

SUSTENTABILIDADE

Desinformação do consumidor afeta imagem do plástico

Apesar de ser 100% reciclável e colaborar com a sustentabilidade, ao reduzir emissões de gases do efeito estufa, o material ainda é visto como vilão do meio ambiente

Bismarck Rodrigues
São Paulo
redacao@dcicom.br

• Quando o tema é sustentabilidade ambiental, a polêmica criada em torno do plástico é enorme. Apesar de a matéria-prima beneficiar os mais diferentes setores da economia, facilitar a vida das pessoas e ser 100% reciclável, a imagem é de vilão do meio ambiente. A culpa, atestam especialistas, é da falta de informação e da ausência de programas de coleta seletiva e reciclagem eficientes e capazes de reduzir o descarte inadequado do produto.

Para Camilo Terranova, consultor da WayCarbon, os debates sobre o tema no Brasil ainda estão muito baseados em achismos. "O debate sobre as sacolas de plástico teve viés político, não trouxe estudos científicos, só polêmica", reclama. Em sua percepção, o discurso desinformado ajuda a mascarar a falta de ação da sociedade para a coleta seletiva e reciclagem. O plástico torna-se vilão e a população acha que não tem responsabilidade. "Os governos, nas diferentes instâncias, também não tratam o tema como deveriam", comenta.

A assessora da Plastivida, Silvia Piedrahita Rolim, lembra que o plástico muitas vezes é amigo do bolso e do meio ambiente. "Quando as empresas automotivas trocaram

“
O Brasil poderia economizar R\$ 8 bilhões por ano se reciclasse mais plástico”



Silvia, da Plastivida: Apenas 10% das cidades brasileiras possuem coleta seletiva.

ferro e aço pelo plástico, deixaram os carros mais leves, o que reduz o consumo de combustível e a emissão de poluentes", explica Silvia. O uso do plástico ainda promove a economia de recursos naturais, como água e energia, e reduz a geração de resíduos. Na construção civil, por exemplo, os canos de PVC substituem o cobre, poupando

o metal e reduzindo o preço da obra para o consumidor.

Se não dá para imaginar a vida sem plástico – a matéria-prima está presente desde as sacolas plásticas até em utensílios e equipamentos complexos de saúde –, a saída é encarar a necessidade de engajamento da sociedade para promover a reciclagem e o descarte corre-

“
O plástico tem de ser inserido em um modelo de economia circular”

to. Segundo estudos da Plastivida, apenas 10% das cidades brasileiras têm coleta seletiva. "Como resultado, só 21% do plástico descartado no Brasil é reutilizado", lembra Silvia.

Para a assessora, a destinação errada ajuda a criar uma imagem negativa do plástico para a população. "A sacola não vai sozinha para o meio do mar, para as ruas e esgotos, alguém jogou lá e é isso que precisa mudar." Uma das alternativas é inserir definitivamente o plástico dentro da economia circular, com a reutilização, a recuperação e a reciclagem de materiais, atingindo assim o chamado ciclo fechado de produção.

Dados da Ellen MacArthur Foundation dão conta que a comunidade europeia consegue economizar 620 milhões de euros anualmente com a reciclagem de plástico. Já o Brasil, segundo estimativas do Ministério do Meio Ambiente, deixa de economizar 8 bilhões de reais por ano pelo fato de o plástico não estar inserido em um ciclo fechado de produção.

Para promover ações sustentáveis com o plástico e melhorar a imagem do país no exterior, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e o Instituto Nacional do Plástico firmaram parceria para atuar na sensibilização da sociedade. "A indústria do plástico possui sete mil empresas e gera 350 mil empregos diretos. É um setor capaz de mobilizar", afirma Terranova.

AG. RIGUARDARE