

ATUAÇÃO TRISSETORIAL NA PROMOÇÃO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: o caso do Programa de Redução do Consumo de Sacolas Plásticas no varejo de supermercados em Xanxerê - SC

VERÔNICA MACÁRIO DE OLIVEIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)

SUZANNE ÉRICA NÓBREGA CORREIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE (UFCG)

CARLA REGINA PASA GÓMEZ

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Agradecimento à órgão de fomento:

Beneficiário de auxílio financeiro CAPES.

ATUAÇÃO TRISSETORIAL NA PROMOÇÃO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: o caso do Programa de Redução do Consumo de Sacolas Plásticas no varejo de supermercados em Xanxerê – SC

1 Introdução

A crise ambiental, desencadeada a partir da década de 1970, trouxe a tona o desafio de estabelecer uma relação harmoniosa que considere a interdependência da sociedade com o ecossistema e os seus limites, bem como redefinir os parâmetros de desenvolvimento que sejam pautados nos princípios de equilíbrio e equidade que garantam condições de sobrevivência intra e intergerações.

Um dos principais pilares dessa discussão envolve a proposta de desenvolvimento sustentável que depende da capacidade das sociedades de se submeter aos preceitos de prudência ecológica e de fazer bom uso da natureza, visando conciliar o crescimento econômico, a conservação dos ecossistemas e a justiça social. Um dos principais objetivos desta proposta, presente nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030 (UNITED NATIONS, 2015), é a modificação dos padrões de produção e consumo que são considerados insustentáveis ao se promover uma exploração excessiva de recursos naturais que não considera a finitude dos sistemas naturais, exceder a capacidade de assimilação dos rejeitos pelo meio ambiente, bem como do acesso às riquezas produzidas ser injusto e desigual (PORTILHO, 2005; JACKSON, 2006; ABRAMOVAY, 2012). Almeja-se melhorar progressivamente, até 2030, a eficiência na utilização de recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental (UNITED NATIONS, 2015).

Como possibilidade de enfretamento dessa problemática, emergiu o termo “consumo sustentável” como uma nova proposta que inclui além de mudanças incrementais em relação aos processos de produção e consumo, mudanças macroestruturais em um contexto mais amplo (PORTILHO, 2005; COSTA; TEODÓSIO, 2011; OLIVEIRA et al., 2018a).

Ressalta-se que o consumo é uma prática sociocultural e não se limita apenas a aquisição e uso de bens e serviços em termos de utilidade e funcionalidade (GONÇALVES-DIAS, 2009), mas envolve aspectos relacionados à como as pessoas vivem, o que está além da sua função técnico-econômica (SLATER, 2002). Assim, promover mudanças nas práticas de consumo em busca da sustentabilidade são desafiadoras porque implicam em conceber e repensar as estruturas que organizam as sociedades (OLIVEIRA et al., 2018a) e nas mudanças de longo prazo, além de uma diversidade de requisitos para intervenções em realidades específicas, considerando o consumo como um fenômeno multifacetado e complexo (PORTILHO, 2005; JACKSON, 2006; MILLER, 2007) que incorpora tanto aspectos econômicos quanto sociais e culturais.

Portanto, o conceito que mais se adequa a proposta de intervenção nos padrões de consumo é o consumo sustentável que envolve processos de mudanças macro e estruturais associados a fatores políticos e de mercado, de modo a oferecer condições favoráveis para que eles se tornem mais sustentáveis (JACKSON, 2006; OLIVEIRA et al., 2018a). Isto impõe, além de inovações tecnológicas e de mudanças individuais nas práticas de consumo, ações coletivas e novas proposições políticas, econômicas e institucionais (PORTILHO, 2005; VIEGAS; TEODÓSIO, 2011).

Os estudos contemporâneos sobre consumo sustentável apontam que ele deve ser promovido por atores dos governos, das empresas e da sociedade civil. Neste sentido, foi identificado três estudos que apresentam os papéis de cada um desses atores no processo de promoção do consumo sustentável validado para o contexto brasileiro junto a um conjunto de especialistas na temática. Um aborda os papéis de governo (OLIVEIRA et al., 2016), outro elenca os papéis os papéis das empresas (OLIVEIRA et al., 2018b) e o terceiro apresenta os papéis da sociedade civil (OLIVEIRA et al., 2018a). Esses papéis trissetoriais devem ser

desempenhados em três níveis de atuação – macro, meso e micro – e estão relacionados às ações e estratégias que são relevantes para promover o consumo sustentável.

O Brasil é considerado como uma região onde os recursos naturais e energéticos superam o montante necessário de terra e água para a produção do que consomem e para a absorção dos resíduos gerados por sua oferta de bens e serviços, mantendo uma pegada ecológica inferior à sua biocapacidade. Porém, considera-se que os padrões de produção e consumo atuais mantêm uma pressão tão extensa nos ecossistemas que, se não houver mudança de rumo, a relação entre pegada ecológica e biocapacidade poderá se inverter em um futuro próximo (ABRAMOVAY, 2012). Diante desse cenário, a realização de pesquisas sobre os papéis de promoção do consumo sustentável que sejam adequados ao contexto brasileiro assumem grande relevância.

Neste contexto, um ícone do consumo brasileiro são as sacolas plásticas. O consumo excessivo de sacolas plásticas nos supermercados, estimulado pela gratuidade e disponibilidade, tem grande impacto ambiental que gera danos coletivos à sociedade, devido aos resíduos e emissões gerados na produção do plástico e no uso de água e energia neste processo, além da poluição das cidades, matas e corpos d'água, morte de milhares de animais por asfixia e inanição decorrentes do descarte inadequado (BRASIL; MMA, 2011). Isto impõe a necessidade de intervenção nesses padrões de consumo.

Diante do exposto, o objetivo deste artigo foi analisar o processo de promoção do consumo sustentável adotados no Programa de Redução do Consumo de sacolas plásticas nos supermercados na cidade de Xanxerê – SC, a partir dos papéis trissetoriais identificados na literatura. A escolha deste caso empírico ocorreu em função deste programa de redução de consumo de sacolas plásticas ser o pioneiro no Brasil e referenciado pelo Ministério do Meio Ambiente como caso de sucesso, o que ocorreu a partir da atuação dos atores de governo, empresas e da sociedade civil. Em termos metodológicos, esta pesquisa consiste em um estudo de caso, de natureza exploratória e descritiva, a partir de entrevistas semiestruturadas realizadas com sujeitos sociais relevantes para o programa.

Em termos estruturais, este artigo organiza-se da seguinte forma: além desta parte introdutória, apresenta-se o referencial teórico que dá sustentação à argumentação utilizada neste estudo. Em seguida são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados, os resultados alcançados e, por fim, têm-se as considerações finais dos autores.

2 Consumo Sustentável

Em termos históricos, até 1970, havia uma definição estreita da problemática ambiental. Entretanto, os debates evoluíram e passaram por dois deslocamentos no foco dos discursos nas últimas décadas (PORTILHO, 2005; SACHS, 2007). Os problemas ambientais inicialmente eram atribuídos ao crescimento demográfico, principalmente, nos países em desenvolvimento. Contudo, após a Conferência de Estocolmo, promovida pela ONU em 1972, tornou-se explícito que os principais responsáveis pela crise ambiental eram as nações industrializadas, pelo modo de produção praticado. Com isso, houve o deslocamento das atenções do crescimento populacional nos países do Sul para os padrões de produção dos países do Norte ocidental (PORTILHO, 2005).

