



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
DISCIPLINA: MONOGRAFIA
PROFESSOR ORIENTADOR: ALEXANDRE RIBEIRO

Reutilização da embalagem como produto

Caroline Taborda Carloto
RA: 20430561

Brasília
2007

Caroline Taborda Carloto

Reutilização da embalagem como produto

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e propaganda no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Prof. Msc. Alexandre José Loureiro Ribeiro.

Brasília
2007

Caroline Taborda Carloto

Reutilização da embalagem como produto

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Banca Examinadora

Prof. Alexandre Ribeiro
Orientador

Prof. André Ramos
Examinador

Prof. Tatyanna Braga
Examinador

Brasília
2007

Dedico este trabalho às pessoas mais importantes da minha vida, que me apoiaram ao longo dessa jornada dando força e confiança naquilo que eu estava fazendo: Minha família.

Agradeço a Deus, pelo dom da vida; meus pais, pela disciplina que me deram; meus irmãos, pelo companheirismo; meu namorado, pela força, compreensão e carinho; meus amigos (as), por me encorajar nas horas mais difíceis escutando e aliviando minhas tensões e aos professores e colegas que de alguma forma contribuíram para o meu sucesso.

“Você não sabe o quanto eu caminhei
Pra chegar até aqui
Percorri milhas e milhas antes de dormir
Eu não cochilei
Os mais belos montes escalei
Nas noites escuras de frio chorei, ei, ei
ei ei ei..uu..

A Vida ensina e o tempo traz o tom
Pra nascer uma canção

Com a fé o dia-a-dia
Encontro a solução
encontro a solução...”

(A estrada – Cidade Negra)

RESUMO

A embalagem vem se constituindo de várias maneiras ao longo do tempo e cria uma diversificação na hora da escolha dos produtos. Com uma leveza na hora de variar suas formas e cores a embalagem utiliza o design atrativo para chamar a atenção do consumidor. Com isto, leva-se a considerar que a embalagem atrativa é uma forma de concretizar seu uso, podendo ser assim através da reutilização. Ao decorrer das pesquisas para a realização do trabalho, os tópicos presentes, foram os que se agruparam de melhor maneira para entender a reutilização da embalagem. A embalagem de forma como um todo, usa seus aspectos para identificar na sua forma a grande utilidade que ela tem no dia a dia. A reutilização mostra a preocupação do consumidor junto à sociedade de que é necessário algo para contribuir com o meio ambiente, já que esse é o lugar onde encontramos grandes recursos necessários para a sobrevivência. Desta forma a reutilização da embalagem como produto é uma forma encontrada que satisfaz a necessidade do consumidor em obter um bom resultado na hora das escolhas das embalagens proporcionando a sua reutilização de maneira usual.

Palavras chaves: EMBALAGEM – REUTILIZAÇÃO – DESIGN – PRODUTO

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1.1 Contextualização	09
1.2 Justificativa	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo geral	11
1.3.2 Objetivos específicos.....	11
1.4 Metodologia.....	12
1.4.1 Metodologia utilizada na pesquisa	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	13
2.1 Embalagem	13
2.1.1 A importância da embalagem.....	13
2.1.2 Função social da embalagem.....	13
2.1.3 Tipos de embalagens	14
2.1.4 Design de embalagens.....	16
2.1.5 Influência da embalagem para as marcas.....	17
2.1.6 O valor da embalagem	18
2.1.7 Expansão das embalagens	19
2.2 Reutilização.....	20
2.2.1 Política dos 3 R's.....	20
2.2.2 Necessidade de reutilizar	21
2.3 Reutilização da embalagem	23
2.3.1 Por que reutilizamos a embalagem	23
2.3.2 Materiais das embalagens.....	24
2.3.3 Pontos favoráveis com a reutilização da embalagem	25
2.3.4 Reutilização da embalagem como produto	25
3 DISCUSSÃO	27
4 CONCLUSÃO.....	29
REFERÊNCIAS.....	30
ANEXO A.....	31
ANEXO B.....	33

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A diferenciação de embalagens tem se tornado hoje um dos fatores que contribui na escolha dos produtos por parte do consumidor. Através do seu design, a embalagem deixa de ser apenas o local de armazenamento do produto, mas uma forma prática e rápida de conquistar os consumidores e clientes. Estas embalagens diferenciadas ao permitirem a reutilização criam oportunidades e possui uma maneira fácil do cliente se identificar com o produto. Ela é o vínculo do cliente com o produto.

Como uma forma criativa de facilitar a vida do consumidor, empresas hoje acreditam que apostar em novos direcionadores, como a praticidade, a facilidade de utilização e reutilização diversificada da embalagem favorecem a fidelização do cliente.

A embalagem que pode ser reutilizada, ou aquela com um design diferenciado é mais atrativa. Como a embalagem passou a representar uma utilidade na vida dos consumidores, os mentores apostam não apenas na diferenciação, mas na qualidade, e passam a utilizar materiais mais duradouros como o alumínio, o vidro, o plástico etc...e assim estas permanecem mais tempo no convívio dos consumidores.

