V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

MARCELO BENACCHIO

MARCOS LEITE GARCIA

GUSTAVO ARCE

Copyright © 2016 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:
Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D598
Direito e sustentabilidade I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UdelaR/Unisinos/URI/UFSM / Univali/UPF/FURG;

Coordenadores: Marcelo Benacchio, Marcos Leite Garcia, Gustavo Arce – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-232-3
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Instituciones y desarrollo en la hora actual de América Latina.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Interncionais. 2. Direito e sustentabilidade. I. Encontro Internacional do CONPEDI (5. : 2016 : Montevidéu, URU).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito
Florianópolis – Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

Universidad de la República
Montevideo – Uruguay
www.fder.edu.uy

V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

DIREITO E SUSTENTABILIDADE I

Apresentação

É com satisfação que apresentamos a coletânea de artigos debatidos no Grupo de Trabalho "Direito e Sustentabilidade I", por ocasião do V Congresso Internacional do CONPEDI, realizado na cidade de Montevidéu - Uruguai. Destacamos e elogiamos os esforços do CONPEDI em internacionalizar a pós-graduação stricto sensu em Direito brasileira. Ademais, certamente que é para nós motivo de orgulho poder colaborar em tão importante empreitada.

Os onze trabalhos apresentados no Grupo de Trabalho (GT) "Direito e Sustentabilidade I", com variados referenciais teóricos, foram, em nosso ver, o resultado de uma excelente seleção de artigos produzidos no âmbito dos Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu em Direito das diversas universidades envolvidas no referido Congresso Internacional.

O reconhecimento da qualidade desses textos que aqui divulgamos e entregamos à Comunidade Acadêmica não foi apenas dos próprios autores e assistentes ao GT, mas também e principalmente dos professores que compuseram a coordenação dos trabalhos e que assinam essa apresentação.

Tivemos o privilégio de testemunhar uma variedade de posicionamentos e controvérsias, mas dentro do quadro de respeito ao outro, uma vez todos tiveram uma postura gentil e digna que se espera de acadêmicos. O clima de cooperação, dignidade e respeito foi a marca do GT em questão. Assim, durante as discussões, críticas construtivas foram apresentadas e debatidas, o que somente vem sinalizar que os professores e alunos dos Programas envolvidos dignificam e ajudam na construção da qualidade científica da pós-graduação stricto sensu em Direito em nossas latitudes. E não temos dúvida de que o CONPEDI, aprendendo com erros e acertos de sua longa trajetória, tem atendido ao seu principal objetivo de desempenhar o papel fundamental de facilitador dos diversos diálogos de suma importância para a nossa atual sociedade.

Assim sendo, por último destacamos a atualidade e pertinência das pesquisas apresentadas, que perpassam por questões sociais, ambientais, consumeristas, de justiça ambiental e políticas públicas, entre outras, e que caracterizam-se em resumidas contas pela busca de uma sociedade mais justa, mais sustentável, e que seja pautada pela construção de um Direito

que realmente venha em um futuro breve diminuir os efeitos de nossas mazelas sociais e encontrar o caminho correto para solucionar as nossas urgentíssimas controvérsias ambientais.

Prof. Dr. Marcos Leite Garcia - Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI-SC- Brasil

Prof. Dr. Marcelo Benacchio - Universidade Nove de Julho - UNINOVE-SP- Brasil

Prof. Dr. Gustavo Arce - Universidad de la República - UDELAR - Uruguai

ROTULAGEM AMBIENTAL NO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

LABELING IN ENVIRONMENTAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Beatriz Rolim Cartaxo
Hertha Urquiza Baracho

Resumo

O presente artigo tem como objetivo central abordar sobre a rotulagem ambiental, tema de grande relevância, uma vez que visa certificar produtos adequados ao uso, apresentando menor impacto no meio ambiente em relação a outros produtos comparáveis disponíveis no mercado, além do fato de a sociedade cada vez mais estar consumindo produtos ambientalmente corretos e saudáveis. Vários países, como manifestação de consciência ambiental, veem adotando mecanismos voluntários de rotulagem de produtos que atendam à critérios de controle previamente estabelecidos.

Palavras-chave: Rotulagem ambiental, Educação ambiental

Abstract/Resumen/Résumé

This article was aimed at addressing on environmental labeling, highly relevant topic as this aims to make products suitable for use, with less impact on the environment compared to other comparable products on the market. Besides the fact that society increasingly be consuming environmentally friendly and healthy products. Several countries, as a manifestation of environmental awareness, see adopting voluntary mechanisms on product labeling that meet pre-established control criteria.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Environmental labeling, Environmental education

1 INTRODUÇÃO

Com a chegada da globalização, as fronteiras do comércio foram rompidas e o intenso escambo de mercadorias entre os países demonstrou a necessidade da adoção de selos regulamentadores de origem, para passar uma confiança na qualidade de produtos e serviços. Pode-se atribuir toda esta evolução ao avanço tecnológico, ao aumento da população mundial, ao crescimento econômico e ao desenvolvimento sustentável, que atualmente passou a ser uma das grandes preocupações, inerente à modernidade.

Veiga (2010, p. 17) refere que "é mais frequente tratar o desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico". Quando se trata de desenvolvimento, para este Autor, esta simples palavra apresenta duas ideias: uma, onde o desenvolvimento é medidoatravés da evolução de indicadores bem tradicionais, como o Produto Interno Bruto *per capita*; e a outra, é que o desenvolvimento não passa de uma ilusão, crença, mito ou manipulação ideológica. Entretanto, nos dias atuais, o desenvolvimento vem acontecendo de uma forma célere com a biotecnologia. Tais mutações oriundas do avanço tecnológico exercem influência direta na produção de alimentos por meio dos melhoramentos genético e animais.

Com a chegada do mecanismo de rotulagem ambiental, onde informações são disponíveis nos rótulos de embalagens, os consumidores passaram a optar por adquirir produtos de menor impacto ambiental em relação aos produtos concorrentes disponíveis no mercado.

Veiga (2010)deixa bem claro quando fala em sustentabilidade que, quando um grande número de países tiver indicadores confiáveis sobre um leque mais amplo de variáveis ecológicas, constatar-se-á que são tão diversos os estilos de crescimento e as circunstâncias em que ele ocorre, que deve ser rejeitada a ideia de tão linear relação entre qualidade ambiental e renda *per capita*.

Nos dias atuais, ser uma empresa ou um produto sustentável requer um gasto que termina sendo repassado ao consumidor. Desta forma, conhecida como uma forma de alertar aqueles que adquirem produtos saudáveis, a rotulagem ambiental é,ao mesmo tempo, um instrumento econômico e de comunicação, visto que busca difundir informações que alteram ou alertam positivamente padrões de produção de consumo, aumentando a consciência dos consumidores e produtores sobre a necessidade de usar recursos naturais de forma mais responsável.

Aquele mesmo Autor afirma ainda que a sustentabilidade ambiental é baseada no duplo imperativo ético de solidariedade sincrônica com a geração atual e de solidariedade

diacrônica com as gerações futuras. Ela compele a trabalhar com escalas múltiplas de tempo e espaço, o que desarruma a caixa de ferramentas do economista convencional e impele, ainda, a buscar soluções triplamente vencedoras (isto é, em termos sociais, econômicos e ecológicos), eliminando o crescimento selvagem obtido ao custo de elevadas externalidades negativas, tanto sociais quanto ambientais.

O mecanismo, do qual a rotulagem ambiental está fundada, pauta-se em duas diretrizes, onde a primeira fala que determinado bem pode ser produzido de forma variada e que estas formas diferem em termos de impacto ambiental e a segunda mostra que métodos de produção mais organizados são geralmente mais caros ou requerem a redução em atributos apreciados pelos consumidores.

Por isso, quando uma empresa pensa em ter este tipo de programa em sua empresa, instantaneamente ela calcula os altos custos, que serão repassado para os seus clientes, tornando viável e necessário um estudo de mercado, para que haja o apoio dos consumidores para o alto custo de produção e para que ela possa atingir os padrões ambientais. Contudo, com o aumento da oferta de produtos com melhores padrões ambientais, os custos e, consequentemente, os preços finais, tendem a cair. Em curto prazo, a rotulagem ambiental pode contribuir para a redução das vendas de produtos poluentes, em favor daqueles considerados menos prejudiciais ao ambiente.

Pode-se concluir, portanto, que o programa de rotulagem ambiental tem o intuito de auxiliar os consumidores a fazerem escolhas com melhores informações sobre o impacto ambiental dos produtos adquiridos, fazendo, assim, com que haja uma escolha consciente e um mercado sustentável.

Por fim, a rotulagem ambiental encontra-se em rápida evolução em todos os mercados e vem sendo implementada tanto nas economias desenvolvidas quanto nas economias emergentes e nos demais países em desenvolvimento.

