PAPEL DOS CONSUMIDORES

O PAPEL DOS CONSUMIDORES NO PROCESSO DE ROTULAGEM AMBIENTAL

Guy Ladvocat – Fevereiro de 2010

DESAFIO

QUAL É:

Atingir a meta de mudança em direção ao consumo sustentável e estilo de vida.

O envolvimento de todos os atores sociais – governo, empresas, sociedade civil, instituições de pesquisa – é necessário.

O PAPEL DA SOCIEDADE CIVIL É CONSIDERADO CRUCIAL

SOCIEDADE CIVIL COMO PARCEIRO ESTRATÉGICO

Envolver consumidores como parceiros estratégicos na promoção de padrões de consumo e produção sustentáveis

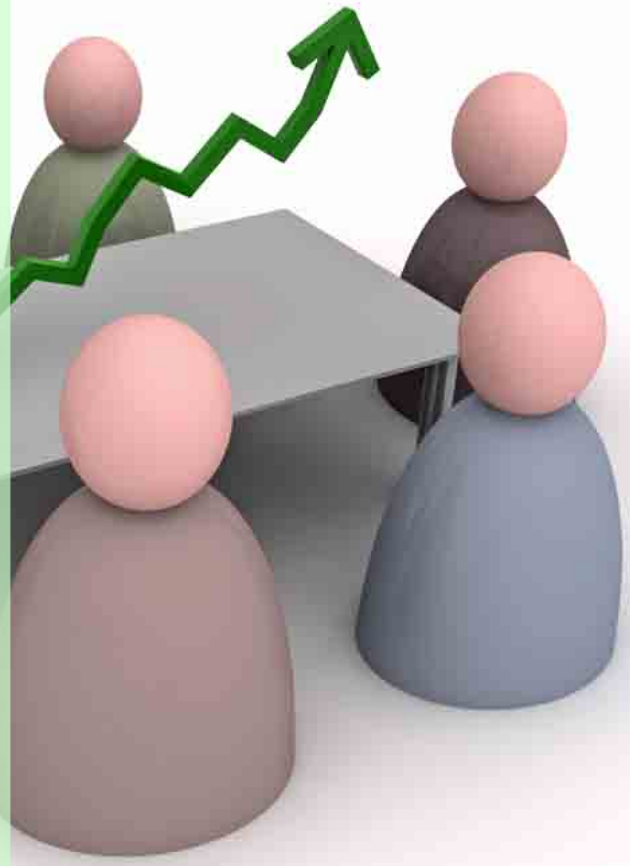
Geralmente cidadãos e sociedade civil são encarados de forma inespecífica

Fica evidente que políticas e programas deste tipo correm alto risco de falhar

Se as pessoas não entendem a necessidade de mudança, como podem esperar apoio para as reformas políticas associadas ao desenvolvimento sustentável?

DE GOVERNO PARA GOVERNANÇA

- Políticas modernas de meio ambiente e sustentabilidade mais conceituadas como modelos de governança
- Participação e cooperação: estratégias fortes para as políticas de desenvolvimento sustentável
- Potencial da sociedade civil para as reformas necessárias para o desenvolvimento sustentável é maior do que o normalmente esperado
- Questão crucial: como mobilizar o “capital adormecido” da sociedade civil



NECESSIDADE DE MUDANÇA

Políticas práticas e eficazes de desenvolvimento sustentável e produção e consumo sustentáveis:

- ⇨ Bom entendimento dos diferentes papéis dos diferentes atores
- ⇨ Necessidade de desenvolver uma abordagem política integrativa
- ⇨ Criar um forte comprometimento e movimento social para um futuro sustentável

SOCIEDADE CIVIL: UM FORTE AGENTE DE MUDANÇA PARA PCS?

FALHAS DA ATUAL POLÍTICA DE PCS

- ⇨ Superar falhas na formulação de políticas em sociedades de estilo de vida moderno (desafio do PCS)
- ⇨ Antecipar a dinâmica social destas sociedades
- ⇨ Formatar políticas que apóiem dinâmicas existentes e não contrariá-las

VENCER O DESAFIO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO DIA-A-DIA (DILEMA DO "CONSUMIDOR SUSTENTÁVEL")

SUPERANDO O DILEMA SOCIAL

- Pessoas se motivam para envolvimento ativo se outros (empresas, governos e políticos) também se comprometem a fazer as mudanças necessárias

- Supera o dilema social de se tornar um "perdedor social" ao agir de forma sustentável

INTERAÇÃO ENTRE FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS DE PCS E A SOCIEDADE CIVIL

DUAS QUESTÕES CRUCIAIS:

- ⇨ Como formular uma política de PCS que atenda às necessidades especiais da sociedade civil?
- ⇨ Como definir o papel da sociedade civil para tornar mais efetiva a implementação da política em direção ao desenvolvimento sustentável/produção e consumo sustentáveis?

