

Recebimento: 28/01/2019

Aceite: 29/09/2020

PAPÉIS TRISSETORIAIS NA PROMOÇÃO DO CONSUMO SUSTENTÁVEL: O CASO DE XANXERÊ – SC¹

TRIPARTITE ROLES IN THE PROMOTION OF SUSTAINABLE CONSUMPTION: THE CASE OF XANXERÊ – SC

Verônica Macário de Oliveira²
Suzanne Érica Nobrega Correia³
Carla Regina Pasa Gomez⁴

Resumo

A promoção do consumo sustentável faz parte da Agenda 2030, como um dos principais Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), o que requer a identificação e a análise dos papéis dos atores responsáveis por esse processo incluindo governos, empresas e sociedade civil. As sacolas plásticas são um ícone de consumo brasileiro que causa danos à sociedade e ao meio ambiente, de modo que se evidencia a necessidade de intervir nos seus padrões e níveis de consumo. Assim, este artigo teve como objetivo analisar o processo de promoção do consumo sustentável adotado no Programa de Redução do Consumo de sacolas plásticas nos supermercados na cidade de Xanxerê – SC –, a partir dos papéis trissetoriais identificados em estudos recentes. Esta pesquisa é qualitativa, realizada por meio de um estudo de caso de natureza exploratória e descritiva, a partir de entrevistas semiestruturadas realizadas com sujeitos sociais relevantes para o programa e análise documental. Foram analisados 17 papéis de governo, 11 papéis de empresas e 7 papéis da sociedade civil identificados na literatura. Os resultados apontam que o envolvimento dos atores dos três segmentos da sociedade, a partir da construção de espaços de diálogos e negociação para gerar alternativas viáveis e promover uma mudança cultural foi essencial para a eficácia do programa, com ênfase na liderança das empresas e na participação da sociedade civil.

Palavras-chave: Consumo sustentável. Parcerias trissetoriais. Sacolas plásticas.

Abstract

The promotion of sustainable consumption is part of the Agenda 2030 as one of the main objectives of Sustainable Development (ODS), which requires identifying and analyzing the roles of the actors responsible for this process, including governments, companies, and civil society. The plastic bags are an icon of Brazilian consumption that causes damage to society and the environment. The need to intervene in their consumption patterns and levels is evident. Thus, this article aimed to analyze

¹ Versão anterior do artigo apresentada no Semead 2018.

² Doutora em Administração (UFPE). Professora da Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande – PB, Brasil. E-mail: veronicamacario@gmail.com

³ Doutora em Administração (UFPE). Professora da Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande – PB, Brasil. E-mail: suzanne.enc@gmail.com

⁴ Doutora em Engenharia de Produção (UFSC). Professora da Universidade Federal de Pernambuco, Recife – PE, Brasil. E-mail: carlapasagomez@gmail.com

the process of promoting sustainable consumption adopted in the Program for Reduction of Consumption of plastic bags in supermarkets in the city of Xanxerê - SC, from the tripartite roles identified in recent studies. This study is qualitative research was carried out through a case study of an exploratory and descriptive nature, based on semi-structured interviews with social subjects relevant to the program and documentary analysis. We analyzed seventeen government roles, eleven company roles, and seven civil society roles identified in the literature. The results show that the involvement of the actors of the three segments of society, from the construction of spaces of dialogues and negotiation to generate viable alternatives and promote cultural change, was essential for the program's effectiveness, with emphasis on the participation of civil society.

Keywords: Sustainable consumption. Tripartite partnerships. Plastic bags.

Introdução

A crise ambiental, evidenciada a partir da década de 1970, trouxe consigo 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 para que sejam pautados nos princípios de equilíbrio e equidade que garantam condições de sobrevivência intra e intergerações, o que foi definido prioritariamente como desenvolvimento sustentável.

