

Introdução

A rotulagem ambiental consiste nas declarações que constam nos rótulos – ou, às vezes, nos folhetos e anúncios – de produtos, indicando seus atributos ambientais. Apesar de ser um assunto muito específico, pois envolve o ato de declarar um aspecto ambiental, ele tem ramificações extensas. A rotulagem ambiental representa, ao mesmo tempo, uma das ferramentas mais benéficas para a mudança dos hábitos dos seres humanos e uma das armas mais perigosas para enganar o consumidor sobre o real impacto do produto que ele está prestes a usar.

Se essas declarações, na sua maioria, forem enganosas, e se não houver suficiente fiscalização pela sociedade, elas levarão milhões de consumidores a comprar produtos que continuam tendo um impacto fortemente negativo no planeta. Entretanto, com uma boa educação ambiental, e com governos e organizações não governamentais atentos para a *ecoengenharia*, a rotulagem ambiental ajudará a raça humana a reduzir o seu impacto ambiental e, talvez, a própria forma e escala de consumo.

Existem vários tipos de rotulagem ambiental. O exemplo mais conhecido é o dizer *reciclável*, que é feito pelo fabricante sem nenhuma verificação externa. Existem também diversos selos verdes (não existe apenas um, como pensam muitos leigos), e os mais conhecidos no Brasil são os selos para alimentos orgânicos e para madeira certificada. Há ainda fichas técnicas que explicam o impacto ambiental do produto ao longo do seu ciclo de vida. Esses três exemplos representam três modalidades de fazer uma declaração ambiental. Cada modalidade tem suas vantagens e desvantagens, e o lado escuro de cada uma nem sempre fica evidente para o consumidor. Para tentar organizar e *regular* esse mercado, a International Organization for Standardization (ISO) criou uma série de normas internacionais.

Este capítulo contará um pouco sobre a história da rotulagem ambiental e depois sobre as normas da ISO que começam a valer no Brasil.

Rotulagem ambiental

Christopher Wells

PASTA: 1097

COPIAS: 24

R\$: 4,80

Um pouco de história

Dois conceitos clássicos

No fundo, existem dois tipos de rotulagem ambiental. Um consiste numa declaração do tipo *eu sou bom*, na qual a empresa alega que o seu produto dispõe de um ou mais aspectos positivos. Nessa categoria, a declaração mais conhecida mundialmente é a de *reciclável*.

O segundo tipo é uma declaração na linha de *ele é bom*, na qual uma ONG, um instituto ou uma associação atesta que determinado produto possui boas qualidades ambientais. Isso é o tão falado selo verde. Para apresentar o assunto, vamos usar um exemplo brasileiro que não é da área ambiental: o selo Abic para café. Esse selo, emitido pela Associação Brasileira da Indústria do Café (Abic), atesta que a qualidade do café atende aos critérios de pureza estabelecidos pela associação.¹ Um selo verde, por sua vez, estabelece critérios mínimos de qualidade ambiental do produto.

Cada conceito básico, seja *eu sou bom* ou *ele é bom*, nasceu de um contexto próprio na década de 1970. O primeiro é mais forte nos países anglo-saxônicos, principalmente os Estados Unidos. O segundo nasceu nos países do norte da Europa. Nos Estados Unidos, há uma desconfiança menor com relação às empresas por parte do público, em comparação com a Europa, e há um forte sistema jurídico que processa pessoas e empresas que mentem. Talvez por isso exista quase 1 milhão de advogados nos Estados Unidos. Em países como Alemanha e Suécia, a desconfiança é maior e a intervenção do governo na sociedade é mais incisiva. Portanto, surgiram entidades, com participação da sociedade civil, governo e igreja, que desenvolveram selos verdes e campanhas de divulgação sobre esses selos. O problema é que, até a década de 1990, poucos questionavam a maneira pela qual se chegava aos critérios para esses selos.

A rotulagem ambiental existe, no fundo, porque os fabricantes querem vender mais dos seus produtos. Ela é uma forma de o fabricante se comunicar com o seu comprador (muitas vezes o próprio consumidor do produto), forma essa que é condicionada pela cultura do país. Pode haver preferência, por parte do consumidor, pela declaração do tipo *eu sou bom*

ou *ele é bom*. Por exemplo, declarações do segundo tipo são muito mais aceitas na Escandinávia do que as do primeiro tipo. Nos Estados Unidos, a situação é inversa. Ainda há questões resritas a determinados países. Na Inglaterra, por exemplo, o tratamento dado aos animais é importante e empresas que fazem produtos cosméticos sem matar animais anunciariam esse fato. Já em outros países essa questão é menos importante.

Selos verdes

Um selo verde é uma marca emitida por uma entidade que atesta que o produto é ambientalmente superior aos outros produtos na mesma categoria. Os critérios usados para determinar a elegibilidade de um produto para o selo são feitos propositalmente de modo que apenas uma minoria dos produtos da categoria possa conseguir o selo. Dessa forma, espera-se que a indústria se esforce para melhorar suas práticas ambientais. Esse conceito de superioridade ambiental embasa os principais programas de selo verde do mundo. Sempre haverá uma minoria de produtos dentro daquela categoria que serão considerados ambientalmente melhores pela entidade operadora, que pode ser uma associação normativa (como a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT), uma organização não governamental ou uma agência do governo.

