

SELO AMBIENTAL: INSTRUMENTO DE DIFERENCIAÇÃO NA FLORICULTURA

Girlaine Souza da Silva ALENCAR (1); Francisco Hugo Hermógenes de ALENCAR (2)

(1) IFCE *Campus* Juazeiro do Norte, Av. Plácido Aderaldo Castelo, 1646 – Planalto – Juazeiro do Norte – CE 63040-540 e-mail: girlaine@ifce.edu.br

(2) IFCE *Campus* Juazeiro do Norte, Av. Plácido Aderaldo Castelo, 1646 – Planalto – Juazeiro do Norte – CE 63040-540 e-mail: franciscohugo@ifce.edu.br

RESUMO

O uso intensivo de agrotóxicos e fertilizantes e o uso irracional dos recursos naturais na floricultura causaram uma série de consequências ambientais e sociais. Estes fatos levaram os consumidores a exigirem produtos gerados dentro de critérios sustentáveis. Desta forma, aumentou a demanda por produtos com rótulos ambientais e obrigou muitos produtores a se adequarem a padrões de produção sustentáveis e diminuir as vulnerabilidades socioambientais. Este artigo mostra que a busca destas adequações pelos produtores de flores e plantas ornamentais, diferencia e agrega valor aos produtos, levando-os a tornarem-se mais competitivos, diminuem os custos de produção e racionaliza o uso dos recursos naturais.

Palavras-chaves: Produção sustentável. Qualidade. Rótulos.

1. INTRODUÇÃO

Em meados da década de 1960 a “Revolução Verde”, implantada na América Latina, defendeu a idéia de se adaptar plantas de clima temperado a regiões de clima tropical e subtropical, por meio de controle e modificação biológica, determinando rendimento, estrutura física e períodos de maturação, baseados na forte aplicação de insumos industrializados, irrigação e mecanização agrícola. Porém, Sarandon (2002), ressalta que este aumento da produtividade se deu pelo emprego de várias técnicas “modernas” de manejo, dentre elas o uso intensivo de pesticidas e fertilizantes.

Este processo teve como reflexo a desigualdade social e o aparecimento de problemas irreversíveis no tocante econômica e ecológica da produção agrícola trazendo conseqüências sociais e impactos ambientais altamente negativos, pondo em perigo a sustentabilidade dos ecossistemas.

Entretanto este paradigma está sendo quebrado, devido a reestruturação dos processos produtivos. Para Sachs (2002, p.55) isto só foi possível porque o desenvolvimento passou de uma perspectiva estritamente econômica, para uma perspectiva mais epistemológica baseada no aproveitamento racional e ecologicamente sustentável dos recursos naturais.

Neste novo contexto, a rotulagem ambiental de produtos surge como um instrumento de valorização e diferenciação no mercado e tornou-se um desafio para os produtores, principalmente no setor agrícola, onde o uso intensivo dos recursos naturais, agrotóxicos e fertilizantes era aceitável.

Berle (1992) relata uma pesquisa feita em 1990, em que 39% dos entrevistados não se importariam de pagar um pouco mais por produtos que fossem comprovadamente favoráveis ao meio ambiente.

2. O AMBIENTALISMO NO MUNDO

Apesar dos movimentos ambientalistas terem surgido na Europa na década de 1960, até a década de 1970, a atividade econômica era vista pelos empresários como incompatível com as práticas de proteção ambiental (MOREIRA, 2001).

Ao final da década de 1980, o número de consumidores de produtos produzidos dentro dos critérios ambientais aumentou e as empresas passaram a ver a responsabilidade ambiental como necessidade de sobrevivência e ela se configurava como um novo e promissor mercado. Consolidando assim, o mercado dos consumidores verdes (MAIMON, 1996).

Em países europeus como Suíça, Alemanha e Inglaterra, os consumidores verdes representam 50% da população (ANDRADE, 2000). Callenbach et al (1993), afirma que 25% dos consumidores norte americanos já mudaram suas preferências em relação a compra de produtos, cujas empresas contribuem com a degradação ambiental. Estudos de mercado têm mostrado que os consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos que comprovadamente contribuem para a preservação do meio ambiente (DONAIRE, 1995).

Para assegurar que os produtos foram processados dentro de critérios sustentáveis, surgem os rótulos ambientais.

