

O exemplo de Xanxerê

Para quem pensa que, quando se mexe no bolso das pessoas, a conscientização fica mais fácil, Xanxerê é um exemplo concreto.

Diferente do que se pode imaginar, a ideia de não distribuir mais as sacolas de plástico tradicionais veio das próprias redes de supermercado da cidade de pouco mais de 40 mil habitantes, no interior de Santa Catarina.

Preocupados com o uso abusivo das sacolas e ligados nas tendências mundiais, os supermercadistas decidiram vender em vez de distribuir as sacolas em suas lojas. O foco, no entanto, era a importância da reutilização – fosse de uma sacola de pano ou de plástico ou uma caixa de papelão.

Na Secretaria Municipal do Meio Ambiente e em outras entidades locais, encontraram o apoio que precisavam para efetivar a ideia de conscientização. O projeto, que durou seis meses, teve imprensa, escolas e associações de moradores como grandes alvos.

– Sem uma rede de apoiadores não é possível mudar nada – garante Edson Marció, supermercadista e um dos coordenadores do projeto.

Para banir as embalagens plásticas, sacolas retornáveis foram disponibilizadas a preço de custo, e cerca de 3 mil unidades foram doadas para famílias carentes da cidade. Hoje, a unidade de sacola plástica tradicional é vendida por R\$ 0,10, e a de papel, por R\$ 0,25, em 90% dos supermercados locais. Os que não fazem parte do projeto são, em sua maioria, pequenos armazéns.

Um ano depois do início da campanha, os números podem surpreender até mesmo os céticos. Mais de 84% da população diz ter se adaptado à nova realidade, e um número ainda maior, 86%, garante aprovar o uso das sacolas retornáveis.

Dessa forma, mais 11 cidades no oeste de Santa Catarina replicaram o projeto e outras quatro estão em fase de implantação. Todas com o apoio de Xanxerê, que deixou de consumir cerca de 40 toneladas de sacolas em um ano de projeto.

Campanha se estendeu às escolas do município catarinense



IMAGEM: DIVULGAÇÃO

As sacolinhas são mesmo vilãs?

Por que as sacolas plásticas foram transformadas em símbolo de uma sociedade que não pensa na hora de consumir



JEFFERSON BOTEGA

A grande batalha verde do século 21, às vezes, parece ter um único e exclusivo alvo: a sacolinha plástica.

Produzidas a partir de fontes não renováveis, como o plástico originado do petróleo e do gás natural, as sacolinhas são distribuídas sem custo em supermercados e no comércio em geral e demoram entre cem e 400 anos para se decompor. Leve e resistente, uma sacola plástica pode facilmente entupir um bueiro, ser depósito de água contaminada ou repetir a cena que circula pela internet ao redor do mundo, na qual pedaços de plástico eram responsáveis pela morte de animais marinhos.

Difíceis de reciclar, as sacolinhas são, muitas vezes, usadas para o depósito de lixo doméstico e, assim, seu destino mais óbvio acaba sendo inevitavelmente os aterros sanitários. Lugares onde, na sequência, acabam liberando gás metano na atmosfera.

Essas são razões para uma guerra que, a olhos leigos, parece querer o fim definitivo da sacola plástica.

– Uma sacola não é a grande vilã do ambiente, o problema é seu consumo desenfreado – esclarece Fer-

nanda Daltro, coordenadora técnica da área de consumo sustentável do Ministério do Meio Ambiente.

Na Europa e nos EUA, muitos países já adotaram medidas para frear seu consumo exagerado e fazer com que o consumidor compreenda que o ato de pegar uma sacolinha no supermercado tem, de fato, um custo ambiental que precisa ser colocado na balança.

Dados da Associação Brasileira de Supermercados (Abras) garantem que o setor distribui aproximadamente 12 bilhões de sacolinhas plásticas a cada ano, o que representaria 66 unidades anuais para cada brasileiro.

Os bilhões em sacolas são justificados quando se pensa que o poder de compra cresceu de forma significativa no país recentemente, e a estabilidade da moeda possibilita a um grande número de pessoas mais idas ao supermercado em um único mês.

Ao invés de serem distribuídas gratuitamente, no outro lado do oceano, as sacolas estão sendo vendidas. Além disso, o uso de unidades retornáveis, as chamadas ecobags, é es-

timulado. No Brasil, grandes órgãos também iniciam uma movimentação para conscientizar os consumidores. A campanha Saco é um Saco, lançada pelo Ministério do Meio Ambiente, é um exemplo.

– A partir de algo que está no cotidiano de todos, como a sacola plástica, queremos discutir o consumo consciente, a reutilização de materiais e a separação do lixo – exemplifica Fernanda.

Para Merheg Cachum, presidente executivo da Associação da Indústria do Plástico, o grande problema está na educação para o uso e o descarte das sacolas.

– Sem educação e consciência, tudo pode ser considerado um problema – garante.

Enquanto isso, Xanxerê, uma cidade no interior de Santa Catarina, decidiu banir por completo o uso das sacolas em seus supermercados (veja ao lado). Edson Marció, representante dos supermercadistas da região, reforça que o sucesso só foi possível com um passo que parece ser o grande aliado nessa batalha:

– Sem a conscientização da população, nada é possível.