A questão basilar desta discussão 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 (ARIVUMANI & VIJAYALAXMI, 2017). Um dos principais objetivos desta proposta, presente nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030 (UNITED NATIONS, 2015; ARIVUMANI & VIJAYALAXMI, 2017) –, 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). 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 enfrentamento 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). Promover mudanças nas práticas de consumo em busca da sustentabilidade são desafiadoras porque implicam em mudanças estruturais na forma como as sociedades estão organizadas (TUKKER et al., 2008; OLIVEIRA et al., 2018a), o que tem perspectiva de retorno em 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). 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 (OLIVEIRA et al., 2018a). Nesse sentido, foram identificados 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 das empresas (OLIVEIRA et al., 2018b) e o terceiro apresenta os papéis da sociedade civil (OLIVEIRA et al., 2018a).

As sacolas plásticas são um ícone do consumo brasileiro. O seu consumo excessivo nos supermercados, estimulado pela gratuidade e disponibilidade, tem grande impacto ambiental que geram danos coletivos à sociedade (BRASIL; MMA, 2011). Isto impõe a necessidade de intervenção nesses padrões de consumo e a realização de pesquisas sobre os papéis de promoção do consumo sustentável nesse segmento assumem grande relevância.

Diante do exposto, o objetivo deste artigo foi analisar o processo de promoção do consumo sustentável adotado 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 de esse 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, das 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.

Consumo Sustentável

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. Atualmente, a produção e o consumo sustentável estão inseridos entre os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – Agenda 2030 (UNITED NATIONS, 2015; ARIVUMANI; VIJAYALAXMI, 2017).

Com o intuito de atender a esse propósito, emergiram diversos conceitos associados a estratégias e a análises das práticas de consumo que visam obter soluções para as implicações socioambientais decorrentes do avanço nos seus padrões e níveis. Muitos deles são voltados para o comportamento do consumidor, atribuindo-lhe ampla responsabilidade por suas escolhas de consumo, fazendo-lhes assumir os custos decorrentes das soluções tecnológicas incorporadas aos produtos (FUCHS; LOREK, 2005; BRADLEY, 2019). Isso 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, por meio de mecanismos de autorregulação, b) do Estado e do mercado para o cidadão, por meio de suas escolhas de consumo.

Entretanto, 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, têm sido frequentemente prejudicadas por efeitos de ricochete decorrentes do aumento nos níveis de consumo (FUCHS; LOREK, 2005; CLARK, 2007; DERMODY et al., 2018). Ademais, a lógica de mercado que defende a garantia do direito ao consumidor de fazer escolhas eficientes, transfere a responsabilidade do consumo sustentável de uma perspectiva coletiva para uma individual, de modo que concebe o consumidor como capaz de resolver esta problemática a partir de suas escolhas de consumo (JACKSON, 2006; CLARK, 2007). Isso é uma concepção errônea de que apenas os consumidores são os únicos 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; TUKKER et al., 2008).

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. Isso inclui a atuação de atores do governo, das empresas e da sociedade civil.

Papéis trisetoriais de Promoção do Consumo Sustentável

As práticas de consumo são desenvolvidas, como um fenômeno sociocultural, a partir de manifestações de ligações locais e globais de interdependências sociais (JACKSON, 2006). Olhar continuamente para o consumidor como o único que determina a insustentabilidade do consumo efetivamente descontextualiza suas práticas de tais interdependências (BARBER, 2007). 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 (SCHAFFER; CRANE, 2005; TUKKER et al., 2008; 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, há um hiato entre as atitudes e os comportamentos de consumo sustentáveis, o que significa dizer que o fato de os indivíduos declararem que são favoráveis à proteção ao meio ambiente não denota que eles façam a sua parte em realizar modificações nas suas práticas cotidianas de consumo (LOREK; SPANGENBERG, 2014).

Assim, a promoção do consumo sustentável prevê a necessidade de estabelecer ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais que convergem para a necessidade de articulação entre atores do Estado, do mercado e da sociedade civil (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.

