
INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NA FABRICAÇÃO DE EMBALAGENS DE VIDRO

Um dos principais temas analisados durante o III Ciclo de Debates do CETEA, realizado de 22 a 24 de maio p.p. no ITAL, referiu-se às inovações tecnológicas verificadas na fabricação de embalagens de vidro para alimentos e bebidas.

Os dois palestrantes convidados apresentaram, de forma objetiva e com alto conteúdo técnico, os principais avanços verificados no processo de fabricação de embalagens de vidro, com especial ênfase à atual tendência de redução de peso dos recipientes descartáveis. O constante e intenso aprimoramento das diferentes etapas que constituem o processo de produção está alicerçado em quatro áreas mais importantes: a elaboração do vidro (composição); o processo de fusão (desempenho dos fornos); o processo de formação (moldagem) e os conceitos e métodos de avaliação da resistência físico-mecânica.

Para que fosse atingido o alto nível de evolução tecnológica hoje verificado, a indústria vidreira, em especial, nos países desenvolvidos, tem investido maciçamente em pesquisa e desenvolvimento, aprimorando processos e utilizando cada vez mais os recursos de informática e automação hoje disponíveis.

Por meio desta filosofia de adequar o conceito de embalagem "tradicional e nobre" às atuais necessidades de conveniência, segurança, produtividade e economia, o setor vidreiro tem obtido sucesso em termos mundiais e incrementado significativamente a competitividade das embalagens de vidro para alimentos e bebidas.

São inúmeros os exemplos já consolidados de inovações tecnológicas que possibilitaram a "evolução" do recipiente de vidro, em especial no segmento de garrafas descartáveis associadas às excelentes características de reciclabilidade do material. Entretanto, segundo alguns especialistas, falta no Brasil uma melhor integração entre os fabricantes de embalagens de vidro e os de tampas. Verifica-se nitidamente a carência de sistemas de fechamento mais avançados e que possam atender às exigências de um mercado dinâmico e altamente competitivo.

O vidro como "ferramenta de marketing" é considerado componente indispensável à adequação da embalagem às exigências do consumidor contemporâneo. A crescente demanda por qualidade e conveniência implica em maiores gastos com pesquisa e desenvolvimento.

A partir dos resultados obtidos com esses investimentos, adquire-se maior competitividade e, conseqüentemente, maior poder de venda nos atuais sistemas de comercialização, onde a "preferência do consumidor" passou a desempenhar uma função estratégica para a moderna indústria alimentícia ou das bebidas.

Finalmente, como importante fator restritivo para o aumento no consumo de embalagens, deve-se mencionar a crescente tendência de controle, via sociedade ou legislação governamental, de alguns materiais já consolidados e que apresentam problemas de natureza ambiental.

Desta forma, a preocupação com reciclabilidade e eliminação de resíduos sólidos passou a ser comum ao segmento de embalagens para produtos alimentícios e bebidas, gerando novos parâmetros de análise até então marginais. Com isso, criam-se novas perspectivas de aplicação para as embalagens de vidro, visto tratar-se de material totalmente reciclável.

ORTIZ, Sylvio Alves
