, improves the company's reputation, and strengthens relationships with stakeholders, but, on the other hand, it cannot be ignored that, sometimes, the market can take advantage of environmental care situations simply to increasingly boost its capitalist opportunities. Corporate sustainability, with ESG, is an important way to contribute to mitigating harmful environmental impacts for the survival of humanity, contributing to sustainable consumption.

Keywords: neoliberal capitalism; sustainable consumption; civilization crisis; ESG; sustainability.

Introducción

Hace más de dos siglos que la humanidad vive en eras. Profundas transformaciones han marcado a la sociedad como verdaderos parteaguas en la historia de la humanidad y han dado lugar a las llamadas “olas de innovación”. La primera de ellas fue la Revolución Industrial y, desde entonces, han transcurrido 240 años. Actualmente, y en los años venideros, la sostenibilidad seguirá estando a la orden del día, guiando a la sociedad en su búsqueda de mejores opciones en favor del medio ambiente.

En el sector corporativo, buscando alinear un modelo de negocio en consonancia con la sostenibilidad, las empresas han estado apostando por la ESG – un acrónimo simple con sólo tres letras, pero que significa mucho. Abarca un

mercado complejo e innovador que está alterando el *statu quo* de las empresas, los gobiernos y la sociedad en su conjunto y encabezando una auténtica revolución en Brasil y en las principales potencias del mundo. La ESG – *Environmental, Social and Governance* (ambiental, social y de gobernanza) – trata de analizar, mediante la evaluación y la gestión, las consecuencias tanto positivas como negativas causadas por las empresas en la sociedad y el medio ambiente.

Sin embargo, el mercado suele aprovechar las situaciones/innovaciones para vender, para impulsar cada vez más el sistema capitalista, por lo que es posible que la sostenibilidad empresarial, utilizando el acrónimo ESG, no sea una preocupación real por las condiciones socioambientales. Pero, aunque no haya “verdad” y haya intereses ocultos, puede ser una forma de contribuir a las prácticas sostenibles y al consumo sostenible, necesario ante las crisis a las que se enfrenta la sociedad.

A partir de ahí, el objetivo es explicar la sostenibilidad empresarial y ver si, en el sistema capitalista actual, puede contribuir a prácticas verdaderamente sostenibles y a un consumo sostenible. Para tal fin, se dará una explicación general de la sostenibilidad, sus dimensiones y su influencia en el sector empresarial, y luego sus matices en un sistema económico capitalista neoliberal, y finalmente la posibilidad de que el consumo sostenible sea una alternativa a la crisis de civilización que emerge del sistema.

La metodología a utilizar comprende el método inductivo, utilizando las técnicas de referencia, categoría, conceptos operativos e investigación bibliográfica.

1 El trípedo de la sostenibilidad y su influencia en el sector empresarial: *triple bottom line* y ESG

Sostenibilidad – una de las palabras más utilizadas en los últimos tiempos. Ya no es una novedad, pero sigue siendo tan popular que los sectores más diversos de la sociedad continúan adoptándola, incluidos el empresarial y el político. Vivir de forma sostenible no es sólo la idea del momento, sino, además, una necesidad (Bosselmann, 2008).

La sostenibilidad, como se sabe, no sólo se refiere a la cuestión ambiental y tradicionalmente se ha presentado a través de la dimensión económica, la dimensión social y la dimensión ambiental – el famoso “trípedo”. Se puede decir que “[...] al menos desde la Cumbre de Johannesburgo se habla claramente de las tres dimensiones de la sostenibilidad: social, ambiental y económica” (Cruz; Real Ferrer, 2015, p. 9, traducción libre).

Eso supuso un importante paso adelante en cuanto a la amplitud de la

sostenibilidad, ya que hasta entonces se pensaba esencialmente en cuestiones relacionadas con el medio ambiente, la naturaleza y la situación catastrófica en la que se encontraba.

En ese contexto, cabe señalar que la Agenda 2030, resultante de la Conferencia celebrada en 2015, ya en su preámbulo² subraya la importancia de equilibrar las tres dimensiones para alcanzar los objetivos y metas de desarrollo sostenible propuestos.

Se demuestra la situación de crisis global a la que se enfrenta el planeta en diversas áreas, Leff (1998, p. 15) reflexiona sobre el significado amplio de sostenibilidad, analizando la crisis ambiental y el principio de sostenibilidad:

La crisis ambiental vino a cuestionar la racionalidad y los paradigmas teóricos que han impulsado y legitimado el crecimiento económico, negando a la naturaleza. La sustentabilidad ecológica aparece así como un criterio normativo para la reconstrucción del orden económico, como una condición para la sobrevivencia humana y un soporte para lograr un desarrollo durable, problematizando las bases mismas de la producción.

Eso justifica también que la sostenibilidad sea el paradigma del siglo XXI, cuyo principal objetivo es construir o reajustar la sociedad, preparándola para mantener su existencia en las circunstancias adecuadas. Así pues, es importante destacar la importancia de la multidimensionalidad de la sostenibilidad, dado que el deterioro material/natural del planeta, junto con la pobreza, la injusticia, la segregación social y la dominación cultural y económica, es insostenible (Real Ferrer, 2012).

El principal objetivo del paradigma de la sostenibilidad es cambiar, transformar y sostener la vida en todos sus aspectos, frente a los diversos tipos de crisis que marcan los tiempos actuales. Así, “el principio de sostenibilidad surge en el contexto de la globalización como la marca de un límite y el signo que reorienta el proceso civilizatorio de la humanidad” (Leff, 1998, p. 15).

Con el objetivo de “reorientar el proceso civilizatorio de la humanidad” ante una crisis planetaria que va más allá de lo ambiental y afecta también a aspectos económicos y sociales, la sostenibilidad debe buscarse en esas tres dimensiones, dada la interconexión e interdependencia entre ellas.