Duas décadas depois, na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992, se passou a responsabilizar os estilos de vida e o consumo, principalmente das populações dos países do Norte, pela crise ambiental. A Agenda 21, documento elaborado nesta conferência, afirma que o estilo de vida do Norte possui um consumo excessivo incompatível com um desenvolvimento global sustentável. Isso acarretou uma segunda mudança no discurso dominante, cujo foco passou dos problemas ambientais causados pela produção para os problemas ambientais causados pelo consumo (PORTILHO, 2005; SACHS, 2007).

Esse segundo deslocamento do foco sobre as questões ambientais reconhece que há uma ligação direta entre produção e consumo sustentável. Economias sustentáveis são construídas em torno padrões e níveis de consumo sustentáveis, e não apenas em processos industriais sustentáveis, que excluem os impactos significativos associados cada vez mais com a seleção, utilização e descarte dos produtos por parte dos consumidores (LUSKIN, 2007). A pressão exercida pelas sociedades humanas sobre os ecossistemas deve ser revertida para garantir condições de sobrevivência (ABRAMOVAY, 2012). Desta forma, é importante alterar de maneira significativa os atuais padrões não só da produção, mas também do consumo.

Assim, o consumo foi inserido nos debates sobre sustentabilidade a partir da década de 1990, em decorrência dos seus níveis e padrões associados aos impactos ambientais da produção em larga escala – aumento nos níveis de poluição, degradação e esgotamento dos recursos naturais. Modificá-los passou, então, a ser considerado como um dos principais objetivos da proposta de desenvolvimento sustentável, estabelecido no capítulo 4 da Agenda 21, com o propósito de “dar prioridade ao uso ótimo dos recursos e à redução do desperdício ao mínimo” (BRASIL, 2002, p. 35). Atualmente, a produção e o consumo sustentável estão inseridos entre os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030 (UNITED NATIONS, 2015).

Neste contexto, emergiram diversos conceitos e análises do consumo na tentativa de obter soluções para as implicações socioambientais decorrentes do avanço nos padrões e níveis de consumo. Muitas dessas estratégias de consumo ambientalmente corretas são voltadas para o comportamento do consumidor, atribuindo-lhe ampla responsabilidade por suas escolhas de consumo e os impactos que estas possam gerar, e fazendo-lhes assumir os custos decorrentes das soluções tecnológicas que foram incorporadas nos produtos. Isto é o resultado de uma espécie de transferência da atividade regulatória, apresentada por Portilho (2005), em dois aspectos: a) o Estado a transfere para o mercado, através de mecanismos de autorregulação, b) do Estado e do mercado para o cidadão, através de suas escolhas de consumo.

Evidências demonstram que as melhorias na eficiência dos recursos de um produto, como a redução na economia de energia industrial e na emissão de poluentes, tem sido frequentemente prejudicada por efeitos de ricochete decorrentes do aumento nos níveis de consumo (FUCHS; LOREK, 2005; CLARK, 2007). Ademais, a lógica de mercado que defende a garantia do direito ao consumidor de fazer escolhas eficientes, transfere a responsabilidade do consumo sustentável para a sua ação individual em fazer as escolhas de consumo (JACKSON, 2006), como se apenas fossem os consumidores que determinam os padrões de consumo.

Destarte, é necessário atribuir as responsabilidades pelos padrões e níveis de consumo e os impactos decorrentes entre diversos atores sociais e institucionais que atuam dentro do fluxo histórico e de processos sociais e culturais em que as práticas de consumo ocorrem (DOLAN, 2002; JACKSON, 2006). Nesse contexto, surgiram propostas que enfatizam ações coletivas e mudanças políticas e institucionais, como a proposta do consumo sustentável (OLIVEIRA et al., 2016; OLIVEIRA et al., 2018a; OLIVEIRA et al., 2018b). É preciso considerar os aspectos do consumo além das questões tecnológicas, econômicas e comportamentais, de modo que o consumo sustentável assuma contornos mais complexos e envolva mudanças macroestruturais que alterem as estruturas econômicas, sociais e culturais em que estão ancoradas as atuais práticas de consumo. Assim, os papéis trissetoriais de promoção do consumo sustentável são apresentados na sequência.

2.1 Papéis trissetoriais de Promoção do Consumo Sustentável

As práticas de consumo são desenvolvidas, como um fenômeno sociocultural, a partir manifestações de ligações locais e globais de interdependências sociais. Olhar continuamente para o consumidor como o único que determina a insustentabilidade do consumo efetivamente

descontextualiza suas práticas de tais interdependências. Deve-se aceitar que o processo de promoção do consumo sustentável é mais complexo do que uma mudança de valores e práticas individuais e na adoção de tecnologias limpas de produção (DOLAN, 2002; SCHAFER; CRANE, 2005; VRINGER et al., 2017; OLIVEIRA et al., 2018b).

Grande parte dos esforços para se promover o consumo sustentável é baseada em um conjunto de suposições teóricas chamado de paradigmas de valores éticos, que adotam valores sociais e morais, a exemplo de solidariedade humana e de sensibilidade ecológica, como elementos determinantes da transição para o consumo sustentável (HOLT, 2012; VRINGER et al., 2017). Entretanto, constata-se um aumento das pegadas ecológicas dos consumidores, mesmo diante de dados de pesquisas como as realizadas pelos Institutos Akatu e Ethos (2012), abordando a relação entre o consumidor brasileiro e a sustentabilidade, que apontam a lealdade aos valores ambientais declarada pela maioria dos respondentes, mas que esses mantêm comportamentos de consumo insustentáveis. Isto corrobora o argumento de Gonçalves-Dias (2009), quando afirma que há um hiato entre as atitudes e os comportamentos dos consumidores para o consumo sustentável, o que significa dizer que o fato dos indivíduos declararem que são a favor do meio ambiente não denota que eles façam a sua parte em realizar as mudanças necessárias em suas atividades cotidianas de consumo.

Assim, a promoção do consumo sustentável prevê a necessidade de estabelecer ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais, defendidas nos discursos e debates internacionais sobre o desenvolvimento sustentável e que convergem sobre a necessidade de articulação entre atores do Estado, do mercado e da sociedade civil através de relações de colaboração como uma forma de enfrentar os desafios de construir ações e políticas capazes de renovar as práticas de consumo (COSTA; TEODÓSIO, 2011; UNITED NATIONS, 2015), para se atingir os requisitos em termos de acesso aos recursos naturais, garantia de um meio ambiente equilibrado e justiça social intra e intergerações.

As principais possibilidades de avanço na promoção do consumo sustentável advindas de relações de colaboração entre governos, empresas e ONGs incluem o desenvolvimento de uma democracia participativa e a ampliação da cidadania (SANTOS; AVRITZER, 2005; TEODÓSIO, 2011), a partir de uma ampla participação dos atores dos três setores nos espaços públicos dos debates e ações sobre as mudanças que são necessárias, cada qual desempenhando seus papéis como corresponsáveis nesse processo de transformação (UNITED NATIONS, 2015).

