

Boletim do IDEAIS, 10/06/2013

“Apelos ambientais devem ser relacionados com benefícios ambientais reais”

Em nossos boletins periódicos temos procurado salientar a importância da correta rotulagem e impressão de informações sobre a biodegradabilidade de embalagens plásticas com o objetivo de evitar propaganda falsa, enganosa e que não estejam embasadas em fatos e provas. A propósito do tema, o PL 4752/2012, do deputado Márcio Macêdo (PT-SE), que “Obriga organizações e empresas que utilizam propaganda sobre sustentabilidade ambiental de seus produtos ou serviços a explicarem-na a partir dos rótulos dos produtos e do material de publicidade e estabelece as sanções à prática da maquiagem verde, previstas na Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998”, encontra-se pronto para a pauta na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio – CDEIC, onde o relator, deputado Marco Tebaldi (PSDB-SC), apresentou parecer reformulado pela aprovação da matéria.

Ainda em relação a “ maquiagem verde “, o IDEC declara que já existem leis que regulamentam o direito a informação correta e passível de ser provada e as penalidades aplicáveis para todos os envolvidos na divulgação de informações falsas.

De acordo com uma pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), atualmente, existem cerca de 30 selos verdes confiáveis criados por entidades independentes, que buscam identificar se um produto é realmente sustentável ou se determinada empresa adotou um sistema de gestão para lidar com o tema.

Mas, apesar do avanço da consciência ecológica, o país continua sem uma lei específica que regule as certificações ambientais. Nesse contexto, muitas marcas se posicionam como ecológicas, sustentáveis e preocupadas com o meio ambiente – mas, na verdade, elas apostam no marketing verde e fazem valer a expressão “greenwashing”, ou seja, maquiagem ambiental.

Certificações. Enquanto a lei não vem, não há outro jeito de o consumidor se proteger senão buscar informações sobre a empresa que atesta a sustentabilidade do produto e demais certificações ambientais. Segundo a pesquisadora do Idec, Adriana Charoux, o próprio Código de Defesa do Consumidor defende o direito à informação e prevê punição para propagandas enganosas que acabam induzindo o consumidor ao erro.

“Há respaldo legal para coibir práticas que têm acontecido cotidianamente e que só ajudam a confundir o consumidor. É ilegal uma empresa fazer falsa representação sobre normas, qualidade, valores, composição ou história de um produto. Apelos ambientais devem ser relacionados com benefícios ambientais reais”, explica....

...As normas da legislação europeia estipulam valores limites ou níveis máximos de resíduos para determinadas substâncias no conteúdo de produtos, o potencial de reciclagem e a degradabilidade, entre outros fatores. ...

Portanto, antes de imprimir, divulgar e rotular uma embalagem como sendo biodegradável (hidrobiodegradável, compostável, ou oxibiodegradável), certifique-se através de provas e certificações independentes, evitando iludir o consumidor. Os detentores das tecnologias e matérias primas, os fabricantes e distribuidores, incluindo quem ao final oferece este tipo de embalagem para o consumidor, todos são responsáveis e respondem solidariamente perante a justiça caso a embalagem não cumpra os atributos e vantagens ambientais prometidos.