Um ponto crucial de um selo verde é a divulgação. O consumidor só vai mudar sua escolha se conhecer o selo e achar que indica uma vantagem ambiental do produto em relação aos da concorrência. Para que isso ocorra, precisa haver bastante divulgação da marca do selo. Os consumidores e estudantes na Alemanha e nos países nórdicos foram expostos a campanhas, apoiadas pelo governo e outras entidades, que explicam que os selos verdes daqueles países indicam produtos *ambientalmente corretos*.

É importante entender a diferença entre *certificação* e *credenciamento* (*accreditation*). Para qualquer selo verde, existem critérios estabelecidos pela entidade que vai vender o direito do uso do selo por uma empresa. Essa instituição geralmente não é quem verifica se a empresa atende aos seus critérios, porque não é estruturada para realizar análises técnicas, o que muitas vezes implica enviar auditores para lugares distantes. A instituição, então, permite que outras entidades façam essa verificação e certificação, mediante comprovação de que essas entidades tenham a capacidade técnica de fazê-las. Essas entidades são credenciadas pelas instituições do selo

¹ Ver <http://www.abic.com.br>

Para fazerem a certificação do selo verde. Elas podem ser firmas de auditoria, organizações não governamentais, institutos de pesquisa ou até associações de normalização (que às vezes são as mesmas que criaram o selo).

A empresa certificada paga à certificadora pelo serviço de auditoria, e paga uma taxa periódica à operadora do selo verde. O custo maior do selo verde, entretanto, não é nenhum desses dois itens. É geralmente o ajuste na produção para se adequar aos critérios. Por exemplo, uma fábrica poderia ter de instalar novos equipamentos ou, no caso das madeireiras no Brasil, as empresas têm de cumprir todos os aspectos da legislação ambiental, trabalhista e fundiária.

É também importante entender que a norma ISO 14001 não é um selo verde. Ela é um documento que um auditor usa para checar o sistema de gestão ambiental (SGA) de uma empresa (ou outra entidade). Se o SGA estiver em conformidade com a ISO 14001, o auditor emite um certificado dizendo que o local auditado está em conformidade com a ISO 14001. Um selo verde, por sua vez, se refere ao *produto*. Para ilustrar, vamos imaginar duas montadoras, uma com fábrica certificada pela ISO 14001 e a outra não. O carro da primeira pode consumir mais combustível, não utilizar plástico reciclado e poluir mais que o da segunda. Entretanto, o primeiro foi fabricado num local que provavelmente trata melhor os resíduos da fabricação.

Selos Verdes no Exterior

A Alemanha, país pioneiro em muitos assuntos ambientais, foi o primeiro a criar um selo verde. Nasceu de uma iniciativa do governo, em 1977, juntamente com outros elementos da sociedade, inclusive forte presença das igrejas. Esse movimento ocorreu na esteira da Primeira Conferência Mundial da ONU sobre Meio Ambiente, em Estocolmo, em 1972. Foi, então, escolhida como símbolo do selo a logomarca do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e dado o nome de Anjo Azul. Em 1978, os seis primeiros produtores foram selecionados pelo júri ambiental, que existe até hoje e é composto por diversos segmentos da sociedade.

Selo Anjo Azul, da Alemanha

FIGURA 1



Ao longo de quase três décadas, o Anjo Azul se tornou o maior programa do seu gênero, com alta credibilidade entre os alemães. Em 2004, o total de produtos com o selo Anjo Azul esteve em cerca de 3.700, em oitenta categorias diferentes, desde papel higiênico até telefones celulares.²

Segundo Wolfgang Schirmer, que foi um dos dirigentes do Anjo Azul, era muito difícil criar os critérios. Raramente houve consenso entre a indústria, a igreja, as organizações não governamentais e o governo sobre qual deveria ser o critério (naquela época era comum ter um só critério) para um produto. “Quando cheguei a um critério que agradava parcialmente a todos, mas que deixava todos infelizes, aí eu soube que tinha achado a solução”, comentou uma vez.³

O selo dos países nórdicos, lançado em 1989 pelo conselho de ministros nórdicos, é chamado de *Nordic Swan* (cisne nórdico). Como seu congêner alemão, ele conta com uma ampla divulgação apoiada pelos governos de cada país. Dessa forma, há uma forte pressão, exercida por organizações não governamentais e associações de consumidores, em cima de fabricantes que não possuem esse selo.⁴ A União Europeia está criando um selo que abrangeria todos os países da comunidade.⁵

² Ver <http://www.blauer-engel.de>.

³ Wolfgang Schirmer, em palestra sobre roteLAGem ambiental, evento promovido pelo Compromisso Empresarial para RecicLAGem (Camprel), em São Paulo, março de 1997.

⁴ Ver <http://www.swanen.nl>.

⁵ Ver <http://www.europa.eu.int/comm/environment/ecolabel>.

Selo Cisne Nórdico, dos países nórdicos

FIGURA 2



FIGURA 3

Selo verde do Canadá



Em 1988, o governo do Canadá criou um programa de selo verde; o Environmental Choice/Choix Environnemental. Em 1995, o governo privatizou o programa, que hoje é tocado pela empresa Terra Choice e oferece uma grande variedade de categorias. Nos Estados Unidos, o conceito de selo verde não avançou tanto como nos outros países, em parte pela preferência das autodeclarações e o desgosto de alguns setores industriais com os selos europeus.⁶

Existe uma associação mundial que reúne os principais programas de selo verde. Essa associação, a Rede Global de Ecovilas (Global Ecovillage Network – GEN), serve como fórum de debate entre os programas e visa facilitar o reconhecimento mútuo entre os selos.⁷

Um dos desafios do conceito de selo verde é que cada programa cria critérios diferentes e um fabricante com um mesmo produto pode conseguir o selo em um país, mas não em outro. A GEN tenta harmonizar

⁶ Canadá: <http://www.environmentalchoice.com> e <http://www.terrachoice.ca>; Estados Unidos: <http://www.greencall.org>.

