



9º Simposio de Ensino de Graduação

ECODESIGN: CRIANDO UMA EMBALAGEM SUSTENTÁVEL PARA A HERING

Autor(es)

LAURA DIAS LEMOS

Orientador(es)

MARIA BEATRIZ ARDINGHI

1. Introdução

Em um mundo cada vez mais consumista, as iniciativas sustentáveis não são uma opção e sim uma necessidade. Diante dessa realidade, o designer tem papel fundamental ao prover soluções específicas dentro das diversas áreas onde atua, no sentido de minimizar o impacto da produção industrial no meio ambiente, como é o caso deste trabalho de design de embalagem.

Diante dessa realidade, o que um profissional na área de Design Gráfico pode fazer para contribuir com um mundo mais sustentável? O designer tem papel fundamental ao prover soluções específicas dentro das diversas áreas onde atua, no sentido de minimizar o impacto da produção industrial no meio ambiente, como é o caso deste trabalho de design de embalagem.

2. Objetivos

Este projeto tem como objetivo desenvolver uma embalagem para a camiseta básica da marca Hering cuja proposta atenda de maneira criativa o conceito de ecodesign.

Segundo Karlsson e Luttrupp (2006):

Ecodesign pode ser entendido como um método de desenvolvimento de produtos que objetiva a redução do impacto ambiental e usa a criatividade para gerar produtos e processos mais eficientes sob o ponto de vista da sustentabilidade.

O conceito de ecodesign aplicado para o design de embalagem está baseado nos três R's da sustentabilidade:

2.1 Reduzir: consiste em diminuir o descarte de materiais que acabam virando lixo. Não se pode viver sem produzir restos, mas dependendo de como as pessoas lidam com isso pode gerar uma grande diferença nos impactos ambientais. Diminuir a utilização de produtos descartáveis e substituí-los por produtos que possam ser reutilizados; trocar as sacolas plásticas por uma ecobag, sacola/carrinho de feira ou até mesmo, quando é uma compra grande, solicitar uma caixa de papelão que faz o transporte de vários produtos da fábrica até o supermercado/loja. Todos esses cuidados reduzem o consumo de matéria prima e poupam o meio ambiente e precisam estar presentes em todos os consumidores e empresas por meio da conscientização ambiental.

2.2 Reutilizar: é caracterizado pelo ato de dar novo uso a algo que já foi utilizado. A reutilização é, acima de tudo, um exercício criativo de como transformar algo aparentemente sem utilidade em algo produtivo. Muitos são os benefícios, como a redução do lixo, redução de consumo de matéria prima, o reaproveitamento de milhões de coisas é sustentável e também reduz o próprio gasto de dinheiro do consumidor, pois quando se reutiliza, significa que você está substituindo algo novo que teria que ser comprado. O ato de trocar também está incluso, pois algo que não te atrai mais pode ser de muito bom gosto para outros. Por isso, sebos, brechós e ateliês de transformação de produtos são ótimas opções de comprar com consciência ambiental.

2.3 Reciclar: constitui-se pelo ato de transformar produtos já utilizados em um novo produto, porém deve ser feito por meio de

processo químico ou físico. O interessante da reciclagem é que o novo produto gerado pode ser igual ao produto anterior ou completamente diferente. Apesar dos benefícios da reciclagem serem muitos, cada material deve ir para um local diferente, sendo necessário uma pré-separação à coleta seletiva. Essa separação pode ser feita por via dos lixos de coleta seletiva (amarelo para metais e plásticos, azul para papel e cartão, verde para vidro). Esse esquema é necessário porque quando o material está sujo, perde o valor de comercialização e nem sempre é possível recuperá-lo por meio da reciclagem.

3. Desenvolvimento

Segundo a Associação Brasileira de Embalagem - Abre (2011):

A embalagem é um recipiente ou envoltura que armazena produtos temporariamente e serve principalmente para agrupar unidades de um produto, com vista à sua manipulação, transporte ou armazenamento. Outras funções da embalagem são: proteger o conteúdo, informar sobre as condições de manipulação, exibir os requisitos legais como composição e ingredientes e fazer promoção do produto através de gráficos.

São várias as funções de uma embalagem a se levar em consideração pelo designer na sua criação. Segundo Niemeyer (2002):

A embalagem envolve a promoção e a proteção do produto, tendo papel definitivo tanto na sua estocagem quanto na sua exposição nas prateleiras. Ela torna o produto mais ou menos atraente para o consumidor e facilita seu manuseio e sua utilização – o que colabora para a consolidação de uma relação de lealdade por parte do público. Ela tem a capacidade de transformar simples produtos em objetos do desejo, criando no consumidor um impulso de compra que dura décimas de segundos (...) Durante os poucos segundos que dura a escolha de um produto, a embalagem tem que se destacar na prateleira, chamando a atenção do público e salientando quanto as vantagens de sua origem. (2002).

Para desenvolver a embalagem, o projeto inclui 3 etapas:

- 3.1- Pesquisa de materiais e busca de referências;
- 3.2- Refinamento de idéias e seleção de propostas;
- 3.3- Criação da embalagem.