2 ROTULAGEM AMBIENTAL

2.1 SURGIMENTO DA ROTULAGEM AMBIENTAL

Nas ultimas décadas, analisando o cenário mundial, observou-se o desenvolvimento de novas formas de comercialização, estimuladas pela eliminação de barreiras geográficas e maiores facilidade de comunicação, resultando na intensificação do contato entre países e na promoção de acordos comerciais, entre outros.

Com a globalização, o comércio passou por grandes mudanças, mesmo mantendo a hierarquia dos países ricos, que continuaram sendo a força causadora do equilíbrio entre os países ricos e os em desenvolvimento.

O programa de rotulagem ambiental nasceu nos EUA, em 1894, com o objetivo de checar a veracidade das informações contidas nos rótulos, mas foi a partir de 1940 que ele teve seu destaque com o surgimento do primeiro rótulo de caráter obrigatório, aplicado aos agrotóxicos e raticidas, onde neles eram encontradas informações sobre o manuseio, cuidados, recomendações e armazenamento do produto. Porém, foi nos anos 70 que surgiram os rótulos voluntários, onde as entidades ambientais ou o próprio produtor faziam questão de explicar seu produto. Para este tipo de comerciante era importante dizer ao consumidor que aquele produto tinha sido feito sem agrotóxico e que era totalmente natural e sustentável. Assim, os fabricantes de "produtos verdes"passaram a usar ações promocionais para informar suas práticas ambientalistas e conquistar consumidores "verdes", agora em número muito maior.

Em 1977, o Governo viu a necessidade de criar oficialmente um programa que falasse sobre a rotulagem ambiental, podendo-se citar como pioneira neste mercado a Alemanha. Como esta criação poderia auxiliar a produção de uma maneira mais limpa, surgiu o selo *Blau Angel*, conhecido como um selo governamental e de propriedade do Ministério de Meio Ambiente alemão, conservação da natureza e segurança nuclear. Depois surgiu o *Green Seal*, que veio dos EUA no ano de 1989, totalmente privado, e de organizações independentes, sem fins lucrativos, com fim de trazer uma educação ambiental para aquele país. O *Ecolabel* nasceu em 1992 pelo Parlamento Europeu e implementado pelo Conselho da União Europeia. E no Brasil, temos o SELO DE QUALIDADE AMBIENTAL ABNT, que é o selo representante da ISO no Brasil e que tem um programa que visa a suprir as necessidades na área de certificação e possui algumas famílias de produtos selecionadas, como: papel e celulose, couro e calçados, eletrodomésticos, aerossóis em CFC, baterias automotivas, detergentes biodegradáveis, lâmpadas, móveis de madeira, embalagens, cosméticos e produtos de higiene pessoal. O objetivo é certificar os produtos disponíveis no mercado, considerando seu ciclo de vida e dinamizar a criação de novos programas de certificação ambiental de produtos onde seja necessário.

A Conferência Rio – 92 chegou para mostra que os selos verdes podem ter grande influência sobre as condições de concorrência do mercado e os seus impactos dependem de fatores como: mecanismos para a seleção de produtos e definição de critérios, administração do programa de selos ambientais,custos envolvidos no cumprimento dos padrões, acesso aos

esquemas de teste e certificação para produtos importados, além da capacidade tecnológica para atingir padrões mais elevados, entre outros.

No final, busca-se o reconhecimento mútuo, a identificação e o acordo entre critérios principais comuns, o que torna o processo de certificação mais simples e barato entre os países, evitando barreiras na exportação. Ressalta-se, entretanto, que não existe um selo verde mundial, reconhecido em todos os países.

2.2 DEFINIÇÃO

Quando falamos em rotulagem ambiental, podemos dizer que ela consiste na atribuição de um selo ou rótulo a um produto ou serviço para informar a respeito dos seus aspectos ambientais. Porém, ela é uma parte integrante do processo pelo qual a proteção ao ambiente se converte em valor social. Nos países desenvolvidos, à medida que as empresas percebem as preocupações ambientais do consumidor, elas as transformam em vantagens comerciais para alguns produtos e serviços.

Portanto, os rótulos ambientais são efetivamente normas de produto e/ou processo de produção. São responsáveis pelo estabelecimento de padrões e procedimentos para a fabricação de produtos que pretendam obter certificação através do organismo responsável pela sua concessão (MAIMON, 1996).

