

Universidade Feevale
Programa de Pós-Graduação em Qualidade Ambiental
Mestrado em Qualidade Ambiental

Fabiana Bracht

**QUALIDADE AMBIENTAL: UMA ANÁLISE DO POTENCIAL
EDUCATIVO-AMBIENTAL DAS EMBALAGENS DE
ALIMENTOS DESTINADAS AO PÚBLICO INFANTIL**

Novo Hamburgo

2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Universidade Feevale
Programa de Pós-Graduação em Qualidade Ambiental
Mestrado em Qualidade Ambiental

Fabiana Bracht

**QUALIDADE AMBIENTAL: UMA ANÁLISE DO POTENCIAL
EDUCATIVO-AMBIENTAL DAS EMBALAGENS DE
ALIMENTOS DESTINADAS AO PÚBLICO INFANTIL**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Qualidade Ambiental
como requisito para a obtenção do título
de mestre em Qualidade Ambiental.

Orientador: Profa. Dra. Marília Andrade Torales

Co-orientador: Prof. Dr. Jairo Lizandro Schmitt

Novo Hamburgo

2010

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Bracht, Fabiana

Qualidade ambiental: uma análise do potencial educativo-ambiental das embalagens de alimentos destinadas ao público infantil / Fabiana Bracht – 2010.

146 f. ; il.: 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Qualidade Ambiental) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo-RS, 2010.

Inclui bibliografia.

“Orientador: Profa. Dra. Marília Andrade Torales” ; “Co-orientador: Prof. Dr. Jairo Lizandro Schmitt”.

1. Educação ambiental. 2. Embalagens 3. Comunicação. 4. Crianças.
I. Título.

Bibliotecário responsável: Cássio Felipe Immig – CRB 10/1852

Universidade Feevale
Programa de Pós-Graduação em Qualidade Ambiental
Mestrado em Qualidade Ambiental

Fabiana Bracht

**QUALIDADE AMBIENTAL: UMA ANÁLISE DO POTENCIAL
EDUCATIVO-AMBIENTAL DAS EMBALAGENS DE
ALIMENTOS DESTINADAS AO PÚBLICO INFANTIL**

Dissertação de mestrado aprovada pela banca examinadora em 2 de setembro de 2010,
conferindo ao autor o título de mestre em Qualidade Ambiental.

Componentes da Banca Examinadora:

Profa. Dra. Marília Andrade Torales (Orientadora)
Universidade Feevale

Prof. Dra. Ivalina Porto
Universidade Federal do Rio Grande - FURG

Prof. Dr. Cristiano Max Pereira Pinheiro
Universidade Feevale

Dedicatória

Dedico esta pesquisa à uma pessoa muito especial em minha vida,
que me apóia incondicionalmente, e que abriu mão junto comigo
de tantas coisas para que eu realizasse essa conquista,
que eu digo: não é só minha, é nossa!...
Ao amor da minha vida: Luis Gustavo.

Agradecimentos

Agradeço a Deus pelo dom da vida e pelo enorme presente de receber o amor da minha família e dos meus amigos queridos.

Agradeço à minha família, pai, mãe, irmão e sobrinha - alicerces do meu ser - pela compreensão, apoio e amor durante todo o mestrado;

Agradeço ao meu marido, por estar sempre ao meu lado;

Quero fazer um agradecimento especialíssimo à minha orientadora, Dra. Marília Andrade Torales, que me acompanhou desde o início do curso, que me ensinou muito! E jamais esquecerei dos momentos (poucos, mas inesquecíveis) que passamos viajando juntas, uma linda recordação. Agradeço sua dedicação, por ter acreditado no meu potencial e sempre me inspirar para continuar a construir minha carreira. À ti todo o meu carinho e admiração.

Aos meus amigos, que sempre estiveram dispostos a me ajudar no que fosse preciso, especialmente ao Daniel Faistauer, à Patrícia Cristina Fernandes, por me auxiliar na busca de artigos e me dar seu colo quando eu mais precisei; à Elisa Freiburger e à Fabiane Machado pelo empréstimo de livros e apoio incansável; à Greice Weber, minha cunhada, por todo o auxílio; às professoras que coletaram as embalagens de seus alunos: muito obrigada;

Aos professores que, com carinho e ajuda prestada, participaram diretamente desta longa e incrível caminhada: Professora Arina Blum, que sempre se disponibilizou a me ajudar no que eu precisasse; Professora Maria Berenice Machado, sempre presente; Professor e colega Luiz Robinson, sempre prestativo e interessado; Professor Marcelo Aimi, que me encantou mais ainda com o universo das embalagens; ao Professor Sérgio de Carvalho que participou de muitos momentos especiais com a turma de mestrado. Agradeço ao Professor Cristiano Max e ao Professor Naime, por aceitarem meu convite para a banca.

RESUMO

O tema escolhido para esta pesquisa é considerado relevante desde as perspectivas científica e social, pois trata da dimensão educativa nos processos comunicativos que referem ao campo ambiental. Para melhor compreensão do assunto, dentre as temáticas que complexificam e estruturam o campo ambiental, se estabeleceu como objeto de pesquisa o potencial educativo-ambiental presente nas embalagens de alimentos destinadas ao público infantil. O objetivo principal desta pesquisa é identificar produtos consumidos de forma comum por dois grupos de crianças em duas escolas do município de Novo Hamburgo, a fim de analisar suas embalagens. Pode-se dizer que seja importante e eficaz que as empresas trabalhem os valores da Educação Ambiental através de seus produtos e sua comunicação, ainda mais se forem embalagens destinadas ao público infantil, pois a infância é a fase humana em que se forma a personalidade e os valores morais. Para o campo da Comunicação este é um tema bastante relevante, já que num projeto de desenho de embalagem deve-se pensar a embalagem como parte da comunicação da empresa e do próprio produto embalado na busca pela qualidade ambiental. A estratégia metodológica utilizada nesta pesquisa é de caráter qualitativo e consiste em coletar as embalagens de produtos consumidos por um grupo e caracterizar as embalagens selecionadas considerando seus projetos gráficos e seu apelo ambiental, além de apontar alternativas para que estas embalagens aumentem seu potencial educativo-ambiental.

Palavras-Chave: Educação Ambiental. Comunicação. Embalagem. Público Infantil.

ABSTRACT

The theme chosen for this research is considered relevant from the scientific and social perspectives, because it is about the educational dimension of communicative processes that relate to the environmental field. In order to understand better this theme, among the issues that make complex and structure the environmental field, it has been established as the object of this research the educational-environmental potential in package of food products developed for children. The goal of this research is to identify the products and their packages, consumed by a group of children at two schools in Novo Hamburgo city. It can be said that it is important and effective that companies work the values of environmental education through its products and its communication, in particular if packages were intended to children, because childhood is the period where human personality is formed as well as the moral values. In the field of communication, this is a topic very relevant, because in a package project the design should be considered as part of the company communication and part of the own package product in the searching for environmental quality. The strategy used in this research is qualitative and consists in collecting the packages of products consumed by a group of children, and the packages selected will be characterized, considering their graphic designs with environmental appeal. Besides that, it indicates alternatives to improve the educational-environmental potential of the packages.

Keywords: Environmental Education, Communication, Packages, Children's interest.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1.1 – ELEMENTOS DO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO	18
FIGURA 1.2 – HIERARQUIA DE NECESSIDADES DE MASLOW	21
FIGURA 1.3 – CADEIA PRODUTIVA DA EMBALAGEM	32
FIGURA 1.4 – PRODUÇÃO DE EMBALAGENS NO BRASIL.....	32
FIGURA 1.5 – EXEMPLO DE MATERIAL LAMINADO.....	38
FIGURA 3.1 – SIMBOLOGIA RECICLÁVEIS SUGERIDAS PELA ABRE.....	39
FIGURA 3.3.1 – EMBALAGEM A1	82
FIGURA 3.3.2 – EMBALAGEM A2	82
FIGURA 3.3.3 – EMBALAGEM A3	84
FIGURA 3.3.4 – EMBALAGEM A4	85
FIGURA 3.3.5 – EMBALAGEM A5	85
FIGURA 3.3.6 – EMBALAGEM A6	87
FIGURA 3.3.7 – EMBALAGEM A7	89
FIGURA 3.3.8 – EMBALAGEM A8.....	89
FIGURA 3.3.9 – EMBALAGEM A9	90
FIGURA 3.3.10 – EMBALAGEM A10.....	91
FIGURA 3.3.11 – EMBALAGEM A11	92
FIGURA 3.3.12 – EMBALAGEM A12.....	92
FIGURA 3.3.13 – EMBALAGEM A13	94
FIGURA 3.3.14 – EMBALAGEM A14.....	94
FIGURA 3.3.15 – EMBALAGEM A15	95
FIGURA 3.3.16 – EMBALAGEM A16.....	95
FIGURA 3.3.17 – EMBALAGEM A17.....	97
FIGURA 3.3.18 – EMBALAGEM A18.....	97
FIGURA 3.4.1 – EMBALAGEM B1	99
FIGURA 3.4.2 – EMBALAGEM B2	100
FIGURA 3.4.3 – EMBALAGEM B3	101
FIGURA 3.4.4 – EMBALAGEM B4	102
FIGURA 3.4.5 – EMBALAGEM B5	104
FIGURA 3.4.6 – EMBALAGEM B6	105
FIGURA 3.4.7 – EMBALAGEM B7	106

FIGURA 3.4.8 – EMBALAGEM B8	106
FIGURA 3.4.9 – EMBALAGEM B9	106
FIGURA 3.4.10 – EMBALAGEM B10	107
FIGURA 3.4.11 – EMBALAGEM B11	109
FIGURA 3.4.12 – EMBALAGEM B12	110
FIGURA 3.4.13 – EMBALAGEM B13	111
FIGURA 3.4.14 – EMBALAGEM B14	112
FIGURA 3.4.15 – EMBALAGEM B15	114
FIGURA 3.4.16 – EMBALAGEM B16	115
FIGURA 3.4.17 – EMBALAGEM B17	115
FIGURA 3.4.18 – EMBALAGEM B18	116
FIGURA 3.4.19 – EMBALAGEM B19	116
FIGURA 3.4.20 – EMBALAGEM B20	117
FIGURA 3.4.21 – EMBALAGEM B21	118
FIGURA 3.4.22 – EMBALAGEM B22	119
FIGURA 3.4.23 – EMBALAGEM B23	119
FIGURA 3.4.24 – EMBALAGEM B24	120
FIGURA 3.4.25 – EMBALAGEM B25	120
FIGURA 3.4.26 – EMBALAGEM B26	121
FIGURA 3.4.27 – EMBALAGEM B27	123
FIGURA 3.4.28 – EMBALAGEM B28	123
FIGURA 3.4.29 – EMBALAGEM B29	124
FIGURA 3.4.30 – EMBALAGEM B30	124
FIGURA 3.4.31 – EMBALAGEM B31	125
FIGURA 3.4.32 – EMBALAGEM B32	126
FIGURA 3.4.33 – EMBALAGEM B33	127
FIGURA 3.4.34 – EMBALAGEM B34	127
FIGURA 3.4.35 – EMBALAGEM B35	127
FIGURA 3.4.36 – EMBALAGEM B36	128
FIGURA 3.4.37 – EMBALAGEM B37	129
FIGURA 3.4.38 – EMBALAGEM B38	129
FIGURA 3.4.39 – EMBALAGEM B39	130
FIGURA 3.4.40 – EMBALAGEM B40	131

LISTA DE TABELAS

TABELA 1.1 – FORMAS DE EMBALAGEM.....	23
TABELA 1.2 – CLASSIFICAÇÃO DAS EMBALAGENS	28
TABELA 1.3 – PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS	31
TABELA 1.4 – AMPLITUDE DA EMBALAGEM.....	33
TABELA 1.5 - MATÉRIA-PRIMA E PRINCIPAIS TIPOS DE PRODUTOS	35
TABELA 1.6 – GANHOS POR MEIO DA INTEGRAÇÃO DOS ASPECTOS AMBIENTAIS NO PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DAS EMBALAGENS	46
TABELA 2.1 – DIFERENÇAS ENTRE PESQUISA QUANTITATIVA E QUALITATIVA.....	55
TABELA 2.2 - ESQUEMA METODOLÓGICO.....	61
TABELA 3.1 – DESCRIÇÃO DAS EMBALAGENS COLETADAS NA ESCOLA A	65
TABELA 3.2 – DESCRIÇÃO DAS EMBALAGENS COLETADAS NA ESCOLA B.....	70

SUMÁRIO

RESUMO.....	6
ABSTRACT	7
LISTA DE FIGURAS.....	8
LISTA DE TABELAS	10
SUMÁRIO	11
INTRODUÇÃO.....	13
IMPORTÂNCIA DO TEMA	13
OBJETIVOS	15
<i>Objetivo Geral</i>	15
<i>Objetivos Específicos</i>	15
ESTRUTURA DESTA DISSERTAÇÃO.....	16
CONTROLE EPISTEMOLÓGICO EXTERNO.....	16
1 REFERENCIAL TEÓRICO	18
1.1 COMUNICAÇÃO, MARKETING E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	18
1.2 EMBALAGEM	21
1.2.1 <i>História da Produção de Embalagens</i>	22
1.2.1.1 <i>História da Embalagem no Brasil</i>	25
1.2.2 <i>Tipos de Embalagem</i>	28
1.2.3 <i>A Importância da Embalagem na Sociedade</i>	29
1.2.4 <i>Funções da Embalagem</i>	33
1.2.5 <i>Materiais</i>	35
1.2.6 <i>Processos de Impressão</i>	39
1.2.7 <i>Embalagem como Elemento da Comunicação</i>	40
1.2.8 <i>Embalagem e Meio Ambiente</i>	43
1.2.8.1 <i>Desenvolvimento de Embalagens Considerando a Questão Ambiental</i>	43
1.2.9 <i>O Mercado de Embalagens Destinadas ao Público Infantil</i>	48
1.3 EDUCAÇÃO AMBIENTAL	49
2 REFERENCIAL METODOLÓGICO.....	54
2.1 O PROBLEMA DE PESQUISA	54
2.2 O ENFOQUE QUALITATIVO	55
2.3 CRITÉRIOS PARA DEFINIÇÃO DA AMOSTRA	56
2.4 CONTEXTUALIZAÇÃO	57
2.5 A ESCOLHA DO LÓCUS DE PESQUISA	57
2.6 ESCOLHA DO GRUPO DE INFORMANTES	58
2.7 COLETA DE DADOS.....	59
2.8 ESQUEMA METODOLÓGICO	60
3 ANÁLISE DOS DADOS	62
3.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMBALAGENS DA ESCOLA A E DA ESCOLA B.....	65
3.2 ANÁLISE DESCRITIVA DAS EMBALAGENS DA ESCOLA A	82
3.3 ANÁLISE DESCRITIVA DAS EMBALAGENS DA ESCOLA B	99
3.4. COMPARATIVO ENTRE AS EMBALAGENS COLETADAS	132
4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	136

4.1 SUGESTÃO E PROPOSTA	139
BIBLIOGRAFIA	141

INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem o interesse de relacionar dois campos teóricos distintos, mas que estão intimamente relacionados, nomeadamente, são eles: a Comunicação, em se tratando de produção de embalagens, e a Educação Ambiental. Ou seja, trata-se de uma pesquisa sobre a problemática da Educação Ambiental no cenário da produção e consumo das embalagens de alimentos destinados ao público infantil, abordada do ponto de vista da qualidade ambiental.

A partir desta perspectiva, convém lembrar que todos os produtos que consumimos têm embalagens, e que elas geram impactos ao meio ambiente, desde a extração da matéria-prima utilizada em sua fabricação até seu descarte após o consumo. Assim, pode-se dizer que este assunto é atual e pertinente para todo debate sobre as questões ambientais, interferindo diretamente na vida das pessoas.

Apesar do crescimento de uma consciência ecológica mundial estar motivando a produção de embalagens recicláveis, isso ainda não tem sido o suficiente para a preservação do meio ambiente. Outras inúmeras alternativas podem ser exploradas, a fim de alcançar um equilíbrio ambiental em longo prazo neste setor, como reduzir a quantidade de matéria-prima utilizada na fase de produção, projetar embalagens que possam ser reutilizadas e ainda, utilizar a comunicação da própria embalagem como uma ferramenta para educar ambientalmente o consumidor. Esta última alternativa, além de promover a empresa ambientalmente, levaria o consumidor a adotar uma postura de preservação do meio ambiente, através da inclusão de estratégias comunicativas utilizando a Educação Ambiental nos projetos de embalagens.

IMPORTÂNCIA DO TEMA

Este tema é considerado relevante nas perspectivas científica e social, pois trata da dimensão educativa nos processos comunicativos que se referem ao campo ambiental. Para melhor compreensão do assunto, dentre as temáticas que complexificam e estruturam o campo ambiental, estabeleci como objeto desta pesquisa, a verificação do potencial educativo-ambiental presente nas embalagens destinadas ao público infantil.

Pode-se dizer que é importante e eficaz que as empresas trabalhem os valores da Educação Ambiental através de seus produtos e sua comunicação, ainda mais se forem embalagens destinadas ao público infantil, pois é na infância que se aprende os valores morais, o convívio social, e é na infância que a personalidade se forma. Para o campo da Comunicação este é um tema relevante, já que num projeto de desenho de embalagem deve-se pensar a embalagem como parte da comunicação da empresa e do próprio produto embalado.

As embalagens já fazem parte do cotidiano das famílias, trazendo por um lado a praticidade e por outro o aumento de impactos ambientais através do ato de consumir, que é símbolo de nossa sociedade capitalista. Com o avanço tecnológico, descobertas científicas e com o crescimento das indústrias nestas últimas décadas, veio o consumismo desenfreado de nossa sociedade, que resultou em situações adversas à qualidade de vida no planeta, como o problema ambiental global que estamos testemunhando nestes últimos anos, a poluição, as mudanças climáticas, o desperdício dos recursos naturais, etc.

As embalagens tornaram-se indispensáveis na vida moderna, trazendo inúmeros benefícios no acondicionamento e no consumo dos produtos industrializados. Sem dúvida seria difícil imaginar a vida em nossa sociedade sem a facilidade e a eficiência das embalagens. Este setor da indústria está em constante evolução, através de pesquisas e estudos, para atender cada vez melhor o consumidor final em todas as suas necessidades. Mas o que não se pode negar também é que as embalagens, apesar de úteis, são consideradas causadoras de alguns problemas para o meio ambiente. Um deles é o aumento dos resíduos sólidos nas metrópoles, além da extração insustentável de matérias-primas. Neste sentido vale ressaltar que o acúmulo de resíduos sólidos é um problema sério a ser enfrentado por todos que pensam e trabalham em favor do meio ambiente.

Sendo assim, tratar da implicação ambiental nas embalagens é um assunto interessante e pertinente nos dias de hoje, e é um desafio ao qual esta pesquisa se propõe, unindo uma reflexão sobre as embalagens com o campo da Educação Ambiental.

A estratégia metodológica utilizada nesta pesquisa é de caráter qualitativo. Consiste em coletar embalagens de produtos consumidos por dois grupos de crianças de duas escolas de Ensino Fundamental. Após estas coletas, buscou-se caracterizar as embalagens selecionadas, realizar uma análise dos projetos gráficos das mesmas e apontar alternativas para que estas aumentem seu potencial educativo-ambiental.

As motivações pessoais que me trouxeram até esta pesquisa tiveram início juntamente com minha trajetória profissional e acadêmica. No ano de 2000, comecei a trabalhar com desenho de embalagens no Rio Grande do Sul, o que me oportunizou

financeiramente iniciar a faculdade no ano de 2001 para cursar Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda. Durante toda a graduação continuei trabalhando com desenho de embalagens, e na pesquisa de conclusão do curso optei por unir dois temas que sempre me interessaram: as embalagens e o meio ambiente, na monografia que teve como título: As embalagens como lixo urbano e sua relação com o meio ambiente. Realizei essa pesquisa já pensando em cursar Mestrado em Qualidade Ambiental na Universidade Feevale.

Atualmente continuo trabalhando com embalagens e quero, e posso, contribuir com o meio ambiente através da minha profissão. Em essência, essa pesquisa busca dar continuidade a pesquisa iniciada em 2007, mas desta vez focando no estudo da Educação Ambiental, não identificando o impacto das embalagens no meio ambiente, mas trazendo ideias que possam fazer da embalagem uma ferramenta de Educação Ambiental que auxilie na busca pela Qualidade Ambiental.

OBJETIVOS

Para delimitar a pesquisa, definiu-se o ponto principal deste trabalho a necessidade de “identificar o potencial educativo-ambiental existente nas embalagens destinadas ao público infantil”. Para isto, se apresentam os seguintes objetivos:

Objetivo Geral

Verificar o potencial educativo-ambiental das embalagens destinadas ao público infantil, através da análise de diferentes produtos consumidos por dois grupos de crianças do município de Novo Hamburgo/RS.

Objetivos Específicos

Caracterizar as embalagens selecionadas descrevendo seus formatos, materiais utilizados, tipos, tamanhos, etc.

Analisar graficamente a comunicação utilizada nas embalagens destinadas ao público infantil e verificar seu potencial educativo para o público infantil.

Comparar entre as embalagens coletadas: quantas apresentam Apelo Infantil, Apelo Ambiental, Brincadeiras, Informações Educativas, etc.

Descrever o tipo de informações necessárias para que uma embalagem possa comunicar, através de mensagens gráficas ou textuais, elementos que contribuam para a efetivação de processos educativo-ambientais.

ESTRUTURA DESTA DISSERTAÇÃO

Este estudo divide-se em quatro capítulos. No primeiro deles, será abordada a fundamentação teórica sobre os assuntos tratados: comunicação publicitária, embalagens e sua história, seus tipos, sua importância na sociedade, suas funções, seus materiais, seus processos de impressão e da relação entre a embalagem e o meio ambiente, além de tratar sobre a Educação Ambiental. O segundo capítulo contempla a fundamentação metodológica desta dissertação, que apresenta todos os passos da construção desta pesquisa. O terceiro capítulo é dedicado à análise dos dados coletados e o quarto e último capítulo contempla as reflexões finais.

CONTROLE EPISTEMOLÓGICO EXTERNO

Por fim, é importante destacar que o projeto de pesquisa dessa dissertação foi previamente apreciado por alguns especialistas externos, como estratégia metodológica para esclarecer os assuntos que a pesquisadora não domina. O primeiro controle foi efetivado pela professora Arina Blum, coordenadora do Centro de Design da Universidade Feevale de Novo Hamburgo, e professora da disciplina de embalagens, com observações no projeto inicial, sugestões e indicações de materiais teóricos. O segundo controle externo foi realizado por Ms. Luiz Robinson, da Universidade Feevale, através de esclarecimentos sobre os materiais utilizados nas embalagens e indicações de bibliografias sobre o assunto. O terceiro e último controle externo foi realizado por Ms. Daniel Faistauer, da Universidades do Vale do Rio dos

Sinos – Unisinos, na revisão de todo o referencial teórico, com ricas observações e contribuições.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 COMUNICAÇÃO, MARKETING E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

A Comunicação tem como princípio conduzir a informação, e ela está presente em nosso cotidiano – na mídia, nas relações humanas, na ciência, etc. Neste sentido, poderia ser representada como um esquema que relaciona entre si as seguintes partes: emissor, mensagem, meio e receptor, que se utilizam de um código em comum (CARMO, 1970).

Conforme Rabaça e Barbosa (1998, p.151-152), a palavra Comunicação deriva do latim, como grande parte das palavras de nosso vocabulário, e significa tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões, etc. “Comunicar implica participação [...], em interação, em troca de mensagens, em emissão ou recebimento de informações novas. [...] Conjunto dos conhecimentos relativos aos processos de Comunicação”. Os autores apresentam uma definição dos engenheiros de telecomunicações Shannon e Weaver, que se baseia na melhor utilização dos meios ou canais disponíveis a fim de captar o máximo de informações e o mínimo de ruídos conforme ilustra a Figura 1.1. Os principais elementos desse modelo de comunicação são os seguintes:

uma fonte de informação seleciona, de um conjunto de mensagens possíveis, uma mensagem; o transmissor converte a mensagem em sinais, de acordo com um código determinado, e esses sinais são transmitidos para o destinatário através de um canal adequado; o receptor, por sua vez, decodifica ou demodula os sinais recebidos, para recuperar a mensagem original. ‘Quando falo com outra pessoa, o meu cérebro é a fonte da informação, o cérebro do outro é o destinatário; meu sistema vocal é o transmissor, e o seu ouvido é o receptor’ (Warren Weaver). O conceito de ruído (tudo o que interfere na transmissão e dificulta a recepção da mensagem) também está presente no modelo de Shannon e Weaver (SHANNON e WEAVER apud RABAÇA E BARBOSA, 1998, p.153).

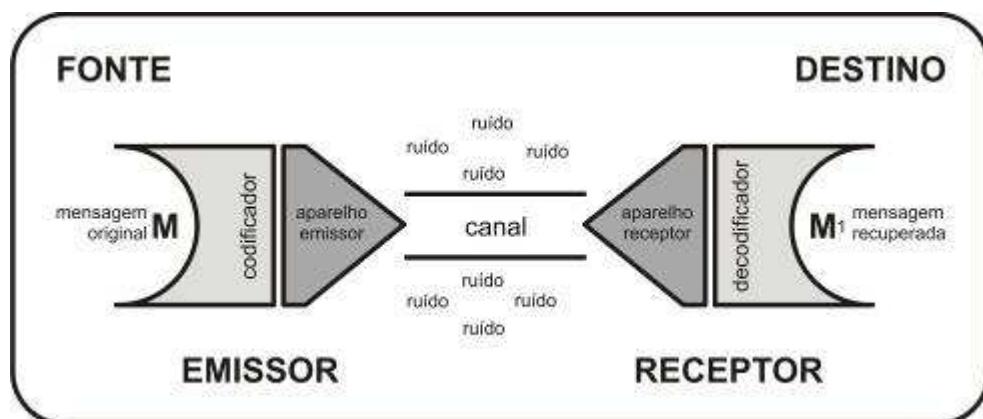


Figura 1.1 – Elementos do Processo de Comunicação

Fonte: RABAÇA; BARBOSA, 1998, p.153.

Para demonstrar a importância desse processo no meio industrial, Pinho (1991) menciona que é necessário que as empresas desenvolvam um programa eficaz de comunicação, a partir do qual se deseja criar um relacionamento duradouro com seus clientes, pois o Marketing está exigindo cada vez mais das empresas, não bastando apenas cumprir com seu dever de desenvolver um produto satisfatório, ter uma boa logística e determinar um preço justo.

Na área da educação, tomando como base a figura anterior e considerando que esta pesquisa relaciona a Comunicação com a Educação Ambiental, pode-se dizer que a Comunicação está presente no processo educacional tomando como exemplo o momento em que o emissor (que poderia ser o docente) emite a mensagem (que poderia ser uma informação nova) através de um canal (que poderia ser um quadro negro, voz, etc.) para o receptor (que poderia ser o aluno). Outro exemplo seria o nosso próprio objeto de pesquisa, em que o emissor seria a indústria, o canal seria a embalagem, a mensagem seria a informação sobre preservação, conscientização ambiental, etc., e o receptor seria o consumidor.

Quando o assunto é Comunicação nas empresas, quase sempre se trata de Marketing. Para introduzir e conceituar o Marketing, neste capítulo, Santos (2005), escreve que há tempo a palavra Marketing já faz parte de várias línguas e culturas e que, na maioria das vezes, ela é relacionada com o mundo dos negócios e poucos se preocupam com a definição do termo. Algumas vezes ela é usada como sinônimo de Publicidade ou Vendas, apesar dessas duas palavras fazerem parte das atividades do Marketing, não podem transmitir tudo o que significa a palavra Marketing.

Para Kotler (2006, p.22), o marketing tem como objetivo tornar a venda supérflua, conhecendo e entendendo o cliente tão bem que o produto se venda sozinho. Além disso, deve entender as necessidades, os desejos e as demandas desse cliente. Nas palavras de Kotler:

Necessidades são requisitos humanos básicos. Para sobreviver, as pessoas precisam de comida, ar, água, roupas e abrigo. Elas também têm fortes necessidades de recreação, instrução e diversão. Essas necessidades tornam-se desejos quando direcionadas a objetos específicos que possam satisfazê-las. [...] Os Desejos são moldados pela sociedade de cada um. Demandas são desejos por produtos específicos apoiados pela capacidade de comprá-los.

Para o marketing, sempre se deve levar em conta que as empresas devem produzir o que os consumidores realmente desejam. Pinho traz uma observação de Cobra (COBRA apud PINHO, 1991, p.14) quanto a isso, afirmando que mais importante que entender sua definição é compreender que marketing deve ser encarado como uma filosofia, uma norma de conduta para a empresa, na qual as necessidades latentes, quer no plano qualitativo, quer no quantitativo, impõem a dedução dos objetivos que a empresa deve ter em mente, para definir

as características dos produtos ou serviços a serem elaborados e as respectivas quantidades a serem oferecidas.

