

EMBALAGEM E SOCIEDADE

A embalagem moderna é um sistema que envolve materiais, tecnologia, processos, equipamentos, design, marketing, logística e comunicação.

Ela é um meio, não um fim

Seu objetivo é embalar o produto, protegendo-o para que ele possa durar, ser transportado, exposto e comercializado, chegando ao consumidor em perfeitas condições de consumo.

Para cumprir seu objetivo, a embalagem recebe o aporte qualificado de vários especialistas que são responsáveis pelas atividades multidisciplinares que ela demanda ao longo de sua existência.

Técnicos, engenheiros, *designers*, profissionais de marketing, especialistas em comportamento do consumidor, entre outros, contribuem para o resultado final da embalagem que encontramos no mercado.

Esta visão é importante para compreendermos um pouco a complexidade de uma atividade que movimenta cerca de US$ 500 bilhões anualmente no mundo todo, impulsionada por uma indústria avançada que processa o vidro, a celulose, os plásticos, o aço, o alumínio e outros materiais para produzir mais de 10 mil itens e componentes diferentes que formam as embalagens.

Esta indústria alimenta as linhas de produção e envase nos fabricantes dos produtos que, por sua vez, abastecem o comércio varejista, os supermercados, e lojas de diversos tipos, como farmácias, padarias, armazéns, bares e lanchonetes.

Imagens retiradas do livro História da embalagem no Brasil – ABRE



Esta indústria alimenta as linhas de produção e envase nos fabricantes dos produtos que, por sua vez, abastecem o comércio varejista, os supermercados, e lojas de diversos tipos, como farmácias, padarias, armazéns, bares e lanchonetes.

Por trás desta operação existe uma cadeia logística de distribuição que entrega os produtos nos mais distantes pontos do país para atender aos consumidores das pequenas e grandes cidades.

A embalagem existe para atender às necessidades e anseios da sociedade e tem acompanhado sua evolução provendo soluções compatíveis com o estágio de desenvolvimento em que ela se encontra.

No Japão, por exemplo, existe uma cultura estética que valoriza a forma de apresentação dos produtos que faz com que o consumo *per capita* de embalagens naquele país chegue aos US$ 450 anuais, enquanto a média mundial não passa dos US$ 77.

No Brasil o consumo ainda não alcançou a média mundial, estando atualmente em US$ 75/habitante/ano. Apesar disso, o faturamento do setor superou os 32 bilhões de reais em 2005, tendo dobrado de tamanho nos últimos 5 anos.

A indústria brasileira de embalagem é um daqueles setores em que o país não está atrasado. Nós temos nível internacional e somos hoje um país exportador de embalagens (vazias).

O pintor Debret registrou no século XIX caixas de embarque sendo transportadas por escravos. Estas embalagens de importação eram marcadas a fogo para identificar seus remetentes.



Nosso *design* vem conquistando prêmios nos principais concursos internacionais do setor por sua qualidade e criatividade e temos um centro de tecnologia de embalagem, o CETEA em Campinas, que está entre os melhores no gênero.

A EMBALAGEM É UM SETOR DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA POR EXCELÊNCIA

Isto acontece porque as diversas indústrias estão o tempo todo empenhadas na busca de novas soluções que possam representar vantagem competitiva sobre seus concorrentes. Toda vez que uma delas consegue uma solução de sucesso, isso obriga as demais a correrem atrás numa dinâmica tecnológica ininterrupta que faz deste um setor de vanguarda que acompanha os avanços da sociedade com soluções cada vez mais eficientes e sofisticadas.

