



## SAL E ERVAS E FOTOGRAFIAS<sup>1</sup>

Ilana de Oliveira Santos FERREIRA<sup>2</sup>

Rafael Monteiro WATANABE<sup>3</sup>

Lara Lima SATLER<sup>4</sup>

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

Com a demanda de criar rótulos e embalagens para produtos orgânicos, surge a desafio do processo de criação ante a sustentabilidade. O trabalho então passa a ter como objetivo, aliar a criação de embalagens às propostas sustentáveis: reciclar, reduzir e reutilizar. Porém, para realização das criações, encontramos inúmeros obstáculos, entre eles nos deparamos com a questão: como criar embalagens adequadas às propostas sustentáveis de reciclar, reduzir e reutilizar? Este texto tem como objetivo explicar o processo criativo de embalagens para produtos orgânicos sob a perspectiva da sustentabilidade. Como metodologia, trabalhamos com pesquisa bibliográfica, entrevistas de opinião e o estudo de caso da criação de embalagens para um produtor rural local que nos desafiou com a questão da sustentabilidade para tal projeto. Como resultados, prevemos discorrer sobre o processo, seus desafios e apresentar o produto final: as embalagens.

**PALAVRAS-CHAVE:** sustentabilidade, reutilização, criação, embalagem, lei.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Embalagem.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Facomb-UFG, email: naninhaoliveira2@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Facomb-UFG, email: pp.watanabe@hotmail.com.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Mestre e especialista em Filosofia, graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e docente neste mesmo curso, todos na Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: satlerlara@gmail.com



## INTRODUÇÃO

Em um mundo em que o visual é tudo, as embalagens têm um papel fundamental. “A embalagem é a peça-chave na comunicação entre quem compra e quem produz.”<sup>5</sup> Podemos definir a embalagem como uma das responsáveis para que seja despertado o desejo em relação ao produto. Ela é quem transmite as informações necessárias para que haja uma maior compreensão do cliente sobre o produto que é oferecido “a embalagem é capaz de agregar valor ao produto e otimizar a competitividade dele nas prateleiras perante aos seus concorrentes”<sup>6</sup>. Ela também é definida como “recipiente, o pacote ou a embalagem destinada a garantir a conservação e facilitar ainda o transporte e o manuseio dos alimentos.”<sup>7</sup> Assim, já explicado o que é embalagem, falaremos um pouco sobre sustentabilidade.

Sustentabilidade é um tema que vem ganhando força e sendo muito discutido e abordado na sociedade nos dias atuais.

Sustentabilidade é um conceito sistêmico (interdisciplinar, que acredita que a racionalidade científica, sem o auxílio da subjetividade, não oferece suportes suficientes para o desenvolvimento humano) que se desdobra nos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais. É a capacidade de promovermos o melhor para as pessoas e para o ambiente –tanto hoje – quanto para o futuro indefinido.<sup>8</sup> (WATANABE, 2010, p. 5)

---

<sup>5</sup>INTERCOM2010.Disponivelem<<http://www.inthttp://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0384-1.pdf>>.Acesso em 27 de abril de 2011 .

<sup>6</sup>INTERCOM2010.Disponivelem<<http://www.inthttp://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0384-1.pdf>>.Acesso em 27 de abril de 2011 .

<sup>7</sup>INTERCOM2010.Disponivelem<<http://www.inthttp://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0384-1.pdf>>.Acesso em 27 de abril de 2011

<sup>8</sup>INTERCOM2010.Disponivelem<<http://www.inthttp://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0384-1.pdf>>.Acesso em 27 de abril de 2011



Práticas como a adoção dos três R's<sup>9</sup> (reduzir, reciclar e reutilizar) fazem parte da proposta da sustentabilidade. O primeiro R, o de reduzir, significa “não deixar comida no prato que comemos”<sup>10</sup>, ou seja, reduzir a quantidade de coisas que usamos, alimentos, que futuramente prejudicarão o meio ambiente. O segundo R, reciclar, pode ser definido como o reaproveitamento de matérias-primas que antes era consideradas inúteis. Reciclar “permite uma diminuição da exploração dos recursos naturais e é muitas vezes é mais barato do que a produção de um material a partir da matéria-prima bruta.”<sup>11</sup> O terceiro R em questão, é o de reutilizar. Reutiliza-se materiais que já foram usados, dando outro e novo fim a eles a fim de evitar que sejam destinados ao lixo. “Tal forma de tratar os resíduos demanda de muito poder de imaginação, de pouca tecnologia ou de mudança da forma de destinação do produto.”<sup>12</sup>

“Ser culturalmente aceito, sem dúvida, é um dos maiores desafios da sustentabilidade atual.”<sup>13</sup> Apesar das práticas sustentáveis serem já aceitas e entendidas; muitas vezes não são praticadas. Por isso, é necessário que a sociedade além de se conscientizar, passe a adotar como culturalmente aceito a reduzir usos e materiais, reutilizar e reciclar. A sociedade precisa passar por um processo de re-educação acerca das práticas sustentáveis.

