

XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA

DIREITO E SUSTENTABILIDADE IV

BELINDA PEREIRA DA CUNHA

FERNANDO JOAQUIM FERREIRA MAIA

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte destes anais 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 Napolini 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 IV [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UNICURITIBA;

Coordenadores: Belinda Pereira da Cunha, Fernando Joaquim Ferreira Maia – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-314-6

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos. 2. Direito. 3. Sustentabilidade.

I. Congresso Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Curitiba, PR).

CDU: 34



Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA

DIREITO E SUSTENTABILIDADE IV

Apresentação

Desde o fracasso da última onda de tentativas de construção de sociedades civis alternativas ao capitalismo, materializada principalmente na União Soviética, vivemos tempos paradoxais. O senso comum indica que não existe espaço para a discussão crítica dos problemas jurídicos, sociais, econômicos, políticos e culturais contemporâneos fora da economia de mercado. O mercado é apresentado como o locus e o pressuposto natural da humanidade. Ao mesmo tempo, as sucessivas revoluções tecnológicas do capitalismo resultaram numa exploração dos recursos naturais em larga escala, produz-se grande impacto ambiental sobre a estrutura da sociedade, gera-se um consumo desenfreado para atender às demandas do mercado. A lógica do mercado conduz a um parasitismo na economia e ao esgotamento dos recursos naturais diante da incapacidade dos ecossistemas assimilarem os impactos da expansão econômica capitalista. Os reflexos diretos disto no meio ambiente se traduzem num contínuo desaparecimento de espécies da fauna e da flora, na perda de solos férteis pela erosão e pela desertificação, pelo aquecimento da atmosfera e pelas mudanças climáticas, pela diminuição da camada de ozônio, pela chuva ácida, pelo colapso na quantidade e na qualidade da água, pelo acúmulo crescente de todo tipo de resíduo sólido e, sobretudo, pelo acirramento das contradições sociais do capitalismo. Nos termos de Enrique Leff, as principais ameaças à sustentabilidade ambiental se traduzem: na expansão da fronteira agrícola capitalista, no desemprego, no êxodo rural, na insalubridade urbana e na perda das identidades culturais na apropriação dos recursos da natureza. Constituem os principais fatores da crise ambiental e do paradoxo da pós-modernidade: a insustentabilidade do sistema político e econômico ocidental a partir da racionalidade econômica, que nada mais é que a racionalidade do mercado.

É este o sentido do GT de Direito e Sustentabilidade IV no CONPEDI, ancorado no grupo de pesquisa Estudos e Saberes Ambientais-Enrique Leff: sustentabilidade, impactos, racionalidade e direitos-ESAEL, da Pós-Graduação em Ciências Jurídicas da UFPB e liderado pela Profa. Belinda Cunha. Auxilia trabalhos com preocupações metodológicas e teóricas de envergadura, ou ainda em amadurecimento no tema, que discutam temas de direito e sustentabilidade ambiental do ponto de vista das camadas sociais marginalizadas historicamente na América Latina. Significa pensar, discutir e formular, de forma transdisciplinar, a sustentabilidade ambiental fora da regulação jurídica na definição de direitos de propriedade privada e dos padrões da globalização econômica e a partir dos saberes dos povos latino-americanos. A sustentabilidade ambiental não pode ser entendida a

partir de relações de exploração do homem pelo homem, de apropriação e de consumo privado dos recursos naturais.

Neste contexto, os trabalhos apresentados no CONPEDI, e publicados aqui, são um chamado ao enfrentamento do debate. Eles contribuem para a problematização de métodos, de metodologias e de teorias jurídicas que incorporem os saberes ambientais e que possam ser aplicadas à sustentabilidade ambiental numa perspectiva holística. A análise do direito ambiental deve ser realizada à base do contexto social, econômico, político e histórico em que está inserido e num movimento de empoderamento pelas culturas, pelas identidades, pelas camadas sociais e pelos povos da América Latina.