O papel das organizações de consumidores na sociedade moderna

- Fenômeno da sociedade moderna
- Sociedades modernas = "sociedades de consumo"
- Revolução industrial – mudanças sociais, políticas, econômicas, técnicas e culturais
- "consumismo": produção e consumo em massa e forte orientação para cultura de mercado ou de consumo

Movimento social para formas alternativas de se viver

DIRETRIZES DA UE – IMPORTANTE MARCO

ASSEMBLÉIA GERAL 1985

- Alcançar a proteção da população
- Padrões de produção x desejo dos consumidores
- Conduta ética
- Controlar práticas abusivas
- Cooperação internacional
- Mais escolhas com baixo preço

PRINCÍPIOS E AÇÕES

- Capacitação
- Saúde e segurança
- Interesses econômicos
- Acesso a informações
- Educação do consumidor
- Compensação ao consumidor
- Liberdade para organizações

CONSUMO SUSTENTÁVEL 1999

- Estrutura política
- Garantir a participação pública
- Utilizar combinação de políticas
- Produtos seguros, saudáveis e eco-eficiente (eco-design)
- Ensaios ambientais imparciais

ALGUMAS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES

CONSUMER's INTERNATIONAL (CI)
Federação global de organizações de consumidores com 220 membros em 115 países

EUROPEAN LEVEL
Engloba várias organizações de consumidores. Defende os interesses de aproximadamente 500 milhões de consumidores na EU

BUREAU EUROPÉEN DES UNIONS DES CONSOMATEURS (BEUC)
Maior e mais importante associação de consumidores europeus

EUROPEAN ENVIRONMENTAL BUREAU (EEB)
Tem 143 membros em 31 países da Europa

FRIENDS OF THE EARTH
Rede de ações globais de importantes grupos em 77 países

CAMPO DE AÇÕES

OBJETIVOS COMUNS

- ⇨ Formatação da agenda política e estrutura política (incluindo a legislação)
- ⇨ Apoiar a implementação da política
- ⇨ Capacitação
- ⇨ Educação e informação para o consumidor
- ⇨ Campanhas e divulgações
- ⇨ Cooperação estratégica com governos e empresas
- ⇨ Pesquisas com consumidores

LIMITAÇÕES FINANCEIRAS

GARGALO DAS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES:

- ⇨ **Capital de risco e parcerias públicas e privadas**
- ⇨ **Fornecimento de novos serviços**
- ⇨ **Financiamento de projetos por fundações (públicas, governamentais, empresas)**
- ⇨ **Campanhas**
- ⇨ **Programas assistenciais de desenvolvimento**

ENVOLVIMENTO DAS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES NA ROTULAGEM AMBIENTAL

- ⇨ Consultoria na formatação de políticas para a rotulagem ambiental
- ⇨ Representação das partes interessadas na direção da rotulagem ambiental
- ⇨ Participação no desenvolvimento de critérios
- ⇨ Parceria estratégica na promoção da rotulagem ambiental em campanhas públicas
- ⇨ Organizações de verificação
- ⇨ Ensaios de produtos rotulados
- ⇨ Educação e informação para os consumidores
- ⇨ Campanhas
- ⇨ Responsabilidade social corporativa e rotulagem ambiental

CONCLUSÕES IMPORTANTES

- ⇨O papel da sociedade civil nestes movimentos é crucial
- ⇨Na formulação das políticas de PCS o papel da sociedade civil é frequentemente subestimado ou inadequadamente considerado
- ⇨O envolvimento da sociedade civil/organizações de consumidores é chave para aumentar o alcance das políticas relacionadas com a PCS
- ⇨Capacitação nestas organizações é requisito para facilitar práticas de consumo sustentável e construir parcerias estratégicas
- ⇨Na rotulagem ambiental, as várias funções das organizações de consumidores necessitam ser melhor consideradas e fortalecidas

Qualidade Ambiental ABNT

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT

www.abnt.org.br/rotulo

Contatos: Guy Ladvocat (55.21.3974-2306)/ Antonio Parente (55.11.3017-3626)
guy.ladvocat@abnt.org.br / antonio.parente@abnt.org.br