A adoção dessas práticas no nosso dia-a-dia não será uma mudança brusca, afinal, para ela ocorrer nem ao menos é preciso “de gastos exorbitantes, pelo contrário, uns [como exemplo, a reutilização] são até mais econômicos”<sup>14</sup>. Um pote cujo sorvete acabou pode servir para guardar objetos ou alimentos, por exemplo.

---

<sup>9</sup> GPCA – Meio ambiente. Disponível em: < <http://www.gpca.com.br/gil/art114.htm>>. Acesso em 02 de maio de 2011.

<sup>10</sup> GPCA – Meio ambiente. Disponível em: < <http://www.gpca.com.br/gil/art114.htm>>. Acesso em 02 de maio de 2011.

<sup>11</sup> PORTALSAOFRANCISCO. Disponível em < <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/meio-ambiente-reciclagem/reduzir-reutilizar-reciclar.php>>. Acesso em 02 de maio de 2011.

<sup>12</sup> GPCA – Meio ambiente. Disponível em: < <http://www.gpca.com.br/gil/art114.htm>>. Acesso em 02 de maio de 2011

<sup>13</sup> INTERCOM2010. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0384-1.pdf>>. Acesso em 02 de maio de 2011 .

<sup>14</sup> INTERCOM2010. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0384-1.pdf>>. Acesso em 02 de maio de 2011 .



Veremos, ao longo desse trabalho e em seu referencial bibliográfico, que algumas pesquisas indicam o quanto o público ainda não se familiariza com a reutilização de embalagens para armazenar e embalar principalmente produtos alimentícios.

## **2 OBJETIVO**

Criar a embalagem do molho de tomate orgânico para o Empório Seivas e Aromas. Refletir sobre o desafio de unir o processo de criação da embalagem com uma atitude sustentável a fim de ser condizente com o produto que está sendo vendido.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Podemos compreender a importância desta discussão a partir da apresentação que o Empório Seivas e Aromas, nosso cliente, fez do seu serviço:

O projeto Seivas e Aromas Empório Orgânico começou no ano de 1999, com intuito de melhorar a nossa qualidade de vida, disseminando a idéia que o consumo de alimentos orgânicos além de trazer vários benefícios à saúde, também ajuda na preservação do meio ambiente<sup>15</sup>(CANÊDO, 2010)

Com o olhar voltado para as práticas sustentáveis, o produtor rural de orgânicos, depois de abrir seu Empório Seivas e Aromas que se localiza em Goiânia procura a Agência Experimental Inova Publicidade e Propaganda a fim de criar outras embalagens para uma série de produtos orgânicos de cultivo próprio.

A fim de ser condizente com o produto que produz (alimentos orgânicos, temperos, entre outros), o produtor propõe o desafio de embalar alimentos em garrafas e outros recipientes reutilizáveis, que passaram por um processo rigoroso de higienização. Justifica-se refletir sobre essa temática pela sua urgência: a sustentabilidade. Sabemos que as embalagens são a maior fonte de poluição encontrada no lixo urbano. Por isso, pensar a criação de embalagens requer considerar o que esta criação gera: lixões.

---

<sup>15</sup> SEIVASEAROMAS. Disponível em <<http://seivasearomas.blogspot.com/>>. Acesso em 01 de maio de 2011.



Há uma urgência no tratamento e posicionamento da população em relação a essa temática. Por esse fator, há a necessidade de refletir sobre o assunto com a população e, mais especificamente, com os estudantes das áreas de Comunicação Social, já que eles são responsáveis pelo processo de criação e divulgação de produtos.

Por esse fator, são os comunicadores do futuro quem atuarão e argumentarão sobre a necessidade de embalagens sustentáveis, ou seja, são eles responsáveis em fazer com que as práticas sustentáveis sejam aderidas. Outro motivo que nos mostra a importância de se tratar a este tema, é a necessidade de formar uma consciência sustentável. É preciso, como já dito anteriormente, que haja na população, uma consciência da importância de se preservar, de reduzir, reciclar e reutilizar, pois apenas uma minoria da sociedade brasileira compreende a necessidade da re-educação sobre o tema abordado.