As apresentações tiveram temas genéricos e específicos, abarcando desde aspectos dos riscos e das políticas ambientais, passando pela relação entre desenvolvimento e meio ambiente e temas concernentes à crise ambiental. Também foram discutidos os princípios da fraternidade, da precaução, da participação social, da responsabilidade sócio-ambiental e temas como agrotóxicos, privatização e terceirização, danos morais ambientais, protagonismo da criança e do adolescente na sustentabilidade. Também foi problematizado o direito das cidades, a gestão ambiental, os resíduos sólidos, a mineração e o bem viver no novo constitucionalismo latino-americano.

Profa. Dra. Belinda Pereira Cunha - UFPB

Prof. Dr. Fernando Joaquim Ferreira Maia - UFPB e UFRPE

RÓTULOS, SELOS OU CERTIFICAÇÕES VERDES: RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS

LABELS , SEALS OR GREEN CERTIFICATES : CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Beatriz Rolim Cartaxo

Resumo

O presente artigo tem como escopo apresentar a responsabilidade social das empresas em relação aos rótulos, selos e certificações verdes. Tem por objetivo explicar e estimular as empresas a adotarem cada vez mais o selo verde, mas principalmente adotarem mudanças de hábitos nocivos ao ambiente e o compromisso com a melhoria contínua, diminuindo o impacto ambiental causado pelas suas atividades. O presente estudo mostra didaticamente a definição de rotulagem, e descreve o que é uma certificação ambiental (selo verde) bem como seu objetivo e etapas. Relata também sobre o sistema de gestão ambiental.

Palavras-chave: Gestão ambiental, Selo verde, Meio ambiente

Abstract/Resumen/Résumé

This article has the objective to present the benefits of the labels, stamps and green certifications for businesses. It aims to explain and encourage companies to adopt increasingly green seal, but mostly adopt change harmful habits to the environment and a commitment to continuous improvement, reducing the environmental impact of their activities. This study shows didactically the definition of labeling, and describes what is an environmental certification (green label) as well as your goal and steps. Reports also on the environmental management system.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Environmental management, Green seal, Environment

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo consagra uma tendência inovadora sobre a necessidade de regulamentar o controle do impacto ambiental voltada ao desenvolvimento de produtos que são disponibilizados no mercado consumidor. Atualmente a preocupação em preservar e defender o meio ambiente encontra-se presente perante a sociedade e ao Estado. Neste sentido, procurar opções vinculadas a qualquer atividade poluidora, é um fortalecimento protetivo e de grande valia à esfera ambiental.

Hoje em dia os consumidores estão cada vez mais exigentes no que diz respeito às questões ambientais. E por sua vez as empresas que buscam se adaptar às necessidades de seus clientes obtém vantagens competitivas e sobrevivem no mercado. Esses ditos 'consumidores verdes' são aqueles que buscam a qualidade evitando produtos com impactos ambientais negativos; recusa produtos derivados de espécies em extinção; observam, os selos verdes; leva em conta a biodegradabilidade do produto; escolhe produtos isentos de alvejantes e corantes; admitem sobre preço relativo á qualidade ambiental; não compra produtos com embalagens excessivas e preferem produtos em embalagens recicláveis.

Esse assunto é de fundamental importância, pois ajuda a entender como é possível atender às necessidades da geração atual sem comprometer o direito de as futuras gerações atenderem a suas próprias necessidades.

Essa nova visão dos negócios, que se apoia na boa imagem ambiental da empresa, encerra dupla vantagem. De um lado permite valorizar seus produtos e serviços quando se lança mão do 'marketing ambiental'. Esse é o fator que demonstra ser uma ferramenta eficaz na promoção dos negócios de diversos setores empresariais que por motivos históricos ou conjunturais, eram tios como nocivos ao meio ambiente.

Em relação aos aspectos metodológicos, o presente artigo apresenta natureza qualitativa. O método de abordagem utilizado neste trabalho será hipotético-dedutivo. Quanto aos métodos de procedimento, serão empregados o método histórico, o comparativo e o interpretativo, pois o trabalho abarca a ideia de progressão do ordenamento jurídico, buscando acompanhar as necessidades sociais atuais. A classificação adotada com base nos procedimentos técnicos possui caráter teórico-bibliográfico, pois a pesquisa exigiu a coleta de material (livros,

periódicos, textos e documentos), buscados em bibliotecas universitárias e acervo pessoal.