² Preámbulo: “Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y las 169 metas que anunciamos hoy demuestran la escala y la ambición de esta nueva Agenda universal. Se basan en el legado de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y lograrán lo que éstos no consiguieron. Pretenden hacer realidad los derechos humanos para todos y lograr la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y las niñas. Son integrados e indivisibles y equilibran las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y medioambiental [...]” (ONUBR, 2015).

Así, al mencionar el trípode de la sostenibilidad, Calgaro y Pilau Sobrinho (2020, p. 161, traducción libre) afirman que sus dimensiones “permean una íntima relación de dependencia, ya que las acciones del mercado tienen un impacto apreciable en la vida cotidiana de la sociedad, que a su vez tendrá consecuencias para el medio ambiente”.

En ese contexto, Almeida (2007) considera que el objetivo de la sostenibilidad es pensar y actuar teniendo en cuenta las tres dimensiones juntas, en equilibrio, dado que, al observar la naturaleza, los ecosistemas, uno se da cuenta de la integración de sus procesos, dejando clara la necesidad de acciones dinámicas y transversales, ampliando las percepciones en busca del camino de la supervivencia.

En el sector empresarial se destaca el *Triple Bottom Line*, que se refiere a un concepto de gestión empresarial, centrado en la sostenibilidad de forma amplia. La propuesta de ese concepto fue realizada por John Elkington (2004) en 1994, basándose en la idea de medir los beneficios de las empresas en función del medio ambiente y de la sociedad mediante una relación sana entre ellos.

Esa idea se refiere a los tres pilares básicos – *profit, planet, people* (beneficio, planeta, personas) – que, desarrollados de forma integrada y positiva, servirían de base para que una empresa fuera considerada “sostenible”. Recordando que un trípode no puede sostenerse si falta una de sus bases, las tres perspectivas son, por tanto, igual de importantes.

Elkington (1997) subraya la necesidad de cambios extremos si se quiere impulsar a una empresa hacia la sostenibilidad, especialmente en sus resultados en relación con la triple cuenta de resultados. Subraya que algunos de los retos más interesantes no se encuentran dentro de los ámbitos que abarcan los resultados económicos, sociales y ambientales, sino entre ellos.

En ese contexto, el concepto de sostenibilidad empresarial “induce un nuevo modelo de gestión empresarial que tiene en cuenta, en el proceso de toma de decisiones, además de la dimensión económico-financiera, las dimensiones ambiental y social” (Zylbersztajn; Lins, 2010, p. xv, traducción libre).

En síntesis, la *Triple Bottom Line* centra la atención de las empresas tanto en el valor económico que aportan como en los conceptos ambientales y sociales que añaden o aniquilan (Elkington, 2004). Para Zylbersztajn y Lins (2010, p. xvi, traducción libre), se trata de una tarea esencial “vinculada al compromiso con las generaciones futuras, ya que se les debe proporcionar el mismo stock de recursos naturales y redes sociales a los que tenemos acceso hoy”.

Según Elkington (1997), para que una empresa alcance la sostenibilidad, debe producirse un cambio de paradigma. Así, uno de los pasos hacia la

sostenibilidad de una empresa es aplicar el *Triple Bottom Line*. En ese caso, se pasa del antiguo paradigma, en el que sólo predominaba el pilar financiero, al nuevo paradigma sustentado en los tres pilares: beneficio (dimensión económica) + calidad ambiental (dimensión ambiental) + justicia social (dimensión social).

Una década después de que surgiera el concepto de *Triple Bottom Line*, irrumpió en la escena empresarial un nuevo concepto formado por un acrónimo de tres letras: ESG – Environmental, Social and Governance (ambiental, social y gobernanza).

La expresión apareció en 2004, cuando el entonces Secretario General de las Naciones Unidas (ONU) – Kofi Annan – instó a cinco directores ejecutivos de grandes instituciones financieras sobre cómo insertar esos valores en el mercado de capitales. La ESG se resume básicamente en tres temas clave: transparencia, identificación de riesgos y responsabilidad. En la práctica, cada tema tiene sus propios retos. Así, “ el ESG no es una evolución de la sostenibilidad empresarial, sino la propia sostenibilidad empresarial” (Pereira, 2020, traducción libre).

Las directrices presentadas por el ESG se basan en el análisis de diversos criterios y se han establecido del siguiente modo:

E – Environment / Ambiental: Este aspecto evalúa los criterios de sostenibilidad y preservación de los recursos naturales relacionados con (i) el calentamiento global, (ii) la deforestación, (iii) la escasez de agua, (iv) la explotación irregular de materias primas, (v) la eliminación de residuos y (vi) la logística reversa.

S – Social / Social: Aquí se abordan acciones relacionadas con la comunidad en la que opera la empresa y sus públicos internos y externos, como (i) buenas prácticas relacionadas con el trabajo y la seguridad física y emocional de sus empleados, (ii) proyectos sociales, incentivos a la diversidad e inclusión social, (iii) código de protección al consumidor, (iv) Ley General de Protección de Datos (LGPD) y (v) patrocinio de programas culturales en el contexto en el que opera la empresa.

G – Governance / Gobernanza Corporativa: Son las directrices, reglas, normas y procesos que gestionan la empresa en su conjunto en sus relaciones internas y externas. Aquí es donde se tratan las cuestiones intangibles de una organización, y por ello es considerado por muchos como el más complejo de medir. Algunas buenas prácticas son: independencia del consejo, política de remuneración de los altos directivos, diversidad en la composición del consejo de administración, estructura de los comités de auditoría y fiscal, ética y transparencia (García, 2022, traducción libre).

