

## **Barulho de salgadinho causa chiadeira de consumidores**

*Suzanne Vranica*

A Frito-Lay faz muito barulho com o marketing dos salgadinhos Sun Chips como "ecológicos". Eles são preparados com vapor gerado por energia solar, alega a empresa.

Mas sua tentativa mais recente - produzir os saquinhos com material vegetal biodegradável em vez de plástico - está criando uma zoadá diferente nos Estados Unidos. Os consumidores de salgadinhos andam reclamando do estalido gerado pelo novo saquinho. Alguns o comparam a "uma motocicleta acelerando" e "vidro quebrando".

É mais barulhento que a "cabine do meu jato", diz J. Scot Heathman, piloto da Força Aérea americana, num vídeo abordando a questão que publicou em seu blog sob o título "Tecnologia de batatas fritas que destrói sua audição". Heathman mediu o barulho com um aparelho da rede de eletrônicos RadioShack. Ele espremeu o saco e registrou 95 decibéis. Uma sacola de salgadinhos Tostitos Scoops (outra marca da Frito-Lay, num saquinho de plástico) registrou 77.

Clifford A. Wood, um morador de 69 anos de Tempe, Arizona, publicou um alerta numa sala de bate-papo do Google para pessoas que trabalham em cinemas, pedindo: "Por favor NUNCA venda Sun Chips nesse saquinho em seu estabelecimento."

Um grupo do Facebook chamado "DESCULPA, MAS NÃO DÁ PARA TE OUVIR COM ESSE SAQUINHO DO SUN CHIPS" já atraiu 30.000 pessoas, e muitas delas publicaram comentários enfurecidos. "O pior é quando você está doidão às duas da manhã e não quer acordar a casa inteira", disse uma dessas pessoas.

A Frito-Lay, uma unidade da PepsiCo Inc., abandonou o velho saquinho este ano após cerca de quatro anos de pesquisas. O substituto é um saquinho novo feito com material vegetal. É parte de uma tendência das empresas que tentam aumentar suas credenciais ecológicas para atrair pessoas que criticam as embalagens nocivas ao meio ambiente.

Mas mexer com algo familiar pode ser arriscado se as empresas menosprezam o limite das pessoas para as mudanças. Um exemplo famoso é o da Coca-Cola Co., que lançou uma nova Coca com sabor reformulado em 1985 e foi um fracasso retumbante.

O saquinho do Sun Chip chegou às lojas em janeiro e, em abril, estava disponível em todos os EUA. As vendas estão em queda, segundo a SymphonyIRI, uma firma de pesquisa de mercado sediada em Chicago.

Um porta-voz da Frito Lay disse: "Há muitos fatores que podem influenciar e estamos analisando tudo". Ele admitiu que a embalagem pode ser um desses fatores. A empresa recebeu algumas reclamações sobre a embalagem, disse ele, mas a maioria das reações tem sido positiva.

Os saquinhos originais, feitos com polímeros como o polipropileno e o polietileno, não são recicláveis. "Eles não foram projetados para se degradar", diz Brad Rodgers, gerente de embalagem sustentável da Frito-Lay na América do Norte. "Dependendo da pesquisa científica que você lê, (a estimativa é de que) podem durar mais de cem anos."

Mas criar um saquinho mais ecológico não foi fácil, afirma a empresa. O material precisava ser imprimível e também ter "desempenho de barreira", afirma a Frito-Lay, o que, em termos leigos, significa não deixar as batatinhas ficarem murchas.

A empresa escolheu um material de origem vegetal, o ácido polilático, que se decompõe totalmente em cerca de 14 semanas quando colocado numa pilha de compostagem ativa.

Para divulgar seus esforços, a Frito-Lay criou uma campanha de marketing complexa. Um comercial usa uma série de fotografias de lapso de tempo mostrando como o saquinho do Sun Chip apodrece.

Então por que a embalagem é tão barulhenta? Os novos polímeros têm uma "temperatura de transição vítrea" mais alta - esse é o momento em que o polímero passa de um estado mais rígido, cristalizado, para um maleável. Como a transição ocorre um pouco acima da temperatura ambiente, o saquinho é "meio quebradiço e crocante", diz Rodgers.

Percebendo que não há como fugir do barulho, a Frito-Lay passou a usá-lo no marketing. Nas lojas, colocou placas nas prateleiras afirmando o seguinte: "Sim, o saquinho é barulhento, mas é assim que soa a mudança".

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 15 set. 2010, Empresas, p. B5.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais