

# ROTULAGEM AMBIENTAL

## A IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO FRENTE AOS DIVERSOS APELOS AMBIENTAIS PRESENTES NO MERCADO BRASILEIRO

*Vinicius Gomes Ribeiro*

Conforme as políticas ambientais avançam no cenário mundial, o crescimento dos apelos ambientais em rótulos de produtos e serviços vem acompanhando esta mesma tendência. No ano de 2014, o Instituto Market Analysis divulgou um estudo, realizado entre os anos 2010 e 2014, que constatou um aumento de 327% dos apelos ambientais nos rótulos dos produtos (MARKET ANALYSIS, 2014).

Esse aumento dos rótulos ou declarações ambientais nas embalagens dos produtos pode ser explicado pela mudança de mentalidade dos consumidores. Antigamente, o principal critério para a aquisição de um produto era, além da sua qualidade, o preço, não havendo preocupação com os eventuais impactos que tais produtos poderiam acarretar ao meio ambiente. Porém, constatou-se que os consumidores estão cada vez mais dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis. Segundo uma pesquisa realizada pela companhia Nielsen, cerca de 66% mostraram-se dispostos a pagar mais por produtos e serviços que vêm de empresas que estão comprometidas com um impacto social e ambiental positivo. Este resultado mostra uma tendência de crescimento quando comparado aos anos anteriores, sendo 55% em 2014 e 50% em 2013 (NIELSEN, 2015).

Em meio a esta realidade, notou-se que muitos rótulos ou declarações ambientais não vêm sendo feitas de forma correta, ocasionando informações

imprecisas e não verificáveis para o consumidor final que, por sua vez, não consegue obter informações confiáveis para auxiliar no seu processo de aquisição de produtos.

De forma a oferecerem informações mais claras e precisas a respeito de seus produtos, as organizações podem passar esses tipos de informação por meio de autodeclarações ou por certificações seguindo os princípios previstos nas normas de rotulagem ambiental (ABNT NBR ISO 14020, ABNT NBR ISO 14021, ABNT NBR ISO 14024 e ABNT NBR ISO 14025).

## **ROTULAGEM AMBIENTAL**

A norma ABNT NBR ISO 14020 define o rótulo ou declaração ambiental como uma afirmação que indica os aspectos ambientais de um produto ou serviço, através de informações precisas e verificáveis, podendo aparecer sob a forma de um texto, um símbolo ou elemento gráfico.

A partir desta norma, a Organização Internacional de Normalização (ISO) estabeleceu três tipos de normas para a rotulagem ambiental.

### **Rotulagem Ambiental Tipo 1**

A Rotulagem Ambiental Tipo I é um programa de terceira parte voluntário, baseado em critérios múltiplos levando-se em consideração o ciclo de vida do produto.

Os princípios e procedimentos para o desenvolvimento de programas de rotulagem ambiental do tipo I estão definidos na Norma ABNT NBR ISO 14024.

### **Rotulagem Ambiental Tipo 2**

A Rotulagem Ambiental Tipo II é um programa de autodeclaração ambiental, no qual é feita uma declaração ambiental pelo fabricante ou por qualquer parte interessada, sem a necessidade de uma certificação de terceira parte independente.

Os princípios e procedimentos para o desenvolvimento de programas de rotulagem ambiental do tipo II estão definidos na Norma ABNT NBR ISO 14021.

### **Rotulagem Ambiental Tipo 3**

A Rotulagem Ambiental Tipo III é um programa voluntário de terceira parte baseado em parâmetros predeterminados com base em dados da Avaliação do Ciclo de Vida (ACV).

Os princípios e procedimentos para o desenvolvimento de programas de rotulagem ambiental do tipo III estão definidos na Norma ABNT NBR ISO 14025.

## OS SETE PECADOS DA ROTULAGEM AMBIENTAL E O *GREENWASHING*

Apesar de as normas técnicas definirem os princípios norteadores da Rotulagem Ambiental, é muito comum encontrarmos produtos que se afastam desses princípios fornecendo informações imprecisas, não verificáveis e, algumas vezes, falsas para o consumidor final.