Al analizar esos dos conceptos –*Triple Bottom Line* (TBL) y ESG- se observa que el TBL surgió primero, en 1994, y el ESG no apareció hasta diez años después. Existe, por tanto, un debate sobre si el ESG es una evolución del TBL o si se trata de enfoques diferentes. No hay consenso al respecto, ya que, aunque son muy

similares, como presentado anteriormente, difieren por definición (García, 2022).

Lo que se puede observar es que ambos conceptos engloban el trípede de la sostenibilidad, dejando claro que, más que nunca, es necesario incluir la sostenibilidad en el sector empresarial, y no sólo como una estrategia de *marketing*, sino con acciones efectivas que logren sus tres pilares.

Así, el comportamiento de las empresas en el movimiento hacia la inclusión y las responsabilidades/intereses ambientales es imprescindible. Esas organizaciones con ánimo de lucro son las principales responsables de las decisiones y acciones relacionadas con el planeta y, por lo tanto, son los agentes que están detrás de todo tipo de transformaciones deseables o no deseadas en la sociedad. En el sistema capitalista neoliberal imperante, esas empresas se mueven por el beneficio, por lo que es ingenuo pensar que abandonarán la lógica de la rentabilidad. Por lo tanto, si no se gestionan las acciones de esas empresas y no hay una evaluación efectiva de las políticas que realmente guían los cambios relacionados con la preservación del medio ambiente y la inclusión social, la sostenibilidad corporativa, o el capitalismo de *stakeholders* sugerido por la ONU como solución universal, no será más que una utopía (Romaro; Silva, 2022).

El trípede de la sostenibilidad “se perfila como un ‘concepto federador’ que ha ido definiendo progresivamente las condiciones y presupuestos jurídicos del contexto de la evolución sostenible”. En el plano internacional, la sostenibilidad está resultando un vector esencial en la política de relaciones entre Estados, como la Convención sobre el Cambio Climático y el Convenio sobre la biodiversidad (Canotilho, 2010, p. 9-10).

Por lo tanto, se puede ver la multidimensionalidad de la sostenibilidad, en la que existe una conexión entre los seres y las cosas, mostrándose multidisciplinar, ya que reúne el medio ambiente, las personas, la economía, etc. Aunque cada una de las dimensiones tenga sus particularidades, deben abordarse conjuntamente, en equilibrio, porque una complementa a la otra.

Dado ese breve contexto sobre la sostenibilidad, abarcando su idea, sus dimensiones (trípede) y cómo está siendo utilizada en el mundo empresarial, surge aquí una hipótesis sobre la posibilidad de que la sostenibilidad empresarial no sea una preocupación real por las condiciones socioambientales, dado que el mercado aprovecha las situaciones para vender, para impulsar cada vez más el sistema capitalista.

Por eso, el siguiente tema aborda reflexiones sobre la injerencia del sistema capitalista en la consecución de la sostenibilidad, así como aspectos de la política de mercado relacionados con el neoliberalismo (que influyen en la práctica de las

empresas) y la crisis de civilización derivada de los excesos cometidos en el actual contexto global.

2 El sistema económico capitalista, neoliberalismo y crisis civilizatoria

Constatada la importancia y la urgencia de implementar la sostenibilidad (de forma eficaz y eficiente) y el advenimiento de las prácticas ESG, hay que dejar claro que las posibilidades de consumación y éxito se dan en un contexto capitalista.

Por tanto, debe quedar claro de antemano que,

Como el ciclo de la reproducción implica tanto la producción como la distribución, de lo contrario todo el asunto no funcionaría, el capitalismo es estructuralmente incompleto. Abolir la organización empresarial es tirar el grano con la paja. No abordar el problema de la renta y el empleo de forma institucionalmente organizada es una irresponsabilidad. Discursos cosméticos aparte, la realidad es que estamos llegando a los límites económicos y políticos de la estabilidad social (Dowbor, 1998, p. 71, traducción libre).

Esa superación de los límites es preocupante, sobre todo en lo que se refiere a la falta de homogeneidad. En otras palabras, la desigualdad de ingresos, la explotación, las crisis económicas, los impactos socioambientales, el consumismo, etc. son factores que generan inseguridad en el medio gregario que vivencia el capitalismo.

En ese sentido, Celso Luiz Ludwig, en una entrevista, señala que Karl Marx, como es bien sabido, pretendía la suplantación del capitalismo por el socialismo o comunismo para la supervivencia humana. Así pues, ante el planteamiento de que la lógica capitalista arruina la vida humana y el medio ambiente, la humanidad – si quiere sobrevivir – debe necesariamente superar el sistema económico imperante en la actualidad (Mello; Souza; Soares, 2010).

Por otra parte, puede decirse que esos dos paradigmas de sociedad – capitalismo y socialismo –, cada uno con sus propias teorías y concepciones, aunque sean contrarias, se complementan. Aunque parten de concepciones diferentes – la primera del mercado y la segunda de las necesidades humanas –, ambas apoyan una salida universal para toda la humanidad, vinculando su fórmula a la promesa de un futuro glorioso surgido de su magnetismo (Mello; Souza; Soares, 2010).

El hecho es que el capitalismo rige las relaciones socioeconómicas globales en la actualidad, siendo sus principales aspectos la propiedad privada, el libre mercado, la búsqueda del beneficio, el impulso de la globalización, variando de un país a otro en términos de regulación, seguridad y políticas económicas.

El sistema económico en cuestión desempeña un papel central, a pesar de estar sujeto a ciclos de crecimiento y recesión. Con críticas y desafíos para mitigar sus impactos negativos, el motor del capitalismo es la competencia y su principal adversidad, mencionada anteriormente, es la desigual distribución de la renta.