2 A EMPRESA E O MEIO AMBIENTE

Há vários anos, diversos estudos apontam para a escassez dos recursos naturais em todo o planeta, como também a imensidão de pessoas vivendo em situações de miséria. Tais fatores são um risco para toda a humanidade.

Institutos de pesquisa, organismos internacionais, jornais e revistas há muito tempo estão alertando sobre o holocausto ambiental que ameaça aniquilar a espécie humana nos próximos anos. Hoje, ocorre cada vez mais a destruição das florestas, e com isso espécies inteiras de plantas e animais são erradicadas. Sabe-se que centenas de espécies de animais se extinguem a cada ano. Metade das toneladas de gás carbônico que a humanidade libera anualmente permanece no ar. O gás carbônico não permite que o calor da Terra se irradie para fora causando o efeito estufa e o aumento da temperatura global. As consequências podem ser dramáticas: derretimento das calotas polares e inundação de diversos países, florestas temperadas podem desaparecer e regiões férteis podem subitamente tornar-se áridas (DERANI, 2009).

Neste cenário, o papel do setor empresarial está mudando rapidamente. Até poucas décadas, as empresas se preocupavam apenas em produzir e oferecer serviços. O dono da empresa fazia filantropia de forma individual, dependendo de sua visão social e de seus recursos (FERREIRA, 2005). Posteriormente, as empresas também passaram a empreender ações sociais na comunidade. Atualmente, a responsabilidade social empresarial incorpora-se à gestão e abrange todas as relações da empresa com os funcionários, clientes, fornecedores, investidores, governo, concorrentes, acionistas, sindicatos, meio ambiente e a sociedade em geral. Esta evolução tem acompanhado as expectativas que as pessoas têm sobre as empresas.

Segundo Husni (2007), o setor empresarial é o mais poderoso da sociedade. Possui imensos recursos financeiros, tecnológicos e econômicos. A mídia, a indústria cultural e o setor de propaganda são controlados na sua quase totalidade pelo setor privado. Formam valores culturais e influenciam o comportamento da maior parte da população, além de exercerem uma grande influência política através

do financiamento a campanhas eleitorais e do acesso privilegiado junto aos governantes. Mas o grande poder do setor empresarial implica em uma grande responsabilidade. Apenas a responsabilidade social é capaz de promover uma drástica transformação no quadro humano e ambiental brasileiro e mundial. É fundamental que haja esta grande mudança nas prioridades da agenda de toda a sociedade, colocando em primeiro lugar os temas sociais e ambientais nas nações e não apenas nos discursos.

Em busca de um ambiente favorável para suas atividades, ao longo dos anos as empresas, nos mais diversos segmentos de mercado, organizaram-se em associações de forma corporativa na defesa dos seus interesses setoriais e regionais. Agora, estas mesmas empresas estão percebendo que a deterioração ambiental e social é uma grande ameaça para a sociedade e para as suas atividades. É possível antever que as empresas, além de incorporar cada vez mais a responsabilidade social na sua gestão, respondendo às expectativas crescentes da sociedade, irão se organizar em associações e apoiar iniciativas coletivas em esferas local, regional e internacional, bem como atuar em parceria com outros segmentos sociais, para que a responsabilidade social empresarial possa, de fato, impactar e transformar profundamente a sociedade. O bem-estar de todos é fundamental para a paz e a vida do planeta. Ao juntarem forças e usando poderes como marketing, financeiro, econômico e tecnológico, com o objetivo de criar um lugar ambientalmente sustentável e socialmente justo, as empresas estarão exercendo na plenitude sua responsabilidade social e ajudando a construir um mundo melhor para todos.