Nesse sentido, conforme colocado anteriormente neste artigo, foram identificados três estudos que são baseados em uma gestão compartilhada dos problemas socioambientais associados ao consumo que envolve a atuação dos governos (OLIVEIRA et al., 2016), das empresas (OLIVEIRA et al., 2018b) e da sociedade civil (OLIVEIRA et al., 2018a). Considera-se que um dos principais desafios a serem enfrentados no estabelecimento dessas parcerias entre governos, empresas e sociedade civil que envolvem a promoção do consumo sustentável é a dinâmica estrutural das suas relações de cooperação. Esta dimensão refere-se ao dilema enfrentado pelos atores em relação aos jogos de cooperação e confrontação, caracterizada por relações de poder e dominação na ação social, revelando realidades que não são superadas, mas que fazem partes constituintes e estruturais dos processos de parceria (BRONZO, TEODÓSIO, ROCHA, 2012).

Os papéis identificados nos estudos referenciados são categorizados em níveis de atuação macro, meso e micro, considerando o escopo de ação e o impacto que pode ser gerado no contexto onde eles possam ser colocados em prática. Esses papéis foram consolidados no Quadro 1 e foram utilizados como base para a realização deste estudo.

Quadro 1 – Papéis trissetoriais de promoção do consumo sustentável

| Papéis de atores promoção do consumo sustentável | | | |
|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Governos | Empresas | Sociedade Civil |
| Nível Macro | <ul style="list-style-type: none"> • Combater mercados oligo e monopolistas • Formular políticas de preços que reflitam os custos ambientais dos produtos • Criar mecanismos regulatórios que visem mitigar os impactos socioambientais do consumo • Abolir subsídios para mercados insustentáveis • Instituir mecanismos de defesa do consumidor • Definir normas de publicidade que não permitam promover ofertas prejudiciais ao meio ambiente e dirigida a grupos vulneráveis | <ul style="list-style-type: none"> • Instituir mecanismos de disseminação de melhores práticas socioambientais no mercado | <ul style="list-style-type: none"> • Participar na formulação de políticas públicas • Formular métodos de educação para o consumo sustentável |
| Nível Meso | <ul style="list-style-type: none"> • Fiscalizar o cumprimento das regulamentações ambientais • Promover programas públicos que forneçam subsídios para o desenvolvimento de iniciativas sustentáveis • Promover condições equitativas para a produção e distribuição de produtos ecologicamente corretos • Estabelecer programas e redes para cultivar iniciativas sustentáveis • Estabelecer parcerias com ONG's que estejam trabalhando com mudanças nos padrões de consumo • Promover critérios de desempenho socioambiental dos produtos • Promover a educação ambiental • Motivar os consumidores | <ul style="list-style-type: none"> • Promover a cadeia de suprimentos sustentável • Exercer a cidadania corporativa • Manter o diálogo com <i>stakeholders</i> • Praticar o marketing responsável • Disponibilizar informações ambientais dos produtos através de rótulos e selos | <ul style="list-style-type: none"> • Exercer pressões sobre os governos e empresas • Promover discussões sobre o tema • Desenvolver redes de comércio justo |
| Nível Micro | <ul style="list-style-type: none"> • Adotar políticas de compras públicas sustentáveis • Manter transparência nas práticas governamentais de consumo • Promover a aprendizagem utilizando indicadores focados na estratégia de consumo sustentável | <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar os princípios de Ecoeficiência • Promover a Análise do Ciclo de vida dos Produtos • Desenvolver produtos sustentáveis • Promover o uso de embalagens ecológicas • Adotar ecotaxas como respostas aos incentivos e regulamentações do governo | <ul style="list-style-type: none"> • Promover e praticar boicotes • Praticar <i>Buycotts</i> |

Fonte: Elaborado a partir de Oliveira et al. (2016), Oliveira et al (2018a) e Oliveira et al. (2018b)

Face ao exposto, considera-se que os papéis apresentados são flexíveis e permitem adaptações para temas e contextos específicos que envolvam iniciativas de mudanças nos padrões e níveis de consumo em termos de sustentabilidade. Como o objeto de análise deste

trabalho é o consumo de sacolas plásticas, a problemática ambiental que envolve esta prática de consumo é apresentada na sequência.

2.2 A problemática das sacolas plásticas

No Brasil é uma prática comum a distribuição de sacolas plásticas em diversos estabelecimentos comerciais, como uma forma de promover comodidade e praticidade aos seus clientes associada ao baixo custo que elas representam. Porém, essa farta disponibilidade gera a sensação de custo zero aos consumidores, estimulando cada vez mais o seu consumo, e mascarando a realidade do alto custo ambiental atrelado ao seu consumo excessivo (BRASIL; MMA, 2011).

Os problemas ambientais associados ao consumo de sacolas plásticas começam no seu processo produtivo, decorrente da matéria-prima que é utilizada. Isto porque elas são um derivado do petróleo, substância não renovável, feita de uma resina chamada polietileno de baixa densidade (PEBD), gerando resíduos e emissões tóxicas na produção do plástico, bem como o consumo de água e energia que ocorre neste processo. Além disto, ainda existem os problemas relacionados à poluição das cidades, matas e corpos d'água, entupimento da passagem de água em bueiros e córregos, contribuindo para as inundações e retenção de mais lixo, morte de milhares de animais por asfixia e inanição decorrentes do descarte inadequado, além da sua degradação no ambiente levar séculos.

Não há dúvidas que o consumo excessivo de sacolas plásticas tem grande impacto ambiental que geram danos coletivos a sociedade. No Brasil, estima-se o consumo de 41 milhões de sacolas plásticas por dia, 1,25 bilhão por mês, e 15 bilhões por ano, o que acaba por representar, aproximadamente, 9,7% de todo o lixo brasileiro (BRASIL; MMA, 2011).

Para enfrentar este problema, torna-se necessário disponibilizar alternativas para os consumidores, bem como desenvolver uma estrutura de iniciativas baseada em uma atuação conjunta entre governos, empresas e sociedade civil que favoreçam o alcance das metas estabelecidas e que possibilitem uma mudança cultural na prática de consumo de sacolas plásticas nos supermercados brasileiros.

3 Procedimentos Metodológicos

O objetivo deste artigo o objetivo deste artigo foi analisar o processo de promoção do consumo sustentável adotados no Programa de Redução do Consumo de sacolas plásticas nos supermercados na cidade de Xanxerê – SC, a partir dos papéis trissetoriais identificados na literatura. Para tanto, realizou-se um estudo de caso de natureza exploratória e descritiva que é considerado o método mais apropriado para questões que envolvem o “como” e o “por que” (YIN, 2010).

A abordagem adotada foi qualitativa com intuito de confrontar os papéis trissetoriais de promoção do consumo sustentável e as práticas envolvidas no programa de redução do consumo de sacolas plásticas em Xanxerê - SC. A justificativa para escolha deste estudo de caso único é que ele é considerado um exemplo com destaque em nível nacional na obtenção dos objetivos aos quais se propôs, ou seja, reduzir amplamente o consumo de sacolas plásticas nos supermercados, o que possibilita classificá-lo como um caso típico, sendo a primeira cidade do Brasil a adotar este tipo de iniciativa. Neste sentido, este caso pode confirmar, desafiar ou ampliar a teoria (YIN, 2010).