Además, se destaca el neoliberalismo como corriente política y económica que influye en la aplicación del capitalismo. Son conceptos distintos pero relacionados, hasta el punto de que el sistema neoliberal surgió inmediatamente después de la “II Guerra Mundial, en las regiones capitalistas de Europa y Norteamérica. Fue una vehemente reacción teórica y política contra el intervencionismo y el Estado del bienestar” (Anderson, 1995, p. 9, traducción libre).

Durante el periodo en que Estados Unidos ostentó en exclusiva el liderazgo mundial, el neoliberalismo surgió como ideología predominante. Dicha ideología pretende contrarrestar la crisis del Estado-nación utilizando el comercio y las nuevas tecnologías (Marrach, 1996).

Tanto el neoliberalismo como el capitalismo sostienen que la competencia y la búsqueda de beneficios son esenciales para la eficacia económica. El primero aboga por una reducción de la intervención estatal en la economía, incluida la reducción del gasto público y la privatización (que tiende a agravar los problemas sociales y ambientales).

Mientras que el liberalismo clásico, de la época de la burguesía emergente, proponía los derechos del hombre y del ciudadano, incluido el derecho a la educación, el neoliberalismo pone el acento en los derechos del consumidor más que en las libertades públicas y democráticas y cuestiona la implicación del Estado en el apoyo a los derechos sociales. Representa una regresión en el ámbito social y político y corresponde a un mundo en el que el sentido social y la solidaridad atraviesan una grave crisis (Marrach, 1996, p. 42-43, traducción libre).

En ese sentido, bajo el neoliberalismo se produce la desregulación de “las actividades económicas por parte del Estado, la privatización de las empresas productivas estatales, la privatización de las organizaciones e instituciones gubernamentales relacionadas con la vivienda, el transporte, la educación, la salud y la previsión social” (Ianni, 1998, p. 28, traducción libre).

El neoliberalismo se caracteriza, por tanto, por la eliminación o flexibilización de las regulaciones comerciales, laborales y ambientales que limitan la actividad económica privada. Esa corriente de pensamiento económico y político “ se inserta fácilmente en la sociedad dirigida de los llamados países avanzados, en la que el ciudadano ha sido reducido a mero consumidor, y está creciendo en Brasil y otros países de América Latina [...]” (Marrach, 1996, p. 43, traducción libre).

Así, cuando se reflexiona sobre la combinación de neoliberalismo y capitalismo desde la perspectiva de la eficacia de la sostenibilidad en todas sus dimensiones, el contexto que emerge es el de una crisis de civilización. En ese sentido, la “llamada “victoria del capitalismo” demuestra que la crisis del capitalismo es la crisis de la civilización occidental” (Mello; Souza; Soares, 2010, p. 23, traducción libre).

Desde esa perspectiva, es importante darse cuenta de que

[...] no hay ninguna solución a la vista si no es a través de cambios esenciales en el propio sistema de acumulación de capital vigente en la actualidad. Superar la crisis del capitalismo exige ahora ir más allá de la civilización occidental. Más allá de la modernidad. ¿Por qué habría de ser así? Porque nos enfrentamos a una crisis de civilización, y no sólo a la crisis de las relaciones sociales de producción, aunque la crisis pasa por ellas. La alternativa tendrá que ser una alternativa a esta civilización. Estamos, pues, no sólo ante la crisis del capitalismo, sino también ante una crisis del concepto fundacional de la modernidad. Como consecuencia, se deshace la polarización tradicional entre capitalismo y socialismo. Estos dos polos están inscritos en la civilización occidental: la modernidad. Algunos apuntan a la posmodernidad, otros a la hipermodernidad, los hay que miran hacia atrás –los premodernos- y también los hay que apuntan hacia la transmodernidad, o el poscolonialismo, o incluso el decolonialismo, sin perder de vista el fuerte sentido de la centralidad del trabajo en el horizonte de la producción de un vivir, y vivir mejor. En lugar de la polarización capitalismo/socialismo, está surgiendo una nueva polarización, que es la polarización capitalismo/vida, capitalismo/supervivencia de la humanidad (Mello; Souza; Soares, 2010, p. 23, traducción libre).

Esa consideración, la de que el capitalismo ya no se opone al socialismo, es impactante y capaz de generar perturbaciones. Si la polarización ha cambiado y el sistema económico en cuestión compite actualmente por un espacio en relación con la supervivencia de la especie humana, es señal de que se está en un camino turbulento que requiere unos cambios rigurosos. Las prácticas de sostenibilidad y ESG se presentan como una alternativa, aunque su efectividad debe establecerse.

Teniendo en cuenta que la sostenibilidad es la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras y que el capitalismo se basa en la búsqueda del beneficio, el fortalecimiento de la propiedad privada y la competencia en el mercado, está claro que son conceptos que no siempre se alinean a la perfección, pero la interacción es intrínseca.

La crítica al consumo excesivo que proporciona el capitalismo aumenta la explotación insostenible de los recursos naturales, por ejemplo. Luego, si las empresas buscan maximizar los beneficios, es evidente que sus prácticas no siempre tienen en cuenta los impactos ambientales que pueden derivarse, sobre todo a

largo plazo, lo que va en detrimento de la calidad de vida. Lo ESG arroja luz sobre el cambio.

De ese modo, queda claro que la regulación (dejada de lado por el ideal neoliberal) es fundamental para garantizar la sostenibilidad en una sociedad capitalista. En ese sentido, las normas de emisión, las normas de eficiencia energética, las políticas de gestión de residuos, entre otras, son fundamentales para buscar el equilibrio y la responsabilidad (incluida la de las empresas) en relación con el planeta y los seres vivos que lo habitan.