Esse fenômeno é conhecido como *greenwashing* ou maquiagem verde. Para identificar o *greenwashing* necessita-se avaliar se o rótulo do produto apresenta, pelo menos, um dos sete pecados da rotulagem ambiental (TERRACHOICE, 2010).

Os sete pecados da rotulagem ambiental estão descritos abaixo:

- 1) Pecado da falta de prova
- 2) Pecado da incerteza
- 3) Pecado do custo ambiental camuflado
- 4) Pecado de culto a falsos rótulos
- 5) Pecado da irrelevância
- 6) Pecado do menos pior
- 7) Pecado da mentira

### 1. Pecado da Falta de Prova

Ocorre quando a organização declara que seu produto é ambientalmente correto, porém não apresenta qualquer evidência ou certificação de terceira parte que comprove tal requisito.

Um bom exemplo são os produtos de higiene pessoal que declaram que não realizam ensaios em animais, porém não há evidência ou certificação.

## **2. Pecado da Incerteza**

Ocorre quando a organização utiliza qualquer tipo de declaração ampla e vaga que não será entendida pelo consumidor.

Um bom exemplo são os produtos que se dizem naturais e induz o consumidor a pensar que o produto é amigo do meio ambiente. Como se sabe, há muitas substâncias naturais que são prejudiciais tanto à saúde quanto ao meio ambiente como, por exemplo, os metais pesados (mercúrio, chumbo etc.).

## **3. Pecado do Custo Ambiental Camuflado**

Ocorre quando as organizações sugerem que seus produtos são verdes baseando-se apenas em um critério ambiental e esquecendo-se de aspectos ambientais que, talvez, possam ser até mais relevantes.

Esse tipo de pecado ocorre muito frequentemente no mercado de produtos de limpeza quando muitos se dizem biodegradáveis, mas não consideram aspectos importantíssimos para sua produção como o consumo de água e energia, por exemplo.

## **4. Pecado do Culto a Falsos Rótulos**

Ocorre quando as organizações fazem uso de rótulos que remetem a ideia de certificações ambientais de terceira parte, quando na verdade são apenas rótulos criados pela própria organização e que não representam a realidade de atuação da empresa.

Um bom exemplo desta prática são os rótulos com o desenho de uma árvore com os dizeres “Plante uma árvore”. Este tipo de rótulo é encontrado em alguns produtos e não representa uma atitude de grande parte das empresas que utilizam esses selos.

## **5. Pecado da Irrelevância**

Este pecado ocorre quando uma declaração ambiental, mesmo verdadeira e ambientalmente correta do produto, diz respeito, na verdade, a obrigações dos fabricantes.

O principal exemplo são as embalagens de aerossóis que apresentavam a seguinte frase: “Produto isento de CFC”. Sabe-se que o CFC foi banido das embalagens por legislação há décadas. Logo, o fabricante está tão somente cumprindo um dever legal.

## 6. Pecado do Menos Pior

Este pecado ocorre dentro de categorias de produtos que possuem um grande impacto ao ambiente e à saúde das pessoas. Apesar de esses produtos remeterem a declarações verdadeiras, esse tipo de declaração pode distrair os consumidores sobre os eventuais malefícios dos produtos.

Um bom exemplo são os pesticidas que se dizem amigo do meio ambiente.

## 7. Pecado da Mentira

Ocorre quando uma organização faz declarações sobre certificações de terceira parte falsas ou utiliza, de maneira indevida, certificações cujo registro se encontra fora da validade.

## A IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO PARA OS CONSUMIDORES

A proporção de apelos ambientais que apresentam pelo menos um dos pecados da Rotulagem Ambiental vem diminuindo ao longo dos anos. Em 2010, nove em cada dez apelos na categoria de produtos de limpeza e higiene pessoal incorriam algum dos pecados, enquanto que em 2014, essa proporção diminuiu para cerca de seis em cada dez produtos (MARKET ANALYSIS, 2014).

