

SÉRIE ISO 14.000: UM OLHAR SOBRE A IMPORTÂNCIA DA ROTULAGEM AMBIENTAL

Rosana Rocha SIQUEIRA (1)

(1) IFS-Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe - Campus Lagarto. Av. Gentil Tavares da Mota, 1166, 49055-260, Aracaju /SE- E-mail hosanalilas393@yahoo.com.br

RESUMO

Este trabalho apresenta aspectos da certificação ISO 14000 e destaca a importância do consumidor reconhecer nas embalagens as diferenças entre *marketing* verde e rotulagem ambiental. Trata-se de uma pesquisa exploratória com enfoque bibliográfico baseada em referenciais teóricos de livros, revistas e internet, onde a discussão é dirigida para a ISO 14020, uma vez que a rotulagem ambiental pode ser analisada sob diversos enfoques, principalmente se considerarmos a possibilidade das estratégias de *marketing* utilizarem-se de abordagens ambientalistas em rótulos e serviços, podendo influenciar e confundir o consumidor. A rotulagem ambiental consiste na concepção de selo ou rótulo para produtos e serviços com vistas a informar o consumidor sobre os aspectos ambientais inerentes aos produtos ou seus processos. De acordo observou-se que os excessos publicitários do chamado “*marketing* verde” misturam informações e simbologias salientando vantagens relativas aos processos de produção não certificadas pelos selos, a exemplo dos orgânicos, cuja legislação vigente oferece uma série de medidas a serem cumpridas com vista à certificação.

PALAVRAS-CHAVE: ISO 14000, rotulagem, *marketing*.

1 INTRODUÇÃO

O ato de consumir não é uma ação isolada, o consumo de bens e serviços está interligado a diversos aspectos sociais e antropológicos, além de instrumentos de controle econômico. Neste sentido o consumo sustentável não está ligado apenas às escolhas de compra, mas principalmente com a cultura e os estilos de vida, o que na maioria das vezes não é tão perceptível ao cidadão/consumidor. Segundo Capra (2002, p.167) “o capitalismo global em sua forma atual é insustentável e teria portanto que ser reestruturado em suas bases”, o que indica a necessidade do uso racional dos recursos e da conscientização do consumidor quanto aos seus hábitos, ampliando o entendimento a cerca das ações de consumo sustentável.

Neste sentido, Portilho (2003, p.65) comenta sobre “a armadilha do consumo verde”, sobre a necessidade de um verdadeiro comprometido de todas as esferas da sociedade em prol da sustentabilidade, ao invés da criação de novos mercados repletos de produtos ditos “ecologicamente corretos”, onde a problemática ambiental encerra-se como um dever mitigador já cumprido, que não transcende as esferas sociais e econômicas.

A discussão deste artigo é dirigida ao enfoque da ISO 14020, uma vez a rotulagem ambiental pode ser analisada sob diversos pontos de vista, principalmente se considerarmos a possibilidade das estratégias de *marketing* fazerem uso de abordagens ambientalistas em rótulos e serviços, podendo confundir o consumidor. A rotulagem ambiental consiste na concepção de selo ou rótulo para produtos e serviços com vistas a informar o consumidor sobre os aspectos ambientais sobre seus produtos e processos.

Diante das novas demandas da industrialização e globalização, surgiu a necessidade de organizar determinadas atividades empresariais de acordo com sistemas mais avançados de qualidade e gestão, que pudessem oferecer às pessoas, ao meio ambiente e à sociedade de forma geral maior “segurança” quanto aos processos e produtos. Diversos autores consideram a globalização (em todas as suas interações) e a

disseminação das informações através da internet, como os maiores fomentadores da valorização das certificações na sociedade, uma vez que as empresas são pressionadas por um ambiente cada vez mais competitivo e consumidores mais exigentes. Destaca-se inclusive que a certificação ISO não deve representar apenas uma colocação estratégica frente à concorrência, ou uma margem positiva quanto à sobrevivência das organizações, deve-se considerar que a qualidade e a conformidade são essenciais e não acessórias, e devem ser prioridade por parte dos gestores, que geralmente defendem-se com base na impossibilidade de destinar investimentos neste sentido. Mas o que pode observado é que alguns empresários encontram-se ainda em uma espécie de falsa zona de conforto, onde a visão reducionista de curto prazo os fazem pensar que sempre haverá espaço para todos no mercado.

1.1 Origem das Normas ISO

Em 1946 representantes de 25 países reuniram-se em Londres, com vistas à criação de uma organização que pudesse facilitar e unificar padrões industriais. Assim foi criada em 1947 a ISO (*Internacional Organization for Standardization*) a maior editora internacional de normalização, uma rede de organizações composta por mais de 159 países com sede em Genebra, na Suíça.

