

A indústria gráfica nacional está preparada para atender às mais diferentes exigências impostas pela fabricação de embalagens e, melhor ainda, supera os demais países em termos de flexibilidade de soluções.

Ada Caperuto

Yes, nós temos boas práticas

Embara seja mais comum no setor alimentício e farmacêutico, qualquer segmento industrial pode e deve adotar as regras de Boas Práticas de Fabricação, a conhecida sigla BPF (ou, no original em inglês, Good Manufacturing Practices - GMP). Trata-se de uma série de normas específicas de cada setor, que estipulam e orientam os procedimentos capazes de garantir um produto final aceito pelos controles de qualidade internos e atender aos padrões do mercado consumidor.

Na área gráfica o conceito BPF se aplica, em especial, à produção de embalagens. Rosana Aléssio, gerente técnica da Ge-
graf Indústria Gráfica e

professora da ABTG, ressalta que, embora não possua normas técnicas, em função da complexidade de sistemas, substratos e finalidades que envolve, este segmento é aquele que se depara com um número mais expressivo de requisitos normativos e legais, neste caso, os determinados pelos fabricantes dos produtos que vão dentro das embalagens.



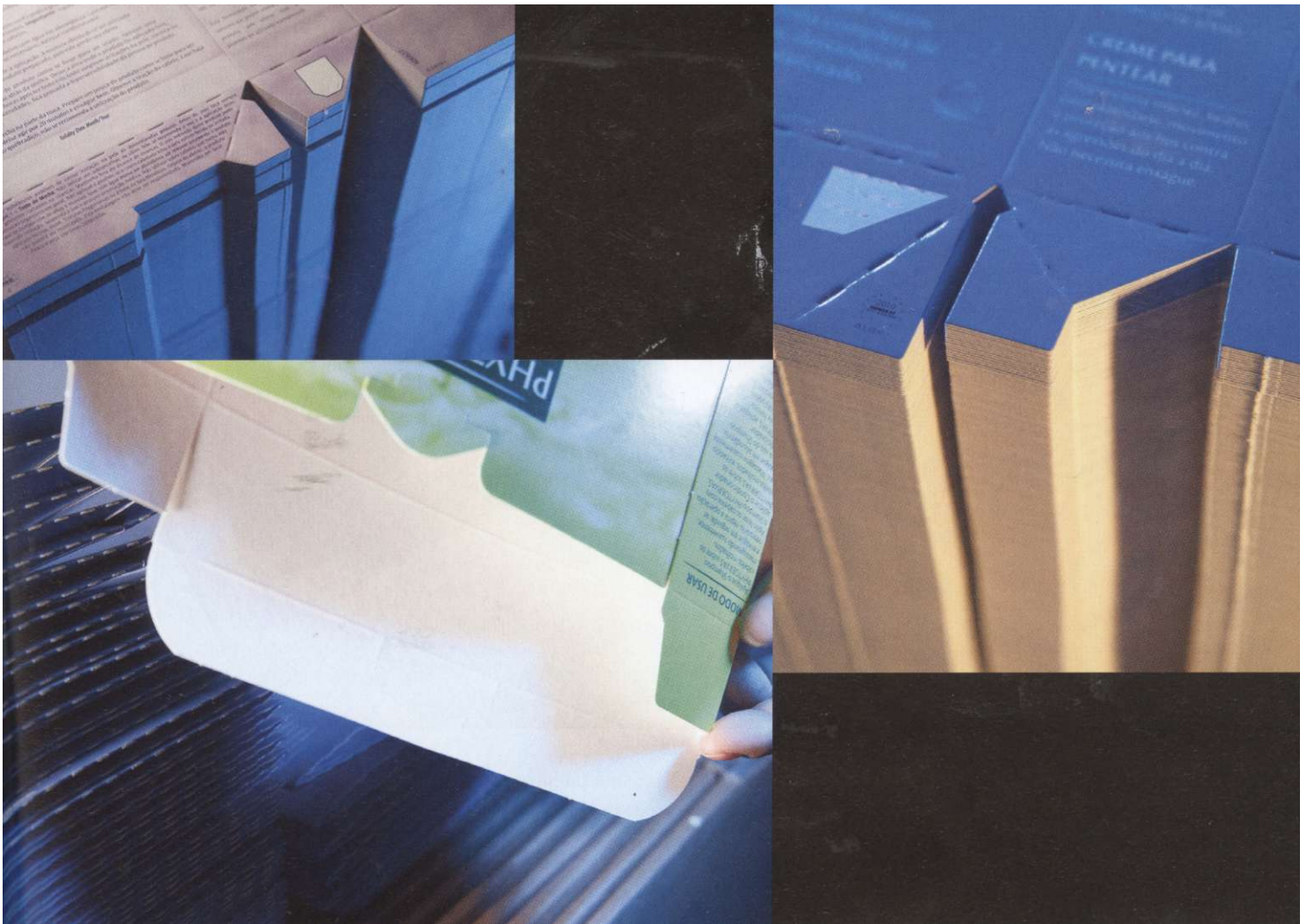
Sidney Anversa Victor, diretor da Congraf e do Grupo Empresarial de Embalagens da Abigraf-SP

