

Representações e práticas empresariais sobre sustentabilidade, o caso do plástico verde

Representations and business practices on sustainability, the case of green plastic

Rodrigo Foresta Wolffenbüttel¹

Resumo

A ascensão de valores sociais relacionados aos problemas ambientais suscita questões sobre suas implicações na dinâmica econômica e a sua capacidade de configurar um novo paradigma econômico da sustentabilidade. O presente artigo versa sobre os processos de construção e legitimação dos critérios que dão sentido à noção de sustentabilidade no interior do contexto empresarial. Tal abordagem ocorre por meio de investigação sobre as recentes transformações nas representações e práticas empresariais vinculadas a sustentabilidade, a partir do crescente conjunto de pressões sociais que ampliaram os riscos de contestabilidade sobre as condutas e reputações das empresas. A ênfase do estudo repousa sobre a dinâmica de influência mútua entre mercados, sociedade e natureza, embasada em estudos e teorias da sociologia econômica. O foco empírico da discussão direciona-se sobre as transformações promovidas por empresas que aderiam ao plástico verde, um plástico que possui as mesmas propriedades físicas do plástico convencional, porém é derivado de uma matéria-prima não fóssil (etanol). Para apreender estas representações empresariais de sustentabilidade, foram realizadas entrevistas com representantes das empresas selecionadas e analisados os conteúdos de sentido mobilizados a luz do contexto de mercado e do surgimento de novas pressões sociais.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Mercado; Plástico Verde;

Abstract

The rise of social values related to environmental problems raises questions about its implications on economic dynamics and its ability to set up a new economic paradigm of sustainability. This article discusses the processes of construction and legitimization of criteria that give meaning to the notion of sustainability within the business environment. The approach in question addresses the recent changes in the representations and practices related to sustainability, from the growing body of social pressures that increased the risk of contestability on the conduct and reputations of companies. The emphasis of the study rests on the dynamic interplay between markets, society and nature, based on studies and theories of economic sociology. The empirical focus of the discussion relates to transformation promoted by companies that adhered to the green plastic, a plastic that have the same physical properties as conventional plastics, but is derived from a non-fossil raw material (ethanol). In order to understand these representations of sustainability, interviews with representatives of the selected companies were carried out and the content of meaning mobilized in light of the market context and social pressures were analyzed.

¹ Doutorando em Sociologia no Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: rodrigoforestawolffenbuetel@gmail.com Cidade: Porto Alegre.

Keywords: Sustainability; Market; Green Plastic

Introdução

O debate sobre as relações entre ambiente e sociedade não é algo novo, suas origens remontam ao dualismo fundamental sociedade/natureza e a concepção de mundo instrumental que lançou as bases ontológicas da sociedade ocidental. Contudo, somente a partir de meados do século passado essa relação e suas consequências tornaram-se uma questão social, no sentido estrito do termo. Isto é, a relação com o ambiente tornou-se uma interrogação institucionalizada, inserida no espaço público por meio de discursos político-partidários, pressões exercidas por grupos ecologistas e da construção de uma opinião pública cada vez mais sensibilizada pelos problemas ambientais, e permeada por disputas entre representações coletivas fundadas sobre valores sociais (ALMEIDA; PREMEBIDA, 2014).

Portanto, trata-se de uma questão complexa, que deve ser entendida no interior de um escopo mais amplo, não restrito à popularização dos problemas ambientais e à ética da finitude dos “recursos naturais”, mas considerando também o debate político e as divergentes representações sociais que a questão mobiliza e organiza. No entanto, ao explorar os recentes desdobramentos políticos, jurídicos e econômicos vinculados à questão, percebe-se uma relativa predominância da proposta de desenvolvimento sustentável e da noção de sustentabilidade (VEIGA, 2010).

Diferentes atores sociais (profissionais, empresas, consumidores, financiadores, governantes) vêm alterando suas práticas e discursos em direção a novos valores pautados pela sustentabilidade. As modificações mais latentes podem ser vistas em diversos sistemas de gestão ambiental: Desde índices de avaliações sustentáveis em carteiras financeiras de empresas (SARTORE, 2012), passando por práticas de responsabilidade social corporativa e concepções de capitalismo das partes interessadas (CAPPELLIN, GIULIANI, 2006), políticas de consumo e produção de inovações voltadas para a sustentabilidade, até as recentes propostas de economia verde.

O conjunto destas alterações no universo da produção e do consumo,

juntamente às alterações nas legislações ambientais, nos conflitos sociais e nas políticas públicas em diversos níveis, apontam para um gradual processo de institucionalização da sustentabilidade como um valor legítimo na esfera pública e econômica. Diante da ascensão destes valores emergem questões vinculadas aos seus conteúdos, as suas implicações na dinâmica econômica, a sua capacidade de configurar um novo paradigma econômico pautado pela sustentabilidade, e as suas intenções para além da expansão dos lucros.

Tendo isto em vista, o presente artigo se propõe a compreender e analisar a dinâmica da legitimação da sustentabilidade como um valor social e as transformações na ação socioeconômica empresarial que daí decorrem. Logo, o estudo em questão versa sobre este processo de institucionalização e produção de critérios e parâmetros sustentáveis no interior de redes produtivas empresariais; mais especificamente, aborda aspectos das recentes transformações nas concepções empresariais de sustentabilidade a partir do crescente conjunto de pressões sociais que ampliaram os riscos de contestabilidade sobre as práticas e reputações das empresas.

Para tanto, adota a perspectiva sugerida por Viviane Zelizer (2009), diversa da tese das esferas autônomas e hostis, em que práticas de responsabilidade socioambiental empresarial seriam concebidas como nocivas ao livre funcionamento dos mecanismos de mercado (FRIEDMAN, 1970), ou percebidas, exclusivamente, como transformações discursivas, movidas por interesses econômicos e políticos (RIST, 2008). Portanto, a ênfase do estudo repousa precisamente sobre a dinâmica de influência mútua entre mercados, sociedade e natureza, embasando-se em estudos weberianos e teorias da sociologia econômica (ABRAMOVAY, 2004, 2012; FLIGSTEIN, 2001), e pretendeu explorar como as empresas concebem e mobilizam a noção de sustentabilidade nas suas gestões, em relação às expectativas sociais, para além das perspectivas maniqueísta sobre o mercado.

Frente a este contexto, a indagação que norteou o artigo pode ser resumida da seguinte forma: Como as empresas mobilizam e organizam suas representações sobre sustentabilidade? Mais precisamente, quais os

sentidos atribuem a sustentabilidade e como isto modifica suas ações? Convém antecipar que o conceito de representação é aqui utilizado como *representação* sobre a validade de uma ordem, isto é, representação empírica, não normativa, sobre a vigência de um valor que se torna a causa de uma ação (SCHLUCHTER, 2014). Logo, em conformidade com perspectiva weberiana, essa ordem precisa ser considerada empiricamente válida para orientar a ação subjetivamente visada, em referência a outros. Isso significa que a ordem, enquanto conjunto de relações recíprocas de sentido indiretas por meio de máximas, é baseada na probabilidade da coordenação da ação, e, portanto, deve ser considerada empiricamente legítima para ser levada em consideração.

Tendo isto em vista e buscando compreender a dinâmica do processo de legitimação da sustentabilidade e seus reflexos em termos das transformações na ação socioeconômica empresarial, foram selecionadas para investigação empresas que recentemente aderiram a uma inovação voltada para a sustentabilidade: o plástico verde. Trata-se de um produto desenvolvido pela Braskem S.A – empresa nacional do ramo químico e petroquímico, com plantas no Brasil, México e Estados Unidos – no ano de 2007, por meio de pesquisas e tecnologia nacional.

O plástico em questão é marcado por um selo “verde” e possuiu as mesmas propriedades materiais e fins de utilização do plástico convencional, porém tem como diferencial sustentável a matéria-prima renovável de sua composição, em vez de uma matéria-prima fóssil. Ou seja, utiliza etanol como matéria prima em vez de petróleo, caracterizando, assim, uma origem renovável. Contudo, uma das maiores vantagens desse produto relaciona-se à sua adequação aos objetivos do milênio vinculados à redução da emissão dos gases de efeito estufa, uma vez que o plástico verde emitiria menos CO₂ do que o plástico convencional. Segundo a Braskem, cada 1 kg de plástico verde produzido corresponde a 2,5 kg de CO₂ equivalente evitados, em comparação com o polietileno convencional.

