

Consumidor já valoriza a certificação

Daniela Chiaretti

O consumidor brasileiro compraria um produto florestal com certificado ambiental e pagaria um valor maior por isso. E mais gente diz que daria preferência a carnes, frutas ou legumes que viessem com um selo garantindo sua produção de acordo com o manual socioambiental, mesmo que fossem mais caras que as de origem incerta e duvidosa.

É este o diagnóstico de uma pesquisa Datafolha encomendada pela ONG ambientalista Amigos da Terra - Amazônia Brasileira e feita com 2055 pessoas, de 18 anos ou mais, espalhadas pelo país. No primeiro caso, 81% dos entrevistados disseram que sim, escolheriam madeiras, pisos, portas ou mel e castanhas que fossem mais "verdes" e socialmente justos. No segundo, 85% revelaram que pagariam mais caro por produtos agrícolas ou carne certificada - uma prática recente e ainda tímida no Brasil. "A pesquisa mostra uma familiarização progressiva do brasileiro com o tema e a disponibilidade de pagar por isso" comemora Roberto Smeraldi, diretor da Amigos da Terra. "E pedir o mesmo nos produtos agropecuários me parece uma evolução importante".

O ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues, hoje coordenador do Centro de Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas, é mais cético e relativiza a promessa do consumidor. "Este mercado ainda não é claro", diz. "Na hora de expressar a intenção, o pessoal diz que pagaria mais. Mas lá no supermercado, quando se apresenta um produto mais caro e outro mais barato, o cliente fica com o barato." E emenda: "Mas acho que, no longo prazo, isso vai acontecer."

Smeraldi e Rodrigues, junto de outros ambientalistas, produtores e sindicalistas, estão à frente de uma experiência pioneira no país - a Iniciativa Brasileira para Certificação Agrícola e Pecuária -, que começou há três anos. A lógica do movimento é a constatação que o Brasil está em primeiro ou segundo lugar na produção das principais commodities do mundo e seria natural que liderasse um processo de certificação agropecuária. "Não quero correr o risco de ter que engolir a certificação de terceiros ou uma picaretagem", diz Rodrigues. "Pensamos em montar algo sério, uma certificação sobre a égide do tropicalismo, em um processo de equilíbrio entre produtor, ambientalista e consumidor."

Dentro do fórum, ambientalistas e exportadores puxam o coro de critérios rigorosos, para dar credibilidade ao processo. Quem trabalha mais no mercado interno tende a puxar o freio, dizer que muita sofisticação excluirá participantes. A sinalização da pesquisa Datafolha, no entanto, é a de que os consumidores querem conhecer a origem dos produtos que compram. Há dois anos, uma outra pesquisa com amostra semelhante foi feita pelo Ministério do Meio Ambiente com a organização não governamental ISER e conduzida pelo Vox Populi. Ali, a marca da mais famosa certificação no Brasil, o selo FSC do Forest Stewardship Council, era desconhecida do público. Agora, na enquete Datafolha, 20% dos entrevistados disseram conhecer produtos com selo FSC. De maneira espontânea, citaram a Faber-Castell e a Natura como empresas que exibem o selo em seus produtos.

"Apesar da crise e de tudo o que está acontecendo, nunca a certificação cresceu tanto", diz o biólogo brasileiro Roberto Waack, chairman do FSC, entidade internacional com base na Alemanha. "Os níveis de crescimento são históricos", reforça. O Brasil, lembra, é muito forte no segmento de florestas plantadas, mas tem participação tímida na produção de madeira tropical certificada. Luis Fernando Guedes Pinto, secretário-executivo do Imaflora, o principal certificado do Brasil, diz que "a sociedade brasileira acordou para o fato que a agropecuária é o grande vetor de impacto no país, seja de desenvolvimento, degradação ou condições de trabalho". Segundo ele, o consumidor ainda não entende a conexão que o açúcar, o café ou o bife têm com o ambiente ou a vida das pessoas. "Mas começa a demonstrar que quer ser informado sobre isso". No front empresarial, destaca, "existe um grupo de empresários que merece ser diferenciado, que têm tecnologia, conservam o ambiente, tratam bem seus trabalhadores, e a prova disso é que a certificação só aumenta. É um instrumento diferenciador, a garantia daquela diferença."

A pesquisa Datafolha não explorou um dos tópicos mais atuais no debate de selos e rótulos - o dos produtos que têm organismos geneticamente modificados, mais conhecidos como transgênicos, em sua formulação. A legislação determina, mas os fabricantes não rotulam, amparando-se na ambiguidade da lei ou na dificuldade de se provar a presença do transgênico no produto. "Todos têm o direito de saber o que estão comendo" diz Rafael Cruz, coordenador da campanha transgênicos do Greenpeace. "Se podemos saber se um produto tem corantes porque não saber que foi modificado geneticamente?" questiona. "As empresas têm que cumprir a determinação e o Ministério da Agricultura deve fiscalizar a cadeia, do campo à prateleira."

Você daria preferência a um produto agrícola ou pecuário certificado?									
Resultados da pesquisa do Datafolha									
Resposta	Resultado final	Divisão por sexo		Divisão por idade			Divisão por escolaridade		
		Masculino	Feminino	18 a 29 anos	30 a 49 anos	50 anos ou mais	Fundamental	Médio	Superior
Sim, daria preferência, mesmo com preço um pouco superior (%)	85	88	81	88	86	79	75	86	91
Não daria preferência (%)	13	10	15	11	13	16	20	13	8
Não sabe (%)	2	1	3	2	1	5	5	1	1
Nº de entrevistados	2.055	984	1.071	680	827	548	572	847	636

Resposta	Divisão por classe econômica			Divisão por ocupação		Divisão por renda familiar		
	A/B	C	D/E	PEA*	Não PEA	Até 5 salários mínimos	De 5 a 10 salários mínimos	Mais de 10 salários mínimos
Sim, daria preferência, mesmo com preço um pouco superior (%)	89	83	74	86	83	83	89	93
Não daria preferência (%)	10	15	19	12	15	15	10	6
Não sabe (%)	1	2	7	2	2	3	2	1
Nº de entrevistados	941	891	214	1399	891	1233	316	231

Fonte: Datafolha. * População economicamente ativa

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 18 maio 2009, Empresas & Tecnologia, p. B12.