O processo:

- 3.1- Pesquisa de materiais e Busca de referências

Primeiramente, houve uma consulta ao site da Hering para inteirar sobre os valores da marca e se há interesse por sustentabilidade. A Hering se envolve com projetos sustentáveis e se importa com o meio ambiente, mas as embalagens não seguem esse mesmo padrão, uma vez que eles consomem muito papel para a produção de sacolas, caixas e embrulhos. Também não há preocupação com a reuso das embalagens.

Também ocorreram visitas a sites e blogs de design que tem como foco sustentabilidade e ecodesign, para entender melhor o conceito do projeto e buscar meios e materiais para concretizar algumas das idéias de como reduzir o consumo das embalagens. Neste processo de pesquisa, ficou claro que muitas das idéias não poderiam ser realizadas porque não condiziam com a prática de ecodesign, que vai desde a redução de tinta e gastos de descartes de matérias, até a busca por soluções que não agridem o meio ambiente. Nesta fase, muito material foi coletado para que fosse possível chegar a próxima fase, onde esse material é selecionado e de onde se extraem referências para a criação da proposta final da embalagem.

- 3.2- Refinamento de idéias e seleção de propostas

Esta fase é de seleção do material pesquisado relevante ao projeto da embalagem. Sendo assim, foram selecionados dois projetos que contém informações essenciais para a execução da proposta:

- 3.2.1- Empresa Paper nº9: projeta acessórios feitos com papelão de caixa de transporte. Os produtos lembram couro, mas sua verdadeira origem é o papel.

O processo empregado é o tratamento do papel obtido em caixas de transporte com óleos naturais, calor e massagem. Depois é colocado sobre um tecido para ganhar resistência. Com o tempo o produto vai ganhando personalidade com o desgaste do material. O calor e o movimento do corpo gradualmente desgastam as camadas exteriores para revelar a arte escondida.

O aspecto final dos acessórios dessa empresa é impressionante, ficando similar ao couro. Para a proposta da nova embalagem Hering, um visual impactante e diferenciado era imprescindível, levando em conta que normalmente o design dessas embalagens utilizam grande quantidade de tinta e matéria prima. O mais importante do projeto é que são produtos feitos com matéria prima reciclada, que é um dos pontos principais da sustentabilidade, tornando o lixo útil novamente.

- 3.2.2 - Empresa Miho: criou uma embalagem feita com quase 100% de materiais reciclados para roupas que também são feitas de forma sustentável.

O processo empregado na produção das embalagens é a utilização de garrafas que são recolhidas diretamente após o uso pelos próprios fornecedores (buffet's e adegas). Este vidro é recolhido e levado ao instituto parceiro Kairós, que faz a limpeza e o corte dos anéis que irão envolver a folha de fibra de bananeira, que passa por um processo de produção que é 100% artesanal. A tinta utilizada nas estampas é produzida industrialmente que constitui-se de pigmento orgânico e fixador químico. Para a embalagem Hering, era necessário uma tinta que também atendesse aos requisitos sustentáveis.

O interessante desse projeto é a versatilidade da embalagem, pois elas são cilíndricas e relativamente compactas, tornando mais fácil e mais barato o transporte e armazenagem dos produtos. É vital notar que o projeto feito pela Miho é 100% sustentável, não tem absolutamente nenhum processo que não foi pensado visando consciência ambiental. Esse é um dos objetivos da proposta da embalagem, ser sustentável.

3.3- Criação da embalagem

As informações obtidas deram sequência à fase de criação. A partir da elaboração de desenhos rápidos, chamados *rafes*, foram verificadas as questões funcionais e estéticas para as fase de vida da embalagem: transporte, armazenamento e distribuição do produto, no caso a camiseta básica da marca Hering. A embalagem é desenhada no computador (utilizando o programa Adobe Photoshop) onde são feitos alguns ajustes que não constavam nos *rafes* e também dando uma estética interessante, moderna e básica, que é uma das características principais da Hering.

Com relação ao tratamento gráfico e de superfície da embalagem, a textura e aparência de couro já possui um ar despojado e interessante, portanto o desafio foi conferir um aspecto básico à proposta. Para isso, foi utilizado apenas o logotipo da marca, impresso de uma única cor ocupando pouco espaço do total da embalagem (que também são características que condizem com o ecodesign, pois quanto menor a área de impressão, menos tinta será utilizada, portanto menos matéria prima será desperdiçada).

4. Resultado e Discussão

A embalagem constitui-se por um pedaço de tecido, envolto pelo material reciclado de papelão com aparência de couro, aberto, de forma plana, sobre o qual a camiseta é colocada. Ambos são enrolados, formando um cilindro de tecido, amarrado com dois cordões verdes (um em cada extremidade) para a proteção da camiseta, evitando que sujeiras entrem pelas laterais.

