

Regulação ambiental e consumo sustentável: um discussão a partir da percepção dos consumidores de Londrina - PR

Environmental regulation and sustainable consumption: a discussion based on the perception of consumers from Londrina - PR

Benilson Borinelli¹

Fábio Luiz Zanardi Coltro²

Ingrid Moriya³

Luis Miguel Luzio Santos⁴

Resumo

A utilização indiscriminada dos recursos naturais ao longo dos anos gerou um agravamento dos problemas ambientais. Em resposta a isso, diversas iniciativas de regulação ambiental têm surgido, entre elas, a pressão dos consumidores sobre as empresas. Neste estudo, baseado em um levantamento com amostra probabilística, procurou-se analisar em que medida o consumo sustentável pode ser entendido como um mecanismo relevante de regulação ambiental na percepção dos consumidores de Londrina - PR. Os resultados mostram que os londrinenses ainda dão pouca importância a esta questão na hora da compra. A pesquisa revela um papel mais ativo assumido pelo consumidor, que atribui tanto a culpa quanto a responsabilidade para a resolução dos problemas ambientais a si mesmo, como a baixa confiança dos mesmos no marketing ambiental das empresas. Os dados reforçam a tendência já largamente presente na literatura sobre a fragilidade dos mecanismos institucionais da atual configuração da regulação ambiental e a baixa credibilidade em seus atores centrais, os agentes do mercado e do Estado. O consumo sustentável vem crescendo em importância como mecanismo de regulação ambiental, mas encontra sérias restrições impostas pelo próprio contexto institucional que, em grande medida, impulsionou a sua expansão. A "irresponsabilidade organizada" do atual arranjo institucional de regulação ambiental é um dos principais entraves para enfrentar os riscos ambientais da sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Consumo sustentável; regulação ambiental; percepção do consumidor; Londrina.

Abstract

The indiscriminate use of natural resources along the years has caused the deterioration of environmental problems. In order to solve this problem, several initiatives of environmental regulation have arisen, and among them, the

1 Professor da Universidade Estadual de Londrina - UEL, Brasil, e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina - PPGA-UEL, Brasil. Possui doutorado em Ciências Sociais pela Universidade de Campinas - UNICAMP, Brasil.

2 Professor da Universidade Norte do Parana - UNOPAR, Brasil. Possui mestrado em Geografia, Meio Ambiente e Desenvolvimento pela Universidade Estadual de Londrina - UEL, Brasil, e especialização em Bioética pela Universidade Estadual de Londrina -UEL, Brasil, nível *latu sensu*.

3 Possui graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina - UEL, Brasil.

4 Professor da Universidade Estadual de Londrina - UEL, Brasil, e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina - PPGA-UEL, Brasil. Possui doutorado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-USP, Brasil, mestrado em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina e Universidade Estadual de Maringá Consorciadas - PPA/UEL-UEM, Brasil.

consumers' pressure on the companies. Thus, a new form of consumption related to reduction of damages to the environment as well as human health, has come into being. In this study, based on a survey with a probabilistic sample, it was intended to analyze to what extent the sustainable consumption can be understood as a relevant mechanism of environmental regulation in the perception of consumers from Londrina – PR. Results suggest that people from Londrina have not yet given importance to the this issue when they are purchasing something. Research shows a more active role assumed by the consumer, who attributes not only guilty and responsibility to the resolution of environmental problems to himself/herself, but also their low trust in the environmental marketing of the companies. Data reinforce the trend that is present in literature about the fragility of institutional mechanisms of the current configuration of environmental regulation and the low credibility in its central actors, the market's and the State's agents. The sustainable consumption has increased in importance as a mechanism of environmental regulation, but it faces serious constraints imposed by the institutional context itself that, in great measure, has driven its expansion. The "organized irresponsibility" of the current institutional arrangement of environmental regulation is one of the main hindrances to face environmental risks of contemporary society.

Key words: Sustainable consumption; environmental regulation; perception of consumer; Londrina.

Introdução

Nas últimas décadas, em meio a profundas mudanças econômicas e políticas, o maior reconhecimento público dos problemas ambientais e a escassez de recursos naturais fizeram com que o meio ambiente ocupasse um lugar de destaque nas discussões dos diversos setores da sociedade. Agentes estatais, da sociedade civil e de mercado criaram e aperfeiçoaram inúmeros mecanismos com objetivo de responder ao desafio colocado pela degradação ambiental em escala global. A criação de mecanismos de controle sobre os recursos naturais e o aumento da proteção legal exigiram cada vez mais cuidados e respeito com o meio ambiente, despertando no consumidor uma "consciência ecológica". Nesse movimento, o consumo sustentável passou a ser tratado como uma nova estratégia para a resolução dos problemas ambientais.

Dessa forma, além das pressões regulatórias do Estado existentes, outras formas de pressões ambientais sobre as empresas foram criadas. É nesse contexto que vai ocorrer um processo de convivência, ora cooperativa ora conflitiva, de diferentes formas de regulação ambiental. A partir da perspectiva de um contexto ainda em processo de consolidação, neste estudo procurou-se analisar em que medida o consumo sustentável pode ser entendido como um mecanismo relevante de regulação ambiental. A

análise é feita com base nos resultados da pesquisa de campo que procurou identificar a percepção dos consumidores de Londrina sobre o assunto. Por decorrência, tal análise dá-se pela investigação de três objetivos específicos: a) a qualidade ambiental percebida em Londrina e a prioridade dada pelos atores centrais às preocupações ambientais; b) o comportamento do consumidor em relação a produtos e empresas; c) a confiança nos atores centrais da regulação ambiental. Trata-se de uma pesquisa exploratória com abordagem quantitativa, cuja amostra foi definida de forma probabilística. Londrina é um caso particularmente interessante de estudo por ser tratar de um centro metropolitano e a segunda maior cidade do estado do Paraná. Apresenta uma grande diversidade de setores econômicos e de consumidores.

Na sequência, apresenta-se algumas noções centrais da idéia de regulação ambiental adotada na pesquisa e de consumo sustentável. Em seguida, os resultados da pesquisa são expostos e discutidos.

Regulação ambiental

A noção de regulação é usada de forma bastante diversa na literatura, mas quase sempre denota a intervenção do Estado em uma atividade econômica que procura suprir as falhas de mercado e prevenir e controlar os efeitos negativos para o mesmo ou para áreas que envolvam a produção

de uma utilidade dotada de essencialidade e relevância social. Assim, num sentido geral, a regulação “é o estabelecimento de regras para a atividade econômica destinadas a garantir o seu funcionamento equilibrado, de acordo com determinados objetivos públicos” (MOREIRA apud MENDES, 2002, p. 118). De acordo com o mesmo autor, a atividade de regulação pode ter dois sentidos: “pode designar um estado de equilíbrio e de regularidade de funcionamento de um sistema” e apontar “para o estabelecimento de regras a serem observadas num determinado comportamento, tendo como objetivo garantir e repor o equilíbrio e a regularidade do seu funcionamento” (MOREIRA apud MENDES, 2002, p. 112). É nesse sentido que a regulação ambiental é vista como um instrumento público para alcançar e garantir a sustentabilidade ambiental e social.

