

EMBALAGENS DE VIDRO PARA PRODUTOS ALIMENTÍCIOS: PADRONIZAÇÃO E ESPECIFICAÇÃO JUNTO À ABNT

Sandra B. M. Jaime

O segmento de embalagens de vidro vem constantemente procurando inovar e apresentar novas categorias de produtos. No Brasil, o setor de embalagens correspondeu a uma participação de 31,1% do faturamento total do setor vidreiro, tendo apresentado um faturamento de R\$ 829 milhões em 2001, perfazendo um crescimento de 7,5% sobre o ano de 2000, embora tenha apresentado uma redução de 3,0% na produção em relação ao mesmo ano, variando de 911 mil toneladas em 2000 para 883 mil toneladas em 2001 (ABIVIDRO, 2003).

O desenvolvimento de um novo segmento de bebidas, chamada Ice ou Álcool Pop (uma mistura à base de destilados com sucos ou refrigerantes) introduzida a menos de dois anos no Brasil e contando com mais de 20 marcas no mercado nacional, vem impulsionando o setor vidreiro, além de novos lançamentos no setor cervejeiro, com a evolução de marcas premium em garrafas tipo long neck (REAÇÃO..., 2003). Outros exemplos que podem ser apontados é que, dependentemente da classe de produtos, os consumidores identificam ou associam o produto alimentício à embalagem de vidro, favorecendo a consolidação desta classe de produto no vidro, com novos lançamentos no setor (MISSÃO:..., 2002). Novos mercados também estão sendo explorados para as embalagens de vidro, com o desenvolvimento de uma garrafa de vidro verde para vinagre, com design inspirado nas garrafas de vinhos franceses produzidos em Bordeaux (HABERLI, 2002). O segmento de sucos prontos pode ser apontado também como novas oportunidades para o vidro, que pode ser trabalhado para o desenvolvimento de embalagens com design próprio e com formatos diferenciados (KAMIO, 2002). As categorias de produtos tais como sucos naturais e chás impulsionaram também o crescimento do setor de embalagens de vidro nos Estados Unidos (FOCUS..., 2002).

Com o pensamento voltado cada vez mais ao desenvolvimento tecnológico e à garantia de qualidade, em dezembro de 2002 foi publicada junto à Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT a norma NBR 14910 Embalagens de vidro para produtos alimentícios: Requisitos e métodos de ensaio (ABNT NBR 14910, 2002).

Este trabalho foi iniciado em abril de 1999, inicialmente com a participação das principais vidrarias, sob a coordenação do CETEA, com o objetivo de padronizar as especificações e metodologias de ensaios de embalagens de vidro para produtos alimentícios entre as empresas fabricantes deste tipo de embalagem. Deste trabalho foi gerada uma Minuta de Norma e, posteriormente, com a reativação da Comissão de Estudos CE 23.004.02 Embalagens de Vidro para Alimentos do CB 23 - Comitê Brasileiro de Embalagem e

Acondicionamento da Associação Brasileira de Normas Técnicas ABNT, foi transformada em Projeto de Norma.

A ABNT NBR 14910 (2002) especifica as características dimensionais, físicas e de resistência mecânica, os procedimentos de inspeção e critérios de aceitação e rejeição, assim como as metodologias de ensaio que devem ser observadas na produção, movimentação e utilização de embalagens de vidro destinadas ao acondicionamento de produtos alimentícios. As embalagens de vidro constituídas por potes, garrafas, frascos e copos destinados ao acondicionamento de produtos alimentícios processados termicamente (esterilização, pasteurização ou enchimento a quente), produtos não processados termicamente e bebidas não-carbonatadas e não-alcoólicas fazem parte da abrangência desta Norma. A Norma apresenta ainda uma descrição das classes de não-conformidades visuais a serem adotadas para este tipo de embalagem e os NQA's (Nível de Qualidade Aceitável) estabelecidos.

Outros trabalhos similares foram anteriormente realizados em parceria do CETEA com a iniciativa privada e outros órgãos públicos, destacando-se o desenvolvimento da garrafa retornável, com capacidade de 635mL, para uso exclusivo para cerveja, além do Código de Auto-regulamentação de Bebidas Carbonatadas Acondicionadas em Vasilhames de Vidro, em vigor como Portaria nº1 de 13 de março de 1997, contendo normas e procedimentos que evitem a incorporação de danos físicos capazes de reduzir, de forma anormal, a resistência mecânica da embalagem de vidro durante as fases de distribuição e comercialização relacionadas ao manuseio do produto engarrafado. Neste ano, no âmbito da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, estão sendo realizadas ainda outras atividades envolvendo a padronização de frascos de vidro para produtos farmacêuticos.

