

Hábitos do consumidor dificultam a mudança

A substituição das sacolas plásticas é uma dessas propostas carregadas de boas intenções que acabam naufragando no teste da realidade objetiva. Essa discussão está presente no setor de varejo há pelo menos dez anos, sem que se tenha produzido a mudança que todos dizem pretender. Como tudo que se refere à transição para além da era do petróleo, a questão envolve complexidades que extrapolam em muito rotinas arraigadas, como o ato de carregar compras e depois usar a embalagem para descartar o lixo doméstico.

Embalagens de plástico podem levar até 400 anos para se decompor no ambiente. Os danos imediatos incluem o entupimento de redes de águas pluviais e de esgotos, poluição dos cursos d'água, riscos para a vida silvestre e uma infinidade de problemas que não esperam centenas de anos para acontecer. Agora mesmo, sob chuvas fortes, muitas cidades brasileiras colhem o fruto da imprevidência, com sacos plásticos boiando na enxurrada e contribuindo para aumentar as enchentes.

Até aqui, o que se fez de mais objetivo foi apenas o esforço para a redução do uso de sacolas plásticas e

Como tudo que se refere à transição para além da era do petróleo, a questão envolve complexidades que extrapolam em muito rotinas arraigadas, como o ato de carregar compras

campanhas de consumo consciente. Observe-se que o Plastivida, Instituto Sócio-Ambiental do Plástico, mantido pela indústria do setor, tomou a iniciativa de criar um Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas. Foi feita uma normatização para embalagens mais resistentes, que teoricamente poderiam ser reutilizadas, com um selo e certificação da ABNT.

No entanto, na prática, as pressões pela redução de resíduos no ambiente têm levado à produção de sacolas mais finas e menos resistentes, que se rasgam com facilidade e acabam obrigando ao uso de embalagens duplas para o transporte de produtos mais pesados, como garrafas e frascos. De acordo com um esclarecimento divulgado na semana passada pelo presidente do instituto, os supermercados de todo o Brasil adquiriram em 2010 cerca de 17,9 bilhões de sacolas, a um custo médio unitário de R\$ 0,035. Portanto, esse insumo custou ao varejo em geral R\$ 550 milhões, o que também influencia nas decisões sobre a questão.

Com a adesão de grandes redes de supermercados em São Paulo, Salvador e Porto Alegre, teria havido uma redução superior a 15% no consumo de sacolinhas, mas pesquisa feita pelo Ibope por encomenda da indústria de embalagens plásticas indica que a população tende a resistir à sua substituição, principalmente por sua utilidade no descarte do lixo doméstico. Na outra ponta da cadeia de consumo, o setor de varejo diz exatamente o contrário — que os consumidores estão dispostos a aderir a uma campanha pela substituição das sacolinhas.

Trata-se, portanto, de um problema da mais alta complexidade, que envolve hábitos arraigados e um setor da economia altamente aquecido em função do aumento do consumo. A decisão unilateral dos supermercados avança no sentido da defesa do ambiente mas não há garantias de que irá solucionar o problema. Já houve outras iniciativas semelhantes, entre elas uma tentativa da Câmara Municipal de São Paulo, que em maio de 2011 aprovou uma lei banindo as sacolas plásticas descartáveis. A medida não chegou a ser efetivada. ■