Até o início da década de 1990 predominava na maioria dos países, inclusive no Brasil, a regulação ambiental estatal, também denominada de regulamentação fundada nos mecanismos de comando e controle. Contudo, durante esta década a regulação ambiental passou a ser objeto de debates e disputas devido a mudanças políticas, econômicas, sociais de grande importância como: o processo de redemocratização, a ascensão da lógica de mercado sobre outras lógicas de organização social e política, a crise fiscal do Estado, o aparecimento e consolidação das Organizações Não Governamentais como atores políticos relevantes, o aprofundamento da consciência sobre a crise ambiental em todo o planeta e, sobretudo, os resultados insatisfatórios dos mecanismos estatais e de mercado no controle dessa crise. Em seu conjunto, esses acontecimentos conduziram, entre outras coisas, à ampliação do conceito de público não mais visto como sinônimo de estatal (KEINERT, 2000), e dos atores com legitimidade para intervir em áreas de interesse público, tidas como problemáticas do ponto de vista ambiental.

Novos mecanismos de mercado, também conhecidos como de autoregulação (BARBIERI, 2004; LAYRARGUES, 2000), a participação ativa e profissional de ONGs em projetos ambientais, a

relativa abertura dos governos a novas experiências participativas, o surgimento de segmentos de consumo sustentável deram origem a novas formas de conflitos e cooperação, modificando e ampliando o entendimento da regulação ambiental.

Embora boa parte da literatura, em geral, ainda se concentre no viés estatal ou de mercado, ou parta deles, para se referir ao termo (NEDER, 2002), já é possível afirmar que melhores resultados no controle da degradação ambiental têm sido esperados da combinação de mecanismos estatais, da autoregulação, incluindo o consumo ambientalmente consciente, e do envolvimento de ONGs. Um termo que tenta reunir todas essas formas de regulação é a chamada governança ambiental:

Em sua definição ampla, governança ambiental é o processo que vincula e harmoniza políticas, instituições, processos, ferramentas e informações a fim de permitir que uma grande variedade de participantes (setor público e privado, ONGs, comunidades locais) administrem conflitos, busquem consensos, tomem decisões fundamentais e se responsabilizem pelas próprias ações (BID, 2002, p.18)

Essa nova configuração da regulação ambiental é resultado de profundas transformações nos arranjos institucionais que, inspiradas em preceitos liberais, deram uma maior ascendência para os atores de mercado. Também denominadas de modernização política, essas transformações assinalaram um processo de mudanças estruturais nas interações entre Estado, mercado e sociedade civil e a ascendência de novas concepções e práticas de governança (ARTS; TATANHOVE, 2000). Para esses autores, arranjos institucionais tradicionais podem ser entendidos como o conteúdo e a organização de uma área política temporariamente estáveis. Nas últimas décadas, arranjos institucionais tradicionais (Estado protagonista e centralizador) passaram a conviver com arranjos inovadores, marcados pela maior abertura à participação, pelo deslocamento de responsabilidades do Estado para os agentes de mercado e da sociedade civil, e para a internacionalização. As diferenças entre esses arranjos, se, por um lado, dificultam ou impedem

a coordenação e a integração das ações, também podem conduzir à inovação devido aos contrastes entre tendências e aspirações dos atores. Contudo, outro aspecto importante dessa nova conjuntura é que a pluralidade de arranjos políticos promove uma difusão do poder político, beneficiando e fortalecendo certos atores privados.

Uma das maiores expressões da modernização política no campo da política ambiental, mais precisamente da sociologia ambiental, pelo menos em termos de aproximação e disseminação empírica, vem sendo a proposta da modernização ecológica (MOL, 1997). Inspirado nas mudanças e repostas à crise ambiental no Norte da Europa, sobretudo na Alemanha e Holanda, esse programa político se distingue pelo otimismo quanto às possibilidades favoráveis de uma reforma ecológica das instituições da modernidade, mormente do capitalismo. Tal reforma fundamenta-se na aprendizagem institucional e em princípios como o enaltecimento das virtudes do livre mercado, a fé na ciência e na tecnologia, o incrementalismo e a cooperação entre os atores estatais, de mercado e da sociedade civil, para enfrentar os problemas ambientais (MOL, 1997).

Portanto, saindo de um campo estritamente jurídico e estatal, tem-se um sentido da expressão regulação ambiental mais amplo, voltado para a gestão e resolução participativa de problemas e conflitos ambientais através do estabelecimento ou mudança dos arranjos institucionais, que remeteriam, por exemplo, à idéia de *stakeholders* e às práticas de parcerias e de governança ambiental (DORE, 2003). Entretanto, como um processo recente e fortemente marcado por conflitos de valores e interesses, não é rara a discussão da regulação ambiental estar povoada por crítica, desconfiança e o uso da retórica entre os principais atores, os quais tentam impor, aos demais, diagnósticos e modelos de regulação ambiental que lhes assegurem posições privilegiadas (REVELL; RUTHERFOORD, 2003). Em síntese, neste trabalho entende-se por regulação ambiental um processo relativamente recente, amplo, complexo, conflituoso e inacabado de busca de formas de controle social da degradação ambiental

e de promoção do desenvolvimento sustentável. A proposta é justamente trazer novas contribuições para demarcar melhor este fenômeno, sobretudo à luz da idéia de consumo sustentável.

A seguir, apresenta-se as principais formas do que se entende por regulação ambiental e seus mais importantes instrumentos.

Regulação ambiental estatal

De acordo com Bustamanti (1990), a política ambiental de um país é o conjunto de regras e definições adotadas pelas autoridades, que condiciona e determina o comportamento das pessoas e empresas no que se refere a uso, controle e conservação dos recursos naturais de que dispõe a sociedade. A evolução das políticas ambientais brasileiras reflete as diferentes estratégias do Estado com relação às questões ambientais ao longo do desenvolvimento brasileiro. Esta evolução também é influenciada pela preocupação social crescente em torno das questões ambientais. A Constituição Federal de 1988 representou um importante avanço nas questões ambientais brasileiras. Ela estabeleceu a defesa do meio ambiente como um princípio a ser observado e incorporou o conceito de desenvolvimento sustentável em um de seus capítulos.

Além de dedicar um capítulo específico para o meio ambiente, a Constituição de 1988 também proporcionou ao cidadão o direito de propor ação popular para proteger o meio ambiente e o patrimônio histórico e ampliou a autonomia do Ministério Público na defesa das questões socioambientais. Após a promulgação da Constituição Federal de 1988, das Constituições Estaduais de 1989 e das Leis Orgânicas Municipais de 1990, foi criado um número significativo de novas normas legais que abrangem diversos aspectos da problemática ambiental.

A regulação ambiental estatal consiste, dentre outras ações, na formulação de políticas, leis e procedimentos de fiscalização e controle que limitam a liberdade dos agentes econômicos em contaminar. A mais importante modalidade de instrumentos utilizada no Brasil é a de comando

e controle, e entre estes destacam-se as licenças ambientais, os estudos de impactos ambientais, o zoneamento e os padrões de qualidade ambiental. Os principais órgãos de fiscalização atuando no estado do Paraná são o IBAMA – Instituto Brasileiro do meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis, o IAP – Instituto Ambiental do Paraná, o Batalhão de Polícia Ambiental e o Ministério Público. Estes órgãos utilizam o instrumento do tipo comando e controle para estabelecer regulamentações quanto ao uso dos recursos ambientais e fiscalizam seu cumprimento (MARGULIS, 1996).