Em relação aos respondentes, buscou-se privilegiar aqueles sujeitos sociais que dispunham de informações sobre o desenvolvimento e a dinâmica que envolve o programa de redução de sacolas plásticas nos supermercados de Xanxerê – SC. Neste sentido, a partir do uso da técnica bola de neve que teve início com o idealizador do programa, foram identificados e investigados seis sujeitos sociais relevantes, a saber: dois gestores de supermercados (E1 e E2), principais idealizadores do programa; um funcionário da Secretária de Educação (E3) e outro

da Secretaria de Políticas Ambientais da Prefeitura Municipal de Xanxerê – SC (E4), responsáveis pela elaboração do projeto de parceria que envolve o programa; um representante da Agenda 21 Local (E5) e um representante da Associação de Moradores de Xanxerê que participaram ativamente da implantação do programa (E6).

Na coleta de dados foram utilizadas as técnicas de análise documental e a realização de entrevistas semiestruturadas *online* (FLICK, 2009). Isto porque o uso de pesquisa qualitativa na *web* está em expansão devido a algumas dificuldades práticas ou técnicas (FLICK, 2009) que podem inviabilizar sistematicamente a realização de entrevistas presenciais. No caso deste estudo, os sujeitos investigados não são facilmente acessíveis devido à localização da cidade de Xanxerê – SC. As entrevistas seguiram um roteiro baseado nos papéis trissetoriais de promoção do consumo sustentável.

Devido à quantidade de informações obtidas, adotou-se como método a análise de conteúdo (BARDIN, 2011) para identificar as conexões e categorias existentes nas transcrições das entrevistas realizadas através dos *chats* e por *email* e nos demais documentos analisados. Para atender ao critério de rigor científico exigidos para os estudos desta natureza, a análise dos dados seguiu as três etapas do método de análise de conteúdo proposto por Bardin (2011), a saber: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados e interpretações.

4 Resultados

Conforme já foi abordado neste estudo, quando se almeja promover mudanças nas práticas de consumo em prol da sustentabilidade é necessário estabelecer ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais decorrentes da articulação entre atores do Estado, do mercado e da sociedade civil. Nesse sentido, torna-se relevante analisar um caso em que ações exitosas foram alcançadas, com o propósito de compreender o contexto e a relevância dos papéis que deveriam ser desempenhados pelos atores supracitados quanto a sua capacidade de promover o consumo sustentável.

Assim, este estudo de caso teve como unidade de análise o programa de redução do consumo de sacolas plásticas na cidade de Xanxerê – SC. Ela está situada no interior de Santa Catarina e foi a pioneira no Brasil em adotar uma campanha de incentivo ao uso de sacolas retornáveis nos seus supermercados adotando como lema “Uma pequena ação faz uma grande mudança”. Possui em torno de 45 mil habitantes e é considerada como um dos municípios mais desenvolvidos do oeste catarinense e o segundo maior produtor de corte de gado do Estado (IBGE, 2011). O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) em 2010 era de 0,775 (PNUD, 2014), situado na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDH entre 0,7 e 0,799) segundo os critérios do PNUD e está acima da média atual do IDH Brasileiro que é de 0,730 (PNUD, 2014). Esses dados demonstram que as questões contextuais do município, em termos de IDH como medida de desenvolvimento, possuem níveis melhores quando comparado com os dados gerais do país.

Antes da implantação do programa havia uma indicação do consumo mensal de um milhão de sacolas plásticas no município. Após um ano de implantação do programa, o consumo mensal passou a ser de oitenta mil unidades de sacolas plásticas por mês, o que representa uma redução de aproximadamente 92% do total consumido anteriormente. Com base nesses dados, o programa desenvolvido em Xanxerê – SC passou a ser considerado um caso típico de ações voltadas para a redução do consumo de sacolas plásticas nos supermercados. Desta forma, tornou-se um caso emblemático para se verificar a aplicação empírica dos papéis de promoção do consumo sustentável.

A iniciativa de se promover o programa de redução do consumo de sacolas plásticas ocorreu por parte do setor supermercadista da cidade ao planejar as ações de fim de ano, em 2008. Um dos entrevistados afirmou que os supermercadistas foram sensibilizados por um *email* que receberam e que alertava sobre os impactos ambientais que o consumo de sacolas

plásticas gerava ao meio ambiente. Porém, os atores envolvidos na concepção do programa de redução do consumo de sacolas plásticas no município reconhecem que cometeram um erro no início do processo para a sua implantação, o que ocorreu quando eles divulgaram no material publicitário apresentado anteriormente a data em que não seriam mais fornecidas sacolas plásticas gratuitas nos supermercados da cidade, sem antes serem realizados diálogos com os representantes do governo e da sociedade civil para apresentação do programa e conciliação de interesses.

Isto, inicialmente, soou como uma imposição dos supermercados e não como um projeto que necessitava do apoio social da população para dar certo. De acordo com as entrevistas realizadas, esse foi o momento em que as articulações com o governo municipal, com o PROCON e com representantes da sociedade civil foram cruciais para levar a iniciativa adiante. Assim, iniciou-se efetivamente o processo de desenvolvimento do Programa de Redução do Consumo de Sacolas Plásticas na cidade de Xanxerê – SC. A análise dos papéis desempenhados por cada um desses atores é apresentada na sequência.

4.1 Papéis desempenhados pelo governo de Xanxerê

A atuação dos governos é essencial na mudança da estrutura social e política que ancora os padrões de consumo insustentáveis. No **nível macro**, os papéis que foram identificados como relevantes e aplicados ao caso de Xanxerê – SC foram: a instituição de mecanismos de defesa do consumidor; a formulação de preços que reflitam os custos ambientais dos produtos; e o combate a mercado oligo e monopolistas. Os entrevistados consideram que o apoio do governo municipal foi muito importante para os bons resultados alcançados no programa de redução do consumo de sacolas plásticas em Xanxerê – SC. Segundo o respondente E2, "a Promotoria Pública e o PROCON desempenharam um papel importante como órgãos instituídos pelos governos para promover a defesa dos direitos dos consumidores". Eles foram unânimes ao relatar que a resistência de alguns consumidores em ter que pagar pelas sacolas plásticas convencionais ou pelas sacolas retornáveis foi um dos episódios que reforçou a necessidade da sensibilização da comunidade e a ampliação de apoio e articulação com órgãos do governo, de defesa dos interesses dos consumidores e representantes da sociedade. Isto corrobora os estudos de Teodósio (2011) e Oliveira *et al.* (2016) sobre a necessidade de estabelecer parcerias intersetoriais como forma de fortalecer o diálogo democrático.

Assim, foi realizada uma audiência pública promovida pela Promotoria Pública que contou com a participação de representantes do PROCON, dos supermercadistas, da União Xanxerense de Moradores e da Associação Comercial, Industrial e Agropecuária de Xanxerê. Nesta audiência, os entrevistados relataram que houve a apresentação de argumentos favoráveis e contrários à disponibilização gratuita das sacolinhas de plástico nos supermercados.

Além disto, na reunião com o PROCON e demais integrantes do projeto foram definidas algumas questões quanto a formulação de preços refletissem os custos ambientais das sacolas plásticas e que visavam apoiar o programa de redução do seu consumo e promovessem a mudança nos hábitos dos consumidores. As definições foram: 1) as sacolas retornáveis teriam preço variável de R\$ 5,99 e R\$ 6,99; 2) as sacolas de TNT seriam R\$ 1,99; c) os pacotes de 5 unidades de sacolas plásticas seria R\$ 0,50; d) as sacolas de papel custaria R\$ 0,25 a unidade; e) e sacolas de lixo de material reciclado a preço de custo. Vale ressaltar que a questão de preços das alternativas de sacolas não foi um papel desempenhado pelo governo, mas fez parte de um processo de negociação entre as diversas partes envolvidas com o projeto.

