

## RELATO DE EXPERIÊNCIA

### A EMBALAGEM COMO ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO DOS PRODUTOS<sup>52</sup>

**Josianny Alves Boêno**

Doutora/IF Goiano  
josiannyb@hotmail.com

**Erlon Alves Ribeiro**

Mestre/IF Goiano  
erlonalri@gmail.com

**Jussara de Fátima A. C. Oliveira**

Doutora/IF Goiano  
jussara.oliveira@ifgoiano.edu.br

**Paula Medeiros Costa**

Mestranda/IF Goiano  
paula.costa@ifgoiano.edu.br

## RESUMO

Este trabalho refere-se a uma atividade interdisciplinar desenvolvida pelas professoras das disciplinas de Embalagens e Aditivos e de Língua Portuguesa com os alunos do 3º ano do Curso Técnico em Agroindústria, na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (PROEJA), do IF Goiano, Câmpus Morrinhos. A turma foi dividida em grupos, que deveriam desenvolver uma embalagem para alimentos. Essa embalagem, além de atender às exigências previstas por lei, deveria considerar os aspectos estéticos e ergonômicos, com o menor custo possível. Os alunos tiveram, também, que fazer a composição nutricional do produto, utilizando o método de comparação recomendado pela ANVISA. Em seguida, foi realizado um seminário para apresentação do trabalho. As embalagens mostraram ser de boa qualidade, práticas, atrativas, atendendo à legislação vigente. Com esse trabalho, foi possível integrar a teoria e a prática, realizar a contextualização dos conteúdos das disciplinas envolvidas, além da interdisciplinaridade entre os conteúdos inerentes ao curso.

**Palavras-chave:** Educação de jovens e adultos. Embalagem de Alimentos. Interdisciplinaridade. Contextualização.

## ABSTRACT

*This work refers to an interdisciplinary activity developed by teachers in the disciplines of Packaging Additives and Portuguese with the students from the 3rd year of the Technical Course in Agribusiness, in the form of Youth and Adult Education (PROEJA), from IF Goiás, Morrinhos Campus. The class was divided*

---

<sup>52</sup> **Agradecimentos:** Aos alunos do 3º ano do Curso Técnico em Agroindústria, na modalidade Proeja, do Instituto Federal Goiano - Câmpus Morrinhos. À nutricionista do Instituto Federal Goiano - Câmpus Morrinhos, Paula Medeiros da Costa, pela disponibilidade em avaliar os trabalhos.

*into groups, which should develop a food package. This package, in addition to meeting the requirements laid down by law, should consider the aesthetic and ergonomic aspects, with the lowest possible cost. The students had also to do the nutritional composition of the product, using the comparison method recommended by ANVISA. Then, a seminar was held to present the work. The packages have shown to be of good quality, practical, attractive, meeting the current legislation. With this work, it was possible to integrate theory and practice, perform the contextualization of the disciplines involved, in addition to the inherent interdisciplinarity between the course content.*

**Keywords:** *Youth and Adults Education. Food Packaging. Interdisciplinarity. Contextualization.*

## **Introdução**

O consumidor tem cada vez mais procurado por refeições prontas. A busca por produtos com características de praticidade vem mostrando crescimento de consumo acima da média de demanda da população brasileira. Isso indica que as empresas de alimentos e, particularmente, a indústria de embalagens, devem concentrar esforços no sentido de acompanhar a evolução da demanda desses produtos.

A inovação em embalagem é um poderoso recurso de marketing. Novos materiais, novos processos, novos sistemas de aberturas, de dosagem, de exposição são diferenciais que causam impacto no consumidor. O design de embalagem vende, diferencia, identifica e encanta, é a “última” peça de comunicação ao alcance do cliente ou consumidor antes da compra, ou seja, a embalagem é a peça de comunicação que está mais presente no processo de decisão de compra/consumo (MESTRINER, 2002).