Isso mesmo! A embalagem é considerada parte do produto e deve incorporar e cumprir todas as condições necessárias ao seu acondicionamento, proteção e divulgação junto ao consumidor. "Ela deve oferecer conveniência, saúde e segurança, acompanhar o estilo de vida e ser ambientalmente

correta. Atender a tais necessidades e preocupações nem sempre é uma tarefa fácil" diz a especialista.

Realmente parece complicado. E é mesmo, mas são desafios que a nossa indústria já venceu. É o que garante o diretor do Grupo Empresarial de Embalagens da Abigraf-SP, Sidney Anversa Victor, também diretor da Congraf - Indústria e Comércio Gráfica Conselheiro. "Existe alta complexidade na fabricação de embalagens, cada tipo tem características próprias, mas todas as dificuldades são perfeitamente contornáveis".

Tal superação se dá em um país no qual a imensa maioria das empresas (90% no caso das quase 20 mil gráficas existentes) tem porte micro e pequeno, lembra o coordenador do Grupo de Trabalho de Pequenas e Médias Gráficas (GT-Peme) e diretor da Fotoimpress Postais e Artsgráficas, Alexandre Tadeu



dos Santos. Ele menciona os números do Estudo Setorial da Indústria Gráfica no Brasil, de 2009, que apontam um percentual de 8,5% de estabelecimentos voltados à produção de embalagens, algo em torno de 1.700 gráficas, com a região Sudeste concentrando mais de 50% destas. Essas empresas convertedoras atuam, principalmente, nos segmentos alimentício e farmacêutico, o que pode influenciar a implantação das BPF. "Na área de embalagem é crescente a busca pela certificação de qualidade ISO. Com isso, ocorre um aumento no controle do processo produtivo entre as empresas médias e grandes, o que acaba forçando as pequenas a adotar medidas semelhantes".

A despeito da prevalência dos dois segmentos, Luciana Pelegrino, diretora executiva da Associação Brasileira de Embalagem (Abre), afirma que é difícil destacar um único nicho no qual as empresas nacionais sobressaíam em quali-



Rosana Aléssio, gerente técnica da Gegraf Indústria Gráfica e professora da ABTG

dade. Saber agregar valor e atender às mais distintas demandas é, na opinião dela, algo que diferencia o Brasil. "Em cada categoria, muitos desafios já foram vencidos, mas existem outros que podem ser explorados. É uma indústria em contínuo processo de desenvolvimento e que está acompanhando o crescimento efetivo da economia brasileira".

VERSÁTEIS

Rosana Aléssio enfatiza que, para atender não apenas aos quesitos de BPF (veja página 50), mas às diferentes necessidades, as embalagens devem ser resistentes para acondicionar produtos perigosos, como inflamáveis e contaminantes; suportar condições extremas de umidade e temperatura; adequar-se aos processos de envase em linha e, além de tudo, ser capazes de comunicar e multiplicar o consumo do produto.

Outro aspecto importante, que amplia o leque de normas a serem atendi-

das, é que o segmento lida com grande variedade de materiais, sejam substratos celulósicos (papel, papelão ondulado e papel-cartão) ou não (plásticos, metais, tecidos, vidros etc.). "Isso acaba criando um complexo universo de tecnologias, sistemas e processos de impressão, como flexografia, offset, rotogravura, serigrafia e digital, entre outros", diz Rosana.