A reutilização destas, tanto como utilitário ou como peça decorativa, incentiva o consumidor a voltar a empresa apenas para comprar aquele produto. A reutilização da embalagem como produto mostra a maneira sutil que a empresa tem de facilitar a vida do consumidor fazendo com que a mente dele seja criativa e observe as diversas maneiras que aquela embalagem pode ser utilizada. Empresas passam a associar a marca a embalagens que ficam gravadas na mente do consumidor. Essa associação passa a se fixar no inconsciente do consumidor e a marca passa a ser um produto do nosso cotidiano.

1.2 JUSTIFICATIVA

A reutilização da embalagem exerce um papel fundamental na vida dos consumidores práticos. Ela deixa de ser apenas o meio entre o cliente e o produto para se tornar um outro produto. Isso faz com que seu ciclo seja mais duradouro e a fidelização perante a marca um sucesso. O design é a forma mais prática do consumidor se identificar e perceber que no mundo de hoje quanto mais prática for a embalagem, mais o produto se torna viável.

A reutilização da embalagem faz parte da vida do consumidor. A reutilização é feita de maneira simples que o consumidor, em muitas vezes, não percebe que esta reutilizando, criando a necessidade de obter coisas diferentes e usuais. Latinhas, sacolas, transformam-se em outros depois de proteger o seu produto passando a ter novos conceitos e novas formas perante o consumidor. As empresas acabam se tornando obrigadas a desenvolver produtos cada vez mais utilitários com um design bastante diferenciado fazendo com que sua reutilização se torne presente na vida do consumidor.

Em grande parte a reutilização é feita pelo consumidor pelo decorrer do dia a dia. Muitas vezes a reutilização acontece por ser algo politicamente correto e também pela questão do custo. Consumidores acreditam que apostar em novos recursos para facilitar suas vidas é o grande atrativo para as empresas e estas acreditam que fazendo uma embalagem diferenciada e que sua reutilização seja de grande influência o consumo delas será cada vez maior.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral é identificar e analisar os principais aspectos das embalagens que levam a sua reutilização.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Mostrar a influência no consumidor perante as propostas diferenciadas de embalagens;
- Apresentar novos recursos de embalagens para utilidade doméstica;
- Mostrar os materiais e aspectos que mais se identificam na reutilização da embalagem.

1.4 METODOLOGIA

Segundo Vergara (2003, p.46) “há vários tipos de pesquisa, conforme os critérios utilizados pelos autores”, os dois critérios básicos são: quanto aos fins e quanto aos meios.

1.4.1 Metodologia utilizada na pesquisa

Quanto aos fins:

- Pesquisa descritiva;
- Pesquisa explicativa.

Quanto aos meios:

- Pesquisa Bibliográfica: Uso de livros para ajuda no decorrer do trabalho dando conteúdo ao tema.
- Pesquisa Eletrônica: uso da web, para uma pesquisa aprofundada.
- Pesquisa-Ação: Pesquisa informal para saber porque o consumidor reutiliza a embalagem.

2- REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMBALAGEM

2.1.1 A Importância da Embalagem

A embalagem é de importância fundamental nas nossas vidas. A todo o momento entramos em contato com ela. Ela é tudo aquilo que envolve o produto. Ela precisa proteger, além de transportar e ser a principal comunicação entre o consumidor e o produto. As embalagens vão ganhando aspectos diferenciados de acordo com o tipo e a necessidade que cada produto oferece, criando uma necessidade de consumo, fazendo com que grandes profissionais façam dela uma importante ferramenta para conduzir os produtos com sucesso em um mundo cada vez mais competitivo cheio de regras e normas, transformando-se em um componente de vida moderna.

Celso Ming diz que: “Embora continue sendo apêndice de um produto, a embalagem passa a ser ela própria um produto, sujeito a um projeto, a um orçamento, a pesquisas tecnológicas, a uma linha de produção, a requisitos de ordens mercadológicas e ao crivo da lei da oferta e da procura: passou a ser algo tão vivo com um ser que nasce, cresce e morre”. (1985, P.26-27).

Com isso podemos observar que embalagem é essencial, pois não há produto que fique longe do consumidor se possuir uma boa embalagem.

2.1.2 Função Social da Embalagem

A embalagem representa uma importante ferramenta para a composição da atividade econômica, para a saúde, bem estar, emprego e desenvolvimento do nosso país. A embalagem incorpora várias funções como a de conservar, expor, vender o produto e conquistar o consumidor. Para muitos consumidores a embalagem é o produto.

A sociedade precisa conhecer a importância social da embalagem para o desenvolvimento do país e para a qualidade de vida da população. Ela atende as necessidades da saúde, com uma embalagem própria para remédios. Para a higiene pessoal, cosmético e perfumarias, embalagens que melhoram a aparência e elevam a auto-estima. Para a produção alimentícia, embalagens que conservam melhor o produto. Para a limpeza em geral, embalagens adequadas ao uso de substâncias químicas; entre muitos outros tipos de produtos que fazem parte do nosso cotidiano e contam com uma embalagem adequada e que nos satisfaçam.