Byung-Chul Han presenta una reflexión muy importante en el sentido de que “cuanto más iguales son las personas, más aumenta la producción; ésta es la lógica actual; el capital necesita que todos seamos iguales, incluso los turistas; el neoliberalismo no funcionaría si las personas fueran diferentes” (GELI, 2018, traducción libre).

Eso demuestra que se vive en otra época, en la que el consumismo y la sobrecomunicación campan a sus anchas (creando una crisis de civilización). La estandarización, la producción en masa y la cultura del consumo de usar y tirar agravan aún más las perspectivas de sostenibilidad en el futuro.

En ese punto, Han añade que “el mundo está al límite de su capacidad; quizá se produzca un cortocircuito y recuperemos ese animal original” (GELI, 2018, traducción libre). Así pues, la sostenibilidad y la ESG representan un intento de equilibrar los objetivos de beneficio y crecimiento económico con las preocupaciones ambientales, sociales y de gobernanza, creando un enfoque holístico, lo cual es bastante arduo.

Por lo tanto, una forma de mitigar los problemas que surgen junto con el neoliberalismo y los excesos del capitalismo es a través del consumo sostenible, es decir, mediante el uso y la adquisición de productos y servicios que tienen como objetivo minimizar el impacto socioambiental, preservando la naturaleza y proporcionando bienestar humano (aunque hay que tener en cuenta que, debido a la desigualdad de ingresos, lograr un consumo sostenible resulta una tarea costosa). Se aborda el tema en el siguiente fragmento.

3 Consumo sostenible como alternativa a la crisis de civilización derivada del sistema capitalista neoliberal

Sostenibilidad es mantenimiento y requiere el desarrollo de acciones que vayan en la dirección de la preservación y recuperación del planeta, de la sociedad, de una economía más humana y del respeto a la dignidad de la persona humana.

Toda la sociedad es responsable, y eso incluye a los gobiernos, las empresas, las organizaciones sociales y cada individuo.

El consumo desenfrenado estimulado por el capitalismo neoliberal actual tiene un impacto grave y negativo en el medio ambiente, lo que provoca un aumento de la crisis socioambiental y de civilización humana. Por eso es necesario replantearse los hábitos de vida y fomentar la educación hacia un consumo más consciente y responsable.

El modelo de consumo (mundial) que prevalece actualmente aumenta la presión sobre los recursos de la naturaleza. Con el advenimiento de la tecnología y la aparición de nuevos bienes de consumo, aumenta el deseo de adquirir cada uno de los nuevos productos del mercado, sea cual sea la situación socioeconómica del individuo. Sin embargo, la producción está mucho más orientada hacia un consumo verticalizado, en el que los nuevos bienes de consumo disponibles suelen llegar a las rentas medias y altas. Ya no se trata de consumir sólo para comer, vestirse y habitar. Actualmente, el mercado estimula nuevos deseos, incluso para aquellos que no tienen ni siquiera lo mínimo para sobrevivir, generando aún más desigualdad (Giansanti, 1998).

Consumir se ha convertido en el centro de todas las relaciones en una sociedad en la que prevalece el sistema económico capitalista. El consumo desenfrenado es la necesidad de comprar indiscriminadamente por placer, por diversión o incluso para satisfacer algún sentimiento y eso acaba generando la llamada “cultura del despilfarro”, que es un desorden cultural, social y social. El despilfarro es la cultura del desorden y puede conducir a la escasez. Por eso, es esencial que ese consumo desenfrenado y esa cultura del despilfarro se combatan desde las dimensiones que rigen la sostenibilidad, aportando una mayor conciencia ambiental, social, económica y humana. Ser consciente de lo que se consume es el primer paso hacia el consumo sostenible.

En ese sentido, es interesante presentar las diferencias entre “consumo” y “consumismo”:

[...] El “consumismo” es un tipo de arreglo social resultante del reciclaje de los deseos y anhelos humanos rutinarios, permanentes y, por así decirlo, “neutrales al régimen”, convirtiéndolos en la *principal fuerza motriz y operativa* de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración y estratificación social, así como la formación de los individuos humanos, al tiempo que desempeña un papel importante en los procesos de autoidentificación individual y grupal, así como en la selección y ejecución de las políticas de vida individuales. [...] Al contrario que el consumo, que es básicamente una característica y una ocupación de los seres humanos como individuos, el consumismo es un atributo de la *sociedad*. Para

que una sociedad adquiera ese atributo, la capacidad profundamente individual de querer, desear y apetecer debe ser, al igual que la capacidad de trabajo en la sociedad de productores, desvinculada (“alienada”) de los individuos y reciclada/reificada en una fuerza externa que ponga en marcha la “sociedad de consumo” y la mantenga en funcionamiento como forma específica de convivencia humana, al tiempo que establece parámetros específicos para las estrategias de vida individuales que resultan eficaces y manipula las probabilidades de elección y conducta individuales (Bauman, 2008, p. 41).

Así, a diferencia del consumo, que es algo intrínseco a la vida de los individuos, el consumismo se caracteriza por ser el acto de consumir un producto impulsado por el deseo, es decir, sin necesidad de poseer algo, lo que a menudo se produce por la influencia de los medios de comunicación, la sociedad y por pertenecer a un determinado grupo.

La cultura del consumo se caracteriza por el deseo de consumir, desechar (cultura del despilfarro) y apreciar las novedades del mercado. Así pues, para la cultura de consumo, sólo lo nuevo tiene valor y, en consecuencia, los individuos sólo sienten que pertenecen a la sociedad cuando consumen, en otras palabras, sus vidas se rigen por el acto de consumir (Pereira; Calgaro; Pereira, 2011).

