

Caminhos para combater as práticas de *greenwashing*

Rafael Rioja Arantes
Coordenador de Consumo Sustentável

Comissão de Legislação Participativa (CLP)

28. 06. 2023



CONVITE

O presidente da Comissão de Legislação Participativa,
Deputado Zé Silva (Solidariedade-MG)
tem a honra de convidar para:

AUDIÊNCIA PÚBLICA:

Sustentabilidade na produção e consumo de alimentos

Data: 28/06
Horário: 13:30 - 15:30
Local: Câmara dos Deputados
Anexo II, Plenário 3
Corredor das Comissões

O evento será transmitido pelo canal da Câmara dos Deputados
no YouTube e pela página da Comissão na internet.

Realização:



Virada
Parlamentar
Sustentável

Comissão de
Legislação Participativa



1. Contextualizando as evidências
2. Pesquisa e práticas: *greenwashing*
3. Leis, regulações e experiências internacionais
4. Recomendações: Caminhos para avançar

DE QUAIS SISTEMAS ALIMENTARES ESTAMOS FALANDO?

Saúde humana, planetária, biodiversidade e justiça socioambiental



(Marizilda Cruppe - HRW, 2018)



(Gregg Segal, Daily Bread)



DE QUAIS SISTEMAS ALIMENTARES ESTAMOS FALANDO? AS EVIDÊNCIAS



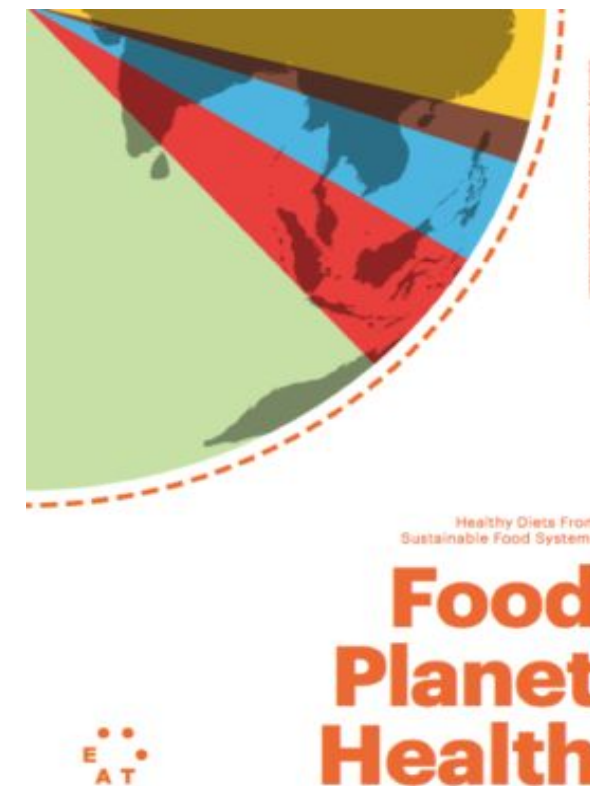
The Global Syndemic of Obesity, Undernutrition, and Climate Change: *The Lancet* Commission report

Boyd A Swinburn, Vivica I Kraak, Steven Allender, Vincent J Atkins, Phillip I Baker, Jessica R Bogard, Hannah Brinsden, Alejandro Calvillo, Olivier De Schutter, Raji Devarajan, Majid Ezzati, Sharon Friel, Shifalika Goenka, Ross A Hammond, Gerard Hastings, Corinna Hawkes, Mario Herrero, Peter S Hovmand, Mark Howden, Lindsay M Jaacks, Ariadne B Kapetanaki, Matt Kasman, Harriet V Kuhnlein, Shiriki K Kumany, Bagher Larijani, Tim Lobstein, Michael W Long, Victor K R Matsudo, Susanna D H Mills, Gareth Morgan, Alexandra Morshed, Patricia M Nece, An Pan, David W Patterson, Gary Sacks, Meera Shekar, Geoff L Simmons, Warren Smit, Ali Tootée, Stefanie Vandevijvere, Wilma E Waterlander, Luke Wolfenden, William H Dietz

Executive summary

Malnutrition in all its forms, including obesity, undernutrition, and other dietary risks, is the leading cause of poor health globally. In the near future, the health effects of climate change will considerably compound these health challenges. Climate change can be considered a pandemic because of its sweeping effects

