

Emissão de CO₂ cai radicalmente com reciclagem de alumínio

Brasil deixa de emitir o equivalente a 830 mil toneladas de gases de efeito estufa por ano com o reaproveitamento da lata

Estudo realizado pelo Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), a pedido do Ministério do Meio Ambiente (MMA), avaliou os benefícios econômicos, ambientais e climáticos que a reciclagem de diversos materiais proporciona ao Brasil. O levantamento mostra que o processo de reciclagem de alumínio libera apenas 5% das emissões de CO₂, quando comparado com a produção de alumínio primário. “É a redução mais significativa entre os materiais pesquisados”, comenta Silvano Silvério, secretário de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano do MMA, destacando que para cada tonelada de alumínio reciclada, a indústria deixa de emitir o equivalente a cinco toneladas de CO₂.

A pesquisa do Ipea constatou que os ganhos econômicos, ambientais e climáticos do Brasil com a reciclagem de alumínio, aço, vidro, plástico e celulose chegam a R\$ 2,5 bilhões por ano. Segundo Silvério, o objetivo do estudo é colaborar para a formulação de políticas públicas que definam formas de remuneração de pessoas que realizam serviços ambientais, como, por exemplo, os catadores de material reciclado.

“Ao remunerar os catadores, es-



Renault Castro, diretor executivo da Abralatas

taremos fomentando a reciclagem no Brasil e, portanto, deixando de extrair materiais da natureza, gastando menos energia e gerando menos gás de efeito estufa”, comenta o secretário. A forma de remuneração será definida por um grupo de trabalho interministerial.

Alumínio – Tomando por base o estudo do Ipea, em 2008 o Brasil deixou de emitir o equivalente a 830 mil tone-

ladas de gases de efeito estufa somente com a reciclagem da lata de alumínio. É aproximadamente a quantidade de CO₂ emitida por ano em uma cidade com mais de 80 mil habitantes.

“É mais um indicador dos benefícios do reaproveitamento dos materiais, que deve ser levado em consideração na elaboração de políticas públicas”, avalia o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro. “As vantagens da reciclagem são evidentes para o meio ambiente. A tributação das bebidas deveria considerar os impactos ambientais de cada embalagem”, comenta o executivo.

Renault lembra também que estudos já comprovaram outros benefícios. A economia de energia elétrica com a reciclagem de alumínio no Brasil é equivalente ao consumo anual de uma cidade de um milhão de habitantes, ou aproximadamente o que o país economiza por ano com a implantação do horário de verão. Com a reciclagem da lata evita-se também a extração anual de 830 mil toneladas de bauxita, minério do qual se obtém o alumínio. Noutros termos, cada tonelada de lata reciclada substitui de quatro a cinco toneladas de bauxita.



Silvano Silvério, secretário de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano do MMA

Foto: Abralatas

Foto: MMA

Risco à saúde

Apesar de comprovada a ineficácia do chamado “selo higiênico”, Congresso ainda debate sua obrigatoriedade

A existência de laudos científicos confirmando a possibilidade de o chamado “selo higiênico” favorecer a proliferação de bactérias, ao invés de evitá-las, reverteu a tendência, no Congresso, de aprovação do Projeto de Lei 7375/2006 recomendando o uso do produto. Após audiência com o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, o relator do projeto na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (CDEIC) da Câmara dos Deputados, deputado Dr. Ubiali (PSB/SP), apresentou substitutivo acolhendo os argumentos da entidade.

Pelo novo texto, as embalagens de bebidas deverão ter impressa a advertência “Limpe antes de usar”. Dr. Ubiali, que é neurocirurgião, retirou a recomendação para uso do “selo higiênico”.

Outro Projeto de Lei também em tramitação na Câmara dos Deputados, PL 2744/2008 de autoria do deputado Vital do Rêgo Filho (PMDB-PB), encontra-se na Comissão de Seguridade Social e Família, onde recebeu parecer favorável do deputado Dr. Talmir (PV-SP). Baseado em material informativo da Abralatas, o deputado Darcísio Perondi (PMDB-RS) pediu vista e apresentou voto em separa-

do contrário ao “selo higiênico”.

Para Renault Castro, não faria sentido o Congresso aprovar uma lei que recomenda a utilização de um dispositivo que, comprovadamente, pode favorecer a proliferação de bactérias nas embalagens e, portanto, fazer mal à saúde da população. Segundo laudo do laboratório Noel Nutels, da Secretaria de Saúde do Rio de Janeiro, o “selo higiênico” não impede o contato do bocal com microorganismos e, ao dificultar a evaporação, cria “as condições de umidade necessárias ao desenvolvimento de certos tipos de microorganismos”.