Así, “la cultura del consumo está marcada por una presión constante para que seamos *alguien más*” (Bauman, 2008, p. 41). Como tal, la lógica del consumismo “se define como la manipulación del consumidor y del valor simbólico del consumo, constituyendo en última instancia un sistema totalitario que induce a la insaciabilidad en la búsqueda de una felicidad inalcanzable” (Pereira; Calgaro; Pereira, 2011, p. 34, traducción libre).

Además de los problemas individuales generados por la cultura del consumo, existe el problema relacionado con la expansión desenfrenada de la producción, que tiene consecuencias devastadoras para el medio. Boff (2015, p. 168, traducción libre) explica que “los modelos dominantes de producción y consumo están causando la devastación del medio ambiente, el agotamiento de los recursos y una extinción masiva de especies”. Por eso ya no es posible pensar en el consumo sin tener en cuenta la sostenibilidad. Es urgente un cambio de paradigma hacia al consumo sostenible.

El derecho a un medio ambiente ecológicamente equilibrado, la sostenibilidad y el consumo son factores esenciales para garantizar una buena calidad de vida, tanto para las generaciones presentes como para las futuras. Sin embargo, para ello es necesario que la sociedad se movilice a través de un pacto social en busca de una gobernanza global sostenible. La propuesta de un consumo sostenible debe hacerse llegar a todos a través de la educación del consumidor, que puede

contribuir a concienciar a la sociedad y a mitigar diversos problemas relacionados al medio ambiente (Sarreta, 2007).

Consumo sostenible significa ofrecer servicios y productos relacionados que satisfagan las necesidades básicas y proporcionen una mejor calidad de vida, reduciendo al mismo tiempo el uso de recursos naturales y sustancias tóxicas, así como las emisiones de residuos y contaminantes durante el ciclo de vida del servicio o producto, con la idea de no amenazar las necesidades de las generaciones futuras (PNUD, 1998, p. 65, traducción libre).

Así, entre los derechos y deberes de los consumidores destaca el consumo sostenible, dado que los recursos naturales son limitados y urge educar y orientar sobre un consumo consciente, responsable y en armonía con la sostenibilidad (Sarreta, 2007).

Una vez más, se destaca la importancia de cambiar el estilo de vida y los hábitos de consumo de toda la sociedad, ya que es el primer paso para preservar el medio ambiente, cuidar el planeta y lograr la sostenibilidad en todas sus dimensiones, aunque sea en un contexto neoliberal y capitalista. Por lo tanto, “en lo que respecta a las propuestas de cambios en los patrones de consumo hacia la sostenibilidad, los objetivos principales deben ser la preservación de los recursos naturales y la calidad de vida de la población” (Cortez, Ortigoza, 2007, p. 12, traducción libre).

Así pues, el consumo sostenible pretende revolucionarlo todo, desde la producción hasta los hábitos de consumo. En ese sentido, es fundamental que los consumidores busquen información sobre las empresas que los abastecen, sobre el proceso de producción de lo que van a consumir, comprobando que hay preocupación ambiental, que no hay trabajo esclavo, que la empresa realmente pone en práctica acciones ESG. Por eso, los consumidores no sólo deben prestar atención “al precio y la calidad de los bienes y servicios que se ofrecen, sino también al comportamiento de las empresas en lo que respecta a su responsabilidad ética y socioambiental” (Idec, 2019, traducción libre).

Para que el consumo sostenible arraigue realmente en la sociedad, la educación del consumidor debe ser un factor preponderante, y se puede hacer desde los primeros años en las escuelas, en el seno de la familia, a través de políticas públicas gubernamentales orientativas y acciones en la sociedad, acciones ESG por parte de las empresas, a través de leyes de consumo, entre otras muchas posibilidades. En tal sentido,

La idea de un consumo consciente y sostenible no se limita únicamente a un cambio en el comportamiento de los consumidores, sino también a cambios tecnológicos por parte de los proveedores, en los que esas tecnologías se utilicen de forma que

preserven el medio ambiente y la comunidad de ciudadanos. Por lo tanto, es evidente que, para hacer realidad esas premisas de la educación ciudadana, que permitirán el desarrollo de una idea de consumo sostenible, que podría ser la característica del siglo XXI, entrelazada con perspectivas ambientales, es necesario consolidar e implementar políticas públicas educativas que desarrollen ambientes de aprendizaje y posibiliten la vivencia de procesos creativos y de construcción del sujeto y, al mismo tiempo, posibiliten el acceso a la información global de manera crítica y reflexiva y, de esa forma, estimular el consumo sostenible (Pereira; Calgario; Pereira, 2011, p. 43, traducción libre).

La Agenda 2030 para el desarrollo sostenible incluye, entre sus 17 objetivos, el Objetivo 12, que pretende garantizar modelos de producción y consumo sostenibles.

En ese contexto, con el advenimiento de la Ley n. 14.181/2021, que trae actualizaciones a la legislación de consumo, específicamente al CDC – El Código de Defensa del Consumidor inserta la idea de consumo sostenible, alterando la Política Nacional de Defensa del Consumidor (PNDC) con la adición de un nuevo principio, que se establece en el art. 4, IX, referente a la “promoción de acciones dirigidas a la educación financiera y ambiental de los consumidores” (Marques; Miragem, 2020, traducción libre).

El consumo sostenible, por tanto, es una forma de consumir capaz de garantizar no sólo la satisfacción de las necesidades de las generaciones actuales, sino también de las futuras. Eso significa optar por el consumo de bienes producidos con tecnología y materiales menos nocivos para el medio ambiente, por el uso racional de los bienes de consumo, evitando el despilfarro y los excesos, y también, después del consumo, cuidando de que los posibles residuos no causen la degradación del medio ambiente.

El debate sobre el “consumo sostenible” se revela como una forma de luchar contra el “desarrollo irresponsable y el crecimiento económico a toda costa”. Ante la constatación de que el fin último del proceso de producción es el consumo, la educación del consumidor centrada en crear consumidores más conscientes y responsables es un proyecto preventivo de gran eficacia (Cortez; Ortigoza, 2007, p. 13, traducción libre).