NOVAS OPÇÕES ÀS EMBALAGENS

Mesmo com o impacto que causam no ambiente, não se pode negar os benefícios trazidos pelas sacolas aos consumidores. Práticas, higiênicas e, agora, mais resistentes, podem ser reutilizadas em várias atividades cotidianas. Esses são alguns dos motivos que fazem com que pesquisadores invistam em criar alternativas ao plástico convencional. Uma delas é produzi-las a partir de uma fonte renovável, como a cana-de-açúcar, a batata ou o amido de milho. Isso pode, inclusive, representar um novo nicho de mercado.

Com o polietileno verde desenvolvido pela Braskem, é possível fazer sacolas plásticas. Ainda assim, o diretor de Desenvolvimento Sustentável da empresa, Jorge Soto, acredita

que não basta mudar a matéria-prima: – É preciso mudar a lógica do consumo.

Para João Carlos de Godoy Moreira, presidente da Biomater, empresa que produz plástico compostável a partir de culturas como mandioca, milho e batata, a mudança na produção pode reduzir as emissões de gases e alterar o pós-consumo. O bioplástico produzido pela empresa foi desenvolvido em parceria com USP São Carlos e a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).

Embora custe em torno de cinco vezes mais do que o convencional, o plástico da Biomater se decompõe da mesma forma que outras matérias orgânicas. Além disso, é uma alternativa mais barata do que as sacolas de papel.

ONDE VAI O LIXO, ENTÃO?

A pergunta recorrente de milhares de brasileiros que utilizam as sacolas para acondicionar seu lixo não tem uma só resposta.

– A solução não é mágica, apenas buscamos o menor impacto – diz Fernanda Daltro, coordenadora técnica da área de consumo sustentável do Ministério do Meio Ambiente.

Entre as alternativas propostas pelo ministério em sua campanha Saco é um Saco, está o uso de sacos de lixo feitos com plástico reciclado, os de cor preta, vendidos nos supermercados. Diferente das sacolas convencionais, feitas a partir

de plástico virgem, os sacos de lixo reaproveitam material. Ao comprá-los, o consumidor estimula a reciclagem.

Outra ideia é utilizar sacos feitos de bioplástico, como os da Biomater ou os da Basf, vendidos no Carrefour. O bioplástico é diferente do plástico oxibiodegradável, já que se decompõe como a matéria orgânica, em vez de apenas se dividir em pedaços menores. Ainda assim, o plástico compostável chega lentamente aos grandes supermercados e com um custo maior que o convencional, em torno de R\$ 0,30 a unidade.

Iniciativas próprias nas grandes redes

A movimentação pela conscientização no uso das sacolinhas vai muito além do interior de Santa Catarina. As grandes redes de supermercado do país e mesmo a indústria do plástico desenvolvem alternativas para conter o uso exagerado das sacolas.

– A longo prazo, devemos rever o processo e a origem das sacolas. Hoje, queremos desenvolver o consumo racional – afirma Paulo Dacolina, diretor superintendente do Instituto Nacional do Plástico (INP).

O projeto que regulamenta a resistência e a espessura das sacolas faz parte das iniciativas do INP. Uma sacola maior e mais forte faz com que o consumidor não precise usar duas unidades para produtos pesados, por exemplo. Além disso, uma única sacola pode armazenar mais compras. Essa medida foi adotada pela Rede Zaffari de Supermercados em 2008. De lá para cá, a queda no consumo de sacolinhas plásticas foi de 28%.

A meta do grupo Carrefour vai por um caminho diferente. Até 2014, a rede deve eliminar a distribuição gratuita de sacolinhas em todo o país. À venda, apenas sacolas feitas de bioplástico, ou seja, fabricadas a partir de amido de milho ou batata. O bioplástico custa mais, cada unidade deve ser vendida por R\$ 0,30, mas se decompõe como qualquer outro material orgânico, em cerca de 180 dias.

O projeto foi implantado em março, na loja de Piracicaba, interior paulista, e deve chegar a mais cinco unidades até o final de 2010. Sacolas retornáveis foram distribuídas de graça aos clientes, que também podem optar por caixas de papelão ou adquirir sacos de lixo reciclados. Hoje, os números da rede indicam que 87% dos clientes chegam até a loja com a sua própria embalagem retornável.

Enquanto isso, a ideia do Walmart Brasil é compensar no bolso quem não optar pela embalagem de plástico na hora da compra. Quando o consumidor leva sua sacola retornável, por exemplo, ganha um desconto de R\$ 0,03 para cada cinco produtos adquiridos. Nas lojas, também é possível comprar sacolas de pano a preço de custo.

De janeiro de 2009 até maio deste ano, o grupo contabilizou mais de R\$ 390 mil em bônus aos clientes apenas nos três Estados da região sul do Brasil. Esse número representa cerca de 13 milhões de sacolas a menos no ambiente.

A chance de a iniciativa das grandes servir de inspiração para os pequenos depende, em boa parte, da atitude do consumidor na hora de escolher como vai carregar as suas compras.