No âmbito dessa discussão, considera-se que para que ocorram mudanças significativas nos padrões de consumo em um futuro próximo é necessário evidenciar tanto para produtores quanto para consumidores os custos ambientais dos produtos e dos resíduos que estes geram (BRASIL, 2002) o que deve ser refletido nos seus preços. As sacolas retornáveis, apesar de apresentarem no curto prazo um maior custo de aquisição, possuem uma alta durabilidade e o

esse custo se dilui ao longo do tempo, enquanto que as sacolas de plástico convencionais em uma perspectiva imediata possuem menor custo, mas são descartáveis e muitas vezes utilizadas como depósito de lixo.

As decisões tomadas em conjunto com o PROCON envolveram a garantia do direito de escolha dos consumidores, apresentando-lhes diversas opções de sacolas para que eles pudessem fazer suas escolhas de acordo com suas condições e necessidades, o que está associado ao papel de governo de combater mercados oligo e monopolistas, como afirmam Tukker *et al.* (2008), para evitar que só um tipo de material/embalagem seja ofertado aos consumidores.

Quanto à regulamentação ambiental verificou-se que este papel não foi desempenhado pelo governo municipal para a implantação do programa, apesar dos entrevistados reconhecerem que ele é potencialmente aplicável ao caso em estudo. Segundo o entrevistado E1, “não foi necessário dispor desses mecanismos porque houve uma ampla adesão da sociedade local ao programa”. Os entrevistados E5 e E6 argumentaram que o uso de uma legislação específica para este caso poderia soar como uma imposição legal e aumentar a resistência das pessoas a promoverem a mudança nos seus hábitos de consumo. Jackson (2006) enfatiza que a utilização de regulamentação para instituir mecanismos de comando e controle, principalmente quando se trata de consumo, ao longo dos anos, têm sido contestados em termos de efetividade e eficiência.

Os papéis que, segundo os entrevistados, não se aplicam ao caso investigado, foram: eliminar proteção a mercados prejudiciais ao meio ambiente, porque não são oferecidos subsídios do governo municipal para o setor de produção de sacolas plásticas e definir normas de publicidade, já que este setor é autorregulamentado no Brasil.

No **nível meso** foram avaliados oito papéis de atuação do governo, dentre os quais a fiscalização das regulamentações ambientais; promover condições equitativas para produção e distribuição das sacolas ecológicas; estabelecer parcerias com ONG's que estejam trabalhando com mudanças nos padrões de consumo; e promover critérios de desempenho socioambiental das sacolas plásticas e das reutilizáveis, foram identificados como potencialmente aplicáveis ao caso investigado, mas ainda não desempenhados.

A participação dos atores do governo no programa de redução do consumo de sacolas plásticas, no nível meso, ocorreu através da articulação e parceria entre as Secretarias de Educação e de Políticas Ambientais. Esta articulação do governo municipal no programa se configura também como o desempenho do papel de promoção de programas públicos que forneçam subsídios para o desenvolvimento de iniciativas sustentáveis, papel relevante destacado por Jackson e Michaelis (2003). Os entrevistados E1 e E3 enfatizaram que a Prefeitura Municipal designou uma equipe técnica para coordenar o desenvolvimento do programa através da elaboração de um projeto e patrocinou ações para que o programa fosse implantado na cidade.

Porém, deve-se ressaltar que o programa não é na sua essência “governamental”, uma vez que não se estrutura apenas em ações governamentais, mas inclui também ações importantes das empresas supermercadistas e de representantes da sociedade civil, priorizando esforços que tem por base o interesse coletivo em defesa do meio ambiente, o princípio da parceria apontado por Teodósio (2011) e da responsabilidade socioambiental compartilhada enfatizadas por Tukker *et al.* (2008) e Porter e Kramer (2018).

Também foram realizados investimentos do governo municipal com foco na educação para o consumo sustentável, o que envolve outro papel na promoção do consumo sustentável que é promover a educação ambiental, considerada por Barber (2007) como um dos principais pilares para a mobilização cidadã. Os entrevistados E2, E4 e E5 ressaltaram que as crianças que foram sensibilizadas nas escolas quanto à questão ambiental que envolve o consumo de sacolas plásticas. Segundo o respondente E4 "quando as crianças acompanham seus pais aos

supermercados, dificilmente os deixam acondicionar suas compras nas sacolas plásticas convencionais".

Além da educação ambiental, os idealizadores do programa foram convidados para apresentar o caso em diversos municípios circunvizinhos, o que está relacionado ao papel de estabelecer programas e redes para cultivar iniciativas sustentáveis e incentivar que aquelas bem sucedidas sejam replicadas. Os entrevistados E2 e E6 ressaltaram que o apoio do governo municipal foi essencial para que a cidade de Xanxerê se tornasse uma referência nacional na questão da redução do consumo de sacolas plásticas, de modo que "o seu caso foi transformado em case de sucesso para disseminação da iniciativa de redução do consumo de sacolas plásticas em diversos locais do Brasil" (E2).

Outro papel identificado foi que para motivar os consumidores a aderirem ao programa através do engajamento, o governo municipal de Xanxerê, atuando em parcerias com as outras organizações promoventes do programa, adotam o mecanismo de *feedback* através de veiculação em diversos canais de comunicação (Rádio, TV, Internet, mídia impressa) dos resultados que estão sendo alcançados pelo programa. O propósito dessas iniciativas é informar aos consumidores quantas sacolas plásticas estão deixando de ser consumidas a cada ano e os benefícios socioambientais que estão sendo alcançados.

Por outro lado, os entrevistados E1, E5 e E6 ressaltaram que o apoio do governo não pode estar diretamente ligado a um político ou a um partido, o que compromete o futuro do projeto. Devem-se considerar os conflitos que provavelmente estão inseridos nas parcerias estabelecidas entre governos, empresas e ONG's na promoção do consumo sustentável corroboram o argumento de Teodósio (2011) ao enfatizar que estes podem assumir maior importância e impacto no que se refere à sustentação dos programas e projetos no longo prazo, sobretudo quando se considera a inserção de atores governamentais que estão sujeitos à alternância de poder. Assim, o entrevistado E1 ressaltou que "o programa de redução do consumo de sacolas plásticas deve ser desenvolvido como um projeto suprapartidário", uma vez que envolve um interesse coletivo e que necessita da articulação de todos os setores da sociedade.

No **nível micro**, a análise focou os papéis que envolvem as práticas governamentais, enquanto consumidor, na adoção de mecanismos de promoção do consumo sustentável, tais como: adotar políticas de compras públicas que utilizem critérios de sustentabilidade; utilizar mecanismos de controle e transparência nas práticas governamentais de consumo; e adotar indicadores focados na estratégia de consumo sustentável para favorecer a aprendizagem. De acordo com os dados documentais e as entrevistas realizadas não há o engajamento do governo municipal no desempenho de tais papéis. Entretanto, os entrevistados enfatizaram que o governo precisa avançar em suas políticas internas de consumo para servir de exemplo de compras públicas sustentáveis para a sociedade local.