Dadas esas consideraciones, se puede percibir la conexión entre los consumidores finales y la sostenibilidad corporativa, ya que los consumidores están directamente relacionados con el progreso y el avance de la sostenibilidad corporativa cuando, a través de elecciones más conscientes en sus hábitos de consumo diarios, acaban eligiendo productos de empresas que actúan a favor de mejoras ambientales, sociales y humanitarias. Considerar dichos factores a la hora de elegir los productos que se van a consumir es un paso adelante para toda la sociedad.

Conclusión

La interconexión de la sostenibilidad multidimensional, ESG y la sociedad de consumo, dentro del escenario neoliberal y capitalista, es cada vez más evidente. La búsqueda efectiva de beneficios debe evolucionar cada vez más para incorporar preocupaciones relacionadas con el bienestar social y ambiental.

Al reflexionar sobre la sostenibilidad de las empresas y el consumo sostenible, es evidente que se trata de cuestiones relacionadas con la resiliencia, la construcción de un sistema equitativo y responsable desde el punto de vista socioambiental. Así pues, las estrategias de las empresas en favor del consumo sostenible son importantes, pero deben ser eficaces en la práctica.

Los excesos derivados del neoliberalismo y del sistema capitalista en general ponen en peligro la promoción del consumo sostenible. En ese sentido, se sabe que el trípode de la sostenibilidad y la sostenibilidad de las empresas tienen un valor importante, una tendencia frente a las preocupaciones mundiales, sobre todo poniendo de relieve a la práctica ESG.

Se entiende que la sostenibilidad crea ventajas competitivas, mejora la reputación de la empresa y fortalece las relaciones con los grupos de interés, pero, por otro lado, no se puede ignorar que en ocasiones el mercado puede aprovechar situaciones de cuidado medioambiental para simplemente potenciar aún más sus ansias capitalistas. Puede tratarse de un nicho de mercado que se presenta a sí mismo como “ecológico”, pero que en realidad sólo quiere sacar provecho de la “ola” ecologista que está floreciendo en todo el mundo.

Demostrar que las decisiones de la empresa se toman con conciencia medioambiental puede ser una forma de promocionarse ante los consumidores. Sin embargo, aunque así sea, es una forma importante de ayudar a mitigar los impactos ambientales nocivos para la supervivencia de la humanidad, contribuyendo a la promoción del consumo sostenible, se espera que esta intención sea genuina y que pueda establecerse en pequeñas, medianas y grandes empresas.

Referencias

- ALMEIDA, F. *Os desafios da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. *E-book*.
- ANDERSON, P. Balanço do neoliberalismo. In: SADER, E.; GENTILI, P. (org.) *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o Estado democrático*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995. p. 9-23.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BOFF, L. *Sustentabilidade: o que é: o que não é*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

- BOSSSELMANN, K. *The principle of sustainability: transforming law and governance*. Burlington: Ashgate, 2008.
- BRASIL. *Lei n. 14.181, de 1º de julho de 2021*. Altera a Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei n. 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Brasília, DF: Presidência da República, [2023]. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14181.htm. Acesso: 5 de setembro. 2023.
- CALGARO, C.; PILAU SOBRINHO, L. L. Sustentabilidade e os problemas socioambientais na sociedade consumocentrista. *Revista da Faculdade de Direito da UFMG*, [S.l.], n. 76, p. 155-182, jan. 2020. Disponível em <https://www.direito.ufmg.br/revista/index.php/revista/article/view/2083>. Acesso: 2 de setembro. 2023.
- CANOTILHO, J. J. G. O princípio da sustentabilidade como princípio estruturante do Direito Constitucional. *Têkhne*, Barcelos, n. 13, p. 7-18, 2010. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tek/n13/n13a02.pdf>. Acesso: 2 de setembro. 2023.
- CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (org.). *Consumo sustentável: conflitos entre necessidade e desperdício*. São Paulo: Editora Unesp, 2007.
- CRUZ, P. M.; REAL FERRER, G. Direito, sustentabilidade e a premissa tecnológica como ampliação de seus fundamentos. *Sequência*, Florianópolis., v. 36, n. 31, p. 239-278, 2015. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/sequencia/article/view/2177-7055.2015v36n71p239>. Acesso: 5 de março. 2023.
- DOWBOR, L. Capitalismo: novas dinâmicas, outros conceitos. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 64-76, 1998.
- ELKINGTON, J. *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*. London: Capstone, 1997.
- ELKINGTON, J. Enter the Triple Bottom Line. In: HENRIQUES, A.; RICHARDSON, J. (ed.). *The triple bottom line, does it all add up? Assessing the sustainability of business and CSR*. London: Earthscan, 2004. p. 1-16.
- GARCIA, R. T. Análise comparativa entre Triple Bottom Line e ESG na gestão de sustentabilidade das empresas. *Ready*, 25 mar. 2022. Disponível em <https://readyag.com.br/blog/analise-comparativa-entre-triple-bottom-line-e-esg-na-gestao-de-sustentabilidade-das-empresas/>. Acesso: 31 de agosto. 2023.
- GELI, C. Byung-Chul Han: “Hoje o indivíduo se explora e acredita que isso é realização”. *El País*, 7 fev. 2018. Disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/cultura/1517989873_086219.html. Acesso: 5 de março. 2023.
- GIANSANTI, R. *O desafio do desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Atual, 1998.
- IANNI, O. Globalização e neoliberalismo. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 27-32, 1998.
- IDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Consumo sustentável: o que fazer por nós e pelo planeta*. São Paulo: Idec, 2019. Disponível em: <https://idec.org.br/publicacao/consumo-sustentavel-o-que-fazer-por-nos-e-pelo-planeta>. Acesso: 5 de setembro. 2023.
- LEFF, E. *Saber ambiental: sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder*. Ciudad de México: Siglo Veintiuno, 1998.
- MARQUES, C. L.; MIRAGEM, B. “Serviços simbióticos” do consumo digital e o PL 3.514/2015 de atualização do CDC. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 132, p. 91-118, nov./dez 2020.

