



SALA DE LEITURA

EDUCAÇÃO CIENTÍFICA E AMBIENTAL



Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
PROGRAMA DE EDUCAÇÃO CIENTÍFICA E AMBIENTAL - PECA

VERSÃO PARA APRENDIZES

Público
NÃO FORMAL

MÓDULO 10b

MÓDULO: ÁGUA, DE QUEM É O DIREITO DE CONSUMI-LA?

1. IDENTIFICAÇÃO DO MÓDULO – 10b

TEMA: (X) Energia, Alimento e Sustentabilidade

TÓPICO: Conflitos no uso da água

MÓDULO: ÁGUA, DE QUEM É O DIREITO DE CONSUMI-LA? (NF, 10b, Anabel de Lima)

ROTEIRO DE LEITURA

Texto: **“Estimular o consumo de água como produto é um atentado ambiental”.**

Leia o texto e reflita sobre as seguintes perguntas:

1. Quais as implicações da cobrança de água menor pela SABESP aos clientes ditos “premiuns”, ou seja, aqueles que consomem mais?
2. De que forma este tipo de benefício gera conflitos em relação ao uso da água?
3. Que medidas poderiam ser adotadas para que essa situação fosse mitigada?

CRISE HÍDRICA >

“Estimular o consumo de água como produto é um atentado ambiental”

Programa da Sabesp que premia grandes consumidores é criticado pela Fecomércio. Shoppings e condomínios estão entre clientes 'premium', segundo lista obtida pelo EL PAÍS

HELOÍSA MENDONÇA

São Paulo - 13 FEV 2015 - 13:46 BRST



Clientes de restaurante de São Paulo dividem espaço com reservatório de água. /A. P. (AP)

A decisão da Sabesp de manter descontos nas tarifas de água cobradas de 500 grandes consumidores de São Paulo, mesmo em meio à maior crise hídrica em décadas, provoca críticas de especialistas, que consideram o formato inadequado e um estímulo ao consumo de um bem escasso.

MAIS INFORMAÇÕES

Em plena crise hídrica, Sabesp ainda premia grandes consumidores

Alertas ignorados, seca e eleições: a receita ideal para o desastre hídrico

Mesmos erros de São Paulo empurram Rio e Minas para crise

Na quinta-feira, o EL PAÍS publicou documento que revela 294 desses grandes clientes *premium*, que por consumirem pelo menos 500 metros cúbicos – ou 500.000 litros, o consumo médio mensal de 128 pessoas – pagam pela água bem menos do que o valor de tabela aplicado para as atividades comerciais e industriais que desempenham. Os contratos, chamados de *demanda firme*, foram desenhados em 2002 para fidelizar grandes clientes com a Sabesp e desestimulá-los a encontrar fontes alternativas de água.

"Mesmo que não houvesse uma crise, não se poderia estimular o consumo da água. É uma atentado contra o meio ambiente", afirma Carlos Zuffo, professor da Unicamp e especialista em recursos hídricos. Ele argumenta que um recurso vital como a água não pode ser tratado a partir da mesma lógica de mercado utilizada para outros serviços.

31/01/2017

Crise hídrica: "Estimular o consumo de água como produto é um atentado ambiental" | Brasil | EL PAÍS Brasil

"Esses contratos vão na contramão da política de evitar o desperdício. Não se pode estimular o uso excessivo de água, e sim a utilização racional do recurso hídrico", segue Zuffo. Para ele, é inaceitável que esse regime especial da Sabesp contivesse penalidade para quem consumisse menos do que a cota mínima acordada. A exigência só foi abandonada em março de 2014, quando a crise hídrica já estava em curso.

Para José Galizia Tundisi, presidente do Instituto Internacional de Ecologia e um dos maiores especialistas em recursos hídricos do Brasil, a Sabesp deveria renegociar os contratos. "A Sabesp teria que renegociar com esses clientes. Não há dúvida de que essa negociação deve ser considerada no ápice da crise. Não é questão de que seja justo ou injusto, mas a conta da água deve ser para todos", afirma ele. "Quem gasta mais deveria pagar mais."

A lista com clientes *premium*, com o respectivo consumo e tarifas pagas, foi enviada pela própria Sabesp à CPI municipal que investiga os negócios da companhia com a Prefeitura de São Paulo. No documento, com data de dezembro de 2014, há condomínios de luxo, bancos, hospitais, shoppings, igrejas, indústrias, supermercados, colégios, clubes de futebol, hotéis e entidades como a Bolsa de Valores de São Paulo, a concessionária da linha 4 do Metrô, a Companhia Paulista de Trens Metropolitanos ou a SPTrans. O consumo médio destes 294 clientes representa 1,23% do total do município, segundo cálculos da Sabesp incluídos no documento enviado a CPI.

A SABESP TERIA QUE RENEGOCIAR COM ESSES CLIENTES. NÃO HÁ DÚVIDA DE QUE ESSA NEGOCIAÇÃO DEVE SER CONSIDERADA NO ÁPICE DA CRISE. NÃO É QUESTÃO DE QUE SEJA JUSTO OU INJUSTO. QUEM GASTA MAIS DEVERIA PAGAR MAIS

JOSÉ GALIZIA TUNDISI, ESPECIALISTA EM RECURSOS HÍDRICOS

Para o shopping Eldorado, por exemplo, cada mil litros de água custam 6,27 reais, enquanto os clientes do setor comercial que não assinaram esse contrato pagam 13,97 reais. Um desconto de mais de 55%.

Para o presidente do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP, José Goldemberg, é compreensível que seja vantajoso e lucrativo para a Sabesp vender grande quantidade de água para certos clientes a preços menores, mas esses contratos já não deveriam estar vigentes em plena crise hídrica.

"As grandes empresas devem ser desencorajadas a consumir tanta água, não o contrário. Mesmo que não agrade alguns comerciantes e que eles reclamem, é necessário mudar o mais rápido possível esses contratos. As empresas precisam adotar medidas de reúso de água", explica Goldemberg.

ARQUIVADO EM:

Sabesp · Crise hídrica · Escassez água · Seca · Tratamento água · Chuva · Abastecimento água · Brasil · Precipitações · Água · Equipamento urbano · América do Sul · América Latina · Problemas ambientais · Meteorologia · Urbanismo · América · Empresas

© EDICIONES EL PAÍS, S.L.

Contacto · Venda · Publicidade · Aviso legal · Política cookies · Mapa · EL PAÍS no iOS/Android · Índice · RSS