Punição ao meio ambiente

FGV constata que carga tributária beneficiou embalagens de maior impacto ambiental. Lata recebeu maior taxação entre embalagens

Levantamento realizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) comprovou que a lata de alumínio se manteve no posto de embalagem mais tributada pelo IPI, PIS e Cofins no novo modelo de tributação de bebidas, adotado a partir de janeiro de 2009. O estudo, elaborado a pedido da Abralatas e da Abal (Associação Brasileira do Alumínio), mostra que, no caso das cervejas, a carga tributária da lata chegou a 11,76% do preço de referência, enquanto a carga do vidro retornável ficou em 11,02% e do vidro descartável em 10,29%.

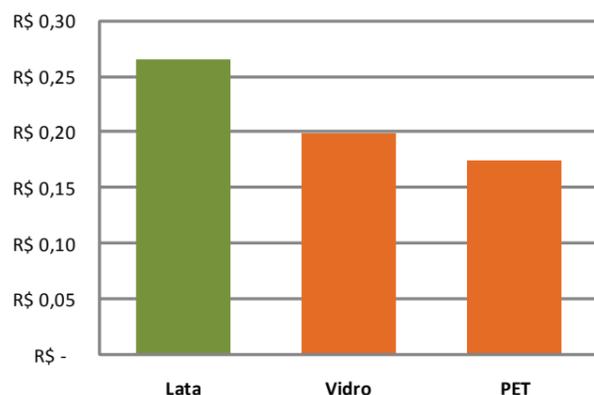
No caso dos refrigerantes, para cada litro da bebida em lata, o consu-

midor paga R\$ 0,26 de tributos, valor bem superior aos R\$ 0,20 incidentes sobre a embalagem de vidro e aos R\$ 0,18 da embalagem de PET. “Sabemos que a Receita Federal se preocupa com esse fato, mas, infelizmente, ainda não se conseguiu fazer com que a tributação das bebidas reflita o impacto ambiental que produzem. Isso, de uma certa forma, frustra o consumidor, que se preocupa cada vez mais com o impacto ambiental de seus hábitos de consumo, pois ele percebe que o governo não dá o exemplo de valorizar a embalagem que provoca menor dano

ambiental”, avalia o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro.

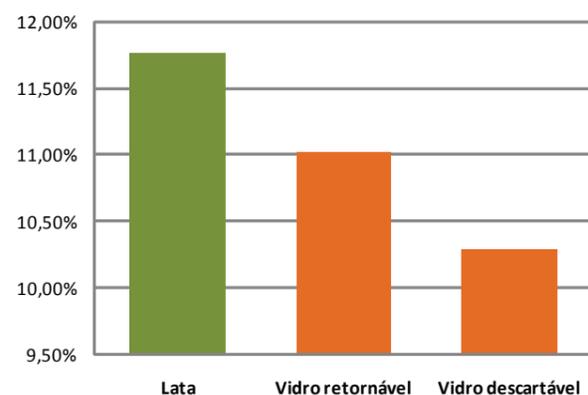
A regulamentação tributária de bebidas frias, em vigor desde o início do ano passado, alterou o cálculo de cobrança levando em consideração o preço por litro, o tipo de produto e a embalagem. Apesar de ter melhorado sua posição relativamente às demais embalagens, o trabalho da FGV mostra que a lata continua sendo a mais tributada. Para Renault, o modelo adotado acaba estimulando o consumidor a comprar embalagens com maior impacto ambiental.

Refrigerantes - Tributação (R\$/L)



Fonte: Abralatas

Cervejas - Carga Tributária (R\$/L)



A lata entra em campo

Copa do Mundo vira tema de latas de alumínio para bebidas e esquentas as vendas nos meses frios do ano



Os jogos serão realizados a mais de seis mil quilômetros, mas o impacto da Copa do Mundo de futebol sobre a economia brasileira beneficiará diversos setores. Estima-se que o consumo diário de bebidas durante os jogos – realizados em meses tradicionalmente frios no Brasil – seja similar ao verificado no verão, período de maior consumo.

Para a indústria de latas de alumínio, é como se houvesse um 13º mês de vendas em 2010. “Em geral, o consumo em junho é praticamente a metade do verificado em dezembro, mês de consumo elevado se comparado com outros períodos. Acreditamos que neste ano, as vendas durante os meses da Copa do Mundo dobrarão, mesmo sendo um período mais frio”, comenta Renault Castro, diretor executivo da Abralatas.

O diretor comercial da Rexam, Renato Estevão, também está otimista com os pedidos de latas temáticas para a Copa do Mundo. “Todos os nossos clientes pediram rótulos especiais. É uma forma de aproximar mais o consumidor do evento”. Segundo Renato, somente a Rexam fez mais de 20 latas especiais com temas da Copa.