Analisa-se, a seguir, os papéis desempenhados pelas empresas supermercadistas.

4.2 Papéis desempenhados pelos supermercadistas de Xanxerê

No **nível macro**, o único papel das empresas envolvidas no programa analisado se refere a disseminação de melhores práticas socioambientais o que está relacionado ao fato mencionado anteriormente, de que a iniciativa para implantação do programa de redução do consumo de sacolas plásticas na cidade de Xanxerê – SC foi promovida pelas empresas supermercadistas da cidade. Isto corrobora o argumento apresentado por Michaelis (2003) de que as empresas podem assumir a liderança nesse processo e instituir mecanismos de disseminação de melhores práticas socioambientais no mercado.

Já no **nível meso** foram analisados cinco papéis. Quanto ao exercício da cidadania corporativa que envolve um alto padrão de conduta ética das empresas para com seus *stakeholders*, conforme enfatiza Michaelis (2003) e que envolvem práticas responsáveis nas

dimensões econômica, legal, ética e filantrópica, apontadas por Carroll (1998), constatou-se que houve uma preocupação por parte dos supermercadistas no que tange ao impacto que o programa iria ter sobre seus consumidores. Assim, antes de se iniciar o programa de redução do consumo de sacolas plásticas, investiu-se em campanhas de divulgação em rádio, TV, internet e outros impressos transmitindo informações que visavam à conscientização e a sensibilização da população sobre a necessidade de mudança de hábitos do consumo de sacolas plásticas nos supermercados. Estes materiais publicitários informavam a data de início da campanha e a importância de se adquirir sacolas retornáveis, já que os supermercados não iriam mais fornecer as sacolas plásticas gratuitamente.

Além disto, houve também uma preocupação das empresas em monitorar a aceitação da campanha ao longo do tempo. O entrevistado E1 afirmou que

foram realizadas pesquisas de opinião que monitoravam o índice de aceitação da população. Os dados revelaram que em março de 2009 a aceitação girava em torno de 54,84% e que, com apenas um ano de campanha, a aceitação aumentou para 86,08%. A aceitação atual do programa é acima de 90% dos moradores.

Essas questões também estão associadas ao papel das empresas de promoverem o marketing responsável que visa estimular uma mudança cultural coletiva através dos mecanismos de comunicação e publicidade das empresas, o que ocorre, segundo Michaelis (2003) e Tukker *et. al* (2008), devido as influências que estes podem exercer sobre os consumidores e a sociedade. Neste contexto, todos os entrevistados consideram que as campanhas publicitárias realizadas pelas empresas envolvidas no programa foram fundamentais para o êxito e a aceitação do programa na cidade.

Quanto ao diálogo com os *stakeholders* para rever os valores compartilhados entre os funcionários, os clientes e a comunidade na qual as empresas de supermercados operam, bem como para obter entendimento mais amplo das mudanças que são necessárias para se promover a redução no consumo de sacolas plásticas, verificou-se que os supermercadistas investiram na relação com os clientes e a comunidade. Porém, segundo o entrevistado E5 "houve uma deficiência nos diálogos com os seus funcionários com o propósito de engajá-los no programa para que eles atuassem como reforço na frente de loja, influenciando os consumidores a reduzirem o consumo de sacolas plásticas".

Outro papel analisado foi a disponibilização de informações sobre as sacolas através de rótulos. Todos os entrevistados afirmaram que as sacolas retornáveis comercializadas adotaram um padrão no qual há uma indicação de "sacola ecológica" que está vinculada ao nome da cidade (Xanxerê – SC). Considera-se isso um aspecto relevante do programa porque causa impacto sobre a cultura local e favorece uma mudança nos comportamentos dos consumidores e nas suas identidades. Para os entrevistados E1 e E3, o uso das sacolas retornáveis tornou-se um símbolo da cultura local quanto à proteção ao meio ambiente.

Os entrevistados E1 e E3 destacaram as dificuldades das empresas para desempenhar o papel de promover a cadeia de suprimentos sustentável com foco na responsabilidade socioambiental compartilhada, principalmente porque envolve interesses econômicos de alguns *stakeholders*. Citaram como exemplo a resistência apresentada pelos empresários fabricantes/fornecedores de sacolas plásticas. Segundo o entrevistado E1,

Alguns daqueles fornecedores chegaram a distribuir mensagens, atribuindo-as falsamente ao Instituto Akatu, que informavam aos consumidores locais que as sacolas retornáveis não eram significativas em relação à diminuição do impacto ambiental negativo.

Porém, por outro lado, alguns supermercados estabeleceram parcerias com alguns fornecedores para fazer o processo de logística reversa, implantando em seus estabelecimentos

pontos de coleta para produtos como óleo de cozinha, pilhas, baterias e lâmpadas, o que contribui em um contexto mais amplo para a promoção do consumo sustentável na cidade ao buscar promover o descarte adequado desses produtos.

No **nível micro** foram avaliados cinco papéis de atuação das empresas. No que se refere a desenvolver produtos sustentáveis e a promover o uso de embalagens ecológicas, os entrevistados foram unânimes em destacar que próprio o conceito associado às sacolas ecológicas e ao programa de redução do consumo de sacolas plásticas envolve o desempenho desses dois papéis pelas empresas, já que elas podem ser classificadas como exemplos para ambos. Isto está em consonância com Tukker *et al.* (2008) e Barber (2007) que essas estratégias podem diminuir a utilização de recursos naturais e promover um menor impacto ambiental nas atividades de consumo.

Os entrevistados também foram questionados sobre a adoção dos princípios de ecoeficiência nos supermercados. Eles consideraram esse um fator importante de incentivo para o uso das sacolas retornáveis nos estabelecimentos comerciais do município, com foco no impacto ambiental que a adoção desse hábito pode causar. O entrevistado E4 cita que “antes da implantação do programa era visível a poluição ambiental causada pelas sacolas plásticas espalhadas pelas ruas da cidade, o que não se observa mais atualmente”. Porém, o respondente E1 alerta que “este princípio não é amplamente utilizado porque as sacolas plásticas que ainda são comercializadas nos supermercados participantes são as convencionais”. Além disto, todos os entrevistados consideram que para ampliar o impacto das suas ações em prol do consumo sustentável na cidade, as empresas poderiam demonstrar maior engajamento com a questão, adotando em suas atividades internas estratégias voltadas para redução do seu consumo de água e energia.

No que se refere à análise do ciclo de vida das sacolas plásticas convencionais, a existência prévia dessas informações foram essenciais para a mobilização inicial por parte dos empresários locais na busca por implementar o programa de redução do consumo de sacolas plásticas. Para o entrevistado E2,

O fato de se ter acesso àquelas informações sobre os impactos que são gerados no meio ambiente decorrentes dos processos de produção, consumo e descarte das sacolas plásticas despertou nos empresários locais a motivação para se engajarem em movimentos que busquem a proteção ambiental.

Isto reforça a importância desse papel como fator decisivo para influenciar as modificações necessárias em processos produtivos e em produtos na busca por sustentabilidade.