Justifica-se ainda a importância mercadológica deste tema, pois ele engloba questões globais sobre a sustentabilidade. De acordo com uma pesquisa feita pelo Instituto de Akatu<sup>16</sup>, cerca de

1/3 dos consumidores afirma que considera a responsabilidade social das empresas na hora de escolher o que vai comprar; 77% dos consumidores brasileiros têm interesse em conhecer a responsabilidade social; 40% buscam informação a respeito e que 40% dizem debater o comportamento ético das empresas em seu dia-a-dia<sup>17</sup>. (PRADO, 2008)

Por esse fator, a temática sustentabilidade deve ser trabalhada dentro da academia, uma vez que ela é um espaço de discussão de assuntos contemporâneos e emergências.

---

<sup>16</sup> AKATU. Disponível em < <http://www.akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade>>. Acesso em 03 de maio de 2011.

<sup>17</sup> PLANETASUSTENTAVEL. Disponível em < [http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/eventos/conteudo\\_270915.shtml](http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/eventos/conteudo_270915.shtml)>. Acesso em 03 de maio de 2011.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**



O Empório Seivas e Aromas adotou, como principal prática sustentável, o princípio da reutilização. Para tanto, o produtor inicia o processo de criação de embalagens exigindo que pensássemos na reutilização da embalagem das garrafas PET'S do produto Pitchula que é

pertencente ao Grupo Imperial, empresa localizada em Trindade/GO que é destaque em todo o país por produzir em uma só indústria a maior diversidade de bebidas como sucos, refrigerantes, cervejas, ices, e bebidas (mistas), água e energético. A Pitchula foi o primeiro refrigerante do Brasil voltado para o público infantil na embalagem PET 250ml, uma embalagem considerada inovadora por seu formato/tamanho.<sup>18</sup>(NASCIMENTO, 2010, p. 3)

A proposta era reutilizar as embalagens do refrigerante, após terem passado por um rigoroso processo de higienização. As embalagens eram levadas para serem novamente utilizadas, mas agora, com outro fim: o de conservar produtos orgânicos que são oferecidos pelo produtor. Assim, foi solicitado à Agência Experimental Inova Publicidade e Propaganda, situada no interior da Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia da UFG, que continuasse com a criação dos rótulos que seriam colocados nas embalagens citadas acima. O produto solicitado pelo cliente foi o molho de tomate, que era fabricado com sua produção de tomates orgânicos. As técnicas utilizadas para criar esta embalagem vão desde a elaboração de um documento contendo o relato do cliente, denominado *briefing*, passando pela pesquisa sobre fornecedores e pesquisa visual, culminando na produção fotográfica a partir dos produtos orgânicos do cliente, assunto sobre o qual detalharemos no próximo item.

---

<sup>18</sup> INTERCOM2010. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/expocom/EX21-0662-1.pdf>>. Acesso em 04 de maio de 2011.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**



O processo de criação do rótulo de molho de tomate foi dividido em: atendimento ao cliente e montagem do *briefing*; planejamento das ações; processo de produção das fotografias; criação da arte e texto do rótulo; aprovação do cliente.

Atendimento ao cliente e montagem do *briefing* é o primeiro contato do mesmo com a agência. Nesse momento é que são passadas as informações fundamentais sobre a(s) questão(s) que o levou a buscar uma resposta. A solução a ser proposta pela agência, depende desse importante contato e levantamento dos dados que delimitam a(s) necessidade(s) levada(s) pelo cliente.

Após o primeiro contato com o produtor orgânico rural, detectamos a necessidade e o apelo acerca da questão da sustentabilidade, já que os produtos que estão sendo produzidos tendem a essa visão.

O cliente já tinha rótulos produzidos anteriormente de temperos orgânicos: sal e açafrão. Já com a identidade visual (responsabilidade ambiental, saúde e qualidade de vida) definida e precisando apenas de alguns ajustes e mudanças de cores, o cliente introduz uma nova problemática: a criação de um rótulo para o produto molho de tomate, seguindo a mesma unidade visual e de diagramação.

Segundo o cliente, garrafas PET'S de Pitchula seriam reutilizadas como embalagens que armazenariam o produto em questão. Para isso, então passariam por um processo rigoroso de higienização.

O próximo passo então, é fazer o planejamento. Feito o primeiro contato com o cliente, na qual foram localizados o(s) problema(s) do mesmo; a equipe se reúne a fim de buscar uma solução. Ocorre então um levantamento de idéias e informações a fim de encontrar uma resposta condizente e adequada para tal situação.