Member States at successive World Health Asser meetings over nearly three decades, but have not been translated into meaningful and measur change. Such patchy progress is due to what Commission calls policy inertia, a collective term for combined effects of inadequate political leadership governance to enact policies to respond to The Gl

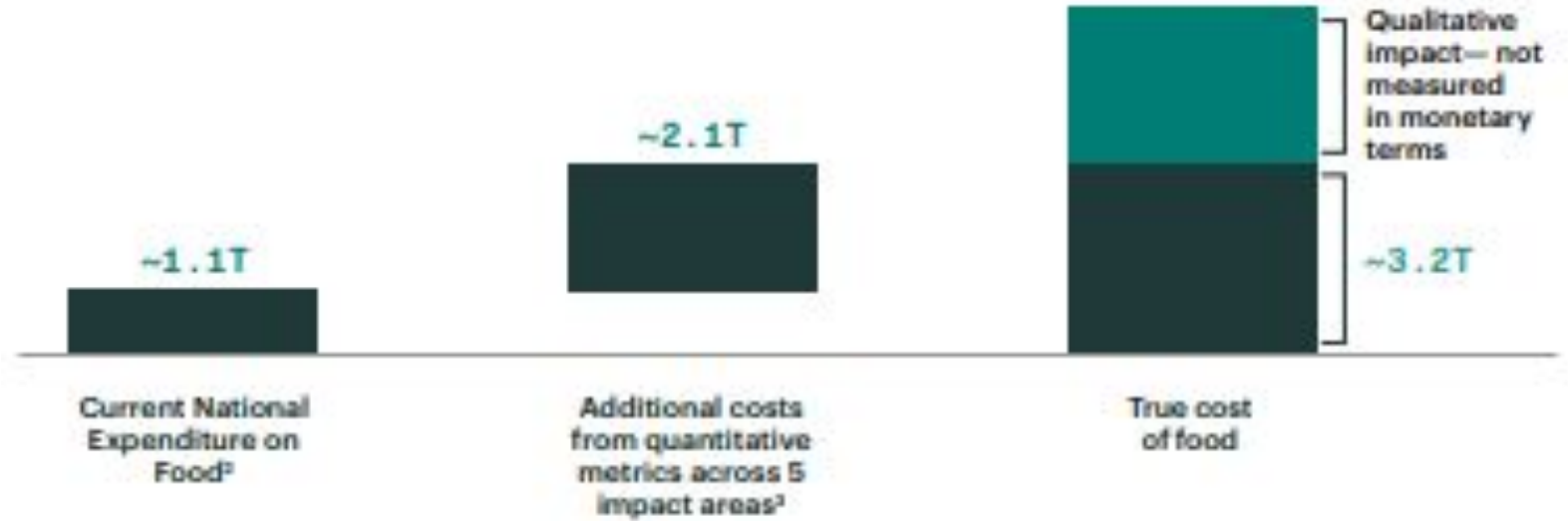




True Cost of Food Measuring What Matters to Transform the U.S. Food System



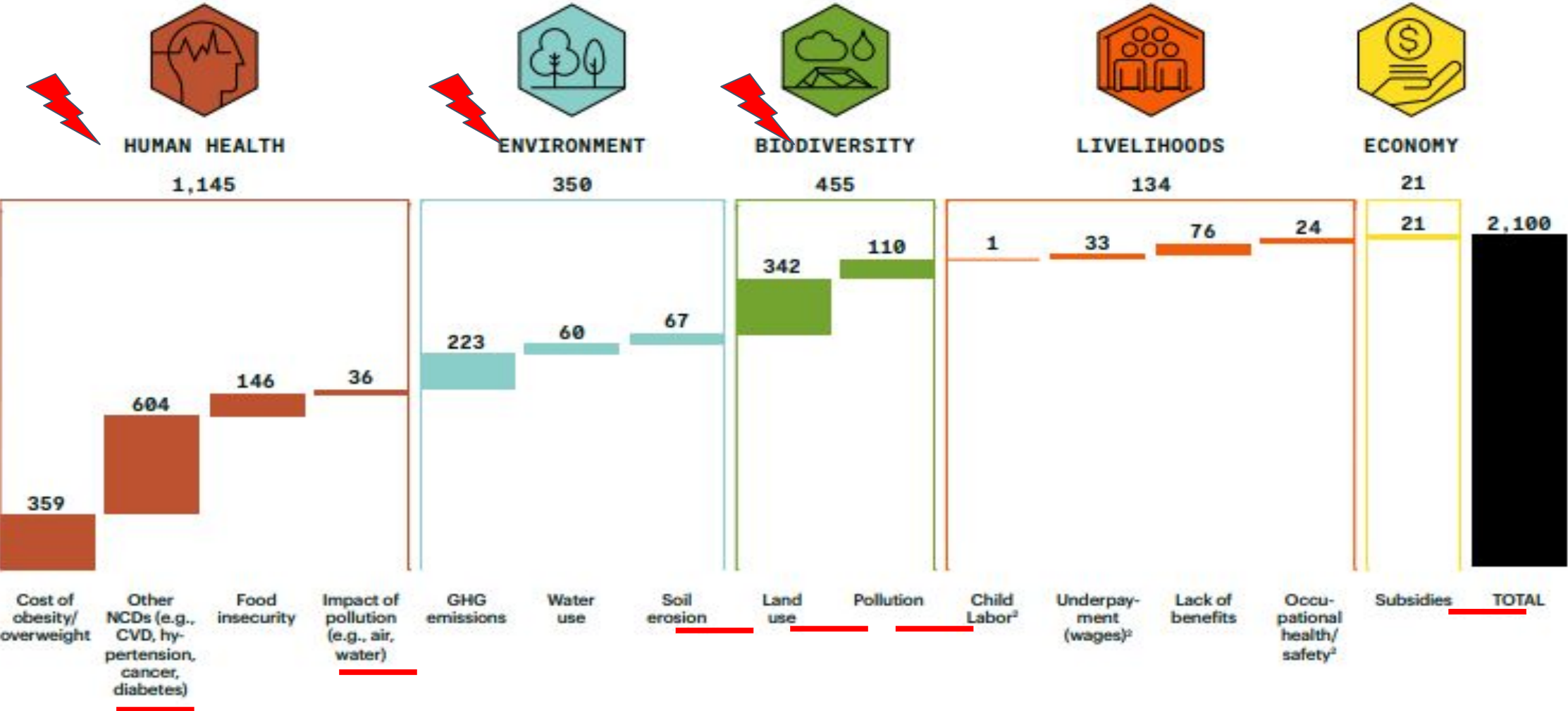
ESTIMATED TRUE COST OF FOOD IN THE U.S., ANNUAL (T USD)



Enquanto país (Estados Unidos), nós gastamos um total de \$1.1 trilhões (dólares) por ano com alimentação. Mas quando os impactos de diferentes partes dos sistemas alimentares em nossa sociedade – incluindo **custos crescentes em saúde, mudanças climáticas e perda da biodiversidade** – são contabilizados, a conta aumenta. Ao contabilizar tais externalidades, o **custo real da alimentação** chega a pelo menos **\$3.2 trilhões** ao ano.

SISTEMAS ALIMENTARES: O REAL CUSTO

COSTS FROM QUANTITATIVE METRICS ACROSS 14 KEY METRICS¹, ANNUAL (bn USD)



GREENWASHING: O que é?



Diretrizes para o Fornecimento de Informações Sobre a Sustentabilidade dos Produtos

Orientação global para a realização de alegações efetivas de atributos ambientais, sociais e econômicos, para informar e viabilizar a escolha do consumidor



Entendido como uma **tentativa das empresas de enganar os consumidores** e comercializar produtos como se eles fossem mais **ecologicamente corretos do que realmente são**. Isso pode ser um **exagero** ou deturpação de um desempenho ambiental aprimorado, uma **alegação que não pode ser verificada**, que é **irrelevante** ou **simplesmente falsa**.

Embora "green" ("verde", em inglês) esteja relacionado a alegações **ambientais**, a expressão às vezes é também usada no contexto de informações **sociais e éticas sobre produtos**.

O "greenwashing" tem o potencial de **enganar e desmotivar os consumidores** a comprar e usar produtos mais sustentáveis e **penalizar os provedores de informação que aderem à orientação apropriada**.

