



DIVULGAÇÃO

Sacolas plásticas: preferência nacional

Unanimidade. As sacolas plásticas ainda são as mais utilizadas em todo o país

Sustentabilidade. Acordo entre supermercados e governo para banir as sacolinhas plásticas comuns gera polêmica entre esses órgãos e entidades civis. O AgroValor entrevistou algumas lideranças para saber seus posicionamentos

da Redação

Que o plástico é tido como um vilão para a natureza, todos sabem. Mas até que ponto o material pode ser responsabilizado sozinho pelos danos ecológicos? Sabemos que garrafas pet, vasilhas de plástico, e, em especial, sacolas de supermercado não caminham sozinhas para o meio ambiente. São levadas pelas pessoas. Surgem campanhas para a eliminação radical do produto, mas há quem defenda seu uso, ou melhor, um adequado uso e uma maior conscientização.

O Brasil é uma espécie de 'paraíso dos sacos plásticos', pois utiliza a embalagem em produtos de supermercados, farmácias e em boa parte do comércio. De acordo com o Instituto Nacional do Plástico (INP), 12,9 bilhões de sacolas foram utilizadas no país em 2011. Para combater o seu mau uso, o Ministério do Meio Ambiente (MMA) lançou em 2010 a campanha 'Saco é um Saco', visando estimular o cidadão a pensar na natureza e em suas escolhas de consumo. "Creio que a sensibilização dos cidadãos brasileiros sobre a tragédia ambiental causada pelo excesso de sacolas plásticas e seu descarte incorreto está sendo boa", comenta a secretária do MMA, Samyra Crespo.

'Vilã'

Os supermercados, em sua maioria, são a favor da substituição das sacolas plásticas comuns pelas biodegradáveis. A associação do setor (Abrás), através de um plano de ação sustentável, apoia e integra ações em prol da redução do consumo das sacolas. No Brasil, segundo a Abrás, há cidades que querem abolir quase que totalmente o uso dos sacos, como Belo Horizonte. Na capital mineira está em curso a Lei Municipal 9.529, sancionada em 2008, em prática desde abril de 2011, que permite apenas o uso de sacolas biodegradáveis e compostáveis.

A associação também está realizando campanhas de conscientização em diversas cidades do país, tendo as escolas como um dos principais alvos.

'Amiga'

Contraopondo-se aos argumentos da Abrás está a opinião do presidente do Instituto Socioambiental dos Plásticos (Plastivida), Miguel Bahiense. Em entrevista exclusiva ao AgroValor, ele fez questão de dizer que as sacolas fazem bem ao meio ambiente e que essas campanhas para banir seu uso são meramente econômicas. "O custo das sacolas plásticas para as redes de supermercados no Brasil é de R\$ 500 mi. Na hora que eles eliminam as sacolas

esse custo é zerado. Quando elas deixarem de existir, teremos que pagar pelas sacolas retornáveis. Além do mais, está comprovado que quase 90% da população brasileira reutiliza as sacolas plásticas".

Riscos

Sem o uso das sacolinhas plásticas comuns, segundo Bahiense, o meio ambiente correria sérios riscos. "Aquele saquinho que temos em casa e que colocamos material orgânico, futuramente vai estar no aterro, isolando o lixo do meio ambiente, para evitar que o chorume do lixo – que é a água de chuva que cai em cima do aterro e faz com que a lavagem do terreno vire aquele líquido preto, que tem uma alta carga poluente – atinja o solo e o lençol freático", conta.

Bahiense também classificou as sacolas biodegradáveis como causadoras do efeito estufa, se não manuseadas corretamente. "As sacolas biodegradáveis são feitas do amido de milho, por exemplo, ou de qualquer outro material orgânico biodegradável, no qual, depois de um tempo, vem um microorganismo e o come. Só para entendermos, o microorganismo depois de comer, o organismo dele processa e emite gases, que são o CO² ou o metano, causadores do efeito estufa. Então, muitos pensam: 'a sacola biodegradável some em 180 dias', que é verdade, mas ela causa uma poluição que é invisível à população", observa. Para que isso não ocorra, teria que ser levada a uma usina de compostagem, que não existe no Brasil.

Agrotecnologia

João Pratagil

Doutor em Agronomia, Pesquisador da Embrapa Agroindústria Tropical



Frutos com marca e sem etiqueta

Marca de gado é uma técnica de marcação do animal, de modo a identificar o proprietário. Essa prática, utilizando o ferro em brasa, remonta ao antigo Egito. A prática foi difundida em países com grandes regiões de pastagem de gado, como a Espanha (Wikipedia).

Já a marca de fruto é muito recente e com utilização de tecnologias modernas. Essa antiga-atual inovação tecnológica foi desenvolvida pela empresa Laser Food, da Universidade de Valência-Espanha (www.laserfood.es). Ela consiste em um Sistema de Impressão a Laser (SIL) para gravar imagens em cada fruto e assim evitar possíveis fraudes. Com essa tecnologia, a pele da fruta ou hortaliça se converte em uma marca ou etiqueta individual graças à impressão a laser. O SIL fornece um poderoso gerador de imagens de modo que o usuário pode imprimir online, praticamente qualquer desenho desejado, bem como informações (datas, a entrada de dados etc.).

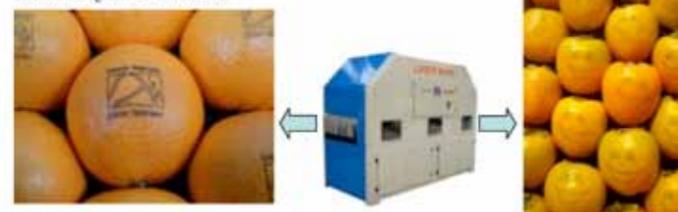
O SIL é integrado a computador que exhibe uma representação gráfica do desenho e o formato da etiqueta, podendo o usuário com um único clique acessar todas as informações sobre esse formato: tamanho da caixa, número de frutos e a produção. O SIL também pode trabalhar integrado com o sistema de

gravação em confecções (outra aplicação) e de gestão, podendo ser utilizado conjuntamente ou de forma independente. Com essa inovação tecnológica, as frutas e hortaliças podem ser vendidas ao público totalmente 'normalizadas' e identificadas, com vários dados essenciais, tais como o tipo de produto, variedade, categoria comercial, marca, procedência e empresa.

As pesquisas da Laser Food não param aí. Outra possibilidade anunciada pela empresa é que a rotulagem de frutas individuais possa conter um código alfanumérico que permita aos consumidores localizar, através do Google Earth, o campo onde a fruta foi produzida e a packing house onde recebeu o tratamento pós-colheita e embalagem, o que viabilizará a rastreabilidade total.

A técnica já é usada para controlar, rastrear (qualidade dos alimentos exigida pelos mercados) e incluir logos e distintivos para diferenciar os produtos no mercado, conseguindo assim um aumento no seu preço e maior rentabilidade. No caso da melancia, na qual muitas variedades têm uma aparência externa similar, mas grandes diferenças no sabor, uma marca individual permite ao consumidor identificar a sua marca preferida.

Crédito Fotografias – Laser Food



Laser Mark 1

Rotulagem com marcação indelével para caixas de frutas. Dependendo do número de frutas em cada caixa, a velocidade é de cerca de 400 caixas por hora (aproximadamente 3 a 4 frutas por segundo)

FORTVET
PRODUTOS AGROPECUÁRIOS
E VETERINÁRIOS LTDA

Líder em reprodução Animal

(85) 3271-2378

Distribuidor: **Intervet**
Schering-Plough Animal Health