Por fim, no que se refere às respostas das empresas aos incentivos e as regulamentações do governo, os entrevistados afirmaram que ainda não existem iniciativas nesse sentido na cidade de Xanxerê - SC. Porém, ressaltaram a importância de partilhar, em toda a cadeia de valor, tanto os custos quanto os incentivos oferecidos pelos governos com foco na realização das mudanças necessárias. A seguir são apresentados os resultados sobre os papéis da sociedade civil visando à redução do consumo de sacolas plásticas no caso investigado.

4.3 Papéis desempenhados pela sociedade civil de Xanxerê

Como já observado anteriormente, além do governo municipal e das empresas do setor de supermercados de Xanxerê, se envolveram no programa de redução do consumo de sacolas plásticas a Agenda 21 Local, a Associação de Moradores de Xanxerê, as Associações Lions, Rotary e um grupo de Teatro, o que caracteriza o engajamento da sociedade civil em ações que visam promover o consumo sustentável naquela localidade.

No **nível macro** foram analisados dois papéis. A participação das organizações supracitadas no processo de decisão sobre a implantação no programa aponta para o papel que envolve a participação da sociedade civil na formulação de políticas públicas. Além disto, os

entrevistados consideram que a sociedade civil participou ativamente na formulação de métodos de educação para o consumo sustentável com a atuação de grupo de teatro Excelsior que desenvolveu peças teatrais educativas que visavam sensibilizar e conscientizar os moradores xanxereenses quanto à relevância das mudanças nos hábitos de consumo. Neste contexto, na análise documental (BRASIL; MMA, 2011) identificou-se que há ainda a proposta da Agenda 21 Local em lançar um selo para destacar os estabelecimentos comerciais que aderiram ao programa. O propósito é ampliar a atuação do programa, inserindo outros segmentos do comércio local como livrarias e farmácias, além de informar e orientar consumidores.

No **nível meso**, no que se refere ao exercício de pressões sobre os governos e as empresas, verificou-se que a atuação das organizações da sociedade civil ocorreu principalmente durante a realização da audiência pública citada anteriormente em que os grupos representantes foram ouvidos e fizeram parte do processo de decisão sobre a implantação do programa na cidade. A participação dessas organizações foi importante devido a legitimidade social que elas possuem e o seu potencial de influenciar os valores da sociedade, o que está de acordo com o argumento enfatizado por Fuchs e Lorek (2005) e Lorek e Spangenberg (2014).

Além disto, esta articulação de representantes da sociedade civil com o programa de redução de sacolas plásticas buscou promover discussões sobre o tema o que, segundo o entrevistado E4, "foi muito importante para o desempenho alcançado pelo programa no município". O desempenho deste papel assume maior relevância ao considerar a capacidade da sociedade civil de promover a difusão de estilos de vida mais sustentáveis, conforme afirma Fuchs e Lorek (2005) e Jaergen-Erben et al. (2015), de modo que o debate ajudou a estimular o engajamento dos consumidores no programa investigado.

Outro papel importante desempenhado pela sociedade civil de Xanxerê foi à formação de uma rede de comércio justo para a produção/comercialização das sacolas ecológicas fora do mercado convencional, aspecto também abordado por Jaergen-Erben et al. (2015). Os entrevistados E1, E2 e E5 informaram que com a implantação do programa na cidade foi incentivado que ocorresse a produção local das sacolas retornáveis, o que envolveu algumas organizações comunitárias, além de uma entidade local beneficente que atua no tratamento e recuperação de dependentes químicos e de álcool e da liga feminina de combate ao câncer.

Por fim, no **nível micro** foram investigados dois papéis. No que tange ao papel de boicote para punir empresas que apresentam comportamentos inaceitáveis em relação à sociedade e ao meio ambiente, não foram relatadas ações nesse sentido, considerando o significado literal atribuído ao termo. Ao contrário, de acordo com o respondente E1,

No início do programa alguns consumidores apresentaram resistência aos supermercados que integraram o programa e adotaram práticas socioambientais consideradas corretas sob os princípios éticos de proteção ao meio ambiente, ao se recusarem em fazer suas compras nos supermercados que não ofereciam gratuitamente as sacolas plásticas. Em alguns casos, como mecanismo de resistência à mudança, alguns consumidores ameaçaram realizar suas compras na cidade circunvizinha de Chapecó - SC. Porém, como a maioria da população aderiu ao programa, essa reclamação não ganhou eco e as tentativas de acabar com o programa foram encerradas.

Por outro lado, os entrevistados afirmaram que os estabelecimentos locais que aderiram ao programa são recompensados através do *buycott*, uma vez que muitos dos consumidores que estão engajados no programa ao fazerem propaganda boca a boca, além de manter uma relação de fidelidade com aqueles estabelecimentos comerciais.

Destarte, as evidências sobre o processo de promoção do consumo sustentável, constatada nos resultados apresentados, reforçam a necessidade da atuação e articulação dos atores dos três setores – governo, empresas e sociedade civil, conforme aponta a literatura

contemporânea sobre a temática. Além disto, as ações implementadas devem manter sempre uma perspectiva de longo prazo, porque para promover mudança cultural é necessário também os modificar hábitos dos consumidores, o que não acontece “do dia para a noite”, principalmente porque eles estão arraigados em toda uma estrutura mais ampla que também precisa ser modificada para se adequar aos preceitos de sustentabilidade, o que é denominado por Holt (2012) de bloqueio ideológico decorrente da configuração do mercado.

5 Considerações Finais

O objetivo deste artigo o objetivo deste artigo foi analisar o processo de promoção do consumo sustentável adotados no Programa de Redução do Consumo de sacolas plásticas nos supermercados na cidade de Xanxerê – SC, a partir dos papéis trissetoriais identificados na literatura. Os resultados demonstram a relevância da articulação entre os atores representantes dos três setores nas mudanças das práticas de consumo de sacolas plásticas que ocorreram no caso investigado. Isto reforça o argumento de que as mudanças no comportamento dos consumidores só ocorrem, provavelmente, se existirem esses três componentes: motivação/intenção, capacidade e oportunidade (TUKKER *et al.*, 2008), o quais poderão ser alcançados a partir dos papéis analisados neste estudo. Além disto, constatou-se a importância que as empresas possuem para liderar iniciativas que promovam mudanças nos comportamentos dos consumidores.

Apesar da evidente preocupação com a proteção e garantia dos direitos dos consumidores no que se refere à distribuição gratuita de sacolas plásticas nos supermercados, constata-se a necessidade de intervir nas práticas cotidianas desse tipo de consumo. Deve-se promover uma mudança cultural na qual esteja inseridos questionamentos além dos aspectos econômicos, ponderando-se também os aspectos relacionados a melhor eficiência na utilização dos recursos naturais e proteção ao meio ambiente em decorrência dos limites impostos pelo ecossistema, o que poderá ocorrer a partir da adoção de práticas mais sustentáveis como o uso de sacolas retornáveis.

Pôde-se perceber que um dos principais aspectos que envolvem o êxito alcançado no programa de redução de consumo de sacolas plásticas na cidade de Xanxerê – SC foi o envolvimento do governo municipal, da promotoria pública, das empresas e das entidades da sociedade civil, a partir da construção de espaços de diálogos e negociação para gerar alternativas viáveis e promover uma mudança cultural com foco na sensibilização da sociedade quanto aos benefícios socioambientais que seriam alcançados. Alguns entrevistados ressaltaram o orgulho que os moradores da cidade sentem em dizer que na cidade onde moram os supermercados incentivam o uso das sacolas retornáveis e cobram pelas sacolas plásticas, como em países de primeiro mundo. Revela-se, portanto, desdobramentos interessantes sobre a mudança cultural que esse programa causou na cidade. As evidências demonstraram que não há uma nítida separação entre a atuação dos atores e os seus referidos níveis, sendo alguns dos papéis analisados desempenhados em parcerias, de modo que eles podem fazer diferença sob condições gerais e que os seus efeitos interagem.