MARRACH, S. A. Neoliberalismo e educação. In: SILVA JR., C. A. et al. (Org.) *Infância, educação e neoliberalismo*. São Paulo: Cortez, 1996. p. 24-56.

MELLO, E. G.; SOUZA, M. S.; SOARES, M. A. Entrevista com Prof. Dr. Celso Luiz Ludwig (UFPR). *Disenso: Revista de Graduação do PET-DIREITO-UFSC*, Florianópolis, v. 1, n. 2, p. 13-24, 2010.

ONUBR – NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. *A Agenda 2030*. Brasília, DF: ONU, 2015. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>. Acesso: 1 de septiembre. 2023.

PEREIRA, A. O. K.; CALGARO, C.; PEREIRA, H. M. K. Educação e políticas públicas como possibilidades de criação de um consumo ambientalmente sustentável. In: REIS, J. R. (org.). *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011. p. 27-46.

PEREIRA, C. O ESG é uma preocupação que está tirando seu sono? Calma, nada mudou. *Exame*, out. 2020. Disponível em <https://exame.com/colunistas/carlo-pereira/esg-o-que-e-como-adotar-e-qual-e-a-relacao-com-a-sustentabilidade/>. Acesso: 31 de agosto. 2023.

PNUD – PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. *Consumo sustentável*. Tradução Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/ IDEC/Consumers International, 1998.

REAL FERRER, G. Calidad de vida, medio ambiente, sostenibilidad y ciudadanía ¿Construimos juntos el futuro? *Revista NEJ – Eletrônica*, v. 17, n. 3, p. 305-326, set./dez. 2012. Disponível em <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/nej/article/view/4202/2413>. Acesso: 2 de septiembre. 2023.

ROMARO, P.; SILVA, A. V. B. Significados e praxis do ESG. In: ROMARO, P.; SERRALVO, F. A. (Org.). *ESG: uma visão plural*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022. p. 233-248. Disponível em <https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/graduacao/cursos/administracao/esg-uma-visao-plural-site-puc.pdf>. Acesso: 1 de septiembre. 2023.

SARRETA, C. R. L. *Meio ambiente e consumo sustentável: direitos e deveres do consumidor*. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2007.

UNESCO DECLARA que a educação ambiental deve ser um componente curricular básico até 2025. *Unesco*, 25 maio 2021. Disponível em <https://pt.unesco.org/news/unesco-declara-que-educacao-ambiental-deve-ser-um-componente-curricular-basico-ate-2025>. Acesso: 5 de septiembre. 2023.

ZYLBERSZTAJN, D.; LINS, C. Evidência de novos tempos. In: ZYLBERSZTAJN, D.; LINS, C. (Org.) *Sustentabilidade e geração de valor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. xv.

SOBRE LOS AUTORES

Alessandra Vanessa Teixeira

Postdoctoranda en el Programa de Postgrado en Derecho de la Universidade de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo/RS, Brasil. Doctora en Ciencias Jurídicas por la Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Itajaí/SC, Brasil. Máster en Derecho por la UPF. Especialista en Derecho Público por la Faculdade Meridional (IMÉD), Passo Fundo/RS, Brasil. Licenciada en Derecho por la UPF. Abogada.

Liton Lanes Pilau Sobrinho

Postdoctorado en Derecho por la Universidad de Sevilla (US), Sevilla, España. Doctor en Derecho por la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo/RS, Brasil. Máster en Derecho por la Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), Santa Cruz do Sul/RS, Brasil. Licenciado en Derecho por la Universidade de Cruz Alta (Unicruz), Cruz Alta/RS, Brasil. Profesor y Coordinador del Programa *Stricto Sensu* (Maestría en Derecho) de la Universidade do Passo Fundo (UPF), Passo Fundo/

RS, Brasil, y coordinador de la Oficina del Consumidor. Profesor del Programa *Stricto Sensu* (Maestría y Doctorado) en Ciencias Jurídicas de la Universidade do Vale do Itajaí (Univali), Itajaí/SC, Brasil.

Talissa Truccolo Reato

Postdoctoranda en el PPGCTA de la Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Chapecó/SC, Brasil. Doctora en Derecho por el programa PPGDir de la Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul/RS, Brasil. Máster en Derecho por el programa PPGD de la Universidad de Passo Fundo (UPF), Passo Fundo/RS, Brasil. Realizó prácticas de investigación (actividades docentes e investigadoras) en la Faculdade de Direito da Universidade de Sevilla (US), Sevilla, España. Especialización en Derecho Procesal en la Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e Missões (URI), Erechim/RS, Brasil. Licenciado en Derecho por la URI. Profesora del Curso de Derecho de la UPF. Profesor de Derecho y del Programa de Postgrado (Maestría y Doctorado) en Derecho de la UCS. Abogada.

Participación de los autores

Todos los autores han contribuido por igual a este artículo.

Cómo citar este artículo (ABNT):

TEIXEIRA, A. V.; PILAU SOBRINHO, L. L.; REATO, T. T. Sostenibilidad y ESG: el consumo sostenible en el escenario neoliberal. *Veredas do Direito*, Belo Horizonte, v. 21, e212633, 2024. Disponible en <http://www.domhelder.edu.br/revista/index.php/veredas/article/view/2633>. Acceso: día de mes. año.