Dentre os objetivos dos programas de rotulagem ambiental, pode-se citar (ANDRADE *et al*., 2002):

a) Aumento da conscientização ambiental dos consumidores;
b) Fornecimento de informações precisas aos consumidores, como meio de possibilitar-lhes um melhor julgamento das qualidades ambientais relativas aos produtos ofertados no mercado;
c) Melhoria na imagem e volume de vendas dos produtos rotulados;
d) Estímulo às empresas rumo ao desenvolvimento de novos produtos ou processos, com menor impacto sobre o meio ambiente, sendo direcionados a uma maior proteção ambiental; e
e) Influência na escolha do consumidor ou no comportamento do fabricante.

Com este surgimento de selos sustentáveis, houve uma resposta positiva por parte dos consumidores, mas claro que com esta nova implantação foi preciso que houvesse uma criação de normas e diretrizes para poder fazer com que existissem regras. Assim, o mercado cobrou a criação de entidades independentes para que analisasse e verificasse os atributos de

produtos, rótulos e declarações ambientais efetuados, face à exigência de reforçar a transparência, imparcialidade e a credibilidade da rotulagem ambiental.

Para Barbieri e Cajazeiras (2012, p. 65):

> A sustentabilidade social trata da consolidação de processos que promovem a equidade na distribuição dos bens e da renda para melhorar substancialmente os direitos e as condições de amplas massas da população e reduzir as distâncias entre os padrões de vida das pessoas.

De acordo com a *Internacional Organization ForStandardization*(ISO), a maioria dos rótulos e selos ambientais necessitaria de estabelecer padrões e regras para o seu uso adequado, desta forma, desenvolveram-se normas para a rotulagem ambiental. Assim foi criado uma classificação para os diversos tipos de rotulagem, como mostra Braga*et al.*, (2002):

TIPO I – Programas de terceira parte, fundamentados em múltiplos critérios voluntários, que atribuem uma licença para o uso de rótulos ambientais em produtos, indicando a preferência ambiental global do mesmo, dentre uma categoria de produtos, baseados em considerações de ciclo de vida. Refere-se aos clássicos selos verdes – *Ecolabels.*

TIPO II – Auto declarações ambientais afirmativas, que são declarações efetuadas pelos próprios fornecedores, normalmente os próprios fabricantes.

TIPO III – Programas voluntários que fornecem dados ambientais quantificados de um produto, sobre categorias preestabelecidas de parâmetros definidos por uma terceira parte qualificada, baseados numa avaliação de ciclo de vida e verificados por essa ou outra terceira parte habilitada. Ainda encontram-se em desenvolvimento e consistem essencialmente no estabelecimento de categorias de parâmetros, a partir de uma avaliação do ciclo de vida e na divulgação dos dados quantitativos relativos a esses parâmetros para cada produto. Os dados são verificados por uma terceira parte.

TIPO IV – Rótulos ambientais mono criteriosos, atribuídos por uma terceira parte. Referem-se a apenas um aspecto ambiental e não são baseados em considerações de ciclo de vida do produto.

Assim, a rotulagem ambiental traz um programa no qual envolve definição de categorias de produtos e critérios para a atribuição dos rótulos para tais categorias. Estas definições são estabelecidas por entidades independentes ou por grupo de assessoramento técnico.

Harrington e Knight (2001, p. 34) comentam que:

> Rotulagem ambiental é a indicação dos atributos ambientais de um produto ou serviço, sob a forma de atestados, símbolos ou gráficos em rótulos de produtos ou embalagens ou em literatura sobre produtos, boletins técnicos, propaganda, publicidade e assim por diante.

Para produtos, a análise pode abranger desde a extração de matéria – prima, a sua produção, a distribuição, o uso, até o descarte final. Os parâmetros diferenciadores são utilizados para definir os critérios de atribuição do rótulo ambiental. Definidos os requisitos, as empresas interessadas em participar submetem os seus produtos para a realização de ensaios e verificações, de forma a assegurar a conformidade do produto aos critérios. Quando aprovados, as empresas pagam os custos da licença do uso do rótulo do programa por um período definido e o uso deste é restrito aos produtos aprovados e normalmente é acompanhado pela entidade que gerencia o programa.

Barbiere e Cajazeiras (2012, p. 60) referem que é responsabilidade da organização os impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que:

- Contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive para a saúde e o bem estar da sociedade;
- Leve em consideração as expectativas das partes interessadas;
- Esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas internacionais de comportamentos; e
- Esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações.

Porém, é importante ressaltar que a implantação de um selo verde é uma atitude de muita responsabilidade perante a sociedade, já que a questão ambiental é um problema de interesse geral; e um rotulo que não é serio, ou seja, que não cumpre sua função adequadamente, acaba prejudicando não só o ambiente, mas toda a sociedade e a credibilidade no próprio sistema de rotulagem.