3 EMPRESAS E BIODIVERSIDADE

Apesar de ainda não serem ações de prioridade para o governo e a criação e gestão de áreas de proteção ambiental, tem crescido o interesse do setor empresarial para trabalhos nesta área.

A Mata Atlântica cobria, na época da chegada dos portugueses, mais de 1,3 milhões de quilômetros quadrados. Apesar da devastação acentuada que ocorreu na Mata Atlântica, esta ainda abriga uma parcela significativa da diversidade biológica do planeta.

É preciso que haja programas que incentivem os proprietários rurais, sejam produtores agropecuários, empresas florestais, indústrias ou outros empreendedores, para que protejam os recursos naturais encontrados em suas terras. Felizmente, o Brasil possui uma legislação mais avançada no mundo, incluindo o Sistema Nacional de Unidades de Conservação a categoria Reserva Particular do patrimônio Natural (RPPN), que embora seja estabelecida de maneira voluntária pelo dono da terra recebe status de unidade de conservação em caráter perpétuo e irrevogável.

Para algumas empresas, interessadas em obter certificados internacionais de gestão ambiental, é uma diferenciação ser responsável pela proteção de áreas remanescentes e em recuperação em um dos ecossistemas mais importantes e mais ameaçados do planeta. Para os governos, contar com o apoio de sociedade na proteção da natureza, previsto constitucionalmente, representa um esforço e um novo fôlego para cumprir suas tarefas. Da parte dos ambientalistas, buscar acordos e parcerias com o setor privado em busca de resultados concretos na proteção do patrimônio natural brasileiro é um desafio que começa a ser encarado.

Tem-se observado que em muitas empresas surgiu a possibilidade de incluir preocupações ambientais em suas estratégias empresariais, por meio de práticas ecologicamente mais adequadas, como adoção de tecnologias ambientais, implantação de sistemas de gestão ambiental, racionalização do uso de recursos naturais, entre outros.

As tecnologias ambientais podem ser definidas como o conjunto de conhecimentos, técnicas, métodos, processos, experiências e equipamentos que utilizam os recursos naturais de forma sustentável e que permitem a disposição adequada dos rejeitos industriais, de forma a não degradar o meio ambiente. Elas são obtidas por meio de inovações ambientais, ou seja, da introdução de novos procedimentos técnicos e organizacionais, no âmbito da produção industrial, que levam à maior proteção do meio ambiente.

4 GESTÃO AMBIENTAL

Empresas proativas estão mudando a gestão ambiental de uma função complementar para uma parte do planejamento estratégico da empresa. A proteção ambiental não pode depender apenas de controles no final do processo, mas de

todas as suas faces, isto é, desde a fabricação, passando pelas vendas, consumo dos produtos, até seu descarte. Diante disso, as empresas precisam incluir a variável ambiental em suas estratégias e tomadas de decisões, além de manter uma postura responsável com relação à questão ambiental (GUIMARÃES, 2009).

Com o intuito de tornar as operações da empresa ecologicamente corretas, a administração ambiental deve estar voltada para atitudes ativas e criativas, onde o principal objetivo é minimizar o impacto social e ambiental de suas atividades. Além disso, a administração ecológica preocupa-se com o bem estar das gerações futuras, promovendo uma mudança de valores na cultura empresarial. Segundo Kraemer (2004), esse tipo de administração possui alguns elementos característicos. As empresas precisam preocupar-se em inovar seus produtos e processos, trazendo benefícios, tanto para a própria empresa, em forma de imagem de socialmente responsável, como também para o consumidor.

Para que a administração ambiental seja eficiente e traga resultados benéficos para a sociedade e para a empresa, também é necessário que todos os níveis da organização cooperem e interajam em todo o ciclo de vida de um produto. Em nome da sobrevivência, as empresas estão adotando políticas e desenvolvendo projetos ambientais e passam a compreender que lucro, produtividade e meio ambiente podem caminhar juntos na direção do crescimento e benefício para todos (DIAS, 2006).