MAS NEM SEMPRE FOI ASSIM

Na antiguidade a necessidade da sociedade, assim como acontece com os nossos índios, era a de juntar para poder levar os alimentos de um lugar para o outro. A necessidade de estocar alimentos que ocorre nos países frios estimulou o desenvolvimento de formas de conservar os alimentos, além de simplesmente transportá-los. O grande motor do desenvolvimento da sociedade, e conseqüentemente da embalagem, foi o comércio, com suas viagens e caravanas, que



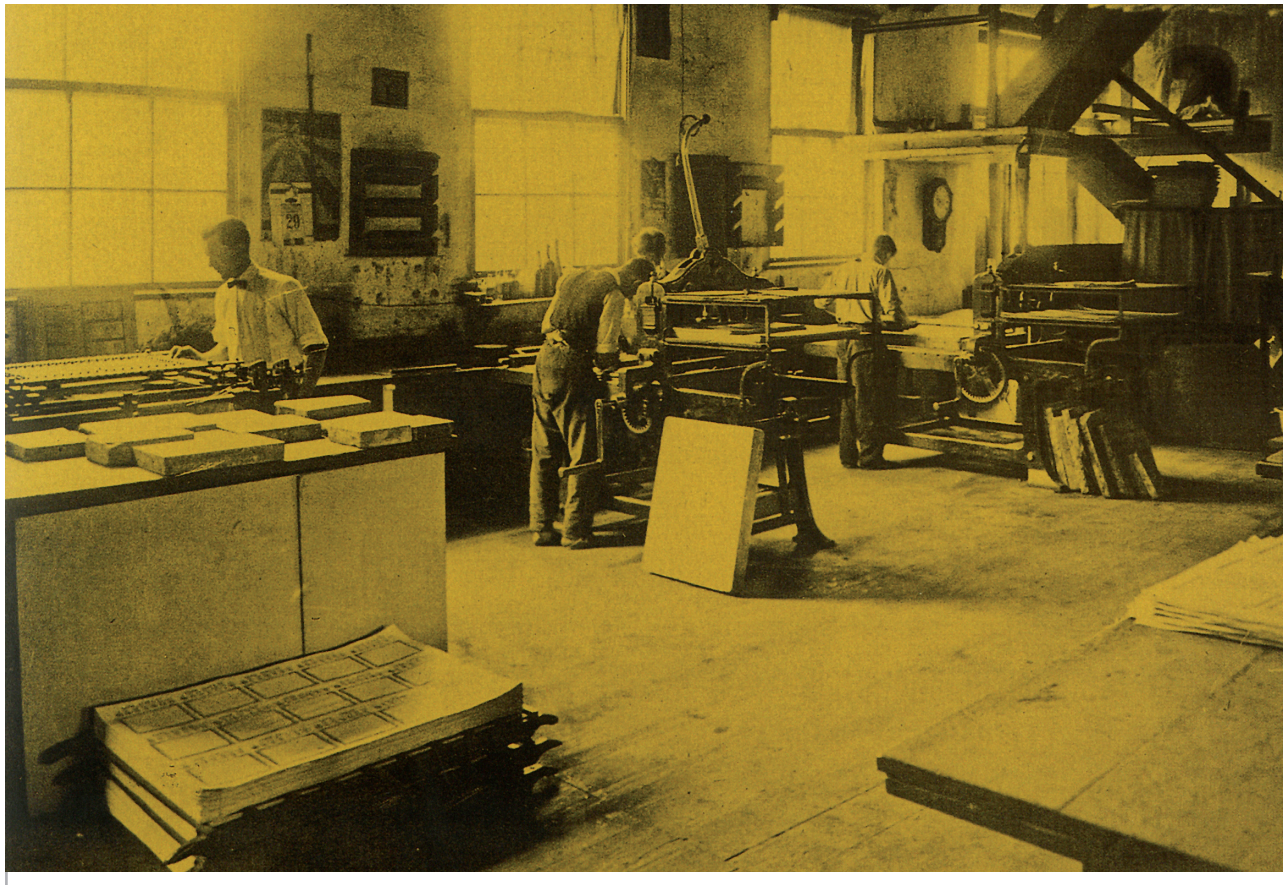
Os barris eram utilizados para transportar líqüidos, farinha e até o mate, como nesta foto de barris produzidos pela Leão Junior, fabricante do Mate Leão, no início do século XX.

geraram não só novos itens de troca, como também a necessidade de melhor proteção para que os produtos resistissem ao transporte em distâncias mais longas.