Os representantes de cada setor da sociedade precisam ser levados em consideração nas estratégias a serem adotadas, de modo a contribuir com o processo de transição para um modelo de consumo sustentável. Isso possibilita a identificação de desafios comuns, as possíveis sinergias, e a colaboração coordenada entre eles, para que ações implantadas em um setor apoiem, ou pelo menos não impeçam, o que precisa acontecer em outros setores para alcançar a sustentabilidade (BROMAN; ROBÈRT, 2017). Ou seja, deve-se 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 (UNITED NATIONS, 2015; ARIVUMANI; VIJAYALAXMI, 2017).

Nesse sentido, foram identificados três estudos 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 e de governança (LOREK; FUCHS, 2013; ÜLKÜ; HSUAN, 2018). Essa dimensão refere-se ao dilema enfrentado pelos atores em relação aos jogos de cooperação e de confrontação, caracterizada por relações de poder e de 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 na Figura 1 e foram utilizados como base para a realização deste estudo.

Figura 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 por meio 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 • Usar de embalagens ecológicas • Adotar ecotaxas 	<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 estudo é o consumo de sacolas plásticas, a problemática ambiental que envolve esta prática de consumo é apresentada na sequência.

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 disponibilidade gera a sensação de custo zero e estimula cada vez mais o seu consumo, 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. Elas são derivadas 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 nesse 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 (SANTOS et al., 2012; DE DEUS et al., 2014). 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). A Figura 2 demonstra os principais impactos causados por esse produto.

Figura 2: Impactos das sacolas plásticas



Fonte: Lima, 2016.

Para enfrentar esse problema, torna-se necessário disponibilizar alternativas viáveis 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 no processo de consumo de sacolas plásticas.

Procedimentos metodológicos

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 trisetoriais 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 o intuito de confrontar os papéis trisetoriais de promoção do consumo sustentável e as práticas envolvidas no programa de redução do consumo de sacolas plásticas em Xanxerê – SC. A justificativa para a escolha deste estudo de caso único é que ele é considerado um caso emblemático, 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.

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. Nesse 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). As entrevistas seguiram um roteiro baseado nos papéis trissetoriais de promoção do consumo sustentável identificados na literatura recente.

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 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; tratamento dos resultados e interpretações.

Resultados

A cidade de Xanxerê está situada no interior de Santa Catarina e foi 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”. Tem em torno de 45 mil habitantes e é considerada como um dos municípios mais desenvolvidos do oeste catarinense e o segundo maior produtor de gado de corte 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, têm 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, que ocorreu em 2009, 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 passou a ser considerado um caso típico de ações voltadas para a redução do consumo de sacolas plásticas nos supermercados. Dessa 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.

Isso, 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.

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 (MICHAELIS & JACKSON, 2003; JACKSON, 2006; TUKKER et al., 2008). No nível **macro**, os papéis que foram identificados como relevantes e aplicados ao caso de Xanxerê 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 consideraram 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.

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. Nessa audiência, os entrevistados relataram que houve a apresentação de argumentos favoráveis e contrários à disponibilização gratuita das sacolinhas de plástico nos supermercados.

Além disso, na reunião com o PROCON e demais integrantes do projeto foram definidas algumas questões quanto à formulação de preços que refletissem os custos ambientais das sacolas plásticas. 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 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.

Quanto à regulamentação ambiental, verificou-se que esse 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. Os entrevistados E5 e E6 argumentaram que o uso de uma legislação específica para esse 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 estivessem 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 por meio da articulação e parceria entre as Secretarias de Educação e de Políticas Ambientais. Essa articulação do governo municipal no programa se configurou também como o desempenho do papel de promoção de programas públicos que forneciam subsídios para o desenvolvimento de iniciativas sustentáveis, papel relevante destacado por Jackson e Michaelis (2003). 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 têm 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 segundo Barber (2007), é um dos principais pilares para a mobilização cidadã. As crianças que foram sensibilizadas nas escolas quanto à questão ambiental que envolve o consumo de sacolas plásticas, quando acompanham seus pais aos supermercados, dificilmente os deixam acondicionar suas compras nas sacolas plásticas convencionais, relatou o entrevistado E4.

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 eles se tornassem uma referência nacional na questão da redução do consumo de sacolas plásticas, se transformando em um caso de sucesso disseminado em diversos locais do Brasil.