4.1 Sistema de gestão ambiental

Para Dias (2006) um sistema de gestão ambiental possui alguns elementos importantes, como a criação de uma política ambiental, o estabelecimento de foco e objetivos e de um plano para alcançá-los, a monitoração e medição de sua eficiência (auditoria ambiental), a correção de problemas e a análise do sistema para aperfeiçoá-lo a melhorar continuamente o desempenho ambiental.

Esses elementos da gestão ambiental são descritos pelas normas ISO 14000 que se baseiam na prática de que um melhor gerenciamento do meio ambiente pode levar a um melhor desempenho desse meio ambiente, a uma maior eficiência e a um maior retorno dos investimentos (DONAIRE, 1999).

A ISO 14000 não impõe para as empresas o desempenho ambiental que elas devem alcançar, e sim oferecer elementos para ajudá-las a construir um

sistema de gestão ambiental (SGA) que alcance seus próprios objetivos (D'ISEP, 2004).

Para os consumidores que esperam um desempenho ambiental excelente da empresa, possuir a certificação inspira confiança, podendo demonstrar compromisso e credibilidade por parte da mesma. Dessa forma, a certificação deve ser disponibilizada para o público, proporcionando certa transparência em relação às ações da empresa, e que pode ser feito através do balanço anual publicado ou de um relatório de desempenho ambiental.

Além dos benefícios alcançados através da certificação da ISO 14000, observa-se também ganhos econômicos e estratégicos através do sistema de gestão ambiental, como diferencial competitivo, com a melhoria da imagem, aumento da produtividade, minimização de custos, eliminação de desperdícios, racionalização da alocação dos recursos, melhoria organizacional, minimização de riscos com a segurança legal e minimização de acidentes (CAJAZEIRA, 2003).

Ao contrario do que muitas pessoas pensam, gestão ambiental não significa um conflito entre preservação ambiental e negócios. Pelo contrário, a preservação ambiental cria novas oportunidades de negócios, seja no acesso a novos mercados ou em relação à redução de custos com desperdícios.

5 POR UMA POLÍTICA ECONÔMICA VERDE

Já existem propostos de organizações não governamentais de políticas para o desenvolvimento e a fabricação de produtos ecológicos em larga escala voltado ao consumidor final, como forma de colocar em prática o chamado desenvolvimento sustentável e reverter o quadro de devastação ambiental e de esgotamento dos recursos naturais, que ocorrem para atender à demanda das sociedades urbanas (MILARÉ, 2009).

De acordo com Veiga (2010), o produto ecológico, por si só, é capaz de despertar a consciência eco social da comunidade e educar ambientalmente quem o produz e quem o consome. O Brasil é o país mais rico do mundo em matérias-primas naturais renováveis, tem o lixo abundante e ainda pouco aproveitado, além de milhões de toneladas de resíduos agrícolas e industriais mal contabilizados. Em suma, tem condição de ser um verdadeiro celeiro de produtos ecológicos e reciclados, gerando emprego e levando cidadania a milhões de pessoas, tornando-

se um modelo de sustentabilidade para outras nações. Tecnologia, know-how e criatividade não faltam para isso.

Com incentivos e política adequada, esses produtos poderiam ser exportados para mercados potencialmente consumidores desses produtos como o europeu e o australiano e até mesmo o norte-americano. Hoje, artigos brasileiros, como o couro vegetal, já são exportados para a Europa, assim como coprodutos alimentícios, caso do açaí, amplamente consumido na Austrália (TEIXEIRA, 2008).

Para Trigueiro (2009) com a política específica para o mercado verde brasileiro, o país poderia tornar-se um polo de indústrias verdes ou sustentáveis, tornando-se exportador de bens de consumo verdes, gerando divisas, emprego e renda de forma inteligente, já que também resolveria problemas de resíduos que poluem o meio ambiente e roubam espaço.

Se, ao invés de estimular industriais poluentes condenados ao desaparecimento como a automobilística movida a petróleo, que recebe milhões em incentivos de toda ordem, houvesse uma política de créditos, ICMS verde, de apoio a projetos comunitários, micro e pequenos empresários, o Brasil poderia contar, em pouco tempo, com um parque industrial inédito, rompendo a dependência tecnológica que escraviza as nações em desenvolvimento.