2.3 ROTULAGEM E A SUSTENTABILIDADE

O mercado moderno vem atraindo os olhares dos rótulos ambientais, principalmente no meio voluntário, com a desculpa de alcançar diversos objetivos ambientais, tecnológicos e sustentáveis.

Segundo Bercovici (2005, p. 52):

> O desenvolvimento é um fenômeno com dimensão histórica: cada economia enfrenta problemas que lhe são específicos. Não existe fases de desenvolvimento

> pelas quais, necessariamente, passam todas as sociedades, seguindo os moldes da industrialização europeia. O subdesenvolvimento é uma condição especifica da periferia, não uma etapa necessária do processo de "evolução natural" da economia.

Os empresários, neste novo papel, tornam-se cada vez mais aptos a compreender e participar das mudanças estruturais na relação de forcas nas áreas ambiental, econômica e social. Por isso, optaram por não ficarem passivos em relação ao meio ambiente.Com o crescimento do desenvolvimento sustentável, introduz-se uma dimensão ética e política que considera o desenvolvimento como um processo de mudança social, com consequente democratização do acesso aos recursos naturais e distribuição equitativa dos custos e benefícios do desenvolvimento.

Sem (2015, p. 98) fala que:

> Usamos rendas e mercadorias como a base material de nosso bem-estar.Mas o uso que podemos dar a um dado pacote de mercadorias ou, de um modo em geral, a um dado nível de renda, depende crucialmente de várias circunstâncias contingentes, tanto pessoais como sociais.

Assim, pode-se afirmar que nos últimos dois séculos temos vivido sob a tríade da liberdade, igualdade e fraternidade. Entretanto, à medida que caminhamos para o próximo século, precisamos tomar como inspiração os quatro valores da liberdade, da igualdade,da fraternidade e da sustentabilidade.

Sem (2015, p. 99-100)nos mostra cincovariações que caminham junto com a liberdade, igualdade, fraternidade e sustentabilidade, que seriam:

> 1- Heterogeneidade pessoais: As pessoas apresentam características físicas díspares, relacionadas à incapacidade, doença, idade ou sexo, e isso faz com que suas necessidades difiram.
> 2- Diversidade Ambientais: Variações nas condições ambientais, como por exemplo as circunstâncias climáticas (variações de temperatura, níveis pluviométricos, inundações etc.), podem influenciar no que uma pessoa obtém de determinado nível de renda.
> 3- Variações no clima social: A conversão de rendas e recursos pessoais em qualidade de vida é influenciada também pelas condições sociais, incluindo os serviços públicos de educação, e pela prevalência ou ausência de crime e violência na localidade específica.
> 4- Diferenças de perspectivas relativas: As necessidades de mercadoria associadas à padrões de comportamento estabelecidos podem variar entre comunidades, dependendo de convenções e costumes.
> 5- Distribuição na família: As rendas auferidas por um ou mais membros de uma família são compartilhadas por todos; tanto por quem as ganha como por quem não as ganha.

Quando falamos em sustentabilidade, é preciso olhar todas estas cinco vertentes para analisar a principal questão que é o desenvolvimento econômico, com isso, cresce um espírito de responsabilidade comum como processo de mudança no qual a exploração de recursos materiais, os investimentos financeiros e as rotas do desenvolvimento tecnológico deverão estar em perfeita harmonia. Por isso, o desenvolvimento de tecnologia deverá ser orientado para metas de equilíbrio com a natureza e de incremento da capacidade de inovação dos países em desenvolvimento, e o progresso será entendido como fruto de maior riqueza, maior benefício social equitativo e equilíbrio ecológico.

É preciso analisar também quatroquestões básicas para a sustentabilidade, conforme Sachs (2002):

1- Sustentabilidade social: Que se entende como a criação de um processo de desenvolvimento sustentado por uma civilização com maior equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres.

2- Sustentabilidade econômica: Que deve ser alcançada através do gerenciamento e alocação mais eficiente dos recursos e de um fluxo constante de investimentos públicos e privados.

3- A sustentabilidade espacial: Que deve ser dirigida para a obtenção de uma configuração rural – urbana mais equilibrada e uma melhor distribuição territorial dos assentamentos humanos e das atividades econômicas.

4- Sustentabilidade cultural: Incluindo a procura por raízes endógenas de processos de modernização e de sistemas agrícolas integrados, que facilitem a geração de soluções específicas para o local, o ecossistema,a cultura e a área.

