

PEQUENA E INSUSTENTÁVEL

Poluição expressa

Pesquisas com cápsulas de café expõem problemas que dificultam sua reciclagem no país

MARIANA ALVIM
mariana.alvim@oglobo.com.br

Nativas do século XXI, as cápsulas de café representam um mercado em expansão no Brasil e no mundo, mas, ao que tudo indica, ainda falta ao produto uma qualidade importante nos tempos atuais: a sustentabilidade. Pesquisas realizadas, a pedido do GLOBO, pela associação de consumidores Proteste e pela **Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)** mostram que o setor não se encarrega, como deveria, de providenciar uma destinação adequada a seus resíduos, conforme determinado pela Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS). De acordo com as pesquisas, apesar de a indústria classificar as cápsulas como objetos recicláveis, a reutilização do material é, hoje, praticamente inviável no Brasil.

Fora do país, o assunto vem rendendo questionamentos públicos. Este ano, a cidade de Hamburgo, segunda maior da Alemanha, banuiu a compra das cápsulas por órgãos públicos, devido à dificuldade de reciclagem dos detritos. Já a ONG europeia Zero Waste classificou o café em cápsulas como a forma da bebida mais danosa ao meio ambiente.

As pesquisas encomendadas pelo GLOBO analisaram aspectos diferentes e essenciais para a reciclagem das cápsulas das três principais marcas do Brasil (Dolce Gusto, Nespresso e 3 Corações). Enquanto a Proteste verificou, por exemplo, se as empresas orientam corretamente os consumidores sobre como colaborar para a reutilização das cápsulas após o uso, a **Unicamp** analisou a composição material do objeto. Ambas reprovaram o mercado nacional no que diz respeito à sustentabilidade.

Após avaliar rótulos e canais de comunicação das marcas, a Proteste informou que todas elas deixam de orientar adequadamente seus consumidores sobre a forma de lidar com os detritos.

A Nespresso e a Dolce Gusto oferecem pontos de coleta das cápsulas, destinadas posteriormente a sistemas internos de reciclagem (as empresas não divulgam, porém, o volume processado até hoje). A Nespresso tem 28 pontos de coleta no país, enquanto a Dolce Gusto dispõe de 15 pontos. A Proteste, no entanto, concluiu que as informações sobre esses pontos são pouco divulgadas, presentes apenas nos sites das companhias.

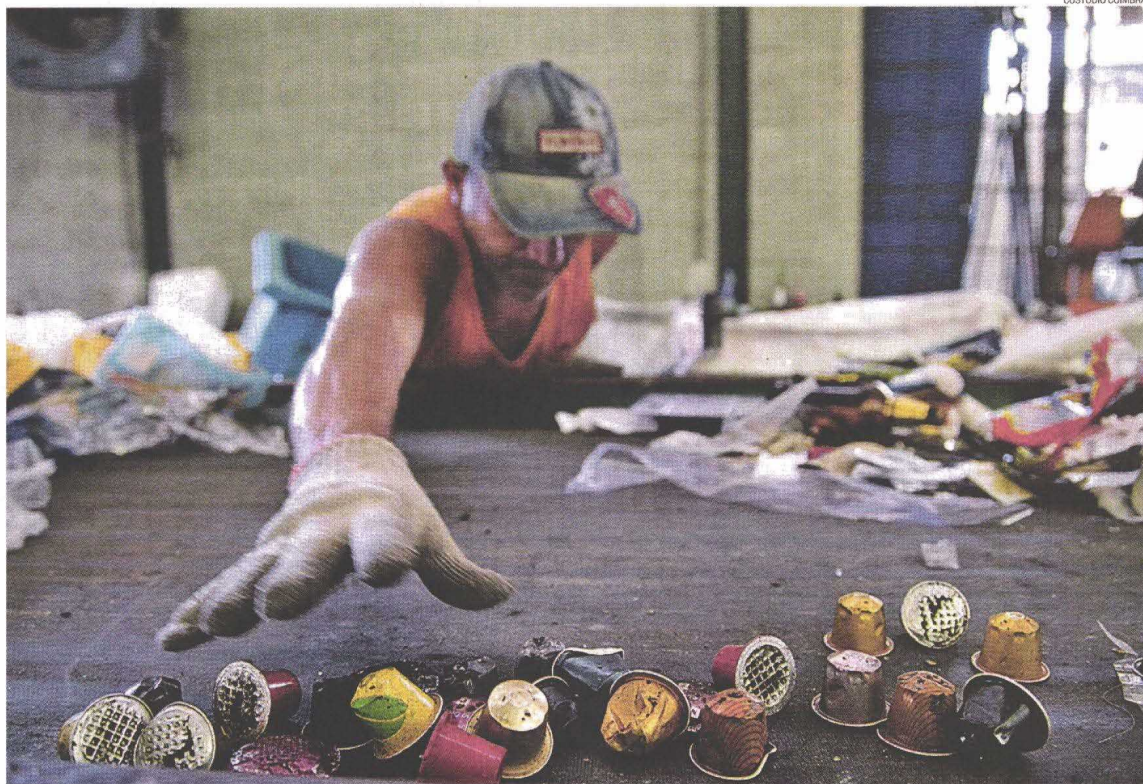
“Os fabricantes não tiveram tempo de se debruçar sobre o problema ambiental, mas a questão está em caminho de resolução”