Os instrumentos de comando e controle vêm sendo crescentemente criticados no Brasil, por sua morosidade, alto custo e falta de incentivos para a melhoria contínua dos empreendimentos, agravados, sobretudo, pela precariedade no funcionamento das instituições ambientais públicas (NEDER, 2002; MARGULIS, 1996).

Regulação ambiental de mercado

Após uma forte oposição às tentativas de controle ambiental, as empresas começaram a incorporar mais sistematicamente medidas de controle do impacto ambiental. Mais recentemente, com a crescente cobrança pública e a perda de importância relativa da intervenção estatal, os atores de mercado têm chamado para si a responsabilidade pela regulação ambiental, através da também chamada autoregulação (SMITH, 1997; LAYRARGUES, 2000).

Por meio do conhecimento dos problemas ambientais gerados pelo processo produtivo, os consumidores têm buscado cada vez mais informações sobre as características dos produtos e os impactos causados por eles. Estas atitudes despertaram nas organizações a busca pela incorporação dos aspectos relativos ao meio ambiente. Atualmente, as organizações vêm percebendo que a adoção de medidas que buscam maior eficiência preventiva da contaminação é muito mais vantajosa, não só por evitarem os problemas ambientais, como também por resultarem em aumento da competitividade. Assim, administrar pensando na questão ambiental passou a fazer parte da rotina de um bom número

de empresas devido às vantagens em termos de imagem e de ganhos econômicos (DENARDIN; VINTER, 2007). A regulação ambiental de mercado, de caráter voluntário, é desenvolvida a partir de uma variedade de discursos e instrumentos que incluem a responsabilidade socioambiental, a ecoeficiência, a produção mais limpa, o sistema de gestão ambiental e a ISO 14000 (BARBIERI, 2004; DIAS, 2006).

Concorrendo em mercados cada vez mais competitivos e diante destas novas formas de produção, algumas empresas vêm percebendo que resolver os problemas ambientais decorrentes de seus processos produtivos pode ser indispensável para manter ou conquistar novos mercados. Os consumidores mais exigentes passam a avaliar os produtos não apenas com base no desempenho ou no preço, mas também na responsabilidade dos fabricantes. Embora esse novo contexto tenha levado muitas empresas a mudarem de postura em relação aos impactos ambientais, os resultados efetivos ainda são relativos e elas continuam sendo apontadas como umas das principais responsáveis pela degradação ambiental (CRESPO, 2002).

Regulação ambiental da sociedade civil

A pressão do público é um poderoso instrumento de controle ambiental visto que força a regulação estatal a adotar medidas contra as empresas poluidoras e atua de forma complementar na busca de mudanças. As comunidades afetadas pela poluição, as ONGs e outros grupos civis de interesse ocupam um papel-chave e um envolvimento direto com os problemas ambientais.

O consumo sustentável, a censura pública, boicotes e a cobertura negativa dos meios de comunicação são formas utilizadas pelo público para pressionar as empresas a controlarem suas emissões e/ou reduzirem os impactos da poluição que produzem. Com isso, é cada vez mais comum encontrar empresas adotando ações ambientais para melhorar a sua reputação frente à opinião pública, que estaria cada vez mais exigente.

Dentre os atores da regulação ambiental da sociedade civil, as ONGs vêm se destacando.

Atualmente existem ONGs de todos os tamanhos e áreas de atuação, podem-se encontrar aquelas que têm uma ação local, com poucos membros e recursos, e também aquelas que possuem ação global, com milhares de filiados e doadores, como é o caso da *GreenPeace* e *WWF*. Desde os anos 1990s, as ONGs têm tido grande participação nas causas ambientais. As principais características dessas organizações são: a forma com que elas conseguem chamar a atenção da sociedade e dos governantes sobre a poluição e a exploração predatória dos recursos naturais e a forma com que elas conseguem mobilizar a opinião pública em prol do meio ambiente, oferecendo versões alternativas para os problemas ambientais e para a sua solução. Na maioria das vezes, as ONGs também mobilizam-se para promover discussões sobre os temas mais atuais, contribuindo para a educação ambiental e para o maior nível de informação da população. Elas ainda participam da execução de projetos ambientais próprios ou em parceria com empresas e governos.

Consumo sustentável

O conceito “Consumo Sustentável” tem sua origem nas discussões sobre o “Desenvolvimento Sustentável”. A definição mais citada de desenvolvimento sustentável é a da Comissão Brundtland: “Desenvolvimento Sustentável é o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a habilidade das gerações futuras em atender às suas necessidades” (DIAS, 2006; MASERA, 2001). A Declaração da Conferência Internacional sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Eco 92, estabeleceu a relação entre desenvolvimento sustentável e consumo em seu princípio oitavo: “Para alcançar o desenvolvimento sustentável e uma qualidade de vida superior para todos os povos, as nações deveriam reduzir e eliminar os padrões de produção e consumo insustentáveis e promover políticas demográficas apropriadas.” (LAZZARINI; GUNN, 2007, p.7). O papel assumido pelo consumidor sustentável indica, então, preocupação com o futuro, com a finitude dos recursos naturais, com

as desigualdades sociais e com a sustentabilidade global.

Associados ao consumo sustentável, também é comum encontrar-se na literatura as expressões consumo consciente e consumo verde. Para o Instituto Akatu (2005a), os consumidores conscientes são aqueles que, além da busca pela satisfação das necessidades individuais, também se preocupam com as questões ambientais e com as necessidades sociais nas três etapas do consumo (compra, uso e descarte). Neste sentido, além da eficiência do produto ou do serviço, também é avaliado o impacto sobre o meio ambiente e sobre a sociedade. Os chamados consumidores verdes manifestam suas preocupações ambientais em seu comportamento de compra, analisando, além da qualidade e do preço, a variável ambiental, buscando produtos que consideram menos agressivos ao meio ambiente. Segundo Dias (2006), hoje pode-se notar uma série de definições e interpretação para o consumo sustentável, porém todas elas procuram se pautar pelos princípios básicos enunciados pela Comissão de Brundtland, que preconiza que se devem a todo custo utilizar os recursos somente na exata medida em que não prejudiquem a sua mesma utilização pelas gerações futuras. Neste trabalho, consumo sustentável, consumo consciente e consumo verde serão entendidos como sinônimos.

A consideração do consumo sustentável como uma forma potencial de regulação ambiental é relativamente recente e é fruto de importantes mudanças nas explicações da crise ambiental e no papel dos atores centrais. Até a década de 1970, as discussões mais consistentes sobre os problemas ambientais estavam relacionadas aos questionamentos sobre o crescimento populacional e o desenvolvimento econômico dos países em desenvolvimento: o crescimento demográfico estaria causando uma pressão sobre os recursos naturais. Na Conferência de Estocolmo em 1972, os países em desenvolvimento começaram a afirmar que a causa da crise ambiental estava localizada principalmente nas nações industrializadas, onde o estilo de produção exigia grande quantidade de recursos e energia. Observa-se nesse momento

um deslocamento das atenções: do crescimento populacional nos países do Sul para os padrões de produção dos países do Norte (PORTILHO, 2005). Esta nova argumentação consagra a noção de que o nível de consumo não depende somente do total populacional, mas está relacionado também à intensidade da utilização dos recursos. A partir da década de 1990, intensificou-se a percepção do impacto ambiental dos altos padrões de consumo. A problemática ambiental volta-se também para o consumo e os estilos de vida. Com isso, ocorre um novo deslocamento: da preocupação com os problemas ambientais relacionados à produção para o consumo.