Essas necessidades e desejos dos consumidores é estudada dentro do Marketing de forma específica a qual denomina-se Comportamento do Consumidor. Dentre as muitas análises sobre o comportamento do consumidor, destacou-se para este estudo a Teoria da Motivação de Maslow ilustrada na figura 1.2, que foi criada por Abraham Maslow, psicólogo comportamental e especialista das motivações humanas. Criou a Hierarquia das Necessidades, na qual ele explica os cinco níveis de necessidades do ser humano. Para Maslow, as necessidades humanas são organizadas numa hierarquia, partindo das mais urgentes às menos urgentes. Maslow chegou a esta conclusão buscando responder por que as pessoas apresentam necessidades específicas, em momentos específicos. Segundo Maslow (apud KOTLER; ARMSTRONG, 1999), seguem as necessidades do ser humano:

- Necessidades Fisiológicas: aparecem na base da pirâmide e são necessidades básicas para a sobrevivência humana, como comida (alimento), bebida, repouso, reprodução.
- Necessidades de Segurança: constituem o segundo nível da pirâmide. Trata-se da auto-preservação, ou seja, de evitar o perigo físico, evitar a privação das necessidades fisiológicas, buscar a estabilidade.
- Necessidades Sociais: as pessoas sentem necessidades de serem aceitas e de pertencerem a grupos estabelecendo assim relações de amizade, afeto e amor. Quando não satisfeitas, tornam-se hostis, solitárias e deprimidas.
- Necessidades de Estima: nesta fase as pessoas passam a sentir necessidade de estima, ou seja, tanto de auto-estima quanto de reconhecimento por parte dos outros. Procura-se por prestígio, status e consideração. Neste estágio a marca apresenta um papel fundamental, muitas vezes, sendo uma forma de se autoexpressar.
- Necessidades de Auto-Realização: Aqui começa a predominar a necessidade de realizar aquilo de que se é capaz e que realmente se gosta de fazer. São as necessidades mais elevadas e estão no alto da pirâmide de Maslow.



Figura 1.2 – Hierarquia de Necessidades de Maslow
Fonte: KOTLER; ARMSTRONG, 1999, p. 103.

Embasar um estudo ou ações de um projeto de Comunicação, ou uma Campanha de Publicidade para uma empresa, nessa hierarquia não é uma boa prática, pois sabe-se que existem exceções e que o ser humano não segue um padrão, embora ela possa ser utilizada para lembrar que os seres humanos possuem diferentes prioridades em suas necessidades e que passam por diferentes situações de consumo em diferentes fases da vida.

Para que a Comunicação seja eficiente na promoção de uma empresa, além do Marketing, ela comumente se utiliza de muitas ferramentas que podem ser muito eficazes utilizadas estrategicamente conjuntas ou mesmo separadas. Para este estudo apenas uma destas ferramentas nos interessa no momento, a Embalagem. Segundo Sampaio (1999, :229), a Embalagem é uma das ferramentas fundamentais na comunicação, pois faz parte do transporte, acondicionamento, venda e uso do produto, participa da identidade da marca e pode veicular suas propagandas e promoções. Assim, o próximo capítulo será dedicado a compreensão teórica do campo de produção e uso das embalagens, suas funções, materiais, tipos de impressão, dentro dos aspectos relacionados ao tema.

1.2 EMBALAGEM

Todos os produtos consumidos pela sociedade têm embalagens, desde roupas, alimentos, calçados, eletrodomésticos, etc. Antes mesmo de algum produto ser consumido,

sua embalagem é consumida. É através dela que acontece o primeiro contato do consumidor com o produto, e na maioria das vezes é somente através dela que se tem contato com a empresa fabricante do produto. Muitas vezes a escolha do produto a ser consumido acontece no ponto de venda, ao consumidor entrar em contato e visualizar a embalagem, entre vários produtos similares, uma delas se destaca, e é através dela que se tem a primeira impressão do produto, antes mesmo de consumi-lo.

Antes de apresentar a história da embalagem, seria válido citar o seu conceito para uma melhor compreensão deste trabalho, mesmo após tê-la citado anteriormente como uma das ferramentas da comunicação. Moura e Banzato (1997, p.10) fazem a seguinte reflexão referente às embalagens:

[...] para a pessoa de marketing, a embalagem é um meio de apresentar o produto para gerar vendas. Para a pessoa de distribuição, é um meio de proteger o produto durante a movimentação, estocagem e transporte. E para o consumidor de varejo, embalagem é um meio de satisfazer ao desejo de consumo do produto.

Pode-se dizer que a embalagem é a “cara” do produto, pois ela é capaz de identificar o produto que envolve através de fotos, textos, informações, cores, ilustrações ou sugestões de consumo do produto. Para compreender sua importância na sociedade e como se tornaram fundamentais no cotidiano é necessário que se estude sua história.

1.2.1 História da Produção de Embalagens

As embalagens existem desde os tempos primitivos quando a humanidade percebeu a necessidade de transportar e proteger seus alimentos e a água. Embora nessa época elas fossem apenas simples recipientes feitos de escamas, folhas, peças ocas de madeira, louças de barro e peles de animais, elas já tinham grande utilidade nesses pequenos armazenamentos. Assim que o homem iniciou a agricultura, esses recipientes serviam para armazenar maiores quantidades, como por exemplo, para guardar e transportar a colheita.

Naquele tempo, no início das transações comerciais, as mercadorias eram transferidas de um recipiente para outro. Mas, com o passar do tempo o comércio foi aumentando e atingindo lugares mais distantes, resultando num aumento da necessidade do uso desses recipientes que, na época eram difíceis de conseguir e eram usados somente para conter a mercadoria durante o transporte (MOURA e BANZATO, 1997; CAVALCANTI, 2006).

A história não conta com certeza onde foi criada a primeira embalagem. Mas, acredita-se que pode ter sido por volta do ano 4.000 a.C. através da troca de mercadorias entre o Egito e a Mesopotâmia, com a utilização de cântaros¹ e alguns tipos de vasilhas. Por volta do ano de 3.000 a.C. os recipientes feitos de alabastro², um dos mais antigos que se tem conhecimento, foram utilizados como embalagens para conter cosméticos destinados à Mesopotâmia. Nessa mesma época, os egípcios produziam garrafas rústicas de vidro e jarras com areias moldadas, também utilizadas para conter cosméticos e ainda perfumes e óleos, transformando esses pequenos recipientes nas primeiras embalagens de consumo.

Aos poucos, as jarras de barro que quebravam com facilidade foram sendo substituídas por sacos de couro. Por volta do ano de 300 a.C., com o surgimento da técnica de sopro, foi possível confeccionar peças de vidro maiores e com maior rapidez. Com isso, viu-se a necessidade de identificar o produto e o seu fabricante. Então, os romanos usaram as primeiras tampas das embalagens, feitas de argila ou chumbo, trazendo nelas o nome do produto e do fabricante.

Segundo Moura e Banzato (1997, p. 4), a história conta que o Império Romano contribuiu para o desenvolvimento das embalagens.

O comércio e a arte no preparo de mercadorias para embarque deram um grande passo durante a época do Império Romano, ao longo dos mil anos seguintes. Mais tarde, os romanos desenvolveram o processo de fabricação de embalagens de vidro, utilizando-as extensivamente. O precursor do barril de madeira surgiu durante esse período. Os romanos tinham uma política de livre comércio e desenvolveram o sistema de estrados³, bem como introduziram muitas inovações em embalagens para o mundo civilizado.

Por volta de 1.200 d.C. as primeiras formas de embalagens eram feitas dos seguintes materiais e elaboradas nos formatos abaixo:

Tabela 1.1 – Formas de Embalagem

(continua)

Material	Forma da embalagem
Couro	Amarrados, sacolas, garrafas.
Tecido	Amarrados, sacos.
Madeira	Barris, caixas, tonéis, baús.
Relva ou lascas de madeira	Cestos e esteiras.
Pedra	Pequenos potes ou jarras.
Louça de barro	Potes, jarras, urnas, tigelas, vasos, etc.

¹ Jarra (BUENO, 2000, p.144).

² Pedra clara ou branca, parecida com o mármore, utilizada em esculturas (Ibid., p.41).

³ Espécie de palco; tablado (Ibid., p.330).

Tabela 1.1 – Formas de Embalagem

(conclusão)

Material	Forma da embalagem
Metal	Potes xícaras, tigelas, etc.
Vidro	Jarras, garrafas, xícaras, tigelas, etc.

Fonte: MOURA E BANZATO, 1997, p. 4

O primeiro papel foi produzido na China por volta do ano de 200 a.C., precedendo o papel cartão, outra invenção chinesa, que apareceria somente no século XVI. A arte da impressão também teve início na China, com a primeira impressão feita em papel usando blocos de madeira entalhada, por volta de 868 d.C. A partir disso, foram melhorando as técnicas de impressão como, por exemplo, no ano de 1454 quando Johann Gutenberg utilizou o tipo móvel, sendo possível fazer rótulos e etiquetas de papel. Técnica que posteriormente, em 1700, seria aperfeiçoada com chapas de cobre ou aço.

Segundo Moura e Banzato (1997), durante a Revolução Industrial houve muitas invenções e inovações que contribuíram para o crescimento e o desenvolvimento comercial. Nessa época, Alois Senefelder descobriu o princípio de impressão litográfica⁴, que traria bons resultados já no início do século XIX ao ser utilizado em impressões nas embalagens. Durante o século XIX e XX, observou-se um rápido desenvolvimento da indústria, que resultou num aumento da produção de produtos de consumo e conseqüentemente um aumento da produção e de inovações no setor de embalagens, com máquinas e técnicas (entre elas a fotográfica a qual utilizava um processo químico).

Entre 1890 e 1900, as empresas não viam a embalagem como fator de auxílio na venda. Mas, com a grande mudança que ocorreu na Inglaterra e nos Estados Unidos, no que diz respeito ao aperfeiçoamento das indústrias, houve um aumento na produção e, conseqüentemente, na concorrência entre as empresas. Os produtos que até então eram vendidos a granel⁵, passaram a necessitar de uma embalagem que trouxesse a identificação do produto, demonstrando segurança e sua qualidade. Assim, surgiu a legislação para controlar o saneamento e a pureza dos alimentos, a etiquetagem dos produtos e o seu transporte. Com isso, o consumidor passou a selecionar os produtos que mais lhe agradavam também a partir desses critérios. Ainda assim a embalagem representava apenas um custo adicional aos produtores,

⁴ Processo de reproduzir por impressão os desenhos traçados numa pedra calcária especial (BUENO, 2000, p.457).

⁵ Mercadoria vendida em grande quantidade e sem embalagem (Ibid., p.393).

que não viam o seu valor. Então, mais tarde, a propaganda foi usada para mostrar o diferencial dos produtos e criar uma boa imagem da empresa para o consumidor.

Foi na década de 30 que a embalagem começou a ser vista como ferramenta de comunicação e marketing, de maneira que passou a preocupar-se com sua forma, cor e aparência visual, a fim de informar e persuadir o consumidor. Durante as décadas de 40 e 50, nos Estados Unidos, iniciaram-se os auto-serviços ou supermercados, onde o consumidor escolhe os produtos que quer sem a ajuda de um vendedor. Com certeza essa mudança contribuiu para que as empresas investissem na embalagem, para que ela chamasse a atenção do consumidor (MOURA e BANZATO, 1997).

A embalagem se desenvolveu em todo o mundo no decorrer dos anos, tendo um importante papel na vida das pessoas. No Brasil, ela também teve sua história como consta no próximo item.

1.2.1.1 História da Embalagem no Brasil

No contexto brasileiro, as primeiras embalagens eram cestos, balaios, ânforas⁶, odres⁷, feitas de folhas de plantas, couro, do chifre e da bexiga dos animais, de todos os tipos de serventias, inventadas pelos índios e negros e adotados pelos brancos. Passaram a ser feitas de cerâmica, vidro, tecidos, madeira, papel, papelão, até os materiais conhecidos atualmente, como alumínio e o plástico e suas várias aplicabilidades (CAVALCANTI, 2006).

No século XIX, as embalagens já faziam parte do cotidiano das pessoas. Naquela época, elas eram preciosas devido à sua escassez. Embora fossem simples invólucros anônimos, tinham uma importante função: transportar e proteger alimentos e outros produtos. Apesar de fundamentais no transporte e conservação dos produtos, as embalagens daquela época podem ser vistas como artesanato e não como indústria. O mesmo pode-se dizer do vidro até o final do século XIX, pois foi no ano de 1637 que o Brasil teve seu primeiro forno para vidro, feito por quatro artesãos vidreiros, que chegaram a Pernambuco junto com as invasões holandesas e montaram uma oficina para fornecer copos, vidros para janelas e frascos para embalagens.

⁶ Vaso grande (BUENO, 2000, p. 63).

⁷ Saco feito de pele e destinado a transportar líquido (Ibid., p. 550).

Em 1808, ano em que ocorreu a Abertura dos Portos, a chegada de João VI modificaria a economia, a cultura e a política brasileiras e, também, o destino das embalagens. Com a chegada do primeiro desembarque de importações de vários produtos, principalmente bebida alcoólica, acondicionados em garrafas de vidro, começou-se a cogitar a sua produção local. Uma das primeiras fábricas de garrafas do Brasil foi fundada em 1810, em Salvador. Em 1861, a indústria vidreira crescia no Rio de Janeiro e se espalhava por várias províncias.

A partir do século XVIII eram utilizadas, para exportar o açúcar brasileiro para a Europa, grandes caixas de madeira marcadas a ferro quente identificando o nome do proprietário do açúcar. Cavalcanti (2006, p.24) traz uma curiosidade a respeito dessas embalagens utilizadas para a exportação:

Principal produto do Brasil Colônia, o açúcar, era armazenado em grandes caixas de madeira que seguiam para a Europa. As madeiras tropicais utilizadas eram de tão boa qualidade que, em Portugal, eram empregadas na execução de móveis. Hoje os colecionistas chamam de móveis de 'madeira de caixa' as peças de mobiliário português feitas do reaproveitamento das embalagens de açúcar.

No entanto, o início da produção de embalagens em grande quantidade deu-se apenas com a exportação de produtos agrícolas, como caixotes para transportar açúcar, surrões⁸, barricas de madeira para o mate e os sacos de juta para o café. Essa produção acompanhou o processo de industrialização, no final do século XIX, surgindo assim, a sacaria de algodão para os moinhos de trigo, o metal para a lataria dos frigoríficos, os vidros para os remédios e perfumes, as garrafarias para a cerveja, o papel para os cigarros e embrulhos, o papelão para todos os tipos de caixa.

O saco de juta foi uma das primeiras embalagens industriais produzidas no Brasil, com a importação do fio direto da Índia e tecendo-se aqui os sacos, com a finalidade de acondicionar o café brasileiro que era exportado por volta do ano de 1885. A exportação do café em sacos de juta superou a exportação do açúcar, que era o principal produto exportado pelo Brasil.

Já no início do século XX, “quase todas as embalagens eram produzidas dentro das próprias empresas, que compravam papel, madeira e folha-de-flandres⁹ e imprimiam rótulos, fabricavam caixas e latas [...]” (CAVALCANTI, 2006, p.71).

No ano de 1888, no Brasil, iniciou-se a produção do papel e anos mais tarde a produção de papelão. Havia muita demanda e a produção crescia rapidamente através da concorrência em torno de três a quatro empresas. Conforme Cavalcanti (2006), nessa época,

⁸ Sacos de couro cru (BUENO, 2000, p.549).

⁹ Lata, lâmina de ferro recoberta de estanho (Ibid., p.359).

com o papel nacional, toda mercadoria era envolta no tradicional papel de embrulho cor-de-rosa, que era a forma universal de embalagem.

Entre os anos de 1930 e 1940, surgiu no Brasil uma grande indústria de papel, que fez mudanças significativas no mundo da embalagem. Na mesma época, tiveram entrada no Brasil as multinacionais, que, preocupando-se com a qualidade e a opinião dos consumidores, revolucionaram a embalagem brasileira. Foi em 1970 que se iniciou, em grande escala, a produção de papel cartão, permitindo um grande avanço no mercado brasileiro de embalagens.

Segundo Cavalcanti (2006), na década de 40, a produção de aço ganhou força no Brasil garantindo o fornecimento desse material para a indústria de embalagens brasileira, como, por exemplo, embalagens para alimentos enlatados.

As multinacionais impulsionaram as indústrias de embalagens brasileiras, que deram um grande salto na qualidade de suas embalagens ao adotar novos conceitos, técnicas de marketing, pesquisas de opinião e testes com grupos selecionados trazidos pelas multinacionais. Além disso, essas empresas trouxeram ainda ao Brasil suas normas, sua qualidade, seus anúncios, suas agências e suas embalagens, levando ao conhecimento do consumidor uma nova visão sobre elas, resultando, com isso, num consumidor mais exigente. Foram as multinacionais de higiene e beleza que trouxeram todas essas inovações e influências ao mercado brasileiro, como a Coty, a Unilever, a Colgate e a Johnson & Johnson.

Na década de 50, surge no Brasil o supermercado, que é considerado o detonador da grande revolução no mundo das embalagens. Produtos de consumo diário, que antes eram vendidos a granel e embrulhados em papel nos armazéns de ‘secos e molhados’ ou em ‘empórios’, tiveram que ganhar embalagens que, além de protegê-los, comunicasse sua presença na gôndola. Com isso, houve uma crescente industrialização dos alimentos e uma nova maneira de acondicioná-los. A partir dessa década, o setor de embalagens vem crescendo, desenvolvendo novas soluções, materiais, tecnologias, capacitação de pessoal e despertando a preocupação com o meio ambiente.

O supermercado acabou influenciando na forma das embalagens, pois, já que o consumidor passou a escolher seus produtos, eles precisavam estar com o nome bem visível, ter embalagens atrativas e ainda trazer as informações sobre o produto.

Como vimos em sua história, a embalagem vem se desenvolvendo com o passar do tempo, e percebemos que este processo está cada vez mais rápido. Assim, a embalagem não pára de evoluir. A cada dia nasce uma proposta inovadora, seja na parte visual, na própria forma da embalagem ou nos materiais utilizados. Depois de recordarmos um pouco da

história da embalagem, passaremos a estudá-la de forma mais técnica, conhecendo brevemente algumas de suas características.

1.2.2 Tipos de Embalagem

Para uma melhor compreensão sobre as embalagens, apresenta-se a seguir um quadro com os tipos e sua importância na sociedade.

Para Moura e Banzato (1997) as embalagens podem ser classificadas tecnicamente como demonstramos de forma simplificada abaixo:

Tabela 1.2 – Classificação das Embalagens

(continua)

Tipo	Funções
Embalagem Primária	Que envolve o produto.
Embalagem Secundária	Que protege a embalagem primária.
Embalagem Terciária	Que protege a embalagem primária e a secundária, como caixas de madeira ou papelão para o transporte.
Embalagem Quartenária e a Embalagem de Quinto Nível	Protegem as embalagens primária, secundária e terciária em armazenagens e transportes de longa distância.
Tipo	Finalidade
Embalagem de Consumo (venda ou de apresentação)	Embalagem que leva o produto ao consumidor (podendo ser primária ou secundária).
Embalagem Expositora	Transporta e expõe o produto com apelos para venda.
Embalagem de distribuição Física	Protege o produto das condições físicas como transporte, entrega, carga e descarga (podendo ser primária ou secundária).
Embalagem de Transporte e Exportação	Protege o produto durante o transporte, facilitando o mesmo.
Embalagem Industrial ou de Movimentação	Protege o produto durante a estocagem ou na movimentação entre fábricas.
Embalagem de Armazenagem	Protege contra agentes agressivos externos.
Tipo	Movimentação
Embalagens Movimentadas Manualmente	Protege para movimentação por empilhadeira (se tiver peso menor que 30 kg).
Embalagens Movimentadas Mecanicamente	Protege para movimentação por empilhadeira ou veículo industrial (se tiver peso maior que 30 kg).

Tabela 1.2 – Classificação das Embalagens

(conclusão)

Tipo	Utilidade
Embalagens Retornáveis	Retorna à origem para reutilização.
Embalagens Não Retornáveis	Utilizada apenas em um ciclo de distribuição.

Fonte: MOURA E BANZATO, 1997, p. 4

De acordo com Pereira (2003), as embalagens se dividem em dois tipos: Embalagens de Consumo, sendo aquela que entrará em contato direto com o consumidor, e Embalagens de Transporte, sendo aquela que protege a Embalagem de Consumo durante seu transporte. Para ele, estes dois tipos de embalagens devem receber atenção no desenvolvimento do projeto, tanto na escolha dos materiais quanto na escolha das formas, para que sejam eficazes no seu objetivo.

Para Rabaça e Barbosa (1998, p. 232), as embalagens também são classificadas em dois tipos: embalagem de transporte e embalagem de consumo. No entanto, eles apresentam algumas subdivisões desses dois tipos, trazendo suas definições como:

Embalagem de conjunto: Tipo de embalagem de consumo que contém várias embalagens unitárias apresentadas como uma unidade de transporte ao consumidor.

Embalagem de consumo: Embalagem que funciona como unidade de venda, efetivando o contato do produto com o consumidor.

Embalagem de transporte: embalagem que contém várias embalagens unitárias ou de conjunto, de modo a facilitar a estocagem, despacho e transporte, da fábrica ao ponto de venda.

Embalagem de uso: Tipo de embalagem que é utilizada inclusive durante o consumo do produto e que é manipulada pelo consumidor até que seu conteúdo se esgote.

Embalagem display: embalagem de consumo projetada para exposição do produto nos pontos-de-venda.

Embalagem unitária: Tipo de embalagem de consumo que contém apenas uma unidade ou porção simples de mercadoria para comercialização.

Após conhecermos quais os tipos que se dividem as embalagens, passamos para o estudo da sua importância e seu papel na sociedade.

1.2.3 A Importância da Embalagem na Sociedade

Como descrito anteriormente, a embalagem há tempos faz parte e tem importância na sociedade, além de ter sua própria história, ela faz parte da história do desenvolvimento social e industrial. Quando se fala sobre embalagens, a função de embalar significa mais do que apenas envolver ou acondicionar um produto, envolve características culturais, econômicas, sociais, comerciais, entre outras. A embalagem não deve somente embalar com segurança e

ter um design atrativo para vender um produto, ela deve representar a cultura e o povo em que está inserida. Como acontece no Brasil, por exemplo, que é um país que apresenta características diferentes em cada uma de suas regiões, no qual uma embalagem que pode ser eficiente na região norte, tanto na sua comunicação visual quanto nos materiais que utiliza, pode não alcançar os mesmos resultados na região sul, devido a vários fatores como o clima, distância a ser transportada, cultura, etc. Por essa razão, as empresas devem estudar cada embalagem de seus produtos com base nessas características para que ela exerça a sua função por completo (PEREIRA, 2003).

A importância da embalagem está na sua própria existência e nas funções que exerce. Por ela envolver a promoção e a proteção do produto, acaba fazendo parte do principal momento do consumidor com a marca ou produto, que é o momento da escolha e da compra, pois a embalagem pode tornar o produto mais ou menos atraente para o consumidor, além de facilitar o contato, o manuseio, sua utilização e aumentar a vida útil dos produtos. Quando essa experiência é satisfatória, acaba resultando numa relação de lealdade por parte do público e permitindo o desenvolvimento do comércio nacional e internacional (NIEMEYER, 2002; PINHO, 1991).

Moura e Banzato (1997, p.1) expressam de uma forma simples e com clareza a importância da embalagem para a nossa sociedade nos dias de hoje:

Nossa economia tem uma estrutura muito complexa, e a importância da embalagem dentro desse sistema está se tornando, cada vez mais, significativa. Tanto contribuindo para a diminuição das perdas de produtos primários, quanto para a preservação e distribuição de produtos industrializados, a embalagem é essencial para a manutenção do padrão de vida do homem moderno. Afirmamos até que, sem ela, os homens viveriam como os povos primitivos. A embalagem é, portanto, uma necessidade da vida, começando pela própria natureza, que fornece vários exemplos.

Em alguns países os números da indústria de embalagem podem ser usados como parâmetro para medir o nível de sua atividade econômica. O processo de desenvolvimento de uma embalagem tem várias etapas. A primeira delas é a criação, que pede um planejamento minucioso, visando à embalagem final e seus objetivos. Por esse motivo, ela deve ser desenvolvida por um profissional em embalagens, publicitário ou designer, com base na engenharia, marketing, comunicação, legislação, economia e inovação, que além de estudar o mercado em que a embalagem será inserida, incluindo seus concorrentes diretos e indiretos, deve estudar suas formas, materiais a serem utilizados, cores, posicionamento, região a ser distribuída, etc. Após essa etapa, inicia-se o processo industrial (MESTRINER, 2002A; ABRE, 2007).

Então, a embalagem final é o resultado de uma complexa cadeia produtiva, que se inicia no projeto, seguindo para a produção, desde a escolha das matérias-primas utilizadas, como os exemplos descritos na Tabela 1.3, com os fabricantes de vidro, papel, resinas plásticas, etc., composta por grandes empresas com taxas de produção altas.

Tabela 1.3 – Principais Matérias-Primas

Principais Matérias-Primas	Produtos
Celulose	<ul style="list-style-type: none"> • Papel; • Cartão; • Papelão.
Plástico	<ul style="list-style-type: none"> • Polietileno; • Polipropileno; • PVC; • PET.
Metal	<ul style="list-style-type: none"> • Alumínio; • Flandres.
Vidro	<ul style="list-style-type: none"> • Garrafas; • Frascos; • Potes.

Fonte: Mestriner, 2002a, p.6

A indústria de matéria-prima por sua vez, alimenta os convertedores, que são os responsáveis por fabricar e imprimir garrafas, potes, frascos, sacos, acompanhados dos rótulos, tampas, selos, lacres, etc., constituindo o núcleo da indústria de embalagem, onde se concentra o maior número de empresas do ramo de embalagens. Os convertedores estão ligados às empresas que embalam seus produtos, sendo seus fornecedores. Estas empresas, as quais chamam embaladoras, distribuem-se em indústrias de alimentos, bebidas, higiene e limpeza, cosméticos, etc.

Entre o fabricante do produto e o consumidor final estão as empresas de transporte e logística, os atacadistas e varejistas como pode-se observar na figura 1.3. Para eles a embalagem constitui um papel importante na sua estrutura de operações.



Figura 1.3 – Cadeia Produtiva da Embalagem

Fonte: MESTRINER, 2002^a, p. 6

Ao chegar ao ponto de venda, após passar por todas as etapas dessa cadeia produtiva, que movimentada anualmente no mundo mais de 500 bilhões de dólares, a embalagem torna-se uma importante ferramenta de marketing e um instrumento comunicacional. Em 2009, a indústria de embalagens no Brasil atingiu a marca de R\$ 36,2 bilhões em produções físicas como demonstra o gráfico abaixo (MESTRINER, 2002a; ABRE, 2007).

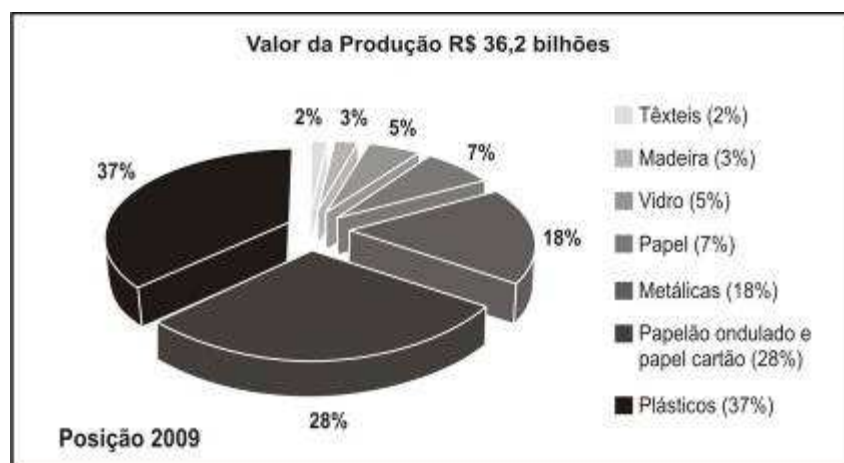


Figura 1.4 – Produção de Embalagens no Brasil

Fonte: IBGE – PIA – Empresa - 2009

Como se pode observar a embalagem exerce um importante papel na indústria e na sociedade. Em seguida especificaremos suas principais funções.