3. A ROTULAGEM AMBIENTAL

A rotulagem de produtos surgiu nos EUA em 1894, porém, restringia-se a atestar a veracidade das informações fornecidas pelos fabricantes. A partir de 1940 surge a rotulagem com a finalidade de informar o consumidor sobre uso e armazenamento de produtos, principalmente agrotóxicos e raticidas (GODOY; BIAZIN, 2001; CASTRO et al., 2004). Esta rotulagem tinha caráter compulsório e obedecia a uma legislação específica a respeito dos efeitos do produto sobre a saúde humana e o meio ambiente e informações sobre a indicação do conteúdo tóxico e recomendações sobre manuseio e armazenagem (GUERON, 2003).

3.1 ROTULAGEM AMBIENTAL

A rotulagem ambiental refere-se a programas que evidenciam um ou mais aspectos ambientais. Surgem em decorrência da divulgação dos problemas ambientais no mundo e do avanço de movimentos ambientalistas, especialmente quando aliou-se práticas ecologicamente corretas à vantagens competitivas.

Os produtos que atendem às normas dos programas de rotulagem ambiental recebem um rótulo denominado selo verde (CORRÊA *apud* GODOY; BIAZIN, 2000), selo ambiental (DONAIRE, 1995) ou rótulo ecológico (VALLE, 1995).

O primeiro programa de rotulagem ambiental surge em 1978 na Alemanha, o *Blue Angel* (Anjo Azul) destinado a rotular produtos considerados ecologicamente corretos.

No âmbito internacional, a rotulagem ambiental passou a ser discutida na *International Organization for Standardization* – ISO (Organização Internacional para Padronização) a partir de 1994. A ISO 14020 classifica os rótulos em três tipos básicos:

- Tipo I – Programas de certificação ambiental cedido por organismo independente dos fabricantes (ou por terceiros). São voluntários, têm critérios bem definidos, são multicriteriosos e geralmente tornam-se instrumentos de marketing das empresas.
- Tipo II – São rotulagens feitas pelos fabricantes e produtores, também chamadas autodeclarações ambientais. Muitos autores afirmam que este é um dos rótulos que mais geram polêmica no mercado, pois deixa dúvidas quanto a credibilidade das informações fornecidas.
- Tipo III – São rótulos de informação quantificada do produto. Baseia-se em verificação independente e utiliza índices prefixados (CASTRO; CASTILHO; MIRANDA, 2004; GODOY e BIAZIN, 2000).

4. A ROTULAGEM AMBIENTAL NA FLORICULTURA

A floricultura é um setor que necessita de grandes quantidades de água e gera muitos resíduos (plástico, papel, madeira, restos de culturas, dentre outros), além de usar quantidades significativas de fertilizantes e agrotóxicos e por isso carece de estratégias para o uso racional dos recursos naturais (MÁRQUEZ, 1997).

Várias mudanças começaram a ocorrer neste setor, quando grupos de ambientalistas, organizações de direitos humanos e ONG's começaram a denunciar os problemas ambientais encontrados nas plantações. Principalmente relacionados ao uso excessivo da água e a utilização de agrotóxicos.

A Colômbia, o maior produtor de flores da América Latina, até 1995 usava nas suas plantações o Captan (substância proibida em outros países), utilizava o dobro de agrotóxicos utilizado pela Holanda e consumia 150.000 litros de água por semana para produzir 1 hectare de *Chrysanthemums*.

No Equador, metade das mulheres que trabalhavam no cultivo de flores, apresentava sintomas de envenenamento (GROTE, 1999). E muitas apresentavam problemas quando engravidavam devido ao trabalho com agrotóxicos (LUCAS, 2004).

A divulgação destes problemas elevou a consciência dos consumidores em relação aos problemas ambientais e sociais na produção de flores, o que conduziu a uma perda significativa no prestígio destes produtos. E muitos consumidores passaram a exigir rótulos ambientais para se certificarem que os produtos estavam sendo processados dentro dos critérios da sustentabilidade.

Para mudar a imagem negativa do setor, e adequar-se às novas exigências do mercado, vários países produtores de flores criaram programas de certificação nesta área.

Em 1993 a Holanda cria o *Milieu Programma Sierteelt* – MPS (Programa Ambiental da Floricultura), visando mudar a imagem do setor e reduzir os impactos ambientais. É um dos programas mais adiantados e de maior credibilidade do setor. Analisa o uso de agrotóxicos, práticas de reciclagem, uso de água e energia e condições de trabalho.

Em 1994 produtores do Kenya elaboraram juntamente com os ministérios da agricultura e trabalho, o *Conselho Da FLor do Kenya* - KFC, visando o controle do uso de agrotóxicos, boas práticas trabalhistas e ambientais.