⁷ Ver <http://www.gen.gr.jp>.

os critérios entre os programas ou encorajar que o selo dado por um programa possa permitir a concessão de um selo de outro país, apesar de critérios diferentes.

Selos Verdes no Brasil

Os selos verdes mais conhecidos no Brasil são aqueles para alimentos orgânicos. Existem vários selos no Brasil para certificar que os alimentos são realmente orgânicos. Alguns certificadores são brasileiros e outros são filiais de firmas estrangeiras.

Os dois principais são a Associação de Agricultura Orgânica (AAO) e o Instituto Biodinâmico (IBD). A AAO, criada em 1989, já certificou mais de quinhentos produtores. Embora não seja credenciada por entidades estrangeiras, ela tem parcerias com outras certificadoras que são credenciadas. O IBD, que começou a certificar em 1990, tem um volume muito maior de certificações (cerca de 3.700) e é credenciado pela Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (International Federation of Organic Agriculture Movements – Ifoam), pelo Departamento de Agricultura do governo dos Estados Unidos (Usda – United States Department of Agriculture) e pelo sistema de certificação da Alemanha (Deutsches Akkreditierungssystem Pflanzenschutz – DAP).

Os critérios da AAO e do IBD são semelhantes, embora os do IBD pareçam ser mais rígidos. Esses critérios incluem a diversidade de espécies plantadas, a manutenção de animais para assegurar uma fonte de esterco, participação nos lucros pelos trabalhadores, entre outros. Os dois exigem o cumprimento do Código Florestal, que exige a manutenção de uma reserva legal de mata ciliar.⁸

Outro selo verde conhecido no Brasil é também um dos mais difundidos mundialmente: o do Conselho de Manejo Florestal (Forest Stewardship Council – FSC). Antes de entender o selo, é preciso conhecer o que é a entidade FSC. É um conselho, criado em 1993, como parte de um esforço da WWF e outras organizações não governamentais mundiais. Ele busca criar um instrumento de mercado que permita a empresas que praticam bom manejo florestal poder ter seus produtos valorizados pelos com-

⁸ O site <http://www.planetaorganico.com.br> reúne informações sobre todas as certificadoras. Maiores informações podem ser obtidas sobre as principais certificadoras em seus respectivos sites.

pradores. O Brasil tem 1 milhão e 500 mil hectares de florestas certificadas, produzindo mais de duzentos tipos de produtos, entre eles, móveis, pisos, porta-lápis, cosméticos e alimentos.

FIGURA 4

Selo FSC para produtos florestais



O FSC possui um conselho mundial que estabelece as diretrizes gerais do selo, e conselhos nos países chave onde existe uma quantidade grande de florestas a serem certificadas. O conselho de cada país determina os critérios para certificação de manejo florestal. Como há grandes diferenças, entre os países, de espécies de árvores, condições climáticas, questões sociais e de legislação, cada conselho nacional tem certa autonomia para decidir sobre o que constitui um bom manejo florestal. No Brasil, o conselho do FSC conta com representantes de organizações não governamentais, indústrias, institutos de pesquisa e governo.⁹

No Brasil, os principais critérios do FSC são:

- a madeira precisa ser dona das terras ou arrendá-las legalmente;
- deve ser feito um inventário de todas as árvores da gleba;
- devem ser respeitadas todas as leis com relação ao Código Florestal;
- o sistema de corte deve seguir técnicas de baixo impacto; e
- o empreendimento deve proporcionar benefícios tangíveis para as comunidades em volta.

Em 2004, ocorreu a primeira feira de produtos florestais certificados, em São Paulo. Essa feira, juntamente com alguns anúncios que apareceram em 2003, formaram o início de uma campanha de divulgação sobre o selo para os consumidores brasileiros. Conforme explicado anteriormente,

⁹ Ver <http://www.manajflorestal.org.br> e <http://www.fsc.org.br>. Agradeco a colaboração da Ana Yang sobre esse assunto.

a divulgação é um fator chave no sucesso de um selo verde. A feira foi organizada pelas ONGs Imãflora, Amigos da Terra e Imazon, e apoiada pelo governo e por empresas privadas.

Existe outro selo, o Certiflor, que é mais recente e conta com o apoio da indústria brasileira de papel e celulose, a ABNT e o governo. Os critérios são parecidos em alguns pontos. A discussão de seus critérios começou em 1996 e foi coordenada pela Sociedade Brasileira de Silvicultura (SBS). Porém, sua divulgação ainda é pequena entre os consumidores.¹⁰

O governo, por meio do Programa de Conservação de Eletricidade (Procel), da Eletrobrás, criou em 1993 um selo para eletrodomésticos e outros produtos que são bons no seu consumo de energia. O conselho de selo é composto pelo Inmetro, Idéc e pelas associações de fabricantes de eletroeletrônicos, aparelhos de ar-condicionado, lâmpadas e equipamentos eletrônicos. No *website* do Procel há uma lista de dezenas de produtos que receberam o selo Procel.¹¹

FIGURA 5

Selo do Procel, Brasil



Em 1994, o governo, juntamente com a ABNT, começaram as articulações para a criação de um selo verde brasileiro. O programa, entretanto, até hoje não cresceu muito. Não há nenhum produto de grande expressão com o selo Qualidade Ambiental da ABNT.¹²

¹⁰ Ver <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/certiflor.asp>.