1.2.4 Funções da Embalagem

Não faz muito tempo que a embalagem deixou de ser vista apenas como invólucro de seus produtos, utilizado apenas para que fosse possível transportá-los e armazená-los.

Com a evolução das atividades econômicas na sociedade, a embalagem passou a exercer novas funções. Além de conter, proteger e transportar os produtos, que são suas funções primárias, a embalagem passou a exercer uma função mercadológica, na qual, sem dúvidas, ela faz propaganda do produto que contém, e continua em modificação para adequar-se ao processamento moderno, reciclagem de lixo e estilo de vida, através de aprimoramentos na conveniência de uso, aparência, possibilidade de reaproveitamento, volume, peso, portabilidade e características de novos materiais (ABRE, 2009).

Assim, cabe a ela expor e vender o produto de um modo atraente e significativo. E ainda, chamar a atenção dentre todas as outras embalagens, transmitir as informações sobre o produto, e algumas vezes sobre a empresa, enquanto estiver na gôndola. Além disso, a embalagem deve despertar o desejo de compra e vencer a barreira do preço, tornando seu conteúdo compreensível e viabilizando a sua compra.

Na tabela abaixo apresentamos as funções da embalagem denominadas como “Amplitude da Embalagem”:

Tabela 1.4 – Amplitude da Embalagem

(continua)

Amplitude da Embalagem	Funções
Funções primárias	<ul style="list-style-type: none"> • Conter / Proteger; • Transportar.
Econômicas	<ul style="list-style-type: none"> • Componente do valor e do custo de produção; • Matérias-primas.
Tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de acondicionamento; • Novos materiais; • Conservação de produtos.
Mercadológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Chamar a atenção; • Transmitir informações; • Despertar desejo de compra; • Vencer a barreira do preço.
Conceituais	<ul style="list-style-type: none"> • Construir a marca do produto; • Formar conceito sobre o fabricante; • Agregar valor significativo ao produto.
Comunicação e marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Principal oportunidade de comunicação do

Tabela 1.4 – Amplitude da Embalagem

(conclusão)

Amplitude da Embalagem	Funções
	produto;
	• Suporte de ações promocionais.
Sociocultural	• Expressão da cultura e do estágio de desenvolvimento de empresas e países.
Meio ambiente	• Importante componente do lixo urbano; • Reciclagem / Tendência mundial.

Fonte: Mestriner, 2002a, p.4

Para nosso estudo algumas dessas funções são fundamentais, por isso, em seguida, atentaremos para elas em específico.

Anteriormente, contemplamos a função mercadológica da embalagem. Passaremos, então, para a função de comunicação e marketing, uma das principais oportunidades de comunicação do produto, que é eficaz, uma vez que a embalagem estabelece contato direto com o seu consumidor (público-alvo). Esta função também é responsável pelo suporte de todas as ações promocionais que envolverem a embalagem.

Podemos destacar a função de responsabilidade com o meio ambiente, que tem grande importância para nosso estudo, uma vez que a embalagem, após seu descarte, se torna um importante componente dos resíduos sólidos urbano. Essa função sugere que uma consciência ecológica oriente os projetos de embalagem, o que já é tendência mundial. Um modo de se fazer isso é indicar a embalagem descartada para a reciclagem ou outro destino, que seja mais adequado ao material, para a preservação da natureza (MESTRINER, 2002a).

Para Niemeyer (2002, p. 33-34), ao desempenhar suas funções, a embalagem pode estar garantindo alcançar seus objetivos.

Ela tem a capacidade de transformar simples produtos em objetos de desejo, criando no consumidor um impulso de compra que dura décimos de segundo – mas que é decisivo. É esse impulso que pode levá-lo a consumir mercadorias que efetivamente não precisa. Durante os poucos segundos que dura a escolha de um produto, a embalagem tem que se destacar na prateleira, chamando a atenção do público e salientando quanto às vantagens de sua compra.

A embalagem facilita a armazenagem, protege, facilita o uso e conserva o produto, ajuda a posicionar e a vender, e leva as informações sobre o produto, estas são algumas funções básicas e que fazem a embalagem ser indispensável (MOURA;BANZATO, 1997; COBRA, 1997; PEREIRA, 2003).

A embalagem desempenha ainda uma importante função, a função informativa. Ela deve apresentar informações essenciais ao consumidor, como por exemplo, seu conteúdo,

quantidade, procedimentos, modo de usar e validade, que além de serem informações obrigatórias por lei, fazem com que o consumidor sinta-se seguro e tenha confiança no produto e, conseqüentemente, na empresa (NIEMEYER, 2002).

Seragini (2008, Internet¹⁰), referindo-se à importância de uma embalagem bem produzida a partir de um planejamento estratégico e visualmente atraente, escreve que

cabe à embalagem fazer o papel de vendedor silencioso, de atrair os olhos do consumidor e de seduzi-lo para a compra. Tudo isso, é claro, num espaço de tempo entre quatro e dez segundos, período estimado para que o cliente passe os olhos sobre a prateleira.

Essas funções devem estar presentes em todos os projetos de embalagem para que alcancem os resultados desejados.

1.2.5 Materiais

Ao planejar uma embalagem é importante que seja levado em conta a escolha do material, considerando a necessidade do produto e do produtor em relação à distribuição e o consumo, pois cada material possui características específicas que podem ser próprias, ou não, para o acondicionamento de determinado tipo de produto, como é possível observar na Tabela 1.5. Pode ser usada também a combinação de diferentes tipos de materiais, em uma mesma embalagem, para atingir uma melhor qualidade de acondicionamento quando um só material não atingir (RIO DE JANEIRO, 1976).

Tabela 1.5 - Matéria-Prima e Principais Tipos de Produtos

(continua)

Matéria-Prima	Embalagens	Principais tipos de produtos
Vidro	- Garrafas	Cervejas, Vinhos, Destilados
	- Frascos	Cosméticos, Perfumes, Medicamentos
	- Potes	Conservas, Geléias, Café Solúvel
	- Ampolas	Medicamentos, Cosméticos
	- Copos	Requeijão, Extrato de Tomate, Geléias
Celulose	Cartão (Semi-Rígido)	
	- Cartuchos	Cereais, Hambúrgueres, Sabão em pó
	- Caixas	Calçados, Eletro / Eletrônicos, Bombons

¹⁰ Disponível em <http://empresas.globo.com/Empresasnegocios/0,19125,ERA1623719-2991,00.html>

Tabela 1.5 - Matéria-Prima e Principais Tipos de Produtos

(continua)

Matéria-Prima	Embalagens	Principais tipos de produtos	
	- Envelopes	Material de Papelaria, Meias femininas	
	Papelão e Papelão Microondulado		
	- Caixas	Alimentos, Eletro / Eletrônicos, Frutas, Embalagens de Transporte (secundárias)	
	Papel e Papel Kraft		
	- Sacolas	Sacolas Promocionais e de Supermercados	
	- Sacos	Carvão, Adubos, Farinha de Trigo	
	Plástico	Plásticos Rígidos	
		- Frascos	Prod. de Limpeza e Higiene Pessoal Achocolatados, Sorvetes, Shakes
		- Garrafas	Álcool, Prod. Limpeza, Sucos
		- Descartáveis	Refrigerantes (PET)
- Paletes		Bandejas , Copos, Pratos p/ fast food.	
Plásticos Flexíveis			
- Sacos		Café, Açúcar, Arroz, Ração p/ animais	
- Sacolas		Supermercado, Lojas, Promocionais	
- Flow Packs		Macarrão em geral, Salgadinhos	
- Envoltórios		Biscoitos, Balas, Bombons	
- Bisnagas		Creme dental, Cosméticos, Pomada	
- Sachet		Amostra Grátis (Cosméticos), Ketchup, Sal	
- Stand up		Batata Palha, Refil de Prod. de Limpeza	
Poliestireno Expandido (Conhecido como Isopor que é a marca da Basf)			
- Bandejas	Ovos, Carnes, Verduras, Frutas		
- Copos	Copos Térmicos (chocolate quente, sorvete)		
Metal	Alumínio		
	- Lata	Cervejas, Refrigerantes	
	- Blisters	Cartelas de Comprimido	
	- Selos	Tampas Aluminizadas de Iogurtes e Água Min.	
	- Descartáveis	Bandejas para refeições (Marmitex), bandeja p/ congelados	
	- Paletes	Transporte, Armazenagem	
	Folha de Flandres		
Madeira	- Latas	Conservas, Leite em Pó, Tintas, Azeite, Aerossóis	
	- Caixas	Bacalhau, Equipamentos e Máquinas	
	- Engradados	Frutas (uva), Verduras, Vinhos	

(conclusão)

Tabela 1.5 - Matéria-Prima e Principais Tipos de Produtos

(conclusão)

Matéria-Prima	Embalagens	Principais tipos de produtos
	- Barris - Paletes	Destilados, Azeítonas Transporte, Armazenagem
Embalagem composta	- Blister - Multifolhados - Multicamada	Plástico / Alumínio (Comprimidos), Plástico / Cartão (Pilha, Escova de dente) Sacos de Carvão, Sacos de Cimento Embalagem Longa Vida (Cartonada)
Tecido	- Sacos de Estopa e Sacos de Ráfia	Açúcar, Cereais, Batatas
Não tecido (tecido falso)	- Sacos e Sacolas p/ presente - Malha (Bolsa rede)	Roupas e calçados Frutas e legumes
Insumos	- Etiquetas - Rótulos - Adesivos - Fitas	
Acessórios	- Tampas - Lacs - Válvulas	

Fonte: Associação Brasileira da Embalagem (ABRE). Disponível em: <<http://www.abre.org.br>>

Abaixo seguem alguns exemplos de materiais utilizados em embalagens flexíveis ou convertidas. Seguindo a classificação como flexível, as embalagens podem ser:

- *Rígidas: latas, vidros, caixas de madeira, isopor e plástico.*
- *Semi-rígidas: cartuchos, caixas de papelão, bisnagas, frascos plásticos, copos plásticos.*
- *Flexíveis: papéis e filmes plásticos.*

Em algumas embalagens utilizam-se apenas um tipo de material na sua confecção, como é o caso das conhecidas como:

- o Monocamada: produzido com um só tipo de material.
 - *Papéis: rótulos;*
 - *Celofane: balas;*
 - *PVC: balas e bombons;*
 - *Polietileno: sacos de arroz;*
 - *Polipropileno: macarrão, biscoitos.*

E outras embalagens podem combinar mais de um tipo de material em sua confecção, como é o caso dos exemplos abaixo:

o Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo. Exemplo:

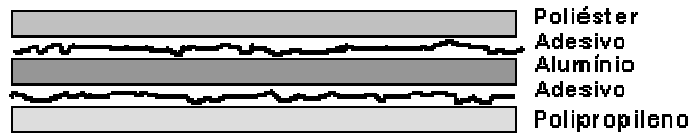


Figura 1.5 – Exemplo de Material Laminado

Fonte: ABRE, 2007.

As caixinhas de diferentes formatos, muito comuns na embalagem de leite longa vida, são constituídas de seis camadas:

1. polietileno;
2. polietileno;
3. folha de alumínio;
4. polietileno;
5. papel;
6. polietileno.

O polietileno, devido suas diversas propriedades, é utilizado também como adesivo, nas camadas 2 e 4. O crescimento da utilização de embalagem laminadas se deve a constante adaptação das características do material pela empresa, para diferentes tipos de alimentos, como sucos, maionese, polpa de tomate, goiabada, leite condensado e creme de leite, tempero líquido, molhos e chás, entre outros. As embalagens flexíveis, de maneira geral, são as que apresentam o maior crescimento do setor.

A ABRE (Associação Brasileira de Embalagens) dispõe de uma nomenclatura com símbolos e números criados especialmente para a identificação dos tipos de materiais utilizados nas embalagens com a finalidade de facilitar a reciclagem de embalagens descartadas. Abaixo segue uma figura com os principais símbolos utilizados nas embalagens.















	Resíduo Reciclável		PET (Politereftalato de etila)
	Descarte Seletivo		PEAD (Polietileno de alta densidade)
	Alumínio		PVC (Policloreto de vinila)
	Aço		PEBD (Polietileno de baixa densidade)
	Vidro		PP (Polipropileno)
	Reciclado		PS (Poliestireno)
	Papel Reciclável		OUTROS (combina vários plásticos)

Figura 3.1 – Simbologia Recicláveis sugeridas pela ABRE

Fonte: Adaptação site ABRE

Assim como os materiais devem ser bem escolhidos para se obter o melhor resultado num planejamento de embalagens, a impressão também deve ser bem pensada para atingir o resultado que a embalagem deseja alcançar.

1.2.6 Processos de Impressão

Toda embalagem passa por um processo de impressão que pode ser diferente, dependendo, na maioria das vezes, do material nela utilizado e, algumas vezes, do resultado que se quer atingir.

Poder-se-ia diferenciar esses processos pela matriz que ele utiliza ou pelo método de transferência da imagem. Os processos mais utilizados para impressão nas embalagens são: offset, flexografia, serigrafia e tipografia. Conforme o Manual Técnico-Ambiental da Indústria Gráfica:

Imagens impressas são transferidas para um substrato direta ou indiretamente; um substrato é qualquer material sobre o qual a tinta é depositada. Em impressão direta, ocorre a transferência imediata da imagem de uma matriz para um suporte. Na impressão indireta, ocorre a transferência indireta de imagens, de uma matriz para um suporte, por meio de um elemento intermediário (RIO GRANDE DO SUL, 2006, p.10).

Pereira (2003), descreve algumas técnicas de impressão utilizadas nas embalagens. Iniciando pela impressão flexográfica, que é um sistema de impressão direta com matriz em alto relevo, utilizando tinta bem fluida e uma matriz emborrachada, que é fixada em um cilindro fazendo pouca pressão sobre a superfície que está sendo impressa.

A offset é um sistema de impressão indireto planográfico, baseado na repulsão ou incompatibilidade entre tinta e água, utiliza um processo rotativo contínuo através de uma calandra (borracha vulcanizada) de transferência de tinta, a partir de uma matriz em chapa metálica.

Na impressão serigráfica, a imagem se define pelas áreas vazadas na matriz (que se chama tela). É composta por uma moldura onde é preso e tensionado o nylon serigráfico, então é aplicada uma emulsão fotossensível na tela, por meio de alta exposição a lâmpadas fluorescentes específicas para o processo. Essa exposição torna determinadas áreas impermeáveis à tinta enquanto as áreas vazadas permitem sua passagem, utilizando um rodo para espalhar a tinta sobre a tela.

A rotogravura é um sistema rotativo com matriz em baixo relevo, em forma cilíndrica. O cilindro-matriz trabalha imerso na tinta, que penetra em seus alvéolos da matriz, sendo o excesso retirado por uma espátula denominada racla.

A descrição dessas técnicas de impressão se fez necessário por fazer parte de toda e qualquer embalagem comercializada atualmente. Pois todos os elementos que dizem respeito à embalagem são de grande valor para nosso presente estudo. Portanto, de acordo com os objetivos desta monografia, torna-se fundamental que se aprofunde no próximo item os aspectos de sua função comunicacional.

1.2.7 Embalagem como Elemento da Comunicação

Por ser uma importante ferramenta de marketing dizemos que a embalagem, além de propiciar a venda do produto, também "vende a imagem da empresa" que comercializa o produto nela acondicionado. Esses fatores refletem a importância da concepção de um projeto de embalagem bem planejado e a diferença que faz um design de embalagem bem elaborado, utilizado como ferramenta de marketing das empresas para evitar que, frente à concorrência, os seus produtos fracassem.

A embalagem é uma peça de comunicação tão importante quanto um comercial na TV ou um outdoor. No cenário competitivo em que está inserida, nas gôndolas dos supermercados, brigando por espaço e gritando por atenção, o seu design é um fator decisivo, podendo melhorar o seu potencial de competitividade. O consumidor tem a embalagem como parte do produto sendo que 60% dos consumidores lembram-se de algumas embalagens que adquiriram e da marca impressa e destacada nas mesmas. A marca é o maior patrimônio da empresa e a embalagem contribui de forma decisiva para fixar a marca na mente do consumidor (AMORIM; MÓL; VAZ, 2002).

A partir de uma embalagem pode-se desenvolver uma série de atividades de marketing, utilizando o canal de comunicação direto que ela estabelece com seus consumidores. A embalagem é uma mídia bem dirigida, pois atinge o consumidor do produto, indo parar em sua casa. Além disso, a embalagem representa uma oportunidade de exposição, pois, mesmo que o cliente não compre o produto terá a oportunidade de vê-lo no ponto de venda.

Ainda hoje, há empresas que não utilizam a embalagem para fazer propaganda de seus outros produtos ou da própria empresa. O verso das embalagens pode ser utilizado como mídia, já que se trata de um espaço gratuito e precisa ser explorado, tendo seu público-alvo bem definido, e esta é uma das questões que esta pesquisa busca responder (MESTRINER, 2002b).

Conforme o Setor de Embalagens (2007, Internet¹¹), as embalagens vêm sendo consideradas como o maior veículo de venda e de construção da marca e da identidade de um produto. Alguns especialistas no assunto consideram que uma embalagem corresponde a um comercial de cinco minutos na gôndola do supermercado. Conforme pesquisas realizadas (AMANHÃ apud SETOR DE EMBALAGENS, 2007, Internet), cerca de 70% de todas as compras resultam de decisões tomadas no ponto de venda, e 50% são feitas por impulso.

Atualmente, as empresas estão apostando no ponto de venda. Desse modo, a diferenciação das embalagens, que se dá mais em termos estéticos, e o posicionamento do produto no ponto de venda são importantes.

O produto nos supermercados tem que girar, para garantir o seu espaço nas gôndolas. A grande briga acontece nas prateleiras, pois para uma embalagem ser vencedora, é necessário que o responsável pelo projeto de embalagem tenha um bom conhecimento do consumidor, do seu perfil psicológico e hábitos de consumo, e uma gama de informações

¹¹ Disponível em:<<http://www.spdesign.sp.gov.br/embala/embala4.htm>>

sobre o produto e suas necessidades de proteção (SETOR DE EMBALAGEM, 2007, Internet).

No projeto de embalagem deve-se obedecer a princípios e práticas corretas do ponto de vista ecológico, buscando uma produção limpa, com o mínimo de resíduos e desperdícios, sem perder qualidade e nenhuma de suas funções. Assim, uma empresa que usa adequadamente sua tecnologia, buscando soluções ecologicamente desejáveis e respeitando as normas ambientais, certamente agrega valores positivos à sua imagem perante a sociedade (LIMA; ANDRADE, 2002).

Nesse contexto comunicacional, pode-se dizer que a embalagem também é usada como uma estratégia para se trabalhar a marca. A sobrevivência da empresa e de sua marca pode depender de sua capacidade de inovação e diferenciação através da embalagem, que além de suas funções vistas anteriormente, deve criar confiança no consumidor e transmitir uma imagem favorável, pois ela é vista como a tangibilização do conceito do produto. A embalagem pode diferenciar o produto, e ser usada como um instrumento transparente para a empresa, sempre pautada pela ética (IRIGARAY, 2004).

Cada vez mais os consumidores têm construído uma consciência sobre a responsabilidade social e ambiental perante a sociedade. Isso está se refletindo nas empresas, visto que as responsabilidades sociais e ambientais têm influenciado diretamente nas suas atitudes e nos resultados dos negócios. Algumas empresas têm promovido atividades sociais e ambientais e divulgado seus respectivos balanços. Essas iniciativas sociais e ambientais são fundamentais para o meio ambiente e para o desenvolvimento de nossa sociedade (IDEM, 2004).

A tendência por consumir produtos que sejam ecologicamente corretos, ou verdes, está crescendo, e representa uma vantagem competitiva entre as marcas. Para as marcas já conhecidas que lançam versões ambientalmente melhoradas, podem levar vantagens competitivas frente a empresas de novas marcas verdes. O surgimento dessas marcas importantes e já conhecidas com apelo verde sugere que os consumidores querem comprá-las e abre caminho para novas marcas com postura e apelo ambiental. Podemos chamar a estratégia de produzir produtos que sejam ecologicamente corretos, ou verdes, de Marketing ambiental, ao qual podemos atribuir dois objetivos:

- Desenvolver produtos que equilibrem necessidades de consumidores, tenham preço viável e conveniência com compatibilidade ambiental, ou seja, exerçam um impacto mínimo sobre o ambiente.
- Projetar uma imagem de alta qualidade, incluindo sensibilidade ambiental, quanto aos atributos de um produto e quanto ao registro de trajetória de seu fabricante, no que se refere a respeito ambiental (OTTMAN, 1994).

O consumidor não precisa de embalagens feitas de papel reciclado, precisa é respirar ar puro, beber água limpa e seus filhos também. Então, a empresa precisa comunicar de uma forma clara e honesta que, não se preocupam apenas com o bem estar do consumidor, mas que estas questões ambientais estão integradas na empresa, em seus processos e produtos. Ela deve ser publicamente responsável, como uma empresa que se empenha com a preservação ambiental e aperfeiçoa continuamente seu desempenho ambiental (OTTMAN, 1994).

1.2.8 Embalagem e Meio Ambiente

A partir desta revisão sobre história da embalagem, suas funções, materiais e a embalagem como elemento comunicacional, avançamos esta argumentação no sentido de relacionar a produção e o uso das embalagens com as questões ambientais. Para introduzirmos o assunto e destacar a reconhecida importância da relação entre embalagem e meio ambiente, utilizamos uma frase do Centro de Tecnologia de Embalagem (CETEA) em que, se referindo as questões ambientais, diz que: “são fundamentais para o setor de embalagem pelo seu papel no desenvolvimento e preservação da qualidade do produto acondicionado como também pela participação da embalagem no resíduo sólido urbano” (CETEA, 2007, Internet¹²).

1.2.8.1 Desenvolvimento de Embalagens Considerando a Questão Ambiental

O desenvolvimento tecnológico que estamos vivendo tem proporcionado um aumento da expectativa de vida da população e seu crescimento, aumentando consideravelmente o consumo de bens e serviços. Tendo em vista que os recursos naturais do planeta não são infinitos, a sociedade precisa repensar esse modelo de desenvolvimento tecnológico, a fim de garantir que a população possa continuar usufruindo da natureza, para suprir suas necessidades básicas e garantir a perpetuação da espécie humana (AMARAL, 2002).

Com esse aumento de produção e consumo, exigido pela vida moderna, podemos causar a escassez dos recursos naturais, com isso, vemos a necessidade de reduzir o descarte

¹² Disponível em: <<http://www.cetea.ital.org.br/cetea/ecodata.html>>

dos produtos. A embalagem descartável, por exemplo, símbolo de modernidade, é uma das principais causas do consumo crescente de matéria-prima e conseqüentemente do aumento do lixo sólido gerado (AMARAL, 2002).

A preocupação com o uso racional dos recursos naturais também se aplica a todos os outros produtos, não somente às embalagens, como remédios, produtos de limpeza e higiene, eletroeletrônicos, brinquedos, entre outros (ABRE, 2007, Internet¹³).

Essa preocupação com a exploração inadequada dos recursos naturais e com a poluição resultante desse desenvolvimento tecnológico teve início na época da Revolução Industrial.

Desde esta época já havia duas frentes: Uma que acusava o desenvolvimento de agredir o Meio Ambiente e outra que defendia que a falta deste era prejudicial. O equilíbrio ideal entre as duas frentes denomina-se “Desenvolvimento Sustentável”. Com isto concluímos que a preservação do Meio Ambiente está indissoluvelmente ligada aos aspectos socioeconômicos (ABRE, 2007, Internet).

Essa exploração dos recursos naturais acaba sendo uma ameaça à sobrevivência humana, a extinção da fauna e flora, e o aumento da temperatura do planeta. Com isso, o desenvolvimento da tecnologia deverá seguir metas de equilíbrio com a natureza. Caso contrário, resultará num impacto ambiental, que é a alteração no meio causado por uma ação ou uma atividade, podendo apresentar variações positivas ou negativas, grandes ou pequenas. Mas, a maior característica do impacto ambiental são as alterações que provocam o desequilíbrio do meio ambiente, geralmente causadas pelo homem e suas atividades. Resumindo, os impactos ambientais afetam a estabilidade dos ciclos ecológicos (KRAEMER, internet¹⁴).

Nesse mesmo contexto, podemos dizer que uma mudança individual de padrões e estilo de vida, embora necessária e de grande valor, seja insuficiente para que se alcance resultados significativos, já que cada indivíduo, família, comunidade, país, sociedade, ou civilização é responsável pelo meio ambiente e pelos recursos naturais. Precisamos de mudanças coletivas e sociais para que possamos amenizar o mal que causamos à natureza, reduzindo os desperdícios dos recursos naturais. Para isso, podemos seguir o mesmo conceito do ecodesign para ser utilizado no planejamento de embalagens. Trata-se de uma estratégia proativa, para reduzir problemas como dos resíduos sólidos e do consumo de recursos naturais. Para tanto, é necessário o planejamento e desenho do produto pensado do início ao

¹³ Disponível em < http://www.abre.org.br/meio_ambiente.php>.

¹⁴ Disponível em: < http://www.gestaoambiental/recebidos/maria_kraemer_pdf/pdf.php>

fim, atingindo todo o seu ciclo de vida. Dessa forma, é possível reduzir o volume e o peso dos rejeitos e diminuir a pressão sobre a natureza, conforme destaca a seguinte afirmativa:

O ecodesign supõe um sentido ético de redução de desperdícios, bem como o uso do conhecimento e da criatividade a serviço da sustentabilidade. Ele pode aplicar-se, em escala micro, a produtos industriais, e, em escala macro, ao habitat, à organização do espaço e ao ordenamento do território. E isso exige, além de vontade e compromisso ético e moral, conhecimento e imaginação para conceber tais estruturas. Buckminster Fuller e Vitor Papanek propunham o design como um instrumento para reduzir a necessidade de matérias primas e de recursos naturais, reduzindo, portanto, a pressão sobre a natureza (RIBEIRO, 2007, Internet).

Assim como as embalagens, todos os produtos, bens e serviços, causam impacto ao meio ambiente quando são produzidos e utilizados, em todas as etapas do seu ciclo de vida como: obtenção de matéria-prima, fabricação, distribuição, uso e descarte. Esses impactos podem ser mais ou menos significativos, sendo de curta ou longa duração, e podem ser locais, regionais ou globais. Ao se pensar no desenvolvimento de um projeto ou de produtos, em nosso caso embalagens, busca-se prevenir os impactos ambientais e minimizá-los quando não for possível evitá-los.

Desta forma, ao se desenvolver e executar um projeto de embalagem deve-se conciliar os conceitos ambientais com as funções primárias da embalagem: acondicionar e proteger produtos, proporcionando sua adequada distribuição, conservação e consumo. Com essa conciliação, o projeto terá resultados eficazes para a embalagem e benéficos para o meio ambiente. Visando isso, as empresas estão tomando consciência, cada vez mais, dos benefícios que existem na integração dos aspectos ambientais com o projeto e desenvolvimento de seus produtos e embalagens. Dentre esses benefícios, podem estar a redução de custos, estímulo à inovação, oportunidades de novos negócios e melhoria da qualidade, afirmando a relação que diz: ecológico = econômico, mesmo que seja a longo prazo.

Todos os produtos interagem com o meio ambiente, através do consumo de recursos naturais e em emissões de refugos ou poluentes, resultando em impactos ambientais no ar, água ou solo. No caso das embalagens, temos a utilização das matérias-primas e insumos, o impacto gerado pelo seu transporte, a energia dos equipamentos de conversão da embalagem, a geração de refugos, entre outros aspectos. Os impactos ambientais de uma embalagem são gerados em todos os estágios do seu ciclo de vida, abrangendo a sua forma de uso e seu descarte (ABRE, 2007, Internet).

A integração de aspectos ambientais no desenvolvimento das embalagens, pode gerar ganhos na produtividade, contribuir para mudanças nos quadros de competitividade entre empresas ou até mesmo, aumentar a aceitação dos produtos nos diferentes segmentos de

mercado e consumo. Cada vez mais o desenvolvimento de embalagem, assim como a produção de bens e serviços, precisa incorporar valores como “qualidade de vida, simplicidade, economia de energia e respeito ao meio ambiente” (JÚNIOR, 2004, p. 6).

A cartilha da Associação Brasileira de Embalagens (ABRE) – Adequação das Normas da ABNT ISO (ABRE, 2007) – nos apresenta alguns ganhos resultantes do processo de Integração de Aspectos Ambientais no Projeto e Desenvolvimento da Embalagem. Esses ganhos são, tanto para o setor de embalagens, quanto para o meio ambiente, por isso essa relação é tão importante.