Mais recentemente, a embalagem também assumiu o "dever" da funcionalidade. Sidney cita o caso dos cartuchos de medicamentos e os invólucros de produtos de grife, que contêm mecanismos que protegem contra a pirataria. "A tecnologia avança muito na direção da proteção das marcas e do conteúdo, e o papel-cartão mantém-se firme como o substrato ideal nessa busca".

BELAS

Não basta proteger, preservar ou ajudar a aumentar as vendas; uma embalagem feita sob parâmetros de BPF também deve ser bonita. Fábio Mestriner, coordenador acadêmico de pós-graduação do Núcleo de Estudos da Embalagem da Escola Superior de Propaganda e



Marketing (ESPM), salienta que um dos pontos mais importantes no segmento é a sintonia entre *design* e fabricação. A recomendação que dá em aulas na faculdade ou no Comitê de Design da Abre é para que agências e *designers* busquem a integração de seus projetos com a indústria, a fim de garantir a necessária qualidade final. "A fabricação tem complexidades técnicas que não podem ser ignoradas e a indústria tem as respostas mais confiáveis nesta atividade", declara ele.



Alexandre Tadeu dos Santos, coordenador do GT-Peme e diretor da Fotoimpress

Para Luciana, a complexidade na fabricação é similar em qualquer embalagem, uma vez que todas elas devem ter uma característica do mercado atual: agregar diferenciais de valor, como cores metalizadas, brilho, verniz de reserva, contraste etc. "É preciso vencer o desafio de destacar sua embalagem perante as demais, algo que crie encantamento e desperte a atenção do consumidor".

Segundo ela, hoje não apenas produtos mais nobres agregam valor às suas embalagens. "A gente percebe isso até em produtos como detergentes, que é uma categoria sensível a preço e competitiva, mas que, ainda assim, busca diferenciais". Luciana acrescenta que não apenas os produtos de apelo mais popular estão conscientes da importância do *design*, mas também as empresas, independentemente do porte, estão atentas à necessidade de investir neste aspecto. "Os *designers* estão presentes principalmente nas médias e grandes empresas, mas, com

a formação de um número cada vez maior de profissionais nesta área, a tendência é que sua presença seja ampliada também nas gráficas de pequeno porte", opina Alexandre.

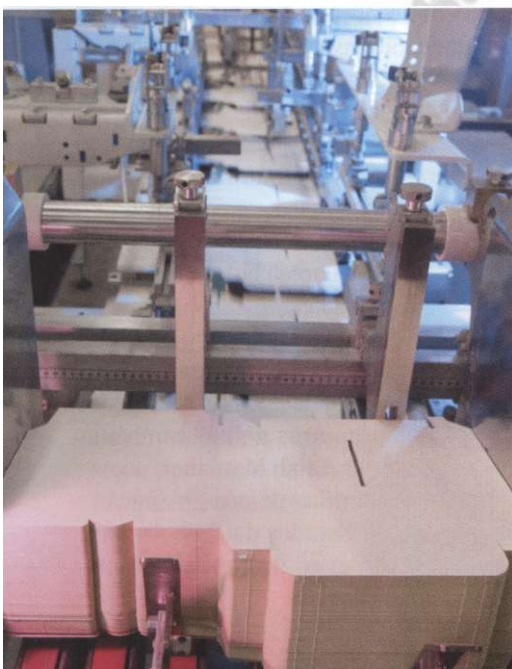
VERDES

Sidney menciona outro ponto importante a ser considerado por quem pretende adotar as BPF: a responsabilidade socioambiental. "Além de todos os demais atributos, a embalagem tem de ser reciclável, biodegradável e produzida com matéria-prima renovável. E, quando se trata da questão ambiental, as vantagens do papel-cartão prevalecem frente aos substratos concorrentes".