As navegações, os descobrimentos e as novas rotas marítimas e comerciais deram início à globalização ou o comércio em escala global, exigindo, novamente, o desenvolvimento de embalagens melhores, mais resistentes e que conservassem por mais tempo os produtos.

A grande dificuldade que existia naqueles tempos era a falta de tecnologia e de materiais que permitissem a criação de embalagens mais eficientes. O barro reinou soberano por milhares de anos, seguido dos tecidos, na forma de sacos e enfardamentos amarrados com cordas.

A madeira permitiu a criação de caixotes e barris, que permitiram o transporte de líqüidos, mas não havia muito mais com o que contar. As



Seção de litografia da Impressora Paranaense, no final do século XIX. Este tipo de impressão utilizava como matriz pedras polidas e gravadas.

técnicas de trabalho com metais e com o vidro só se viabilizaram bem mais tarde, assim como as técnicas de conservação de alimentos, setor que até hoje é o segmento que mais consome embalagens. Alimentos e bebidas respondem no Brasil por 60% de todas as embalagens produzidas. Quanto menos desenvolvida a sociedade, maior este número, pois nos países desenvolvidos o consumo de bens não alimentícios é maior devido a grande oferta de produtos duráveis que faz com que esta porcentagem caia.

No início do século XIX a indústria de embalagem teve um grande impulso graças a duas invenções que abriram novas perspectivas para o setor. Napoleão Bonaparte, que desenvolvia então suas campanhas militares por toda a Europa, precisava prover seus exércitos com alimentos que pudessem chegar às linhas de frente e lançou um concurso premiando quem conseguisse criar uma forma de conservar os alimentos e permitir que eles fossem transportados a longas distâncias. François Appert venceu o concurso dando início à indústria de processamento de alimentos. Isto aconteceu em 1813 e por ironia do destino os alimentos de Appert acabaram estreando na batalha de Waterloo.

Um pouco antes, porém, o rei da Inglaterra atribuiu, em 1810, a patente da lata de aço a Peter Durand. Esta invenção deu origem à indústria das conservas alimentícias enlatadas, que são, até hoje, amplamente utilizadas.

Outra grande necessidade surgida com a intensificação do comércio foi a identificação dos produtos que começaram a circular pelo mundo todo. A rotulagem que já era utilizada desde o século XV com rótulos escritos a mão e, depois de Gutemberg, impressos em tipografia, ganhou impulso com a era das invenções.

Em 1798 surge na França a máquina de fazer papel inventada por Nicolas

Lois Robert e, na Bavaria, foi criado por Alois Senefelder o princípio da litografia, que permitiu a impressão em cores. Com isso, já em 1830 os rótulos coloridos eram amplamente utilizados, gerando uma arte gráfica de grande beleza que fez com que as embalagens aumentassem ainda mais seu poder de atração.

Com a Revolução Industrial surge a sociedade moderna e o mundo mudou de fisionomia para sempre. As máquinas mudaram o conceito de tempo e escala de produção, permitindo confeccionar o que antes era inimaginável, e uma onda de progresso varreu a terra. As embalagens não ficaram de fora deste movimento e foram ainda mais necessárias na alimentação dos grandes contingentes populacionais que abandonaram o campo para viver nas cidades e trabalhar nas fábricas. O crescimento das cidades foi o principal gerador de novas soluções para o abastecimento dessas populações.

O século XX chegou com a promessa de um novo tempo, mas nessa época a tampa *crown* (tampinha de garrafa) já havia sido criada assim como a garrafa da Coca-Cola, que mais tarde se tornaria um ícone da embalagem. Foram tempos velozes e desafiadores. Máquinas permitiam a fabricação de mais e melhores embalagens e os processos industriais se aperfeiçoavam. As cidades cresciam e demandavam ainda mais embalagens. Em 1920 a Dupont criou o celofane, dando início à era dos plásticos…

Com a quebra da bolsa de Nova York e a falta de dinheiro que acometeu o trabalhador americano, um merceeiro chamado Michael Kullen criou, em 1930, o conceito do supermercado. Para reduzir os custos ele eliminou os balconistas, fazendo com que os consumidores apanhassem, eles mesmos, as embalagens nas prateleiras. Sua loja King Kullen foi logo copiada graças ao seu grande sucesso.