¹¹ Ver <http://www.procel.gov.br/procel>.

¹² Ver <http://www.abnt.org.br>.

Selos verdes e barreiras comerciais

Muitos programas sofrem a crítica de que os critérios favorecem os fabricantes do país em questão, geralmente na Europa. Os exportadores brasileiros, norte-americanos e canadenses de celulose e produtos têxteis enfrentaram grandes dificuldades, na década de 1990, para saber como os seus concorrentes europeus conseguiram selos. Também tiveram muitas dificuldades para participar de processos de consulta.

Por exemplo, em 2002, uma grande exportadora brasileira terminou de ajustar todo o seu processo fabril para se adequar a um dos principais selos europeus. Quando ela comunicou que estava pronta, o programa informou que criou mais uma exigência para o selo, exigência essa que a empresa demoraria anos para cumprir. Essa empresa parou, então, para se adequar ao novo critério.

O quartel-general da ala antisselo verde fica em Washington. As grandes indústrias americanas argumentam que o selo verde é uma engenharia e que a declaração do tipo *eu sou bom* (a ser tratada na próxima seção) dá muito mais transparência, pois o consumidor pode confrontar o fabricante diretamente. Um selo verde pode ser usado de forma velada como barreira comercial, como no exemplo citado, graças à manipulação dos critérios. Entretanto, é difícil uma autodeclaração do fabricante se tornar uma barreira, mesmo de forma explícita. Por exemplo, uma declaração nacionalista como *Made by american textile workers* (Produzido por trabalhadores da indústria têxtil americana), que para bom entendedor quer dizer que não houve trabalho infantil/escravo nem descaço com os efluentes da fábrica, é plenamente sancionada por leis em qualquer país. Portanto, não é tratada como barreira.

Nas negociações na ISO (assunto a ser tratado mais para frente), os países europeus faziam de tudo para deixar a norma sobre selos verdes (ISO 14024) o mais frouxa possível, de modo que os programas europeus pudessem continuar com uma flexibilidade grande. Houve várias tentativas pelas delegações dos Estados Unidos, Canadá, Brasil e Japão de colocar exigências mais rígidas nessa norma. Algumas dessas tentativas fracassaram e outras tiveram sucesso. De modo geral, a norma terminou como um meio-termo, que representa uma melhora em relação às práticas anteriores, porém ainda permite bastante flexibilidade,

especialmente com relação à consulta às partes interessadas quando o programa vai desenvolver critérios.

Autodeclarações

O princípio básico da autodeclaração é que não haja verificação por terceira parte e que a empresa seja inteiramente responsável pela comprovação da declaração.

A história das autodeclarações muitas vezes se confunde com a das declarações sobre reciclagem. O forte apelo da reciclagem (*embalagem reciclável*, por exemplo), em muitos países, inclusive no Brasil, faz que empresas há mais de vinte anos digam que o produto é reciclável ou contém material oriundo do lixo (conteúdo reciclado). Juntamente com declarações relacionadas à reciclagem, vem uma vasta gama de outros dizeres e anúncios que tiveram como limite apenas a criatividade das agências de propaganda. O apelo também faz que os consumidores queiram acreditar nisso. Mas nem todos acabam acreditando.

Em alguns casos, não raros, essas declarações foram contestadas por organizações não governamentais ou pelo próprio governo do país. Quando essas disputas surgiram nos Estados Unidos, várias empresas foram processadas nos tribunais. Nesse país, a Comissão Federal de Comércio (Federal Trade Commission) possui normas sobre declarações ambientais desde 1992 e faz uma forte fiscalização em torno do assunto.¹³

Se por um lado uma autodeclaração pode não ser crível, por outro é mais fácil contestá-la em público, pois o ônus está em cima da empresa para provar a verdade. No caso de um selo verde, esse tipo de desafio é mais difícil, pois entra-se na discussão de quem definiu os critérios. Nessa comparação, o conceito de autodeclaração tem um ponto forte: a transparência. Fica fácil comprovar a veracidade ou não da alegação.

Os defensores das autodeclarações argumentam que ela é uma forma mais clara de comunicar. Por exemplo, antigamente os envelopes na Alemanha poderiam ganhar o selo Arjo Azul se fossem feitos em papel reciclado. Um envelope equivalente, feito nos Estados Unidos, teria o texto

¹³ Para maioria informações sobre as leis norte-americanas sobre declarações ambientais, visite <http://www.ftc.gov/bep/pressrel/9602.htm>.

recycled paper, talvez com o símbolo da reciclagem. O usuário do envelope alemão estaria achando que o selo foi dado por ser *ambientalmente superior*, quando na verdade era apenas feito de papel reciclado. O americano sabia que o envelope era feito com papel reciclado e ponto final. São duas formas de dizer a mesma coisa. (Hoje, o selo Anjo Azul possui critérios mais complexos para os seus produtores.)