6 RÓTULOS, SELOS E CERTIFICAÇÕES VERDES

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.

Os empresários, neste novo papel, tornam-se cada vez mais aptos a compreender e participar das mudanças estruturais na relação de forças 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 (GUIMARÃES, 2009).

Corrêa (2006) refere que o Brasil é um dos países com legislação mais avançada em relação à necessidade de proteção ao meio ambiente, porém é

necessário procurar novos meios para colocá-la em prática e intensificar os já existentes.

A ABNT no ano de 1990 propôs ao Instituto Brasileiro de Proteção Ambiental a implementação de um programa de rotulagem ambiental, porém por causa das varias dificuldades este não teve êxito.

Em 1993, a ABNT criou o projeto de Certificação Ambiental para Produtos, com o intuito de concretizar um processo voluntário de certificação ambiental.

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 os últimos dois séculos têm vivido sob a tríade da liberdade, igualdade e fraternidade. Entretanto, à medida que se caminha para o próximo século, precisa-se tomar como inspiração os quatro valores da liberdade, da igualdade, da fraternidade e da sustentabilidade.

Quando fala-se 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 (KRAEMER, 2004).

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.

Na busca equilibrada por uma melhor qualidade de vida e preservação do meio ambiente, é fundamental estabelecer critérios e condições, de ordem técnica e legal, para se determinar se produtos e serviços atendem aos princípios éticos e de produção contidos no conceito de desenvolvimento sustentável. Segundo Biazin e

Godoy e Biazin (2000), os selos são rótulos ambientais que tem como objetivo informar algumas características do produto ao consumidor, e eles são conhecidos como “selo verde”, “selo ambiental” ou “rótulo ecológico”, que representam a mesma ideia.

Hoje há vários sistemas de rotulagem ambiental, mas eles são separados em dois grupos: os de iniciativa própria (os fabricantes adotam e implantam os seus próprios programas de rotulagem – eles possuem auto declarações ambientais como: produto biodegradável, reciclável, não agressivo à camada de ozônio ou apoio a programas de proteção ambiental). Estes selos podem trazer informações incorretas ou parciais e por esse motivo geram muita polemica. O segundo tipo são os de rotulagem terceirizada (conduzido por organizações independentes do fabricante).

Os rótulos de organizações ambientais são emitidos por unidades certificadoras. Esse processo pode ser voluntario ou mandatário.

Os do tipo voluntários podem ser classificados da seguinte maneira: a) Rótulos de tema único, rótulos negativos e rótulos “Eco labels”.

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.

Segundo Medeiros (2013), o selo ambiental (o mesmo que rótulo ou certificado) é a marca obtida como resultado do processo de certificação, no qual o produto ou serviço é avaliado a fim de se garantir a conformidade de algumas características do mesmo. Pela definição da Associação Brasileira de Normas Técnicas, ABNT (2002), rotulagem ambiental “é a certificação de produtos adequados ao uso que apresentam menor impacto no meio ambiente em relação a produtos comparáveis disponíveis no mercado”. Na visão de Sachs (2002), a rotulagem ambiental é uma declaração que fornece informações ao consumidor acerca do impacto ambiental de um produto. Portanto oferece ao cliente as bases,

segundo critérios ambientais, para a escolha entre as alternativas disponíveis no mercado.

A certificação ambiental mais usada é a ISO 14000. É uma norma elaborada pela International Organization for Standardization, com sede em Genebra, que reúne mais de 100 países com a finalidade de criar normas internacionais que estabelecem diretrizes sobre a gestão ambiental dentro de empresas assim como sobre o produto, segundo a análise do seu ciclo de vida.

As normas da ISO 14000 são voluntárias e não prevê a imposição de limites próprios para medição da poluição, padronização de produtos, níveis de desempenho, etc. Consistem em um sistema orientado para aprimorar o desempenho da organização por intermédio da melhoria contínua de sua gestão ambiental.