Para atender e sustentar as necessidades da população, o consumo de embalagens gera uma preocupação muito grande para a sociedade. A consequência disso é transformar a embalagem em um componente propício para o lixo urbano. Mas a preocupação com a degradação da embalagem no meio ambiente levou as empresas a pesquisar maneiras de reciclagem com o objetivo de reutilizá-las. Para Mestriner:

“A reciclagem de embalagem é uma atividade sócio-ambiental que contribui não só para a proteção ao meio ambiente como também para a assistência social, pois ela responde hoje como fonte de trabalho e renda para mais de meio milhão de brasileiros que não tem qualificação profissional e tiram desta atividade o sustento de suas famílias enquanto não conseguem voltar ao mercado de trabalho”. (disponível em: www.designbrasil.org.br).

As indústrias de embalagens procuram se conscientizar com o lixo que elas provocam, assim, agregam a reciclagem, empregando milhares de pessoas.

2.1.3 Tipos de Embalagens

As embalagens apresentam um vínculo definitivo com o produto e acabam apresentando um vínculo com a marca da empresa também. A embalagem comunica a venda do produto e acaba se tornando uma importante ferramenta do Marketing envolvendo profissionais para que ela se destaque cada vez mais no seu ponto de venda. Além de suas funções básicas, a embalagem possui uma amplitude muito grande de funções que seguem com características típicas de uma sociedade globalizada, competitiva e focada no desenvolvimento.

O quadro abaixo mostra algumas dessas amplitudes:

Funções Primárias	Conter/ Proteger/ Transportar
Econômicas	Componente do valor e do custo de produção Matérias-primas
Tecnológicas	Sistema de acondicionamento Novos materiais Conservação de produtos
Mercadológicas	Chamar a atenção Transmitir informações Despertar desejo de compra Vencer a barreira do preço
Conceituais	Construir a marca do produto Formar conceito sobre o fabricante Agregar valor significativo ao produto
Comunicação e Marketing	Principal oportunidade de comunicação do produto Suporte de ações promocionais
Sociocultural	Expressão de cultura e do estágio de desenvolvimento de empresas e países
Meio Ambiente	Importante componente do lixo urbano Reciclagem/ Tendência mundial

(MESTRINER, 2002)

Existem vários tipos de embalagens e para cada uma delas uma aplicação diferente. As maneiras como cada uma é colocada, além de mostrar seus principais produtos na identificação de cada elemento é mostrada a seguir:

Matéria-Prima	Embalagens	Principais tipos de Produtos	
Vidro	Garrafas Frascos Potes Ampolas Copos	Cervejas-Vinhos-Destilados-Bebidas finas Cosméticos-Perfumes-Medicamentos Conservas-Geléias-Café Solúvel Medicamentos-Cosméticos Requeijão-Extrato de Tomate-Geléias	
Celulose	* Cartão (Semi-rígido) * Papelão e Papelão Microondulado * Papel	Cartuchos Caixas Envelopes Cartonados Caixas Sacos	Farinhas-Flakes-Hamburgueres Calçados-Eleto/Eletrônicos-Bombons Material Papelaria – Meias femininas LeiteLonga Vida- Sucos Alimentos – Eleto/Eletrônicos – Frutas Embalagens de Transportes (secundárias) Carvão- Adubos-Ffarinha de trigo- Sementes- Rações

Plástico	* Plásticos Rígidos	Frascos Potes Garrafas	Prod. De Limpeza e Higiene Pessoal – Cosméticos Achocolatados – Sorvetes – Shakes Álcool – Prod. Limpeza – Refrigerantes – Sucos
	*Plásticos Flexíveis	Sacos Flow Packs Envoltórios	Café – Açúcar – Arroz – Ração Macarrão instantâneo – Salgadinhos Snacks Biscoitos – Balas - Bombons
Metal	* Alumínio	Latas Blisters Selos	Cervejas – Refrigerantes Cartelas de comprimidos Tampas Aluminizadas de Iogurtes e Água Mineral
	* Folha de Flandres	Latas	Conservas – Leite em Pó – Tintas - Azeite
Madeira		Caixas Engradados Barris	Bacalhau – Equipamnetos e Máquinas – Charutos Frutas (uva) – Verduras – Vinhos Destilados - Azeitonas
Embalagem Composta		Combinam dois ou mais materiais	Bliester – Laminados- Multifolhados
Tecido		Sacos de Estopa Sacos de Ráfia Sacos de Algodão	Açúcar – Cereais - Batatas

(MESTRINER,2002)

2.1.4 Design de Embalagens

O design da embalagem tende a seguir o design do produto. Uma embalagem não pode ter apenas estética, deve cumprir seus padrões de funções agregando valores para atender as necessidades e expectativas do consumidor. Mas num mundo competitivo a embalagem precisa apresentar o seu diferencial, ou seja, aposta na inovação e diferenciação do seu design para que o cliente seja conquistado e fidelizado com aquela embalagem.