Relatórios ou fichas ambientais

Talvez a melhor forma de comunicar o lado ambiental de um produto seja não um selo ou uma autodeclaração simples, mas um relatório de várias páginas ou uma ficha com vários dados.

Reduzir o impacto ambiental numa categoria pode significar aumentar o impacto em outra. Usar papel reciclado pode implicar mais efluentes na água (pode ser resultado do destintamento de papel já impresso) ou mais consumo de energia (para fazer a colera seletiva em áreas rurais). Se o comprador de uma geladeira, uma televisão ou um carro pudesse comparar por meio de fichas os usos de energia e de materiais, aí realmente estaria sendo orientado corretamente.

Essa é a proposta de um tipo de rotulagem ambiental de grande valia mas ainda incipiente, usada para bens duráveis ou produtos industriais. Esses relatórios podem ser feitos como uma autodeclaração ou ser certificados por uma terceira parte. A Volvo, por exemplo, publica relatórios sobre os seus caminhões mostrando todos os aspectos ambientais do modelo. Seus relatórios calculam as emissões do caminhão, o consumo de energia, o quanto do caminhão foi feito com material reciclado, entre outras informações.¹⁴

Normas da ISO

Quando se fala em rotulagem ambiental, muitas vezes a discussão inclui referências aos processos de criar normas dentro do âmbito da ISO. É importante destacar que, nesse momento, o que ocorre na ISO é distinto das práticas comerciais relatadas nas páginas anteriores e paralelo a elas. As nor-

mas da ISO visam, na maioria dos casos, mas não em todos, criar padrões aplicáveis no mundo inteiro baseados em práticas comuns do mercado.

Em 1993, na esteira da Eco-92, iniciaram-se os trabalhos para criar as normas de série ISO 14000. Dentro dessa série, a ISO determinou que, além de se criarem normas relacionadas à gestão e auditoria ambiental (coordenadas pelos subcomitês 1 e 2, respectivamente), se deveria normatizar o uso dos vários símbolos e dizeres com significados ambientais. O subcomitê 3 então se encarregou de criar uma norma para selo verde (14024), uma para as autodeclarações (14021) e uma norma geral para todos os tipos de rotulagem ambiental (14020). Dentro dos grupos de trabalho, adotaram-se o termo Tipo I para identificar os selos verdes e o Tipo II para identificar as autodeclarações.

Esses trabalhos tratavam da criação das normas nas suas versões originais em inglês e terminaram por volta de 1999. As traduções para o português demoraram alguns anos. Juntas, as normas 14020, 14021 e 14024 formam, no contexto brasileiro, uma espécie de "Procon Ambiental", que proporciona os meios técnicos para contestar uma declaração ambiental enganosa.¹⁵

Princípios gerais

A Norma 14020 é a *norma chefe* da rotulagem ambiental. Ela estabelece nove princípios para qualquer tipo de rotulagem ambiental – tipos I, II, III e, especialmente, aqueles que vão surgir no futuro. Certamente aparecerão outros tipos, movidos pela criatividade do ser humano nos seus esforços de vender mais.

Alguns dos princípios chave da norma são:

- As declarações não podem ser enganosas e têm que ser fáceis de verificar.
- As declarações não devem ser feitas para criar barreiras comerciais.
- As declarações devem se basear na ciência e não em mitos populares.
- As declarações devem levar em conta o ciclo de vida do produto. O fabricante deve fazer declarações que sejam relevantes no contexto do impacto total do produto no meio ambiente. Entretanto, a norma não exige um estudo completo de análise de ciclo de vida.

¹⁴ Ver o site da Volvo e procurar pelo termo *environmental product declaration*.

¹⁵ As normas podem ser adquiridas no site da ABNT: <http://www.abnt.org.br>.

Tipo I (selos verdes)

Os trabalhos sobre o Tipo I começaram no seguinte cenário: era fato que muitos programas de selo verde usavam apenas um critério para conceder o selo e eram desenvolvidos de maneira a barrar a entrada de produtos estrangeiros. A Norma 14024 dirige-se a entidades que visam criar e operar um selo verde. Nesse sentido, o documento conseguiu alguns avanços em relação à realidade pré-norma.

Os principais pontos são:

- A operadora do programa deve ter mais do que um critério para cada categoria de produto.
- A norma explica os passos que o programa deve seguir enquanto desenvolve os critérios.
- A norma explica os passos que o programa deve tomar para consultar as partes interessadas, tais como indústrias e fornecedores de outros países. A operadora do selo verde deve tentar chegar a um consenso sobre os critérios.
- Os procedimentos para testar produtos, com a finalidade de ver se se enquadraram ou não, devem ser prioritariamente métodos padronizados da ISO ou outras entidades internacionais. O objetivo aqui é evitar que a operadora crie um ensaio com um viés proposital.
- A operadora deve deixar os critérios claros para os interessados.
- Se os critérios mudarem, deve haver notificação prévia.

Alguns dos programas de selo verde declararam, nos seus *websites*, que seguem as normas 14024 e 14020. O programa canadense, por exemplo, expõe todos os seus critérios *in situ*.

Vale ressaltar que não existe um selo verde mundial, reconhecido em todos os países. Esse fato, aliás, é um dos seus principais desafios. Tampouco existe um selo verde da ISO. E a norma em si não é um selo verde.

Tipo II (autodeclarações)

A Norma 14021 foi elaborada para colocar em ordem com relação à proliferação e à confusão de autodeclarações feitas por empresas.