A adoção desta inovação sustentável, contudo, não é gratuita, em geral, as empresas que aderem ao produto encontram-se pressionadas por valores e padrões de qualidade do mercado internacional, relativamente mais

competitivos. Somada a esta interdependência, fatores locais como a crescente procura e preocupação de consumidores por produtos com menor potencial agressivo ao ambiente, além de políticas públicas municipais de discriminação e proibição da distribuição de determinados produtos como sacolas plásticas, também têm influenciado na elaboração de práticas e discursos ambientalmente responsáveis nas empresas.

O referido plástico verde teria surgido em meio a um processo de contestação do plástico convencional como um produto potencialmente poluidor, devido ao seu baixo custo e grande longevidade, por meio da atuação de ONGs e grupos ambientalistas junto a órgãos públicos. Portanto, no mercado em questão, a adesão a uma inovação voltada para a sustentabilidade aponta para a crescente relevância de novos valores na produção industrial.

A partir dessa constatação foram investigadas, por meio de entrevistas semiestruturadas com seus representantes, cinco empresas que aderiram recentemente ao plástico verde: uma empresa petroquímica desenvolvedora do produto (Braskem S.A.); duas indústrias produtoras de embalagens e sacarias plásticas (Unisold e Globalpack); e duas empresas consumidoras que utilizam o plástico verde em suas embalagens, dos ramos de cosméticos (Natura) alimentação animal (Adimax Pet).

Sustentabilidade Polissêmica

A noção de sustentabilidade, apesar de suas origens remotas, relaciona-se com o conceito de resiliência, capacidade de um ecossistema de absorver tensões ambientais sem mudar de estado ecológico, e representa, em geral, uma maneira específica em lidar com os problemas ambientais. Entretanto, a pauta da relação do homem com a natureza envolve aspectos muito mais heterogêneos que a noção de resiliência dos ecossistemas, que vão desde os precursores do manejo florestal no século XVIII, até o movimento do romantismo bucólico, contrário à modernização social e seus efeitos. Logo, a questão estende-se para além do gerenciamento racional dos impactos do modo de produção capitalista no ambiente, pois envolve, além desse fator: questões ontológicas sobre os limites entre sociedade e natureza,

vinculadas a diferentes concepções de mundo; questões éticas relacionadas a valores intrínsecos da sociedade; e questões estéticas, natureza como fonte de encanto e refúgio espiritual.

Contudo, essas questões foram relativamente acentuadas com a expansão exponencial e desenfreada do modo de vida promovido pelo industrialismo racional capitalista. Culminando na grande efervescência cultural e institucional em torno do ambiente no último quarto do século passado, e posteriormente naquilo que alguns autores (ALPHANDÉRY *et al*, 1991) chamaram de consenso ecológico. Ou seja, o desenvolvimento de uma sensibilidade ecológica, ampla e ambígua, capaz de abranger interesses e agentes sociais díspares, como políticos, cientistas, industriais, consumidores, habitantes do campo e da cidade, em favor da proteção da natureza como patrimônio “comum” da humanidade.

Todavia, ainda que o pleno desenvolvimento desse consenso, nos moldes de um movimento social pujante, seja restrito ao contexto da Europa ocidental e Estados Unidos no último quarto do século passado, suas raízes podem ser traçadas de forma difusa e descontínua. Conforme propõe McCormick (1992), o movimento ambiental não surgiu em um país específico e alastrou-se para outros de forma unilinear, mas surgiu em lugares, momentos e com motivações diferentes.

O movimento ambiental apresentaria, segundo McCormick (1992), certa cumulatividade ao relacionar-se, num primeiro momento, exclusivamente com questões de ordem local e progressivamente abranger questões internacionais e envolver formas de organização cada vez mais amplas. Esta característica do movimento estaria vinculada a uma paulatina passagem das questões ambientais da condição de interesse privado a uma condição de interesse público. Esse fator, somado a uma onda de mobilizações contrárias ao modo de vida capitalista e corporativo americano durante os anos 1960, principalmente entre grupos de jovens universitários, contribuiu para o clima de contestação ambiental que deu origem a iniciativas de pretensão global, como a celebração do primeiro Dia da Terra, em 22 de abril de 1970.

Não obstante esta leitura progressiva do movimento ambiental possa

ser criticada por apresentar uma visão etnocêntrica e etapista do seu desenvolvimento, torna-se inegável a expansão e complexificação da questão ao longo dos anos face aos parâmetros postos pelo paradigma da modernidade. Em outras palavras, nos próprios marcos da modernidade a questão ambiental transformou-se, ganhando maior relevância e complexidade.

De todas as revoluções conceituais do século XX, poucas forjaram uma mudança tão universal e fundamental nos valores humanos quanto a revolução ambientalista. Gerado pelos amantes da natureza e filantropos vitorianos, nutrido por naturalistas amadores e planejadores profissionais, e finalmente inserido na agenda das políticas públicas por uma nova geração rebelde e idealista, o ambientalismo ultrapassou as divisões religiosas, nacionais e políticas para difundir-se em quase todos os países da Terra. Ganhou dezenas de milhões de adeptos, criou novos órgãos de legislação, engendrou novos partidos políticos, encorajou uma reavaliação das prioridades econômicas e tornou-se tema de políticas internas e relações internacionais. Acima de tudo, mudou nossas percepções do mundo no qual vivemos. *Pressuposições de séculos foram subvertidas* em não mais que poucas décadas. Pela primeira vez a humanidade foi despertada para a verdade básica de que a natureza é finita e que o uso equivocado da biosfera ameaça, em última análise, a própria existência humana (MCCORMICK, 1992, p.15, destaque meu)

Entretanto, para alguns intérpretes do movimento (ALPHANDÉRY *et al.*, 1991; ALMEIDA, 1997) a suposta subversão destes pressupostos modernos não foi completamente efetuada. Diante das mencionadas potencialidades revolucionárias do movimento ambiental, que se apresentava como um novo paradigma cultural, frente à crise no modelo societário, seus desdobramentos recentes teriam pendido muito mais para uma lógica reformista do modelo de mercado, do que para uma transversal e revolucionária transformação do modelo de sociedade.

De acordo com esta perspectiva, a ecologia teria se restringido ao ambientalismo, à proteção do ambiente por intermédio da avaliação da poluição e dos desequilíbrios resultantes do excesso populacional. Essa distinção entre ecologia e ambientalismo remete à diferenciação entre as noções de natureza e ambiente, onde a natureza é interpretada como um sistema holístico, complexo e interligado – tal qual nas teorias de Gaia de Lovelock (2000) e nas propostas de ecologia profunda de Naess (1989) – e o

ambiente, numa perspectiva antropocêntrica, como o substrato físico natural em que os seres humanos habitam.

Esvaziada dos questionamentos sobre a condição do homem moderno, sua relação com a natureza objetivada e suas formas de organização da produção e consumo, a questão da relação com a natureza, na sua vertente de utopia ecológica, teria perdido força diante da noção de sustentabilidade, ou seja, de um projeto de continuidade reformada, mediante avaliação técnica e instrumental dos impactos. Em outras palavras, o pressuposto conceitual moderno de relação instrumental com a natureza não foi subvertido pela noção de sustentabilidade, a relação entre sociedade e natureza permaneceu essencialmente a mesma.

Contudo, após a série de publicações e conferências sobre o meio ambiente, realizadas no final do século XX², a necessidade de tornar o manejo dos recursos naturais mais eficiente, visando a preservá-los para as futuras gerações, tornou-se um objetivo declarado para diversas nações ocidentais. Neste sentido, pode-se considerar o desenvolvimento da mencionada sensibilidade ecológica em direção à noção de sustentabilidade, como resultado de uma combinação de interesses políticos, debates científicos e forças sociais em torno da questão ambiental.

Derivada do conceito político de desenvolvimento sustentável – desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades – a noção de sustentabilidade expressa uma polissemia de sentidos que variam desde suas origens científicas, vinculada a noção de resiliência; passando pela necessidade de utilização responsável dos recursos naturais com base em uma solidariedade intergeracional; até seu uso em contextos menos precisos, expressando vagas intenções de continuidade e durabilidade. Polissemia essa que deu margem a algumas controvérsias e debates em relação à continuidade do crescimento econômico (DALY, 2004), à manutenção de uma concepção instrumental e antropocêntrica da natureza (ALMEIDA 1997; BRÜSEKE, 2001), e à lógica despolutizante e restrita do

² Entre os mais citados podemos apontar o Relatório Nosso Futuro Comum de 1987 e a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento de 1992.

termo (NASCIMENTO, 2012; BOFF, 2013).

