

# A IMPORTÂNCIA DO MARKETING POSITIVO PARA O SETOR DE EMBALAGEM



Fabio Mestriner

O artigo faz parte da série Competitividade, linha de pesquisa do Centro Universitário do Instituto Mauá de Tecnologia, publicado pela revista **embanews**

**E**stamos avançando no século XXI e de uma coisa podemos ter certeza: a embalagem existe para atender as necessidades e anseios da sociedade. Com esta, a embalagem continuará evoluindo pois a população mundial continua a crescer, o tempo médio de vida das pessoas está aumentando, elas estão vivendo cada vez mais em grandes cidades e demandando mais embalagens. Sabemos, portanto, que no futuro haverá mais embalagens. E será necessário projetar e gerenciar embalagens com visão sistêmica e com responsabilidade ambiental. Incentivar a sua reciclagem é um bom exemplo, dado que, além de se evitar que sejam dispostas de forma inadequada no meio ambiente, geram mais trabalho, valor e renda.

Esse cenário indica-nos um futuro promissor para esse setor tão importante para a sociedade humana, mas é preciso seus agentes se conscientizarem e atuarem de forma mais efetiva para reduzir os impactos ambientais. Um primeiro passo consiste em mudar o discurso e passar a fazer o marketing da contribuição social que a embalagem oferece.

Um recente estudo europeu mostrou que a falta ou a deficiência de embalagem resulta na perda de quase metade dos alimentos produzidos nos países pobres. Essa equação trágica atinge as populações mais pobres do mundo todo, pois, quanto menos embalagem se utiliza, mais alimentos são perdidos. No Brasil, estima-se que mais de 30% dos alimentos produzidos no campo não conseguem chegar à mesa dos brasileiros.

As grandes contribuições da embalagem estão relacionadas com a saúde e alimentação, pois cerca de 60% de todas as embalagens produzidas se destinam a embalar alimentos e bebidas e outros 13% se destinam a embalar medicamentos, vacinas e similares. Não é possível vacinar uma criança ou medicar uma pessoa doente sem a contribuição da embalagem.

A embalagem tem, portanto, uma importante contribuição social inclusive depois de utilizada, pois a reciclagem de embalagem no Brasil emprega mais de 500 mil pessoas que tiram dessa atividade o seu sustento.

Mas nada disso é lembrado ou mencionado em grande parte do que vemos ou a que assistimos a respeito do tema, pois a embalagem sempre aparece - na melhor das hipóteses - como um mal necessário. A embalagem tem sido apontada como um dos maiores inimigos do meio ambiente!

Essa imagem difundida na mídia tem não só contaminado a percepção que se tem dela mas também incentivado uma atitude hostil que tem levado a embalagem ao banco dos réus em muitas situações. Ambientalistas anticapitalismo, políticos populistas em busca do aplauso fácil, jornalistas e veículos de comunicação que querem "agradar" e até mesmo empresas usuárias e varejistas que dependem de embalagens para proteger e vender seus produtos estão aderindo à onda de restrições de todo tipo aplicadas contra ela. Essa situação,

se não for contestada, criará cada vez mais constrangimentos para o setor e incentivará a aplicação de legislação restritiva contra ele.

Todos aqueles que integram a cadeia produtiva da embalagem precisam conscientizar-se de que a embalagem tem uma função social importante e os efeitos nocivos eventualmente provocados por ela ao meio ambiente são perfeitamente evitáveis: com medidas concretas de educação ambiental, a utilização das embalagens pós-consumo para a reciclagem e a recuperação energética, evitando que ela seja disposta de forma errada no meio ambiente.

"Coisas fáceis se tornam difíceis quando feitas com relutância," ensina o poeta romano Terêncio. O setor de embalagem está relutando demais em adotar um discurso afirmativo sobre a contribuição social da embalagem e deixando de fazer o marketing dessa contribuição.

É importante determinar o impacto ambiental de uma determinada embalagem, mas é muito mais importante dizer que ela contribui para reduzir não apenas a fome no mundo mas também o desperdício de alimentos, para combater as pragas que dizimam as colheitas, para vacinar as crianças, tratar os doentes e, principalmente, para permitir que as indústrias consigam embalar seus produtos e garantir que eles cheguem aos mais distantes pontos do País em perfeitas condições de consumo.

Quem está fazendo isso? As entidades do setor? As escolas? Os profissionais que atuam na área e suas lideranças? Os veículos que cobrem o setor? Vemos muito raramente alguém exaltando efetivamente a embalagem.

O setor precisa adotar um discurso unificado em defesa da embalagem e, para tanto, seguem algumas sugestões:

- exaltar a importância de sua contribuição para a sociedade;
- enfatizar que boa parte do impacto ambiental é fruto da falta de educação da população que joga lixo na rua e nos rios;
- exigir a implantação de coleta seletiva pelo poder público que tem a obrigação constitucional de coletar o lixo pois recebe impostos para fazê-lo;
- parar de atacar o material de embalagem concorrente, afirmando que o seu "faz menos mal que a do outro" !;
- incentivar as escolas a cumprirem o seu dever de difundir os conceitos corretos sobre os vários temas.

Este texto, na revista **embanews**, é um alerta para que sejam tomadas atitudes direcionadas para um marketing que enfatize os inúmeros aspectos positivos da embalagem antes que a imagem negativa erroneamente difundida nos meios de comunicação resulte em graves sanções e prejuízos para o setor.



Fabio Mestriner é Professor do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Embalagem do Centro Universitário do Instituto Mauá, Coordenador do Comitê de Estudos Estratégicos do ABRE, autor dos livros - Design de Embalagem Metodologia Avançada e Gestão Estratégica de Embalagem