

WAGNER COSTA RIBEIRO

## Água — consumo e controle

**D**entre os muitos temas que afligem as cidades está o abastecimento de água. Recentemente, especialistas reunidos na Hábítat 2, em Istambul, lembraram esse fato à população mundial. Nada de novo foi dito. Não é de hoje que se sabe que o crescimento demográfico e a urbanização ampliam o consumo de água. Entretanto, esse alerta exige uma reflexão séria sobre o consumo e a produção, já que são previstas até guerras em torno desse recurso, o que não seria nenhuma novidade.

Nas megacidades, a extensão da área urbanizada aumenta a distância entre os mananciais e os pontos de consumo residenciais ou industriais. Disso resulta uma prática devastadora do ambiente natural, já que os onerosos sistemas de captação e tratamento de água para abastecer cidades com mais de 10 milhões de habitantes exigem imensas obras, que ocupam o espaço da vegetação nativa e da diversidade biológica.

A poluição da água é outro grave problema dos aglomerados urbanos. Os resíduos industriais, aliados ao esgoto domiciliar sem tratamento, invadem os corpos d'água, degradando-os. Mas isso não é tudo. Ao atingir o lençol freático, a poluição impossibilita o

consumo da água subterrânea que ocorre sob as imensas manchas urbanas das megacidades. Isso contribui para que se aumentem as distâncias entre a captação e os pontos de consumo, encarecendo o sistema de abastecimento.

Além dessas causas, perde-se água pelos dutos de distribuição.

### Nas regiões afetadas por longas estiagens criou-se a indústria da seca

Na Grande São Paulo, por exemplo, estima-se que cerca de 40% da água captada e tratada não chega aos consumidores. Vazamentos e ligações clandestinas desviam a água do seu destino.

Mas o desperdício não está restrito às cidades. Também ocorre no campo, através de sistemas de irrigação mal dimensionados e do plantio de culturas inadequadas às condições pluviométricas das regiões.

As alternativas usadas no Brasil para sanear os problemas de abastecimento de água não têm sido eficazes. Nas regiões afetadas por longas estiagens criou-se a indústria da seca. Os açudes, apesar de construídos com recursos públicos, foram instalados em áreas particulares. Os fazendeiros que receberam açudes transformaram a água em moeda de troca de favores e de votos. Nas metrópoles, o rodízio, em que parte de uma cidade fica sem água dois ou três dias para que outra parte possa dispor

desse recurso, deixou de ser uma prática sazonal limitada aos períodos de elevado consumo para se tornar permanente. Os moradores dos bairros atingidos pelo rodízio aproveitam a presença da água para lavar calçadas, automóveis, armazenar, e acabam gastando mais do que em situações de abastecimento normal.

De outra parte, advoga-se o aumento da produção de água. Ora, esse recurso não é distribuído de maneira homogênea pela superfície terrestre. Ao mesmo tempo, sua reposição depende de fatores dinâmicos, como a ocorrência de chuvas. Além disso, as áreas de mananciais são objeto permanente de especulação imobiliária, gerando uma tensão entre o crescimento da mancha urbana e a manutenção de nascentes. Essas variáveis já são suficientes para mostrar que não é tão simples manter constante o aumento de produção de água, indicando que é preciso diminuir a demanda.

Diante dessas evidências, a instituição da cobrança da água, como propõem os governos federal e o do Estado de São Paulo, representa um avanço, porém ainda é insuficiente para determinar um uso mais equilibrado. É preciso que se mobilize a população consumidora numa estratégia de redução do consumo. Evidentemente que não se trata de propor a mudança de hábitos, mas, sim, a

sua operacionalização de maneira mais planejada.

Se as perdas e os vazamentos de grande porte têm governos como responsáveis, nos pequenos vazamentos residenciais a culpa é exclusivamente do consumidor. Uma simples torneira pingando representa uma perda de dezenas de litros diários de água tratada. Enquanto carros são lavados semanalmente, parte da população não tem água sequer para suas necessidades básicas, como cozinhar ou tomar banho.

A mobilização dos consumidores, com a divulgação de atitudes que resultem em menor consumo, tem de ser feita rapidamente. Para tal insistimos na instalação de uma Campanha da Água, envolvendo publicitários, governos, associações de moradores, ambientalistas, artistas, esportistas, jornalistas, entre outros, que possam contribuir para massificar o problema e, principalmente, propor soluções. É preciso difundir que apenas a capacidade de pagamento de um consumidor pode não ser suficiente para garantir água nas torneiras de bairros ricos ou pobres. Água não é uma mercadoria qualquer. É um recurso raro, caro e vital à reprodução da vida. Urgê que o tratemos com mais atenção.

■ Wagner Costa Ribeiro é professor do Departamento de Geografia da USP

20  
23/7/96 pg. 1-2  
0850