A embalagem deve ser utilizada:

- 1- Na forma de cilindro durante as etapas de transporte do produto da fábrica para as revendas. Sua forma compacta reduz o volume para o transporte dentro das embalagens a granel (caixas de papelão da fábrica contendo centenas de unidades);
- 2- Armazenamento do produto no estoque das revendas;
- 3- Embrulho ou embalagem de presente e deslocamento do cliente com o produto (sem necessidade de uma sacola);
- 4- *Ecobag* para uso posterior pelos clientes, evitando o descarte da embalagem. Através de uma operação simples o cliente monta sua própria *ecobag*. A operação consiste em dobrar o tecido ao meio e costurar suas bordas usando os cordões verdes através de furos pré definidos.

Com o tempo o papel se desgastará revelando a arte escondida por trás do papel e atualizando o visual da *ecobag*.

5. Considerações Finais

Ao final do processo, verificou-se que a proposta atende de forma satisfatória os três conceitos fundamentais do ecodesign: Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Reduzir a medida em que se diminui a necessidade de diferentes embalagens para transporte, armazenamento e presente.

Reduzir o próprio processo de fabricação da embalagem em si, sem costura, cola ou dobra. Redução também do processo de impressão uma vez que o material escolhido, de fontes recicladas, apresenta um alto valor estético que dispensa maiores aplicações gráficas.

E finalmente, reutilizar, uma vez que fornece ao consumidor final uma embalagem que se transforma em *ecobag*.

Assim, através deste exercício de criação de embalagem, é possível verificar que a questão ambiental deve estar embutida no processo criativo do designer e que o seu papel é de extrema relevância ao tema, devendo fazer parte do dia-a-dia dessa profissão.

Referências Bibliográficas

ABRE – Associação Brasileira de Embalagem. Disponível em: <<http://www.abre.org.br/>> Acesso em: 25.08.2011.

KARLSSON, R.; LUTTROPP, C. Ecodesign: what's happening? An overview of the subject area of Ecodesign and the papers in this special issue. **Journal of Cleaner Production**, v. 14, p. 1291-1298, 2006.

MARSHALL, Rebecca Cole. **Paper No. 9**. Disponível em: <<http://www.paper-no9.com/>>

Acesso em: 13.06.2011.

NIEMEYER, Carla. Embalagem. **Marketing no Design Gráfico**, p. 33-34. Rio de Janeiro: 2AB, 2002, 3ª edição.

QUARTIM, Elisa. **MIHO – Embalagem de vestido feito com garrafa**. Embalagem Sustentável, 2010. Disponível em: <<http://embalagensustentavel.com.br/2010/09/21/miho-embalagem-garrafa-reciclada/>> Acesso em: 10.06.2011.

QUARTIM, Elisa. **Paper No. 9, acessórios feitos com papelão**. Embalagem Sustentável, 2011. Disponível em: <<http://embalagensustentavel.com.br/2011/05/31/paper-no9/>> Acesso em: 10.06.2011.

Reviverde. **Os três R's do consumo sustentável**. Disponível em: <<http://www.reviverde.org.br/>> Acesso em: 25.08.2011.

Anexos

1. Coloque a regata em cima da embalagem de forma plana



2. enrole



3. Amarre as extremidades



5. Ao invés de descartar a embalagem...

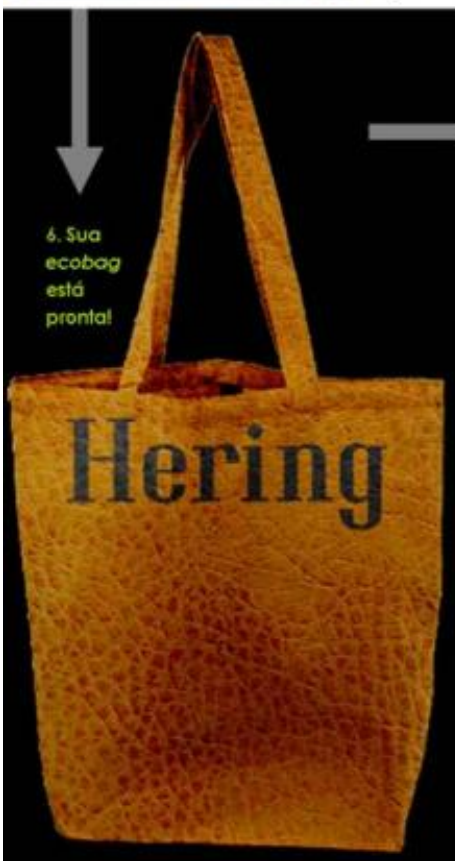
5.1 Dobre o tecido ao meio;
5.2 Passe os cordões da amarração nos buracos das extremidades de baixo para cima, como se fosse um tênis. Quando chegar ao topo, dê um nó ou laço.

4. A embalagem pode ser usada:

4.1 como tubo para armazenagem em estoque e no transporte;



4.2 como bolsa para embrulho de presente e locomoção.



6. Sua ecobag está pronta!

7. Com o tempo o papel se desgastará, renovando o visual da sua ecobag.