Para solucionar o problema levantado pelo produtor orgânico, foi pensado e desenvolvido um projeto de criação do rótulo do produto molho de tomate. Para isso, seria necessário ser feita uma produção fotográfica dos ingredientes do molho.

A realização do processo fotográfico do molho, feito com tomates orgânicos, ocorreu no Estúdio Fotográfico da Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia localizada na Universidade Federal de Goiás. Foi decidido no planejamento que as fotos



seriam feitas com ingredientes que eram contidos no molho: tomate, salsinha e cebolinha orgânicas, oferecidas pelo próprio produtor.

Por tratar-se de produtos orgânicos, a equipe já estava consciente das diferenças entre esses produtos com os que são encontrados usualmente nos mercados. A irregularidade dos tomates, o tamanho menor, as manchas na pele do fruto, o verde apagado da salsa e outros detalhes nos fizeram questionar se deveríamos manipular essas imagens numa pós-produção? A atitude sustentável do produtor inclui apresentar os produtos como eles são? Essas características dos orgânicos (menores dimensões, coloração menos brilhante e manchas) são aceitáveis pelo público?

Diante destes questionamentos, decidimos por um meio termo: nem artificializar demais a produção fotográfica tampouco desprezar a linguagem convencional de embalagens tradicionais. Por isso, tratamos as fotos em *Photoshop*, mas também buscamos utilizar recursos de produção fotográfica (iluminação, cenário, enquadramento) que valorizasse e destacasse a simplicidade e pureza dos produtos totalmente livres de agrotóxicos: como borrifadas de água, luz suave, enquadramento que valorizasse o produto.

Para a criação do texto e da arte. Foi seguindo o padrão das outras peças já criadas e apresentadas pelo cliente, com auxílio dos programas *Photoshop*, *Illustrator* e *Corel Draw*, foi possível, continuar e reformular com a identidade visual do rótulo. Porém, apesar de sofrer pequenas alterações em relação aos rótulos de sal e de açafrão, há uma busca a fim de manter a unidade com as peças citadas anteriormente. Para isso, foi levado em consideração na construção do rótulo:

Aplicação de imagens que representassem a idéia de um alimento orgânico; utilização dos selos da fazenda e produtora e do Instituto Biodinâmico (IBD), transmitindo confiança ao cliente; apresentação das informações referentes ao produto, como composição, data de validade, etc;<sup>19</sup> (NASCIMENTO, 2010, p. 6)

---

<sup>19</sup> INTERCOM2010. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/expocom/EX21-0662-1.pdf>>. Acesso em 04 de maio de 2011.



O processo de criação textual, também buscou manter a unidade, o nome criado para a linha de produtos permaneceu “Sal e Ervas - Molhos Especiais”. Recebe esse nome afim, pois “sintetiza os conceitos do cultivo orgânico e da saúde.”<sup>20</sup>

Assim, juntando o textual e a arte, temos o modelo do rótulo pronto que é levado para o cliente a fim de receber aprovação.



Após a peça pronta, é marcada outra reunião com o cliente, agora pronta para ser aprovada. A peça então é defendida pelo atendimento, com o objetivo de apresentar ao cliente que a peça soluciona o que antes era considerado problema.

Após a peça ser apresentada e defendida para o produtor rural orgânico, ocorreu a aprovação da mesma. Porém, passado algum tempo, o cliente nos pede reajustes a cerca das medidas do rótulo, dentre outras coisas, principalmente porque ele mudaria o recipiente. Numa investigação, descobrimos que a reutilização, proposta de sustentabilidade utilizada por este cliente, não é autorizada por lei, pois há uma lei brasileira impedindo que embalagens sejam reutilizadas:

A reutilização das embalagens com marca, além de infringir a Instrução Normativa Conjunta 09 de 17/11/2002 da SARC, IPEN e ANVISA, que proíbe a reutilização de embalagens descartáveis, é crime segundo o Código Penal e o Código de Defesa do Consumidor.<sup>21</sup> (GEAGESP)

<sup>20</sup> INTERCOM2010. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/expocom/EX21-0662-1.pdf>>. Acesso em 04 de maio de 2011.

<sup>21</sup> CEAGESP. Disponível em <<http://www.ceagesp.gov.br/produtor/embalagem/leiemballa>>. Acesso em 05 de maio de 2011.



