

Certificação

Nelson Diehl

Certificação

Falar sobre certificação é falar sobre como se dá o **processo de geração de credibilidade** a um produto, serviço ou aos processos que a eles estão imbutidos.

Este processo é que, na minha opinião, necessitamos analisar profundamente para que possamos criar numa relação o mais horizontal possível os critérios confiáveis e transparentes para aquilo que desejamos oferecer a consumidores deste produto ou serviço.

Acredito e os fatos o confirmam que esta questão da certificação está embutida no kit (pacote) do neo-liberalismo. Falar sobre certificação como está sendo apresentado é seguir as determinações da OMC.

Dentro do grupo dos latino-americanos eu me incluo no grupo que não é contra a certificação, É, sim, contrária a certificação imposta, autoritária, excludente e nada confiável.

Pensamos que há três maneiras de se construir a geração de credibilidade:

1- com o trabalho

2- com o trabalho na forma de rede ou

3- com o poder do dinheiro.

1 - com trabalho

A geração de credibilidade a um produto ou serviço construída ao longo do tempo. O produtor (produto ou serviço) e o consumidor constroem conjuntamente os acordos e critérios. Qualidade, preço e satisfação são os ingredientes deste processo de geração de credibilidade. Geralmente não são produzidos em grande quantidade e são caros para quem deseja consumi-los. São as marcas famosas que hoje tem grande visibilidade, mas pode ser um pequeno comerciante, profissional liberal, ou velho artesão. São iniciativas que cumprem os acordos com os consumidores e a coerência no fazer é rigorosamente executado. Geralmente estas iniciativas tem em comum o prazer pelo que fazem acima das questões monetárias. Devemos destacar também que a geração de credibilidade através do trabalho é uma marca do pioneirismo, dos desbravadores de caminho e, portanto, tem forte componente de individualismo. Não é ir contra a corrente mas seguir o seu próprio caminho. Alguns denominam esta geração de credibilidade de autocertificação, o que em parte está correto.

2 - com o trabalho na forma de rede

A geração de credibilidade na forma de rede é construída de forma mais rápida do que a primeira. Segue a linha *me digas com quem andas que eu direi quem tu és*. A credibilidade vem das relações, da trama da vida que a iniciativa construiu ao longo do tempo, onde isoladamente não sou ninguém. Os acordos são informais, mas consistentes na sua execução. Pode-se entender de uma forma unidimensional como o currículo da iniciativa. No campo da iniciativa do indivíduo vemos um jovem recém formado ser estagiário num escritório famoso, o fato dele incluir no currículo este estágio o gabarita para conseguir um bom emprego ou montar o seu próprio escritório. No Rio Grande do Sul a Cooperativa Ecológica Coolméia em meados da década de 90 serviu de apoio para novas iniciativas que produziam ecologicamente, mas ela se apoiava para tomar a decisão de incluir tal iniciativa quando analisava detidamente a *trama de sua vida*. Hoje esta rede de credibilidade está com muito mais pontos, portanto bem mais complexa. A credibilidade na forma de rede necessita ter vários planos e muitos pontos para que tenha boa consistência sua credibilidade. Um ponto não pode superar o outro a força está na coopeação. A credibilidade na forma de rede sempre foi muito informal e pouco analisada. Atualmente, bons teóricos estão sistematizando esta forma de relação. No Brasil a certificação para produtos orgânicos pode ser feita através da formação de redes, é grande o esforço para formalizá-la e enquadrá-las nas normas federais.

3- com o poder do dinheiro.

A geração de credibilidade através do dinheiro se manifesta de duas formas através da compra de certificado e ou através da propaganda e estratégias de vendas. É o processo mais rápido e se obter credibilidade a um produto, serviço ou processo. Este certificado é formalizado, escriturado e legalizado junto aos órgãos públicos. Obter este certificado tem como objetivo aumentar a vantagem competitiva através da diferenciação e ou criar mecanismos impeditivos aos concorrentes. Outra característica importante deste tipo de geração de credibilidade é o seu conjunto complexo de exigências. Todos onerosos para os pequenos mas exequível para os que possuem capital. A nível internacional temos o exemplo é o certificado ISO e IFOAM. No Brasil há os certificados da indústria de beneficiamento do café, da indústria de brinquedos ambos formado por grandes e poucas empresas.

Diante, do "novo" conceito de quanto menos estado melhor (falácia neo-liberal) este tipo de certificação quer ter poder de polícia e força. Temos como exemplo ao processo de certificação para os produtos orgânicos no Brasil onde desejam que seja proibida a geração de credibilidade através do trabalho ou na forma de rede não formalizadas. E a nível internacional temos as regras impostas pela OMC.

Este tipo de geração de credibilidade necessita passar ao consumidor a idéia do fiscal, do produtor suspeito e principalmente da sua grande eficiência. Como geralmente este tipo de certificação custa um valor alto de dinheiro interessa ao produtor participar deste jogo, pois os ganhos são promissores.

Outra característica importante é que todo o produto que obtém credibilidade através do dinheiro e propaganda custa mais caro e é direcionado para a elite - regional, nacional e internacional(países do norte).

Devemos salientar também seu caráter excludente, não interessa e é contrário aos seus objetivos que muitos tenham a mesma certificação. Se o mesmo ocorre, o selo perde interesse, e então surge a necessidade de se criarem novas regras e novos selos. Temos como exemplo o processo certificador ISO que começou com o ISO 4000 e hoje está no ISO40.000!

Quanto a questão de que a diferença entre a certificação do produto orgânico e do comércio justo é de quem é o pagador, não acredito nesta simplificação. Analisando o texto acima vemos que você é apegado ao processo de geração de credibilidade construída pelo poder do dinheiro. Portanto ambas possuem as mesmas características, e pouco altera se é o produtor quem paga a certificação mas sim se o produto chega ao consumidor final com seus custos cobertos.

Para mim o Comércio Justo é o **comércio horizontal e democrático**. Como se dão as correlações de forças e de poder entre o produtor, intermediário e o consumidor é fundamental para se confirmar se o comércio é justo ou não é.

Quando estive na Europa vi café e cacau importado da América Latina e África quatro a cinco vezes mais caro que os tradicionais. Será que o produtor está ganhando quatro a cinco vezes mais pelo seu produto? Será que o produtor participa dos ganhos e gastos existentes na intermediação? Será que o produtor certifica os intermediários (ONGS e comerciantes)?

Para mim o mais importante é ter claro quem é o certificador e como se dará essa relação de poder. Também é importante como se dará a comunicação com o consumidor final, quem determina o que é dito ou não dito, se o consumidor participa ou não do processo.

Não podemos criar novas estruturas que explorem o produtor e o coloquem em suspeição e tirem o seu empoderamento. Como também tirem o papel do consumidor de ser agente ativo de sua história e trama de vida.

Governo e comércio justo

O papel do governo pode ser muito importante para o alavancamento do comércio justo criando normas e mecanismos facilitadores para que haja relações comerciais justas e democráticas.

Para mim é fundamental que os governos de um modo em geral fortaleçam com prioridade as relações comerciais internas e locais. Pois somente sendo forte e independente com os que estão próximos é que se poderá ter uma relação justa e democrática nas relações com os mais distantes, como por exemplo no caso de exportar para os países mais ricos.

Nelson Diehl

Co-animador do canteiro "Consumo ético"
animation@consumption.socioeco.org