Uma vantagem da lata sobre outras embalagens, em eventos como os jogos da África do Sul, é justamente

a possibilidade de ser totalmente impressa com o tema de interesse do cliente. A impressão utiliza recursos de alta tecnologia e resolução, destacando o produto nas prateleiras dos supermercados. No Brasil, os perío-

dos em que há mais pedidos de rótulos temáticos são o Carnaval e as Festas Juninas no Nordeste. Como neste ano as Festas Juninas coincidirão com os jogos do Brasil na Copa do Mundo, os pedidos serão bem maiores.

Pelada virtual - Além dos rótulos temáticos sobre Copa do Mundo, a lata está sendo utilizada pelos fabricantes como um convite para uma “pelada virtual”. O refrigerante Pepsi apresenta para os internautas um jogo de futebol interativo, preparado para as festividades da Copa. Para jogar, é necessário colocar a lata (que possui uma espécie de código) em frente a uma webcam. O computador “lê” o código e cria na tela um campo virtual. O movimento da lata faz com que o campo e os jogadores se movimentem.

Retratado através da realidade aumentada, trata-se do jogo “três contra três”. O jogo é ambientado em três cenários diferentes, que apresentam um campo de futebol virtual e o jogador deve impedir

que os adversários marquem gols. Outra novidade é que um grito do jogador ativa personagens especiais, que entram em campo para deixar a partida ainda mais competitiva. Acesse o site www.pepsi.com.br e saiba mais.



NA LATA

Na cabeça

Após modelos do São Paulo Fashion Week terem desfilado com latas de alumínio na cabeça, a cantora Lady Gaga resolveu inovar ao usar latas como “bobes”. Depois de aparecer assim no clipe “Telephone”, a cantora chamou a atenção ao usar duas latas de refrigerante enroladas nos cabelos enquanto desembarcava no aeroporto de Sidney, na Austrália.



Guaraná e Açai

A Antártica acaba de lançar um novo refrigerante que mistura açai a seu carro-chefe. O Guaraná Açai estará disponível em todo o país em latas de 350 ml, carregando uma forte dose de brasilidade e energia.

Já a Cervejaria Paraense (Cerpa) também mistura esses dois produtos genuinamente amazônicos e lança o energético Amazon Power. O energético, encontrado em lata de 267 ml, é indicado tanto para os praticantes de esporte que precisam recuperar as energias quanto para aqueles que frequentam baladas.



Premium

Uma linha de cervejas especiais da Dado Bier chega ao mercado, pela primeira vez, em latas de 473 ml. De olho no crescimento da demanda no Brasil, a cervejaria gaúcha decidiu comercializar em latas suas cervejas premium, que só eram vendidas em garrafas. As embalagens, produzidas pela Rexam, foram criadas para toda linha de cervejas especiais: *Weiss*, *Red Ale*, *Belgian Ale* e *Royal Black*.

De acordo com Dado Bier, como é conhecido o sócio-fundador da cervejaria, a lata garante o mesmo sabor daquele encontrado em garrafas, a um preço final 20% mais barato. Além disso, viabiliza a estratégia de expansão da empresa, facilitando a comercialização em supermercados: a lata não quebra, ocupa menos espaço e é bem mais leve para ser transportada.



Fotos: Divulgação

Sofisticação

Após inúmeros produtos terem ganhado formato de lata, o vinho é a nova bebida que invade as prateleiras dos supermercados brasileiros. Produzido com uva *vitis vinifera* lambrusco, cultivada na Itália, o *Vino & Fashion* já faz bastante sucesso na Europa e acaba de ser lançado nacionalmente. Segundo o *sommelier* Pedro Paulo Medeiros, a lata não altera o sabor da bebida e permite o consumo em ambientes diversificados, como praia, boates, barcos e bares.



Fabricantes de latas de alumínio para bebidas:



REXAM

Associadas:



www.abralatas.org.br

Boletim da ABRALATAS
Associação Brasileira dos
Fabricantes de Latas
de Alta Reciclabilidade

Rinaldo Lopes
Presidente
Renault de Freitas Castro
Diretor Executivo

Projeto gráfico
N3 Comunicação
Jornalista responsável
Cláudio Tourinho
Redação
Paula Andrade
Helinéia Suassuna

Impressão:
Supernova Gráfica
Tiragem:
3.500 exemplares

SCN Qd. 01, Bloco F, Ed. America Office Tower,
Salas 1608 a 1610 - CEP: 70.711-905, Brasília-DF
Tel.: (61) 3327-2142 Fax: (61) 3327-3165
E-mail: abralatas@abralatas.org.br