Tabela 1.6 – Ganhos por Meio da Integração dos Aspectos Ambientais no Projeto de Desenvolvimento das Embalagens

Ganhos
Otimização do uso de matérias-primas, energia e água;
Processos fabris mais eficientes;
Redução da geração de resíduos industriais;
Estímulo à inovação e à criatividade;
Incremento do conhecimento sobre a embalagem;
Otimização da embalagem e sua funcionalidade;
Melhoria do desempenho da embalagem para se evitar perdas antes do uso do produto;
Identificação de novas embalagens ou estruturas de embalagens e combinações (por exemplo, a partir de materiais reciclados);
Melhoria da imagem da empresa e da marca;
Redução de riscos;
Melhoria da comunicação;
Substituição de componentes ou substâncias que contenham materiais poluidores e tóxicos

Fonte: Abre, 2007 – Adequação das Normas da ABNT ISO, Internet. Disponível em:
<http://www.abre.org.br/meio_ambiente.php>

Como já vimos, para que o projeto de uma embalagem com aspectos ambientais seja eficiente no seu objetivo, é fundamental que se respeite suas funções primárias, e observe sua proposta. Além disso, a embalagem deve ter funcionalidade ao ser usada, qualidade, requisitos legais e regulatórios, vida útil e boa aparência. É importante analisar a origem e sustentabilidade da matéria-prima que será utilizada, as embalagens que serão concorrentes, a melhor solução para o sistema de envase, tecnologia produtiva disponível e que busquem alternativas com impacto ambiental menor. Para que isso aconteça, o processo de integração dos aspectos ambientais de desenvolvimento das embalagens deve ser de responsabilidade, tanto da administração da empresa, quanto de seus colaboradores e fornecedores (ABRE, 2007, Internet).

Júnior (2004, p.15) apresenta um modelo de gerenciamento ambiental simples que poderia ser utilizado como parâmetro para todo o desenvolvimento de um projeto de embalagem.

No segmento de embalagens, o gerenciamento ambiental poderia ser elaborado sob dois pontos de vista: I) antes do consumo; II) após o descarte. No primeiro caso, através de projetos que levassem em conta parâmetros ecológicos e, no segundo caso, facilitando a reciclagem e a degradação das embalagens quando descartadas. Esta filosofia também poderia considerar os 3 Rs: I) reduzir as dimensões das embalagens; II) reutilizar os frascos e recipientes de produtos após seu consumo; e III) reciclar os materiais descartados.

Esse gerenciamento ambiental representa uma preocupação com relação ao destino das embalagens. Como escreve Mestriner (2002a), a embalagem é um importante componente do lixo urbano, onde aparece com maior visibilidade do que os outros componentes do lixo, pois tem sua forma definida e marcas de produtos agregados a ela, e por isso, questões como ecologia e reciclagem também devem estar presentes em um projeto de embalagem.

Para que um produto, ou uma embalagem, possa ser considerado ecologicamente correto, ou integre aspectos ambientais em seu projeto, deve reunir características como:

- (I) baixo uso de matéria-prima virgem;
- (II) baixo consumo de energia durante produção, uso e reciclagem;
- (III) não causar danos ao Meio Ambiente durante a fabricação, uso e descarte;
- (IV) não gerar resíduos desnecessários, devido ao excesso de embalagem ou vida útil curta;
- (V) ser reutilizável ou recarregável;
- (VI) ter vida útil longa ou atualizável;
- (VII) possuir facilidade na desmontagem e na reciclagem;
- (VIII) ser capaz de passar por outra remanufatura (SANTOS apud JÚNIOR, 2004, p. 25).

Essas características são fundamentais para um projeto de embalagens ecologicamente corretas. Mestriner (2002a) escreve que a preocupação com o impacto da embalagem descartada no meio ambiente levou a indústria a estudar maneiras de reciclar os materiais da embalagem, com o objetivo de reutilizá-los. Existe hoje uma preocupação permanente em utilizar materiais recicláveis e promover essa reutilização. No futuro os lixões se tornarão fontes de matéria-prima, gerando lucros para quem os operar com eficiência. Assim, a reciclagem se tornará uma importante atividade econômica, além de auxiliar na preservação do meio ambiente.

1.2.9 O Mercado de Embalagens Destinadas ao Público Infantil

A intenção deste capítulo, não é destacar marcas de produtos ou algumas empresas, mas sim demonstrar quais as possibilidades de inovar e tornar mais eficaz a produção e a comercialização de embalagens destinadas ao público infantil a partir do uso de uma linguagem que seja atrativa para este consumidor.

Temos muitos exemplos de embalagens que são criadas especialmente para chamar a atenção das crianças e do que tem sido feito em termos de embalagens destinadas ao público infantil. É importante salientar que embalagens que têm um apelo infantil, antes de tudo, poderiam demonstrar uma preocupação ética ao trazer informações ou imagens dirigidas ao público infantil, além disso, ter consciência de que a mensagem trazida na embalagem vai ser aprovada pelos pais antes de ser efetivamente comprada.

As embalagens fazem parte da comunicação de um produto, e representam uma empresa perante o consumidor. Elas podem ser utilizadas também como uma mídia especial para divulgação da marca de uma empresa, considerando que a concorrência é acirrada quando se trata da escolha do produto, já que as marcas ficam lado a lado nas gôndolas disputando os olhares dos consumidores. Além disso, quando um produto tem um público-alvo definido, essa concorrência aumenta, no caso de embalagens destinadas ao público infantil, pais e crianças precisam ser atingidos e convencidos pelo apelo apresentado, e por isso que ao se agregar valor a uma embalagem seja com jogos, histórias, informações ou brinquedos, a marca sai ganhando, pois acaba se destacando dentre as outras.

A estratégia de comprar os direitos autorais de personagens para utilizar na comunicação nas embalagens para as crianças funciona bem, assim como em diversos outros produtos como materiais escolares, vestuário, brinquedos, etc. As crianças assistem os programas ou desenhos na televisão e quando chegam ao ponto de venda se identificam com a embalagem que tem estampado o seu personagem preferido.

Um exemplo é um cereal em flocos, que há muitos anos traz nas suas embalagens brincadeiras e brindes que chamam a atenção das crianças, além de sua comunicação na embalagem estar em constante modificação, apesar de manter sempre o mesmo formato, com a intenção de dinamizar suas embalagens sutilmente para que chame a atenção das crianças. Depois desta marca líder, surgiram outras marcas que seguiram a mesma estratégia de mudar suas embalagens seguidamente e trazerem brindes. Dessa forma que entendo que se algumas

empresas aderirem à Educação Ambiental nas embalagens as outras empresas tomarão como uma tendência.

Os salgadinhos são outro exemplo de produtos que sempre investiram nas embalagens com uma estratégia de vendas baseada em brindes, jogos, figurinhas e personagens para chamarem a atenção das crianças, e que muitas vezes este apelo se torna o motivo da escolha da criança por este ou por outro produto. Depois destes exemplos podemos citar inúmeros outros, pois é cada vez mais freqüente a utilização de apelo infantil em produtos destinados ao público infantil, como biscoitos, guloseimas, bebidas, e recentemente, empresas fabricantes de produtos como embutidos e comidas congeladas criaram marcas voltadas ao público infantil, com embalagens atrativas ao público infantil e em tamanhos especiais para as crianças.

Além disso, os produtos que trazem brindes nas embalagens como copinhos, pratinhos, bonequinhos e demais brinquedinhos, podem se utilizar desta estratégia para deixar sua marca durante mais tempo em contato com o consumidor, e na próxima escolha de algum produto ele certamente lembrará da marca que estava impressa naquele brinquedo que ele gostou.

Juntamente com os brindes, as embalagens destinadas ao público infantil trazem um projeto gráfico que chama a atenção das crianças “por possuir características lúdicas, que facilita tanto a compreensão quanto a exposição de conteúdos que requeiram uma atenção especial, como é o caso da Educação Ambiental” (FUNK; SANTOS, 2007).

Aliado à estas estratégias, a comunicação nas embalagens destinadas ao público infantil pode contribuir no processo de ensino aprendizagem em relação à Educação Ambiental, de forma atraente e que desperte o interesse das crianças.

1.3 EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Ao longo dos anos, os homens têm demonstrado sua admiração pela natureza e sua intenção de protegê-la. A partir de 1863, já começavam a surgir publicações de artigos e livros sobre os recursos ambientais e a necessidade de uma ética para a utilização destes recursos.

Nas décadas de 50 e 60, com o surgimento de diversos avanços tecnológicos, aumentaram significativamente as alterações no meio ambiente e a redução na qualidade de

vida já era notável. Nesse contexto, já começava a se ter uma preocupação sobre a problemática ambiental e o que fazer para contorná-la. Surgindo assim a Educação Ambiental que teria diversas definições ao longo do tempo (DIAS,1992 e MORAIS, 2004).

Em 1969, a Educação Ambiental foi definida como um meio de alertar o cidadão sobre os problemas do meio ambiente e torná-lo capaz de solucionar estes problemas. Em 1970 a IUCN a definiu como um “processo de reconhecimento de valores e esclarecimento de conceitos que permitem o desenvolvimento de habilidades e atitudes necessárias para entender e apreciar as inter-relações entre o homem, sua cultura e seu ambiente biofísico” (DIAS, 1992).

Segundo Mellowes (apud DIAS, 1992), a Educação Ambiental, serviria para gerar no homem uma preocupação com a natureza através da percepção da relação homem-meio ambiente. Ao longo de sua história, a Educação Ambiental esteve relacionada ao conceito de meio ambiente e o entendimento e cuidados do homem com relação à este meio. Para compreendermos melhor a Educação Ambiental, é necessário considerar diversos aspectos tais como: éticos, políticos, sociais, econômicos, científicos, tecnológicos, culturais e ecológicos.

Tratar a questão ambiental levando em conta apenas o aspecto ecológico seria uma forma de aceitar os modelos de desenvolvimento adotados. Partindo deste ponto de vista, foi adotada uma nova definição para a Educação Ambiental. A Educação Ambiental teve sua definição como “uma dimensão dada ao conteúdo e à prática da educação, orientada para a resolução dos problemas concretos do meio ambiente através de enfoques interdisciplinares e de uma participação ativa e responsável de cada indivíduo e da coletividade.” (DIAS, 1992). Essa definição foi concebida na Conferência de Tibilisi e por ser abrangente é aceita até os dias de hoje.

De todas as crises ecológicas já ocorridas a atual tem uma peculiaridade: é a primeira vez que os seres humanos são a causa principal de uma crise ecológica. Em meio a uma sociedade de consumo individualista e egoísta voltada para a busca irresponsável de lucros, é necessário conscientizar a sociedade – e o indivíduo – de todos os erros cometidos, mostrar de maneira realista a projeção do futuro que teremos se continuarmos agindo dessa maneira, levando-os a ver que não resta – à espécie humana – muito tempo ou possibilidades de adiamento quanto às transformações necessárias de comportamento. As questões ecológicas são problemas de toda a humanidade, bem como de responsabilidade de todos os meios sociais.

Não se pode “fazer de conta” que esta crise não nos afeta ou não nos importa, ela está sim presente em nosso dia-a-dia, e ela deve ser pensada, refletida e discutida em todas as proporções desde atitudes em casa e no trabalho quanto na conservação de uma bacia hidrográfica. Pequenas ações somadas nas atividades cotidianas podem fazer a diferença no quadro geral desta crise, compartilhando uma consciência planetária preocupada em agir em benefício da manutenção da vida na Terra. Ao encontro dessa necessidade vêm os conceitos de Educação Ambiental, Teixeira (2007, p.23), complementa

Podemos entender Educação Ambiental como um conjunto de ensinamentos teóricos e práticos com o objetivo de levar à compreensão e de despertar a percepção do indivíduo sobre a importância de ações e atitudes para a conservação e a preservação do meio ambiente, em benefícios da saúde e do bem-estar de todos.

Independente de qual ou quais conceitos ou definições que tenhamos com relação a meio ambiente, o que mais importa é ampliar essa consciência de cada indivíduo com relação ao meio ambiente e seus recursos naturais para que resulte em ações concretas de preservação.

Caride e Meira (2001), expressam que a Educação Ambiental não deve ser limitada a “conservar a natureza, conscientizar pessoas ou mudar condutas”, mas sim ter o comprometimento de educar com a finalidade de mudar a sociedade focando no desenvolvimento humano com base na responsabilidade global e sustentabilidade.

Após a Conferência de Estocolmo podemos dizer que a problemática ambiental começou a ser tratada a partir de uma visão global, na qual, a partir daí, se faria necessária a participação de todos os cidadãos em busca de soluções para essa problemática. Em 1975, foi organizada uma reunião na qual foi redigido um documento que ficou conhecido como documento básico de Educação Ambiental, a Carta de Belgrado, que estabeleceu as metas e princípios da Educação Ambiental (REIGOTA, 2007).

Alguns cientistas afirmam que temos de dez a quinze anos de prazo para que o comportamento humano mude perante os recursos naturais, sob pena de a espécie humana perecer (MORAIS, 2004).

Para Reigota (2007), a Educação Ambiental deve estabelecer um novo relacionamento entre a humanidade e a natureza, que seja contrário a destruição de qualquer uma das partes, primando pela ética nas relações econômicas, políticas e sociais. A Educação Ambiental não diz respeito somente aos recursos naturais e como utilizá-los, mas pede que os cidadãos participem nas discussões e decisões na sociedade sobre as questões ambientais sem favorecer a parte mais poderosa ou a menos favorecida, mas sim buscando a justiça nas decisões.

Para que haja essa troca entre a humanidade e natureza, podemos contar com a interdisciplinaridade, que possibilita que todos tenham acesso a discussão ambiental e que cada cidadão possa contribuir através da sua área para que a Educação Ambiental aconteça, pois o desafio da Educação Ambiental é propor alternativas sociais levando em consideração as relações humanas e ambientais (REIGOTA, 2007).

Para esta pesquisa, faz-se necessário que a pesquisadora eleja um conceito de meio ambiente para direcionar a pesquisa, pois segundo Reigota (2007, : 23), a noção de meio ambiente é uma representação social, já que não tem um conceito científico e definido que seja aceito por todos os pesquisadores. Então para este trabalho vou utilizar como conceito de meio ambiente o que o próprio Reigota apresenta com o qual concordo:

o lugar determinado ou percebido, onde os elementos naturais e sociais estão em relações dinâmicas e em interação. Essas relações implicam processos de criação cultural e tecnológica e processos históricos e sociais de transformação do meio natural e construído.

A Educação Ambiental busca o progresso das comunidades, além disso, cada cidadão deve buscar a transformação para o melhoramento da interação do ambiente natural e o meio social humano, pois este não sobrevive sem aquele, portanto, buscando um mundo viável para as próximas gerações. Segundo cita Pedrini (1997, p.16) a Educação Ambiental é multidisciplinar:

Os pressupostos pedagógicos abordados supõem que a Educação Ambiental é uma das possibilidades de reconstrução multifacetada não cartesiana do ser humano. Isto é, uma Educação Ambiental considerada como saber construído socialmente e caracteristicamente multidisciplinar na estrutura, interdisciplinar na linguagem e transdisciplinar na ação não pode ser área profissional específica de nenhuma especialidade do conhecimento humano. Deve, de fato, ser instrumentalizada em bases pedagógicas, por ser uma dimensão da educação, mas propugnar pela transformação de pessoas e grupos sociais.

Podemos considerar que o campo da Educação Ambiental caracteriza-se pela diversidade, pois não há apenas um único conceito de Educação Ambiental, mas sim uma esfera de pensamento e ação que domina o debate heterogêneo, ainda que esta diversidade seja enriquecedora ela também pode dificultar a reflexão e a ação por falta de um consenso. A Educação Ambiental tende a proporcionar uma mudança de pensamento e de comportamento das pessoas, primeiro na sua individualidade e depois nos grupos sociais.

Parece haver um consenso que a Educação Ambiental pode ter um papel importante na solução da crise ambiental através da conscientização e da sensibilização social, capacitando os indivíduos para tomar decisões a respeito da qualidade ambiental, e ações e participações se associam ao treinamento das pessoas para que desenvolvam hábitos e rotinas pró-ambientais (DÍAZ, 2004).

A Educação Ambiental pode ser considerada um instrumento para a implantação do desenvolvimento sustentável, que engloba o desenvolvimento econômico e tecnológico, se utilizando sempre da extração racional de recursos e a preservação do meio ambiente visando o futuro da humanidade.

2 REFERENCIAL METODOLÓGICO

Este capítulo tem a finalidade de esclarecer as opções metodológicas escolhidas para a realização desta pesquisa e para que os objetivos apresentados anteriormente sejam alcançados. Caracterizamos nosso estudo como um método científico, pois com os objetivos delineados pretende-se receber novos conhecimentos e informações no campo da Comunicação e da Educação Ambiental.

2.1 O PROBLEMA DE PESQUISA

Segundo Gil (2007), o primeiro passo, antes de se iniciar uma pesquisa social, normalmente, é quando o pesquisador determina o problema a ser pesquisado, que pode ser qualquer questão não resolvida que seja objeto de discussão em qualquer área do conhecimento, que involuntariamente, recebe influências do meio cultural, social e econômico do pesquisador. Assim, ao estruturar este estudo, a pesquisadora refletiu sobre algumas inquietações pessoais, que têm norteado este trabalho e auxiliaram na delimitação do problema de pesquisa, as quais se transformaram nas seguintes questões:

- As embalagens trazem uma mensagem social implícita em seus textos e ilustrações;
- Cada embalagem possui um projeto gráfico, em especial as destinadas ao público infantil, que promovem um impacto educativo;
- É preciso propor alternativas para que se fortaleça este espaço comunicativo nas embalagens no campo da Educação Ambiental.

Através destas inquietações, delimitamos como problema para essa pesquisa a seguinte questão: As embalagens de produtos alimentícios direcionadas ao público infantil podem atuar como uma ferramenta na busca pela qualidade ambiental no processo de Educação Ambiental?

2.2 O ENFOQUE QUALITATIVO

Para eleger a abordagem a ser utilizada nesta pesquisa se faz necessário apontar as principais diferenças entre a pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa. A pesquisa quantitativa trabalha com números e utiliza modelos estatísticos para explicar os dados, um dos tipos mais conhecidos desse caráter que podemos citar é a pesquisa de opinião. Ao contrário, a pesquisa qualitativa evita números, trabalhando com interpretações das realidades sociais. Seu modelo de pesquisa mais conhecido é, provavelmente, a entrevista em profundidade. Na tabela que segue, estão expostas suas principais diferenças (GUARESCHI; BAUER; GASKELL, 2002).

Tabela 2.1 – Diferenças entre pesquisa quantitativa e qualitativa

	Estratégias Quantitativas	Estratégias Qualitativas
Dados	Números	Textos
Análise	Estatística	Interpretação
Protótipo	Pesquisa de Opinião	Entrevista em profundidade
Qualidade	Hard	Soft

Fonte: Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som (GUARESCHI, et al 2002:23).

As abordagens qualitativas se dispõem melhor à investigação de grupos e segmentos delimitados e focalizados, como é o caso de nossa pesquisa. Esse tipo de método, que tem fundamento teórico, permite a descoberta de novos processos sociais que são pouco conhecidos, possibilitando a criação de novas abordagens, conceitos e categorias, enriquecendo ainda mais o processo produtivo da investigação. Segundo Minayo (2006), o método qualitativo

caracteriza-se pela empiria e pela sistematização progressiva de conhecimento até a compreensão lógica interna do grupo ou do processo em estudo. Por isso, é também utilizada para a elaboração de novas hipóteses, construção de indicadores qualitativos, variáveis e tipologias (MINAYO, 2006:57).

Dessa forma, optou-se por uma abordagem de caráter qualitativo. Essa escolha se justifica devido às características do objeto de pesquisa: o projeto gráfico das embalagens de produtos alimentícios direcionadas ao público infantil, que se pretende analisar e, posteriormente, aprofundar a compreensão desse estudo.

2.3 CRITÉRIOS PARA DEFINIÇÃO DA AMOSTRA

Para esse estudo, visto que o universo das embalagens é amplo, selecionamos o tipo de amostragem por acessibilidade ou por conveniência, onde o pesquisador seleciona os elementos que tem acesso e que possam representar seu universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos qualitativos quando não se espera um alto nível de precisão (GIL, 2007).

Segundo Minayo (2006), numa pesquisa qualitativa o pesquisador deve atentar mais para o aprofundamento e menos para a generalização na escolha da amostragem. Procuramos considerar uma amostra que refletisse a totalidade das dimensões do nosso objeto, através da escolha de duas escolas diferentes, com características socioeconômicas diferentes, para realizar a coleta das embalagens, e assim consiga atingir o ponto mais próximo da realidade.

Para a definição da amostra qualitativa é necessário observar alguns critérios, que fazem com que a amostra tenha essa credibilidade e seja eficiente. Nesta pesquisa os critérios utilizados foram os seguintes: assegurar que a escolha da escola e do grupo de crianças apresentem o conjunto das experiências e expressões que se pretende objetivar na pesquisa; privilegiar os sujeitos sociais que detêm os atributos que a pesquisadora pretende conhecer; definir claramente o grupo social mais relevante, embora nossa pesquisa não prevê estudar apenas um grupo social, mas os grupos que são consumidores de embalagens de produtos alimentícios destinados ao público infantil; considerar um número suficiente de interlocutores para permitir reincidência e complementaridade das informações (MINAYO, 2006).

Posteriormente, para que fosse possível reunir amostras suficientes para nosso estudo, foi necessário definir um período para que a coleta fosse realizada. Definiu-se que uma semana para a coleta de amostras seria suficiente para a nossa análise, contando com dois grupos de informantes durante o turno da tarde em duas escolas.

Decidimos fazer as coletas das embalagens em duas escolas de diferentes grupos sociais, escolhemos uma escola estadual de um bairro classe baixa e uma escola particular de um bairro de classe alta, e de cada escola uma turma de primeiro ano do ensino fundamental, para relacionarmos os resultados posteriormente.

2.4 CONTEXTUALIZAÇÃO

A coleta dos dados foi realizada no Brasil, na cidade de Novo Hamburgo que é situada no estado do Rio Grande do Sul, a cerca de 40 km da capital do estado, Porto Alegre.

O município é banhado pelo Rio dos Sinos, e tem uma população de aproximadamente de 255.945 habitantes, dos quais cerca de 90% são de origem alemã.

A cidade é reconhecida nacionalmente como a Capital Nacional do Calçado, pois a fabricação de calçados, além de herança dos colonizadores, é uma das principais atividades econômicas da região.

A partir de 1927 o processo de industrialização da cidade acelerou, tornando-a um dos pólos econômicos do Vale dos Sinos. Até o início da década de 90 a indústria era praticamente formada apenas pela cadeia coureiro-calçadista, mas com uma forte crise econômica na região nos anos 90, o município percebeu a necessidade de uma diversificação econômica. Além de acolher muitas indústrias em sua economia, tem no setor de exportação uma grande fatia do mercado, principalmente na exportação de calçados. (THIELE, 2004).

2.5 A ESCOLHA DO LÓCUS DE PESQUISA

Optou-se por recolher as embalagens em escolas de ensino fundamental da cidade de Novo Hamburgo. A escola foi o lugar escolhido para a coleta das embalagens por ser um espaço que se proporciona o crescimento através da educação, é na escola que as crianças têm o contato com a informação. A escolha das escolas se fez por acessibilidade. O primeiro passo da pesquisadora foi identificar algumas professoras, que lecionam em escolas do município de Novo Hamburgo, através de pessoas fonte, das quais duas se disponibilizassem a realizar a coleta das embalagens nas suas respectivas escolas, especificamente nas suas turmas.

Para alcançar o objetivo desta pesquisa não se faz necessário identificar as professoras e escolas onde foram coletados os dados, dessa forma, se utilizará letras para identificar a escola e nomes fictícios para identifica as professoras.

A primeira professora, será identificada como Professora Amanda, leciona em uma escola pública na cidade de Novo Hamburgo, que chamaremos de Escola A. O primeiro grupo

de informantes se constrói em uma das turmas de primeiro ano do ensino fundamental no turno da tarde com 26 alunos.

O bairro da cidade de Novo Hamburgo onde a Escola A está situada tem como vizinhos os bairros Rondônia, Canudos, Industrial e Liberdade e também faz divisa com a cidade de São Leopoldo. O bairro está entre os maiores e mais carentes da cidade de Novo Hamburgo. A população do bairro e a maioria dos alunos encontram-se predominantemente pertencentes a famílias com baixa renda e condições de moradia e saneamento básico precários.

Atualmente a Escola A atende 478 alunos, distribuídos em 20 turmas nos turnos de manhã e tarde, contando com um grupo de 26 profissionais entre professores, direção, limpeza, cozinha e secretária.

A segunda professora, será identificada como Professora Bianca, leciona em uma escola particular na cidade de Novo Hamburgo, que chamaremos de Escola B. O segundo grupo de informantes se constrói em uma das turmas de primeiro ano do ensino fundamental no turno da tarde com 24 alunos.

O bairro da cidade de Novo Hamburgo onde a Escola B está situada tem como vizinhos os bairros Operários, Guarani, Centro e Rio Branco. A escola encontra-se num bairro de classe média, e a maioria dos alunos pertence a classe média-alta.

A escola atende 1.425 alunos (entre ensino fundamental e médio) e conta com o trabalho de 110 funcionários (entre professores e funcionários) e quatro estagiários.

Como podemos observar são dois grupos compostos de crianças com a mesma idade, no mesmo ano escolar, mas em situação social e realidades diferentes. Esse contraste foi intencional, tendo em vista que a situação socioeconômica das famílias é um fator determinante nas características do perfil de consumo das crianças. Vale ressaltar que não se trata de um estudo de caráter comparativo, apenas pretendeu-se diversificar a qualidade da amostra buscando dados em dois grupos de informantes com características diferentes, desde determinada perspectiva, ou seja, a situação socioeconômica da família.

2.6 ESCOLHA DO GRUPO DE INFORMANTES

Este trabalho tem o objetivo de analisar as embalagens destinadas ao público infantil. Por essa razão fomos buscar o público que atende as necessidades dessa pesquisa, crianças

entre 6 e 7 anos, cursando o primeiro ano do ensino fundamental, em fase de alfabetização ou alfabetizadas, com o intuito de obterem e entenderem algumas mensagens contidas nas embalagens, através de desenhos ou textos, e também por serem um público ideal para se trabalhar a Educação Ambiental, pois esta etapa da infância é a fase humana na qual se vivenciam importantes experiências de socialização secundária, que complementam e se integram aos valores, atitudes e comportamentos adquiridos pelo sujeito em seu processo de socialização com o grupo familiar.

2.7 COLETA DE DADOS

O primeiro passo para iniciar a coleta das embalagens foi buscar uma professora de uma escola pública e outra professora de uma escola particular, como descrito anteriormente, pois as responsáveis pela coleta das embalagens seriam as professoras, sendo necessário assim passar à elas as instruções e informações para que as embalagens fossem coletadas nas suas respectivas turmas,

Contatou-se por telefone a professora Bianca da escola B, para marcar um encontro para que se pudesse fazer o pedido e dar-lhe mais detalhes sobre a coleta. O primeiro contato com a professora Amanda da escola A foi pessoalmente, solicitou-se seu auxílio e instruiu-se sobre a coleta. As professoras aceitaram participar e recolher as embalagens.

Foi definido que as embalagens consumidas no período de uma semana seriam suficientes para alcançar o objetivo desta pesquisa. Combinou-se que as professoras recolheriam durante uma semana corrida, cinco dias, as embalagens consumidas por seus alunos em apenas um dos turnos de aula.

Na sexta-feira, que foi o último dia de coleta, elas entregaram as sacolas com as embalagens recolhidas. Como as coletas não foram realizadas na mesma semana nas duas escolas, as primeiras embalagens coletadas foram na escola A, e na semana seguinte a coleta foi realizada na escola B.

Questionou-se às professoras quais alternativas de lanches as crianças tinham na escola: lanches trazidos de casa, bar, refeitório, etc. A professora Amanda da Escola A, informou que a escola oferece uma refeição para as crianças por turno, como acontece em todas as escolas públicas, mas mesmo assim algumas crianças trazem lanches de casa. A Escola A não possui bar, apenas refeitório onde são oferecidas as refeições.

A professora Bianca da Escola B informou que muitas crianças trazem seus lanches de casa, mas há um bar dentro da escola, onde algumas crianças escolhem e compram seus lanches durante o recreio. Outra informação sobre a turma é que os alunos desta turma tinham a sua disponibilidade um refrigerador para conservar os lanches trazidos de casa que necessitam de refrigeração. Foi pedido que as professoras apenas solicitassem que aqueles alunos que traziam lanche de casa fizessem o favor de colocar a embalagem no lixo dentro da sala de aula, para que as professoras pudessem recolher antes das crianças saírem da sala de aula para o pátio da escola.

A partir disso, concluiu-se que somente seriam coletadas as embalagens dos lanches trazidos de casa pelos alunos.

De posse de todas as embalagens recolhidas, iniciou-se o processo de limpeza das embalagens, por dentro e por fora. Todas as embalagens flexíveis foram abertas de forma a ficarem com sua parte gráfica totalmente visível e em seguida foram limpas com um pano úmido e detergente. As embalagens longa vida e os potes de iogurte foram lavados com água e detergente e secas com um pano, tomando o cuidado para não danificar os rótulos e a própria embalagem.

O passo seguinte foi digitalizar as embalagens e criar uma identificação para cada uma a fim de facilitar sua localização e manuseio.

Cada embalagem recebeu uma letra correspondente à escola na qual foi coletada e um número de ordem escolhidos aleatoriamente. Após a digitalização das embalagens o nome do produto e a marca da empresa foram “apagados” para que não fossem identificados, pois para atingir nosso objetivo não é necessário reconhecer as marcas.

Após estes passos, buscou-se um especialista que pudesse auxiliar na identificação dos materiais utilizados nas embalagens, marcou-se uma reunião em que analisou-se e classificou-se em conjunto os materiais utilizados na confecção das embalagens coletadas.

O último passo foi caracterizar as embalagens e analisá-las, o que será visto no próximo capítulo.

2.8 ESQUEMA METODOLÓGICO

De forma esquemática, com o objetivo de tornar mais claro as opções metodológicas desta pesquisa, segue abaixo uma tabela com o resumo de nosso esquema metodológico.

Tabela 2.2 - Esquema Metodológico

Metodologia	Características	Justificativas
Lócus	Duas escolas de ensino fundamental na cidade de NH	A escola é o local próprio para o aprendizado.
Grupo de informantes	Dois grupo de crianças com idades de 6 a 7 anos em fase de alfabetização	Público alvo para trabalhar a Educação Ambiental
Amostras	Embalagens destinadas ao público infantil consumidas durante o turno de aula	Essas embalagens estão em contato com as crianças e tem potencial para serem trabalhadas as questões ambientais através da Educação Ambiental
Período	Uma semana no turno da tarde	Suficiente para perceber algumas embalagens que as crianças estão consumindo.
Temático	Dois grupos sociais diferentes da mesma cidade	Por apresentarem características diferentes deve se levar em consideração os dois grupos.
Acessibilidade	Pessoas fonte que facilitaram o acesso às amostras	Por falta de tempo em horário comercial da pesquisadora

Fonte: Adaptação de Torales, 2006.

Com o processo de amostragem concluído e a amostra definida, passamos para a etapa seguinte, a resolução de nosso problema de pesquisa. Realizar uma análise das embalagens de produtos alimentícios dirigidas ao público infantil, nessa análise serão descritas os elementos das embalagens como cores, textos, apelos e posicionamento do produto. É certo também, que os materiais utilizados na produção podem influenciar na percepção das embalagens, e são muito válidos e eficientes para auxiliar no posicionamento da marca e do produto, por isso descreveremos também os materiais utilizados nas embalagens coletadas.

3 ANÁLISE DOS DADOS

Com a finalidade de alcançar os objetivos propostos para esta pesquisa a análise dos dados coletados será apresentada dividida em duas partes, com as embalagens ordenadas de forma aleatória.

A primeira parte apresenta a caracterização de todas as embalagens coletadas, que contempla o primeiro dos objetivos específicos que conduzem esta pesquisa: “Caracterizar as embalagens selecionadas descrevendo seus formatos, materiais utilizados, tipos, tamanhos, etc.”. A segunda parte apresenta uma análise detalhada de cada embalagem acompanhada de sua figura, a fim de poder compará-las, observando o segundo objetivo específico: “Analisar graficamente a comunicação utilizada nas embalagens destinadas ao público infantil e verificar seu potencial educativo para o público infantil”.

Esta primeira parte é apresentada através de uma tabela desenvolvida pela autora com a intenção de descrever todas as características identificadas em cada uma das embalagens coletadas nas duas escolas. Esta tabela está dividida em três categorias: Identificação das Embalagens; Concepção Técnica das Embalagens e Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens.

Neste processo, cada uma delas foi subdividida em itens para melhor contemplar a descrição dos elementos das embalagens. As três categorias foram criadas com base em pesquisa bibliográfica, no conhecimento e entendimento da autora sobre o tema em questão. Sendo assim, é válido esclarecer o significado de cada categoria, e seus itens de caracterização.

A primeira categoria apresentada na tabela é a categoria “Identificação das Embalagens”, na qual se procurou criar uma nomenclatura para as embalagens, a fim de facilitar a compreensão e possibilitar a identificação do tipo de produto contido nas embalagens através dos seguintes itens:

1. Número de Identificação da Embalagem: este item foi criado para identificar a embalagem e facilitar sua localização entre as figuras nas análises descritivas, uma vez que, optou-se por não mencionar a marca e o nome do produto em questão. A nomenclatura utilizada contém uma letra seguida de um número: na qual a letra refere-se à escola onde a embalagem foi coletada, e o número refere-se à posição da figura nas análises descritivas. Por exemplo, a embalagem denominada A1 foi coletada na Escola A, que é a escola pública que já denominamos anteriormente, e refere-se a figura 1 na lista das análises descritivas.

2. *Tipo de Alimento*: descreve o tipo de alimento que a embalagem contém, se é bebida ou comida, como por exemplo, biscoito recheado sabor chocolate ou bebida láctea sabor chocolate. Este item servirá para posterior análise e comparação dentre os produtos similares.

3. *Conteúdo da Embalagem (g; ml)*: este item será contemplado nas análises descritivas ao identificarmos a quantidade de produto embalado e o tamanho da embalagem, por exemplo se ela é grande demais para a quantidade de produto que contém.

A segunda categoria é a “Concepção Técnica das Embalagens”, que a autora entende como a formação técnica, a parte física da embalagem, presente em todas as embalagens, que pode ou não agredir o meio ambiente através de seus materiais, identificada através dos seguintes itens:

4. *Material*: que tem como objetivo identificar o principal material utilizado nas embalagens.

5. *Cola ou Solda*: identifica se a embalagem utiliza cola ou solda.

6. *Cores*: descreve a quantidade de cores utilizadas na impressão da embalagem.

7. *Tipo de Impressão*: identifica qual o tipo de impressão utilizada na embalagem.

8. *Textos Legais e Obrigatórios*: se a embalagem apresenta os textos legais como por exemplo, ingredientes, tabela nutricional, etc.

9. *Texto de Exportação*: identifica se a embalagem é distribuída somente no Brasil ou é de exportação.

10. *Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)*: apresenta as medidas da embalagem fechada somente frente em centímetros.

A terceira e última categoria é a “Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens”, que pretende contemplar a parte gráfica da embalagem na qual se identifica a comunicação da embalagem, e exprime direta ou indiretamente o posicionamento da empresa e o relacionamento que busca atingir com o consumidor, além de ser possível verificar se a empresa demonstra uma preocupação ambiental trazendo ou não um apelo ambiental nas suas embalagens. Esta categoria traz os seguintes itens analisados:

11. *Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa*: se a embalagem traz o símbolo de material reciclável ou textos.

12. *Apelo Infantil*: este item é um pouco mais subjetivo e pode variar conforme a interpretação pessoal, mas diz respeito a ilustrações, formato ou informações que possamos identificar como atrativos para o público infantil.

13. *Brincadeira, Jogo ou Brinde*: se a embalagem contém algum jogo, brinde, brinquedo dentro da embalagem, ou a própria embalagem se transforma em brinquedo, ou apenas uma parte da embalagem, como o verso que traz brincadeiras para as crianças recortarem e montarem.

14. *Convite para Acessar o Site*: se a embalagem traz um convite para a criança acessar o site e deixá-la mais próxima do produto e da empresa, além de no site conter mais informações e brincadeiras para as crianças, como uma extensão da embalagem.

15. *Ilustração*: são desenhos que, neste caso, pode ou não ter apelo infantil

16. *Foto do Produto*: este item analisa se a embalagem traz estampada a foto do produto que contém.

17. *Informação Educativa*: se a embalagem traz algum tipo de informação que ensine algo às crianças, como brincadeiras, conhecimentos gerais, matérias escolares, Educação Ambiental, etc.

18. *Apelo Ambiental*: que pode ser apresentado em forma de texto ou figura, este item também é um tanto subjetivo, mas para a autora significa informações, desenhos ou formatos que remetam ao meio ambiente.

Antes de apresentar as tabelas desenvolvidas, é importante esclarecer que para a identificação dos materiais utilizados nas embalagens, o professor da Universidade Feevale, Professor Luiz Robinson, auxiliou a pesquisadora nesta análise. Identificou-se os materiais utilizados, mas tinham-se dúvidas em alguns materiais que se diferenciavam em poucos detalhes.

Assim o professor sugeriu entrar em contato com as empresas (das embalagens que se tinham dúvidas quanto os materiais utilizados) solicitando informações sobre os principais materiais utilizados em suas embalagens.

Questionou-se às empresas através do site, no campo contato, qual a composição do material utilizado na sua embalagem e se ele é reciclável. Apenas uma empresa de salgadinhos respondeu satisfatoriamente esta pergunta, que resumidamente respondeu que na reciclagem de suas embalagens o material é moído, aglutinado e extrusado, e o plástico é a maior parte de sua composição.

Através desta análise com base nestes itens analisados poderemos ter uma boa percepção da empresa com relação ao seu posicionamento ambiental.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EMBALAGENS DA ESCOLA A E DA ESCOLA B

Tabela 3.1 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola A

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	A1	A2	A3	A4
	2.	Tipo de Alimento	Salgadinho	Salgadinho	Biscoito salgado	Biscoito recheado
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	50g	50g	26g	165g
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	Laminado	Laminado	Laminado
	5.	Cola ou Solda	Solda	Solda	Solda	Solda
	6.	Cores	7	6	6	6
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Flexografia	Rotogravura	Rotogravura
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Sim	Sim	Não	Sim
10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	21,5 x 10,5	11 x 21	7 x 14,5	21 x 6	
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Não	Sim	Não	Não
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Não	Não	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Sim	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim

Tabela 3.1 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola A

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	A5	A6	A7	A8
	2.	Tipo de Alimento	Biscoito recheado	Biscoito recheado	Cereal em Barra	Cereal em Barra
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	40g	154g	25g	25g
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	Laminado	Laminado	Laminado
	5.	Cola ou Solda	Solda	Solda	Solda	Solda
	6.	Cores	7	6	5	5
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Flexografia	Flexografia	Flexografia
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Sim	Sim
10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	11 x 15,5	20 x 6	14 x 4,5	14 x 4,5	
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Não	Não
	12.	Apelo infantil	Sim	Sim	Não	Não
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Sim	Não	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Sim	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.1 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola A

(continua)

categorias	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	A9	A10	A11	A12
	2.	Tipo de Alimento	Biscoito recheado	Biscoito Doce	Wafer Recheado	Biscoito com Leite
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	135g	360g	115g	180g
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	PP	Laminado	Laminado
	5.	Cola ou Solda	Solda	Solda	Solda	Solda
	6.	Cores	6	4	5	6
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Flexografia	Rotogravura	Rotogravura
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Sim	Não	Não	Sim
10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	20 x 6	15 x 24	24 x 11	20 x 6	
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Não	Sim	Sim	Não
	12.	Apelo infantil	Sim	Não	Não	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Não	Não	Sim
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Sim
	15.	Ilustração	Sim	Não	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Não	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Sim

Tabela 3.1 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola A

(continua)

categorias	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	A13	A14	A15	A16
	2.	Tipo de Alimento	Wafer recheado	Wafer recheado	Biscoito doce	Bebida Láctea
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	150g	150g	350g	200ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	Laminado	PP	Tetra Pak
	5.	Cola ou Solda	Solda	Solda	Solda	Cola
	6.	Cores	6	6	6	4
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Rotogravura	Flexografia	Off-Set
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Sim	Sim	Sim	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	24 x 11	24 x 11	16 x 29	6 x 8
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Não	Não	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Não	Não	Não	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Não	Não	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.1 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola A

(conclusão)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	A17	A18		
	2.	Tipo de Alimento	Bebida Láctea	Bebida Láctea		
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	200ml	130g		
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Tetra Pak	PP		
	5.	Cola ou Solda	Cola	Cola		
	6.	Cores	4	4		
	7.	Tipo de Impressão	Off-Set	Flexografia		
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim		
	9.	Texto de exportação	Não	Não		
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	8 x 6	6 x 6		
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Não		
	12.	Apelo infantil	Não	Sim		
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Não		
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não		
	15.	Ilustração	Sim	Sim		
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim		
	17.	Informação Educativa	Não	Não		
	18.	Apelo ambiental	Não	Não		

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B1	B2	B3	B4
	2.	Tipo de Alimento	Bolo Recheado	Salgadinho	Salgadinho	Biscoito recheado
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	80g	55g	50g	120g
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Polipropileno	Laminado	Laminado	Laminado
	5.	Cola ou Solda	Solda	Solda	Solda	Solda
	6.	Cores	5	6	6	6
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Rotogravura	Rotogravura	Rotogravura
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Não	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	12 x 15,5	16 x 24,5	16 x 26	12,5 x 20
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Sim	Sim	Sim	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Sim	Sim	Sim
	14.	Convite para acessar o site	Sim	Sim	Sim	Sim
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B5	B6	B7	B8
	2.	Tipo de Alimento	Bolo com Recheio	Barra de Biscoito com recheio	Bolo com Recheio	Bolo com Recheio
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	40g	25g	40g	40g
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	Laminado	Laminado	Laminado
	5.	Cola ou Solda	Solda	Solda	Solda	Solda
	6.	Cores	6	6	6	6
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Rotogravura	Rotogravura	Rotogravura
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Sim	Sim	Sim	Sim
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	7 x 12	13 x 5	7 x 12	7 x 12
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Sim	Não	Sim	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Não	Não	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B9	B10	B11	B12
	2.	Tipo de Alimento	Biscoito recheado	Bebida Láctea UHT	Composto Alimentar	Composto Alimentar
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	77g	200ml	200ml	200ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	Tetra Pak	Tetra Pak	Tetra Pak
	5.	Cola ou Solda	Solda	Cola	Cola	Cola
	6.	Cores	6	5	6	6
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Off-Set	Off-Set	Off-Set
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Não	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	10 x 5	6 x 8	6 x 8	6 x 8
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Sim	Sim	Sim	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Sim	Sim	Sim
	14.	Convite para acessar o site	Sim	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B13	B14	B15	B16
	2.	Tipo de Alimento	Composto Alimentar	Composto Alimentar	Iogurte (Sem Rótulo)	Iogurte (Sem Rótulo)
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	200ml	200ml	Sem Rótulo	Sem Rótulo
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Tetra Pak	Tetra Pak	Polipropileno	Polipropileno
	5.	Cola ou Solda	Cola	Cola	Cola	Cola
	6.	Cores	6	6	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	7.	Tipo de Impressão	Off-Set	Off-Set	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	6 x 8	6 x 8	10 x 5	5 x 5
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	12.	Apelo infantil	Sim	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Sim	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	14.	Convite para acessar o site	Não	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	16.	Foto do Produto	Sim	Não	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	17.	Informação Educativa	Sim	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo
	18.	Apelo ambiental	Não	Sim	Sem Rótulo	Sem Rótulo

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B17	B18	B19	B20
	2.	Tipo de Alimento	Iogurte (Sem Rótulo)	Iogurte (Sem Rótulo)	Leite fermentado	Suco
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	Sem Rótulo	Sem Rótulo	100g	200ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Polipropile.	Poliestireno	Poliestireno	Tetra Pak
	5.	Cola ou Solda	Cola	Cola	Cola	Cola
	6.	Cores	Sem Rótulo	Sem Rótulo	6	5
	7.	Tipo de Impressão	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Off-Set	Off-set
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	5 x 5	5 x 5	5 x 5	5 x 14
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Sim
	12.	Apelo infantil	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Sim
	14.	Convite para acessar o site	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Não
	15.	Ilustração	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Não
	17.	Informação Educativa	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Sem Rótulo	Sem Rótulo	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B21	B22	B23	B24
	2.	Tipo de Alimento	Suco (bebida tipo Suco)	Suco (bebida tipo Suco)	Suco (bebida tipo Suco)	Suco (bebida tipo Suco)
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	200ml	200ml	200ml	200ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Tetra Pak	Tetra Pak	Tetra Pak	Tetra Pak
	5.	Cola ou Solda	Cola	Cola	Cola	Cola
	6.	Cores	5	5	5	5
	7.	Tipo de Impressão	Off-set	Off-set	Off-set	Off-set
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Não	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	5 x 14	5 x 14	5 x 14	5 x 14
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Sim	Sim	Sim	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Sim	Sim	Sim	Sim
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Sim	Sim	Sim	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B25	B26	B27	B28
	2.	Tipo de Alimento	Bebida Láctea	Composto Alimentar	Suco	Refrigerante
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	200ml	200ml	200ml	350ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Tetra Pak	Tetra Pak	Pet + rótulo Polipropileno	Alumínio
	5.	Cola ou Solda	Cola	Cola	Solda	-
	6.	Cores	5	6	6	4
	7.	Tipo de Impressão	Off-Set	Off-set	Flexografia	?
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Não	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	6 x 8	6 x 8	5 x 14	6 x 12
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Não	Sim
	12.	Apelo infantil	Sim	Sim	Sim	Não
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Sim	Sim	Não	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Não
	16.	Foto do Produto	Sim	Não	Não	Não
	17.	Informação Educativa	Sim	Sim	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Sim	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B29	B30	B31	B32
	2.	Tipo de Alimento	Bebida Láctea	Leite Fermentado	Leite Fermentado	Suco
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	180g	80g	80g	200ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	PVC+Polipropileno	Tetra Pak	Tetra Pak	Tetra Pak
	5.	Cola ou Solda	Cola+Solda	Cola	Cola	Cola
	6.	Cores	4	5	5	5
	7.	Tipo de Impressão	Flexografia	Off-Set	Off-Set	Off-set
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Não	Sim
10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	5 x 12	4 x 7	4 x 7	5 x 12	
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Não	Sim	Sim	Não
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Sim	Sim	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Não	Não	Não	Não
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não	

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(continua)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B33	B34	B35	B36
	2.	Tipo de Alimento	Suco	Suco	Bebida Láctea	Barra de Biscoito com Recheio
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	200ml	200ml	200ml	25g
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Tetra Pak	Tetra Pak	Tetra Pak	Laminado
	5.	Cola ou Solda	Cola	Cola	Cola	Solda
	6.	Cores	5	5	6	6
	7.	Tipo de Impressão	Off-set	Off-set	Off-set	Rotogravura
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Sim	Sim	Não	Sim
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	5 x 12	5 x 12	5 x 10,5	12 x 4
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Não	Não	Sim	Não
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Não	Não	Não
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Não	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Não	Não	Não	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Não	Não	Não
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Não	Não

Tabela 3.2 – Descrição das Embalagens Coletadas na Escola B

(conclusão)

Categories	Nº	Itens Analisados	Embalagem	Embalagem	Embalagem	Embalagem
Identificação das Embalagens	1.	Número de Identificação da embalagem	B37	B38	B39	B40
	2.	Tipo de Alimento	Cereais em Barra	Composto Alimentar	Composto Alimentar	Composto Alimentar
	3.	Conteúdo da Embalagem (g; ml)	25g	200ml	200ml	200ml
Concepção Técnica das Embalagens	4.	Material	Laminado	Tetra Pak	Tetra Pak	Tetra Pak
	5.	Cola ou Solda	Solda	Cola	Cola	Cola
	6.	Cores	6	6	6	6
	7.	Tipo de Impressão	Rotogravura	Off-set	Off-set	Off-set
	8.	Textos Legais e Obrigatórios	Sim	Sim	Sim	Sim
	9.	Texto de exportação	Não	Não	Não	Não
	10.	Dimensões da Frente da Embalagem (em cm)	13,5 x 5	6 x 8	6 x 8	6 x 8
Concepção Educativo-Ambiental das Embalagens	11.	Símbolo ou Texto: Reciclável e/ou Manter a Cidade Limpa	Sim	Sim	Sim	Sim
	12.	Apelo infantil	Não	Sim	Sim	Sim
	13.	Brincadeira, jogo ou brinde	Não	Sim	Sim	Sim
	14.	Convite para acessar o site	Não	Não	Sim	Não
	15.	Ilustração	Sim	Sim	Sim	Sim
	16.	Foto do Produto	Não	Sim	Não	Sim
	17.	Informação Educativa	Não	Sim	Sim	Sim
	18.	Apelo ambiental	Não	Não	Sim	Não

Fonte: Elaboração própria.

Nesta parte da sistematização dos resultados, contemplando o segundo objetivo específico: “Analisar graficamente a comunicação utilizada nas embalagens destinadas ao público infantil e verificar seu potencial educativo para o público infantil”. Vamos analisar dentre as embalagens coletadas, apenas as que julgarmos serem destinadas ao público infantil, apesar das crianças terem contato com as demais embalagens, o nosso objetivo é analisar o potencial educativo-ambiental nas embalagens destinadas ao público infantil. Sendo assim, caracterizamos todas as embalagens e seus materiais, mas a análise das temáticas: comunicação, educação e meio ambiente será feita apenas nas embalagens com apelo ao público infantil.

Conforme as análises feitas, todas as embalagens coletadas nesta pesquisa são recicláveis, considerando as diferenças e particularidades em cada embalagem em relação aos materiais utilizados. Neste sentido, é importante destacar que grande parte das embalagens analisadas não trazem o símbolo que identifica qual (ais) material (ais) utilizado (s) nas embalagens e não orientam sobre a forma adequada de descartar a embalagem.

Vale esclarecer que este processo de análise não pretende classificar as embalagens como bonitas ou feias, se o design funciona ou não, ou se é eficaz desde a perspectiva estritamente do marketing. Pretende-se sim, compreender como a proposta de comunicação utiliza bem o espaço para as informações, se os espaços estão bem preenchidos, se constam as informações necessárias para o consumo de crianças ou instruções sobre o descarte do material utilizado, e claro, seu potencial educativo-ambiental,

Não podemos afirmar nesta análise de forma alguma que tais produtos são consumidos apenas por crianças ou apenas por adultos. Mas podemos dizer, analisando sua comunicação visual, através dos elementos gráficos, que tais embalagens foram desenvolvidas e planejadas para o público infantil, por possuírem características que possibilitam essa conclusão. Nesta perspectiva, desenvolvemos alguns critérios que nos interessam para analisar as embalagens coletadas, e em seguida os critérios explicados sob a visão da pesquisadora:

1. Embalagem com apelo Infantil: Será considerada embalagem com apelo infantil aquelas embalagens que tenham algum atrativo infantil, como desenhos de personagens infantis, desenhos de crianças, animais personificados, que acompanhem jogos ou brincadeiras, etc.

1.1 Comunicação (Mensagem da empresa): Se na embalagem houver apelo infantil, será analisada a Comunicação da embalagem com base nos dois itens abaixo:

Descrição dos Elementos gráficos: Descreveremos todos os elementos gráficos da embalagem, buscando identificar e compreender o posicionamento que o produto busca alcançar com esta embalagem.

Referência à Questão Ambiental: implícita, explícita ou sem referência: Neste item buscaremos identificar se a empresa possui alguma referência em relação à questão ambiental, e como ela pode ser descrita, se está implícita, ou seja, pode estar subentendida ou ser subjetiva. Se essa referência está explícita, e pode ser identificada de forma clara, ou não fazer referência nenhuma à questão ambiental.

1.2 Educação e Meio Ambiente: Este critério está compreendido pela pesquisadora com relação à informações educativas que as embalagens veiculem, consideraremos desde informações de cidadania, valores, boas maneiras, profissões, preservação do meio ambiente, até informações de disciplinas escolares como por exemplo regras de português, etc. Neste item vou verificar da seguinte forma:

Possui potencial educativo-ambiental e utiliza; Possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza; Não possui potencial educativo-ambiental: Se utiliza potencial educativo-ambiental, passa-se a descrever esta potencialidade.

2. Produção e Resíduo: Serão descritos os materiais que a embalagem utiliza, e seus recursos de reciclagem através dos seguintes itens:

Tipo de material utilizado na embalagem;

Possibilidade de reuso da embalagem;

Possibilidade de reciclagem do material;

Recomendação sobre o descarte da embalagem.

Através destes critérios estabelecidos e esclarecidos até aqui, pretendo alcançar o objetivo principal desta pesquisa.

3.2 ANÁLISE DESCRITIVA DAS EMBALAGENS DA ESCOLA A



Figura 3.3.1 – Embalagem A1
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A1

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo:

Nesta embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir baseado nas informações que são parecidas com outras embalagens, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, que a embalagem é composta por camadas de vários plásticos com diferentes propriedades. Nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Após o consumo do produto, esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada para outras finalidades.

O material utilizado na confecção desta embalagem é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto. Apresenta apenas uma figura e um texto de mantenha a cidade limpa.



Figura 3.3.2 – Embalagem A2
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A2

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem predomina a cor em tons de marrom que lembram churrasco, que é o sabor deste salgadinho. O nome do produto está bem destacado na parte superior centralizada da embalagem em letras que parecem estar pulando, pois não estão alinhadas e tem tamanhos diferentes umas das outras, enquanto que a marca do produto está em tamanho menor na parte inferior esquerda da embalagem. A embalagem tem o desenho de um splash destacado abaixo do nome do produto indicando o sabor do produto e o texto supervalorizando o sabor do produto, que diz: “Sabor Natural Super Picanha!!!”. A embalagem traz a foto de um espetinho

de carne remetendo ao sabor, que ao olhar para a foto, nos lembra da experiência e do contato com aquele alimento e nos ativa a vontade de sentir aquele mesmo sabor.

Tem ilustrações do salgadinho e de como é o seu formato e sua cor. Apenas a frente da embalagem tem uma cor de fundo, no verso da embalagem foi utilizado o próprio fundo da embalagem metalizado, que pode ajudar na leitura das informações e deixar a embalagem mais elegante e menos poluída. Esta embalagem tem um apelo infantil que é demonstrado através do desenho de um garoto bem destacado na frente da embalagem, como se estivesse brincando com os salgadinhos, jogando para o alto, com as duas mãos para cima, e está no meio de uma chuva de salgadinhos, com um grande sorriso no rosto, o garoto está desenhado de boné e camiseta bem coloridas, o que chama a atenção das crianças. No verso também se nota que a embalagem é pensada para as crianças, pois as tabelas de informações legais como o fabricante e as informações nutricionais estão desenhadas com formas irregulares e coloridos. Tem um convite para as crianças acessarem o site e encontrarem diversão, jogos e novidades. Até o desenho de mantenha a cidade limpa é feito em forma de brincadeira. Esta é uma embalagem para venda interna e exportação.

A empresa demonstra que é preocupada com a saúde das crianças, pois apresenta no verso de forma destacada que o alimento é enriquecido com ferro e cálcio e não contém colesterol, e juntamente com os ingredientes traz a informação que este alimento é embalado sem contato manual. O logotipo da marca do produto é repetido no verso da embalagem do mesmo tamanho da frente, uma estratégia utilizada para memorizar esta marca, seu nome cores e logotipo, para que futuramente seja reconhecido pelo consumidor mesmo estando em outro produto. Podemos dizer que a embalagem foi bem explorada e consegue chamar a atenção no ponto de venda.

A embalagem não faz nenhuma referência à questão ambiental.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. A empresa investe em uma embalagem bem projetada, utilizando materiais de qualidade, apresentando uma comunicação visual bem elaborada, deixando claro qual é o seu público-alvo, e conversa com ele através das informações que traz sobre o produto. A embalagem tem um tamanho que poderia ser mais explorado para ter um contato mais profundo com o consumidor, na busca de fidelizá-lo, mas não utiliza esse potencial com informações para educar as crianças e nem com informações sobre a questão ambiental.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 7 (Outros), e significa que combina vários plásticos com

diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto. Apresenta apenas uma figura e um texto de mantenha a cidade limpa.



Figura 3.3.3 – Embalagem A3

Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A3

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP), e significa Polipropileno. Nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio +

Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto, traz a figura que representa que o material é Resíduo Reciclável.



