

O mundo precisa de uma nova embalagem

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

Quando em 2019 surgiu na cidade de Wuhan na China mais um daqueles vírus que te tempos em tempos aparecem por lá e se espalham pelo mundo, levantando suspeitas de que não foi dada a ele a devida atenção e que o governo chinês inclusive tentou esconder a situação, fez com que aquilo que começou como um vírus de gripe, se tornasse uma epidemia que virou pandemia que foi divulgada com sensacionalismo e agora se transformou numa crise econômica de efeitos imprevisíveis.

O pânico causado por toda esta situação fez desaparecer das prateleiras dos supermercados da Europa os produtos que os Europeus tinham até então ao alcance da mão e cuja variedade e abundância me chamou a atenção na visita que fiz aos supermercados da Espanha no ano passado.

Devido a imprevisibilidade da situação, estocar alimentos em casa passou a ser uma prioridade que gerou a corrida aos supermercados que estamos vendo e como sempre faço, passei a observar com mais atenção os carrinhos das pessoas para verificar o que estão comprando e para surpresa de ninguém, notei uma presença maior de produtos em embalagens que podem ser estocadas fora da geladeira porque quando surge catástrofes como esta, pode faltar tudo, inclusive eletricidade. A sabedoria popular é prodigiosa pois a humanidade já atravessou todo tipo de dificuldade e a inteligência coletiva nos ensinou que não importa o que aconteça, temos que atravessar e continuar e é isso que vai acontecer também desta vez.

A parte que nos interessa discutir é o resultado e as consequências desta situação pois, mais uma vez ficou evidente que, quando surge uma crise, a embalagem é a primeira a ser convocada.

Crises e catástrofes naturais são as queridinhas do noticiário, todos os dias somos bombardeados por notícias de enchentes, terremotos, deslizamentos, vendavais, tornados, incêndios florestais e tsunamis que ocorrem mundo a fora. Nestes eventos, somos informados que as populações atingidas precisam de socorro, doações são solicitadas e envios de alimentos, água potável, roupas e medicamentos são providenciadas por forças do estado, organizações sociais, bombeiros e voluntários que se dispõem a ajudar no socorro às vítimas.

As pessoas de bom coração que estão acompanhando a tragédia passam a torcer para a ajuda chegar logo e quando esta chega, vemos

caminhões, helicópteros e barcos despejando “*caixas e mais caixas*” cheias de embalagens com medicamentos, água e alimentos.

Mas desta vez, com a crise do *corona vírus* que surgiu na China e se espalhou pelo mundo, estamos vendo uma corrida aos supermercados que está deixando vazias as prateleiras e causando preocupação em todas as pessoas quanto ao abastecimento de suas famílias.

As embalagens estão sumindo das prateleiras e isso é uma imagem aterrorizante para quem estava acostumado a ter sempre a mão, com abundância e ao seu dispor os produtos que desejasse comprar.

Se considerarmos que todos os medicamentos, soros, máscaras, luvas, material hospitalar e até a maioria do ar que é oferecido aos enfermos nos hospitais é entregue em embalagens, podemos concluir que ela é um item que está na linha de frente no enfrentamento dos desdobramentos desta crise lamentável sobre todos os aspectos, mas que deve ser encarada como mais uma das epidemias que, de tempos em tempos surgem no mundo e que são sempre atravessadas pela humanidade.

Desta vez não será diferente, nós vamos atravessar!

O que nos interessa agora é pensar e refletir sobre o impacto que esta crise terá no negócio da embalagem e dos produtos que as utilizam para atender as necessidades e os anseios dos consumidores.

Como restou evidente, a questão da preservação dos produtos, o *shelf life*, ganhou mais relevância pois as pessoas por precaução vão manter doravante um pequeno estoque de alimentos e gêneros de primeira necessidade, portanto, pesquisas e desenvolvimentos de barreiras e soluções que aumentem a vida útil dos produtos devem ganhar mais atenção do que já vinham tendo.

Outro ponto que deve ser enfatizado é a evolução das embalagens para delivery e para vendas online. Pois este tipo de serviço crescerá exponencialmente e demandará embalagens cada vez melhores e mais especializadas.

Não bastará mais “carregar” os produtos até a casa do consumidor, este tipo de embalagem deve incorporar novas funções de marketing passando a “*conversar*” mais com os consumidores, estabelecendo e reforçando relacionamentos, iniciando uma nova compra, convidando o consumidor para novas experiências e para fazer parte de clubes, grupos de interesse e movimentos que atenuem o isolamento social.

Um novo mundo está surgindo desta situação inusitada por que estamos passando e a embalagem é protagonista tanto neste como no novo cenário que se revela.

Cabe aos profissionais deste setor redobrar seus esforços para colher rapidamente os ensinamentos que a crise nos trouxe e identificar as oportunidades que estão surgindo para que o sofrimento que todos de alguma forma estão sendo submetidos não seja em vão.

Fabio Mestriner

Designer – Professor – Escritor

Autor de livros didáticos sobre embalagem adotados por mais de 30 universidades

Professor na ESPM consulting