Os sete pecados da Mentira Verde: *Terra Choice, Canada.*



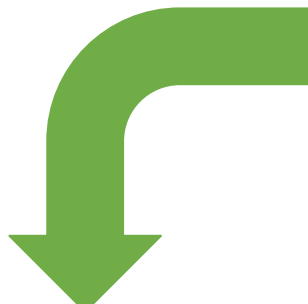
**MENTIRA
VERDE**



A prática de **GREENWASHING**
nos produtos de higiene, limpeza e utilidades
domésticas no mercado brasileiro
e suas relações com os consumidores

<https://idec.org.br/greenwashing/pesquisa>

Evidências sobre a prática de **GREENWASHING**



Foram encontrados nos supermercados **509 produtos** com alguma alegação de cunho socioambiental, sendo que **67% (341 produtos)** corresponde à categoria de higiene e cosméticos, seguido de limpeza, **17% (89 produtos)**; e utilidades domésticas, **16% (79 produtos)**.

É GREENWASHING OU NÃO É? | AVALIAÇÃO FINAL DOS PRODUTOS

Avaliação	Número de produtos	%
É <i>Greenwashing</i>	243	48%
Não é <i>Greenwashing</i>	266	52%

METODOLOGIA DA PESQUISA: Para identificar a Mentira Verde, o estudo levou em consideração os seguintes parâmetros:

- **Código de Defesa do Consumidor** (Lei nº 8.078, de 1990);
- **Política Nacional de Resíduos Sólidos** (Lei nº 12.035, de 2010);
- **Norma ABNT ISO 14.021/2017**;
- Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do **Conar** (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária);
- “**Sete pecados do Greenwashing**”, definidos pela organização internacional TerraChoice.

→ As **empresas fabricantes** dos produtos cujos rótulos tinham **alegações que eram Greenwashing** foram **notificadas** com o requerimento de alteração das embalagens. No caso das empresas cujos produtos apresentaram alegações que poderiam ser Greenwashing, foi tentado contato com o SAC. Não obtendo sucesso, o Idec também notificou essas empresas, **pedindo mais informações e comprovações** sobre suas **alegações ambientais**. Caso confirmado o Greenwashing, também pedindo a **alteração dos rótulos**.

Evidências sobre a prática de **GREENWASHING**

TOTAL POR CATEGORIA ANALISADA DOS QUE COMETEM **GREENWASHING**



Inconsistências e lacunas entre intenções, práticas e mudanças

Bem-Estar Animal



O tema transversal de "Bem-estar animal", como o nome sugere, avalia se as políticas de investimento e financiamento das instituições financeiras possuem diretrizes que levam em conta o tratamento adequado dos animais de produção e que asseguram proteção aos animais silvestres. O tema foi incluído na avaliação de políticas do GBR em

2022 e lança luz aos compromissos assumidos pelos bancos ao investir e financiar empresas nos setores da pecuária, pesca, peles e couro, produtos farmacêuticos, cosméticos, criação de animais de estimação, recreação, esportes e entretenimento. No Apêndice, todos os elementos de avaliação estão listados na íntegra.



Tabela 20. Classificação no tema Bem-Estar Animal

Bancos	2020	2022
Caixa	-	0
Banco do Brasil	-	0
BNDES	-	0
BTG	-	0
Bradesco	-	0
Itaú	-	0
Safra	-	0
Santander	-	0
Média:	-	0

PARALELOS COM LEGISLAÇÕES EXISTENTES

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.



Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 19.12.2003)

Paralelos com legislações existentes: Código de Defesa do Consumidor (CDC)

Art. 6º: São direitos básicos do consumidor:

III - a **informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços**, com **especificação correta** de quantidade, características, composição, qualidade, **tributos incidentes** e preço, bem como sobre os **riscos que apresentem**;

IV - a **proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais**, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;



Paralelos com legislações existentes: Conar

4. Princípios do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – Conar - Lei Federal 4.680/65

- Concretude
- Veracidade
- Exatidão e clareza
- Comprovação e fontes
- Pertinência
- Relevância
- Absoluto
- Marketing relacionado a causas

Fragilidades da autorregulação do Conar:

- Faz apenas recomendações às empresas;
- Baixa capacidade de efetivar, fazer cumprir e dar transparência sobre a aplicabilidade

