



COM BRINDES E ÁRVORES, CONSUMIDOR INDIANO APRENDE A RECICLAR

O RECENTE SALTO no número de celulares vendidos em países emergentes — e a consciência ambiental relativamente baixa da população nesses lugares — deu um caráter de urgência à nova investida da Nokia para ampliar sua campanha mundial de reciclagem. Um programa-piloto na Índia juntou cerca de 68 mil aparelhos em 45 dias e está sendo estendido a mais de 15 cidades no país. Esquemas de reciclagem como este fazem parte da estratégia integrada de inovação em sustentabilidade ambiental da Nokia, como explica a seguir o diretor de assuntos corporativos da Nokia Índia, Ambrish Bakaya.

É difícil convencer alguém a reciclar um celular velho?

Conscientizar a população sobre a reciclagem é duro. A Índia é o segundo maior mercado da Nokia, mas uma sondagem recente mostrou que apenas 17% dos indianos sabem que dá para reciclar o celular. É um dos índices mais baixos de todos. A média ao redor do mundo é de cerca de 50%, mas muitos dos que sabem que reciclar o celular é possível não têm idéia de como fazê-lo.

E como difundir a mensagem?

Na Índia, anunciamos na mídia impressa, em outdoors, no rádio. Vamos com vans de coleta a zonas residenciais. A meta é facilitar a reciclagem. Instalamos urnas no comércio e ensinamos nosso pessoal a explicar ao consumidor como reciclar o celular. E damos incentivos.

Que tipo de incentivo?

Já vimos que brindes - canecas, sacolas e por aí vai -, mesmo modestos, ajudam a mudar o comportamento. Em cada país as pessoas preferem um tipo de incentivo. Na Finlândia e na França, para cada celular recebido a Nokia doa uma pequena cifra a causas ambientais. Na Índia, pensamos em oferecer cupons para serviços via celular, incluindo download de música e games. E tem também as árvores.

Árvores?

Para cada celular reciclado, a Nokia planta uma árvore em nome do consumidor. As ONGs que atuam conosco nessa iniciativa já plantaram cerca de 3 mil mudas. E a previsão é de muito mais.

O consumidor liga para

esse tipo de coisa?

Muito. Na Índia, por exemplo, a população jovem é muito ligada na questão ambiental. Quem recicla um celular e deixa seus dados para contato recebe uma mensagem de texto da Nokia informando quando sua árvore foi plantada.

A Nokia recicla aparelhos das rivais?

É claro. Nesse caso, marca não importa. Nossa meta é a conscientização.

Vender o material recuperado de aparelhos descartados dá dinheiro?

A reciclagem não é fonte de receita para a Nokia - nosso negócio não é reciclar. A meta é que esse programa de descarte, que surgiu em 1997 e já chega a 85 países, gere ganhos suficientes para cobrir custos. É possível reciclar de 65% a 85% dos componentes de um celular da Nokia; os benefícios são a redução do lixo eletrônico e a economia de energia e produtos químicos, já que há menos necessidade de extrair e processar matéria-prima.

Os celulares da Nokia são feitos para permitir a reciclagem?

A empresa pensa desde o início na reciclabilidade. É um dos critérios para a seleção da matéria-prima. Aliás, a consciência ambiental está presente em tudo o que a Nokia faz, de maximizar a eficiência de instalações físicas a exigir que fornecedores de componentes reciclem o lixo produzido por suas próprias operações.

Reduzir o uso de recursos é a única finalidade empresarial?

Reciclar nos ajuda a estabelecer uma relação de confiança com o consumidor. Embora a consciência ambiental na Índia ainda seja relativamente baixa, pesquisas mostram que a população indiana dá cada vez mais preferência a empresas que exibem responsabilidade ambiental.

É um início de mudança cultural?

O irônico é que a cultura indiana sempre incentivou as pessoas a aproveitarem coisas usadas. Um celular velho vai passando de mão em mão até o dia em que já não serve para nada. E mesmo aí, a tendência é que vá para o fundo de uma gaveta, onde às vezes fica por anos. Estamos tentando levar esse aparelho da gaveta para a urna de reciclagem.

-Andrew O'Connell
Reprint R0909D-P