Assim sendo, o processo de legitimação da sustentabilidade pode ser entendido como um processo complexo, retroativo e aberto, perpassado por disputas entre diferentes grupos sociais na construção e apropriação dos critérios que dão sentido à noção, sendo o seu resultado indeterminado e diferente das diversas concepções e discursos que lhe deram origem. Todavia, convém explicitar que o processo de legitimação é aqui compreendido como a passagem para uma ordem legítima, no sentido da coordenação da ação social subjetivamente orientada (WEBER, 2009) isto é, como um conjunto de convenções e direitos com grande probabilidade de orientação efetiva. Logo, não se trata da emergência de um valor externo que paira sobre os agentes, mas de um processo de coordenação das ações mutuamente referidas, no interior de uma esfera de validade, em que os valores correspondem as representações empíricas sobre sua vigência (SCHLUCHTER, 2014). Mais precisamente, trata-se de uma mudança gradual no curso da ação dos atores políticos e econômicos em direção a práticas menos poluentes e agressivas ao ambiente, pois estas passam a ser alvos de críticas e contestações crescentes. Com isto, as ações consideradas sustentáveis passam a ser aprovadas e valorizadas socialmente, ao passo que ações no sentido contrário passam a sofrer sanções simbólicas e eventualmente jurídicas com a criação de aparatos administrativos.

Entretanto, a noção de sustentabilidade, que orienta a ação dos atores sociais no interior dessa ordem pode ser entendida tanto como resiliência e continuidade de organizações, quanto, num entendimento mais antropocêntrico e catastrófico, como algo oposto ao colapso ou degradação de nossas civilizações. Contudo, este colapso é um evento futuro, incerto e complexo. Neste sentido, qualquer prática que possa contribuir para prorrogar este colapso pode ser compreendida como sustentável. Por sua vez, se considerarmos a proposta de sustentabilidade como uma solidariedade sincrônica e diacrônica entre gerações, tal qual proposto no relatório “Nosso Futuro Comum” (BRUNDTLAND, 1987), a questão de como realizar o equilíbrio entre estas solidariedades é repleta de controvérsias e fatores imponderáveis.

Por isso, a legitimação da sustentabilidade como um valor não abrange todos os aspectos deste impasse. O que torna o conceito mediado e construído socialmente por critérios específicos e restritos. Não por acaso as associações e federações empresariais têm demonstrado especial interesse nesta temática. A criação do Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), em 1997, os mencionados fundos de investimento sustentáveis, índices de sustentabilidade empresarial (SARTORE, 2012), relatórios de sustentabilidade, selos verdes e certificações voltadas para a gestão ambiental como a ISO 14001³ e outras mais recentes como a ISO 26000 (INMETRO, 2013), são importantes indicadores deste crescente interesse empresarial na sustentabilidade e seus critérios de avaliação, especialmente no âmbito econômico e empresarial. Ademais, a questão dos fundos de investimento financeiros e o seu efeito performático sobre essas carteiras sustentáveis parece atuar como outro elemento de adesão ao paradigma.

De acordo com estudos (CAPPELLIN; GIULIANI, 2006, 2006) sobre a temática da Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas (RSAE), o conceito de sustentabilidade para os empresários brasileiros vincula-se, primeiramente, ao desenvolvimento econômico da empresa. Neste sentido, a “preservação do meio ambiente só é sustentável se houver lucro econômico. Em outras palavras, uma prática ambiental que não se sustente economicamente, não é uma prática sustentável” (CAPPELLIN; GIULIANI, 2006, p. 62). Ou seja, a concepção de sustentabilidade empresarial no país estaria intimamente ligada à noção de perenidade do negócio e da organização, à sua capacidade de se adaptar a novos mercados, melhorar sua imagem pública, ou incrementar a produtividade através de processos mais eficientes. Contudo, e apesar desta vinculação estreita por parte da maioria, há algumas empresas nacionais (dentre as quais, algumas investigadas) que propõe uma concepção de sustentabilidade mais ampla, como uma estratégia de desenvolvimento da sociedade, que envolva a

3 A série ISO 14001 consiste na certificação de um grupo de padrões e diretrizes relacionadas com a gestão ambiental. Já a ISO 26000 versa sobre a responsabilidade social, expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Esta é uma norma de uso voluntário.

inclusão social, a participação das partes interessadas, a circularidade da economia, a descarbonização de processos e o uso de fontes renováveis, e onde a empresa atua como um elemento deste projeto.

Portanto, torna-se imperativo investigar mais de perto como a emergência desse valor e sua apropriação diversa pelas empresas transformou suas ações e suas concepções de controle em relação ao mercado e ao ambiente.

O Mercado do Plástico no Contexto Nacional

O mercado do plástico é um caso emblemático da polissemia da noção de sustentabilidade, pois seu uso é amplamente defendido e criticado em nome do sustentável, porém, com base em critérios diferentes. A defesa repousa sobre sua durabilidade, leveza e neutralidade, sua utilização representa uma economia de espaço e peso, gerando ganhos de eficiência em transporte e armazenagem. Além de ser um produto passível de ser reciclado e reutilizado inúmeras vezes, é um produto inerte, que não reage com ambiente, degradando-o. Já seus críticos baseiam-se no consumo abusivo e na sua destinação incorreta, gerando montanhas de lixo que se depositam nos bueiros, arroios e rios e obstruem o escoamento da água. Ademais, sua durabilidade é por vezes considerada negativa, pois, mal destinado o plástico levaria várias gerações para se degradar completamente no ambiente. Deve-se ter em mente que existe grande variedade de derivados plásticos, com diferentes finalidades, que possuem diferentes propriedades e capacidades de reciclagem. Todavia, as mencionadas críticas e defesas valem para a grande maioria dos produtos plásticos.

Apesar de intimamente vinculada à indústria petroquímica e à indústria petroleira, pois sua principal matéria-prima (nafta) deriva do petróleo, a questão do plástico no ambiente tende a destacar-se por esses aspectos relacionados ao consumo e a sua destinação inapropriada. Diversas ONGs ambientalistas consideram sua concepção descartável e sua acumulação a principal causa de alagamentos e intoxicação de animais, sendo a garrafa PET e a sacola plástica de supermercados apontadas como

as principais vilãs⁴. O impacto do plástico na natureza ganhou ainda mais notoriedade quando foram descobertos vórtex de lixo nos oceanos, formados, em sua imensa maioria, por microresíduos plásticos flutuantes. Um dos maiores, no Norte do Oceano Pacífico, se estende por cerca 700 mil km². Esse tipo de fenômeno de proporções globais, além das grandes quantidades de lixo plástico que se recolhe anualmente nas regiões costeiras, representa não apenas o plástico como um produto perverso, mas uma cultura irresponsável do consumo. Logo, a crítica ambientalista e as campanhas decorrentes tendem a voltar-se para a redução do consumo de plástico e para a necessidade de destiná-lo corretamente⁵.

No Brasil, um dos temas expoentes nesse debate é o uso de sacolas plásticas para acomodação de produtos nos estabelecimentos comerciais. No ano de 2007, o município de Santos-SP aprovou uma lei banindo a distribuição das sacolas de plástico em supermercados, porém a lei foi considerada inconstitucional pelo Tribunal de Justiça de São Paulo. Após isso, outros municípios do Estado tiveram leis semelhantes suspensas. Em 2011 o município de São Paulo promulgou a lei 15.374, que proibia a distribuição gratuita e a venda de sacolas plásticas nos estabelecimentos comerciais do município, contudo, como a lei não havia sido regulamentada pela Prefeitura não tinha como ser aplicada. No ano seguinte, a Associação Paulista de Supermercados (APAS) e o Ministério Público Estadual firmaram um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) que proibiu temporariamente a distribuição gratuita de sacolas plásticas nos supermercados.

Contudo, esse TAC foi suspenso mediante uma elaborada defesa dos benefícios do plástico, focada nas possibilidades de reciclagem, e do código do consumidor, que supostamente passaria a ser onerado com os custos desta mudança. Recentemente, numa nova virada, o Tribunal de Justiça do Estado considerou a lei constitucional, e em 2015 a Prefeitura de São Paulo publicou uma nova regulamentação que padroniza o uso de sacolas

4 Conforme o Greenpeace, cerca de 75% das 8 toneladas de lixo que vão anualmente para os oceanos são produtos plásticos. Conforme: <<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/queremos-nossas-praias-sem-plastico/>>. Acessado em 01/03/2019.