Figura 3.3.4 – Embalagem A4
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A4

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, que a embalagem é composta de vários plásticos com diferentes propriedades

em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.3.5 – Embalagem A5
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A5

1. Embalagem com apelo Infantil

A primeira impressão que temos ao ver esta embalagem, é que notamos que a cor predominante é o azul em vários tons. Com a embalagem aberta o azul mais claro na parte inferior da embalagem nos dá a sensação de refrescância, ou até mesmo algum sabor gelado, mas quando fechamos a embalagem e analisamos

como ela estivesse na gôndola do supermercado, essa sensação não aparece, o que aparece em destaque são os biscoitinhos desenhados. Na parte inferior da embalagem, está desenhada a mão de uma criança pegando um dos biscoitinhos, essa ação da maneira que foi desenhada, com os dois dedinhos pegando o biscoito, e os outros dedinhos encolhidos, parece estar fazendo alguma coisa escondido, alguma travessura. Apesar dos produtos serem pequenos nesta embalagem, e a embalagem também ser pequena, ela ainda é grande para a quantidade e peso do produto, claro que comparando com a embalagem dos produtos maiores de mesma

composição, armazenados enfileirados numa embalagem mais compacta como é o caso dos demais biscoitos recheados. O posicionamento desse produto é para ser consumido a qualquer hora e lugar, inclusive antes das refeições, pois por ser pequeno e pouca quantidade não tira o apetite, lembrando que o posicionamento da comunicação deste biscoito é que criança deve fazer travessuras e não assumir sua culpa. Por ser uma embalagem muito pequena, ela precisa chamar mais a atenção, e fez isso utilizando o colorido do logotipo e os desenhos dos biscoitos, tudo com muito espaço para que fosse possível dar destaque, pois nesse caso, quanto maiores as informações, mais visibilidade teriam, ou seja, utilizaram poucas informações. A marca e o nome do produto estão bem destacados na parte superior esquerda da embalagem, formando em conjunto um logo para esse produto, e é dirigido ao público infantil, pois as letras são totalmente coloridas, com cores alegres e disformes, parece que as letras estão brincando, inclusive uma das letras é escrita de trás para frente. Por traz da marca e do nome do produto tem um sombreado branco que deixa ainda mais destacado, dizendo dessa forma para as crianças que o nome do produto que é importante, que deve ser lembrado. Entre a marca e o nome, acompanhando o sombreado branco com a aparência de raios de luz está a informação que o produto tem fonte de vitaminas. Entre os desenhos está escrito o sabor do produto com as mesmas cores do desenho do produto, mas utilizando o branco para chamar a atenção para o sabor. No verso se repete o logo criado para esse produto em tamanho menor localizado na parte superior, as informações dos ingredientes, composição, fabricante, informações nutricionais, o código de barras, o logo da empresa fabricante, o logo da fundação ABRINQ, o símbolo do tipo de material reciclável utilizado. Não identificamos nesta embalagem nenhuma referência à questão ambiental.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. Apesar de ser uma embalagem pequena, ela tem tamanho para ser mais explorada, além de estar se dirigindo diretamente as crianças, utilizando uma linguagem adequada e com espaço suficiente na embalagem para desenvolver essa comunicação.

A empresa investe em uma embalagem bem projetada, utilizando materiais de qualidade, apresentando uma comunicação visual bem elaborada, deixando claro qual é o seu público-alvo, e conversa com ele através das informações que traz sobre o produto.

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 7 (Outros), e significa que combina vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de

Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Na embalagem não identificamos informações sobre a forma de descarte correta para esse material.



Figura 3.3.6 – Embalagem A6
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A6

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem o que está em destaque é a marca do produto, o logotipo, que é dirigido ao público infantil, pois as letras são totalmente coloridas, com cores alegres e alinhamento e formas disformes, parece que as letras estão brincando, inclusive, uma das letras é escrita de trás para frente.

Ao lado do logotipo está ilustrado um biscoito quase em tamanho real, evidenciando a quantidade de recheio do biscoito, e através da cor, pode-se identificar o sabor do produto, que é reforçado pela ilustração de pedaços de barras de chocolate.

Em tamanho proporcional a ilustração do biscoito, está escrito o seu sabor, por cima das ilustrações das barras de chocolate: “sabor de chocolate”, também na cor marrom.

No fundo da embalagem, a cor predominante é o azul, mas da direita para a esquerda a cor marrom começa a invadir a embalagem, dando a impressão de que o sabor de chocolate está avançando através da embalagem.

No verso da embalagem há um desenho divertido convidando as crianças a acessarem o site do produto para brincarem. O convite é feito de dois modos: com o desenho do site demonstrando as brincadeiras que podem fazer no site, e através de texto convidando explicitamente: “Ao acessar o site você poderá jogar games, criar seu próprio biscoito, e explorar os mais divertidos mundos!!!” Sem dúvida um convite bem persuasivo. Logo abaixo desse convite tem uma frase informando as mães que eles prepararam um site para elas também, uma estratégia de envolver a família, pois eles oferecem brincadeiras no site para as crianças e para a mãe acompanhar o filho, eles se dirigem a elas também. Parece-nos uma tentativa de fidelizar não somente a criança, mas a família toda.

A embalagem traz as informações que são dirigidas às crianças sempre em letras divertidas e coloridas, e as informações legais, como tabela nutricional, ingredientes e composição, são em letras comuns, apesar das formas das tabelas serem descontraídas e irregulares.

Acima do logotipo há uma informação que o produto contém “Cálcio + Vitaminas”, e logo abaixo do logotipo uma elipse informando que o produto tem “0g de Gordura Trans na porção”, essas informações estão dizendo que o produto é saudável para as crianças.

Mas as informações em forma de textos, na maioria das vezes é informativa e apela para a razão na hora da escolha do produto, o contrário acontece, na maioria das vezes, com as informações em forma de ilustrações que apela para o emocional e até mesmo para o inconsciente.

Esta embalagem não faz nenhuma referência à questão ambiental.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. A empresa investe em uma embalagem bem projetada, utilizando materiais de qualidade, apresentando uma comunicação visual bem elaborada, deixando claro qual é o seu público-alvo, e conversa com ele através das informações que traz sobre o produto.

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP), e significa Polipropileno. Nesta embalagem encontramos o material que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Na embalagem não identificamos informações especiais sobre a forma de descarte correta para esse material, apenas o símbolo de resíduo reciclável.



Figura 3.3.7 – Embalagem A7
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A7

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, que a embalagem é composta de vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta

embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.3.8 – Embalagem A8
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A8

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem A7.



Figura 3.3.9 – Embalagem A9
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A9

1. Embalagem com apelo Infantil

O logotipo desta embalagem está bem destacado, foi desenhado em formas irregulares e em tons de azuis com um contorno branco para dar destaque às cores e formas do logotipo sobre o fundo escuro, acima do logotipo tem o desenho de um monstrinho mordendo as letras do logotipo, tomando quase toda a frente da embalagem

acompanhado de mais dois, um na frente e o outro no verso, onde aparece outro logotipo repetido no mesmo tamanho do que está na frente.

Esses monstros são “marca registrada” deste produto. Cada monstro é de uma cor diferente, e ao contrário de assustar, eles são desenhados de forma divertida e parecem comilões. Abaixo do logotipo está escrito o sabor do biscoito em letras iguais as do logotipo, nas mesmas formas, mas de cores diferentes.

Na frente e no verso tem ilustrações do biscoito recheado, enfatizando seu sabor que é biscoito de chocolate com recheio de morango.

No fundo da embalagem aparenta ter um redemoinho de chocolate com morango, fazendo referência ao sabor do biscoito.

O formato e materiais utilizados nesta embalagem é o mesmo de outras marcas, o que a diferencia é que esta embalagem deixa bem claro seu público alvo, utiliza uma linguagem que está mais próxima de seu público, com formas divertidas e muitas cores.

Podemos considerar que esta embalagem tem referência a questão ambiental implícita, pois não desperdiça matéria prima, uma vez que a embalagem acomoda a quantidade exata de produto, sem deixar espaço sobrando, uma embalagem na medida certa, nem maior nem menor que o produto. Este é um ponto importante que pode ser considerado que a empresa pensou no meio ambiente ao produzir esta embalagem, pois utilizou exatamente a quantidade de material necessária para a confecção desta embalagem sem desperdícios.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. Concluí que esta embalagem possui potencial devido ao seu investimento em embalagens escolhendo materiais de qualidade e que atendam as necessidades de conservação do produto, sem desperdiçar matéria prima, uma vez que a embalagem acomoda justamente a quantidade exata de produto, sem deixar espaço sobrando, uma embalagem na medida certa, nem maior nem

menor que o produto. Este é um ponto importante que pode ser considerado que a empresa pensou no meio ambiente ao produzir esta embalagem, pois utilizou exatamente a quantidade de material necessária para a confecção desta embalagem sem desperdícios. E levando em consideração que a empresa investiu na comunicação para se dirigir ao seu público alvo, dirigindo a linguagem de seu produto de uma forma eficaz, poderia ter utilizado este espaço para desenvolver o potencial educativo social ambiental, no design de fora ou de dentro da embalagem.

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP), e significa Polipropileno. Nesta embalagem encontramos o material que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Na embalagem não identificamos informações especiais sobre a forma de descarte correta para esse material, apenas o símbolo de resíduo reciclável.



Figura 3.3.10 – Embalagem A10
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A10

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP), e significa Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto, mas traz a figura que representa Mantenha a cidade limpa.



Figura 3.3.11 – Embalagem A11
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A11

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 7 (Outros), e significa que combina vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto, mas traz a figura que representa Mantenha a cidade limpa.



Figura 3.3.12 – Embalagem A12
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A12

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem claramente seu público alvo definido. O nome da marca do biscoito já é uma brincadeira. A cor predominante na embalagem é o verde utilizado no fundo da embalagem em tons claros e escuros. O logotipo é predominante na cor vermelha com sombras em branco e amarelo. O formato das letras é irregular em letras maiúsculas e a palavra do nome da marca é escrita dividida em duas linhas. O formato deste biscoito é quadrado, dessa forma tornando mais fácil a localização ou posicionamento da embalagem na gôndola deixando a frente exposta na prateleira. Na frente da embalagem tem ilustrações dos biscoitos demonstrando o produto que está dentro da embalagem, a mesma estratégia que outros biscoitos também utilizam. Todos os elementos da frente da embalagem tem uma sombra branca, para dar destaque e chamar a atenção.

No verso todas as informações parecem estar brincando pois estão em quadros arredondados que mais parecem nuvens e todos coloridos. Há um convite para as crianças acessarem o site e brincarem: Venha brincar! e abaixo apareço o site. E tem uma brincadeira para a criança fazer no computador.

Considero que esta embalagem faz referência implícita a questão ambiental ao trazer estampado na embalagem desenhos de animais, são personagens que encantam as crianças. Na frente vemos a onça pintada que segura um biscoito, e ela recebe tanto destaque quanto o logotipo da marca. No verso da embalagem aparece um urso introduzindo as brincadeiras no computador e um elefante trazendo as informações nutricionais. Embora nenhum texto venha acompanhando estes desenhos, podemos concluir que o fato de utilizar animais na embalagem remete, mesmo que indiretamente a questão ambiental, o fundo da embalagem em tons de verde sob os desenhos remete a floresta que é o habitat desses animais.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. Concluí que esta embalagem possui potencial devido ao seu investimento em embalagens escolhendo materiais de qualidade e que atendam as necessidades de conservação do produto, sem desperdiçar matéria prima, uma vez que a embalagem acomoda justamente a quantidade exata de produto, sem deixar espaço sobrando, uma embalagem na medida certa, nem maior nem menor que o produto. Este é um ponto importante que pode ser considerado que a empresa pensou no meio ambiente ao produzir esta embalagem, pois utilizou exatamente a quantidade de material necessária para a confecção desta embalagem sem desperdícios. E levando em consideração que a empresa investiu na comunicação para se dirigir ao seu público alvo, dirigindo a linguagem de seu produto de uma forma eficaz, poderia ter utilizado este espaço para desenvolver o potencial educativo social ambiental, no design de fora ou de dentro da embalagem.

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP), e significa Polipropileno. Nesta embalagem encontramos o material que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Na embalagem não identificamos informações especiais sobre a forma de descarte correta para esse material, apenas o símbolo de resíduo reciclável.



Figura 3.3.13 – Embalagem A13
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A13

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, que a embalagem é composta de vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.

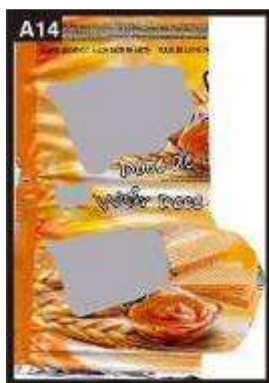


Figura 3.3.14 – Embalagem A14
Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A14

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, que a embalagem é composta de vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.3.15 – Embalagem A15

Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A15

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

A embalagem não apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado, mas através do contato manual e visual, percebemos que o material utilizado é o Polipropileno, devido a sua aparência brilhante e sua textura firme.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto, mas traz uma figura e uma frase que dia: Não prejudique a natureza. Mantenha a cidade limpa.



Figura 3.3.16 – Embalagem A16

Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A16

1. Embalagem com apelo Infantil

Identifico esta embalagem como destinada ao público infantil pela linguagem que utiliza, através das cores e desenhos. O design da embalagem deixa bem claro que o seu público alvo são as crianças.

O logotipo do produto é formado por uma letra de cada cor e elas estão todas desalinhadas. Nesta embalagem identifiquei um detalhe que a difere das outras: a marca da empresa está em maior destaque do que o nome do produto.

O personagem deste produto é o desenho do próprio produto vestido de super-herói infantil: é uma caixinha de bebida láctea com óculos modernos, boné virado e uma capa de super-herói, com um enorme sorriso no rosto, e os braços erguidos para cima, parado em uma pose que transmite a mensagem de vitória. O sabor do produto está em maior destaque do que o próprio nome do produto.

Ao fundo, temos tons das cores vermelha, laranja e marrom. A cor marrom é da ilustração que simula uma onda de bebida de chocolate sobre a qual está o super-herói.

As informações nutricionais são apresentadas nas duas laterais da embalagem.

Na embalagem não há nenhuma referência a questão ambiental explícita, temos apenas na logomarca da empresa uma ilustração que nos remete a uma fazenda: um sol do amanhecer num campo verde, embora esteja apenas na logomarca e não fazendo parte da comunicação da embalagem.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. O que deixa mais evidente que a embalagem possui potencial é que ele apresenta na frente e no verso exatamente a mesma imagem, sem modificar nada, nem acrescentar e nem retirar nenhuma frase ou desenho. Poderia ter inserido um jogo, uma charada, um sabá que..., um convite para ler informações no site, etc.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.3.17 – Embalagem A17
 Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM A17

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.3.18 – Embalagem A18
 Fonte: Embalagem coletada na Escola A

EMBALAGEM B18

1. Embalagem com apelo Infantil

O que mais tem destaque na frente desta embalagem é o logotipo com o nome do produto, escrito em letras arredondadas e em perspectiva, nas cores azul e branco. A cor escolhida para prevalecer no fundo da embalagem é a amarela. O personagem que aparece na embalagem é um leão mágico, com uma cartola, e de dentro da cartola sai o iogurte de morango, e atrás do leão mágico tem uma onda de iogurte de morango. Ao redor do leão mágico e de sua cartola tem muitas estrelinhas e brilho para enfatizar o ato de fazer mágica. Acima do logotipo do produto tem a seguinte frase: com cereais coloridos, e na frente da embalagem eles são representados por ilustrações de bolinhas coloridas. A mágica está no imaginário infantil e por isso foi utilizado nesta embalagem para chamar a atenção das crianças. No verso da embalagem estão as informações nutricionais e ingredientes e as demais informações legais. Explicitamente não temos nenhuma referência à questão ambiental, apenas a figura do leão que nos remete aos animais e conseqüentemente a natureza.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. Seria uma boa alternativa, já que a embalagem traz como personagem um animal, fazer alguma referência a questão ambiental, através de textos, figuras ou brincadeiras, na própria embalagem ou no site.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta gravada no fundo da própria embalagem a informação do tipo de material que utiliza representando pelo símbolo 5 (PP) polipropileno. Esta embalagem está sem a tampa que provavelmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

O material utilizado nesta embalagem é totalmente reciclável.

No rótulo da embalagem não identificamos nenhuma informação sobre o descarte da embalagem, nem o logotipo de mantenha a cidade limpa. Esta informação poderia estar na tampa, mas não pudemos analisar.

3.3 ANÁLISE DESCRITIVA DAS EMBALAGENS DA ESCOLA B

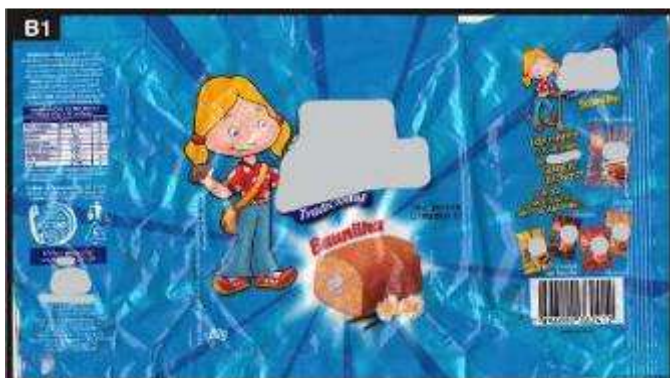


Figura 3.4.1 – Embalagem B1
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B1

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem a cor predominante é a cor azul. O nome do produto está centralizado na embalagem e destacado. Logo abaixo do logotipo do produto está escrito o sabor do bolinho que é de baunilha, acompanhado de uma ilustração de um

bolinho cortado para ficar visível o seu recheio. Por trás dessa ilustração aparece um brilho na cor branca para dar destaque e realçar a ilustração e o sabor. Ao lado no logotipo aparece um desenho de uma criança. O personagem na embalagem é uma menina que parece ser uma estudante carregando uma pasta a caminho da escola, e com um bolinho mordido na mão.

Ao observar esta embalagem, num primeiro momento a identifiquei como embalagem destinada ao público infantil, mas analisando, percebi que o público-alvo pode estar focado nas meninas, pois o nome do produto é nome próprio feminino, e ao lado do nome uma menina desenhada, isso sugere que esse produto é especial para meninas. Provavelmente os meninos não se identificarão com essa embalagem, pois o pouco apelo infantil que a embalagem apresenta é identificado como feminino.

No verso da embalagem o personagem da menina aparece novamente brincando com um patinete novamente ao lado do logotipo. A empresa aproveita o espaço no verso da embalagem para fazer propaganda dos bolinhos de outros sabores da mesma marca, pede para que experimentem o novo sabor e conheça os outros sabores. No verso também estão as informações nutricionais, os ingredientes e o contato com a empresa, há também um convite para acessar o site da empresa.

No verso encontramos um desenho de mantenha a cidade limpa sem textos.

Nesta embalagem não identificamos referências às questões ambientais.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

A embalagem traz o símbolo “5” (PP) que significa o material polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.4.2 – Embalagem B2
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B2

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem a cor predominante é o amarelo, e apresenta tons de vermelho na parte superior e no verso, destacando a promoção que a embalagem traz. Esta embalagem deixa claro que seu público-alvo são as crianças. O logotipo do produto está bem destacado na parte superior frontal da embalagem com uma sombra branca por trás para dar maior destaque e visibilidade. O personagem do produto é uma onça pintada que está de óculos escuros e calçando tênis, ela está fazendo embaixadinhas com a bola que é uma ilustração do próprio salgadinho. No fundo da embalagem aparece em segundo plano, mais apagado, para não receber destaque, um estádio de futebol, e o personagem está no gramado brincando e se divertindo. Ao lado do personagem há um círculo com o texto dizendo qual é o produto e o seu sabor.

Acima do logotipo do produto está destacado a promoção que o salgadinho está trazendo: a promoção é de um personagem de filmes e desenho animado, que oferece como brinde “cards” (cartões com os personagens do desenho para colecionar e trocar com os amigos) para brincar. No verso tem mais informações sobre os brindes e ilustrações do que se vai encontrar dentro do pacote, além de trazer informações de como brincar. Logo abaixo um convite para acessar o site.

No verso ainda aparecem todas as informações nutricionais e ingredientes escritos com uma letra imitando a escrita manual.

Esta embalagem não faz referência à questão ambiental, apenas traz o mascote colocando um papel no lixo como se estivesse jogando bola, dando uma “bicicleta” que é um movimento conhecido no jogo de futebol. O que pode identificar é que esta embalagem é maior do que necessitaria, pois como o produto é leve e não preenche toda a embalagem, ela

poderia ser um pouco menor, utilizando menos material para ser confeccionada, ela contém 55g e é maior do que outras que analisamos e que continha maior peso de produto.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental e não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, com base na classificação de outras embalagens, que a embalagem é composta de vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.4.3 – Embalagem B3
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B3

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta é uma embalagem promocional. Normalmente quando se projeta uma embalagem promocional ele fica diferente de como ela é sem a promoção. Nesta embalagem o seu personagem que é a onça pintada de óculos fica menor e dá espaço para o personagem do desenho animado que é a atração da promoção. O personagem do desenho animado preenche toda a frente da embalagem e as laterais. Na parte frontal bem destacado está um texto que diz: “COM SURPRESA”, e logo abaixo uma ilustração do brinquedo demonstrando como é o brinde. No verso aparece o personagem do salgadinho brincando com o brinquedo e ao fundo ilustrações do salgadinho, logo abaixo estão os cinco modelos que podem ser encontrados de brinde dentro da embalagem. Esta embalagem não faz referência à questão ambiental, apenas traz o mascote colocando um papel no lixo como se estivesse jogando bola, dando uma “bicicleta” que é um movimento conhecido no jogo de futebol. O que pude identificar é que esta embalagem é maior do que necessitaria, pois como o produto é leve e não preenche toda a embalagem, ela poderia ser um pouco menor, utilizando menos material

para ser confeccionada, ela contém 55g e é maior do que outras que analisamos e que continha maior peso de produto.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental e não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material, com base na classificação de outras embalagens, que a embalagem é composta de vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.4.4 – Embalagem B4

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B4

1. Embalagem com apelo Infantil

A primeira impressão que temos ao ver esta embalagem é que as cores predominantes são o azul e o rosa em vários tons. Na parte inferior da embalagem, está desenhada a mão de uma criança pegando um dos biscoitinhos, essa ação da maneira que foi desenhada, com os dois dedinhos pegando o biscoito, e os outros dedinhos encolhidos, parece estar fazendo alguma coisa escondido, alguma travessura. Apesar dos produtos serem pequenos nesta embalagem, e a embalagem também ser pequena, ela ainda é grande para a quantidade e peso do produto, claro que comparando com a embalagem dos produtos maiores de mesma composição, armazenados enfileirados numa embalagem mais compacta como é o caso dos demais biscoitos recheados.

O posicionamento desse produto é de que ele pode ser consumido a qualquer hora e lugar, inclusive antes das refeições, pois por ser pequeno e pouca quantidade não tira o apetite, lembrando que o posicionamento da comunicação deste biscoito é que criança deve fazer travessuras e não assumir sua culpa. Por ser uma embalagem muito pequena, ela precisa

chamar mais a atenção, e fez isso utilizando o colorido do logotipo e os desenhos dos biscoitos, tudo com muito espaço para que fosse possível dar destaque, pois nesse caso, quanto maiores as informações, mais visibilidade teriam, ou seja, utilizaram poucas informações.

A marca e o nome do produto estão bem destacados na parte superior esquerda da embalagem, formando em conjunto um logotipo para esse produto, e é dirigido ao público infantil, pois as letras são totalmente coloridas, com cores alegres e disformes, parece que estão brincando, inclusive uma das letras é escrita de trás para frente. Por traz da marca e do nome do produto tem um sombreado branco que deixa ainda mais destacado, dizendo dessa forma para as crianças que o nome do produto que é importante, que deve ser lembrado. Entre a marca e o nome, acompanhando o sombreado branco com a aparência de raios de luz está a informação que o produto tem fonte de vitaminas. Entre os desenhos está escrito o sabor do produto com as mesmas cores do desenho do produto, mas utilizando o branco para chamar a atenção para o sabor. No verso da embalagem tem um jogo para as crianças brincarem e descobrirem onde estão escondidos os desenhos dos pacotes dos biscoitos, neste joguinho o tema são as olimpíadas.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. Apesar de ser uma embalagem pequena, ela tem tamanho para ser mais explorada, além de estar se dirigindo diretamente as crianças, utilizando uma linguagem adequada e com espaço suficiente na embalagem para desenvolver essa comunicação. Podemos citar como exemplo o joguinho que tem como tema as olimpíadas, poderia ser um jogo com tema sobre o meio ambiente.

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP) polipropileno, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Na embalagem não identificamos informações sobre a forma de descarte correta para esse material.



Figura 3.4.5 – Embalagem B5
 Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B5

1. Embalagem com apelo Infantil

Identifico esta embalagem como destinada ao público infantil, apesar de sutil, a comunicação define o público-alvo. O logotipo do produto utiliza as letras em formas arredondadas, e logo abaixo do logotipo tem uma frase que faz uma “propaganda” do produto que está dentro da embalagem: “macio e fofinho”, e a ilustração que traz a embalagem representa o produto: um bolinho com recheio de brigadeiro, e a mão de uma criança tocando o bolinho e os dedinhos afundando e mostrando como ele é macio e fofinho. Ao lado da ilustração do bolinho tem o desenho de um brigadeiro que se refere ao sabor do bolinho, e logo acima o texto também se referindo ao sabor. Todos estes elementos estão dentro de uma elipse que tem um contorno largo na cor prata, que é representada pela própria embalagem sem cor nesta área, que ocupa a parte central e frontal da embalagem, com exceção da marca da empresa que foge um pouco da elipse. A cor predominante dentro da elipse são alguns tons de amarelo. O restante do fundo da embalagem é da cor laranja. Na parte frontal direita inferior, aparece uma informação sobre o produto: “0% gordura trans” nas mesmas cores do logo, mas com um tamanho menor.

As informações sobre ingredientes, tabela nutricional e demais informações legais aparecem no verso da embalagem.

Nesta embalagem não aparece nenhuma referência à questão ambiental, nem implícita nem explícita.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza. A empresa investe em uma embalagem bem projetada, utilizando materiais de qualidade, apresentando uma comunicação visual bem elaborada, deixando claro qual é o seu público-alvo, e conversa com ele através das informações que traz sobre o produto. A embalagem tem um tamanho que poderia ser mais explorado para ter um contato mais profundo com o consumidor, na busca de fidelizá-lo, mas não utiliza esse potencial com informações para educar as crianças e nem com informações sobre a questão ambiental.

2. Produção e Resíduo

Na embalagem não é informado que tipo de material é utilizado em sua fabricação, mas podemos concluir, através do contato com a embalagem e de uma análise visual do material baseada nas outras embalagens que utilizam material semelhante, que a embalagem é

composta de vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação especial sobre o descarte desse material após o consumo do produto. Apresenta apenas uma figura pequena em um cantinho da embalagem um símbolo de reciclável.



Figura 3.4.6 – Embalagem B6

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B6

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

A embalagem não apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado, mas analisando através do contato manual e visual, podemos perceber que o material utilizado é o mesmo de embalagens anteriores que tinham o 7 (Outros) como símbolo, que combina vários plásticos com

diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação sobre o descarte desse material após o consumo do produto.



Figura 3.4.7 – Embalagem B7

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B7

1. Embalagem com apelo Infantil

Informações idem a Embalagem B5.

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B5.



Figura 3.4.8 – Embalagem B8

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B8

1. Embalagem com apelo Infantil

Informações idem a Embalagem B5.

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B5.



Figura 3.4.9 – Embalagem B9

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B9

1. Embalagem com apelo Infantil

A primeira impressão que temos ao ver esta embalagem, é que notamos que a cor predominante é o prata e o marrom. Com a embalagem aberta o prata nos dá a sensação de frio e de algum sabor gelado. O posicionamento desse produto é para ser consumido a qualquer hora e lugar, inclusive antes das refeições, pois por ser pequeno e pouca quantidade não tira o apetite, lembrando que o posicionamento da comunicação deste biscoito é que criança deve fazer travessuras e não assumir sua culpa. Por ser uma embalagem muito pequena, ela precisa chamar mais a atenção, e fez isso utilizando o colorido do logotipo e os desenhos dos biscoitos, tudo com muito espaço para que fosse possível dar destaque, pois nesse caso, quanto maiores as informações, mais visibilidade teriam, ou seja, utilizaram poucas

informações. A marca e o nome do produto estão bem destacados na parte superior esquerda da embalagem, formando em conjunto um logo para esse produto, e é dirigido ao público infantil, pois as letras são totalmente coloridas, com cores alegres e disformes, parece que as letras estão brincando, inclusive uma das letras é escrita de trás para frente. Abaixo do logotipo, tem o sabor “Gela Boka” sabor de sorvete de chocolate.

No verso aparece as informações dos ingredientes, composição, fabricante, informações nutricionais, o código de barras, o logo da empresa fabricante, o logo da fundação ABRINQ, o símbolo do tipo de material reciclável utilizado. Não identificamos nesta embalagem nenhuma referência à questão ambiental.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

A embalagem apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado em maior quantidade, que é o símbolo 5 (PP), e significa Polipropileno. Nesta embalagem encontramos o material que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Na embalagem não identificamos informações especiais sobre a forma de descarte correta para esse material, apenas o símbolo de resíduo reciclável.