Natan Herszkowicz

Diretor da Associação Brasileira da Indústria de Café

De acordo com dados do Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre), 18% dos municípios do país, entre eles o Rio, contam com sistemas públicos de reciclagem, para onde vai parte do lixo recolhido. Porém, mesmo que as cápsulas cheguem aos centros de reciclagem, não existe know-how, nem mercado, para processar esses resíduos.

A explicação para esse problema está, justamente, na complexidade da composição dos objetos. Após análises físico-químicas de cápsulas das três marcas, uma pesquisa preliminar liderada pela professora Ana Paula Bortoleto, do Departamento



Sem lugar na reciclagem. Trabalhador da cooperativa CoopFuturo, no Rio, exclui cápsulas de café do processo, na esteira de reciclagem: não há mercado para o material

de Saneamento e Ambiente da **Unicamp**, concluiu que “não há viabilidade técnica” para a reciclagem — por obstáculos que vão da mistura de componentes à diferença de materiais usados pelas marcas (plástico e alumínio, principalmente).

A análise apontou também que a extração e o processamento do alumínio virgem têm alto custo ao meio ambiente e que, no caso dos polímeros usados majoritariamente pela Dolce Gusto e pela 3 Corações, a reciclagem é complexa e requer uma segregação cuidadosa ao longo do processo. Há ainda a geração do lixo eletrônico com as máquinas e dificuldades no transporte pelo peso e propriedades orgânicas da borra de café, que fica úmida depois do uso.

— Se você pensar no impacto de uma cápsula, não parece muito. Mas esse mercado traz o incentivo ao consumo de algo que não existia. O tamanho é a desculpa, mas tente juntar as cápsulas que consomem por um mês e perceba o impacto. Não existe solução mágica — resume Bortoleto.

GEORGE CLOONEY QUESTIONADO

O impacto ambiental das cápsulas é debatido ao redor do mundo. O astro George Clooney, rosto da publicidade da Nespresso, já contou ao jornal inglês “The Guardian” que foi por vezes questionado quanto à sustentabilidade do produto. Enquanto isso, o americano John Sylvan, que criou uma versão de café em cápsulas nos EUA, o K-Cup, já declarou arrependimento, por causa do impacto ambiental. Ex-executivo da Nespresso, o suíço Jean-Paul Gaillard, por sua vez, fundou a Ethical Coffee Company, que produz cápsulas biodegradáveis.