Neste sentido, a sigla ISO deriva do grego *isos* que significa “igual” e permanece semelhante independente dos idiomas dos países. Esta organização permite que seja atingido um “consenso” que visa atender às novas demandas e necessidades da sociedade, uma vez que busca responder aos anseios de diversos setores, cujas atividades precisam de termos claros para serem desenvolvidas.

Segundo informações obtidas no site (www.iso.org) “A grande maioria das normas ISO (9001-qualidade/ 14001-meio ambiente) são sistemas de gestão genéricos de normas”. Isto é, um mesmo padrão pode ser aplicado em diversas organizações, independente do porte ou setor de atividade, desde que sejam seguidos requisitos para sua implementação. Deve-se destacar inclusive o caráter educativo da normalização uma vez que as normas podem ser consideradas:

Veículo para partilha de conhecimento, tecnologia e boas práticas: um componente essencial de todo o mundo industrial e pós-industrial, da infra-estrutura de apoio às atividades econômicas, das necessidades da sociedade, mais equitativa de oportunidades – em outras palavras, o desenvolvimento sustentável. (www.iso.com).

Para que uma norma tenha seu valor reconhecido e seja colocada em prática é preciso que o poder público juntamente com diversos órgãos não governamentais colaborem com uma série de medidas que venham informar o público sobre os benefícios da certificação, exigindo até seu cumprimento por meio de ações coercitivas. Com isto busca-se fomentar o aumento da qualidade e a melhoria dos processos, uma vez que a certificação requer investimentos financeiros, humanos e administrativos contínuos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No Brasil a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) é a representante da ISO, atuando como organismo de certificação credenciado, contando com diversos comitês temáticos ligados a diferentes áreas, respaldado também pelo INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia).

Dentre os vários benefícios da certificação pode-se citar o aumento da credibilidade e competitividade junto ao consumidor; redução de inadequações, impactos ambientais e possíveis ônus advindos de ações judiciais; colaboração com a rede tecnológica, com troca de saberes; possibilidade de penetração no mercado internacional com adequação às exigências alfandegárias.

Quanto à preocupação ambiental, a princípio as normas limitavam-se a precaução contra os acidentes, a poluição e seu ônus, onde conferências a exemplo de Estocolmo (1972) ampliaram as discussões sobre a problemática do desenvolvimento e seus impactos ao meio ambiente. Os diversos acidentes, a exemplo do navio Exxon Valdez que em 1989 derramou 41 milhões de litros de petróleo na costa do Alasca, incentivaram a opinião pública e diversas organizações rumo à criação de sistemas de gestão ambiental nas empresas.

Em uma releitura dos conceitos apresentados por Barreto (2001, p.03), podemos destacar três abordagens referentes às normas:

- Controle da poluição e cumprimento de normas legais sem alterações de processos e produtos;
- Prevenção da poluição e preocupação quanto aos processos de produção e produtos;
- Caráter estratégico por parte das empresas quanto à preocupação ambiental, utilizando-se de ações de “marketing verde” com vistas a destacar os benefícios da certificação frente à concorrência;

Neste sentido desenvolver com sustentabilidade passou a ser considerado um desafio, servindo de pauta da ISO onde as ações de enfoque ambiental resultaram na conhecida série de Normas ISO 14000.

A série ISO/14000 é um grupo de normas que oferece subsídios para a fixação de padrões para SGA (sistema de gestão ambiental). Seu principal objetivo é harmonizar as normas nacionais e as regionais [...] transformando-as numa linguagem internacional. (BALLESTERO, 2001, p.269).

As normas ISO/14000 são distintas em dois grandes grupos de padronização: organização e produto, dispostas em nove áreas desmembradas em subcomitês. Segundo, Ballestero (2001) o SGA (sistema de gestão ambiental) é “um conjunto formado pela estrutura organizacional, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos necessários para implementar e manter o gerenciamento ambiental por parte da empresa. Em contraponto Kohlrausch esclarece que:

O mercado verde torna-se cada vez mais solidificado devido a crescente busca por produtos que não agredam o meio ambiente. Porém, surge em paralelo a esse crescimento, muitas atribuições ecológicas que são duvidosas e enganosa s, acabando por mascarar a verdade sobre o produto e a confundir o consumidor. Verifica-se então, um considerável aumento de produtos portando em suas embalagens alegações como “Biodegradável”, “Ecologicamente Correto”, entre outras, sem aparente verificação e validação quanto aos critérios que normatizam tais atributos. (KOHLRAUSCH In. NASCIMENTO, 2002).

