
"Shrink": Uma nova campanha para deter o absurdo do consumo excessivo de papel

Desde o começo da década de 60, o consumo de papel e papelão do mundo tem aumentado quase sete vezes. Todo ano, cada pessoa no Reino Unido usa uma média de mais de 200 quilogramas de papel. Nos EUA, o número é quase 300 quilogramas. O consumo de papel global é massivamente desigual. No Laos, por exemplo, as pessoas usam em média menos de um quilograma de papel ao ano. No entanto, as comunidades rurais no Laos estão enfrentando atualmente a rápida expansão das plantações de eucaliptos para satisfazer as demandas de matéria prima da indústria global do papel.

Grande parte do consumo de papel no Norte é desnecessária. Os funcionários de escritório no Reino Unido imprimem 120 bilhões de folhas de papel ao ano, suficientes para criar uma pila de mais de 13.000 quilômetros de altura. Dois terços desse papel acaba na lixeiras antes do fim do dia. Os norte-americanos usam 130 bilhões de copos de papel ao ano. Os copos são jogados fora depois de 15 minutos de uso.

Este mês presencia o lançamento da campanha "*Shrink*" (Reduzir) que objetiva abordar o esbanjamento de papel. "A produção de papel causa uma ampla variedade de impactos ambientais daninhos" explica Mandy Haggith, a coordenadora da campanha *Shrink*. "Usando menos dele podemos reduzir nossa pressão sobre as florestas, diminuir o uso de energia e as emissões que causam a mudança do clima, limitar a poluição da água, do ar e outras e produzir menos lixo. Também há impactos sociais negativos e abusos aos direitos humanos vinculados com a produção de papel, especialmente nos países do Sul. "O projeto "*Shrink*", que é apoiado por mais de 50 ONGs ambientais européias convida as pessoas a comprometer-se a reduzir seu consumo de papel em seu site na web: www.shrinkpaper.org.

O site sugere diferentes formas nas que as pessoas podem reduzir seu consumo de papel. "Podemos deixar de usar papel desnecessariamente, como por exemplo, lendo informação na tela do computador, ou deixando de usar guardanapos de papel que não precisamos" diz Haggith. "Podemos achar formas de usar menos quando o papel é necessário, como imprimir em duas faces ou reusar envelopes. E podemos tentar resistir o papel que nos impõem, recusando correspondência não solicitada, pedindo para sermos removidos de listas de correios e bases de dados, rejeitando notícias gratuitas ou folhetos e evitando pacotes muito embrulhados."

A campanha *Shrink* também objetiva persuadir as empresas e instituições para que reduzam seu uso de papel. "As organizações e companhias podem tentar entender onde é gastada a maioria do papel, por exemplo, em sistemas de escritório, esforços de comunicação ou embalagem de curto prazo e incentivar e recompensar o pessoal que apresente idéias para poupar papel: mudando a forma na que as pessoas trabalham para que façam um melhor uso da tecnologia livre de papel, achando designs mais eficientes para embalar mercadorias, e assim por diante," diz Haggith.

Em junho de 2008, a campanha escreveu para os CEO (Diretores Gerais) de 20 companhias baseadas no Reino Unido: cinco companhias de catálogos; cinco supermercados; cinco editoras de

revistas; e cinco bancos e companhias de seguros. “As escolhemos porque representam quatro dos maiores setores que usam papel e são uma amostra representativa desses setores com uma diversidade de políticas no papel” explica Haggith.

Cada um desses setores não é, logicamente, exclusivamente responsável pelo esbanjamento de papel. Os supermercados minam os meios de vida dos granjeiros, destroem a biodiversidade exigindo produtos homogêneos, são responsáveis de um enorme aumento nos montões de alimentos, desenvolvem seus massivos shopping centers fora dos centros das cidades o que leva a maior uso de carros e à destruição das áreas rurais e liquidam as lojas locais barateando os preços. Os bancos financiam todo tipo de projetos ambientalmente e socialmente destruidores. As revistas se financiam através da publicidade, um dos principais impulsores do consumo excessivo. Os catálogos existem apenas para promover mais consumo. Mas como aponta Haggith, “As florestas e as pessoas que sofrem os impactos negativos da indústria do papel não podem esperar que as outras coisas erradas sejam resolvidas antes que nós abordemos o consumo excessivo de papel.”

A campanha objetiva apoiar as lutas de movimentos no Sul contra a expansão da indústria da celulose e do papel lá. “Quando perguntamos a colegas no Sul global quais pensam que deveriam ser nossas prioridades em nosso trabalho com a indústria da celulose e do papel, eles respondem que deveríamos abordar o consumo excessivo nos países ricos e tentar reduzir a demanda de produtos da indústria” diz Haggith.

No ano passado, Haggith viajou de trem e bote desde sua casa na Escócia para Sumatra, Indonésia para pesquisar para seu livro "*Paper Trails: From Trees to Trash - The True Cost of Paper*". "Eu fiquei horrorizada de ver quão destruidores são os rastros de nosso papel" diz ela. "Conheci povoadores indonésios em luta por uma reclamação de terras com uma companhia de papel que está cultivando acácias em suas terras comunitárias para fazer papel para cópia para venda em mercados europeus e norte-americanos. Perguntei-lhes o que poderia fazer para ajudá-los em sua luta e me disseram que pedisse às pessoas na Europa que usem menos papel para cópia. Para mostrar real solidariedade com as pessoas que lutam contra as indústrias extrativas multinacionais não é suficiente que passemos nosso consumo de uma marca para alguma outra, esperançosamente uma marca um pouco menos antipática. Isso apenas desloca o problema. Consumir diferentemente não é suficiente, precisamos consumir menos E diferentemente."

Comprometa-se a reduzir seu uso de papel aqui:

<http://www.shrinkpaper.org/take-the-pledge.htm>

Por Chris Lang, <http://chrislang.org>