No Brasil, uma pesquisa da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic) com a consultoria Euro-monitor prevê que o café em cápsulas, responsável por 0,6% das vendas de café em 2014, alcance 1,1% em 2019. A associação estima que, em 2019, sejam consumidas 16 mil toneladas do produto nessa modalidade — em 2014, foram 6 mil toneladas. Dados da Kantar Worldpanel mostram que, em 2015, mais de 80% do volume foram comprados pela classe AB, e metade nas regiões de Rio e São Paulo.

— A expansão das cápsulas foi tão rápida que os fabricantes não tiveram tempo de se debruçar sobre o problema ambiental. Acredito que a questão da sustentabilidade está em caminho de resolução — reconhece o diretor executivo da Abic, Nathan Herszkowicz.

O GLOBO consultou cooperativas do Rio e de São Paulo, que foram enfáticas ao afirmar que não há quem recicle cápsulas no Brasil. Fernanda Cubiaco, do Movimento Lixo Zero, destaca que as empresas deveriam priorizar a chamada logística reversa, termo que define a responsabilidade de fabricantes, distribuidores, comerciantes, consumidores e órgãos públicos de providenciar o destino correto aos diversos produtos. Ou seja, cabe à cadeia produtiva a responsabilidade pelos seus próprios detritos.

— Por estarem vindo ao mundo em pleno século XXI, as indústrias têm que nascer com um mecanismo de logística reversa — defende Fernanda.

Em nota, a Dolce Gusto destacou que “cumpre rigorosamente a legislação brasileira” e oferece informações claras no site. Além disso, afirmou que recicla as cápsulas coletadas através de um processo de extrusão, que gera uma resina plástica. Já a 3 Corações apontou que orienta sobre o descarte correto através do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) e que “está em fase de finalização de sua nova fábrica de cápsulas no Brasil, em Montes Claros (MG). A nova planta industrial contará com uma célula-piloto para viabilizar a proposta de separação, tratamento, destinação e transformação dos materiais de suas cápsulas”.

Por sua vez, a Nespresso afirmou que as embalagens têm o símbolo internacional de reciclagem e que a marca “está em constante comunicação com sua base de clientes”. A empresa destacou ainda: “Houve um esforço de aproximação com as principais cooperativas de reciclagem de alumínio, infelizmente sem sucesso. Não havia no país know-how de reciclagem deste seguimento de cápsulas de café feitas de alumínio, portanto a Nespresso desenvolveu maquinário que faz a separação [da borra de café e do alumínio], em Barueri (SP)”. ●

Reciclagem em pauta

PESQUISAS. De acordo com a associação Proteste, as fabricantes de cápsulas de café não orientam adequadamente seus consumidores sobre o descarte dos detritos. Já uma análise da **Unicamp** concluiu que o fator que mais dificulta a reciclagem é a mistura de materiais orgânicos e inorgânicos. Veja abaixo as respostas das três principais marcas de cápsulas de café do país.

NESPRESSO. A empresa informou que as embalagens têm o símbolo mundial de reciclagem e que “houve um esforço de aproximação com as principais cooperativas de reciclagem de alumínio, infelizmente sem sucesso”. Segundo a marca, não havia no país conhecimento sobre como fazer a reciclagem das cápsulas de alumínio e, por isso, a empresa desenvolveu maquinário de separação (da borra de café e do alumínio). A marca tem 28 pontos de coleta do material, listados no site Nespresso.com.br

DOLCE GUSTO: A empresa afirmou que cumpre “rigorosamente a legislação brasileira”. A marca, que tem 15 pontos de coleta dos detritos, explicou ainda que recicla as cápsulas recolhidas com um processo de extrusão. Mais informações no site Nescafe-Dolcegusto.com.br

3 CORAÇÕES. Por meio de nota, a empresa (3coracoes.com.br) garantiu que orienta sobre o descarte através do Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) e que está finalizando sua nova fábrica de cápsulas, em Montes Claros (MG). Segundo o comunicado, as instalações serão equipadas para viabilizar separação, tratamento e transformação dos materiais de suas cápsulas.