

NARRATIVAS SOBRE SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE NO TIKTOK¹

Jéssica Baptista²

RESUMO

Este trabalho analisa práticas discursivas sustentáveis produzidas pelo perfil “Verdes Marias” no TikTok. Por meio de um estudo de caso, investiga-se como as *narrativas do eu* (Oliveira, 2020) operam como estratégias comunicacionais para incentivar práticas de consumo mais conscientes, promovendo a reconexão com a natureza (Krenak, 2020) e a ressignificação dos sentidos do consumo (Miller, 2007; 2013). A análise evidencia o uso do corpo, dos afetos e do cotidiano como formas potentes de engajamento, capazes de mobilizar imaginários e contribuir para a construção de futuros sustentáveis e não hegemônicos.

PALAVRAS-CHAVE

Narrativas do eu; Sustentabilidade; TikTok; Verdes Marias; Consumo consciente

INTRODUÇÃO

As plataformas digitais vêm desempenhando, nos últimos anos, um papel importante na articulação de novas formas de expressão, engajamento e circulação de narrativas sobre o tema da sustentabilidade. Em um contexto marcado pela crise ambiental e pela urgência climática, observa-se a emergência de práticas comunicacionais nas redes sociais digitais que questionam os hábitos de consumo, colocando em pauta a necessidade de outras formas de consumir menos nocivas à natureza. Este artigo insere-se nesse contexto ao analisar, a partir de um estudo de caso, as práticas discursivas sustentáveis veiculadas pelo perfil “Verdes Marias” no TikTok, com o objetivo de compreender como narrativas pessoais e afetivas se articulam como estratégias de sensibilização e mobilização social.

Ao investigar as narrativas do eu (Oliveira, 2020) mobilizadas nos vídeos do perfil, busca-se evidenciar de que modo essas construções subjetivas, que entrelaçam corpo,

¹Trabalho apresentado para o GT 4: Futuros Ancestrais, integrante da programação da 22^a Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom 2025, realizado de 29 a 31 de outubro de 2025.

²Bolsista Qualitec sênior UERJ. Doutora em Comunicação PPGCOM UERJ. Contato: jessicabsventura@gmail.com

cotidiano e afetos funcionam como ferramentas comunicacionais capazes de estimular práticas de consumo mais conscientes. Em diálogo com Krenak (2020), comprehende-se que tais narrativas buscam, em alguma medida, promover uma reconexão com a natureza, entendida aqui como parte constitutiva da existência e não como recurso a ser explorado. Nesse sentido, o trabalho analisa como as micropráticas individuais partilhadas em rede produzem narrativas coletivas, afetivas e simbólicas sobre o consumo.

Além disso, parte-se da perspectiva antropológica de Daniel Miller (2007; 2013), para quem o consumo deve ser entendido em sua complexidade cultural e social, e não somente sob o viés econômico. Assim, os sentidos do consumo narrados em rede são ressignificados abrindo espaço para outros modos de viver e consumir. A análise dos conteúdos das “Verdes Marias” evidencia como essas narrativas audiovisuais, inscritas em um espaço dinâmico como o TikTok, produzem imaginários alternativos contribuindo para a construção de futuros mais sustentáveis, sensíveis e plurais.

METODOLOGIA

Esta análise adota uma abordagem qualitativa, orientada por um olhar de inspiração socioantropológica. Realizamos um estudo de caso do perfil “Verdes Marias” na plataforma TikTok. O perfil, criado e mantido por três irmãs, apresenta a seguinte descrição: “Três irmãs que te ajudam a ser sustentável sem chatice”, o que já indica a proposta de descomplicar o discurso ambientalista e torná-lo mais próximo da vida comum. Com mais de 524 mil seguidores e 8,9 milhões de curtidas³, o perfil está presente também em redes como o Instagram com cerca de 232 mil seguidores⁴ e no Youtube com mais de dois mil inscritos⁵. Consideramos a partir dos dados apresentados, que a escolha do perfil é relevante para a investigação das práticas discursivas sustentáveis em circulação nas redes sociais contemporâneas.