5 Algumas campanhas como o Dia do Consumo Consciente sugerem que as pessoas passem um dia sem utilizar sacolas plásticas. Conforme: <https://www.wwf.org.br/informacoes/sala_de_imprensa/?22260/DIA-DO-CONSUMO-CONSCIENTE-A-conta-que-no-fecha>. Acessado em 01/03/2019>

reutilizáveis de material bioplástico, 51% matéria-prima de origem renovável, junto ao programa de tratamento coleta e tratamento de resíduos secos.

No caso em questão, é inegável a presença de outros interesses monetários em jogo. O banimento de sacolas plásticas representaria uma significativa economia para as redes de supermercados dos municípios. Essa tentativa também pode ser lida como uma forma política de mobilizar os valores sustentáveis de maneira a transformar as regras do mercado a favor de um grupo específico. Ou seja, valer-se da legitimidade do valor sustentabilidade para promover mudanças nas leis que regulamentam o mercado.

Outra legislação recente que impactou sobre o mercado do plástico é a Lei 5502/09, sancionada pela Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro. Lei que tem como meta desestimular o uso das sacolas plásticas nos supermercados mediante compensação monetária. A cada cinco itens comprados sem utilizar sacolas plásticas o consumidor tem direito a um desconto de R\$ 0,03 sobre suas compras. Trata-se, novamente, de uma tentativa de reduzir o uso excessivo de sacolas plásticas por intermédio de incentivos monetários àqueles que utilizam formas alternativas para armazenamento e transporte de suas compras.

Diante dessas críticas, as indústrias plásticas têm promovido, mediante suas associações e sindicatos, campanhas voltadas para a qualidade das sacolas plásticas e seu consumo responsável⁶. Seus principais argumentos defendem a padronização e certificação das sacolas plásticas, sua reutilização para diferentes finalidades e a redução de seu consumo. Outro argumento mobilizado é o impacto no custo mensal das famílias com a compra de embalagens para transporte das compras e descarte de lixo, caso sua distribuição seja proibida.

Paralelamente a essa disputa específica, as associações das indústrias plásticas e químicas passaram a defender o uso dos plásticos em geral por intermédio de estratégias como: Programas voltados para o pós-

⁶ A Associação Brasileira da Indústria de Embalagens Plástica (ABIEF), o Instituto Nacional do Plástico (INP) e o Instituto Socioambiental dos Plásticos (Plastivida) promoveram recentemente (2007) o Programa Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas.

consumo⁷; campanhas publicitárias sobre coleta e separação de resíduos plásticos; distribuição de coletores seletivos; uso de simbologia apropriada e peças publicitárias ressaltando as contribuições do plástico para a qualidade de vida. Estas são algumas das formas encontradas por esses setores empresariais para frear as críticas ambientais e o avanço de produtos alternativos ao plástico no mercado.

Percebe-se nestas transformações do mercado do plástico uma concepção de mercado substantiva, como um elemento dinâmico da sociedade que exerce um papel central na forma de organização da produção e consumo, perpassado por valores sociais, configurações institucionais, laços de confiança e artefatos específicos, contingentes e mutáveis. Nas palavras de Fligstein e Dauter (2012), trata-se de um mercado como uma construção político-cultural. Contudo, percebe-se que essa dinâmica de construção dos mercados e seus critérios de legitimidade é perpassada por embates, interesses e visões de mundo conflitantes (FLIGSTEIN, 2001). Logo, essa abordagem político-cultural das instituições de mercado, ressalta os fatores concorrenciais do mercado, mas sem perder de vista a estabilidade necessária para seu funcionamento, a busca pela criação de mundos estáveis.

Segundo Fligstein (2001), o Estado possui um papel relevante no fornecimento de condições estáveis e confiáveis para que as empresas se organizem, disputem, cooperem e troquem no interior do mercado. Por intermédio do estabelecimento de regras para os atores econômicos, como direitos de propriedade, estruturas de governança e regras de troca, o Estado influenciaria na maneira como os mercados se constituem. Por sua vez, os atores interpretariam essas regras (concepções de controle) em conformidade com seus interesses, na busca por mundos estáveis. Todavia, essa busca por estabilidade não anula a dinâmica competitiva das empresas, que tenderiam a formar novos mercados.

Logo, a transformação do arcabouço jurídico voltada para a redução do consumo de sacolas plásticas, junto ao desenvolvimento de uma

⁷ Pós-consumo é um termo que se refere à responsabilidade dos fabricantes, distribuidores ou importadores de uma série de produtos, pela gestão dos resíduos gerados por estes após seu consumo (tais como embalagens, produtos usados, vencidos ou quebrados).

sensibilidade ecológica dos consumidores, influenciaria na forma com que os atores percebem o funcionamento do mercado e orientam suas ações reciprocamente. Isto se aplica também ao desenvolvimento de práticas institucionais mais informais, presentes nas organizações na forma de rotinas, sendo disponíveis para agentes de outras organizações (FLIGSTEIN, 2001). Estas práticas envolveriam formas de organizar o trabalho, modelos de gestão e definições sobre as fronteiras das empresas, viabilizando assim o surgimento e difusão (DIMAGGIO; POWELL, 1983) de práticas organizacionais pautadas pelos critérios da sustentabilidade, como veremos na próxima seção.

É nesse contexto de contestação e disputa em torno da sustentabilidade que a empresa petroquímica, recentemente tornada química, Braskem S.A., desenvolveu um polietileno derivado do etanol (plástico verde), cujas propriedades materiais são idênticas ao polietileno comum, derivado do petróleo (plástico convencional). Comercialmente chamado de plástico verde, essa inovação apresenta a vantagem de ser produzida a partir de matéria-prima de fonte renovável, o etanol utilizado para sua produção é derivado da cana-de-açúcar. Anunciado e certificado em junho de 2007, o plástico verde é uma inovação voltada para os valores sustentáveis, uma vez que não apenas representa uma alternativa ao petróleo, matéria-prima finita e poluidora de primeira grandeza, mas também promove a redução de emissões de gases do efeito estufa durante o período de cultivo da cana-de-açúcar (etapa do processo em que seriam capturadas e fixadas toneladas de CO₂)⁸. Portanto, trata-se de uma inovação que concentra em si a vantagem de atender às duas principais orientações da sustentabilidade, a finitude dos recursos e a necessidade de gerir nossos impactos no ambiente.

Em termos técnicos o plástico verde pode ser considerado um biopolímero, polímeros parcialmente ou totalmente produzidos a partir de materiais naturais renováveis. Porém, diferente dos outros biopolímeros, não é biodegradável, possui as mesmas propriedades materiais dos polímeros

⁸ Segundo estudos de Análise do Ciclo de Vida, realizados pela empresa E4tech, contratados pela Braskem.

convencionais. Aspecto que contribui para a redução da emissão de gases do efeito estufa, uma vez que capturado e fixado o CO₂ não voltaria mais para atmosfera como acontece com os biodegradáveis (BRITO *et al*, 2011). Contudo, há também, nessa proposta, algumas importantes controvérsias.

A primeira controvérsia em relação aos biodegradáveis, diz respeito às vantagens de um produto que não se degrada face aos montes de lixo que se acumulam nos aterros sanitários do país. E a segunda, em comparação ao plástico convencional, questiona o uso da cana-de-açúcar para a produção de etanol, uma monocultura intensiva e extensiva, que tem como consequência a expansão da área de plantio do uso de água, fertilizantes e agrotóxicos. Essas questões são parcialmente abordadas pela Braskem em seus relatórios de sustentabilidade e contornadas por meio de práticas como o estabelecimento de um código de condutas para fornecedores de etanol e campanhas de pós-consumo. Porém, em última instância sobrepõe-se a essas questões os parâmetros de emissão de gases de efeito estufa devido a sua posição atual na hierarquia dos riscos (vide convenções de mudança do clima e protocolo de Quioto). E a partir destes critérios de emissões, o plástico verde apresenta-se como uma das alternativas mais plausíveis na visão do setor.