Para alcançar a certificação ambiental às empresas devem obedecer três exigências básicas, são elas: implantar um sistema de gestão ambiental, cumprir a legislação ambiental aplicável ao local da instalação, e compromisso com a melhoria contínua do seu desempenho ambiental.

As certificações ambientais segundo Lopes (2013), são definidas como processo realizado por uma entidade externa e independente, acreditada ou detentora de marca, que tenha a capacidade de emitir um documento que verifique a conformidade de um produto, processo ou serviço para a área ambiental.

Segundo Bueno (2010), as certificações nasceram para avaliar os componentes ambientais, econômicos e sociais do desenvolvimento sustentável por meio de indicadores⁴, com o intuito de facilitar a compreensão de diferentes cenários relacionados a eles.

De acordo com a ISO os selos são classificados em três tipos D'ISEP (2004):

a) Tipo I: é o selo verde dos produtos. Compraram produtos da mesma categoria. Leva em consideração seu ciclo de vida. São multicriteriosos e são certificados por entidades dos programas de 3ª parte, que estipulam as normas e as acompanha através da certificação, auditoria e processos.

b) Tipo II: são declarações ambientais confeccionadas pelo fabricante e produtores sobre a qualidade ambiental dos seus produtos. E como já foi falado é o selo mais polêmico e questionável, pois pode conter informações incorretas ou incompletas. Não são avaliados independentemente e não utilizam critérios pré-

determinados e aceitos como referência. Eles são considerados os mesmos informativos.

c) Tipo III: também são selos verdes, mas obriga a informar nas embalagens o impacto ambiental referente a cada um dos componentes. São parecidos com os selos da indústria alimentícia que detalham níveis de gordura, proteína, vitamina, etc.

O selo verde representa o comprometimento do governo local com o meio ambiente e com a qualidade de vida dos cidadãos. Para adquirir o Selo, cumpriram-se as nove diretrizes ambientais, sendo: arborização urbana; lixo mínimo, esgoto; poluição do ar; uso racional da água; Conselho Municipal de Defesa do Meio Ambiente (COMDEMA); estrutura ambiental; habitação sustentável e educação ambiental (CEOTTO, 2008).

No Brasil, os dois principais selos são o LEED (*Leadership in Energy & Environmental Design*) Brasil e a AQUA (Alta Qualidade Ambiental).

Os rótulos, certificações e selo verdes têm 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 o selo verde constitui 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.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas através dos rótulos, certificações ou selo verde devem desenvolver projetos que despertem a consciência social das pessoas em relação ao meio ambiente.

Uma nova era ecológica está surgindo, como consequência do avanço deste novo mercado verde, exigindo um empenho sincero para consolidação das necessidades do meio ambiente com as do consumidor. É tarefa dos administradores, fazerem o casamento entre as regras econômicas e as questões ambientais.

Não apenas as empresas e as instituições governamentais, mas também, as organizações não governamentais também têm papel importante como organismos de suporte na conscientização de uma cultura de hábitos e costumes ambientalmente corretos. Da mesma forma, a contribuição de profissionais especializados em várias áreas ambientais também se faz necessária para colocar em pratica os programas e políticas desenvolvidos junto com as empresas.

A preocupação com o futuro da sociedade tem fito com que os consumidores exijam produtos ecologicamente mais corretos, mesmo que sejam um pouco mais caros, pois estão se conscientizando de sua responsabilidade coo cidadãos. Assim sendo, a satisfação de suas necessidades requer novas estratégias que ajudarão a ser reconhecida e prestigiada por este mercado verde.

Na área da comunicação, as empresas precisam montar uma estratégia bastante eficiente para educar os consumidores a destacar seus produtos de forma consciente, tratar o lixo de forma mais eficiente, além de enfatizar a responsabilidade de cada um em evitar desperdícios que comprometam a natureza. Neste processo a mídia também tem importante papel para que a informação seja transmitida para a sociedade de forma eficaz.

