

Papel reciclado: sobra marketing, falta qualidade, por Geraldo Ferreira

13 de março de 2008

Usar papel reciclado virou moda no Brasil. Já faz algum tempo que muitas empresas e instituições tentam se valorizar junto ao cliente ao usar uma grande quantidade de papel reciclado, para uso interno e para a comunicação com seus clientes.

13/03/2008

Usar papel reciclado virou moda no Brasil. Já faz algum tempo que muitas empresas e instituições tentam se valorizar junto ao cliente ao usar uma grande quantidade de papel reciclado, para uso interno e para a comunicação com seus clientes. Levantam a bandeira do consumo consciente de papel para se destacarem como empresas responsáveis socialmente. Como marketing, a ação é uma excelente tacada. Os bancos costumam usar desse artifício para reverter a fria imagem dos que apresentam exorbitantes margens de lucro a cada ano. Outros grandes grupos econômicos fazem o mesmo. O uso do papel reciclado virou sinônimo de boas práticas ambientais. Mas pouca gente sabe que boa parte do papel reciclado que hoje circula no país não tem a qualidade que deveria. E o desconhecimento do consumidor brasileiro sobre o assunto deu abertura para que os fabricantes não se preocupem em investir na qualidade desse material. A indústria se concentra em criar uma ampla variedade de produtos, os clientes consomem sem critério para fazer marketing e o consumidor muitas vezes usa um papel de má qualidade. Uma forte indicação vem dos fabricantes de impressoras e das gráficas, que chegam a desaconselhar o uso de papel reciclado. A falta de informações claras sobre a qualidade do papel reciclado é prejudicial ao consumidor. Por exemplo: sabe aquele tom amarelado que costumam ter os papéis reciclados? Ele é proveniente de um corante e não necessariamente resultante do processo industrial de reciclagem. O papel reciclado pode ser tão branco como uma folha de sulfite convencional. É uma percepção distorcida. O mercado pede essa coloração para chamar a atenção do consumidor final que aquele papel é reciclado. A desinformação do consumidor também é culpa da falta de um padrão de qualidade para os papéis reciclados. Não existe no Brasil um órgão que regule e fiscalize a produção desse tipo de papel, o que faz com que as indústrias locais tenham total autonomia na confecção e, pior, na coleta de matéria-prima. Sem acesso às informações verdadeiras, não há como garantir que o uso de material reciclado seja feito de maneira apropriada. Quem paga é o consumidor, que simplesmente fica sujeito a confiar no discurso do fabricante. Também não há como comprovar que as aparas, matéria-prima para produção desse tipo de papel, são provenientes de fontes seguras e compostas de materiais de qualidade. Claro que o cerário não é visto somente no Brasil. O excesso de marketing do papel reciclado tem prejudicado consumidores em muitos países. Recentemente, cinco fabricantes japonesas de papel, entre elas grandes indústrias como a Nippon, admitiram fraude na produção de reciclados. A maioria delas admitiu que utilizava uma porcentagem menor de material reciclado do que o anunciado em seus produtos, uma delas há mais de dez anos. A notícia caiu como uma bomba no mercado japonês de papel e grandes clientes dessas indústrias já anunciaram que vão parar de trabalhar com tais linhas de produtos. O presidente da Nippon, por sua vez, pediu demissão. Para evitar que um escândalo desses aconteça no Brasil, é preciso que o próprio mercado reveja sua posição e crie uma estrutura para fiscalizar os papéis reciclados em toda a cadeia produtiva. Para começar, garantindo que as aparas sejam de boa qualidade com a definição de um sistema de coleta apropriado. Também é preciso analisar o processo produtivo das indústrias e avaliar amostras que chegam ao consumidor final. Os produtos avaliados que estiverem dentro das especificações receberiam um selo de qualidade, que garantiria ao consumidor que ele não está sendo enganado. A informação gera um consumidor consciente e mais exigente. Quando aprender, saberá também reconhecer um bom produto em mãos - aquele que apresenta os benefícios da reciclagem de papel. Ao dar preferência aos produtos de proveniência segura vai contribuir para as ações que agridem menos o meio ambiente e coibir o uso de gato por lebre.* Geraldo Ferreira é gerente geral para o Brasil da Asia Pulp & Paper (APP), uma das maiores fabricantes de papel e celulose do mundo (Envolverde/Assessoria) Publicado por Eco & Ação em 13/03/2008.

(www.ecoeacao.com.br)