

“Sensibilização” é central na problemática e nos desafios dos REEE

26 de Outubro, 2021

“Consumo Sustentável – Realidade e Desafios” foi o tema central da segunda edição do e-Waste Summit, uma iniciativa promovida pela **ERP Portugal** e pela **LG Electronics Portugal**. Na manhã desta terça-feira, 26 de outubro, foram vários os especialistas que se debruçaram sobre a importância da sensibilização e da comunicação na mudança de comportamento dos consumidores no que respeita à reciclagem dos Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos (REEE).

“O que se deve ou não fazer aos REEE?; “Para onde devem ser encaminhados?”; “Quais os impactos no dia-a-dia, nas empresas, nos retalhistas, no ambiente e até na carteira de cada um?”. Estas foram algumas das perguntas que estiveram em destaque nos quatro podcasts promovidos pela ERP Portugal e pela LG Portugal e conduzidos pelo humorista César Mourão. Esta foi uma das muitas iniciativas promovidas pelas entidades para alertar para a problemática do e-waste. “Quisemos trabalhar os vídeos e ter uma abordagem carregada de humor”, começa por explicar **Ricardo Neto**, presidente da ERP Portugal, acrescentando que “uma pessoa reconhecida no país” traduz-se numa melhor compreensão e atenção do tema. Mas, no fundo, a ideia é sempre a mesma: “Cumprir com a meta de recolha de REEE’s e que não temos conseguido”. E a verdade é que Portugal não cumpre tais metas: “Enquanto entidade gestora responsável do REEE, fazemos tudo aquilo que conseguimos, mas há muito mais que tem de ser feito”. E olhando aos números com “um terço dos portugueses” a não entregarem os equipamentos elétricos e eletrónicos e, desse um terço, “26% não sabe onde colocá-los”, Ricardo Neto acredita que “todas as ações de sensibilização que sejam capazes de mostrar a melhor forma de indicar qual o destino adequado e onde os podemos entregar são importantes”. Apesar do peso da “sensibilização”, o presidente da ERP Portugal chama a atenção para os “desvios” que são uma realidade nesta área: “O tema dos elétricos e eletrónicos muitas vezes passam para o lado de lá da linha: e se deixar um frigorífico à porta de casa para ser recolhido pela Câmara Municipal – (que faz o seu trabalho) – temos, das muitas vezes, um equipamento já incompleto ou simplesmente que já não lá está e que foi desviado”. O resultado deste “desvio” traduz-se, por um lado, nas consequências para o “meio ambiente” e, por outro lado, “num valor económico que foi retirado ao resíduo” e, que, conseqüentemente, acarretará custos para o consumidor. Neste desafio, o responsável sublinhou a importância de se “cooperar” com as autoridades que estão no terreno.

Por seu turno, **Hugo Jorge**, diretor de marketing da LG Portugal, começou por partilhar aquela que tem sido, desde há muitos anos, a preocupação da empresa: “Queremos diminuir a pegada dos produtos que colocamos no mercado”. E, enquanto “produtor mundial de equipamentos elétricos e eletrónicos, numa sociedade de consumo onde a tecnologia é cada vez mais consumida”, a empresa tem procurado meios para que seja possível uma “maior reciclagem dos seus

componentes e equipamentos quando chegam ao final do seu ciclo de vida". E, embora as iniciativas sejam a nível central da LG Corporativa, também as subsidiárias são desafiadas localmente para deixar algum contributo nesse sentido, assegura. A parceria entre a LG Portugal e a ERP Portugal é a prova do esforço que tem sido feito para apoiar a consciencialização e a comunicação para o mercado da importância da reciclagem dos REEE: "Os podcasts são um momento importante de reunir associações, entidades, empresas e produtores para falar sobre a problemática dos resíduos, os desafios que enfrentamos". E os resultados não podiam ser mais positivos e demonstradores de se continuar apostar na comunicação: "Temos um milhão de utilizadores impactados com estes vídeos e 200 mil visualizações", afirma.