A importância de se ter um bom design resulta na fidelização de uma embalagem que envolve pessoas e técnicos de empresas até a escolha final do consumidor. Com aspectos, formatos, cores, moldes diferenciados a embalagem cria um aspecto visual atrativo, podendo o consumidor atizar á sua própria criatividade. Isso faz com que o design da embalagem seja um dos principais fatores para que as indústrias de embalagens trabalhem cada vez mais com a competição, além de levar em consideração que esse diferencial tem que corresponder à necessidade do consumidor.

O ponto inicial para um bom design é conhecer a fundo o público ao qual o produto se refere, viabilizando também o ponto-de-venda para onde o produto será comercializado. Para Mestriner, “não existe design de embalagem sem estudo de campo”. (2002 p.45). Isso se refere às oportunidades competitivas que cada área oferece, possibilitando grandes influências no processo de um design positivo para cada tipo de produto.

“O bom design de embalagem ajuda o produto a cruzar fronteiras e conquista o consumidor em qualquer parte do mundo”. (MESTRINER, 2002, p.33)

2.1.5 Influência da embalagem para as marcas

A embalagem hoje é uma grande ferramenta do Marketing, com isso as marcas estão associando cada vez mais seu nome a elas, agregando valor e significado ao produto.

Para Tavares (apud Kotler, p.52) “as marcas são fortes quando seus nomes, na mente do comprador, conotam atributos positivos, benefícios, valores, personalidade e os tipos de usuários [...] é criar uma identidade para que ela se desenvolva nessas dimensões”.

As marcas hoje apelam para um sentido mais demonstrativo, onde fazem de tudo para ser fixada na mente do consumidor. Uma forma disso é demonstrar e desenvolver a marca através da embalagem. Empresas acreditam que a embalagem bem trabalhada e com formas atrativas fazem com que a marca seja lembrada, não só por um produto, mas por um produto de qualidade. Além das funções básicas, as embalagens se disponibilizam de várias outras formas e é aí que as marcas têm a possibilidade de apresentar seu nome. Uma marca para ser lembrada atribui valores que muitas vezes passam de si mesma na definição para uma colocação mais indefinida fazendo com que o consumidor passe a acreditar e aceitar que as marcas fazem tudo isso mesmo. A embalagem representa em grande parte as vendas dos produtos e com isso eleva o seu nível de influência das marcas perante o consumidor.

Uma grande forma de ser lembrada e colocada na mente do consumidor é o merchandising que as grandes marcas fazem. Ainda para Tavares (p. 146)

“Toda marca que está no mercado utiliza-se do merchandising, seja pela exposição do seu rótulo e embalagem na prateleira ou através de uma ação mais agressiva e direcionada. As marcas preocupam-se bastante com a atividade de merchandising, pois esta ação influencia bastante a tomada de decisão de compra de determinada marca. Por esta razão, as marcas substitutas têm no merchandising a sua principal ferramenta de comunicação de marketing”.

Com essa ferramenta a visualização da marca como produto fica exposta e muitas vezes clara, atribuindo mais uma vez valor à embalagem, que segue expondo a marca, através do produto, de forma consolidada.

2.1.6 O valor da embalagem

A embalagem esta ligada com o consumidor, através do produto. O primeiro contato visual que o consumidor tem com o produto, em um supermercado, é a embalagem. Ela é que vai definir, em muitas vezes, o produto escolhido. Mas se você esta em um shopping, ao deparar com algum conhecido, a primeira coisa é reparar na embalagem, ou sacola, que ele esta segurando, sempre com o nome da marca exposto, mas sendo a embalagem o referencial para chamar a atenção. A embalagem é considerada como mídia da marca; passa status para a loja, valor da marca, segurança para o produto e praticidade para o consumidor.

Para Lays Carvalho (disponível em: www.mundodomarketing.com.br) “é ela que o atrai para que ele a pegue na mão e queira saber mais informações sobre o produto, que o encanta e o convence para que ele leve o produto para a casa”.

As embalagens passam as informações básicas para que o consumidor entenda o produto, assim como a embalagem de uma loja passa informações sobre ela, através da forma, cores e tipia.

Muitas vezes a embalagem, dependendo do seu material, pode sair com um custo mais elevado, pois a marca inserida na embalagem possui um tempo grande de veiculação, além do número de contato e outras informações sobre a empresa, com

isso as empresas começam a produzir embalagens que passam a ser reutilizadas pelos consumidores fixando diariamente a marca e agregando um valor significativo à embalagem.

2.1.7 Expansão das embalagens

Com a industrialização as embalagens foram se fortificando e expandindo cada vez mais o seu mercado. Cada tipo de embalagem segue um aspecto e depende do seu material e o produto a ser utilizado para ser classificado com o seu tipo.