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 promotoras do programa, adotaram o mecanismo de *feedback* por meio da veiculação, em diversos canais de comunicação, dos resultados que estão sendo alcançados pelo programa. O propósito é informar aos consumidores quantas sacolas plásticas estão deixando de ser consumidas a cada ano e os benefícios socioambientais que estão sendo alcançados.

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. Teodósio (2011) enfatiza que esses 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.

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 com 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. Em síntese, os resultados de aplicação dos papéis de governo no caso investigado são apresentados na Figura 3.

Figura 3: Síntese dos resultados da aplicação dos papéis de governo em Xanxerê – SC

Nível	Papéis do Governo	Aplicabilidade
Macro	Eliminar proteção a mercados prejudiciais ao meio ambiente	Não
	Regulamentação ambiental	Sim*
	Instituir mecanismos de defesa do consumidor	Sim
	Formular políticas de preços que reflitam os custos ambientais dos produtos	Sim**
	Combater a mercados oligo e monopolista	Sim
	Definir normas de publicidade	Não
Meso	Fiscalização das regulamentações ambientais	Sim*
	Promover a educação ambiental	Sim
	Subsidiar o desenvolvimento de iniciativas em consumo sustentável	Sim
	Definir critérios de desempenho socioambiental dos produtos	Sim*
	Estabelecer condições equitativas para produtos ecologicamente corretos	Sim
	Estabelecer programa e redes para replicar iniciativas sustentáveis	Sim***
	Estabelecer parcerias com ONG's	Sim
	Motivar os consumidores através do engajamento	Sim
Micro	Promover compras públicas sustentáveis	Sim*
	Manter a transparência das práticas governamentais de consumo	Sim*
	Manter uma cultura aberta de aprendizagem	Sim*

Fonte: Elaboração Própria, 2018.

* Potencialmente aplicável ao caso, mas ainda não desempenhado.

** Aplicável ao caso, mas não totalmente desempenhado.

*** Atuação do governo em parcerias com os outros atores envolvidos no Programa

Papéis desempenhados pelos supermercadistas de Xanxerê

No **nível macro**, o único papel das empresas envolvidas no programa analisado se refere à 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 à sensibilização da população sobre a necessidade de mudança de hábitos do consumo de sacolas plásticas nos supermercados. Esses 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 disso, houve também uma preocupação das empresas em monitorar a aceitação da campanha ao longo do tempo. O entrevistado E1 afirmou que “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%”.

Essas questões também estão associadas ao papel das empresas de promoverem o marketing responsável, que visa estimular uma mudança cultural coletiva por meio dos mecanismos de comunicação e de publicidade das empresas, o que ocorre, segundo Michaelis (2003) e Tukker et al. (2008), devido as influências que este pode exercer sobre os consumidores e a sociedade.

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, mas precisa focar mais nos funcionários.

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). Isso gerou um impacto sobre a cultura local e favoreceu uma mudança nos comportamentos dos consumidores e nas suas identidades, de modo que se tornou 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 que chegaram a distribuir mensagens falsas, atribuindo-as falsamente ao Instituto Akatu, que informavam aos consumidores locais que as sacolas retornáveis não diminuam significativamente o impacto ambiental.

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. Isso 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”. Todos os entrevistados consideram que as empresas poderiam demonstrar maior engajamento com a questão, adotando em suas atividades internas estratégias voltadas para a 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 foi essencial para a mobilização inicial por parte dos empresários locais na busca por implementar o programa de redução do consumo de sacolas plásticas, conforme relatado por todos os entrevistados.

Por fim, no que se refere às respostas das empresas aos incentivos e às 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 síntese dos resultados obtidos é apresentada na Figura 4.