Desta forma é válido saber que os responsáveis pelas informações podem ser classificados como de primeira parte (fornecedor), de segunda parte (comprador) e de terceira parte (entidade independente). De acordo pode-se estabelecer classificação para os diversos níveis, segundo o Programa Nacional de Rotulagem:

Tipo I - Programas de terceira parte, com licenças para uso de rótulos ambientais – selos verdes;

Tipo II – Auto-declarações ambientais informativas;

Tipo III - Avaliação do ACV (avaliação do ciclo de vida), programas voluntários de dados ambientais com categorias estabelecidas;

Tipo IV – Rótulos ambientais monocriteriosos referentes a apenas um aspecto ambiental sem base no ciclo de vida;

A avaliação e análise do ciclo de vida (ACV) é de grande importância, uma vez que considera: a entrada e saída de matérias primas no processo de fabricação, suas transformações ao longo destes processos, as embalagens, o transporte e distribuição, a disposição e recuperação de resíduos secundários entre outros fatores. A partir desta premissa podemos observar a relação de normas logo a seguir:

Tabela 01 - Normas da Série 14000

| | |
|--|--|
| ISO 14000 | Sistemas de Gestão Ambiental - Diretrizes gerais, princípios, sistemas, técnicas de suporte. |
| ISO 14001 | Sistemas de Gestão Ambiental - Especificação com guia para utilização |
| ISO 14010 | Diretrizes para auditoria ambiental - Princípios gerais de auditoria ambiental |
| ISO 14011 | Diretrizes para auditoria ambiental - Procedimentos de auditoria ambiental |
| ISO 14012 | Critérios para qualificação de auditores |
| ISO 14014 | Qualificação de auditores ambientais |
| ISO 14015 | Avaliações ambientais de localidades e organizações |
| ISO 14020 | Concessão de selos verdes, princípios par a rótulos e declarações |
| ISO 14021 | Rotulagem ambiental - Auto-declarações do Tipo II |
| ISO 14024 | Rotulagem ambiental - Auto-declarações do tipo I |
| ISO 14025 | Avaliação do ciclo de vida ACV (avaliação do ciclo de vida – Tipo III – selo verde |
| ISO 14031 | Diretrizes para avaliação da performance ambiental |
| ISO 14032 | Exemplos de indicadores ambientais |
| ISO 14040 | Diretrizes da análise do ACV |
| ISO 14041 | Escopo e análise do inventário de ACV |
| ISO 14042 | Avaliação do Impacto – ACV |
| ISO 14043 | Interpretação do ACV |
| ISO 14047 | Exemplos de aplicação |
| ISO 14048 | Formato para relatórios – Apresentação de dados |
| ISO 14049 | Exemplos para aplicação da ISO 14041 |
| ISO 14050 | Terminologias sobre as normas da série 14000 |
| ISO 14060 | Guia para elaboração de normas ISO- Integração projeto/produto 14000 |
| ISO 14063 | Comunicação ambiental |
| ISO/TC 207/WG5 | Medição, comunicação, e verificação de gases do efeito estufa |
| ISO/TC 14064 parte 1 ISO/TC 14064 parte 2 ISO/TC 14064 parte 3 | Monitoramento de gases do efeito estufa |
| ISO/TC 207/WG 6 | Creditação |
| ISO 14065 | Validação e verificação para creditação |

Fonte: Baseado em Ballester, (2001) e Wikipédia acesso 15.03.10

Neste sentido podemos compreender que a rotulagem ambiental é uma forte aliada dos programas de

educação ambiental e educação para o consumo sustentável, levando-se em consideração que o consumidor com base em informações poderá escolher produtos e serviços com benefícios sócio-ambientais. Logo a baixo pode-se observar uma listagem obtida no site do INMETRO, da qual percebe-se que nem todas as unidades federativas possuem certificados válidos.