[blockquote style="2"]Estamos formatados para comprar, usar e deitar fora[/blockquote]

Para **Nuno Lacasta**, presidente da APA (Agência Portuguesa do Ambiente), Portugal e outros países da Europa não estão a conseguir "garantir a conveniência" aos cidadãos para entregarem os REEE's, sendo que uma das razões tem que ver com a "legislação", reconhecendo que a aquela que antecedeu ao UNILEX era confusa. Contudo, aquilo que se verifica é que, não só devido à nova legislação, quer europeia, quer nacional, as empresas reconhecem que é "intolerável" ficar com o "selo" de que não se preocupam com o destino destes produtos, assim como, ao Estado é "intolerável" aceitar ou não fazer mais para assegurar que o mercado paralelo seja combatido. Contudo, este combate não se faz só com "legislação", sendo que a sensibilização é essencial: "Estas campanhas não podem ser de 'pisca pisca' (um ano), caso contrário, vamos lamentar mais uma campanha que não teve escala e que não teve iniciativas". Portanto, as campanhas como as que a ERP Portugal e a LG Portugal têm provido fazem "chamar a atenção do cidadão" para a facilidade de entregar os REE's. "Hoje, fruto dos conhecimentos, há uma vontade de colaborar entre todos", assegura o presidente da APA, destacando as "oportunidades" que existem para se fazer "melhor" e "aumentar o número em peso e em quantidade dos resíduos que são recolhidos, recuperados e reciclados". Nestas matérias, Nuno Lacasta destaca a campanha de fiscalização que está no terreno: "Vai perdurar e vai utilizar todos os instrumentos possíveis para aumentar a recolha e o tratamento dos resíduos elétricos em Portugal". Em matérias de consumo sustentável, o presidente da APA é perentório: "Estamos formatados para comprar, usar e deitar fora". Este é um "desafio societal", onde se necessita "inverter certos padrões de consumo". E mais uma vez, a sensibilização é central: "Os valores que são investidos na sensibilização historicamente são ridículos quando comparados com as necessidades". Para o presidente da APA, "temos de ser capazes de na União Europeia ter uma política industrial associada à retenção de matérias-primas".

Foi precisamente para falar sobre comportamentos que **Gonçalo Lobo Xavier**, diretor Geral da Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), revela que, nos últimos 19 meses, assiste-se a uma "mudança comportamental dos consumidores" nunca vista nos últimos 40 anos, tendo um "impacto muito grande" na forma como se olha para as questões da sustentabilidade e ambiente. Esta mudança, na ótica retalhista é "mais uma oportunidade" para

se impactar a vida das pessoas de uma forma positiva: “Enquanto retalhistas, temos de ter consciência que impactamos a vida das pessoas todos os dias, nomeadamente, na forma como vendemos e criamos uma experiência na loja que pode influenciar o comportamento dos consumidores”. Também na geração mais jovem assiste-se a uma crescente “consciência ambiental”, acarretando “oportunidades” e, ao mesmo tempo, “responsabilidades enormes” para todos: “O consumidor olha hoje para as questões da sustentabilidade e reciclagem com outras perspetivas, mas os desafios são diários”. E o crescimento do e-commerce veio criar outro tipo de abordagem, mas que, do ponto de vista da reciclagem, não está explorado: “Quando dizemos que há um crescimento do e-commerce, isso tem impacto de quem vai fiscalizar as devoluções que têm de ser feitas pelos consumidores e aceites pelos retalhistas”. Depois, levanta outra questão: “ 85% do tráfego de e-commerce é feito por plataformas internacionais: será que são fiscalizadas e controladas as devoluções?”. Olhando agora para a legislação, o diretor-geral da APED não parece concordar com o facto de ser, nos dias de hoje, mais clara: “O UNILEX tem uma quantidade de instrumentos que são claros, mas a sua aplicabilidade ainda tem muitos desafios de interpretação”.