Figura 3.4.10 – Embalagem B10

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B10

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem pequeno ocupando a parte superior esquerda da embalagem. O personagem que aparece nesta embalagem é de um desenho animado da televisão, o desenho dele vem destacado na frente, ocupando uma grande parte da frente da embalagem. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, o sabor, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso é que a embalagem traz as brincadeiras e informações educativas para as crianças. Nesta embalagem o personagem participa de uma brincadeira que é conhecida como o jogo dos sete erros, que tem dois quadros de desenhos aparentemente iguais, mas com alguns detalhes faltando. Ao lado em letras pequenas estão as respostas.

Nesta embalagem não encontramos nenhuma referência às questões ambientais. Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza, embora esteja utilizando o verso da embalagem para trazer informações educativas para as crianças, como ensinar brincadeiras novas e também informações a respeito da saúde.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.11 – Embalagem B11
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B11

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, o sabor, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso é que a embalagem traz as brincadeiras e informações educativas para as crianças. Nesta embalagem o personagem está ensinando que brincar é um ótimo exercício, e trazendo informações sobre o porquê é importante se exercitar, além de ensinar uma brincadeira passo a passo, trazendo as instruções e ilustrando como é que se faz. Nesta brincadeira que o personagem está ensinando no verso, é esconde-esconde, mas com algumas modificações para poder utilizar o canudinho da própria embalagem, reunindo a turminha e uma criança esconde a embalagem do produto e depois as outras crianças procuram. Nesta embalagem não encontramos nenhuma referência às questões ambientais.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza, embora esteja utilizando o verso da embalagem para trazer informações educativas para as crianças, como ensinar brincadeiras novas e também informações a respeito da saúde.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.12 – Embalagem B12

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B12

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, o sabor, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso é que a embalagem traz as brincadeiras e informações educativas para as crianças. Nesta embalagem o personagem está ensinando que brincar é um ótimo exercício, e trazendo informações sobre o porquê é importante se exercitar, além de ensinar uma brincadeira passo a passo, trazendo as instruções e ilustrando como é que se faz. Nesta brincadeira que o personagem está ensinando no verso, é camelão, em que se utiliza o canudinho da própria embalagem, reunindo a turminha e uma criança escolhe uma cor e todos saem correndo para encostar a mão nesta cor, que não conseguir

alcançar a tempo, é o novo camelão. Nesta embalagem não encontramos nenhuma referência às questões ambientais.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza, embora esteja utilizando o verso da embalagem para trazer informações educativas para as crianças, como ensinar brincadeiras novas e também informações a respeito da saúde.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.13 – Embalagem B13

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B13

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é azul, que foi utilizada para diferenciar este sabor (brigadeiro) do tradicional. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, o sabor e

uma ilustração de brigadeiro, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso é que a embalagem traz as brincadeiras e informações educativas para as crianças. Nesta embalagem o personagem está ensinando que brincar é um ótimo exercício, e trazendo informações sobre o porquê é importante se exercitar, além de ensinar uma brincadeira passo a passo, trazendo as instruções e ilustrando como é que se faz. Nesta embalagem tem duas crianças brincando de bola e carrinho. E mais abaixo aparece o personagem com uma revista infantil nas mãos dizendo que há mais brincadeiras novas deste produto na revista.

Nesta embalagem não encontramos nenhuma referência às questões ambientais. Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza, embora esteja utilizando o verso da embalagem para trazer informações educativas para as crianças, como ensinar brincadeiras novas e também informações a respeito da saúde.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.14 – Embalagem B14
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B14

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. A frente desta embalagem foi alterada para divulgar uma promoção que a empresa está fazendo: “É divertido ajudar o planeta”, informando que a criança ganha uma figurinha que está no verso da embalagem. Neste cenário de promoção, o personagem está em uma espécie de trator e vai limpando a cidade, colocando lixo nas latas de lixo e recolhendo as pessoas que sujam a cidade. No fundo desta imagem aparece uma paisagem de natureza, com árvores, gramado e pássaros. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso, esta embalagem apresenta uma “série” dicas (uma dica diferente para cada embalagem) de sustentabilidade. O mais interessante é que essas dicas são escritas com uma linguagem simples e criativa, ideal para o entendimento das crianças. O nome destas dicas é o seguinte: “é divertido ajudar o planeta”. E traz dois símbolos que foram criados para ensinar as crianças, são eles: “isso se faz” com uma mãzinha fazendo sinal de positivo e “isso não se faz” com sinal de negativo. Nesta embalagem o cenário apresentado é a coleta seletiva de lixo, e mostra um caminhão recolhendo os lixos e levando em direção de uma usina de reciclagem, esta imagem é uma figurinha que vem colada no verso da embalagem, logo abaixo tem um texto dizendo que ao entrar no site você pode baixar e imprimir o álbum de figurinhas para colar e colecionar. Além de apresentar um cenário com uma dica, a embalagem ainda traz uma brincadeira em forma de pergunta para as crianças pensarem e responderem, e logo abaixo tem a resposta escrita em uma letra pequena. Logo abaixo tem um convite para as crianças entrarem no site e buscarem mais dicas.

Nesta embalagem encontramos referência às questões ambientais explicitamente, é uma embalagem que traz informações educativas sobre o meio ambiente, e convida às crianças a partirem para a ação. Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental e utiliza, tornando-se um ótimo exemplo de como pode ser eficaz essa estratégia de comunicação, tanto para a empresa, quanto para o consumidor que recebe a mensagem educativo-ambiental.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.15 – Embalagem B15
 Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B15

1. Embalagem sem Rótulo

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta gravada no fundo da própria embalagem a informação do tipo de material que utiliza representando pelo símbolo 5 (PP) polipropileno. Esta embalagem está sem a tampa que provavelmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

O material utilizado nesta embalagem é totalmente reciclável.

Não foi possível verificar esta informação, pois a embalagem estava sem rótulo.



Figura 3.4.16 – Embalagem B16
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B16

1. Embalagem sem Rótulo

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta gravada no fundo da própria embalagem a informação do tipo de material que utiliza representando pelo símbolo 5 (PP) polipropileno. Esta embalagem está sem a tampa que provavelmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

O material utilizado nesta embalagem é totalmente reciclável.

Não foi possível verificar esta informação, pois a embalagem estava sem rótulo.



Figura 3.4.17 – Embalagem B17
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B17

1. Embalagem sem Rótulo

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta gravada no fundo da própria embalagem a informação do tipo de material que utiliza representando pelo símbolo 5 (PP) polipropileno. Esta embalagem está sem a tampa que provavelmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

O material utilizado nesta embalagem é totalmente reciclável.

Não foi possível verificar esta informação, pois a embalagem estava sem rótulo.



Figura 3.4.18 – Embalagem B18
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B18

1. Embalagem sem Rótulo

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta gravada no fundo da própria embalagem a informação do tipo de material que utiliza representando pelo símbolo 6 (PS) poliestireno.

Esta embalagem está sem a tampa que provavelmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

O material utilizado nesta embalagem é totalmente reciclável.

Não foi possível verificar esta informação, pois a embalagem estava sem rótulo.



Figura 3.4.19 – Embalagem B19
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B19

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem não apresenta a informação do tipo de material que utiliza. Mas com base em outra embalagem com aparentemente o mesmo material, provavelmente o material utilizado foi poliestireno. Esta embalagem também está sem a tampa que normalmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar. Seu rótulo é feito de papel colado na embalagem.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

Os materiais utilizados nesta embalagem são totalmente recicláveis.

No rótulo da embalagem não identificamos nenhuma informação sobre o descarte da embalagem, nem o logotipo de mantenha a cidade limpa. Esta informação poderia estar na tampa, mas não pudemos analisar.



Figura 3.4.20 – Embalagem B20

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B20

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem o público-alvo está evidente. O logotipo do produto ocupa toda a parte superior frontal da embalagem em letras grandes nas cores azul e branco, logo abaixo está escrito o sabor do produto, e um convite para conhecer os outros sabores. O produto tem um personagem futurista com o nome de Kim, que preenche a maior parte da embalagem. O personagem tem o corpo de um morango e braços de canudos, o rosto parece de uma criança e os cabelos parecem as folhas do morango, e tem um óculos posicionado em cima da cabeça. A cor predominante no fundo da embalagem é a vermelha. Atrás do logotipo do produto tem vários morangos que parecem estar voando e se desmanchando para fazer o suco, logo ao lado a frase escrita: “com suco de fruta”.

No verso da embalagem tem um cenário e um texto explicativo dizendo de onde veio o personagem, de um outro planeta, e uma frase dizendo: “Saiba mais sobre Kim nas outras embalagens do suco de morango”. Essa é uma estratégia de fidelizar o consumidor, pois se ele se interessa ele precisa buscar outras informações nas embalagens e isso o leva a consumir, não deixa de ser uma brincadeira. Não identifiquei referência à questão ambiental.

Esta embalagem tem potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.21 – Embalagem B21
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B21

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem o público-alvo está evidente. O logotipo do produto ocupa toda a parte superior frontal da embalagem em letras grandes nas cores azul e branco, logo abaixo está escrito o sabor do produto, e um convite para conhecer os outros sabores. O produto tem um personagem futurista com o nome de Kim, que preenche a maior parte da embalagem. O personagem tem o corpo de um morango, braços e pernas de canudos, o rosto parece de uma criança e os cabelos parecem as folhas do morango, e tem um óculos posicionado em cima da cabeça. O personagem está surfando num mar de suco de morango. A cor predominante no fundo da embalagem é a vermelha. Atrás do logotipo do produto tem vários morangos que parecem estar voando e se desmanchando para fazer o suco, logo ao lado a frase escrita: “com suco de fruta”.

No verso da embalagem aparece Kim e seus amigos, todos praticando esportes, e uma frase dizendo: “Saiba mais sobre Kim nas outras embalagens do suco de morango”. Essa é uma estratégia de fidelizar o consumidor, pois se ele se interessa ele precisa buscar outras informações nas embalagens e isso o leva a consumir, não deixa de ser uma brincadeira. Não identifiquei referência à questão ambiental.

Esta embalagem tem potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.22 – Embalagem B22
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B22

1. Embalagem com apelo Infantil

Informações idem a Embalagem B21.

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B21.



Figura 3.4.23 – Embalagem B23
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B23

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem o público-alvo está evidente. O logotipo do produto ocupa toda a parte superior frontal da embalagem em letras grandes nas cores azul e branco, logo abaixo está escrito o sabor do produto, e um convite para conhecer os outros sabores. O produto tem um personagem futurista com o nome de Kim, que preenche a maior parte da embalagem. O personagem tem o corpo de um morango e braços de canudos, o rosto parece de uma criança e os cabelos parecem as folhas do morango, e tem um óculos posicionado em cima da cabeça. A cor predominante no fundo da embalagem é a vermelha e do lado direito a frase escrita: “com suco de fruta”.

No verso da embalagem aparece o personagem surfando num mar de suco de morango, e abaixo muitas frases com suas características e uma frase dizendo: “Saiba mais sobre Kim nas outras embalagens do suco de morango”. Essa é uma estratégia de fidelizar o consumidor, pois se ele se interessa ele precisa buscar outras informações nas embalagens e

isso o leva a consumir, não deixa de ser uma brincadeira. Não identifiquei referência à questão ambiental.

Esta embalagem tem potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.24 – Embalagem B24

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B24

1. Embalagem com apelo Infantil

Informações idem a Embalagem B21.

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B21.



Figura 3.4.25 – Embalagem B25

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM 25

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem destacado na frente tons da cor laranja e no restante da embalagem a cor é marrom que lembra o sabor do produto. O nome do produto está destacado ocupando todo o lado esquerdo da frente da embalagem. O personagem que é apresentado nesta embalagem é um menino vestido de bombeiro, com uma mangueira nas mãos que sai uma bebida de chocolate. Nas laterais a embalagem traz informações nutricionais, os ingredientes e o código de barras.

No verso, o nome do produto está em destaque na parte superior da embalagem. Logo abaixo tem um quadro pontilhado para as crianças recortarem e colecionarem, e nesta embalagem a informação é sobre bombeiro, fala da profissão ensinando o que é e quais são suas responsabilidades. É uma informação educativa sobre profissões.

Esta embalagem não faz referência às questões ambientais. Esta embalagem tem potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.26 – Embalagem B26
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B26

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, uma ilustração de chocolate que é o sabor, e o texto indicando o sabor, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso, esta embalagem apresenta uma “série” de dicas (uma dica diferente para cada embalagem) de sustentabilidade. O mais interessante é que essas dicas são escritas com uma linguagem simples e criativa, ideal para o entendimento das crianças. O nome destas dicas é o seguinte: “é divertido ajudar o planeta”. E traz dois símbolos que foram criados para ensinar as crianças, são eles: “isso se faz” com uma mãzinha fazendo sinal de positivo e “isso não se faz” com sinal de negativo. Nesta embalagem o cenário apresentado é a coleta seletiva do lixo. Além de apresentar um cenário com uma dica, a embalagem ainda traz uma brincadeira em forma de pergunta para as crianças pensarem e responderem, e logo abaixo tem a resposta escrita em uma letra pequena. Logo abaixo tem um convite para as crianças entrarem no site e buscarem mais dicas.

Nesta embalagem encontramos referência às questões ambientais explicitamente, é uma embalagem que traz informações educativas sobre o meio ambiente, e convida às crianças a partirem para a ação. Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental e utiliza, tornando-se um ótimo exemplo de como pode ser eficaz essa estratégia de comunicação, tanto para a empresa, quanto para o consumidor que recebe a mensagem educativo-ambiental.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.27 – Embalagem B27
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B27

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem, pode se dizer que é dirigida ao público infantil masculino, pois os personagens que aparecem nela são dos brinquedos, os carrinhos que os meninos gostam. É uma embalagem colorida e traz a marca do produto destacada na frente na parte superior. O sabor do produto é de morango. A embalagem parece ser um cenário de corrida de carros imitando um jogo de vídeo game, com dois carros apostando corrida, um ao lado do outro, bem dirigido aos meninos.

Esta embalagem não faz referência à questão ambiental. Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem utiliza o material PET para a embalagem e o Polipropileno para o rótulo do produto. Esta embalagem pode ser reutilizada após seu descarte. Esta embalagem é totalmente reciclável. Não há nenhuma recomendação especial sobre o descarte deste material.



Figura 3.4.28 – Embalagem B28
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B28

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é feita de alumínio. Não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Este material é totalmente reciclável. A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartá-la, apenas um símbolo de alumínio reciclável.



Figura 3.4.29 – Embalagem B29
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B29

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem apresenta a informação do tipo de material que utiliza representando pelo símbolo 5 (PP) polipropileno. O rótulo é de (4) Polietileno de baixa densidade. Esta embalagem está sem a tampa que provavelmente seria confeccionada por uma folha de alumínio, mas não foi possível analisar.

Esta embalagem apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto. Após higienização, pode ser possível brincar, fazer outros brinquedos, utilizar para guardar peças de brinquedos pequenos, etc.

O material utilizado nesta embalagem é totalmente reciclável.

Traz apenas o símbolo de colocar lixo no lixo e de material reciclável.



Figura 3.4.30 – Embalagem B30
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B30

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem é bem colorida, e tem como cor predominante a cor roxa que lembra o sabor deste produto que é de uva. A marca deste produto não tem destaque e aparece apenas na parte de cima da embalagem ao

lado onde se coloca o canudo para tomar o suco. O tipo de produto aparece com um certo destaque na frente parte superior da embalagem, logo abaixo aparece o personagem escolhido para esta embalagem com destaque. Há também uma ilustração da fruta na frente, uma uva desenhada. Traz informações sobre o produto que tem vitaminas. Nas laterais tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso desta embalagem o personagem aparece fazendo parte de uma brincadeira que é para encontrar a peça que falta no desenho do próprio personagem. Logo abaixo em letras menores aparece a resposta.

Esta embalagem não faz referência às questões ambientais. Esta embalagem possui potencial educativo ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.31 – Embalagem B31

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B31

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem como cor predominante a cor amarela que lembra o sabor deste produto. A marca deste produto não tem destaque e aparece apenas na parte de cima da embalagem ao lado onde se coloca o canudo para

tomar o suco. O tipo de produto aparece com um certo destaque na frente parte superior da embalagem, logo abaixo aparece o personagem escolhido para esta embalagem com destaque. Traz informações sobre o produto que tem vitaminas. O personagem desta embalagem é de um desenho animado da televisão. Nas laterais tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso desta embalagem o personagem aparece fazendo parte de uma brincadeira que é para encontrar o caminho somando os números de um lado a outro para encontrar o tesouro do fundo do mar. Logo abaixo em letras menores aparece a resposta.

Esta embalagem não faz referência às questões ambientais. Esta embalagem possui potencial educativo ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.32 – Embalagem B32

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B32

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o

consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.33 – Embalagem B33
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B33

1. Embalagem sem apelo Infantil
2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B32.



Figura 3.4.34 – Embalagem B34
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B34

1. Embalagem sem apelo Infantil
2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B32.



Figura 3.4.35 – Embalagem B35
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B35

1. Embalagem com apelo Infantil

Nesta embalagem o público-alvo está evidente. O logotipo do produto ocupa toda a parte superior frontal da embalagem em letras grandes nas cores azul e branco, logo abaixo está escrito o sabor do produto. O produto tem um personagem futurista com o nome de Kako, que preenche a maior parte da embalagem. O personagem tem o corpo de um chocolate e braços de canudos, o rosto parece de uma criança e os cabelos parecem as gotas da bebida achocolatada. A cor predominante no fundo da embalagem é marrom. Atrás do logotipo do produto tem um mar de chocolate que parecem estar surfando sobre a bebida de chocolate.

No verso da embalagem tem uma frase dizendo: “Agora você tem mais opç”. Essa é uma estratégia de fidelizar o consumidor, pois se ele se interessa ele precisa buscar outras informações nas embalagens e isso o leva a consumir, não deixa de ser uma brincadeira. Não identifiquei referência à questão ambiental.

Esta embalagem tem potencial educativo-ambiental, mas não utiliza.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.36 – Embalagem B36
Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B36

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B6.



Figura 3.4.37 – Embalagem B37

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B37

1. Embalagem sem apelo Infantil

2. Produção e Resíduo

A embalagem não apresenta o símbolo indicando qual o tipo de material utilizado, mas analisando através do contato manual e visual, podemos perceber que o material utilizado é o mesmo de embalagens anteriores que tinham o 7 (Outros) como símbolo, que combina vários plásticos com diferentes propriedades em camadas, nesta embalagem encontramos o que chamamos de Laminado: composto por dois ou mais materiais, aderidos um ao outro por adesivo: Poliéster + Adesivo + Alumínio + Adesivo + Polipropileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável.

Esta embalagem não apresenta nenhuma recomendação sobre o descarte desse material após o consumo do produto, apenas uma figura sem textos de mantenha a cidade limpa.



Figura 3.4.38 – Embalagem B38

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B38

1. Embalagem com apelo Infantil

Informações idem a Embalagem B13.

2. Produção e Resíduo

Informações idem a Embalagem B13.



Figura 3.4.39 – Embalagem B39

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B39

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, uma ilustração de chocolate que é o sabor, e o texto indicando o sabor, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso, esta embalagem apresenta uma “série” de dicas (uma dica diferente para cada embalagem) de sustentabilidade. O mais interessante é que essas dicas são escritas com uma linguagem simples e criativa, ideal para o entendimento das crianças. O nome destas dicas é o seguinte: “é divertido ajudar o planeta”. E traz dois símbolos que foram criados para ensinar as crianças, são eles: “isso se faz” com uma mãozinha fazendo sinal de positivo e “isso não se faz” com sinal de negativo. Nesta embalagem o cenário apresentado é que o personagem está em uma praia ajudando seus amigos a recolher o lixo que está jogado na areia. Além de apresentar um cenário com uma dica, a embalagem ainda traz uma brincadeira em forma de pergunta para as crianças pensarem e responderem, e logo abaixo tem a resposta escrita em uma letra pequena. Logo abaixo tem um convite para as crianças entrarem no site e buscarem mais dicas.

Nesta embalagem encontramos referência às questões ambientais explicitamente, é uma embalagem que traz informações educativas sobre o meio ambiente, e convida às crianças a partirem para a ação. Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental e utiliza, tornando-se um ótimo exemplo de como pode ser eficaz essa estratégia de

comunicação, tanto para a empresa, quanto para o consumidor que recebe a mensagem educativa-ambiental.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.



Figura 3.4.40 – Embalagem B40

Fonte: Embalagem coletada na Escola B

EMBALAGEM B40

1. Embalagem com apelo Infantil

Esta embalagem tem apelo infantil. A cor predominante na embalagem é o marrom, que lembra a cor do produto que é uma bebida achocolatada. O nome do produto vem destacado ocupando a parte superior da embalagem. O personagem criado para este produto é a própria embalagem animada, e tem o mesmo nome do produto, o que é interessante por fazer o consumidor associar diretamente o personagem ao produto, pois ele é o próprio produto. Na frente da embalagem só aparece o nome do produto, o personagem, o sabor, o peso e as vitaminas que o produto contém. Nas laterais do produto tem as informações nutricionais, ingredientes e código de barras. No verso é que a embalagem traz as brincadeiras e informações educativas para as crianças. Nesta embalagem o personagem está ensinando

que brincar é um ótimo exercício, e trazendo informações sobre o porque é importante se exercitar, além de ensinar uma brincadeira passo a passo, trazendo as instruções e ilustrando como é que se faz. Nesta brincadeira que o personagem está ensinando no verso, utiliza o canudinho que vem junto com a embalagem, a brincadeira é pega-pega, mas um pouco modificada justamente para utilizar o canudo da embalagem na brincadeira. Nesta embalagem não encontramos nenhuma referência às questões ambientais.

Esta embalagem possui potencial educativo-ambiental, mas não utiliza, embora esteja utilizando o verso da embalagem para trazer informações educativas para as crianças, como ensinar brincadeiras novas e também informações a respeito da saúde.

2. Produção e Resíduo

Esta embalagem é tipo longa vida, constituída de seis camadas dos seguintes materiais: polietileno + polietileno + folha de alumínio + polietileno + papel + polietileno.

Esta embalagem não apresenta condições físicas de ser reutilizada após o consumo do produto.

Este material é totalmente reciclável, necessitando de uma separação especial dos materiais utilizados, pois eles são reciclados separadamente.

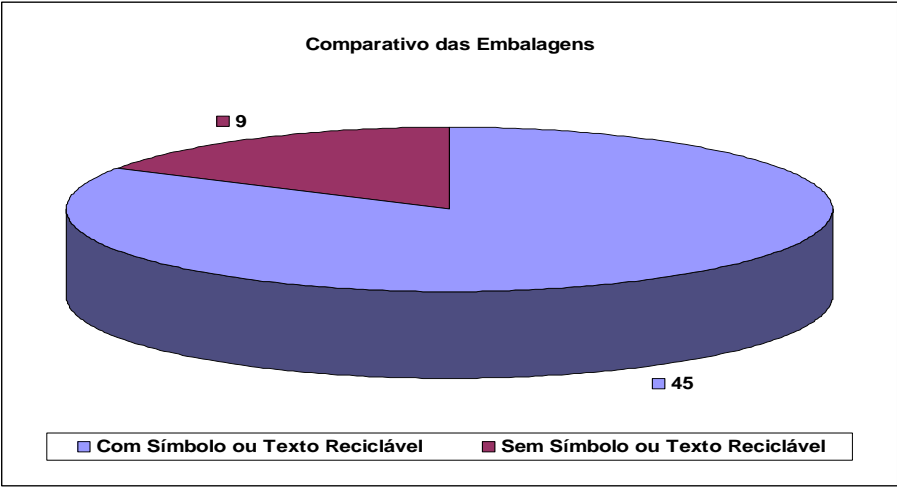
A embalagem não traz informações sobre a maneira correta de descartar esta embalagem, além de não informar o tipo de material utilizado, e nem mesmo a informação de manter a cidade limpa com o logo e o desenho de uma pessoa colocando uma embalagem no lixo, traz apenas o símbolo de papel reciclável.

3.4. COMPARATIVO ENTRE AS EMBALAGENS COLETADAS

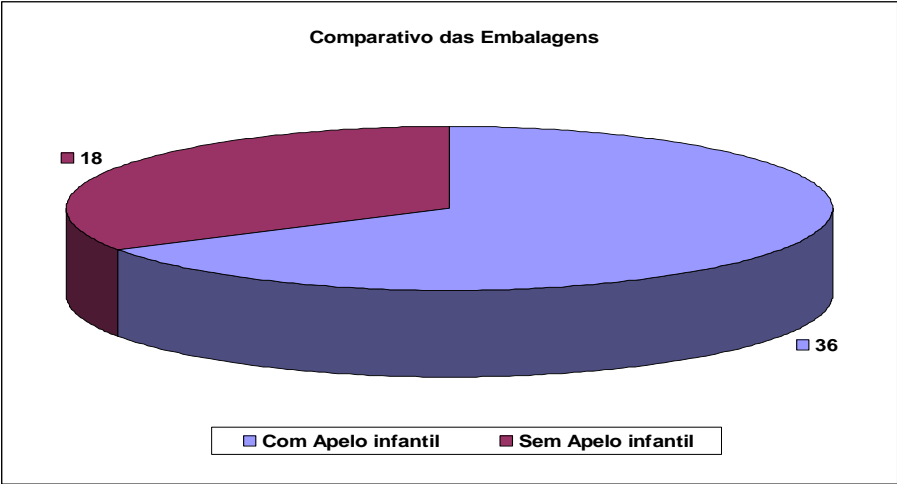
Este subtítulo tem a finalidade de fazer um comparativo entre o total das embalagens coletadas nas duas escolas (Escola A + Escola B), através da utilização de gráficos simplificados com base nas informações das tabelas descritivas e nas análises das embalagens, contemplando o terceiro objetivo específico: Comparar entre as embalagens coletadas: quantas apresentam Apelo Infantil, Apelo Ambiental, Brincadeiras, Informações Educativas, etc.