Tabela 02 – Certificações válidas por Estados da Federação

| Estados da Federação | Número SBAC | Fora do SBAC | Total |
|----------------------|-------------|--------------|-------|
| Alagoas | 2 | 0 | 0 |
| Amazonas | 10 | 2 | 12 |
| Bahia | 22 | 0 | 22 |
| Ceará | 1 | 0 | 1 |
| Distrito Federal | 1 | 0 | 1 |
| Espírito Santo | 2 | 0 | 2 |
| Goiás | 8 | 0 | 8 |
| Mato Grosso | 2 | 0 | 2 |
| Mato Grosso do Sul | 1 | 0 | 1 |
| Minas Gerais | 24 | 2 | 26 |
| Pará | 2 | 0 | 2 |
| Paraíba | 1 | 0 | 1 |
| Paraná | 43 | 3 | 46 |
| Pernambuco | 3 | 0 | 3 |
| Piauí | 1 | 0 | 1 |
| Rio de Janeiro | 16 | 5 | 21 |
| Rio Grande do Norte | 2 | 0 | 2 |
| Rio Grande do Sul | 15 | 0 | 15 |
| Santa Catarina | 21 | 2 | 23 |
| São Paulo | 196 | 16 | 212 |
| Tocantins | 1 | 0 | 1 |

Fonte: www.inmetro.gov.br/gestao9000/Rel_Cert_Validos_Loc_Geografica.asp?Chamador=INMETROCB25&tipo=INMETROEXT

De acordo com a tabela pode observar que o SBAC (Sistema Brasileiro de Avaliação para a Conformidade), buscar transparência em seus propósitos respaldados pela Portaria nº 361 de 21 de Setembro de 2007, que autoriza os órgãos competentes, a exemplo do INMETRO, a implementar diversas ações como creditação de laboratórios, uso de selos de conformidade, verificação de normas e adequações para produtos importados, etapas do processo de certificação e avaliação para a conformidade entre outras medidas.

Pode-se observar na tabela (2) que os estados alguns Estados da região sul e sudeste se destacam em número de certificações, mesmo que estes números representem uma pequena parte do total de empresas instaladas nestas regiões. Destaca inclusive a ausência de outros Estados que nem mesmo aparecem na listagem. Desta forma o consumidor deve estar atento as ações realmente validadas no âmbito da certificação ISO 14.020, para que possíveis propagandas enganosas não venham a influenciar no ato de suas compras. Logo a seguir pode-se observar vários exemplos de embalagens com indicações de rotulagem ambiental especificando tipos de materiais, seguida por abordagens de *marketing* de uma famosa marca de cosméticos. Realmente torna-se difícil ao consumidor diferenciar o que é propaganda ou rotulagem ambiental.



Figuras 1, 2 e 3 - Rotulagem auxilia na identificação dos materiais para reciclagem/ Fonte: Rosana/2010.

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória com enfoque bibliográfico baseada em referenciais teóricos de livros, revistas e internet, onde a discussão é dirigida para a ISO 14020, uma vez que a rotulagem ambiental pode ser analisada sob diversos enfoques. Utilizou-se também como exemplos diversas embalagens representativas sobre a temática abordada.

4 DISCUSSÃO

Pode-se observar nos diversos meios de comunicação o excessos onde o *marketing* considerado “verde” pode utilizar abordagens que de fato não configuram benefícios sócio-ambientais. Quanto a isto o Programa Nacional de Rotulagem Ambiental considera definições distintas entre o *marketing* tradicional e o *marketing* sustentável. Já para Kirkpatrick (1997, In. SCHUWERINER 2009, p.34), "a propaganda tem a capacidade de tornar o consumidor ciente de seus desejos e de sua vontade de consumir, estimulando a demanda por bens e serviços". Observa-se que para o autor as estratégias de *marketing* não seriam capazes de mudar gostos e criar necessidades.

Tabela 03 - Enfoques distintos de marketing

| Bases Filosóficas <i>marketing</i> | Tradicional | Sustentável |
|---------------------------------------|---------------------------------------|---|
| | Antropocêntrico | Biocêntrico |
| | Noção de sistema como depósito aberto | Ecossistema visto como limitação física |
| | Rede de canais imediatos | Eco custos devem ser pagos |
| | Pensamento fragmentado | Análise do ciclo de vida |
| | Orientação de curto prazo | Pensamento integrado |
| | Satisfação do consumidor | Orientação em longo prazo |
| | Alcance dos objetivos organizacionais | Alcance dos objetivos organizacionais |

Fonte: baseado no Programa Nacional de Rotulagem Ambiental

Entende-se que a própria aplicação da rotulagem ambiental pode ser fomentadora das escolhas de compra do produto influenciando de forma positiva o consumidor.

A rotulagem e declarações ambientais fornecem informações sobre um produto ou serviço em termos do seu caráter ambiental global, um aspecto ambiental específico ou qualquer um desses aspectos. Compradores e potenciais compradores podem usar essa informação na escolha de produtos ou serviços que desejem, baseados em considerações ambientais, assim como em outros. O fornecedor do produto ou serviço espera que o rótulo ou declaração ambiental seja efetivo para influenciar a decisão de compra em favor do seu produto ou serviço. Se o rótulo ou declaração ambiental tiver este efeito, a participação no mercado do produto ou serviço pode aumentar e outros fornecedores podem responder melhorando os aspectos ambientais dos seus produtos ou serviços para habilitá-los a usar os rótulos ambientais ou as declarações ambientais, resultando em redução dos efeitos ambientais negativos provocados por essa categoria de produtos ou serviços. (PROGRAMA NACIONAL DE ROTULAGEM AMBIENTAL).