Seguem alguns dos principais pontos da Norma 14021:

- Exige que a empresa coloque à disposição do público as informações necessárias para checar a veracidade da declaração. Ou seja, a empresa não pode fazer um anúncio e, quando perguntado o embasamento científico, alegar que os dados são sigilosos.
- Proíbe declarações que dizem que o produto promove o desenvolvimento sustentável.
- A logomarca de uma empresa não pode ser alterada para incorporar o símbolo da reciclagem.

• A norma define onze declarações:

- Compostável;
- Degradável;
- Projetado para desmonte;
- Vida útil do produto alongada;
- Energia recuperada;
- Reciclável;
- Conteúdo reciclável;
- Uso reduzido do recurso;
- Consumo reduzido de água;
- Reutilizável e recarregável; e
- Redução de resíduos.

O ponto central da norma, obviamente, é a definição de um produto reciclável e o uso do símbolo do anel de Mobius (*Mobius loop*).

Basicamente a norma estabelece que, para a empresa dizer que o produto é reciclável, ela precisa comprovar que ele está efetivamente sendo coletado (via coleta seletiva ou por catadores) e reciclado, numa escala razoável. Não basta dizer que é um produto que poderia ser reciclado se houvesse a tecnologia apropriada ou que está sendo coletado em outros mercados. Por exemplo, o fabricante não pode dizer que um produto vendido no Brasil é reciclável se ele está sendo coletado e reciclado apenas nos Estados Unidos, devido à complexidade tecnológica.

Quanto ao símbolo, o uso é opcional. Como o símbolo pode significar tanto reciclável quanto reciclado (contendo material que veio do lixo), a ISO estabeleceu uma maneira de distinguir. Quando é para dizer reciclável, usa-se apenas o símbolo, ou com o dizer *reciclável* perto.

Quando é para indicar conteúdo reciclado, é preciso indicar e quanto do produto veio de resíduos, em porcentagem.

NOTA 1

O anel de Mobius é usado para indicar que o produto pode ser reciclado. Se tiver um número com porcentagem dentro, significa que contém material reciclado



O simples uso do símbolo, sem texto ou número, indica que aquele objeto é reciclável, sujeito às condições citadas no parágrafo anterior. Por exemplo, o símbolo impresso numa embalagem contendo uma pilha significa que a embalagem é reciclável. Para dizer que a pilha é reciclável, precisa haver um esclarecimento se referindo a ela.

Em 2003, o Banco Real foi o primeiro a declarar no Brasil a fazer uso de um dispositivo específico e educativo da norma. Naquele ano, o banco passou a usar papel reciclado feito pela Suzano, da marca Reciclato, que contém material que veio de dois tipos de lixo: os resíduos descartados pelos domicílios e as aparas industriais geradas por gráficas e outras fábricas que usam papel. Esse primeiro tipo de resíduo chama-se material pós-consumo e o segundo é denominado pré-consumo. O Banco Real usa essa distinção, sugerida mas não exigida pela norma, para indicar que o papel é 100% reciclado, sendo que 75% são de pré-consumo e 25% de pós-consumo.

TIPO III

Durante os trabalhos, houve um movimento para criar uma norma para os relatórios ou fichas ambientais, sob a denominação de Tipo III. Até a data da publicação deste livro, o documento 14025 ainda não foi publicado como norma internacional para rotulagem Tipo III. É um conceito no qual a prática e a norma se confundem, pois esse tipo de rotulagem ainda está engatinhando mas o debate em torno da norma se estende.

A proposta de criar uma norma surgiu em 1996 e, desde então, houve muitos avanços e retrocessos, justamente por se tratar de uma tecnologia tão inovadora, porém incipiente demais para ser considerada uma prática comum do mercado. Houve determinado momento, em 1997, em que uma ala do grupo, liderada pelas delegações do Brasil e de Singapura, quase conseguiu abortar os trabalhos sobre Tipo III. A delegação dos Estados Unidos, que normalmente tem posições fortes a favor ou contra determinado assunto, passou anos sem adotar uma diretiva clara sobre Tipo III.

Os que se opõem à normalização de fichas ambientais admitem que essa ferramenta é muito boa mas argumentam que é muito cedo para criar uma norma, já que por definição é preciso ter uma quantidade razoável de práticas no mercado. Seria como se o mundo tivesse criado uma norma sobre automóveis em 1910, antes que o produto tivesse desenvolvido características importantes, como, por exemplo, poder dar partida com uma chave em vez de uma manivela. Esses países, geralmente os menos desenvolvidos, não querem gastar tempo e dinheiro participando de reuniões da ISO sobre uma prática que é avançada até mesmo nos países ricos.

Há também receios, a respeito da ficha, que são específicos para países em desenvolvimento. Para se criarem fichas ambientais (com ou sem uma norma) são necessários bancos de dados científicos sobre, por exemplo, a geração de emissões atmosféricas numa usina termelétrica, o consumo de energia de um caminhão para carregar uma tonelada de produtos ou as emissões de CO₂/mercado de uma usina hidrelétrica. Esses dados servem para estimar as emissões ou o consumo para determinado produto. Por exemplo, se para fabricar um carro Volvo, na Suécia, precisa-se de X unidades de energia, as emissões das fontes energéticas devem ser estimadas. Se a fonte energética for principalmente de carvão, as emissões serão determinadas características; se for hidrelétrica, as emissões serão outras; se for nuclear, ainda outras, e assim por diante.