Os gráficos demonstram o resultado total das embalagens:

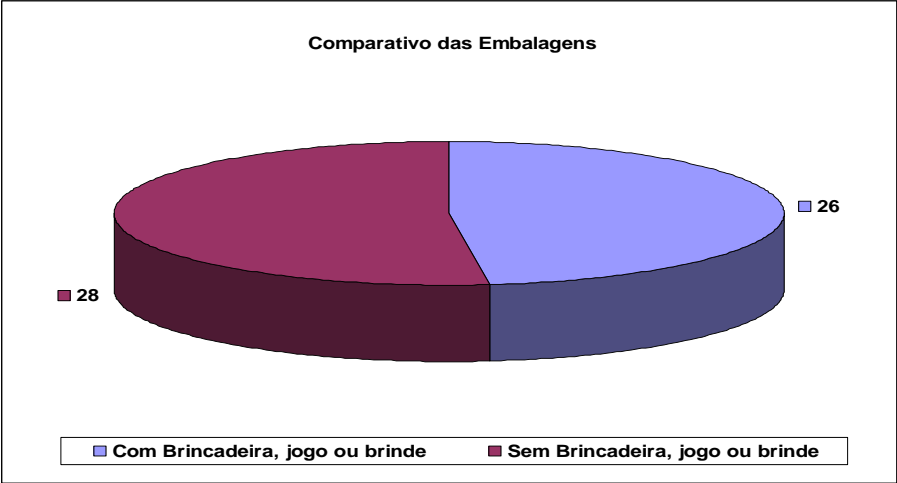
Com e Sem Símbolo ou Texto Reciclável:



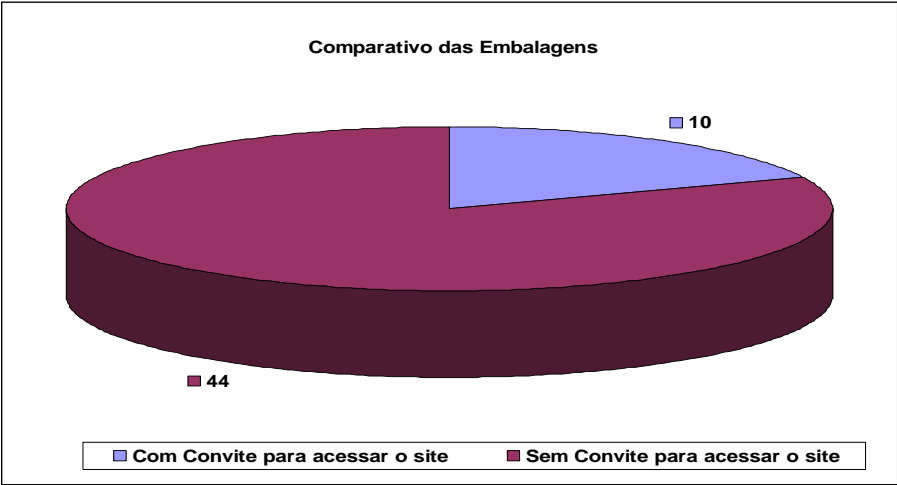
Com e Sem Apelo Infantil:



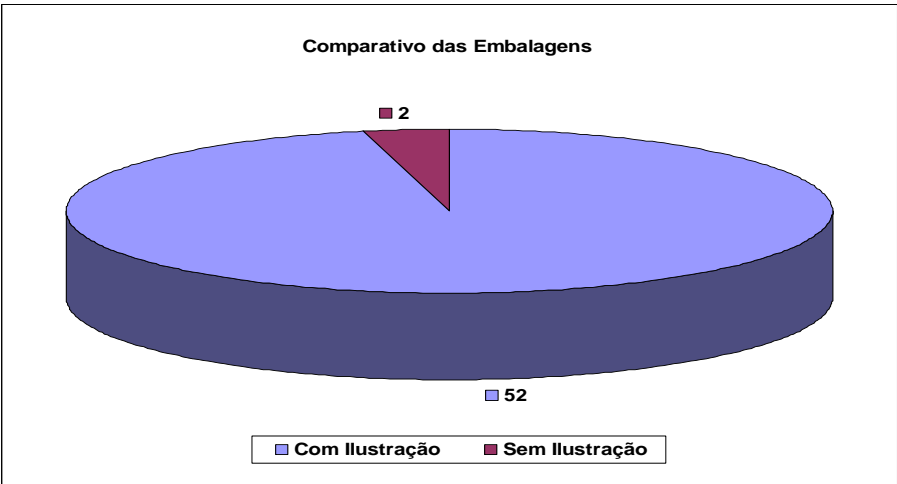
Com e Sem Brincadeira, Jogo ou Brinde:



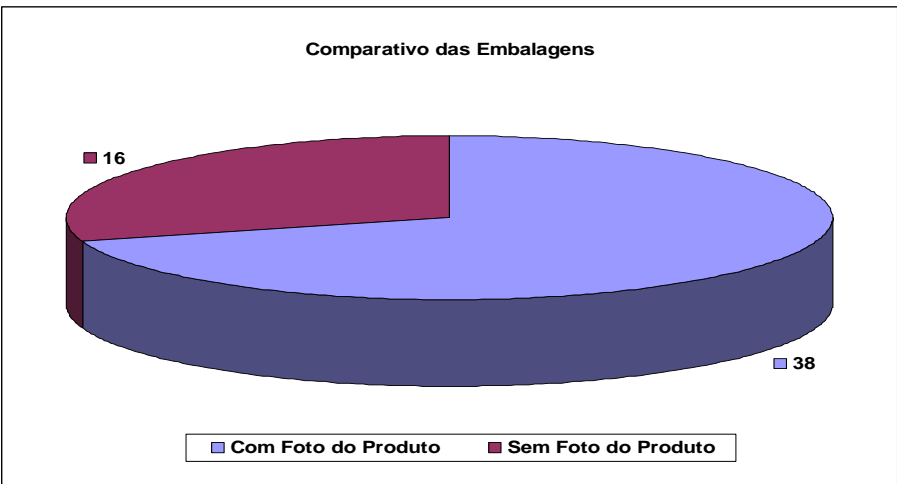
Com e Sem Convite para Acessar o Site:



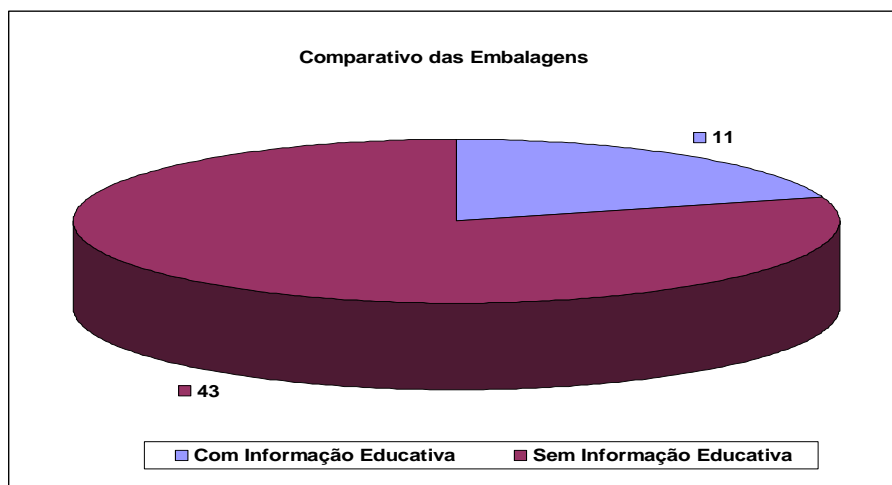
Com e Sem Ilustração:



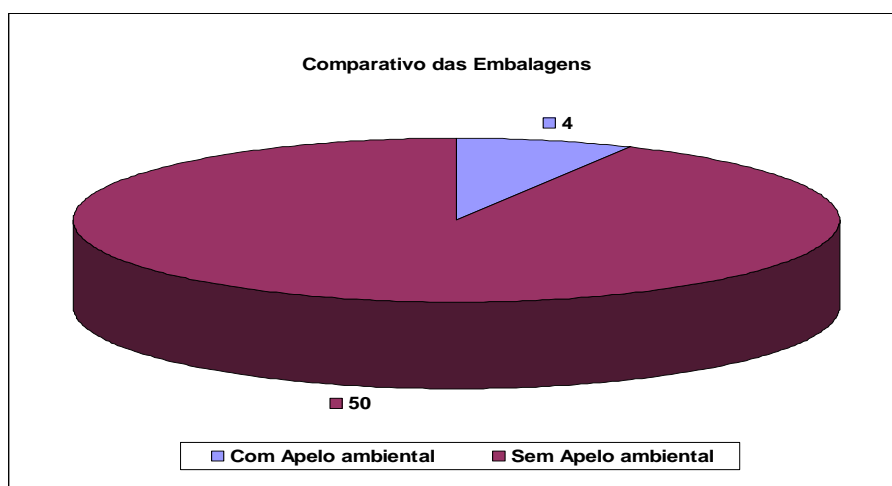
Com e Sem Foto do Produto:



Com e Sem Informação Educativa:



Com e Sem Apelo Ambiental:



A partir destes gráficos podemos ter mais clareza ao ver os resultados das análises das embalagens antes de iniciar as análises de resultados.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Após completar o processo descritivo das embalagens passamos a fazer algumas considerações sobre o cenário das embalagens no que se refere ao consumo de produtos alimentícios industrializados. Na problemática situação ambiental em que o planeta se encontra, todas as pessoas têm o dever de se mobilizarem e fazerem a parte que lhe cabe. Na área específica das embalagens com todas as questões ambientais relacionadas já apresentadas anteriormente, os responsáveis por criar os projetos de embalagens, os designers, os publicitários ou outros profissionais, deveriam pensar a embalagem de maneira que o resultado final fosse o menos agressivo possível ao meio ambiente, pois é praticamente impossível imaginar nossa sociedade nos dias de hoje sem os benefícios e demais atributos que as embalagens nos proporcionam, como também é impossível ignorar que as embalagens representam um grande problema ambiental, principalmente nas grandes cidades.

Com base nisso, faz-se uma rápida reflexão sobre três cenários imaginados em que as embalagens contribuíssem para a preservação ambiental de alguma forma:

Cenário 1: “A partir de hoje, está proibida a produção de embalagens”.

Como seria se fosse preciso voltar no tempo e abandonar a praticidade das embalagens, a higiene e a conservação dos produtos, as quantidades exatas, a proteção e a forma de transporte das embalagens? Se voltássemos a comprar “a granel”, ou apenas enrolar o produto num papel rosado, como faziam antigamente. Escolher o produto apenas pela sua aparência, sem qualquer informações sobre o fabricante e até mesmo sobre o produto, como ingredientes, informações nutricionais, validade, etc. Não ter de quem cobrar a qualidade do produto. Para o meio ambiente seria positivo, pois diminuiria a extração de matérias-primas e, conseqüentemente, a quantidade de lixo em nossas grandes cidades, além é claro, de muitas empresas deixarem de existir diminuindo a poluição e o gasto de energia. Para os consumidores não teria nenhuma vantagem, pelo contrário, a praticidade, a conservação dos alimentos, o transporte dos produtos, etc., seria um grande transtorno para quem sempre utilizou esta ferramenta tão importante. E ainda, muitas pessoas ficariam sem emprego devido ao fechamento das fábricas e demais empresas do setor de embalagens. Para as indústrias, seria um grande prejuízo, pois toda a evolução que se experimentou até hoje no setor de embalagens teria sido em vão, sem contar que a indústria de embalagens movimenta milhões de reais durante o ano no Brasil, e esse cenário causaria uma crise econômica.

Cenário 2: “A partir de hoje, as embalagens deverão ser padronizadas”.

Imagine que todas as embalagens de produtos similares fossem obrigatoriamente iguais, por exemplo: todos os biscoitos utilizassem determinado material na sua embalagem, em formato e tamanho específico, respeitando uma norma de padronização utilizando apenas um tipo de material na confecção das embalagens levando em consideração a conservação e o tipo de produto, o mesmo tamanho e forma visando controlar o desperdício de matéria-prima e sua reciclagem ou decomposição de forma a causar o menor impacto possível ao meio ambiente. Para o meio ambiente seria uma solução positiva, pois haveria um controle na extração de matéria-prima e no descarte dos resíduos, pois só poderia se utilizar tal tipo de material para tal tipo de produto, o que facilitaria a reciclagem ou o aterro destes resíduos. Para os consumidores não seria uma boa alternativa, uma vez que seria muito difícil perceber as diferenças entre os produtos similares, além de não poder escolher embalagens com quantidades de produto diferentes. Para as empresas seria negativo, pois não teriam como apresentar seu diferencial e tampouco destacar seu produto nas gôndolas dentre tantos, apenas se utilizando das mensagens e informações nos rótulos.

Cenário 3: “A partir de hoje, as empresas terão liberdade para confeccionar suas embalagens, mas serão obrigadas a apresentar nelas um apelo de Educação Ambiental”.

As embalagens continuariam como são nos dias de hoje, com seu apelo de venda, posicionamento, materiais diferenciados, formas diferenciadas, competindo no ponto-de-venda, mas seriam obrigadas a trazer sempre um apelo educativo-ambiental, com a finalidade de educar ambientalmente o cidadão-consumidor. Para o meio ambiente seria ótimo, pois a embalagem estaria sendo usada para auxiliar na Educação Ambiental dos consumidores para que suas futuras escolhas possam ser sustentáveis. E os consumidores só teriam a ganhar com a diversidade das embalagens e o aprendizado, que se refletiria na preservação do meio ambiente. Para as empresas os negócios continuariam rentáveis e cada vez aumentaria a competitividade entre elas.

A descrição destes três cenários foi imaginada para que se percebesse a importância da embalagem para a nossa sociedade. Então, se elas são tão importantes e exercem tantas funções em nosso dia-a-dia que não podemos nos imaginar sem elas, e ao mesmo tempo seu impacto no meio ambiente é tão sério, que solução se poderia encontrar para que esse problema seja amenizado?

Esta pergunta representa um desafio pessoal a fim de buscar novas perspectivas sobre o papel de cidadã na conscientização social e na preservação ambiental, através da profissão da pesquisadora, para alcançar soluções a respeito dos problemas ambientais presentes nos dias de hoje e os que se projetam para os dias de amanhã.

Na profissão de publicitária que a pesquisadora desempenha se percebe a possibilidade de contribuir positivamente com as questões ambientais, utilizando o conhecimento e a criatividade em desenvolver embalagens destinadas ao público infantil, utilizando a comunicação para promover a Educação Ambiental.

A Educação Ambiental busca mudar nas bases, nas estruturas políticas e sociais, por isso é importante que ela atinja e seja trabalhada com crianças, fazendo parte da formação do comportamento e dos valores de cada indivíduo. Trabalhar as embalagens com as questões ambientais através da Educação Ambiental é um processo importante e pode ser muito eficiente justamente por utilizar esta ferramenta de contato direto das empresas com o seu consumidor final, é através dela que os consumidores têm proximidade com a empresa durante o tempo que o produto é consumido, além disso, a embalagem poderia levar orientações e informações educativas que auxiliariam na mudança de comportamento e hábitos, que é um dos objetivos da Educação Ambiental.

Através desta pesquisa pode-se concluir que as embalagens destinadas ao público infantil tem potencial educativo-ambiental, e por isso são uma grande oportunidade para que as empresas trabalhem as questões ambientais sem precisar abrir mão de seu posicionamento ou estratégia de venda, incorporando às suas embalagens jogos educativos, brindes, brinquedos, personagens, entre outras possibilidades, para atingir as crianças com a Educação Ambiental.

Pode-se confirmar, através das análises, que as embalagens destinadas ao público infantil oferecem às crianças atrativos que têm como estratégia fidelizar este pequeno consumidor, como por exemplo, a possibilidade de colecionar figurinhas, cards, brinquedos, jogos educativos, informações sobre profissões, ensinando brincadeiras novas, entre outros.

Estes atrativos estão frequentemente mudando sem alterar a essência da embalagem, embora estejam sempre trazendo alguma novidade para que as crianças continuem interessadas e busquem proximidade com o produto. Normalmente estas informações e brincadeiras estão apresentadas no verso da embalagem ou em alguma peça dentro da embalagem, que podem ser atualizados sem custos muito altos de tempos em tempos.

Dessa forma, percebe-se que as informações, brincadeiras, jogos educativos e brindes oferecidos nas embalagens infantis podem ser trabalhados com as questões ambientais sem alterar o posicionamento da empresa, claro que o consumidor vai fazer uma ligação positiva da empresa com o meio ambiente, pois através da embalagem vai transparecer que a empresa se preocupa com o meio ambiente e sua preservação.

Através deste raciocínio, utilizar o potencial educativo-ambiental das embalagens destinadas ao público infantil é uma possibilidade para as empresas trabalharem com as questões ambientais na sua comunicação num primeiro momento, e posteriormente incorporar as questões ambientais nos processos internos da empresa, se refletindo em seus projetos e produtos com base em um posicionamento ambiental da empresa como um todo.

A partir do momento que as empresas se disponibilizarem a utilizar o potencial educativo-ambiental nas embalagens destinadas ao público infantil.

Estas informações podem auxiliar na educação dos consumidores de hoje e em novos consumidores no futuro, consumidores exigentes que verão a relação direta da responsabilidade das empresas com o meio ambiente e assumirão a postura de cobrar uma produção sustentável em todos os processos industriais, até mesmo na confecção e comunicação das embalagens. Este foi o principal fomento desta pesquisa.

4.1 SUGESTÃO E PROPOSTA

Para que a proposta de utilizar embalagens para veicular mensagens de Educação Ambiental não aparente ser utópica, contempla-se neste item o que seria o último objetivo específico desta pesquisa: descrever o tipo de informações necessárias para que uma embalagem possa comunicar, através de mensagens gráficas ou textuais, elementos que contribuam para a efetivação de processos educativo-ambientais.

Para que isso seja possível, nenhuma empresa precisa abrir mão de seu planejamento de vendas, de seu posicionamento de marca, apenas ter o interesse e preocupação com as questões ambientais. Como esta pesquisa toma conta apenas das embalagens destinadas ao público infantil, os exemplos apresentados são eficazes para este público.

Todos os projetos de embalagens, sejam eles destinados ao público infantil ou a qualquer outro público, devem ser bem planejados e estudados. Nestas embalagens podem ser utilizadas inúmeras estratégias para divulgar a Educação Ambiental nas embalagens destinadas ao público infantil, como jogos educativos, brindes, informações no site, etc. A intenção é chamar a atenção das crianças e trazer informações educativo-ambientais para ensinar às crianças a importância da preservação da natureza. Podem ser tratadas questões simples como: colocar lixo nas latas de lixo, separar o lixo para reciclagem, poupar água e energia, reutilizar materiais, etc., e até mesmo questões como animais em extinção, poluição

dos rios e do ar, lixo doméstico e industrial, etc., através das estratégias já utilizadas hoje, como descritas anteriormente, com informações educativas a respeito do meio ambiente, trabalhando inicialmente com a parte gráfica das embalagens, deixando para um segundo momento investimentos em novos projetos e em materiais menos agressivos ao meio ambiente.

Nas análises encontrou-se poucos exemplos de uma mesma marca, uma bebida achocolatada, que trazia informações como, por exemplo, do que é certo e errado fazer com o lixo através de dicas de preservação ambiental como: trocar os carros por bicicletas quando possível, que são ideias que contribuem com as questões ambientais, mostrando um comportamento saudável não apenas para o cidadão que a executa, mas para toda a sociedade.

As crianças apresentam facilidade em aprender e reter informações novas. Aliado a essa característica, sugere-se conquistar as crianças através dos atrativos oferecidos nas embalagens, pois as crianças ao consumirem o produto e obterem o brinquedo, tendem a utilizá-lo seguidamente, assim mantendo constante contato com as informações trazidas na embalagem ou em seu brinde oferecido.

Tendo em vista que o planejamento da comunicação de um produto é realizado com pesquisas e principalmente com criatividade, as questões ambientais podem ser transformadas em informações educativas direcionadas a uma linguagem infantil, que pode ser feita de várias maneiras, através de textos, ilustrações, jogos, etc.

Dessa forma acredita-se que informações educativo-ambientais possam ser veiculadas em embalagens destinadas ao público infantil e serem eficazes, no sentido de conseguirem a atenção das crianças, fazendo parte de seu dia-a-dia. E, finalmente influenciar com estas informações nas mudanças de hábitos e na educação de novos consumidores preocupados com o meio ambiente.

Para próximas pesquisas podemos estudar como é a tomada de decisão de compra pelas crianças e pelos pais na escolha de produtos destinados a este público, pois este estudo pode auxiliar em um melhor aproveitamento da comunicação das embalagens para que posteriormente as informações educativo-ambientais que estejam presentes nas embalagens possam ser cada vez mais eficazes.

BIBLIOGRAFIA

ABRE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM. **Cartilha Meio Ambiente e a Indústria de Embalagem 2004**. Disponível em: <<http://www.abre.org.br>>. Acesso em 11 de maio de 2007.

ABRE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM. **Comitê de Meio Ambiente e Sustentabilidade**. Disponível em: <http://www.abre.org.br/meio_ambiente.php>. Acesso em 11 de maio de 2007.

ABRE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM. **Integração de Aspectos Ambientais no Projeto e Desenvolvimento da Embalagem, 2006. Adequação da ABNT ISO/TR 14.062:2004 para Embalagens**. Disponível em: <http://www.abre.org.br/meio_ambiente.php>. Acesso em 11 de maio de 2007.

ABRE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM. **Normas Técnicas**. Disponível em: <http://www.abre.org.br/comites_normas.php>. Acesso em 11 de maio de 2007.

ABRE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM. **Principais matérias-primas usadas na produção de embalagens**. Disponível em: <http://www.abre.org.br/apres_setor_materia.php>. Acesso em 12 de setembro de 2007.

AMARAL, L. A. **O designer de embalagem e a questão da sustentabilidade ambiental**. In: I Congresso Internacional de Pesquisa em Design – Brasil e V Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2002, Rio de Janeiro. Anais vol. 4. Rio de Janeiro: AEnD-BR – Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil, 2002. p.1173-8.

AMORIM, P. S.; MÓL, A. S.; VAZ, C. S. **Embalagem**. In: I Congresso Internacional de Pesquisa em Design – Brasil e V Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2002, Rio de Janeiro. Anais vol. 4. Rio de Janeiro: AEnD-BR – Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil, 2002. p.1179-85.

ANDELMAN, M. **La comunicación ambiental en La planificación participativa de las políticas para la conservación y uso sustentable de la diversidad biológica**. Tópicos en educación ambiental. Volumen 3, número 9, diciembre de 2001. Universidad de Guadalajara. Unidad de Vinculación y Difusión Científica. México.

BARBOZA, E. M. F. **ROTULAGEM AMBIENTAL - Rótulos ambientais e Análise do Ciclo de Vida (ACV) 2001**. Disponível em:

<<http://acv.ibict.br/publicacoes/realtorios/Rotulagem%20Ambiental.pdf/download>> Acessado em 21 de agosto de 2007.

BRÜGGER, P. **Educação ou adestramento ambiental?** 2. Ed. Florianópolis – SC: Letras Contemporâneas, 1999.

BUENO, S. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: FTD, 2000.

CARIDE, J.; MEIRA, P. Á. **Educação ambiental e desenvolvimento humano**. Lisboa, Portugal: Instituto Piaget, 2001.

CARMO, A. **Comunicação: As Funções da Propaganda**. São Paulo: Editora Pensamento S.A. 1970.

CAVALCANTI, P. **História da Embalagem no Brasil**. São Paulo: Grifo Projetos Históricos e Editoriais, 2006.

CENTRO DE TECNOLOGIA DE EMBALAGEM – CETEA - **Código de Ética**. Disponível em: <<http://www.cetea.ital.org.br/cetea.htm>> Acesso em 12 de setembro de 2007.

CENTRO DE TECNOLOGIA DE EMBALAGEM – CETEA. **Embalagem E Meio Ambiente**. Disponível em: <http://www.cetea.ital.org.br/emb_meio_ambiente.htm> Acesso em 12 de setembro de 2007.

COBRA, M. H. N. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CORAZZA, S. M. **Infância e educação – era uma vez quer que conte outra vez?** Petrópolis, RS: Vozes, 2002.

DIAS, G. F. **Educação ambiental: princípios e práticas**. São Paulo: Gaia, 1992.

DÍAZ, J. E. Garcia. **Educación ambiental, constructivismo y complejidad: una propuesta integradora**. Sevilla: Diada, 2004.

FRUTIGER, A. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1999.

GALIAZZI, M. C.; FREITAS, J. V.; Organizadores. **Metodologias emergentes de pesquisa em educação ambiental**. 2. ed. Ijuí: Ed. Unijuí, 2007.

GARCÍA D, J. E. **Educación ambiental, constructivismo y complejidad: una propuesta integradora**. [1. ed.] Espanha: Díada, 2004.

GAUDIANO, E. G. **Educação ambiental**. Lisboa: Instituto Piaget, 2005.

GIGLIO, E. M. **O comportamento do consumidor**. 3. Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUARESCHI, P. A. (tradução), BAUER, M. W.; GASKELL, G. (editores). **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: uma manual prático**. Petrópolis, RS: Vozes, 2002.

GUIMARÃES, M. **Educação ambiental: no consenso um embate?** Campinas – SP: Papyrus, 2000.

IRIGARAY, H. A. **Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

JHALLY, S. **Os códigos da publicidade: o feiticismo e a economia política do significado na sociedade de consumo**. 1. ed. Porto, Portugal: Asa, 1995.

JÚNIOR, M. B. **Projeto de embalagens: O desenho mediando parâmetros ecológicos**. Santa Maria: 2004. Dissertação (mestrado). UFSM, 2004.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 12.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
KRAEMER, M. E. P. **Gestão Ambiental: Um Enfoque No Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <http://www.gestaoambiental/recebidos/maria_kraemer_pdf/pdf.php> Acesso em: 12 de setembro de 2007.

KRAEMER, M. E. P. **Gestão Ambiental: Um Enfoque No Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <http://www.gestaoambiental/recebidos/maria_kraemer_pdf/pdf.php> Acesso em: 12 de setembro de 2007.

LIMA, A. M.; ANDRADE, M. G. **A Natureza e sua Interface com o Design**. In: I Congresso Internacional de Pesquisa em Design – Brasil e V Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2002, Rio de Janeiro. Anais vol. 5. Rio de Janeiro: AEnD-BR – Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior em Design no Brasil, 2002. p.1490-6.

MESTRINER, F. **Design de Embalagem. Curso Avançado**. São Paulo: Makron Books, 2002b.

MESTRINER, F. **Design de Embalagem: Curso Básico**. 2. ed. São Paulo, SP: Makron Books, 2002a.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

MIRANDA, L. **Série ISO, 2007**. Disponível em: <<http://acv.ibict.br/normas>>. Acessado em 10 de outubro de 2007.

MORAIS, R. Educação, mídia e meio ambiente. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

MOURA, R. A.; BANZATO, J. M. **Embalagem, Unitização & Containerização**. 2. ed. São Paulo: IMAM, 1997. (Série Manual de Logística: vol. 3).

NAIME, R. **Percepção ambiental e diretrizes para compreender a questão do meio ambiente**. Novo Hamburgo: Feevale, 2004.

NIEMEYER, C. **Marketing no Design Gráfico**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

OTTOMAN, J. A. **Marketing Verde**. São Paulo: Makron Books, 1994.

PEDRINI, Alexandre de Gusmão (org.). **Educação Ambiental: reflexões e práticas contemporâneas**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

PELICIONI, M. C. F. **Educação ambiental em diferentes espaços**. São Paulo: USP. Faculdade de Saúde Pública. Nisam. CepemaSignus Editora, 2007.

PEREIRA, J. L. **Planejamento de Embalagens de Papel**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

PHILIPPI, A. Jr; PELICIONI, M. C. F. **Educação ambiental: desenvolvimento de cursos e projetos**. 2. Ed. Universidade de São Paulo. Faculdade de Saúde Pública. Núcleo de Informações em Saúde Ambiental: São Paulo: Signus Editora, 2002.

PINHO, J. B. **Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica**. 2 ed. Campinas, SP: Papirus, 1991.

PORTO ALEGRE: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004. Tese (Mestrado em Geografia), Instituto de Geociências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/6143>> Acesso em: 11 out. 2008.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário de comunicação**. São Paulo: Ática, 1998.

REIGOTA, M. Meio ambiente e representação social. 7. Ed. São Paulo: Cortez, 2007.

RIBEIRO, M. A. Ética e sustentabilidade. Disponível em: <<http://www.ecologizar.com.br/docs/EticaSustMeta.doc>> Acesso em: 10 de maio de 2007.

RIO DE JANEIRO. Ministério da Indústria e do Comércio. Secretaria de Tecnologia Industrial. Instituto de Desenho Industrial do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. **Manual para planejamento de embalagens**. Rio de Janeiro: Atelier de Arte e Edições MG Ltda, 1976.

RIO GRANDE DO SUL. SINDIGRAF/RS. **Manual Técnico-Ambiental da Indústria Gráfica: metodologia de prevenção à poluição, identificação e redução em processos gráficos – offset – flexografia – serigrafia – tipografia**. Porto Alegre: Gráfica Trindade, 2006.

SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z: Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. 2. ed. Revista e ampliada – Rio de Janeiro: Campus: ABP. 1999.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada**. São Paulo, SP Pioneira Thomson Learning, 2002.

SANTOS, G. **Princípios da Publicidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

SATO, M.; CARVALHO, I. **Educação ambiental: pesquisa e desafios**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

SERAGINI, L. **A embalagem é quase tudo na hora de atrair a atenção do consumidor**. Disponível em: <<http://empresas.globo.com/Empresasenegocios/0,19125,ERA1623719-2991,00.html>> Acesso em: 09 de março de 2008.

SETOR DE EMBALAGEM. **A embalagem como instrumento de marketing**. Disponível em: <<http://www.spdesign.sp.gov.br/embala/embala4.htm>> Acesso em: 08 de maio de 2008.

TEIXEIRA A. C. **Educação ambiental: caminho para a sustentabilidade**. *Revista brasileira de educação ambiental*. Brasília: Rede brasileira de educação ambiental, 2007, nº 02.

THIELE, P. R. **Análise das Políticas Ambientais Aplicadas aos Moradores das Margens do Arroio Pampa no Município de Novo Hamburgo**. Dissertação em Geografia – Universidade Feevale, 2004.

TORALES, M. A. **A práxis da educação ambiental como processo de decisão pedagógica: um estudo biográfico com professoras de educação infantil na Galiza (Espanha) e no Rio Grande do Sul (Brasil)**. Tese (Doutorado Interuniversitário em Educação Ambiental) - Universidade de Santiago de Compostela , Espanha, 2006.

TORALES, M. A., CARTEA, P. A. M. **Investigación e Formación en educación ambiental: novos escenarios e enfoques para un tempo de cambios**. [Galicia]: CEIDA - Centro de Extensión Universitaria e Divulgacion Ambiental da Galicia, 2008.

FUNK, S.; SANTOS, A. P. **A educação ambiental apoiada pelo design gráfico através das histórias em quadrinhos**. Artigo apresentado no encontro de desenho latinoamericano na Universidad de Palermo - Buenos Aires – Argentina. Disponível em: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_d_o/articulos_pdf/A4112.pdf. Acessado em 8 novembro de 2009.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)