

Programa de conscientização sobre o uso responsável de sacolas plásticas terá aporte de R\$ 19,6 milhões

O investimento será usado em ações de comunicação e na ampliação do Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas que, de 2007 para cá, reduziu em 16% o consumo dessas embalagens no Brasil.

A indústria do plástico aprovou para o triênio 2009-2011 o orçamento de R\$ 19,6 milhões que contempla o Projeto de Comunicação sobre a imagem dos plásticos e a continuidade do Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas. As contribuições desta verba contam com a participação de toda a cadeia produtiva do plástico.

Esse montante foram destinados à campanha para reforçar a imagem dos plásticos como produtos de alto valor agregado, indispensável na vida moderna, além de sustentáveis, uma vez que podem ser reutilizados e reciclados (mecânica ou energeticamente). A campanha vem sendo veiculada nacionalmente nos principais meios de comunicação do país, divulgando essas práticas e terá continuidade em 2010 e 2011.

O orçamento também contempla o Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas, iniciado em 2007 e já implantado em cinco capitais (São Paulo, Porto Alegre, Salvador, Goiânia e Brasília). No ano que vem, Rio de Janeiro, Recife e Florianópolis serão as primeiras cidades que receberão o programa, que já apresenta resultados na redução do consumo de sacolinhas. Em 2011, novas capitais serão incorporadas ao Programa. Até o final de 2009, a previsão de consumo dessas embalagens é de 15 bilhões ante 16,2 bilhões em 2008 e 17,9 bilhões em 2007, o que resulta em 16,2% de redução do início do programa até agora.

São indicativos de que a qualificação da sacola aliada ao uso responsável gera efeito concreto. O trabalho tem o objetivo de promover o uso das sacolinhas fabricadas dentro da norma ABNT 14.937 e a certificação dos fabricantes dessas embalagens para produzi-las dentro das especificações. Com isso, o consumidor não precisa mais colocar uma sacola dentro da outra para carregar as compras ou não encher totalmente e utilizá-la somente pela metade. Hoje, mais de 3 bilhões de sacolas já são feitas com Selo de Qualidade, por 9 empresas credenciadas. Até 2010, mais 6 empresas deverão ser credenciadas totalizando 15 no Brasil.

O Programa também estabeleceu importante parceria com o varejo, a partir do apoio da Associação Brasileira de Supermercados (Abras) e das associações estaduais dos supermercados. Assim, mais de 3 mil operadores de caixa e supervisores das redes de supermercados participantes (entre elas, algumas das maiores do País, como o Pão de Açúcar, Carrefour, Zaffari, G Barbosa e outras) foram treinados para orientar os consumidores sobre o uso responsável das sacolinhas.

Para Antônio Tolentino Neto, superintendente da Associação de Supermercados de Brasília (Asbra), a importância do Programa das Sacolas está na sensibilização da população para que coloque em seu dia-a-dia ações responsáveis, de preservação do meio e cidadania. Já o presidente da Associação Baiana de Supermercados (Abase),

Teobaldo Luís da Costa, disse que o resultado das ações foi captado desde a implantação dos programas pilotos: “o consumidor de Salvador mostrou-se muito dedicado, além de cumprimentar e elogiar a idéia do Programa”, afirmou Costa.

Para 2010, entre as ações previstas está, por exemplo, a possibilidade do treinamento à distância para a implantação do Programa pelo Brasil a fora, ação essa que poderá ampliar consideravelmente o alcance do trabalho. A novidade é que estaremos com a Escola de Consumo Consciente, que atenderá às várias lojas das redes que aderiram ao Programa.

O esforço conjunto de convencimento dos consumidores sobre o uso responsável das sacolas plásticas tem sido forte. A população vem sendo estimulada pelo governo e pela mídia (imprensa e mídias sociais) a Reduzirem o consumo, Reutilizarem e Reciclarem as sacolas (conceito dos 3R's). Em 2010, projetos sobre a Reciclagem Energética deverão sair do papel e irão complementar o ciclo – consumo responsável, reutilização das sacolas, reciclagem mecânica, transformando o plástico em outros produtos e reciclagem energética, gerando energia com a queima do lixo – processo no qual o plástico é fundamental e serve como combustível.

Imagem dos Plásticos - A necessidade de investimentos no Programa de Qualidade e Consumo Responsável de Sacolas Plásticas e também no Projeto de Comunicação sobre a imagem dos plásticos nasceu em 2007. Nesta época, a imprensa estava voltada para criticar os plásticos, ligando a imagem deste produto às mazelas ambientais.

Foi também em 2007 que surgiu, com foco no Paraná, e se espalhou pelo Brasil, um movimento pelo fim das sacolas plásticas. A crise começou com críticas às sacolas e ganhou espaço na política. Projetos de Lei começavam a surgir para a substituição das sacolas convencionais por sacolas oxi-degradáveis – material que prometia se biodegradar em seis meses, mas que foi comprovado como um engodo – pois não se biodegrada mas apenas se fragmenta, tornando-se uma poluição invisível.

A Plastivida se estruturou para reunir informações científicas e enriquecer o discurso. Foram realizadas audiências, reuniões e encontros com políticos e autoridades com a participação da entidade para informar a população sobre o engodo dos oxi-degradáveis e se inserir nessa discussão como entidade representativa dos plásticos.

Em setembro do mesmo ano, desenhou-se uma nova crise. Importada pela jornalista e crítica de moda, Lilian Pacce, surgiu a campanha “*I'm Not a Plastic Bag*”, sugerindo o fim das sacolas plásticas. A discussão foi ampliada e ganhou novas frentes. A imagem dos plásticos mais uma vez voltou a ser criticada, embora algumas apresentadas fossem de plástico.

Foi quando a Plastivida, o INP e a ABIEF estruturaram um grupo específico para trabalhar o *case* sacolas plásticas e a imagem dos plásticos como produtos indispensáveis à vida das pessoas e além disso, sustentáveis. O Grupo é composto por Comitês estratégicos (Responsabilidade Socioambiental, Científico e Tecnológico, Institucional e de Comunicação), cada um com uma frente de trabalho próprio. Dessa forma, se compõe a ação, necessária para que os plásticos sejam reconhecidos principalmente por seu valor agregado, seus atributos sustentáveis e sua indispensabilidade para o cotidiano da população. Como exemplo, dentre vários outros citamos o caso das sacolinhas que são 100% reutilizadas como saco de lixo.