Figura 4: Síntese dos resultados da aplicação dos papéis das empresas em Xanxerê – SC

Nível	Papéis das Empresas	Aplicabilidade
Macro	Disseminar melhores práticas socioambientais	Sim
Meso	Disponibilizar informações socioambientais dos produtos em rótulos e selos	Sim*
	Promover a cadeia de suprimentos sustentável	Sim**
	Exercer a cidadania corporativa	Sim
	Manter diálogos contínuos com os stakeholders	Sim
	Praticar o Marketing responsável	Sim
Micro	Desenvolver produtos sustentáveis	Sim
	Adotar princípios de ecoeficiência	Sim**
	Análise do ciclo de vida dos produtos	Sim
	Usar Embalagens ecológicas	Sim
	Utilizar Eco-taxas	Sim*

Fonte: Elaboração Própria, 2018.

* Potencialmente aplicável ao caso, mas ainda não desempenhado.

** Aplicável ao caso, mas não totalmente desempenhado.

Papéis desempenhados pela sociedade civil de Xanxerê

Envolveram-se 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 daquela localidade no programa investigado. 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 disso, os entrevistados consideram que a sociedade civil participou ativamente na formulação de métodos de educação para o consumo sustentável com a atuação do 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. Nesse 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.

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 representam e ao 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, essa articulação de representantes da sociedade civil com o programa de redução de sacolas plásticas buscou promover discussões sobre o tema. O desempenho desse 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, o que foi confirmado na fala de todos os entrevistados.

Outro papel importante desempenhado pela sociedade civil de Xanxerê foi a 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 na 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, alguns consumidores apresentaram resistência aos supermercados que integraram o programa.

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 os supermercados. A síntese dos resultados está disposta na Figura 5.

Figura 5: Síntese dos resultados da aplicação dos papéis da sociedade civil em Xanxerê – SC

Nível	Papéis da Sociedade Civil	Aplicabilidade
Macro	Engajar-se na formulação de políticas públicas	Sim
	Desenvolver métodos de educação para o consumo sustentável	Sim
Meso	Exercer pressões sobre os governos e as empresas	Sim
	Promover discussões sobre o tema consumo sustentável	Sim
	Formação de redes de comércio justo	Sim
Micro	Promover Boicotes	Sim
	Promover Buycott	Sim

Fonte: Elaboração Própria, 2018.

As evidências sobre o processo de promoção do consumo sustentável, constatada nos resultados apresentados, reforçam a necessidade da atuação e da 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 modificar os hábitos dos consumidores, 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.

Considerações Finais

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. Isso 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 podem ser alcançados a partir dos papéis analisados neste estudo. Além disto, constatou-se a importância que as empresas têm para liderar iniciativas que promovam mudanças nos comportamentos dos consumidores e no poder da articulação e engajamento da sociedade civil em mudanças culturais.

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 foi a construção de espaços de diálogos e negociação entre os três setores para gerar alternativas viáveis e promover uma mudança cultural com foco na sensibilização da sociedade quanto aos benefícios socioambientais que seriam alcançados. 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 em que os papéis são desempenhados. Isso poderá ocorrer por meio do monitoramento de mudanças nos comportamentos da sociedade e por possíveis efeitos de longo prazo das ações e estratégias implementadas por cada um dos três atores. Corroborou-se o argumento de que mudanças culturais, como as que envolvem as práticas de consumo, só são efetivadas no longo prazo. Além disso, 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 à resistência de alguns consumidores.

Por fim, os papéis analisados neste estudo podem servir como base de planejamento de estudos futuros que envolvam aspectos macroestruturais que possibilitem mudanças efetivas nos padrões e níveis de consumo em termos de sustentabilidade. Isso porque 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 em que são efetivados.

Referências

- ARIVUMANI, A.; VIJAYALAXMI, I. Sustainable development. **Advances in Natural and Applied Sciences**, vol. 11, no. 7, 2017.
- BARBER, J. 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, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BRADLEY, P. Integrating sustainable development into economics curriculum: A case study analysis and sector wide survey of barriers. **Journal of Cleaner Production**, v. 209, 2019.
- BRASIL; MMA. **Orientações sobre consumo consciente e propostas para redução de sacolas plásticas** (Cartilha para Instituições Públicas e Privadas). Brasília: MMA, 2011.
- BROMAN, G. I.; ROBERT, K. A framework for strategic sustainable development. **Journal of Cleaner Production**, v. 140, p. 17-31, 2017.
- BRONZO, C.; TEODÓSIO, A. S. S.; ROCHA, M. C. G. 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, A. B. The four faces of corporate citizenship. **Business and Society Review**. Malden: Blackwell Publishers, 1998.
- CLARK, G. 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, D. V.; TEODOSIO, A. S. S. 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.