Buscar uma sustentabilidade não é uma tarefa simples, é um processo sem fim, onde se busca construir um conceito. Por isso, diz-se que, com a chega da rotulagem ambiental, consegue-se trazer uma ferramenta moderna de mercado, necessariamente voluntária, para se alcançar objetivos ambientais e tecnológicos.

Pode-se dizer que a rotulagem vem com a função de proteger o meio ambiente, os seus programas pretendem influenciar as decisões dos consumidores e encorajar a fabricação e o consumo de produtos menos agressivos ao ambiente. Com esta função, ela tem feito o papel de um instrumento de política, baseado no mercado, com a função de proteger os recursos naturais, de trazer uma inovação ambiental para a indústria saudável, com seus programas que proporcionam o incentivo mercadológico para as empresas introduzirem tecnologias inovadoras, saudáveis do ponto de vista ambiental, bem como posições de liderança em relação aos aspectos ambientais.

E, por fim, diz-se que ela tem a função de desenvolver a consciência ambiental dos consumidores, por trazerem um meio idôneo e confiável e dar uma visibilidade no mercado aos produtos ou serviços preferíveis do ponto de vista ambiental, sendo os rótulos ambientais um dos instrumentos mais eficazes para este mercado.

Assim, pode-se dizer que os rótulos ambientais constituem importante instrumento de educação dos consumidores em direção à mudança de comportamento e à formação de hábitos de consumo mais saudáveis, ou seja, ambientalmente mais corretos, fazendo com que o mercado encontre um desenvolvimento sustentável.

2.4 ROTULAGEM AMBIENTAL APLICADO AO MERCADO CONSUMIDOR

O desenvolvimento tem como principal ferramenta a estratégia competitiva, principalmente nos dias atuais, com um mercado consumidor tão exigente. A essência para o desenvolvimento é a fórmula de como a empresa irá competir, quais são as suas metas e a sua política necessárias. Desta maneira, os rótulos ambientais constituem atualmente uma oportunidade estratégica para a empresa que deseja agregar valor à sua imagem e se diferenciar de seus competidores.

As empresas que se comportam de maneira sustentável têm mais chances de encontrar soluções eficazes e, com isso, obterão vantagens ao iniciar antes dos concorrentes o cumprimento de regulamentações e a satisfação de expectativas do consumidor. Com isso, existem muitas empresas que estão descobrindo oportunidade de negócios, ligada à questão ambiental. A empresa passa também a atender de maneira mais ampla as expectativas mundial: que é a aquisição de produtos menos poluentes ou que gerem menor quantidade de resíduos em seu processo industrial.

A rotulagem ambiental é instrumento que, ao disseminar no mercado a inovação e a adoção de melhores tecnologias e processos, de forma transparente e independente, estimula e premia as empresas líderes. O auxílio institucional tem como consequência o incentivo mercadológico para o desenvolvimento de mercado para os produtos que contemplam na sua concepção os aspectos ambientais.

Com este efeito mercadológico, alimenta-se a adesão das empresas à rotulagem. No mercado brasileiro, a rotulagem ambiental desempenha papel importante no comércio exterior, sendo o estabelecimento das normas internacionais (ISO) sobre o assunto objeto de consequente revisão dos diversos programas. Verifica-se, por conseguinte, que a maior

atenção dos governos e das organizações empresariais com as correspondentes ações tenderam a diminuir este risco.

Segundo Barbieri e Cajazeiras (2012, p. 178), a norma NBR 16001 se aplica à qualquer organização que queira implantar, manter e aprimorar um sistema de gestão da responsabilidade social; assegurar-se da conformidade com a legislação aplicável e com a sua política de responsabilidade social; apoiar o engajamento efetivo das partes interessadas e demonstrar conformidade com a norma ao:

- Realizar auto-avaliação e emitir uma autodeclararão de conformidade com a norma;
- Buscar confirmação de sua conformidade por partes com interesse na organização;
- Buscar confirmação de sua autodeclararão por uma parte externa da organização;
- Buscar certificação do seu sistema de gestão por uma organização externa.

O programa de Rotulagem Ambiental Brasileiro é aplicável aos produtos nacionais que possuem vantagens competitivas ambientais, podendo constituir-se em apoio adicional para a introdução desses produtos em mercados mais exigentes. Com isso, diversos produtos e setores industriais do país apresentam aspectos ambientais positivos, que, se adequadamente realçados, podem se transformar em vantagens competitivas.

Com isso, entende-se que o mercado brasileiro tem a rotulagem ambiental utilizada no mercado interno, não apenas pelos aspectos de educação ambiental e maior conscientização do consumidor sobre a proteção dos recursos naturais, mas também para distinguir os produtos brasileiros com bom desempenho ambiental em relação à concorrência desleal de produtos estrangeiros de baixa qualidade no nosso mercado.