“No futuro [...] haverá garrafas plásticas de parede simples, embalagens flexíveis assépticas, envelopes com fundo chato, envelopes do tipo almofada e embalagens 'bag-in-box'. Rótulos em papel metalizado de garrafas multiviagem em vidro ou plástico, podem ser eliminados por lavagem mais rapidamente do que os de alumínio, além de encanoarem menos nas pilhas devido a mudanças nas condições de umidade. Uma combinação de materiais flexíveis será aplicada para ampliar a vida-de-prateleira de produtos perecíveis tais como frutas, verduras, flores, carnes e laticínios”. (LILLQUIST 1985 p. 195 -196)

As embalagens entram no mercado de forma gradativa, correspondendo ao tempo que vão se renovando e sendo atribuídas no mundo de hoje.

2.2 REUTILIZAÇÃO

2.2.1 Política dos 3R's

O lixo urbano se torna a cada dia um problema para o meio ambiente. São jogadas, diariamente, toneladas de lixo que sem um tratamento adequado prejudica e contamina o meio ambiente. “Cada um de nós produz, em média, 1 Kg de lixo por dia, que não é biodegradável, o que se traduz num grave problema ecológico e social”. (disponível em: www.em-covilha.pt/simples/?f=2960). Isso mostra os problemas que o ambiente vem sofrendo.

A política dos 3R's tenta amenizar esses problemas sensibilizando as pessoas para uma correta coleta de lixos urbanos e individuais. A política consiste em soluções para um tratamento adequado onde o consumidor passa a reduzir o consumo de certos produtos e passa a aceitar e dar uso a produtos já utilizados, além de gerar a reciclagem para aproveitar resíduos que não foram aproveitados até instantes. Os 3R's dessa política são: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Reduzir – Em relação ao ambiente, contando com o lixo que as embalagens produzem é necessário ter a consciência da redução desses lixos. Para isso existem produtos com materiais mais duradouros, que consistem em uma longa duração e com baixos índices de substâncias poluentes.

Alguns exemplos:

- Preferir produtos a peso em vez dos embalados;
- Utilizar sacos de pano, em vez de sacos plásticos;
- Guardar alimentos em vasilhas de plásticos ao invés de enrolar no alumínio.

Reutilizar – Reutilizar é utilizar novamente o produto. O mundo está adepto a reutilização. A certeza de que já reutilizamos alguma coisa, algum objeto, vem ao longo do tempo, isso serve como um comportamento amigável para o uso de produtos como para o ambiente. Basta usar a criatividade que muitos produtos alcançam outras funções.

Alguns exemplos:

- Usar pilhas recarregáveis;

- Aproveitar frascos e embalagens para armazenar alimentos e outros objetos;
- Utilizar folhas usadas para rascunhos.

Reciclar – A reciclagem serve para transformar resíduos que sobram em novos produtos, os quais são utilizados com o mesmo objetivo ou não. Papel, plástico, metal, borracha, vidro, entre outros, devem ser separados do lixo orgânico para que entre no processo de reciclagem, dando origem a novos objetos.

Alguns exemplos, benefícios:

- Economia de energia;
- Redução da poluição;
- Aproveitamento de materiais.

2.2.2 Necessidade de Reutilizar

O consumidor é o grande responsável pela reutilização de produtos. Devem optar pelas embalagens reutilizáveis agregando valores de conscientização e de humanização, lembrando que as empresas cada vez mais se preocupam com essa questão do futuro do meio ambiente.

A reutilização consiste em fazer com que o consumidor reutilize os produtos gerando a necessidade de criar pequenos custos para a reutilização no seu consumo.

Para Fedeli, Polloni e Peres (p. 64):

“A reutilização pode conter custos que talvez estejam ocultos, como o custo da biblioteca ou o repositório onde são armazenados artigos reutilizáveis. [...] A reutilização realmente é um modo excelente de aumentar a qualidade e a produtividade nos sistemas, porém, não será esta a única maneira de obter um retorno formal”.

Mas, contudo a reutilização nem sempre está de forma completa para empresas e consumidores, pois para se chegar a um retorno rápido é preciso que as embalagens dos produtos sejam viáveis para tal forma de reutilizá-las, além de possuir os resíduos próprios para que seja concretizada a sua reutilização.

A reutilização, usada de forma correta ou até mesmo com aspectos diferenciados se torna em objetos de decorações e armazenamentos de produtos. Uma lata, na mão de pequenos artesãos, vira um objeto decorativo, além de poder guardar canetas, lápis. As garrafas de plásticos e de vidros podem armazenar outras bebidas; caixas de papelões, revestidas com papéis decorativos guardam revistas. Casca de ovo, pintada com tintas, na páscoa armazena carrapinhas, docinho de amendoim, e vira um símbolo que vem de muitos anos. Palitinhos de picolé se transformam em móveis; caixinhas de fósforo viram decorativos para a árvore de natal entre muitas outras coisas que se pode reutilizar e fazer como uso doméstico e pessoal.