O simples ato da compra foi politizado e começou a ser interpretado como podendo determinar a preservação ou a destruição do meio ambiente. Se quem demanda o produto e efetivamente polui é o consumidor, “nada mais justo do que atribuir-lhe uma co-responsabilidade” (PORTILHO, 2005, p. 60). “Ações individuais conscientes, bem informadas e preocupadas com as questões ambientais aparecem como uma nova estratégia para a resolução dos problemas ambientais e para as mudanças em direção à tão esperada sustentabilidade” (PORTILHO, 2005, p. 113).

Segundo a autora, o deslocamento da crise ambiental da produção para o consumo teria duas importantes consequências para a regulação ambiental: o fortalecimento da participação individual e coletiva nas questões ambientais e a minimização da responsabilidade de governos e empresas.

O novo quadro, apesar de representar relativos avanços em termos da conscientização sobre as causas da crise ambiental e dar maior atenção aos impactos da produção econômica, pode apresentar alguns limites. Uma regulação ambiental efetiva via consumo ambiental exigiria uma ampla capacidade de mobilização e de acesso a informações por parte dos consumidores, como forma de se contrapor ao poderio econômico e político das grandes empresas e à debilidade dos órgãos ambientais (BORINELLI, 2007). Embora isso

ainda seja mais provável em casos pontuais, não se pode desprezar a potencialidade das pressões exercidas por ações coletivas, denúncias, boicotes de associações de consumidores e de ONGs, que podem aumentar a efetividade do consumo, sozinho ou em conjunto com as outras formas de regulação, como mecanismo de regulação ambiental.

Na perspectiva de Lipovetsky (2004), o consumo sustentável pode ser compreendido como a contrapartida da responsabilidade social corporativa, espelhando uma nova forma de gestão global que foi pautada por uma necessidade ética do mundo organizacional, no sentido de recolocar a dimensão humana nas empresas. Nesse sentido, para Lipovetsky, a ascensão da ética nos negócios se deveu a quatro fatores: a) a uma necessidade real de preservação do meio ambiente e do homem; b) a uma busca de maior transparência dos mercados, tendo em vista o novo modelo econômico do capitalismo a partir das políticas neoliberais dos anos 1980, gerando uma fúria econômica e, conseqüentemente, escândalos corporativos que puseram o mundo organizacional sob suspeita; c) a uma nova estratégia do marketing, na medida em que as empresas passaram a perceber o lado benévolo de atitudes socialmente responsáveis para suas imagens de marca; d) a uma promoção da cultura empresarial, em busca de uma mobilização dos empregados, na medida em que, acredita-se, alcançando uma imagem de respeitabilidade externa, a empresa também conseguiria motivar o seu pessoal e a mobilizá-lo, fazendo com isso também influenciasse na dinâmica produtiva da empresa.

Em vista do caráter recente e relativamente inédito do tema regulação ambiental e consumo sustentável, optou-se, numa perspectiva heurística, em construir um modelo a partir de várias contribuições parciais, destacando-se Crespo (2002) e Instituto Akatu (2005a, 2005b, 2001). Tomando essas referências, foram definidas como variáveis centrais para investigar exploratoriamente o potencial do consumo sustentável como uma modalidade de regulação ambiental a qualidade

ambiental na cidade de Londrina, o comportamento do consumidor e a confiança. No próximo item os respectivos indicadores dessas variáveis são elencados.

Metodologia

O presente trabalho é fruto de um estudo exploratório em que se procurou obter maiores informações sobre o Consumo Sustentável como forma de Regulação Ambiental, na percepção dos consumidores de Londrina. Tendo em vista esta necessidade de levantar as opiniões, atitudes e critérios de compra e comportamento dos consumidores da cidade de Londrina, adotou-se um enfoque quantitativo.

A cidade de Londrina, localizada no norte do Paraná, possui uma área de 1.650,809 km² e uma população de 447.065 habitantes (IBGE, 2000). A população da pesquisa é composta por consumidores da cidade de Londrina, aqui entendidos como pessoas com idade entre 15 e 74 anos, ou 321.551 consumidores. "Consumidor é qualquer agente econômico responsável pelo ato de consumir bens e serviços finais. Tipicamente, o consumidor é pensado como um indivíduo, mas na prática consiste em instituições, indivíduos e grupos de indivíduos" (GREEN apud PORTILHO, 2005, p.64). Nesta pesquisa, tomou-se os consumidores apenas como indivíduos, ou seja, cada entrevistado será tratado como um consumidor individual. Partindo de uma amostra probabilística, com um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, foram inquiridos 389 consumidores.

Para a coleta dos dados, foi utilizado um questionário com perguntas fechadas dicotômicas e de múltipla escolha. Os questionários foram aplicados em 2007, em diversos pontos de consumo da cidade de Londrina. Os dados coletados foram tabulados, submetidos à análise estatística descritiva e representação gráfica para poderem ser discutidos e relacionados com o referencial teórico pesquisado.

O trabalho de investigação foi estruturado em um conjunto de questões que procuraram levantar a avaliação da qualidade ambiental na cidade, o comportamento dos consumidores em relação ao tema e à confiança nos mecanismos mais relevantes de regulação ambiental. O conjunto de questões e os respectivos indicadores são os seguintes:

- *Qualidade ambiental na cidade de Londrina* (situação ambiental de Londrina, principais problemas ambientais);

- *Comportamento do consumidor* (critérios utilizados para escolha do produto, eficácia do consumo sustentável para melhoria ambiental, preocupação com o impacto ambiental, aspectos ambientais considerados importantes, fontes de informações mais utilizadas, obstáculo para consumo sustentável);

- *Confiança* (maior responsável pela degradação, principal ator na resolução dos problemas, confiança no marketing ambiental das empresas, poder para mudar o comportamento das empresas).

A seguir, essas três questões são apresentadas e discutidas à luz dos resultados da pesquisa de campo com consumidores da cidade de Londrina.