No mencionado caso das sacolas plásticas, encontra-se em questão qual das consequências deve ser evitada. Não há, a princípio, uma contradição necessária entre elas, pode-se gerar menos emissões e evitar o despejo de lixo plástico no oceano simultaneamente. Porém a forma como são percebidas essas consequências e propostas as soluções, é perpassada por interesses econômicos opostos. Contudo, o fato de um interesse prevalecer sobre o outro e afetar a decisão sobre a reformulação da conduta, não depende apenas da força política ou econômica de um setor, mas das formulações científicas sobre as condições naturais e de sua posição na hierarquia dos riscos, revelando assim a intrincada conexão entre natureza, sociedade e economia.

Segundo estudos de Análise de Ciclo de Vida (ACV)⁹ contratos pela

⁹ Ferramenta de gerenciamento para avaliar aspectos ambientais e os impactos potenciais ao longo da vida de um produto, isto é, do “berço ao túmulo, desde a aquisição da matéria-prima, passando por

empresa, cada 1 kg de plástico verde gerado corresponde a 2,5 kg de CO₂ equivalente evitados, em comparação com o polietileno convencional. Ou seja, quando comparado com o plástico convencional, além de ser derivado de fonte renovável, o plástico verde contribuiria para a redução de emissões de gases do efeito estufa. Vantagem que torna o produto comercialmente atrativo para clientes que compartilham dos parâmetros de sustentabilidade, interessados em melhorar seus indicadores, ou sua imagem junto ao público, apesar do preço relativamente mais alto do produto.

Não há uma divulgação oficial de todas as empresas que utilizam o plástico verde em seus produtos, até mesmo porque alguns contratos não são contínuos. Porém, estima-se, com base na coleta de informações, cerca de 40 empresas que já utilizaram o produto em alguma de suas linhas, ou produziram embalagens para esses produtos. Essas empresas são muito variadas em seu escopo, vão desde empresas voltadas para o cuidado pessoal e doméstico, passando por alimentos e bebidas, até empresas voltadas para o mercado automotivo. Suas dimensões também variam, há pequenas empresas com conexões exclusivamente locais e grandes multinacionais globalizadas.

A Concepção Empresarial Sobre Sustentabilidade

O processo de reconhecimento da sustentabilidade enquanto meta legítima no mercado do plástico, ainda que contraditório, envolve uma série de modificações na maneira de se perceber e conceber a relação da sociedade com o ambiente. Como será visto adiante, o tom reformista destas modificações é traduzido na manutenção de uma concepção instrumental dessa relação, porém, consciente das consequências envolvidas no uso abusivo dos “recursos naturais”. Contudo, a mencionada ambiguidade presente na proposta de desenvolvimento sustentável e a complexidade envolvida nos desdobramentos futuros das práticas atuais possibilitam uma interpretação particular da sustentabilidade pelas empresas.

Logo, a sustentabilidade refere-se a um valor que atribui sentido às transformações na ação empresarial, porém os conteúdos desse sentido são

produção, uso e disposição final”(BARBOSA JUNIOR et al, 2008).

interpretados e coordenados pelos atores empresariais na relação entre suas ações (concorrentes, parceiros, fornecedores) e as ações de atores sociais considerados relevantes (acionistas, clientes, funcionários, movimentos sociais). Essa reorientação da ação empresarial está vinculada à reconfiguração dos mercados, às pressões e expectativas sociais, assim como possíveis sanções morais e financeiras. Nesse sentido, envolve a ressignificação e proposição desses sentidos à luz dos interesses dos atores empresariais. Por isso, a pesquisa voltou-se para os sentidos atribuídos a noção de sustentabilidade no interior dessa ordem econômica e às práticas produtivas e organizacionais decorrentes dessa orientação.

Estas práticas e sentidos foram apreendidos a partir de entrevistas realizadas junto a representantes de 5 empresas que aderiram ao plástico verde: Uma empresa petroquímica desenvolvedora do produto (Braskem S.A.); duas indústrias produtoras de embalagens e sacarias plásticas (Unisold e Globalpack); e duas empresas consumidoras que utilizam o plástico verde em suas embalagens, dos ramos de cosméticos (Natura) alimentação animal (Adimax Pet). Com base nas respostas formuladas pelos representantes, foram categorizados e analisados os conteúdos de sentido atribuídos a noção de sustentabilidade e as práticas consideradas sustentáveis pelos representantes das empresas.

A partir das respostas formuladas pelas empresas, foram organizadas as categorias empíricas mobilizadas, de forma a contemplar três dimensões da ação socioeconômica empresarial: a) uma dimensão produtiva e organizacional, b) uma dimensão da relação com as partes interessadas, e c) uma dimensão discursiva sobre a concepção de sustentabilidade. Essas dimensões (Quadro 1), auxiliaram na compreensão do conteúdo de sentido atribuído à noção sustentabilidade. Isto é, na compreensão das representações empíricas compartilhadas sobre a vigência dos critérios que constituem o valor sustentabilidade mobilizado pelas empresas. A seguir, são analisadas estas práticas e representações.

Quadro 1 – Categorias mobilizadas por dimensão de análise.

<i>Dimensão produtiva/organizacional</i>	<i>Dimensão da Relação com as Partes Interessadas</i>	<i>Dimensão discursiva sobre sustentabilidade</i>
Gestão alongada do tempo / espaço	Monitoração reflexiva voltada para a crítica	Gestão do impacto do negócio
Finitude dos recursos		Crterios de legitimação
Manejo dos impactos	Mecanismos de justificação	Voltada para o futuro
Inovações sustentáveis		Sistêmica e interdependente
Difusão de práticas	Ampliação da cadeia	Padrão tecnológico mais eficiente
Legitimação externa		Novo padrão de consumo

Fonte: elaborado pelo autor

Em relação à dimensão “produtiva/organizacional”, voltada para as alterações no processo produtivo ou na forma de organização da produção, foram identificadas uma série de práticas que expressam as principais representações de sustentabilidade nessa dimensão. Estas são: a gestão alongada do tempo e do espaço na organização da produção; a finitude dos recursos naturais; o manejo dos impactos sobre o ambiente; o desenvolvimento de inovações sustentáveis; a difusão interna de melhores práticas; e a legitimação com bases externas. Dessas categorias, as três primeiras podem ser consideradas o núcleo das transformações produtivas que se orientam pela noção de sustentabilidade. Todas as empresas investigadas afirmam realizar, atualmente, ações voltadas para a utilização mais eficiente dos recursos naturais, para minimização dos impactos envolvidos em suas atividades, com base em períodos maiores de tempo e fronteiras mais amplas de sua cadeia produtiva.

Essa orientação é expressa em processos produtivos que geram menos perdas, capazes de reaproveitar e reutilizar recursos, ou que utilizem matérias-primas renováveis. Ou seja, condutas que estariam em conformidade com a concepção sobre a finitude dos recursos naturais e com a necessidade de geri-los com base em uma racionalidade formal, quantitativa e calculadora desses recursos, como no caso dos indicadores formais de consumo de energia, de água e de utilização de fontes renováveis. Segundo essa lógica, a adesão a produtos e processos mais eficientes se justificaria por empreender um uso mais racional e responsável dos recursos naturais, contribuindo assim para a sustentabilidade da atividade produtiva. Justificativa que se aplica também ao uso do plástico como um material

mais eficiente, conforme trecho da entrevista abaixo.

A situação do plástico não é esse risco, não é proibido produzir plástico, porque o plástico, acho que a nível contemporâneo, é um produto que mais tem contribuído para o meio ambiente, por incrível que pareça. Todos os produtos que são substituídos pelo plástico, principalmente os metais, eles geram muito mais gás carbônico na sua produção que o polietileno, que o plástico em si. E ele vem substituir, principalmente reduzindo o peso e aumentando a resistência, por exemplo tem plástico nos aviões, nos carros, nos meios de transporte, nas embalagens de bebida e tudo isso aí gera um mínimo de consumo na geração de matéria-prima, e à nível de transporte, economiza combustível e esse sim é o pior, porque 70% do petróleo vai para combustível, 4% vai pro plástico, então não adianta atacar o plástico. Não é que o plástico não esteja gerando problemas, mas tu não vai atacar o plástico, mas sim o problema que é gerado depois (Representante de uma empresa nacional voltada para a produção de bobinas plásticas e reciclagem, 13/05/2014).