Além de embalagens outros tipos de reutilização podem ser considerados. Um livro velho pode ser reutilizado por outra pessoa, revistas e jornais também entram nessa função, podendo ser doados para biblioteca. Roupas velhas podem ser doadas também e utilizadas por pessoas carentes, entre muitas outras coisas em que o material ganha como produtos reutilizáveis. (Imagens anexo A)

2.3 Reutilização da Embalagem

2.3.1 Por que reutilizamos a embalagem

A importância de reutilizarmos a embalagem está veiculada com o que passamos a escutar sobre a decomposição de tal. Televisão, jornal, revistas, internet sempre procuram mostrar que a reutilização é uma das melhores formas para ajudar o mundo a ser mais limpo.

Além da questão do meio ambiente, que é algo politicamente correto, os consumidores levam a questão da reutilização do produto, em questão do preço. A reutilização serve de exemplo para que muitos consumidores pensem na questão da economia, além de ser uma forma barata e fidelização perante a marca.

Além das embalagens tecnológicas, existem as embalagens de composição natural, que se identificam de acordo com a tradição que certos grupos de pessoas seguem. Mesmo vivendo em um mundo completamente globalizado, as embalagens naturais servem de apoio para que as embalagens tecnológicas, não tomem conta de todo o espaço. Para Raul Lody (1985, p.17):

“As embalagens, nos seus muitos exemplos, atestam tecnologias emergentes ou continuam processos tradicionais, ora aliados à personalidade cultural dos grupos, revelando respeito aos sistemas ecológicos, onde as matérias-primas naturais se unem aos conhecimentos tecnológicos regionais através da ação artesanal na sua concepção mais plena, o fazer com as mãos”.

As embalagens artesanais são grandes exemplos de reutilização, pois elas marcam a cultura da embalagem popular com o aproveitamento de materiais, diversificando em várias etnias. “Quase sempre o que é reciclado artesanalmente para um outro uso de início passou pela ação industrial, tendo cumprido vigorosamente o objetivo prescrito, enquanto duração, forma e matéria. É a marca do útil, atendendo mais uma vez à necessidade”.(LODY, 1985, p.17)

A reutilização de embalagens segue muito do design que elas proporcionam. Ele é um componente fundamental na constituição das embalagens. Em uma casa, por exemplo, pode não haver muitos eletrodomésticos, mas com certeza haverá várias

embalagens reutilizadas, que seguem na função de objetos utilitários. É o caso do copo de requeijão, afinal quem nunca bebeu em um? Além de latas metálicas de biscoitos, que depois de utilizadas, voltam para a mesma função.

Embalagens promocionais é o grande atrativo para a reutilização. Geralmente são embalagens mais ricas, que servem de apoio ao produto além de torná-lo mais atrativo. Grandes marcas de roupas utilizam a embalagem para esse grande atrativo. Fazem embalagem de metal, com um período duradouro, sendo assim a embalagem se torna um guarda qualquer coisa, e a marca fica na mente do consumidor, sendo reutilizada diariamente. São vários os exemplos que podemos ter de reutilização da embalagem como produto, basta ter um pouco de criatividade.

2.3.2 Materiais das embalagens

Os materiais que confeccionam a embalagem são diversos e foram se desenvolvendo junto com o desenvolvimento tecnológico. A maioria das embalagens é composta por dois tipos de materiais, muitas vezes interligados de forma com que o consumidor não sinta a diferença. Os materiais mais comuns encontrados na fabricação de embalagens são: vidro, plástico, metal, tecido entre outros que se decompõe de maneira retardatária, fazendo com que os materiais sejam reciclados e também com outras várias formas, como na reutilização da embalagem como produto.

Por esses e por outros motivos que as empresas seguem na tendência de modificar suas embalagens, gerando aspectos diferenciados e que conquiste a mente do consumidor, afinal, para tudo existe uma embalagem e é ela que vende o perfil.

As embalagens são reutilizadas das mais diversas formas, com isso existe a preocupação social que muitas empresas se identificam e nelas mostram como é fácil compor uma embalagem que além de proteger seu produto vai poder estar ajudando ao ambiente além de ser reutilizada de outra forma, podendo ser até um objeto decorativo. Com os materiais compostos pelas embalagens a mente do consumidor é capaz de realizar os mais diversos componentes reutilizáveis.

2.3.3 Pontos favoráveis com a reutilização da embalagem

A reutilização da embalagem pode diminuir nos custos. Ao comprar uma embalagem reutilizável, o consumidor vai estar reduzindo seus gastos e ajudando a proteção do ambiente. No meio de tanta vantagem e desvantagem da globalização do mundo percebe-se que com a reutilização podemos economizar e ter um aproveitamento maior do que ela pode nos trazer.