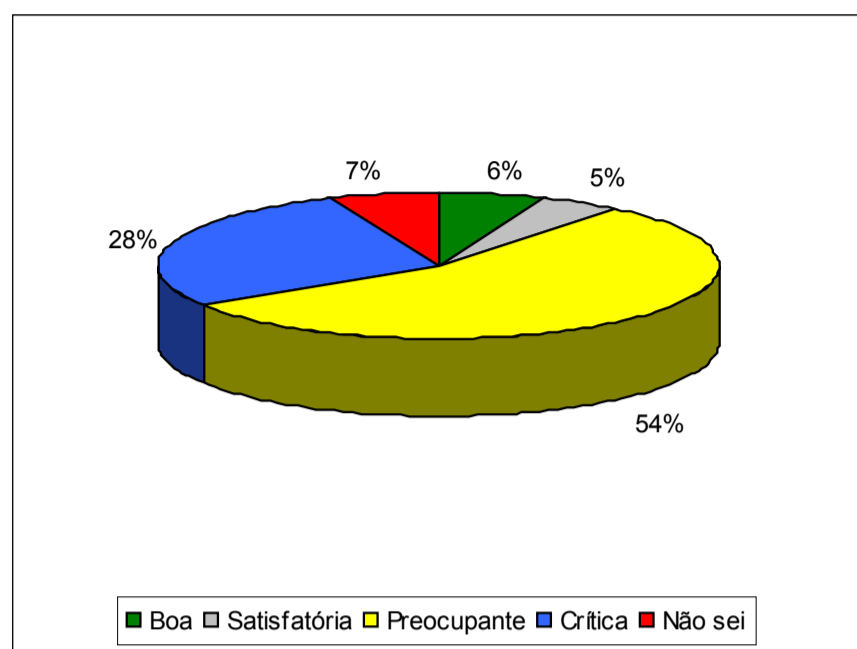
Regulação ambiental e consumo sustentável na percepção dos consumidores de Londrina

Seguindo os conjuntos de questões previamente anunciados, a apresentação a seguir expõe dados sobre a qualidade ambiental na cidade de Londrina, o comportamento do consumidor e o grau de confiança nos atores e instrumentos envolvidos na regulação ambiental.

Qualidade ambiental na região de Londrina

Neste primeiro conjunto de questões, procura-se identificar a situação ambiental da região de Londrina e os principais problemas ambientais apontados pelos consumidores.

Gráfico 1. Situação ambiental da cidade de Londrina



Fonte: Dados da pesquisa.

A maioria dos entrevistados (Gráfico 1), 82%, percebe a situação ambiental de Londrina como preocupante ou crítica. É interessante destacar que tanto a variável escolaridade quanto a variável renda do consumidor tendem a não interferir na percepção. Em ambos os casos mais de 75% dos entrevistados responderam que a situação ambiental é preocupante ou crítica.

Quanto aos principais problemas ambientais da cidade, independente da renda e da escolaridade, os problemas relacionados ao lixo urbano (68,5%), poluição das águas (50%) e do ar (29%) foram os mais citados pelos consumidores. Isso parece demonstrar que os mesmos problemas são percebidos em diferentes classes sociais.

De acordo com Almeida (2007), até mesmo entre os técnicos ambientais não há um consenso com relação à situação ambiental na cidade, predominando uma avaliação negativa da questão. O quadro é bastante confuso na região diante da carência de fontes de informação apropriadas e essenciais para um diagnóstico confiável da qualidade ambiental. Esta situação é problematizada por Margulis (1996), ao ressaltar que muitos dos fracassos das políticas ambientais são decorrentes da precariedade de informações, o que conduz ao estabelecimento errôneo de prioridades e de ações condizentes com as particularidades locais. Além disso, a inexistência de avaliações sistemáticas e confiáveis inibiriam

comportamentos e responsabilidades pró meio ambiente nos consumidores (PORTILHO, 2005) e não permitem ou dificultam o acompanhamento do desempenho das políticas públicas e privadas de controle ambiental. Dessa forma, ao afetar negativamente confiança e cooperação com programas públicos e privados, fragilizam a adesão ao consumo sustentável como estratégia de regulação ambiental.

O fato de a população de Londrina identificar a situação ambiental como preocupante ou crítica sugere que os arranjos institucionais do meio ambiente existentes na região não estão sendo eficazes ou são percebidos como insuficientes diante da urgência com que se apresenta a problemática ambiental na atualidade. Isso é reforçado pelo fato de 88% dos entrevistados acreditarem que governos e empresas não estão priorizando a proteção ambiental em suas atividades.

Comportamento do consumidor

Quase a totalidade dos entrevistados, 92%, acredita que consumir os produtos ambientalmente corretos é uma forma de contribuir para a melhoria ambiental. Apesar disso, o preço e a qualidade dos produtos ainda continuam sendo os principais aspectos para a escolha de um produto. As pesquisas realizadas pelo Instituto Akatu, em novembro de 2001, intituladas "O consumidor brasileiro e a construção do futuro" e "Os jovens e o consumo sustentável: construindo o próprio futuro" também apontam qualidade e preço como critérios recorrentes de escolha.

Apenas 28,9% dos consumidores citaram a produção ambientalmente correta como aspecto importante para a escolha de um produto, o que contrasta com o quesito qualidade (82,3%) e preço (64,3%). Esse fato mostra que o meio ambiente pode vir a ser inserido entre os critérios de escolha para compras à medida que a consciência do consumidor for refletida em suas ações de consumo. A esse respeito é interessante destacar que entre os homens 55% raramente ou nunca levam em conta o impacto ambiental do produto na hora de escolher um produto contra 41% das mulheres.

Cotejando a variável escolaridade com a preocupação com o impacto ambiental do produto, ocorre que quanto maior o grau de instrução (nível de escolaridade) do entrevistado, maior a preocupação com o impacto do produto. Dos entrevistados que possuem 3º grau completo, 71% declararam que sempre ou às vezes consideram o impacto do produto, já dos que possuem 1º grau incompleto, apenas 39% fizeram a mesma afirmação.

Embalagem reciclável, produtos orgânicos e material biodegradável são os aspectos ambientais mais importantes e decisivos para a escolha de um produto na opinião dos entrevistados.

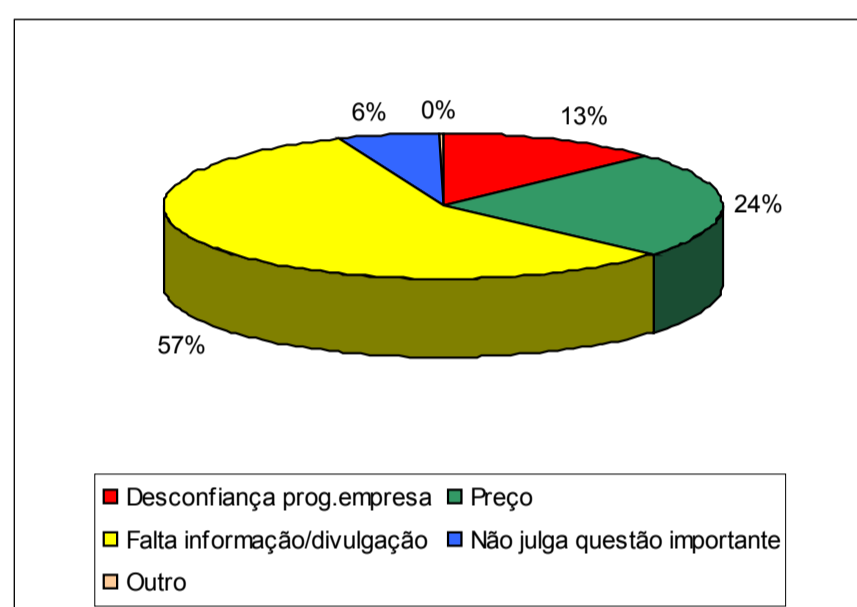
Talvez esse fato esteja relacionado ao maior apelo das campanhas de *marketing* das empresas. Geralmente os aspectos mais divulgados para os consumidores são realmente estes que geram uma preocupação superficial, não se levando em conta o processo produtivo mas o descarte do produto.