A certificação é um processo conduzido por uma entidade de terceira parte, independente e imparcial, que avalia se determinados produtos ou serviços estão em conformidade com determinadas Normas Técnicas. Essa avaliação se baseia em auditorias, coleta de amostras e ensaios laboratoriais periódicos (ABNT, 2017).

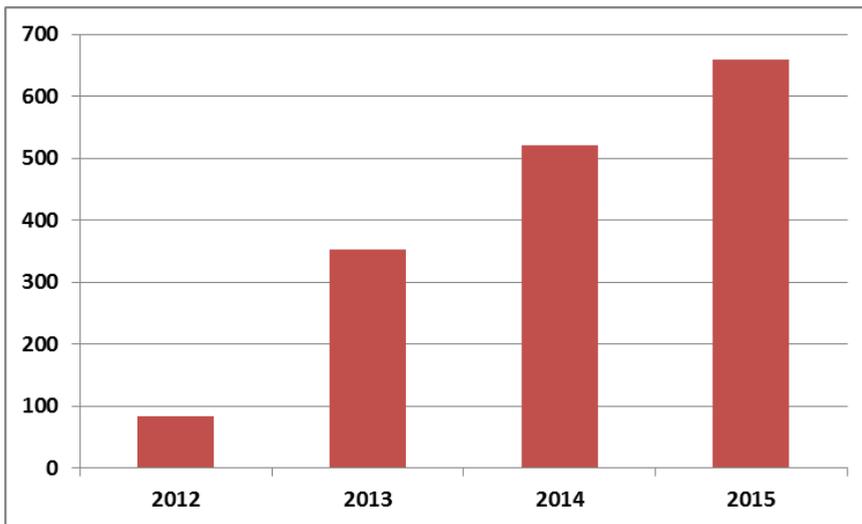
Ao se buscar por uma certificação, a organização deve procurar por organismos de certificação competentes, reconhecidos e acreditados pelo Inmetro. Ao acreditar um organismo de certificação, o Inmetro reconhece a competência da entidade para avaliar um objeto, com base em regras preestabelecidas, na maior parte das vezes, pelo próprio Inmetro (INMETRO, 2017).

Ao contrário de uma autodeclaração, a qual pode ser emitida pelo próprio fabricante interessado em declarar informações benéficas de seus produtos, a certificação garante para o consumidor que determinado produto ou serviço estão continuamente atendendo às Normas Técnicas e foram avaliados de modo imparcial.

Frente a essa realidade, tanto as organizações quanto os consumidores passaram a notar o valor agregado ao buscar por certificações. Como forma de

exemplificar a busca por certificações de cunho ambiental, extraímos do site do Inmetro (Figura 1) a quantidade de certificados emitidos no Brasil para a certificação ABNT ISO 14001:2004 até o ano de 2015, já que em 2015 houve a publicação da nova revisão da Norma.

Figura 1- Certificados emitidos no Brasil para a Norma ABNT ISO 14001:2004 entre 2012 e 2015



Fonte: INMETRO, 2017.

## CONCLUSÃO

Com as informações levantadas, percebe-se que o comportamento dos consumidores e das organizações frente às certificações de cunho ambiental vêm se alterando ao longo dos anos.

Constatou-se que o processo de aquisição dos produtos não vem sendo mais definido pelo preço, já que 66% dos entrevistados mostraram-se dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis. Isto porque ao se considerar o custo de um produto, é preciso lembrar que aspectos sociais e ambientais também fazem parte da composição dos custos, sendo, entretanto, aspectos de difícil valoração.

É importante ressaltar que a maior demanda de produtos sustentáveis pelos consumidores influencia o mercado estimulando maior oferta de produtos com estas características.