Compromissos internacionais que podem ser mobilizados: Combater a Mentira Verde no Brasil

Box 1 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e informação ao consumidor

12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



**Meta 12.8 do Objetivo do Desenvolvimento Sustentável (ODS)
12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis:**

*Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham
informação relevante e conscientização para o desenvolvimento
sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza.*

Compromissos internacionais que podem ser mobilizados: Combater a Mentira Verde no Brasil

Políticas ambientais

União Europeia fecha o cerco contra o 'greenwashing'

Lei proíbe empresas de fazer alegações ambientais sem comprovação ou baseadas apenas na compensação de carbono

Dados inventariados pela UE:
53,3% das declarações "verdes" sobre produtos feitos no Bloco são consideradas "vagas", "errôneas" ou "infundadas".

- empresas são **obrigadas a apresentar provas** científicas daquilo que alegam;
- **sanções** serão aplicadas em caso de **descumprimento**;
- **proibição** da simples **menção** à compensação de carbono

CAMINHOS PARA AVANÇAR NO BRASIL

Via ratificação e regulamentação do Acordo de Escazú



Artigo 6 - Geração e divulgação de informação ambiental

10. Cada Parte assegurará que os **consumidores** e usuários contem com **informação oficial, pertinente e clara sobre as qualidades ambientais** de bens e serviços e seus efeitos sobre a saúde, favorecendo padrões de consumo e produção sustentáveis.

12. Cada Parte adotará as medidas necessárias, através de **marcos legais e administrativos**, entre outros, para promover o **acesso à informação ambiental** que esteja em mãos de entidades privadas, em particular a **relativa às suas operações e aos possíveis riscos e efeitos sobre a saúde humana e o meio ambiente**.

13. Cada Parte incentivará, de acordo com suas capacidades, a **elaboração de relatórios de sustentabilidade de empresas públicas e privadas**, em particular de grandes empresas, que reflitam seu desempenho **social e ambiental**.

CAMINHOS PARA AVANÇAR NO BRASIL

Levantamento de PL em tramitação na CD (nº 6)

- **PL 2041/2021:** Dispõe sobre a **realização de propagandas e publicidade** para promoção de imagem ambiental positiva por empresas detentoras de passivos ambientais.
- **PL 4752/2012, arquivado:** **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
- **PL 1817/2022, apensado ao PL 3899/2012, que institui a Política Nacional de Estímulo à Produção e Consumo Sustentáveis:** Altera a Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, que dispõe sobre as Sociedades por Ações, a Lei nº 6.938, de 1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente e a Lei nº 14.133, de 2021 (Lei de Licitações e Contratos Administrativos), fim de induzir a adoção de boas práticas ambientais, sociais e de governança.

CAMINHOS PARA AVANÇAR NO BRASIL

Levantamento de PL em tramitação na CD (nº 6)

- **PL 2838/2022:** Estabelece normas e diretrizes para o desenvolvimento e aplicação da **Taxonomia Ambiental e Social** de atividades econômicas, projetos de infraestrutura e tecnologias para fins de destinação de incentivos econômicos, fiscais e creditícios e outras providências.
- **PL 5123/2020:** Dispõe sobre o Sistema de **Avaliação e Certificação da Conformidade Ambiental, Social e de Governança – CertiASG – Óleo e Gás** — que trata das normas voluntárias de sustentabilidade para certificação de processos das cadeias produtivas relacionadas à produção de óleo e gás e dá outras providências.
- **PL 735/2022:** Cria o Selo Investimento Verde.

RECOMENDAÇÕES: Caminhos para avançar

- (1) Construção de **regulamentação federal** detalhada sobre o tema, de modo a suprir as lacunas e dar mais harmonia entre as diversas regulamentações;
- (2) Regulamentação específica sobre **rotulagem ambiental e combate ao *greenwashing***;
- (3) Fortalecimento dos mecanismos de **acesso, monitoramento, transparência, denúncia e fiscalização** dos Procons e do Consumidor.gov;
- (4) **Ratificação do Acordo de Escazú**



AGRADEÇO!

rafael.rioja@idec.org.br



idec.org.br



coex@idec.org.br



fb.com/idecbr



[@idec](https://twitter.com/idec)