Quando se trata de obter informações a respeito dos produtos ambientalmente corretos, é grande a parcela da população que tem como principal fonte a TV/rádio, com 41%, e os jornais/revistas com 29%. Os rótulos também possuem uma porcentagem significativa de respostas, totalizando 21% dos entrevistados. Esse fato se torna preocupante se considera-se que a maior parte das informações veiculadas nesses meios de comunicação são produzidas direta ou indiretamente pelas empresas. Neste caso, 91% dos entrevistados tornam-se dependentes de informações que nem sempre são as mais isentas. À medida que o grau de escolaridade aumenta, a fonte para se informar sobre os produtos ambientalmente corretos sofre alteração. Dos consumidores que possuem o 1º grau incompleto, 70% utilizam a TV como principal fonte de informação e apenas 4% lêem as informações contidas nos rótulos. Entre os consumidores que possuem 3º grau completo, 30% deles utilizam a TV, 42% os jornais e 22% lêem as informações contidas nos rótulos. Portanto, os indicam que quanto menor o grau de instrução, maior a influência dos meios de comunicação de massa.

A mesma relação é percebida quando os dados são cruzados com a renda familiar. Quanto

maior a renda, maior a porcentagem de pessoas que utilizam as informações contidas nos rótulos dos produtos. Segundo os dados colhidos, dos entrevistados que possuem renda familiar de até R\$500,00, 69% utilizam a TV como principal fonte de informação e ninguém possui o hábito de ler o rótulo. No caso dos consumidores que possuem renda familiar acima de R\$ 3000,00, utilizam a TV 27%, 39% utilizam os jornais e 21% lê os rótulos.

Gráfico 4. Maior obstáculo para consumir os produtos ambientalmente corretos



Fonte: Dados da pesquisa.

A falta de informação e divulgação a respeito dos produtos ambientalmente corretos ainda é o maior motivo que impede as pessoas de consumirem esses produtos (Gráfico 4). Considerando-se que os entrevistados relataram que a principal fonte utilizada para obter informações é a Tv ou rádio, pode-se dizer que essas fontes não estão sendo suficientes para dirimir as dúvidas existentes, ou que poucas e incompletas informações estão sendo fornecidas pelas empresas.

Vale observar que preço e desconfiança nos programas das empresas também foram citados com alguma expressividade, porém tanto renda quanto escolaridade não apontam nenhuma relação significativa para entender os resultados.

A pesquisa reflete conflitos comuns: por um lado, há uma preocupação com a problemática ambiental por parte dos consumidores, por outro, os consumidores encontram-se condicionados à baixa renda disponível, sendo o preço dos produtos o fator mais importante de compra. Dessa forma,

as preocupações ambientais e sua influência como fator de compra são deslocadas para um plano inferior.

Por meio deste segundo conjunto de questões, foi possível identificar importantes elementos do comportamento dos londrinenses em relação ao consumo sustentável.

Assim como na pesquisa realizada pelo Instituto Akatu em 2003, intitulada “Descobrendo o Consumidor Consciente”, há uma contradição entre o que o consumidor pensa e o que faz. Mesmo que 92% dos entrevistados acreditem que consumir produtos ambientalmente corretos seja uma forma eficaz de contribuir para a melhoria ambiental, ainda são poucos os consumidores que levam em conta o impacto ambiental dos produtos na hora da compra.

Os dados levantados sugerem que, além da baixa renda, aliam-se a falta de informação e a baixa escolaridade como explicação do baixo consumo de produtos e serviços sustentáveis, além da desconfiança nos programas das empresas, que também apareceu como uma possível variável explicativa. Acredita-se que, embora a confiança nos atores centrais do processo de consumo sustentável seja um tema pouco estudado, aspectos como a cultura política e a baixa credibilidade geral nas instituições do país indicam que a confiança pode ser considerada um objeto de pesquisa que não pode ser desprezado.

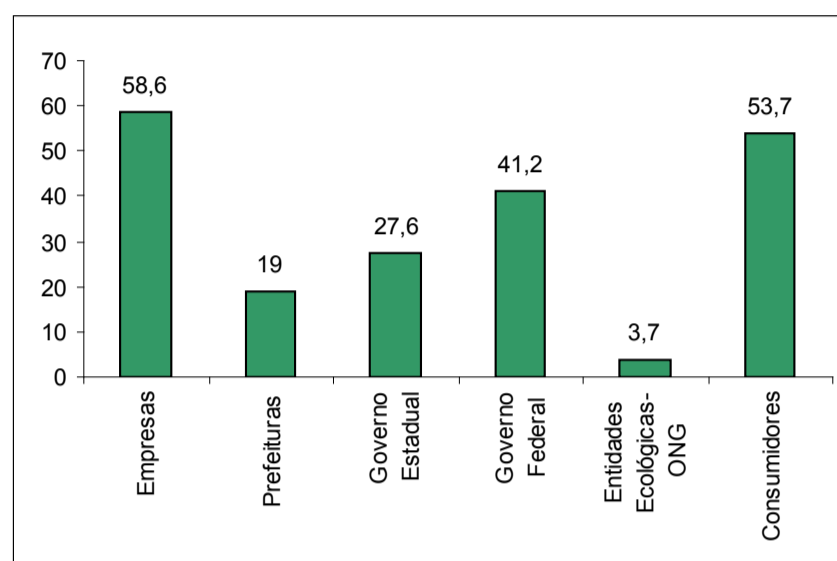
Confiança

Neste item busca-se identificar, na opinião dos consumidores, os principais responsáveis pela degradação ambiental, o principal ator na resolução dos problemas, o grau de confiança depositada nos programas ambientais das empresas e o poder dos consumidores na mudança de comportamento das empresas.

Quando questionados sobre quais eram os principais atores responsáveis pela degradação ambiental (Gráfico 5), os consumidores apontaram as empresas e os próprios consumidores como os maiores responsáveis. A avaliação da empresa como “vilãs” do meio ambiente também pode ser

observada na pesquisa “O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável” (CRESPO, 2002).

Gráfico 5. Principal responsável pelos problemas ambientais



Fonte: Dados da pesquisa.

O que chama a atenção, por outro lado, é que, quando a questão é a confiança na resolução dos problemas ambientais, os consumidores apontam as ONGs, com 55%, e novamente os próprios consumidores, com 32,8%, como os principais atores em defesa do meio ambiente. Os dados reforçam a idéia de que os consumidores estão assumindo crescentemente tanto a culpa pela degradação quanto a responsabilidade pelas soluções do problema. Nos dois casos, independente da renda e da escolaridade, os entrevistados tendem a ter a mesma percepção. Aqui, de novo, a crença da maioria dos entrevistados de que governos e empresas não vêm priorizando a preservação ambiental deve ser considerada.