Partindo da noção de narrativas do eu (Oliveira, 2020), observamos como o engajamento sustentável se constrói por meio da exposição do cotidiano, do uso do corpo

³Tiktok Verdes Marias. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@verdesmarias> Acesso em: 09 jul.2025

⁴Instagram Verdes Marias. Disponível em: <https://www.instagram.com/verdesmarias/> Acesso em: 09 jul.2025

⁵Youtube Verdes Marias. Disponível em: <https://www.youtube.com/@verdesmarias1386> Acesso em: 09 jul.2025

como linguagem e da construção de vínculos com a audiência. O corpus da pesquisa foi construído a partir de uma amostra intencional, definida com base nos temas que geraram maior engajamento no perfil “Verdes Marias”. Entre os conteúdos analisados, destaca-se a publicação relacionada à #buchavegetal, um dos assuntos recorrentes que mobiliza expressivamente curtidas, comentários e compartilhamentos. A opção por esse recorte específico se justifica tanto pela repercussão junto ao público quanto pela centralidade do tema na proposta de reconexão com práticas sustentáveis e não industrializadas no cotidiano. Será analisado, neste estudo, o vídeo com maior número de visualizações sobre o uso da bucha vegetal, publicado em dezembro de 2022, no qual as criadoras abordam, de forma didática os benefícios ambientais da substituição da esponja sintética por alternativas biodegradáveis.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As transformações nas práticas de consumo e nas formas de narrar o cotidiano têm encontrado nas redes sociais digitais um espaço privilegiado de visibilidade e engajamento. Ao partilharem seus hábitos sustentáveis no TikTok, as criadoras do perfil “Verdes Marias” mobilizam o que Oliveira (2020) denomina narrativas do eu, construções discursivas em que o sujeito se apresenta, compartilha experiências e constrói sentidos a partir de sua própria trajetória. Nesse contexto, a exposição do cotidiano não se resume a um relato pessoal, mas atua como estratégia comunicacional que busca gerar identificação, afetar e mobilizar o outro para a causa ambiental. As irmãs, ao falarem de suas escolhas de consumo, seus erros, aprendizados e alternativas sustentáveis, oferecem ao público informação.

Essas narrativas do eu, marcadas por uma partilha sobre como consumir objetos dialogam com a proposta de reconexão com a natureza formulada por Krenak (2020). Para o autor, a crise ambiental é também uma crise de sensibilidade, decorrente da separação entre humanidade e natureza promovida pela modernidade ocidental. Nesse sentido, os relatos das “Verdes Marias” funcionam como pequenas ações que incentivam o resgate de vínculos com a terra, com os ciclos naturais e com os modos de vida que não se estruturam apenas pelo acúmulo e descarte. Ao mostrar, por exemplo, o que carregam

nas bolsas, como reaproveitam embalagens ou preferem consertar objetos em vez de descartá-los, as irmãs constroem um imaginário alternativo de consumo.

A perspectiva de Daniel Miller (2007; 2013) contribui para aprofundar essa análise ao propor que o consumo deve ser compreendido em sua dimensão simbólica e relacional. Em sua teoria da “vida social dos objetos”, Miller aponta que os objetos não são somente utilitários, mas produzem e organizam relações sociais. No caso das “Verdes Marias”, há um esforço consciente de ressignificar objetos marginalizados pelo consumo hegemônico, como roupas usadas, eletrodomésticos quebrados ou plásticos descartáveis, que ganham nova centralidade ao serem reutilizados, reparados ou adaptados para novos fins.

ANÁLISE

O vídeo analisado foi publicado em dezembro de 2022 e aborda o uso da bucha vegetal como alternativa à esponja de plástico para lavar louça. A publicação contabilizou mais de 300 mil curtidas, cerca de 5.500 comentários e mais de 7 mil compartilhamentos. Na legenda estava escrito “Troque sua esponja de plástico poluente pela #buchavegetal que é uma planta e lava louça igual. A gente ama essa #microrrevolução. Seguido das hashtags #sustentável #sustentabilidade.” No vídeo narrado por uma das criadoras do perfil, ela diz:

Isso é uma bucha vegetal que a gente utiliza para lavar louça no lugar da esponja de plástico, que não é reciclado. Você vai cortando, e ela rende várias buchas. A gente adora esse micro revolução porque todo mundo lava louça. Imagina a quantidade de esponjas que são descartadas todos os anos, levando 400 anos pra se decompõem. Olha só, essa bucha veio cheia de sementes, dá pra plantar no quintal de casa e ter bucha para o resto da vida, porque a bucha é uma planta trepadeira e, se a gente cuidar direitinho, ela pode durar a vida inteira (Verdes Marias, 2022).

A cena do vídeo retrata uma das criadoras do perfil comprando a bucha de um ambulante na rua, o que já desloca a narrativa para o campo do cotidiano e da experiência pessoal. Essa escolha estética e narrativa mobiliza o que Oliveira (2020) denomina narrativas do eu, ao construir uma narrativa que parte da vivência individual, mas que visa à identificação coletiva. O vídeo informa sobre uma alternativa ecológica e performa um modo de vida possível, simples e replicável, ativando o corpo em ação.