As empresas do ramo mobilizam a categoria da finitude dos recursos e a eficiência do plástico para justificar seu uso, em resposta às críticas ao plástico e às tentativas de substituí-lo por outros materiais com base nos danos que causaria ao ambiente. Além disso, relativizariam seus impactos ao estender o problema do pós-consumo a um segundo momento, manejando-os com o apoio da sociedade e do governo por meio de práticas de reuso e reciclagem.

Por seu turno, a redução do impacto da atividade empresarial sobre o ambiente ocorre, principalmente, por meio de alterações no processo que visam a reduzir ou a tratar a emissão de poluentes, sejam elas emissões atmosféricas, resíduos sólidos ou efluentes líquidos. Apesar das contradições científicas envolvidas, o risco de uma mudança climática planetária ocupa um papel privilegiado na hierarquia dos riscos que orientam boa parte das organizações internacionais (ONU, PNUMA, IPCC). Neste contexto, o indicador de emissão de gases do efeito estufa se sobressai face aos outros indicadores de impacto dessa categoria. Tanto que todas as empresas investigadas apresentaram esforços no sentido de reduzir suas emissões de gases do efeito estufa, a ponto desse critério, por vezes, confundir-se com a própria noção de sustentabilidade.

É importante notar que essas três categorias nucleares da sustentabilidade na dimensão produtiva encontram-se intimamente imbricadas e vinculadas às inovações sustentáveis, isto é, novas tecnologias

produtivas e organizacionais capazes de tornar os processos mais eficientes e reduzir seus impactos. Essa lógica de aplicação de inovações tecnológicas aos processos produtivos com base em formas mais limpas de produção aproxima-se da tese de que a contínua modernização da produção possibilita a manutenção do crescimento econômico sobre bases menos agressivas ao ambiente. Também chamada de “crescimento verde”, essa tese parece orientar as transformações da ação empresarial nessa dimensão produtiva e organizacional.

Logo, os agentes econômicos que orientam-se a partir da noção de sustentabilidade coordenam suas ações na estrutura produtiva e organizacional com base nessas categorias de utilização “racional” e eficiente dos recursos naturais e minimização dos impactos ao ambiente, numa clara tentativa de apoiar o crescimento econômico no uso decrescente de materiais, de energia e na geração de poluição (ABRAMOVAY, 2012). Essa busca pelo descolamento do crescimento econômico dos fluxos materiais e energéticos parece ser uma das pedras fundamentais da sustentabilidade na perspectiva empresarial. Ademais, o fato de todas as empresas mobilizarem as mesmas categorias nessa dimensão aponta para uma coordenação conjunta dessa ação. Ou seja, aponta para uma coordenação da ação baseada na probabilidade de outros atores considerarem essa orientação válida, a partir de critérios considerados sustentáveis, mas também na expectativa em relação aos concorrentes e ao sucesso econômico envolvido, configurando assim novas concepções de controle para esse mercado. Inclusive, concepções sobre o que é sustentável e como isso pode ser alcançado e verificado.

No que se refere à dimensão das relações com as partes interessadas, as categorias elaboradas apresentaram uma significativa recorrência. Nesse particular, convém recordar que a noção de sustentabilidade para as empresas não se limita ao seu aspecto ambiental, mas baseia-se nos três pilares que envolvem também aspectos econômicos e sociais, conforme os preceitos do desenvolvimento sustentável. Portanto, as categorias formuladas reúnem elementos não diretamente vinculados ao ambiente. Tendo isso em vista, as representações sobre vigência dos critérios que

orientam as condutas, nessa dimensão, puderam ser categorizadas em: monitoração reflexiva voltada para a crítica, desenvolvimento de mecanismos de justificação, e ampliação das relações da cadeia.

A monitoração reflexiva da ação empresarial refere-se a práticas de consulta e pesquisa voltadas para as demandas e pressões dos grupos sociais considerados relevantes para as empresas. Ou seja, as empresas pautadas pela noção de sustentabilidade estariam interessadas e preocupadas com sua imagem e reputação junto a esses grupos. Contrariando a lógica neoclássica de que os preços conteriam toda a informação necessária, essas empresas estariam atentas às possíveis fontes de contestação social de suas atividades e às novas oportunidades de mercado. Uma expressão dessa conduta é a formulação de matrizes de materialidade, uma matriz dos impactos causados pelas empresas, elaborado em conjunto com esses grupos denominados *stakeholders*.

Então a empresa, ela relacionou 30 impactos baseado no padrão GRI (Global Reporting Initiative), que é o padrão hoje reconhecido mundialmente e utilizado pelas empresas. E convidamos os *stakeholders*, onde ela tem operações, para identificar aqueles aspectos que seriam mais impactados pelo negócio da empresa. De acordo com o negócio tem um padrão mundial, que coloca tudo, e diz assim, você tem que avaliar isto ele manda um pacote completo, e deste pacote completo você avalia aquele que tem maior impacto no seu negócio [...] quando a empresa faz bem sua matriz de materialidade ela convida os *stakeholders*, ela convida fornecedor, cliente, academia, imprensa, comunidade, consumidores, concorrentes, representantes do governo, todos aqueles que podem ser impactados pelo negócio de alguma forma e aí a visão que sai não é somente da empresa... (Representante da empresa transnacional do ramo químico, 06/04/2014).

A partir dessa matriz, as empresas elaboram suas estratégias de ação sobre os impactos considerados mais relevantes. Porém, outras formas de consulta como canais de comunicação com clientes, ou ouvidorias, seguem a mesma lógica recursiva de orientar-se e modificar suas ações com base em demandas sociais, perpassadas por valores e critérios supostamente externos ao mercado. Segundo esta lógica, as empresas não devem se limitar aos aspectos coercitivos das normas, mas proporem novas formas, desenvolverem novas tecnologias e estabelecerem limites mais rígidos para suas emissões com base nos interesses das partes interessadas.

Essa postura reflexiva das empresas está vinculada à legitimação da sustentabilidade, aos riscos de contestação social e às oportunidades de mercado envolvidas, ou seja, é um dos elementos desse processo recursivo de modificação das condutas empresariais. No contexto estudado, percebe-se que a partir dessas demandas e pressões, as empresas comprometidas com os parâmetros de sustentabilidade não só alterariam suas práticas de forma a legitimar suas atividades, mas também divulgariam essas ações de forma a ganhar maior visibilidade para seus públicos. Esses mecanismos de justificação atuariam com base nas críticas, buscando neutralizá-las ou incorporá-las parcialmente ao processo.

Tal qual na dinâmica proposta por Boltanski e Chiapello (2009), os agentes econômicos buscam integrar parcialmente as críticas formuladas a fim de justificar e legitimar suas atividades. Essas incorporações refletem-se nas transformações produtivas e organizacionais analisadas anteriormente, porém estendem-se para além desse âmbito, pois necessitam comunicar-se. Logo, envolvem programas e campanhas voltados para a conscientização ambiental, promoção de eventos culturais, prêmios e peças publicitárias, além de soluções que integram uma parcela da comunidade, como centros de formação e capacitação profissional.

Então, nós temos ecopontos na entrada da empresa e nesse ecoponto nós disponibilizamos dois coletores, um coletor para depositar óleo vegetal e outro para coletar pilhas e baterias. Então assim, isso aí é uma forma de a gente envolver os colaboradores, para que os colaboradores tragam de suas residências esses dois tipos de resíduos, que são extremamente agressivos ao meio ambiente se eles forem descartados de forma inadequada, então os colaboradores e seus familiares podem depositar nestes coletores seu óleo vegetal dentro de uma garrafa “pet” por exemplo, e também a pilha e a bateria. Então a gente coleta esses resíduos de óleo vegetal e nos mandamos para um instituto socioambiental que possui uma fábrica mantida pela prefeitura de Sorocaba, totalmente licenciada ambientalmente, essa fábrica produz um sabão ecológico e com a venda deste sabão, a renda gerada com a venda do sabão ecológico ajuda uma creche de crianças carentes que foram abandonadas pelos pais, então esse projeto é um projeto ambiental, social e econômico. Porque está ajudando crianças, tá gerando renda e tá destinando de forma ambientalmente correta (Representante da empresa nacional voltada para alimentação de animais doméstico, 19/08/2014).