Com o objetivo de apresentar ainda alguns desenvolvimentos internacionais encontram-se a seguir em destaque as embalagens de vidro para produtos alimentícios premiadas através do "Clear Choice Awards" do Glass Packaging Institute - GPI nos Estados Unidos.

Na categoria bebidas não-carbonatadas, os destaques foram para os produtos Fuze e Mystic Zotics das empresas Fuze Beverage Inc. e Cadbury/Snapple. Com design inovador e suave, associado à utilização de cores vibrantes, a embalagem usada no acondicionamento do produto Fuze transmite um aspecto saudável e refrescante, com forte apelo visual e atrativo, que fizeram dobrar o índice de vendas do produto no último ano (Figura 1). No caso da embalagem para o produto Mystic Zotics, foi desenvolvida uma garrafa com corpo em formato triangular, criando uma imagem exclusiva e com rótulos específicos para cada sabor, exibindo a área do mundo onde a fruta é originária (Figura 2). Outra embalagem premiada foi o produto Old El Paso's Salsa, produzido pela General Mills, que foi re-introduzido em uma embalagem requintada desenvolvida com ênfase em estudos mercadológicos voltados à facilidade de dosagem do produto ("pourability") e design ergonômico ("gripability"). O vidro incolor e o rótulo reduzido permitem uma boa visualização da coloração e frescor do produto, que vem ganhando, cada vez mais, boa parte do mercado deste segmento (Figura 3) (Glass Packaging Institute, 2003).



Figura 1. Fuze da Fuze Beverage Inc.



Figura 2. Produto Mystic Zotics da Cadbury/Snapple.



Figura 3. Produto Old El Paso's Salsa produzido pela General Mills.

Pode-se ainda observar nas embalagens a forte tendência de uso de rótulos cada vez mais atraentes, com forte apelo visual, seja do tipo auto-adesivo (em alguns casos, o no-label-look) ou termoencolhível.

Assim, a opção do setor de embalagens de vidro para atuar cada vez mais no segmento de produtos alimentícios, encontra-se na habilidade das empresas em criar embalagens com design diferenciado/personalizado ou embalagens standard com rótulos atraentes, não se esquecendo de levar em consideração o aspecto praticidade, especialmente com relação ao sistema de fechamento, aliado ao fator qualidade e custos competitivos.

Referências Bibliográficas

ABIVIDRO Desempenho global do setor vidreiro 2001. Disponível na internet: <<http://www.abividro.org.br/dados.asp>> Acesso em 07 março 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS ABNT. **Embalagens de vidro para produtos alimentícios - Requisitos e métodos de ensaio - NBR 14910**. Rio de Janeiro: ABNT, 2002. 24p.

BRASIL. Ministério Público da União. Portaria n.1, de 13 de março de 1997. Código de auto-regulamentação para a produção, engarrafamento, circulação, estocagem e comercialização de bebidas carbonatadas (cervejas e refrigerantes) em vasilhames de vidro. **Diário Oficial** [da República Federativa do Brasil]: Brasília, 1997. Seção 1, n.22797.

FOCUS on the USA The United States glass container industry. **Glass International**, May/June, 2002. Disponível na internet: <<http://www.gpi.org/focus.doc>> Acesso em: 07 março, 2003.

Glass Packaging Institute. **2002 Clear choice awards**. Disponível na internet: <<http://www.gpi.org/awards.html>>. Acesso em 07 março, 2003.

HABERLI, L. Além da saladinha Cartelo lança vinagre balsâmico em embalagem premium. **EmbalagemMarca**, São Paulo, p.14, junho 2002.

KAMIO, G. Disputas sem fim. **EmbalagemMarca**, São Paulo, p.12-17, outubro 2002.

MISSÃO: atender o consumidor. **EmbalagemMarca**, São Paulo, p.8-10, junho 2002.

REAÇÃO à vista. **Embanews**, São Paulo, v.13, n.150, p.24, 26, 28, 30, 34, janeiro 2003.