Constatou-se também a preocupação de que a mobilização e o engajamento social obtido nos primeiros anos do programa sejam mantidos ao longo do tempo para que resultados alcançados permaneçam e sejam ampliados. A promoção do consumo sustentável depende de uma abordagem dinâmica que considere as mudanças que ocorrem nos contextos onde os papéis são desempenhados. Isto poderá ocorrer por meio de monitoramento de mudanças nos comportamentos da sociedade e possíveis efeitos de longo prazo das ações e estratégias implementadas por cada um dos três atores. Corrobora-se o argumento de que mudanças culturais, como as que envolvem as práticas de consumo, só são efetivadas no longo prazo. Além disto, as análises evidenciaram que a promoção do consumo sustentável envolve alguns conflitos de interesses e divergências ideológicas, como é o caso da indústria de plásticos

quanto à redução do consumo de sacolas plásticas e a resistência inicial de alguns consumidores.

Por fim, os papéis analisados neste estudo servem como base de planejamento de ações e estratégias para que atores de governo, empresas e sociedade civil se articulem em processos de mudanças macro e estruturais que possibilitem mudanças efetivas nos padrões e níveis de consumo em termos de sustentabilidade. Porém, vale ressaltar que o tema em estudo carece de elementos teóricos e objetivos mais pragmáticos que possibilitem operacionalizar o conceito e avaliar os impactos que o desempenho daqueles papéis geram nos contextos onde são efetivados.

Referências

- ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Ed. Abril, 2012.
- AKATU; ETHOS. **Pesquisa Akatu 2012** - Rumo à sociedade do bem-estar: assimilação e perspectivas do consumo consciente no Brasil – percepção da responsabilidade social empresarial. São Paulo: Instituto Akatu, 2013.
- BARBER, Jeffrey. Mapping the movement to achieve sustainable production and consumption in North America. **Journal of Cleaner Production**, v. 15, n. 6, p. 499-512, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BRASIL. **Agenda 21 brasileira: ações prioritárias**. Brasília: Comissão de Políticas de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 21 Nacional, 2002.
- BRASIL; MMA. **Orientações sobre consumo consciente e propostas para redução de sacolas plásticas** (Cartilha para Instituições Públicas e Privadas). Brasília: MMA, 2011.
- BRONZO, Carla; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa; ROCHA, Márcia Cristina Gomes da. Tri-sector partnerships in social entrepreneurship: discourse and practice of the actors from the circles of action and reflection. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 47, n. 3, p. 446-460, 2012.
- CARROLL, Archie B. The four faces of corporate citizenship. **Business and Society Review**. Malden: Blackwell Publishers, 1998.
- CLARK, Garrette. Evolution of the global sustainable consumption and production policy and the United Nations Environment Programme's (UNEP) supporting activities. **Journal of Cleaner Production**, 2007.
- COSTA, Daniela Viegas da; TEODOSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. **Revista de Administração da Mackenzie**, 2011, vol,12, n,3, pp. 114-145.
- DOLAN, Paddy. The sustainability of “sustainable consumption”. **Journal of Macromarketing**, 2002.
- FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FUCHS, Doris., LOREK, Sylvia. Sustainable consumption governance - a history of promises and failures. **Journal of Consumer Policy**, n. 28, 2005, p. 261-288.
- GONÇALVES-DIAS, Sylmara Lopes Francelino. Consumo e meio ambiente: uma modelagem do comportamento para reciclagem a partir de teorias cognitivo-comportamentais. **Tese (Doutorado)**. Escola de Administração de Empresas de São Paulo – FGV, 2009.
- HOLT, Douglas B. Constructing sustainable consumption: from the ethical values to the cultural transformation of unsustainable markets. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 2012.
- JACKSON, Tim. Sustainable consumption. **Handbook of sustainable development**. Edited by Giles Atkinson, Simon Dietz, Eric Neumayer, 2006.
- JACKSON, Tim; MICHAELIS, Laurie. Policies for sustainable consumption. **A Report to the Sustainable Development Commission**, 2003.

- JAEGER-ERBEN, Melanie; RÜCKERT-JOHN, Jana; SCHÄFER, Martina. Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. **Journal of Cleaner Production**, v. 108, p. 784-798, 2015.
- LOREK, Sylvia; SPANGENBERG, Joachim H. Sustainable consumption within a sustainable economy e beyond green growth and green economies. **Journal of Cleaner Production**, n. 63, 2014, p. 33-44.
- LUSKIN, Jack. Introduction to the special issue on sustainable production and consumption: making the connection. **Journal of Cleaner Production**, n. 15, p. 489 – 491, 2007.
- MICHAELIS, Laurie. The role of business in sustainable consumption. **Journal of Cleaner Production**, 2003.
- MICHELETTI, Michele; STOLLE, Dietlind. Sustainable Citizenship and the New Politics of Consumption. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 2012, p. 644 -688.
- MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.
- OLIVEIRA, Verônica Macário de; *et al.* . Papéis dos governos para promover o consumo sustentável no contexto brasileiro: uma nálise a partir do método Policy Delphi. VII ENAPG, 2016, São Paulo. **Anais do VII ENAPG**, 2016.
- OLIVEIRA, Verônica Macário de *et al.* Os papéis da sociedade civil como protagonista no processo de promoção do consumo sustentável: uma análise baseada na percepção de especialistas brasileiros. **Organizações & Sociedade**, v. 25, n. 85, 2018a.
- OLIVEIRA, Verônica Macário de *et al.* Papéis das empresas e o consumo sustentável na visão de especialistas brasileiros. **Environmental & Social Management Journal/Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 12, n. 2, 2018b.
- PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. Creating shared value. **Managing Sustainable Business**. Springer, Dordrecht, 2018. p. 327-350.
- PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.
- SACHS, Ignacy. **Rumo à ecossocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento**. São Paulo: Cortez, 2007.
- SANTOS, Boaventura de Sousa; AVRITZER, Leonardo. Introdução: para ampliar o cânone democrático. SANTOS, Boaventura de Sousa. **Democratizar a democracia: os caminhos da democratização participativa**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- SCHAEFER, A.; CRANE, A. Addressing sustainability and consumption. **Journal of Macromarketing**, 2005.
- SCHRADER, Ulf.; THOGERSEN, John. Putting sustainable consumption into practice. Editorial. **Journal of Consumer Policy**, 34, p. 3–8, 2011.
- SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Parcerias Trissetoriais: caminhos e descaminhos de três experiências brasileiras. *Reuna (Belo Horizonte)*, v. 16, p. 43-60, 2011.
- TUKKER, Arnold. *et al.* Foresting change of sustainable consumption and production: an evidence based view. *Journal of Cleaner Production*, 2008.
- UNITED NATIONS. **Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development**. Resolution adopted by the General Assembly, 2015.
- VRINGER, Kees *et al.* Sustainable consumption dilemmas. **Sustainability**, v. 9, n. 6, p. 942, 2017.
- YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.