A educação ambiental tem a missão de ensinar que a preservação ambiental pode ser incorporada ao dia a dia de todos, sendo também interessante para a indústria e comércio, elevando a consciência da sociedade global.

Este artigo procurou mostrar que o consumo ambiental não é uma moda passageira ou tendência em curto prazo, mas sim um processo irreversível que implica na percepção de que a globalização, que evidencia tantos problemas ambientais, pode ser a serviço do meio ambiente, não contra ele.

No entanto, o assunto não se esgota aqui. Pelo contrário, a intenção deste artigo é motivar novos estudos que busquem soluções que aliem a conservação do meio ambiente á vantagem competitiva nas empresas. Isso, é claro, para não mencionar a satisfação pessoal de contribuir para fazer do mundo um lugar melhor.

REFERÊNCIAS

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

BUENO, C. **Avaliação de Desempenho Ambiental de Edificações Habitacionais:** análise comparativa dos sistemas de certificação no contexto brasileiro. 2010. 123p.. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2010.

CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **ISO 14000:** manual de implantação. Rio de Janeiro, 2003, 15p, ISBN 85-7303-142-3.

CORRÊA, Daniel Rocha. **Certificação ambiental, desenvolvimento sustentável e barreiras à entrada.** Brasília a.43, n. 169 jan/mar. 2006.

CEOTTO, L.H..**Empreendimentos Sustentáveis x Empresas Sustentáveis.** In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL, I, 2008, São Paulo. 81. Disponível em: <
http://www.cbcs.org.br/sbcs08/slides_pdf/Luiz_Ceotto_SBCS08.pdf>. Acesso em: 5 mai. 2016.

DERANI, Cristiane. **Direito Ambiental Econômico.** São Paulo: Saraiva. 2009.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2006.

D'ISEP, Clarissa Ferreira Machado. **Direito ambiental econômica e a ISO 14000, análise do modelo de gestão ambiental e certificação ISO 14001.** São Paulo: Reserva, 2004.

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

FERREIRA, Felipe Azevedo Verza. Função Social da Empresa. **Jus navegandi**, Teresina, ano 10, nº 731, 6 jul, 2005. Disponível em:
<http://jus.uol.com.br/revista/texto/6967>. Acesso em 06 mai. 2016.

GODOY, a. M. G.; BIAZIN, C. C. **A rotulagem ambiental no comércio internacional.** Anais 4º Encontro Eco-Eco, 2000.

GUIMARÃES, Ebert. **Gestão ambiental**: um enfoque no desenvolvimento sustentável. Ago. 2009. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAAbzsAl/gesta-ambiental-enfoque-no-desenvolvimento-sustenta-vel>>. Acesso em: 27 mai. 2016.

HUSNI, Alexandre. **Empresa Socialmente Responsável**: Uma abordagem jurídica e multidisciplinar. São Paulo: Quartier Latim, 2007.

KRAEMER, Maria Elisabeth. **Gestão ambiental**: um enfoque no desenvolvimento sustentável. 2004. Disponível em: <<http://www.gestiopolis.com/gestao-ambiental-um-enfoque-no-desenvolvimento-sustentavel/>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

LOPES, A.A. **Construção sustentável**: medidas construtivas sustentáveis que buscam aumentar a eficiência no uso dos recursos e minimizar os impactos ao meio ambiente. 2013. 124p.. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) - Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

MEDEIROS, Fernanda Luiza Fontoura de. **Meio Ambiente**: direito e dever fundamental. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2013.

MILARÉ, Édís. **Direito do Ambiente**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2009.

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

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

TEIXEIRA, A. **Marketing verde**. São Paulo, 13 abril. 2008. Disponível em: <http://www.marketing.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=121:marketing-verde&catid=39:ambiental&Itemid=88>. Acesso em: 01 jun. 2016.

TRIGUEIRO, André. A mídia para transformação do planeta. **Revista eletrônica Geração Sustentável**, São Paulo, 2009. Ano 3. Edição 13, p.11. Informação disponível em: <http://www.geracaosustentavel.com.br/flip/13/index.html#/2>. Acesso em 18 mai. 2016.

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