Segundo o CEAGESP essas medidas foram adotadas a fim de preservar e beneficiar as marcas que as fabricaram. Já que a embalagem é “instrumento de identificação, proteção, movimentação e exposição das frutas e hortaliças frescas. Ela identifica o produto e o seu responsável.”<sup>22</sup>. Além disso, há o artigo 171 do Código Penal que considera

estelionato, o ato de obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento. O artigo 175 considera como fraude no comércio, enganar, no exercício de atividade comercial, o adquirente ou o consumidor: vendendo, como verdadeira ou perfeita, mercadoria falsificada ou deteriorada e entregando uma mercadoria por outra.<sup>23</sup>(CEAGESP)

Diante dessas possíveis ameaças, inclusive criminais, torna-se inviável a proposta de sustentabilidade optada pelo produtor rural, a saber, a reutilização. Deve-se ressaltar, dos 3 Rs, a reutilização é a proposta sustentável mais econômica tanto para o produtor em questão como para o mercado consumidor e menos poluente para o meio ambiente. Mas com cujo texto deixa clara o direito exclusivo de uso, como por em prática propostas de reutilização em embalagens?

## 6 CONSIDERAÇÕES

O processo de atender, planejar, criar textos e arte para a demanda desta embalagem desafiou-nos em diversos aspectos. Primeiro tivemos que compreender a linguagem visual e textual comum a um público que está acostumado a lidar com frutos cultivados sem agrotóxicos. Ao mesmo tempo, novos públicos se interessam pelos orgânicos: como criar embalagens que atendam a estes diferentes públicos?

---

<sup>21</sup> CEAGESP. Disponível em < <http://www.ceagesp.gov.br/produtor/embalagem/leimbala> >. Acesso em 05 de maio de 2011.

<sup>22</sup> CEAGESP. Disponível em < <http://www.ceagesp.gov.br/produtor/embalagem/leimbala> >. Acesso em 05 de maio de 2011.

<sup>23</sup> CEAGESP. Disponível em < <http://www.ceagesp.gov.br/produtor/embalagem/leimbala> >. Acesso em 05 de maio de 2011.



Outro desafio foi montar uma produção fotográfica dentro do estúdio que representasse ingredientes de molho de tomate com frutos irregulares, manchados e pequenos. Tivemos dúvidas sobre esconder as manchas, aumentar os frutos ou deixá-los como são. O caminho é do artificialização ou o da representação mais real possível. No entanto, optamos por incluir no projeto final um pouco de tratamento e outro tanto de preservar a imagem do orgânico como ele é.

Finalmente, outro ponto que nos desafiou foi a descoberta de que o produtor não poderia reutilizar embalagens. Todo um planejamento de ações teve que ser refeito. Por uma lei que assegura o direito exclusivo de uso de embalagens às suas marcas criadoras, a proposta sustentável de reutilização torna-se inviável no Brasil.

Por esses motivos, nosso cliente, o produtor orgânico rural, foi obrigado a mudar sua embalagem na qual armazenava seus produtos. Assim, entramos na questão referente a leis e sustentabilidade. Surge então o questionamento e a dúvida de até que ponto o surgimento de leis que defendem a exclusividade, interferem e atrapalham a criação e o desenvolvimento de projetos sustentáveis? Pelo fato da importância e urgência do tema sustentabilidade, vale lançar este questionamento para a academia refletir.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANVISA, **Resolução – RDC Nº 259** no ar desde 2002. Disponível em: <<http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=1261>> Acesso em: 03 maio 2011.

GPCA – **Meio ambiente**. Disponível em: <<http://www.gpca.com.br/gil/art114.htm>> Acesso em 04 maio de 2011.

MESTRINER, Fabio. **A importância social da reciclagem da embalagem**. Disponível em: <[http://www.fiec.org.br/artigos/competitividade/a\\_importancia\\_social\\_reciclagem\\_embalagem.htm](http://www.fiec.org.br/artigos/competitividade/a_importancia_social_reciclagem_embalagem.htm)> Acesso em: 03 de abril de 2011.

CEAGESP – **O que diz a lei**. Disponível em <<http://www.ceagesp.gov.br/produtor/embalagem/leimbala>>. Acesso em 05 de maio de 2011.



INTERCOM2010. **Como a sustentabilidade desafia a concepção de projetos de embalagens?**  
Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/expocom/EX21-0662-1.pdf> >.  
Acesso em 04 de maio de 2011.

Prado, Thays- **Planeta Sustentável**. Disponível em <  
[http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/eventos/conteudo\\_270915.shtml](http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/eventos/conteudo_270915.shtml)  
>. Acesso em 03 de maio de 2011.

AKATU. - **Sustentabilidade**. Disponível em < <http://www.akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade> >.  
Acesso em 03 de maio de 2011.

CANÊDO, Anna. **Seivas e Aromas**. Disponível em <<http://seivasearomas.blogspot.com/>>. Acesso em 01 de maio de 2011