Os importadores alemães juntamente com a associação de produtores de flores e exportadores do Equador (EXPOFLORES), criaram em 1998 o *Flower Label Program* – FLP (Programa de Certificação da

Floricultura), que se baseia em organizações e convenções internacionais para qualificar o manejo ambiental, social e trabalhista no setor.

Em 1998 a União Internacional dos Trabalhadores do Alimento (IUF) e ONG's da Alemanha, Holanda e Suíça, propuseram o Código Internacional de Conduta – ICC, este código visa o respeito aos direitos trabalhistas, proteção ambiental e uso limitado de agrotóxicos. Porém esta certificação não valoriza os produtos certificados, ela objetiva atrair consumidores socialmente conscientes dos países importadores.

A Colômbia tem o programa *Florverde*, destinado a melhorar o meio ambiente e o contexto social.

Existe ainda o Programa de Certificação Agrícola – PCA, ligado à Rede de Agricultura Sustentável, que utiliza o Certificado e o Selo Socioambiental *Rainforest Alliance Certified*, que tem grande aceitação no mercado norte-americano. No Brasil, quem certifica é o Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola – IMAFLORA. Este Programa baseia-se nos três pilares do Desenvolvimento Sustentável: produção agrícola realizada de maneira ambientalmente adequada, socialmente justa e economicamente viável.

Em 2003 a *Euro Retailer Producer Group* – EUREP, cooperativa de varejistas europeus, desenvolveram juntamente com produtores e consumidores as *Good agricultural Practice* – GAP (Boas práticas Agrícolas) para floricultura, criando o *EUREPGAP Flowers and Ornamentals* para atender a nova demanda de consumidores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste contexto, a variável ecológica surge como instrumento de valorização dos produtos da floricultura e é imprescindível para a conquista de muitos mercados. A tendência mundial, é que cada vez mais consumidores passem a comprar menos produtos danosos ao Meio Ambiente. Assim, a rotulagem ambiental se configura como uma importante estratégia dos floricultores que visam à conquista do mercado internacional, tornando o *marketing* ambiental um parceiro importante no surgimento de novas oportunidades de comercialização, garantindo competitividade e a preservação da sua imagem e responsabilidade social, configurando o “mercado verde”. Porém a maior contribuição destes produtos é com o Meio Ambiente e com a saúde do trabalhador, pois de acordo com A Agência de Proteção Ambiental (EPA), dentre os piores problemas ambientais que o mundo enfrenta, está a aplicação de pesticidas e exposição ocupacional a produtos químicos.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. O.B.; TACHIZAWA, T. ; CARVALHO, A. B. de. **Gestão ambiental**. São Paulo: Makron Books, 2000.
- BERLE, G. **O empreendedor verde: oportunidade de negócios em que você pode salvar a terra e ainda ganhar dinheiro**. Trad. Gladys P. W. São Paulo.: Makron, McGraw-Hill, 1992
- CALLENBACH, E. et al. **Gerenciamento ecológico**. São Paulo: Cultrix, 1993.
- CASTRO, D.; CASTILHO, S.; MIRANDA, S. **A rotulagem ambiental no contexto de comércio internacional**. Disponível em www.cepea.esalq.usp.br acessado em 12/08/2004.
- DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.
- GODOY, A. M. G.; BIAZIN, C. C. **A rotulagem ambiental no comércio internacional**. In: 4º Encontro da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica, 2001, Belém. Anais do Quarto Encontro da Eco-Eco, 2000. v. 1. p. 1-20.
- _____. Reestruturação produtiva e barreiras: a rotulagem ambiental. **Economia em revista**, Maringá, v. 9, n. 1-2, p. 63-76, 2001.
- GROTE, U. **Sustainable development in the flower sector with eco-labels?** Berlin, 1999.
- MAIMON, D. **Passaporte verde**. Rio de Janeiro Qualitymark, 1996.
- MÁRQUEZ, M. P. **Floricultura y Medio Ambiente**. Santa Fé de Bogotá: HortiTécnica. 1977.

_____. **Trends and characteristics of the US floral market.** In: FRUTAL, 2004, Fortaleza.

MOREIRA, M. S. **Estratégia e implantação do sistema de gestão ambiental (Modelo ISO 14000).** Belo Horizonte: Desenvolvimento Gerencial, 2001.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável.** Rio de Janeiro. Garamond. 2002. 95 p.

SARANDÓN, S. J. Incorporando el enfoque agroecológico en la instituciones de educación agrícola superior: la formación de profesionales para una agricultura sustentable. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.3, n.2, abr/jun. 2002.

VALLE, C. E. do. **Como se preparar as normas Iso 14000.** São Paulo: Pioneira, 1995.