A terceira categoria dessa dimensão, menos recorrente entre as

empresas, relaciona-se com as mudanças na produção com base na gestão alongada do espaço, mais especificamente com a representação ampliada do ciclo produtivo. Em conformidade com essa categoria, as empresas adotaram uma percepção ampliada de sua cadeia produtiva, tornando-se corresponsável pelos impactos que ocorrem em outras etapas do processo. Esse tipo de relação com fornecedores e consumidores favorece a difusão de práticas e estratégias organizacionais voltadas para a sustentabilidade. Essa orientação da ação promove a seleção de fornecedores com base na adesão de práticas sustentáveis e o monitoramento de condutas ou participação em consultas com clientes, formas de expandir a sustentabilidade do seu ciclo produtivo. Configurando assim, um isomorfismo organizacional (DIMAGGIO; POWELL, 1983) induzido pela escolha de fornecedores orientados por critérios de sustentabilidade.

Portanto, de acordo com essas representações de sustentabilidade empresarial, os limites relativos às responsabilidades das empresas estendem-se para além das fronteiras comerciais ou produtivas. Juntamente a essa concepção ampliada de sua atividade, a relação com as partes interessadas – por intermédio de canais de consulta, pesquisas de reputação e matrizes de materialidade – configura-se como um sistema aberto, em que essas partes atuam fornecendo informações, contestando e pressionando por alterações. Ao que as empresas responderiam, incorporando parte das demandas, críticas e detratores ao seu escopo e divulgando, posteriormente, numa lógica recursiva, seus resultados em busca de justificação e legitimação de suas atividades. Essas práticas, em conformidade com esse tipo de orientação, demonstram não apenas a imbricação existente entre a sociedade, natureza e mercado, mas a tentativa das empresas de aumentar a sintonia dessa comunicação de maneira a tirar o máximo proveito da relação.

O exemplo das variadas campanhas e programas de pós-consumo do plástico, mencionados durante as entrevistas, é ilustrativo dessa dinâmica. Preocupadas com as críticas relativas aos danos provocados pelo plástico, quando destinado incorretamente, algumas empresas investigadas elaboraram campanhas de coleta seletiva e programas de reciclagem, além

de peças publicitárias sobre as vantagens do plástico e sua contribuição para a qualidade de vida, para justificar sua produção e consumo responsável.

Na análise da dimensão discursiva atribuída à noção de sustentabilidade, foram mobilizadas pelos representantes das empresas as seguintes categorias para definir sustentabilidade: gestão do impacto do negócio, critérios objetivos de legitimação, gestão sistêmica e interdependente, voltada para o futuro, e vinculada a um novo padrão tecnológico e de consumo. Todavia, apenas as duas primeiras foram mencionadas em todos os casos.

Essas categorias relacionam-se, na sua grande maioria, com as práticas apresentadas nas dimensões de análises anteriores. Tratam-se de representações sobre uma forma de gestão de negócio que percebe a necessidade de adequar-se aos parâmetros da sustentabilidade como uma estratégia para garantir sua própria sobrevivência no mercado, como um novo modelo negócio, mais eficiente, transparente e interdependente. Concepção essa que se encontra em concordância com as máximas do desenvolvimento sustentável, de manejo racional dos recursos finitos e redução dos impactos ao ambiente.

Baseada num equilíbrio entre os pilares (social, ambiental e econômico), essa concepção não considera o crescimento econômico e o aumento da qualidade ambiental contraditórios. Todavia, quando instigados sobre a expansão do consumo, o aumento de recursos necessários e seus danos ao ambiente, foi mobilizada a necessidade de crescer como algo fundamental para atender o crescimento populacional previsto. Porém, um crescimento equilibrado com base em tecnologias mais limpas e eficientes.

Logo, essa concepção de sustentabilidade percebe o consumo e o crescimento econômico como algo inerente a essa lógica. Em alguns casos, existe a consciência de que a expansão das atividades, ainda que dentro dos parâmetros sustentáveis, contribui para o aumento geral do impacto ambiental da empresa. Contudo, ao atribuir o equilíbrio aos três pilares como meta, as empresas justificam seu impacto ambiental com base nos impactos sociais e econômicos que causariam caso não crescessem

economicamente.

É uma questão de filosofia, você não crescer e manter o mesmo nível de impacto. É preferível que cresça e reduza seu impacto. O fato é, quanto mais você cresce absolutamente, você vai aumentar seu impacto. O que a gente tenta fazer e nesta visão é tentar gerar impacto positivo. E isso tangibiliza não só as esferas ambientais, mas também as econômicas e sociais, então é um trabalho que não é fácil, é preciso fazer as pessoas conversarem. Sempre que vou fazer uma palestra eu sempre instigo com a seguinte pergunta. Qual que é a situação de menor impacto ambiental positivo para uma empresa? Ela não existir. Uma vez que eu não produzo, uma vez que eu não gero não tenho nada. Mas meu impacto econômico e social é o maior possível (Representante de empresa brasileira de cosméticos, 21/07/2014).

Essa percepção traz a tona importantes considerações em relação ao crescimento econômico e suas implicações para extratos sociais diretamente vinculados a estas atividades, que não devem ser ignoradas, em especial em economias em desenvolvimento. Contudo, não há garantias de que este equilíbrio ocorra conforme o esperado e não submeta os outros dois aspectos ao domínio do econômico. Neste sentido, o social e o ambiental seriam essenciais para a continuidade do desenvolvimento econômico da empresa, logo caberia preservá-los o máximo possível, conquanto não contrariem a expansão econômica do negócio. Ainda que essa concepção não se encontre disposta a abrir mão do crescimento econômico, elemento intrínseco do modo de produção capitalista, se distinguiria dos outros modelos de gestão por estar apta a relativizá-lo frente ao peso de outras variáveis consideradas importantes e adequá-lo aos parâmetros e práticas da sustentabilidade.

Logo, a legitimidade dessa lógica repousaria sobre o peso dessas outras variáveis na tomada de decisões. De acordo com as entrevistas, a melhor forma de garantir a relevância das outras esferas ocorre por intermédio do estabelecimento de metas, claras, vinculadas a práticas e aprovadas pela alta liderança das empresas. Trata-se de estabelecer critérios objetivos, passíveis de serem verificados por auditores e órgãos externos, que possibilitariam a avaliação do cumprimento das condutas e que diferenciaram as empresas daquelas que praticam um falso *marketing*, desvinculado de práticas efetivas e meios de comprovação. Percebe-se aqui como a racionalidade formal desempenha um papel importante na

legitimação das práticas sustentáveis. A quantificação e formalização dos “impactos ambientais” permite a avaliação da conduta das empresas e a própria gestão de suas metas em comparação com os aspectos econômicos.

Neste sentido, a concepção de sustentabilidade empresarial está ligada a uma continuidade da lógica expansionista do capitalismo moderno, com base em uma nova ética, vinculada as consequências ambientais da atividade industrial, mas disposta a uma reestruturação a partir de inovações sustentáveis que manteriam o motor capitalista rodando. Em concordância com essa lógica, algumas empresas mobilizam o conceito de economia verde, uma economia que “resulta no bem-estar da humanidade e igualdade social, ao mesmo tempo em que reduz significativamente riscos ambientais e escassez ecológica” (PNUMA, 2011). Um modelo econômico que se opõe a “economia marrom” e viabiliza a realização da sustentabilidade mediante o descolamento energético e material do crescimento, ao mesmo tempo em que promove o crescimento da renda e a inclusão social.

Entretanto, essa concepção ampla e sistêmica, quando levada as últimas consequências, dá margem para argumentos que contrariam o pressuposto da expansão contínua de capital, pois um novo padrão de consumo e os novos papéis desempenhados pelos atores sociais podem significar formas estacionárias de mudança social (DALY, 2008), isto é, mudanças qualitativas sem necessidade de expansão do subsistema econômico. Ou como bem lembrou Veiga (2010), uma sustentabilidade sistêmica não precisa necessariamente coincidir com a durabilidade das organizações e empresas, podendo, pelo contrário, prescindir de determinados ramos ou atividades setoriais.

Limites da Sustentabilidade

Por conseguinte, a emergência da sustentabilidade como um valor social engendrou uma série de alterações no mercado do plástico nacional, alterações estas que envolvem o estabelecimento de novos marcos regulamentares para a produção e distribuição de sacolas plásticas, novos produtos e processos, uma maior sensibilidade social em torno dos problemas ambientais e novas formas de contestação. Neste sentido, o

gradual processo de reconhecimento da sustentabilidade como a necessidade de reduzir os “impactos” da atividade industrial e gerir os “recursos naturais” de maneira mais eficiente, devido à sua finitude, criou demandas legais e pressões sociais sobre as esferas produtivas.