A substituição do balconista obrigou a uma alteração radical na rotulagem das embalagens, que tiveram de assumir a tarefa de informar ao consumidor e de vender o produto, tarefa que antes era feita pelo balconista. Esta necessidade deu início à embalagem moderna e as funções mercadológicas ganharam cada vez mais espaço e importância.

Depois da Segunda Guerra Mundial outro grande impulso foi provocado pela revolução das residências. A geladeira, a televisão com seus anúncios, os eletrodomésticos e a onda de prosperidade que varreu o planeta fizeram o consumo explodir. A embalagem ganhou grande destaque graças aos supermercados cada vez maiores que iam surgindo, até chegar aos hipermercados, impulsionados pela popularização do automóvel, que permitia levar grandes quantidades de compras para casa.

Hoje a embalagem se sofisticou em todos os sentidos, existem mais de 10 mil itens diferentes envolvendo uma ampla gama de materiais, processos e tecnologias. A vanguarda do setor aponta para as embalagens ativas, que

Nos armazéns, os vendedores orientavam os "fregueses", explicavam as características do produto, funcionando como interface entre a indústria e os consumidores.





Os supermercados exigiram novas embalagens, que se comunicassem diretamente com os consumidores sem a ajuda dos vendedores que existiam nos armazéns.

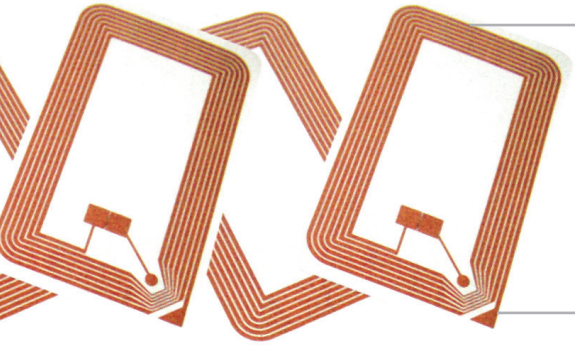
aquecem, esfriam ou interagem com o produto, e para as inteligentes, que desempenham funções programadas, como acusar descongelamento ou perda de vácuo e indicar a temperatura ideal de consumo.

A nova Smart Tag RFID (etiqueta de identificação por radiofreqüência) vai substituir o código de barras e permitir que se passe com o carrinho cheio pelo caixa com um único "biiip", sem ter de registrar cada produto individualmente, além de permitir o rastreamento avançado de todas as movimentações do produto desde que ele sai da fábrica.

A nanotecnologia, assunto do momento, vai ter grande impacto nas embalagens do futuro, reduzindo custos, melhorando a *performance* dos materiais na resistência e proteção dos produtos e propiciando a criação de novas soluções.

O conceito de "Inteligência de Embalagem" será adotado para cuidar da gestão deste importante item da atividade das empresas. Isto fará com que a embalagem passe a integrar o planejamento estratégico das empresas que a utilizam, fazendo com que a embalagem assuma um novo papel na gestão de seus negócios.

Estamos no limiar do século XXI e de uma coisa podemos ter certeza: "a embalagem existe para atender às necessidades e anseios da sociedade e com ela continuará evoluindo". ESPM



As etiquetas RFID ou "identificação por rádio freqüência" substituirão com muitas vantagens o atual código de barras. Para o consumidor a grande vantagem será a passagem, direto pelo caixa, sem precisar parar para registrar os produtos comprados.

FABIO MESTRINER
Coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM.
Ex-Presidente da ABRE.
Criou e dirige a PACKING Design e Inteligência de Embalagem.

BIBLIOGRAFIA

HISTÓRIA DA EMBALAGEM NO BRASIL – ABRE – Associação Brasileira de Embalagem 2006.

MESTRINER, Fabio – Design de Embalagem Curso Básico – Makron Books São Paulo 2001.

MESTRINER, Fabio – Design de Embalagem Curso Avançado – Pearson Education – 2005 (segunda edição).

OPIE, R – The art of labels – Chartwell Books 1987.