As embalagens reutilizáveis podem agregar valores para o consciente do consumidor. É incorreto dizer que a reutilização é gerada espontaneamente; na verdade, ela é estudada antes mesmo das embalagens chegarem ao local de exposição. Na nossa mente, fica armazenado, que precisamos fazer algo para diminuir os custos que o mundo tecnológico nos proporciona e a reutilização de embalagens é uma dessas maneiras, pois elas são responsáveis por grande parte de resíduos que ficam armazenados de maneira errada e gera desconforto para a sociedade.

Como uma forma de apoio à reutilização serve para diversas ocasiões, onde se passa de maneira contribuinte para vários aspectos. A reutilização da embalagem é uma forma para se contribuir com os gerenciadores da própria embalagem, que identificam maneiras de estar retornando-as sem uma preocupação de que não terá um reaproveitamento e nem que ela não seja utilizada corretamente.

2.3.4 Reutilização da embalagem como produto

A reutilização está em toda a parte seja ela no aspecto tecnológico, cultural ou artesanal. A reutilização da embalagem como produto hoje é um grande diferencial para os consumidores que reutilizam materiais e fazem dele um novo. Além dos consumidores, empresas acreditam que apostar em novos direcionadores para que essa reutilização seja feita ajuda muito na sua imagem.

A embalagem cria uma necessidade de satisfazer a venda e junto dela deve estar comprometido no que o produto vai satisfazer o consumidor. A embalagem é

enriquecida e a reutilização espontânea, pois uma embalagem diferenciada sempre vai ter uma utilidade mais tarde, seja para embalar um mesmo produto, ou fazer uma posição totalmente diferente, como vimos e nos deparamos cada dia com vários exemplos.

Para Ming (1985, p.27) “A embalagem é complemento de laços entre os homens [...] daí o compromisso da embalagem com o belo [...] e, desde que não leve ao desperdício [...], isto também é muito bom”.

Ou seja, a reutilização da embalagem como produto é uma grande maneira de não desperdiçar e ainda assim fazer com que ela se torne complemento essencial na vida dos consumidores. (Imagens anexo B)

3- DISCUSSÃO

Não obstante a reutilização de a embalagem estar em foco no momento, identificou-se várias situações que constatou que tal procedimento existe há vários anos. Cita-se como exemplo os sacos de estopa, ráfia e algodão que, além do artesanato, são utilizadas no setor de confecções. A reutilização da embalagem é resultado dos mais diversos tipos de material existente, basta saber em que usar e de que forma usar. Os materiais que mais se identificam na reutilização da embalagem são os materiais usados na fabricação dela própria, como exemplo citado o saco de estopa, além de vidros, metal e plástico.

Verificou-se também que o design de embalagem esta associada ao tipo de produto e também ao público-alvo que se quer atingir. As embalagens ganham aspectos diferenciados e agregam valor ao produto. O uso contínuo das embalagens mostra a frequência com que isso se ocorre; o consumidor leva a considerar que embalagens sofisticadas e bem atrativas são mais reutilizadas e passam a dar uma atenção maior aos produtos que nelas pertencem.

Mostrada como a reutilização é de grande importância, a embalagem passa a ser um ponto importante na maneira como é visualizada, pois poderá agregar valor considerável que certamente será atribuído na hora da escolha do produto.

A reutilização pode ser de outras maneiras. É possível reutilizar um mesmo produto diversas vezes, só basta saber se ela será de serventia para outros consumidores. Uma reutilização de roupa usada, sapato, livro pode ser uma maneira gratificante da palavra reutilizar.

As embalagens reutilizáveis são um recurso favorável para a utilidade doméstica, pois com elas os consumidores passam a ter uma aceitação maior do consumo daquele produto. Com a expansão das embalagens, tanto na tecnologia como artesanalmente, a apresentação de recursos fica variada e o consumidor tem opções de escolha o que gera uma satisfação maior.

Analisando as informações obtidas através de diversos autores, verificou-se que a embalagem é muito mais do que um invólucro que protege determinado produto, mas

sim é a propaganda deste e na maioria das vezes, com a reutilização, transforma-se em outro produto.

Considera-se a reutilização da embalagem de grande utilidade, pois significa diminuição da utilização da fonte de recursos naturais, cada vez mais escassos, e de redução de custos. Constatou-se ainda a importância social da reutilização da embalagem. Com a degradação da embalagem no meio ambiente, pode ocorrer perda dos recursos necessários para o bem estar ecológico da sociedade. A reutilização mostra a importância de não deixar isso acontecer.

É possível perceber que com a reutilização da embalagem aspectos econômicos entram em vigor. Associam uma diminuição de custos, além de diminuir os gastos que uma produção de embalagem pode conter. Bastante favorável à reutilização da embalagem como produto é a garantia de que ela se tornou sociável para a economia do consumidor.

Visualmente, a reutilização da embalagem cria um aspecto sutil, atraindo etnias diferentes, mostrando que pode ser reutilizada em diversas formas e que é um atributo para diversos grupos sociais. Das mais diversas maneiras de se reutilizar uma embalagem a intenção é fazer com que ela seja protagonista de um outro produto devido ao seu valor.