Em paralelo, contatou-se que as informações de cunho ambiental em mais da metade dos produtos amostrados não são facilmente verificáveis, precisas ou verídicas, caracterizando o *greenwashing*.

Desta forma, a busca por produtos e serviços certificados vem aumentando ao longo dos anos, já que esses são verificados por uma entidade de terceira parte independente e imparcial, a qual tem competência.

## REFERÊNCIAS

ANGELOCCI, M. A.; RECKZIEGEL, V.; JAOUDE, F. G.; PIVA, R. S.; FUSTAINO, J. Análise do comportamento do consumidor: a escolha do produto verde. *In: Conferência Internacional em Gestão de Negócios*, 1.,2015, Cascavel. **Resumos...**Cascavel: UNIOESTE, 2015 Disponível em: [http://cacc.php.unioeste.br/eventos/cingen/artigos\\_site/convertido/2\\_Sustentabilidade/Analise\\_do\\_comportamento\\_do\\_consumidor\\_a\\_escolha\\_do\\_produto\\_verde](http://cacc.php.unioeste.br/eventos/cingen/artigos_site/convertido/2_Sustentabilidade/Analise_do_comportamento_do_consumidor_a_escolha_do_produto_verde). Acesso em: 24 jul. 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14020:2002**: Rótulos e declarações ambientais, princípios gerais. Rio de Janeiro, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14021:2013**: Rótulos e declarações ambientais - Autodeclarações ambientais (Rotulagem do tipo II). Rio de Janeiro, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14024:2004**: Rótulos e declarações ambientais - Rotulagem ambiental do tipo I - Princípios e procedimentos. Rio de Janeiro, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 14025:2015**: Rótulos e declarações ambientais - Declarações ambientais de Tipo III - Princípios e procedimentos. Rio de Janeiro, 2015.

GOERG, P.; FERMINIANO, B. H.; CANHADA, D. I. D.; AFONSO, M. H. F. Greenwashing no Brasil: um Estudo sobre os Apelos Ambientais nos Rótulos dos Produtos. *In: Encontro Nacional de Estudos do Consumo*,7.,2014,

Rio de Janeiro. **Artigos do ENEC...**Rio de Janeiro: PUC, 2014 Disponível em: [http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GT-01-Goerg\\_Fermiano\\_Canhada\\_Afonso-Greenwashing\\_no\\_Brasil.pdf](http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GT-01-Goerg_Fermiano_Canhada_Afonso-Greenwashing_no_Brasil.pdf). Acesso em: 24 jul. 2017.

INMETRO. **Histórico dos certificados emitidos por mês e ano.** Disponível em: <http://certifiq.inmetro.gov.br/Consulta/ConsultaCertificacoesEmitidasMesAno>. Acesso em: 26 jul. 2017.

MARKET ANALYSIS. **Estudo de Greenwashing 2014.** Disponível em: [http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Greenwashing\\_2014\\_MarketAnalysis.pdf](http://marketanalysis.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Greenwashing_2014_MarketAnalysis.pdf). Acesso em: 27 jul. 2017.

NIELSEN. *The sustainability imperative- New insights on consumer expectations.* Disponível em: <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/dk/docs/global-sustainability-report-oct-2015.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2017.

TERRACHOICE. **Greenwashing Report 2010.** Disponível em: <http://sinsof-greenwashing.com/findings/greenwashing-report-2010/index.html>. Acesso em: 27 jul. 2017.

## BIOGRAFIA DO AUTOR

**Vinicius Gomes Ribeiro** é Engenheiro Químico graduado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), é analista técnico de certificação na Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e um dos diretores do *Global Ecolabelling Network* (GEN). Especialista em processos de certificação de Rotulagem Ambiental Tipo I, dedica-se ao gerenciamento de processos de certificação e a elaboração de critérios de sustentabilidade para procedimentos de certificação da ABNT.

E-mail: [vinicius.ribeiro@abnt.org.br](mailto:vinicius.ribeiro@abnt.org.br)