Assim, proporcionarinstrumento para demonstrar qualidade ambiental para os mercados de exportação tem sido um dos objetivos enunciados pelos rótulos ambientais em implantação em diversos países em desenvolvimento. Desta forma, ao se formular políticas públicas em relação ao meio ambiente, a implementação de rótulos ambientais, tem sido, com frequência, considerada como uma ferramenta efetiva para promover mudança nos padrões de produção.

2.5 IMPACTOS DA ROTULAGEM AMBIENTAL

A chegada da rotulagem ambiental traz um avanço nos padrões éticos de sobrevivência humana por estimular, primeiro, os fabricantes a adotarem mecanismos limpos

de produção e, segundo, os consumidores a mudarem a sua postura perante os problemas ambientais.

Porém, o impacto ambiental significa a alteração no meio ou em algum de seus componentes por determinada ação ou atividade. Estas alterações precisam ser quantificadas, pois apresentam variações relativas, podendo ser positivas ou negativas, pequenas ou grandes. Por isso, pode-se dizer que a caracterização do impacto ambiental não é simplesmente qualquer alteração nas propriedades do ambiente, mas as alterações que provocam o desequilíbrio das relações constitutivas do ambiente, tais como as alterações que excedam a capacidade de absorção do meio considerado. Por fim, afirma-se que os impactos ambientais afetam a estabilidade preexistente dos ciclos ecológicos, fragilizando-a ou fortalecendo-a.

A rotulagem ambiental chega com a função de sinalizar o reconhecimento de práticas corretas e para o fabricante como diferencial competitivo em relação aos seus componentes. Evidencia-seisso quando, em uma conversa sobre os produtos recicláveis, as pessoas baseiam-se em símbolos de material reciclável presentes nos rótulos ou no tipo do material ou ainda na presença da separação do lixo para evidenciar que o produto respeita o meio ambiente.

Nos últimos anos, pode-se analisar que o Brasil vem trazendo uma mudança de hábito de consumo entre a população, constituindo uma oportunidade de mercado que até pouco tempo era evidenciada somente em mercados maduros, como os europeus.

A rotulagem é um dos temas tratados nas normas técnicas notificadas pelos países ao Acordo de Barreiras Tenicas (TBT) da OMC, mostrando como uma das justificativas mais famosa, a imposição de exigências técnicas. Assim, pode-se dizer que a rotulagem ambiental enquadra-se não somente sob o objetivo da proteção ambiental, como também sob o olhar da preservação de práticas enganosas; desta forma, ela também tem o objetivo de ajudar com informações o consumidor.

Pode-se afirmar que os selos verdes trouxeram consequentemente alguns impactos negativos,como, por exemplo, a discriminação contra produtos estrangeiros, sem violar o princípio da não discriminação da OMC, ao não distinguir o produtor doméstico do estrangeiro, formando-se barreiras técnicas ao comércio.

Se a determinação de critérios, em particular do uso de matérias-primas e métodos ou processos de produção, não estiverem baseadas em considerações objetivas e padronizadas, independente do país de origem ou destino, e a influência de custos e competitividade de países em desenvolvimento, por não possuírem políticas concisas de proteção ambiental no mercado interno, por serem pressionados, acabam adotando programas de rotulagem para não serem discriminados do comércio internacional.

Veiga (2010, p. 145) relata que os “trigos” dos dois lados tendem a aceitar que esteja ocorrendo:

> a) maior interligação econômica nas entre-regiões do mundo, ainda que com consequências multifacetadas;
> b) novas desigualdades e abalo de velhas hierarquias, ambos provocados pela competição interregional:
> c) ampliação de problemas transnacionais e transfronteiriços (como lavagem de dinheiro ou disseminação de organismos geneticamente modificados, os OGMs);
> d) expansão das formas de gestão internacional – como a União Europeia e a Organização Mundial do Comercio (OMC)-, que traz novas interrogações sobre o tipo de ordem mundial a ser construída;
> e) exigências de novas maneiras de pensar e de dar respostas criativas sobre as futuras formas democráticas de regulação política.

Por isso, é preciso ficar atento aos impactos da rotulagem ambiental relacionado a cada país, onde cada atividade ou consumidores será vivenciado de maneira diferente.