A fala da criadora, ao destacar que a bucha “rende várias buchas”, “pode ser plantada no quintal” e “dura a vida inteira”, reforça a dimensão relacional e regenerativa da natureza, em sintonia com o pensamento de Ailton Krenak (2020). Para o autor, a crise ambiental está diretamente ligada à perda da capacidade de nos sensibilizarmos com os ciclos naturais. Nesse sentido, a publicação funciona como uma micropolítica de reconexão, ao apresentar a planta não apenas como um objeto funcional, mas como um elo entre o cuidado doméstico e os processos de vida da terra. A bucha vegetal deixa de ser uma “coisa” e passa a ser apresentada como uma presença viva, repleta de potencial: ela limpa, rende, brota e se multiplica. Essa narrativa resgata o valor da continuidade, da durabilidade e do vínculo com o meio ambiente.

Sob a ótica de Daniel Miller (2007; 2013), a publicação também mostra como os objetos cotidianos carregam uma vida social e simbólica. A bucha vegetal, tradicionalmente vista como item rural ou artesanal, ganha centralidade no ambiente urbano e digital. Ao ser comprada na rua e exibida com entusiasmo, ela é ressignificada como ícone de uma “micro revolução sustentável”, como diz a legenda. Essa valorização de um objeto marginalizado representa uma inversão da lógica do descarte: em vez de ocultar ou substituir, o vídeo propõe cuidar, reaproveitar, cultivar. A proposta de plantar a própria bucha em casa radicaliza essa visão ao transformar o objeto em organismo, o consumo em cultivo, e o hábito rotineiro em gesto político. Assim, o conteúdo analisado exemplifica como práticas comunicacionais aparentemente simples podem ativar afetos, práticas e imaginários contra hegemônicos, promovendo, nas palavras das criadoras, uma “micro revolução” que é, ao mesmo tempo, prática e simbólica.

CONCLUSÃO

A análise da publicação sobre a bucha vegetal, realizada pelo perfil “Verdes Marias” no TikTok, permite compreender como práticas discursivas sustentáveis podem ser mobilizadas em redes sociais digitais por meio de estratégias comunicacionais baseadas na afetividade, na performance do cotidiano e na construção de narrativas pessoais. Ao articular informações práticas com experiências vividas, as criadoras ativam um modelo de engajamento que não se sustenta apenas pela denúncia ou pela

racionalidade ambiental, mas pelo compartilhamento de escolhas reais, possíveis e significativas.

Nesse processo, observou-se como a narrativa do eu (OLIVEIRA, 2020) funciona como eixo estruturante para conectar o público a alternativas sustentáveis, desafiando a distância entre o discurso ambiental e a vida prática. O corpo em ação, os objetos reaproveitados e os pequenos gestos cotidianos operam como formas de mediação que favorecem a identificação e a mobilização afetiva dos seguidores. Além disso, a proposta de reconexão com a natureza, conforme destaca Krenak (2020), está presente não somente na fala, mas na lógica simbólica que transforma uma simples bucha em elo com a terra, com o tempo e com formas não predatórias de consumo.

A bucha vegetal, enquanto artefato com valor simbólico, conforme examinado por Miller, demonstra como o consumo pode ser ressignificado a partir de práticas que priorizam a durabilidade, o reaproveitamento e a produção de vínculos. Em síntese, o uso das redes sociais demonstra um espaço importante para a circulação de práticas de consumo que integram o cuidado ambiental com a expressão subjetiva, abrindo caminhos para a construção de futuros mais sustentáveis e afetivamente engajados.

REFERÊNCIAS

KRENAK, Ailton. **Futuro ancestral**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020. Edição Kindle.

MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. Revista Horizontes antropológicos, Porto Alegre, [S.l.], v. 13, n. 28, p. 33-63, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/68xnZMhnd73FV347vdBrvSH/?lang=pt>. Acesso em: 08 jul.2025.

Miller, Daniel. **Treco, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 248 p.

OLIVEIRA, Denise da Costa (org.). **Corpos, imaginários e afetos nas narrativas do eu**. Rio de Janeiro: Epapers/Faperj, 2020. 316 p.

PODCAST MICRO REVOLUÇÕES: #Ep 40 – Vamos falar sobre microrevoluções ?[Locução de]: Mariana Moraes, Maria Carolina Moraes e Maria Clara Moraes. Verdes Marias, 13 de ago. 2021. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/1ArpMsuaVwIpqefDkZWt0> . Acesso em: 08 jul.2025.

VENTURA, JÉSSICA BAPTISTA DOS SANTOS. **A nova roupa velha**: narrativas de consumo em encontros de troca no Rio de Janeiro. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 201 p. 2024.