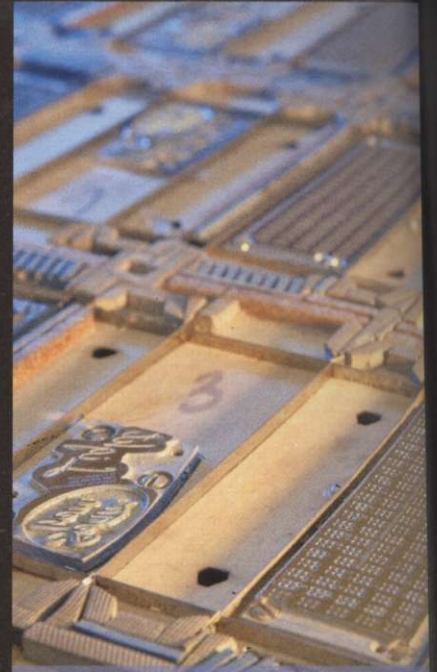
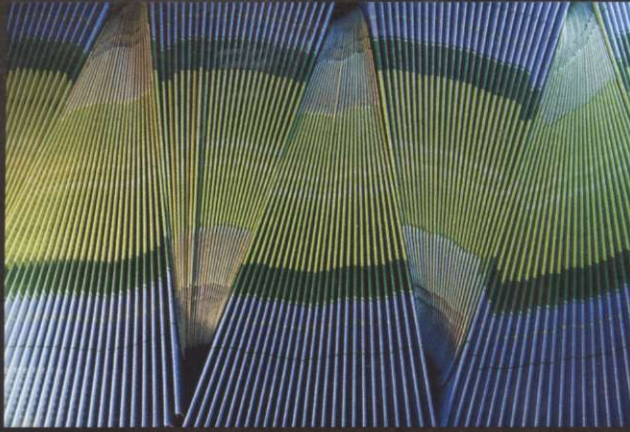
INCOMPARÁVEIS

Na opinião dos entrevistados, sem exceção, a indústria nacional de embalagens é competitiva e não deve nada à de

outros países, nos quais a produção está mais evoluída tecnologicamente. E mais: na opinião do diretor do GE-Emba, nosso país, em confronto com outras nações, se destaca no cumprimento das normas e boas práticas de fabricação. "De modo geral, as empresas estão altamente capacitadas. Leve em conta que os equipamentos são os



Fábio Mestriner, coordenador de pós-graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing



As boas práticas, em síntese

Rosana Aléssio apresenta um conjunto de regras exigidas, em especial pela indústria farmacêutica e alimentícia, para a produção de embalagens:

1. Controle de higiene pessoal
2. Uniformes e acessórios
3. Hábitos comportamentais
4. Higiene ambiental
5. Edificações
6. Instalações sanitárias
7. Serviços gerais
8. Higiene operacional
9. Geral
10. Recepção
11. Armazenamento de matéria-prima e insumos
12. Processo
13. Equipamentos e utensílios
14. Armazenamento e transporte do produto acabado
15. Manutenção

Outra importante regulamentação que afeta diretamente a indústria de embalagens é a portaria nº 177/99 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que aprova o regulamento técnico "Disposições gerais para embalagens e equipamentos celulósicos em contato com alimentos" e seus anexos. Existe, além destas, um sem número de outras regras, normas e leis que envolvem a produção de embalagens, como, por exemplo, uso específico de cores, tamanho e tipo de letra, dizeres legais, formato padrão etc.

mesmos, ou até mais atualizados, que os das gráficas estrangeiras", declara Sidney.

Do ponto de vista do *design*, Mestriner lembra que os brasileiros vêm conquistando prêmios em todos os concursos internacionais por sua criatividade, sendo que perfumes, cosméticos e bebidas vêm se sobressaindo neste sentido.

Para Luciana, nós ainda saímos na frente porque sabemos desenvolver embalagens e agregar valor a elas de um modo condizente com os diferentes níveis de poder aquisitivo da população. "A indústria tem que tomar



Luciana Pelegrino, diretora executiva da Associação Brasileira de Embalagem (Abre)

cuidado para não impactar o preço final do produto. Temos ampla capacidade de trabalhar com orçamentos mais apertados que outros países. É interessante ver que essa flexibilidade da nossa indústria se amolda rapidamente às condições de mercado que se alteram de uma hora para outra, cumprindo demandas não previstas, adequando embalagens sem perder qualidade, se desdobrando para atender às necessidades de mercado", declara a diretora da Abre. Embora países como os Estados Unidos, Inglaterra e, em especial, o Japão — onde o poder aquisitivo é altíssimo — tenham sido citados como exemplos na inovação e desenvolvimento de embalagens, o Brasil, como se conclui, não deve nada a eles.

sem perder qualidade, se desdobrando para atender às necessidades de mercado", declara a diretora da Abre. Embora países como os Estados Unidos, Inglaterra e, em especial, o Japão — onde o poder aquisitivo é altíssimo — tenham sido citados como exemplos na inovação e desenvolvimento de embalagens, o Brasil, como se conclui, não deve nada a eles.