Esses bancos de dados, compilados por acadêmicos na Europa, já estão à venda há alguns anos e se baseiam quase exclusivamente em dados do Primeiro Mundo. Os países em desenvolvimento ainda não possuem esses bancos de dados. Como será possível criar uma ficha para, por exemplo, um Ford Ecoport fabricado no estado da Bahia, se não existem bancos de dados brasileiros sobre as informações de emissões e consumo de energia para as hidrelétricas e termelétricas brasileiras? Sem querer, a ficha Tipo III

acaba se tornando uma barreira comercial. A simples criação de uma norma para tal — independente do seu conteúdo — poderia dar maior credibilidade a esse tipo de barreira.

A rotulagem que parece ambiental mas não é

Apesar dos esforços nobres da ISO e ainda de algumas iniciativas bem-intencionadas da indústria, há confusão sobre alguns símbolos que parecem ser declarações ambientais, mas não são. Por exemplo, um símbolo identificando que uma garrafa de Coca-Cola é feita de plástico PET (e não de PVC ou outro plástico) não é uma declaração ambiental. São situações que, à primeira vista, não fazem sentido, mas que, seguindo a lógica da ISO, nos levam no caminho certo.

Segundo as normas 14020 e 14021, existem alguns símbolos que não são considerados declarações ambientais. Isso porque, conforme explicado no início deste capítulo, uma declaração ambiental trata de um atributo ambiental do produto. Alguns exemplos de símbolos de caráter não ambiental são:

- símbolos de identificação de materiais, tais como plásticos, metais e vidro;
- símbolos e dizeres relacionados a patrocínio de ONGs ou institutos; e
- o símbolo dos programas compulsórios de coleta seletiva em alguns países da Europa.

Embora o consumidor possa entender que há um benefício ambiental no produto em função do símbolo ou texto, uma análise mais detalhada mostra que a lógica da ISO está correta: são declarações que têm um sentido diferente. Portanto, as regras da ISO 14021 não se aplicam a elas.

Símbolos de identificação de materiais

Plásticos

10001

Produtos plásticos descartados, feitos de resinas diferentes



Esse é o caso mais comum de confusão. Em 1988, a indústria de plásticos dos Estados Unidos e do Canadá, num esforço genuíno para elevar os índices de reciclagem naqueles países, criou sete símbolos para identificar os principais tipos de plástico. Essa identificação é importante porque na maioria dos casos não é possível reciclar diferentes tipos de plástico juntos na mesma máquina. Cada tipo de plástico derrete a uma temperatura diferente e reage ao calor de maneira distinta. Portanto, geralmente não é possível reciclar na mesma máquina garrafas PET com embalagens PVC.

Num outro exemplo, não é possível reciclar potes de margarina, feitos em polipropileno, com copinhos descartáveis de água, feitos em poliestireno. Cada tipo precisa ser segregado e — o que é mais importante — acumulado em um volume suficiente para conseguir um preço atrativo de venda. A tarefa de extrair todas as garrafas PET — e só elas — de um fluxo contínuo de lixo e juntá-las (sem tampas e rótulos de outros tipos de plástico) é um desafio grande. Nos países ricos, usam-se máquinas muito sofisticadas. No Brasil e outros países subdesenvolvidos, a farta mão de obra muitas

vezes consegue resultados tão bons ou melhores que uma máquina. É nesse momento que o símbolo se torna crucial: quando o reciclador checa visualmente o objeto plástico.

Com esse desafio em mente, a indústria de plástico criou um símbolo com três setinhas e um número entre 1 e 7 no meio das setinhas. Esse símbolo geralmente encontra-se no fundo da embalagem, para não ser confundido com outros símbolos no rótulo. O intuito é ajudar os funcionários de usinas de separação de materiais e, aqui no Brasil, ajudar os catadores.

FIGURA 7

Símbolo para polietileno de alta densidade (Pead em português)



Os números de 1 a 7 representam a reciclabilidade das várias resinas de plástico na época da criação do símbolo, em 1988. Portanto, o PET (número 1) tinha a taxa mais elevada de reciclagem, o polietileno de alta densidade (número 2) tinha a segunda maior taxa, e assim sucessivamente, até o número 6, que representa o poliestireno. O número 7 engloba todas as outras resinas ou misturas delas (por exemplo, PET com uma camada de outra resina nas embalagens de *ketchup*).

Com a maior divulgação do símbolo do *Mobius loop*, muitos consumidores começam a achar que o símbolo do plástico é uma declaração de *reciclável*. A semelhança é grande.¹⁶ Portanto, a Indústria do plástico orienta os fabricantes a colocar o símbolo no fundo da embalagem, onde ele não vai influir na decisão de compra pelo consumidor que vê o produto na gôndola.

Hoje, se uma empresa vender um produto numa embalagem plástica de polipropileno com esse símbolo e o número 5 no fundo, e essa embala-

¹⁶ Durante as negociações sobre a Norma 14021, a delegação brasileira, depois de ampla consulta no país, propôs uma solução para o grupo de trabalho com a finalidade de resolver essa questão, mas sem sucesso. Isso porque a comissão que trata dos símbolos dos plásticos teria que ser reativada, depois de alguns anos de trabalhos parados.

gem não estiver sendo reciclada, o que o fabricante estará dizendo é apenas que a embalagem é feita daquela resina. Se o fabricante não imprimir a expressão *reciclável* ou não usar o *Mobius loop*, ele não estará sujeito às verificações das normas 14020 ou 14021.