Para Sem (2015, p. 143):

> O desafio ambiental faz parte de um problema mais geral associado à alocação de recursos envolvendo “bens públicos”. Precisa-se não só levar em consideração a possibilidade da ação do estado e da provisão social, mas também examinar o papel que pode desempenhar o desenvolvimento de valores sociais e de um senso de responsabilidade que viesse a reduzir a necessidade da ação impositiva do Estado.

Portanto, é preciso olhar cada nível de consciência ecológica, mas sem esquecer que todos habitam o mesmo planeta, sendo necessárias medidas enérgicas para salvar o todo, ao invés de partes.

Outras estratégias, de curto prazo, levam ao crescimento ambientalmente destrutivo, mas socialmente benéfico, ou ao crescimento ambientalmente benéfico, mas socialmente destrutivo (SACHS, 2002).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se este artigo verificando que a gestão ambiental, a responsabilidade social e a rotulagem ambiental para as empresas brasileiras e principalmente para as exportadoras podem ser uma garantia de sobrevivência no mercado, pois, com a crescente importância que o consumidor atribui aos produtos ecologicamente corretos, a tendência dos fabricantes é encontrar atributos verdes em seus produtos como fator de diferenciação.

Com isso, a rotulagem ambiental constitui-se em importante instrumento de implementação de políticas de desenvolvimento sustentável, que permite alterar de forma

voluntária métodos de produção e de consumo. Assim, os consumidores com suas escolhas, acabam influenciando o comportamento ambiental no setor produtivo. Quando bem utilizada, ela tem grande potencial para orientar os consumidores na aquisição de produtos menos impactantes ao meio, como os recicláveis, os orgânicos, os mais econômicos no uso de energia e aqueles que utilizam refis ou menor quantidade de matéria-prima.

Com o agravamento da deterioração do meio ambiente e a maior conscientização dos problemas em escala global, sob forma de mudanças climáticas, depleção da camada de ozônio, redução da biodiversidade, poluição marinha e chuvas ácidas, passaram a ser adotadas medidas de caráter precatório. Desta forma, houve um fortalecimento do movimento ambiental onde este provocou transformações nas demandas da sociedade, tendo os consumidores a querer traduzir sua consciência ambiental em poder de compra e a de optar, de forma crescente, por produtos verdes, ou seja, aqueles considerados como os de menor impacto sobre o meio ambiente. Assim, a cada dia, surge mais o conceito de "mercado verde", mudando as noções tradicionais de competitividade.

No Brasil, considerado país em desenvolvimento, a rotulagem ambiental acaba sendo incorporada como forma de conquistar novos mercados ou simplesmente para cumprir exigências dos países desenvolvidos. Todavia, é preciso dar crédito às chamadas ONGs e às campanhas informativas que, graças à sua pressão, trouxeram ao consumidor do mercado interno informações para que eles se tornem a cada dia mais exigentes com uma postura de credibilidade das informações prestadas pelas empresas, ficando mais atentos às questões ambientais e à adoção dos selos ambientais.

A conscientização dos vários órgãos governamentais e de setores-chaves do empresariado brasileiro que estão envolvidos no projeto de cooperação sobre rotulagem ambiental é fundamental para que se possa efetivamente orientar as políticas industriais públicas para a direção da sustentabilidade.

Por fim, não se pode deixar de falar da necessidade de uma padronização mundial para obtenção destes selos, colocando as empresas de diversos países em igual grau de exigências, impedindo o favorecimento de um ou de outro. Com isso, o processo de evolução de conscientização do consumidor perante aos fatores ambientais e sociais não tem mais volta, sendo cada vez mais valorizada a empresa com responsabilidade social.

REFERENCIA

ANDRADE, R.O.B. et al. **Gestão ambiental**: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2002.

BARBIERI, Jose Carlos, CAJAZEIRAS, Jorge Emanuel. **ResponsabilidadeSocial empresarial e empresa sustentável da teoria a pratica**. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

BERCOVICI, Gilberto. **Constituição Econômica e Desenvolvimento**: uma leitura a partir da constituição de 1988. São Paulo: editora Malheiros, 2005.

HARRINGTON,H. James e KNIGHT, Alan. **A Implementação da ISO 14000**: como atualizar o SGA com eficácia. 4. ed. Editora: FGV, 2001.

MAIMON, D. **Passaporte verde**: gestão ambiental e competitividade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de janeiro: Garamond, 2002.

SEM, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: editora Companhia de bolso, 2015.

VEIGA, Jose Eli da. **Desenvolvimento Sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond,2010.

Rotulagem ambiental: documento base para o programa brasileiro de rotulagem ambiental: MMA/SPDS,2012.210P.