Com as várias propostas, diferentes e inovadoras, apresentadas pelas embalagens o consumidor é influenciado e acaba se tornando cúmplice, pois transforma a capacidade que a embalagem tem de proteção e armazenamento em um outro produto, agregando e aprimorando os mesmos valores. O consumidor escolhe as embalagens que de uma forma ou de outra, além de estar guardando o produto, são de praticidade para o seu dia a dia.

4- CONCLUSÃO

Ao reconhecer os motivos que levam a reutilização da embalagem, vimos que é de grande vantagem para o consumidor quanto para a empresa reutilizá-la. Ela dá suporte para o produto e assistência para o consumidor. A embalagem deixa de ser apenas o armazenamento do produto e passa a ser a principal comunicação do consumidor com o próprio produto e acaba influenciando o consumidor diante das diferentes formas e propostas apresentadas por elas.

A reutilização cria maneiras de aproveitar o consumo da embalagem para o consumo próprio. Fazendo dela um grande investimento, a reutilização consiste no aproveitamento do seu material para ser usado de outra forma, conforme o consumidor desejar. No entanto a reutilização da embalagem como produto é uma forma do consumidor se satisfazer em relação ao valor atribuído a aquela embalagem. A reutilização da embalagem como produto é o grande diferencial que as embalagens possuem hoje, além do seu armazenamento e design atrativo.

A reutilização da embalagem, conforme descrito no trabalho, aponta pontos favoráveis e positivos para sua prática. É através da sua reutilização que a embalagem deixa de ser a proteção e o armazenamento do produto para se concretizar em um outro. Os resultados são esperados de forma com que o consumidor se surpreenda. A reutilização da embalagem passa a ser um novo vínculo para com o produto e o consumidor associa cada vez mais que estas embalagens possam ser de grande utilidade no dia a dia, principalmente para a utilidade doméstica que exerce o papel fundamental para a reutilização.

Analisando os aspectos que a reutilização da embalagem oferece, como facilidade e praticidade, podemos observar que a associação do produto com a embalagem pode ser uma característica de uma sociedade baseada no consumo, já visto que a embalagem apresenta diversos materiais, justamente para poder conter, de forma correta, todas as necessidades que o consumidor precisa.

REFERÊNCIAS:

FEDELI, Ricardo D., POLLONI, Enrico G. F., PERES, Fernando E. **Orientação a objeto com prototipação**. Thomson Pioneira. P.64.

MESTRINER, Fábio. **Design de embalagem: curso básico**. 2. ed. São Paulo: Afiliada, 2002.

TAVARES, Fred. O universo da marca: do simbólico ao estratégico. **Gestão da marca – estratégia e marketing**. E-papers serviços, Editoriais LTDA. Cap. 2, p.52.

IDEM. A marca competindo pelo posicionamento na mente e no mercado. **Gestão da marca – estratégia e marketing**. E-papers serviços, Editoriais LTDA. Cap.4, p.146.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5 ed. São Paulo, Atlas, 2004.

- **Embalagem, arte e técnica de um povo: um estudo da embalagem brasileira**. São Paulo: Toga, 1985.

<www.designbrasil.org.br> MESTRINER, Fábio. *A função social da embalagem*. Artigo publicado em: 31 mar 2007. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/portal/artigos/exibir.jhtml?idArtigo=965>>

<www.mundodomarketing.com.br> CARVALHO, Lays. *Quanto vale sua embalagem?* Artigo publicado em: 27 out 2006. Disponível em: <http://www.mundodomarketing.com.br/2006/ver_coluna_meio_print.asp?cod=259>

<www.cm-covilha.com.br> Câmara Municipal de Covilhã. *Política dos 3 R's*. Disponível em: <<http://cm-covilha.pt/simples/?f=2960>> Acesso em: 27 set 2007

ANEXO A



(figura 1) Latinha de alumínio sendo reutilizada como objeto decorativo.



(figura 2) Potes de vidros que foram decorados e utilizados como armazenamento de produtos no dia a dia.

Anexo B



(figura 1) Imagem como um todo de várias embalagens sendo reutilizadas.



(figura 2) Caixas de papelão sendo reutilizada para guardar remédios, brincos e documentos.



(figura 3) Embalagem de loja guardando roupa de lã para não puxar fio.



(figura 4) Caixa de plástico guardando revistas. Embalagem de uma promoção de uma rede de perfumaria.



(figura 5) Latas de alumínio sendo utilizadas de várias maneiras. Produtos alimentícios e embalagem decorativa para um presente.



(figura 6) Lata de alumínio sendo reutilizada para guardar outro produto alimentício.



(figura 7) Embalagem, promocional para presente. Embalagem de um relógio.



(figura 8) Embalagem sendo reutilizada como cofre.



(figura 9) Embalagem promocional de chocolate.



(figura 10) Embalagem reutilizada para guardar "lixo".