Símbolos e cores de outros materiais

Símbolos de identificação do vidro, alumínio, folha de flandres e papel também não constituem declarações ambientais e não estão sujeitos às condições de provar reciclabilidade.

No Brasil, existem quatro cores usadas para facilitar a coleta seletiva, segundo o tipo de material. Essas cores não estão sujeitas às normas da ISO. Aliás, ninguém sabe ao certo a origem delas.

Patrocínio de entidades ambientais

Alguns fabricantes destinam uma porcentagem das vendas para apoiar uma organização não governamental ou um instituto. Por exemplo, o creme dental da marca Sorriso Herbal® destina parte da receita para a Fundação SOS Mata Atlântica. Isso não constitui um atributo ambiental do produto, segundo a ISO. No caso da pasta de dente, a embalagem continua não sendo reciclável e a pasta não possui características ambientais melhores do que as de seus concorrentes. A caixa de papelão é feita de papel reciclado, como as dos concorrentes. É um patrocínio para uma causa válida, mas o produto não mudou.

Programas europeus de coleta seletiva

Em 1991, a Alemanha criou um sistema de coleta seletiva, denominado Duales System Deutschland (DSD), que é pago pelos fabricantes de bens de consumo. O DSD, na verdade uma megempresa privada de coleta seletiva que existe por imposição do governo, possui seus próprios funcionários, caminhões e centros de triagem de resíduos. Os funcionários do DSD recolhem apenas as embalagens que levam o símbolo do programa (figura 8) e deixam as outras para o caminhão da prefeitura. O símbolo do DSD é uma maneira do fabricante comprovar que ele contribui financeiramente com o programa.

FIGURA 8

Símbolo do programa alemão de coleta seletiva (DSD)



Esse conceito foi ampliado durante a década de 1990 para outros países da Europa continental, tais como a França e a Espanha. Portanto, produtos que são vendidos nesses países (inclusive cosméticos feitos no Brasil, por exemplo) precisam levar esse símbolo.

As normas da ISO não consideram esse símbolo ambiental, por não comunicar um atributo ambiental do produto. Ele significa apenas que foi paga uma taxa.

A relação da norma com esses símbolos

Como vimos, as regras da ISO 14020 e 14021 não se aplicam a, por exemplo, o símbolo de identificação PET numa garrafa de refrigerante ou o símbolo europeu do tipo DSD para uma embalagem que não é reciclável, tal como a embalagem multifoliada de batinha frita. Aqui fica uma terra de ninguém. O consumidor pode chegar à conclusão errada: vendo setinhas que formam um ciclo e achando que se trata de indicação de reciclagem. Isso pode ocorrer mesmo com o uso correto e bem-intencionado dos símbolos. O que fazer? Isso nos leva ao próximo assunto.

Relação com o Código de Defesa do Consumidor

Qual é a relevância dessas normas para o Brasil, se já existe um Código de Defesa do Consumidor que protege contra declarações enganosas? Se o Brasil tem essa proteção, então, qual é a utilidade de normas que não possuem caráter legal?

A principal relevância é que as normas proporcionam os meios técnicos para que uma organização não governamental, um concorrente ou o próprio governo possa contestar uma declaração ambiental como *reciclável*, por exemplo, ou um selo verde concedido. É plenamente concebível que o Ministério Público venha a processar uma empresa por levar milhares de consumidores a optar pelo seu produto com base numa declaração ambiental enganosa. O Brasil está rapidamente caminhando nesse sentido. As normas ajudam o tribunal ou o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) a decidir sobre a veracidade dessa declaração, seja ela do Tipo I, II ou III, ou até uma nova forma de *marketing* ambiental.

E nos casos dos símbolos não cobertos pelas normas da ISO? Se o símbolo estiver estritamente dentro do seu uso correto, é provável que a empresa ganhe na sua argumentação de que, por exemplo, ela estava apenas querendo comunicar o material da embalagem. Se houver deturpação desse símbolo com, por exemplo, uma mistura com a logomarca do fabricante, aí a empresa estará mais vulnerável.

Com a crescente preocupação com as questões ambientais – desde o efeito estufa até o lixo da cidade –, a relação entre o Código de Defesa do Consumidor e o meio ambiente se ampliará. As normas da ISO, nesse contexto, servirão como balizadores para as grandes contestações que virão.

Considerações finais

O potencial da rotulagem ambiental é enorme, tanto para o bem quanto para o mal, pois influenciará uma geração inteira de pessoas sobre conceitos novos. Essa influência pode levar consumidores a refletir se o produto é reciclável, o alimento é orgânico, a madeira provém de origem digna ou se o produto leva uma ficha ambiental do Tipo III que explica todos os seus impactos no seu ciclo de vida. Não há dúvida de que essa ferramenta está influenciando milhões de pessoas todos os dias, assim como não há dúvida de que há empresas sem escrúpulos usando o *marketing* verde para ganhar mercado. É aí que reside a limitação da figura folclórica do Gerson, próprio: ser humano que, como no exemplo da figura folclórica do Gerson, sempre quer levar vantagem. No fim das contas, seja a rotulagem de Tipo I, II ou III, seja outra, o que importa é quem vai checar, inclusive para declarações de terceira parte. Afinal, quem checa aqueles que checam?