Todavia, tanto esse conjunto de regras fornecidas pelo Estado, quanto as expectativas sociais em relação à natureza, cuja não observação implica uma desaprovação social, são interpretados pelos atores empresariais, em conformidade com seus interesses, na busca por mundos estáveis. Logo, ainda que esse processo reflita-se nas condutas das empresas investigadas, estas não as adotam de forma passiva e automática, pelo contrário, procuram atuar recursivamente sobre a própria noção, construindo e legitimando-a a partir de um conjunto de critérios e convenções – tais como critérios de eficiência energética, tratamento de efluentes, emissão de gases do efeito estufa, pós-consumo – com vistas a adequarem-se as novas formas socialmente aceitas de produzir, sem contrariar os pressupostos do crescimento econômico. Alterações estas que podem ser consideradas indícios de uma mudança na gestão empresarial com base em outros critérios que não os econômicos. Critérios que seguem pautando a gestão, porém passam a ser tensionados por critérios sociais e ambientais.

Essas transformações isoladas podem ser encaradas como insuficientes para evitar a mudança climática e outros desequilíbrios ambientais oriundos da atividade humana. Todavia, considerando a limitada relação que as empresas capitalistas mantinham com a sociedade até então, pautadas exclusivamente pelo lucro e pela geração de empregos, justificando toda sua atuação no interior dos limites legais a partir destes dois aspectos, essas transformações representam, no contexto atual, um elevado grau de interdependência entre a realidade empresarial e esta noção de sustentabilidade. Ou seja, essas organizações são “moldadas por fatores que, longe de exprimir uma essência imutável, refletem circunstâncias históricas que podem ser transformadas pela intervenção humana” (ABRAMOVAY, 2012, p.194).

Isso torna-se evidente a partir das novas propostas de

relacionamento das empresas que utilizam o plástico verde com clientes, fornecedores e comunidades, que tendem a ampliar os limites relativos às responsabilidades das empresas para além das fronteiras comerciais ou produtivas e difundir práticas a partir de sua lógica interdependente. Configurando-se como um sistema aberto, em que essas partes atuam fornecendo informações, contestando e pressionando por alterações, por intermédio de canais de consulta, pesquisas de reputação e matrizes de materialidade

Portanto, a sustentabilidade empresarial apresenta critérios centrais que a orientam, caracterizam e a distinguem de práticas puramente comerciais, atribuições indevidas ou enganosas que buscam passar uma imagem ambientalmente responsável para adquirir vantagens competitivas. No entanto, incapaz de abranger toda a incerteza vinculada a eventos futuros e todas as controvérsias científicas em pauta, a concepção empresarial tende a envolver critérios específicos, em conformidade com padrões globais, mas de preferência não contraditórios a sua atividade. O que implica na defesa da manutenção do crescimento econômico, sobre novas bases, que garantiriam a continuidade do processo de acumulação por intermédio da destruição criativa.

Essa sistematização depende de consideráveis investimentos em formas de gestão mais abertas e atentas às demandas sociais, desenvolvimento de novas tecnologias, estudos e metodologias capazes de atestar a sustentabilidade das práticas e produtos, e projetos de modificação dos processos. Ou seja, são empresas que adotaram a sustentabilidade como um modelo de gestão endógeno ao negócio, sensível a crescente legitimação dos valores sustentáveis, mas perpassado por suas limitações em relação ao crescimento econômico. Logo, em termos de pesquisas futuras, conviria investigar também a forma como estas partes interessadas mobilizam a noção de sustentabilidade, as formas como se organizam e o grau de influência que exercem na disputa pelos sentidos em jogo.

Referências

ABRAMOVAY, Ricardo. Entre Deus e o diabo: mercados e a interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v.16 n. 2, novembro de 2004.

_____. **Muito Além da Economia Verde**. São Paulo: Ed Abril, 2012.

ALMEIDA, Jalcione. A problemática do desenvolvimento sustentável. In: BECKER, Dinizar F.. **Desenvolvimento Sustentável: necessidade e/ ou possibilidade?** Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1997.

ALMEIDA, Jalcione; PREMEBIDA, Adriano. Histórico, relevância e explorações ontológicas da questão ambiental. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 16, n. 35, Apr. 2014.

ABRAMOVAY, Ricardo. 2004. Entre Deus e o diabo: mercados e a interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, 16 (2).

ALPHANDÉRY, Pierre et al. **O equívoco ecológico: riscos políticos**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BARBOSA JÚNIOR et al. Conceitos e Aplicações da Análise do Ciclo de Vida (ACV) no Brasil. **Revista Gerenciais**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 39-44, 2008

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é: o que não é**. Petrópolis: Vozes, 2013.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. O espírito do capitalismo e o papel da crítica. In: **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRITO, G.F., AGRAWAL, P., ARAUJO, E.M., MELO, T.J. Biopolímeros, Polímeros Biodegradáveis e Polímeros Verdes. **Revista Eletrônica de Materiais e Processos**. v. 6. 2, 2011.

BRUNDTLAND, Gro Harlem (org.). **Nosso futuro comum**. Editora da FGV, 1987.

BRÜSEKE, Franz Josef. O Problema do Desenvolvimento Sustentável. In: CAVALCANTI, Clóvis. (Org.). **Desenvolvimento e Natureza: Estudos para uma sociedade sustentável**. 5ª ed. Recife: Cortez, 2001.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, G. M. **A economia política da responsabilidade empresarial no Brasil: As dimensões sociais e ambientais**. Instituto de Pesquisa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Social. Estudo número 14, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. V.1. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

DALY, Herman. Crescimento sustentável, não obrigado. **Ambiente & Sociedade** – Vol. VII n°. 2 jul./dez. 2004

DALY, H. A Big Idea. A State-Steady Economy. Economics. Towards a Steady-State Economy, In: **UK Sustainable Development Commission**, abril de 2008.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. In: **American Sociological Review**, volume 48, issue 2, apr., 1983.

FLIGSTEIN, Neil. Mercado como política: uma abordagem político cultural das instituições de mercado. **Contemporaneidade e Educação**. Ano VI, n.9, 1º sem/2001.

FLIGSTEIN, Neil; DAUTER, Luke. A Sociologia dos Mercados. In: **Cadernos CRH**, Salvador, v.25, 66, p. 481-504, Set/Dez, 2012.

FRIEDMAN, Milton. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, September 13, 1970

INMETRO. Dados estatísticos. Disponível em: <[http://www.inmetro.gov.br/gestao14001/dados_estat.asp?Chamador=INMETRO14&tipo=>](http://www.inmetro.gov.br/gestao14001/dados_estat.asp?Chamador=INMETRO14&tipo=). Acesso em: 14/01/2016.

HOMMEL, Thierry; GODARD, Olivier. Contestação social e estratégias de desenvolvimento industrial: aplicação do modelo da gestão contestável a produção industrial de OGM. In: Varella, Marcelo Dias & Barros-Platiau, Ana Flavia (orgs.). **Organismos geneticamente modificados**. Belo Horizonte: Del Rey, 2005.

LOVELOCK, James. **Gaia: A New Look at Life on Earth** (3rd ed.). Oxford University Press (2000) [1979].

McCORMICK, John. **Rumo ao paraíso: a história dos movimentos ambientalistas**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1992.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 13, n. 28, Dec. 2007

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. 2012. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. **Estudos Avançados**, São Paulo, 26 (74).

PNUMA, **Rumo a uma economia verde**. Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável e a Erradicação da Pobreza – Síntese para Tomadores de Decisão, www.unep.org/greeneconomy, 2011.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 3, 2005.

_____. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Política e Sociedade**, v. 8, n. 15, outubro de 2009.

RIST, G. **The history of development**: from western origins to global faith. 3rd ed. London: Zed books, 2008.

SARTORE, Marina de Souza. **Investimento e Sustentabilidade**: a construção de uma nova agenda de pesquisa. 36^o Encontro Anual da ANPOCS, 2012.

SCHLUCHTER, Wolfgang. **O desencantamento do mundo**: seis estudos sobre Max Weber. Rio de Janeiro: editora UFRJ, 2014.

VEIGA, José Eli da. **Sustentabilidade**: a legitimação de um novo valor. São Paulo: Senac, 2010.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**. V.1. 4^a ed. São Paulo: Editora UNB, 2009.

ZELIZER, Viviana A. Dualidades perigosas. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, abr. 2009.