Logo a seguir serão apresentados diversos exemplos de embalagens que podem ser analisados sob as perspectivas da rotulagem ambiental ou do excesso de informações publicitárias, fomentando o debate sobre os possíveis efeitos no mercado consumidor:



Figuras 4 e 5 –Informações ambientais misturam-se com as abordagens publicitárias podendo confundir o consumidor/ Fonte: Rosana/ 2010.



Figuras 6,7 e 8-Indicações de como a rotulagem ambiental pode auxiliar no processo de separação de materiais para a reciclagem /Fonte: Rosana/ 2010.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas informações apresentadas observa-se que as Normas ISO 14000 são instrumentos de gestão importantes para que o desenvolvimento das organizações possa pautar-se no respeito sócio-ambiental. A Norma 14020 em especial representa avanços, uma vez que oferece uma série de informações ao consumidor e auxilia os trabalhos de catadores, cooperativas e indústrias recicladoras no que se refere à separação dos resíduos, além do repasse de conhecimentos e atualização quanto a novos materiais.

Em contraponto salientam-se os excessos publicitários do chamado “marketing verde” cuja mistura de informações necessárias e promocionais podem confundir o consumidor, ou mesmo salientar vantagens relativas aos processos de produção não certificadas.

Em considerações finais, indica-se aos gestores mais atenção aos aspectos sócio ambientais apresentados pelas Normas 14000, mesmo que suas organizações não possuam a referida certificação, iniciando processos de produção mais limpa, reciclagem dos resíduos e outras medidas que futuramente poderão auxiliar a certificação. Aos consumidores sugere-se a busca por informações referentes às empresas e o ciclo de vida dos produtos que consomem, destacando-se o caráter verdadeiro das fontes pesquisadas, desta forma poderão realizar escolhas de compra mais conscientes.

REFERÊNCIAS

BALLESTERO, Maria Esmeralda. **Administração da Qualidade e da Produtividade**: abordagens do processo administrativo. São Paulo: Atlas, 2001.357 p.

BARRETO, Ângela et al. **Ciclo de vida dos produtos**: certificação e rotulagem ambiental. XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Foz do Iguaçu, Paraná. 2007. Disponível em < www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGE2007TR650479.pdf.> Acesso 15.03.10.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Rotulagem Ambiental**: documento base para o programa brasileiro de rotulagem ambiental. Brasília: MMA/SPDS, 2002. 209p.

CAPRA, Fritjof. **As Conexões Ocultas: ciência para uma vida sustentável**. São Paulo: Editora Cultrix, 2002, p.288.

CHEHEBE, JR. **Análise do ciclo de vida de produtos**. Ferramenta Gerencial da ISO 14000. Rio de Janeiro. Qualitymark, /CNI 1997.120p.

CEMPRE. Compromisso Empresarial para Reciclagem - Associação Brasileira de Embalagens - ABRE. **A rotulagem Ambiental Aplicada às embalagens**. 2008.20p.

NASCIMENTO, L. F. **Rotulagem Ambiental**. 2002. Disponível em: <http://www.disciplinas.adm.ufrgs.br/engambiental/download/Aula%206-%20selos.ppt>

PORTILHO, Fátima. **O discurso internacional sobre o consumo sustentável: possibilidades de ambientação e politização da esfera privada**. Tese (Doutorado) Universidade de Campinas, São Paulo, 2003.150p.

SCHUWERINER, M. E. **"Necejos" de consumo**. Cadernos de Estudos ESPM. Março de 2009, p.34.

<http://www.meioambienteindustrial.com.br/v3/news.aspx?idnews=79&tile=rotugem-ambiental-certifica-menor-impacto-e-conscientizar-consumidores>. Acesso 15.03.10.

http://www.inmetro.gov.br/gestao14000/Red_Cert_Validos_Loc_Geografia.asp?Chamador=INMETRO14&tipo=INMETROEXT. Acesso 17.03.10.

<http://www.qualidade.com.br/internos/inte4.php?item1=36&item2=58&item3=16&idIntD=15&item1=42&item2=67>. Acesso 20.03.10.

<http://acv.ibict.br/normas>. Acesso 15.03.10.