DE DEUS, E. G. S. Q et al. Consciência ambiental, atitudes e intenção de uso das sacolas plásticas não-recicláveis. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade: GeAS**, , 2014.

DERMODY, J. et al., Appraising the influence of pro-environmental self-identity on sustainable consumption buying and curtailment in emerging markets: Evidence from China and Poland. **Journal of Business Research**, 86, 333-343, 2018.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FUCHS, D., LOREK, S. Sustainable consumption governance - a history of promises and failures. **Journal of Consumer Policy**, n. 28, 2005, p. 261-288.

HOLT, D. B. Constructing sustainable consumption: From ethical values to the cultural transformation of unsustainable markets. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, v. 644, n. 1, p. 236-255, 2012.

JACKSON, T. Sustainable consumption. **Handbook of sustainable development**. Edited by Giles Atkinson, Simon Dietz, Eric Neumayer, 2006.

JACKSON, T.; MICHAELIS, L. Policies for sustainable consumption. **A Report to the Sustainable Development Commission**, 2003.

JAEGER-ERBEN, M.; RÜCKERT-JOHN, J.; SCHÄFER, M. Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. **Journal of Cleaner Production**, v. 108, p. 784-798, 2015.

LIMA, P. Sacola plástica é uma das maiores vilãs do meio ambiente. Agência Senado, 2016.

LOREK, S. FUCHS, D. Strong sustainable consumption governance–precondition for a degrowth path?. **Journal of cleaner production**, v. 38, p. 36-43, 2013.

LOREK, S.; SPANGENBERG, J. H. Sustainable consumption within a sustainable economy e beyond green growth and green economies. **Journal of Cleaner Production**, n. 63, 2014.

MICHAELIS, L. The role of business in sustainable consumption. **Journal of Cleaner Production**, 2003.

OLIVEIRA, V. M.; 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, V. M.; 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.

OLIVEIRA, V. M.; et al. Papéis dos governos para promover o consumo sustentável no contexto brasileiro: uma análise a partir do método Policy Delphi. VII ENAPG, 2016, São Paulo. **Anais do VII ENAPG**, 2016.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value. **Managing Sustainable Business**. Springer, Dordrecht, 2018. p. 327-350.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

SACHS, I. **Rumo à ecossocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento**. São Paulo: Cortez, 2007.

SANTOS, A. S. F. et al., Sacolas plásticas: destinações sustentáveis e alternativas de substituição. **Polímeros: Ciência e Tecnologia**, v. 22, n. 3, 2012.

SCHAEFER, A.; CRANE, A. Addressing sustainability and consumption. **Journal of Macromarketing**, 2005.

SCHRADER, U.; THOGERSEN, J. Putting sustainable consumption into practice. Editorial. **Journal of Consumer Policy**, 34, p. 3–8, 2011.

TEODÓSIO, A. S. S. Parcerias Trissetoriais: caminhos e descaminhos de três experiências brasileiras. **Reuna** (Belo Horizonte), v. 16, p. 43-60, 2011.

TUKKER, A. et al. Foresting change of sustainable consumption and production: an evidence based view. **Journal of Cleaner Production**, 2008.

ÜLKÜ, M. A.; HSUAN, J. Towards sustainable consumption and production: Competitive pricing of modular products for green consumers. **Journal of cleaner Production**, 142, 4230-4242, 2018.

UNITED NATIONS. **Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development**. Resolution adopted by the General Assembly, 2015.

VRINGER, K. et al., Sustainable consumption dilemmas. **Sustainability**, v. 9, n. 6, 2017.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.