É interessante observar que, nesta questão, as prefeituras lideravam nas pesquisas anteriores (CRESPO, 2002), o que não se confirmou nesta investigação. Pode ser que os recentes escândalos que envolvem os políticos e a baixa avaliação da gestão municipal londrinense no período da coleta dos dados tenham aumentado a descrença no poder público, fazendo com que a preferência pelo poder local para a resolução dos problemas tenha diminuído.

Grande parte dos consumidores (69%) não confia no *marketing* ambiental das empresas, contra 19% que confiam nesses programas. Os consumidores desconfiados são maioria entre

aqueles que possuem 1º grau incompleto, 82%, e entre aqueles que possuem 3º grau completo, 64%, o que sugere que tal avaliação é relativamente consensual entre os diferentes graus de escolaridade.

O fato de a maioria dos entrevistados não confiar no *marketing* ambiental das empresas pode estar relacionado, como já dito anteriormente, à falta de informação, à baixa reputação das empresas – também constatada na pesquisa do Akatu (2005a) - e à baixa confiança depositada nas empresas para reverter os problemas ambientais.

É de certa forma paradoxal que, apesar disso, uma grande fatia dos consumidores (83%) acredite que tem poder para mudar o comportamento das empresas. Isso sugere uma constante entre os distintos segmentos de consumidores acreditar que podem mudar o comportamento das empresas através da suas atitudes e hábitos de consumo. É que, assim, deixam de ser meras ações isentas de consequências maiores e passam a ter implicações diretas no fortalecimento ou enfraquecimento das empresas, tornando-se fontes de poder efetivo. Esses resultados vão ao encontro de outras questões anteriormente citadas com relação à diferença entre o pensar e o agir. A maioria dos entrevistados acredita que tem poder para mudar o comportamento das empresas, mas relataram que tem consciência de que com ações individuais essa mudança torna-se bastante improvável. Ações coletivas surtiriam efeitos bem mais expressivos, porém elas raramente acontecem, o que remete à questão da desarticulação dos atores sociais em prol de interesses coletivos, marca recorrente na realidade nacional. Deve-se ainda indagar se o consumo favoreceria ou não essa modalidade de articulação.

Os resultados apresentados nesta seção permitiram um melhor esclarecimento a respeito da questão da confiança entre os consumidores e seus possíveis desdobramentos para o consumo sustentável e a regulação ambiental.

Conquanto as empresas procurem passar uma idéia de “amiga do meio ambiente” e adotem práticas de responsabilidade ambiental, os consumidores acreditam que são elas as principais responsáveis pela degradação ambiental. Por

outro lado, as ONGs são vistas como os principais atores de defesa do meio ambiente, ainda que não esteja claro o papel que elas devem desempenhar diante das demais esferas, predominando uma visão confusa dos papéis assumidos por cada um dos atores diante do cenário ambiental que se apresenta.

Vale ressaltar que os consumidores estão, cada vez mais, sentindo-se culpados e responsáveis pelos problemas ambientais. Isso parece comprovar os efeitos de mudanças mais amplas nas posturas recentes dos governos e das empresas no sentido de que, com a nova retórica do consumo, eles “aliviam sua responsabilidade, transferindo-a para o consumidor individual” (PORTILHO, 2005).

Há uma tendência no discurso dominante em transferir a responsabilidade, em relação às questões ambientais da esfera pública e das suas formas instituídas de regulação, para a esfera privada e de sua lógica amparada nas estruturas de mercado e do voluntariado. Um movimento, aliás, bastante coerente com a vigência de teses neoliberais que vêm, no Brasil, desde os anos de 1990, advogando a desresponsabilização do Estado e a desregulamentação de setores essenciais. Porém, é difícil imaginar um avanço no campo ambiental limitado à racionalidade mercantil, em que as ações limitam-se ao campo das liberdades voluntaristas desarticuladas do plano dos direitos instituídos, progressivamente conquistados em prol do bem comum.

Talvez o que se esteja presenciando no caso do consumo sustentável é que os grandes avanços no campo discursivo vão muito além dos resultados concretos no controle ambiental. Embora os arranjos institucionais tenham passado por significativas mudanças na forma, ainda continuam garantindo e reforçando o privilégio do atores mais poderosos e por isso mesmo sejam dignos de pouca credibilidade. O deslocamento de responsabilidades para os diversos *stackholders*, se, a princípio, trouxe mais vantagens para os governos e agentes de mercado se legitimarem (WHITMAN, 2004), também tornou o campo da regulação ambiental mais complexo e de difícil coordenação.

Considerações finais

Esta pesquisa buscou discutir até que ponto o consumo sustentável pode ser entendido como um mecanismo relevante de regulação ambiental a partir da percepção dos consumidores de Londrina. Muito provavelmente, não diferentes da maioria dos municípios brasileiros, os resultados verificados indicam que a regulação social pública dos problemas ambientais continua sendo um grande desafio para a sociedade. Apesar da constatação da existência de uma maior inclinação para relacionar problemas ambientais e consumo e da situação ambiental preocupante na cidade, de uma maneira geral, uma provável contribuição do consumo sustentável para a regulação ambiental ainda é baixa.

Boa parte dos dados constatados confirmam as tendências já verificadas em outras pesquisas nacionais, como o caso do preço e da qualidade como critérios mais importantes na decisão de compra; da falta de informação e divulgação sobre os produtos e o preço dos mesmos como obstáculos para a maior procura por produtos ambientalmente corretos; das contradições entre o pensar e a ação dos consumidores; do papel destacado das empresas como principais responsáveis pela degradação ambiental; das ONGs como os atores mais confiáveis para enfrentar este problema; e da baixa credibilidade nas instâncias estatais e de mercado, notoriamente as com maior poder de intervir no campo socioambiental.

Dois importantes aspectos do fenômeno puderam ser evidenciados de forma relativamente inédita: o baixo grau de confiança no discurso ambiental das empresas e o deslocamento de responsabilidades dos atores centrais para os consumidores.

A evidenciação da confiança abala a centralidade da renda e do grau de informação como variáveis explicativas da inexistência de um comportamento e de uma responsabilidade ambiental dos consumidores. Aqui é importante considerar que a complexidade e a incerteza inerentes aos problemas ambientais tornam a credibilidade nos atores, seus discursos e ações um elemento

essencial para a cooperação dos consumidores e cidadãos.

Apesar de apontar um certo fortalecimento da participação individual e coletiva nas questões ambientais, o deslocamento de responsabilidades pelo controle ambiental para os consumidores demonstra ser um terreno político bastante árido. Esse posicionamento está amparado nas tendências neoliberais de concentrar as responsabilidades sociais na esfera individual, acreditando que as ações voluntaristas são capazes de mudar todas as demais esferas da sociedade. Tal lógica tende a transferir ações compulsórias e de responsabilidade do Estado para o campo individual, via comportamento do consumidor. Pela análise apresentada, é difícil imaginar um ambiente regional ou nacional regulado eminentemente através de simples mecanismo de mercado, como o de Consumo Sustentável, abrindo-se mão das demais esferas, destacadamente do papel intransferível do Estado.

Embora exista e seja reconhecido em potencialidade, o poder do consumidor em regular o comportamento ambiental das empresas mais se aproxima da esterilidade, de uma improvável concretização. Esse caráter virtual se dá tanto pelas enormes barreiras representadas pelas restrições de mobilização, diante da fragmentação e infinidade de interesses dos consumidores, quanto, sobretudo no caso do Brasil, pelas dificuldades de superar carências materiais e informativas básicas de boa parte da população. Assim, se o consumidor pode parecer capaz de constranger poderosas e complexas estruturas do Estado e do mercado, isso tende a ser mais verdade no campo discursivo do que nas relações de poder concretas.

Os dados coletados em Londrina confirmam a tendência geral de defasagem dos arranjos institucionais e do desempenho dos atores centrais na articulação para tratar dos problemas ambientais, mas dos próprios limites da configuração desses arranjos (BORINELLI, 2007). Há algo muito próximo de um vácuo institucional, uma “irresponsabilidade organizada”, como Beck (1995) definiu quando constatou as restrições institucionais para tratar as ameaças ambientais na sociedade de risco. O

que novamente está em questão é a excessiva e interessada confiança na “mão invisível” do mercado para tratar de problemas e direitos coletivos e públicos.

É difícil imaginar um avanço social amparado numa realidade em que a esfera microsocial, na qual se situam as ações voluntaristas e se manifestam os movimentos sociais e as distintas organizações civis, esteja desarticulada do contexto macroambiental, em que as demandas e necessidades sociais são transformadas em direitos instituídos. As iniciativas advindas da sociedade civil, a exemplo do consumo sustentável, são imprescindíveis para a construção de novos níveis de participação e de democracia, mas não podem se limitar a este campo, tendo de avançar para

níveis institucionais e formas de coordenação dos esforços que consolidem e legitimem esses esforços.

Uma decorrência disso é que novas pesquisas e esforços dos atores sociais deveriam caminhar no sentido de produzir bases de informações ambientais sistemáticas, de aprimorar a organização e a mobilização dos consumidores e de desenvolver novas formas de coordenação e avaliação das modalidades de regulação ambiental. Essa empreitada, nada fácil no atual contexto, poderia dirimir os questionamentos e limites e, talvez, assegurar um maior grau de confiança no consumo sustentável como uma estratégia efetiva para enfrenar as contradições ambientais das atuais sociedades.

Referências

ALMEIDA, A. H. **Posicionamento dos órgãos ambientais de Londrina e região a respeito da regulação ambiental**. 2007. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Estadual de Londrina/PR.

ARTS, B.; TATENHOVE, J. van. Environmental Policy Arrangements: a new concept. In: GOVERDE, H. **Global and european polity?: organizations, policies, contexts**. Alder-shot: Ashgate, 2000.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BECK, U. **Ecological politics in an Age of Risk**. Cambridge: Polity Press, 1995.

BORINELLI, B. **Desempenho político-administrativo das instituições ambientais na década de 1990: a experiência da fundação do meio ambiente de Santa Catarina – FATMA**. 2007. Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP.

BID - BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO. **Estratégias Setoriais**. Disponível em: <http://www.iadb.org/sds/consulta/pt/doc/d_env_p.pdf> Acesso em: 24 jun. 2007.

BUSTAMANTI, M.I. Elementos para una política ambiental eficaz. **Revista de la Cepal**, [S.l.], nº 41, p.109-122, ago. 1990.

CRESPO, S. (Coord.). **O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável: pesquisa nacional de opinião**. Rio de Janeiro: ISER, 2002.

DENARDIN, V. F; VINTER, G. **Algumas considerações acerca dos benefícios econômicos, sociais e ambientais advindos da obtenção da certificação ISO 14000 pelas empresas**. Disponível em <<http://www.race.nuca.ie.ufrj.br>> Acesso em: jun. 2007.

DIAS, R. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

DORE, J. **Environmental governance in the greater Mekong Sub-Region**. Disponível em: <<http://www.pdf.wri.org>>. Acesso em: 15 jul. 2005.

IBGE. **Resultados da Amostra do Censo Demográfico 2000**. Disponível em: <http://www.ibge.org.br> > Acesso em: ago. 2006.

INSTITUTO AKATU. **Consumidores conscientes: o que pensam e como agem.** 2005a. Disponível em: < <http://www.akatu.org.br> > Acesso em: 16 set. 2006.

_____. **Os jovens e o consumo sustentável.** 2001. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br> > Acesso em: set. 2006.

_____. **O consumidor brasileiro e a construção do futuro.** 2001. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br>> Acesso em: 16 set. 2006.

_____. **Responsabilidade social das empresas: percepção do consumidor brasileiro.** 2005b. Disponível em: < <http://www.akatu.org.br> > Acesso em: 07 set. 2006.

KEINERT, T. M. M. **Administração pública no Brasil.** São Paulo: Anna Blume, 2000.

LAZARINI, M. ; GUNN, L. **Produção e consumo sustentáveis.** Disponível em : < <http://www.ebape.fgv.br> > Acesso em: 21 jun. 2007.

LAYRARGUES, P. P. Sistema de Gerenciamento Ambiental, tecnologia limpa e consumidor verde: a delicada relação empresa-meio ambiente no ecocapitalismo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 40, n. 2, p. 80-88, abri./jun. 2000.

LIPOVETSKY, G. **Metamorfoses da cultura liberal: mídia, ética e empresa.** Porto Alegre: Sulinas, 2004.

MAIMON, D. Eco-Estratégia nas Empresas Brasileiras: Realidade ou Discurso? **Revista de Administração de Empresas**, v.34, n.4, Jul. Ago., p. 119-130, São Paulo, 1999.

MARGULIS, S. **A Regulamentação ambiental: instrumentos e implementação.** Rio de Janeiro: IPEA, 1996. Disponível em : < <http://www.eclac.cl> > Acesso em: 16 jan. 2007)

MASERA, D. **Rumo ao consumo sustentável na América Latina e Caribe.** São Paulo: PNUMA, 2001. Disponível em: < <http://www.pnuma.org/industria/documentos/conslacp.pdf> > Acesso em: 28 ago. 2006.

MENDES, C. H. Reforma do estado e as agências reguladoras: estabelecendo parâmetros de discussão. In: SUNDFELD, C. A. (coord.). **Direito administrativo econômico.** São Paulo: Malheiros, 2002.

MOL, A. P. J. Ecological modernization industrial transformations and environmental reform. In: REDCLIFT, M.; WOODGATE, G. (Org.). **The international handbook of environmental sociology.** London: Edward Elgar, 1997.

MORIYA, I. **Regulação ambiental e consumo sustentável: a percepção dos consumidores de Londrina.** 2007. Trabalho de Conclusão de Curso em Administração. Universidade Estadual de Londrina. Londrina – PR.

NEDER, R. T. **Crise socioambiental: Estado e sociedade civil no Brasil (1982-1998).** São Paulo: Anna Blume; Fapesp, 2002.

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

REVELL, A.; RUTHERFOORD, R. UK Environmental policy and the small firm: broadening the focus. **Business Strategy and the Environment**, v. 12, p. 26–35, 2003.

SMITH, D. **As empresas e o ambiente.** Lisboa: Piaget Editora, 1997.

WHTMAN, D. **Locating stackholdres in environmental policy-making.** Disponível em: www.in-spire.org/articles/dw01062004b.pdf. Acesso em: 21 abr. 2008.