De acordo com Santos e Castro (1998), a embalagem posiciona o produto para enfrentar a concorrência, cria e reforça a imagem e contribui decisivamente para aumentar o lucro. A embalagem pode representar, portanto, o fator de diferenciação entre vários produtos da mesma categoria, oferecendo importante vantagem competitiva. Seragini (2006) destaca a importância das embalagens no sentido de gerar a identidade do produto, ao mesmo tempo em que funciona como um poderoso instrumento de venda e marketing.

Seragini (1995) acredita que a embalagem pode ser o diferencial na escolha do produto. As embalagens apresentam uma ampla variedade de formas, modelos e materiais, praticamente todos os produtos são embalados, seja na sua forma final ou intermediária de fabricação e transporte. Mestriner (2002) complementa que a embalagem influencia pela forma, pela cor, pela marca, pelas imagens relacionadas e pelo rótulo. Através desses pontos, mostra personalidade, desperta desejo, busca impacto visual, sensações, inspiração, conscientização ecológica e status.

Com a diversidade de produtos existentes no mercado, o cliente pode sentir-se indeciso, tornando-se cada vez mais exigente em relação às embalagens dos produtos alimentícios, fazendo com que haja alterações no próprio conceito de embalagens. Dessa forma, durante o processo de desenvolvimento das embalagens é preciso combinar praticidade e conveniência, além do impacto visual atraente e ambiental.

O impacto da embalagem no incremento das vendas e no aumento da competitividade é um aspecto levado em conta pelas empresas, tanto que, sendo tradicionalmente orientada para a produção e a distribuição, a indústria de embalagens está passando a direcionar suas

estratégias para o consumidor final. Especialmente os rótulos dessas embalagens adicionam um valor que ajuda as empresas a diferenciar seus produtos e a aumentar o valor da marca entre os consumidores finais (SILVEIRA NETO; FIOD NETO, 2001).

Além de fornecer detalhes básicos como peso, ingredientes e instruções, de acordo com regulamentações governamentais, o rótulo possui a função de despertar a atenção e o desejo de compra do consumidor, tornando-se, muitas vezes, o sinônimo da marca (SILVEIRA NETO; FIOD NETO, 2001).

Diante de um mercado consumidor cada vez mais exigente, a busca pela “embalagem ideal”, que atenda às necessidades do produto como conter, proteger e transportar, além de conservar, expor e vender, passou a ser um desafio para profissionais de diferentes áreas.

Nós professores, muitas vezes ficamos presos ao que é ditado pelos livros didáticos ou pelos currículos rígidos, predeterminados e fechados, que a maioria das escolas possui, e acabamos por esquecer o papel que temos na sala de aula e na formação de nossos alunos.

Campos (2005) diz que muitas práticas pedagógicas se restringem ao livro didático. “O professor adota um livro e aí encontra tudo: teoria e exercícios devidamente calculados para lhe ocupar todo e somente o tempo de que dispõe” (CAMPOS, 2005, p. 1). Não basta a um profissional da educação ter um bom conhecimento de seu trabalho se não souber colocá-lo em prática. Para muitos educadores e escolas, mudar a prática pedagógica é um obstáculo a enfrentar, pois sair do habitual provoca certa insegurança.

Apesar de conceitos como contextualização, temas transversais e interdisciplinaridade estarem presentes na vida de cada professor, torná-los parte do contexto de sala de aula ainda é um desafio que tem que ser discutido tanto na formação inicial quanto na formação continuada.

O tratamento contextualizado do conhecimento é o recurso que a escola tem para retirar o aluno da condição de espectador passivo (BRASIL, 1998). A contextualização visa dar significado ao que se pretende ensinar para o aluno, auxilia na problematização dos saberes a ensinar, fazendo com que o aluno sinta a necessidade de adquirir um conhecimento que ainda não tem (RICARDO, 2003).

Contextualização curricular é fundamental para motivar nossos alunos. Se, como educadores, conseguirmos levar para a sala de aula situações que permitam ao educando estabelecer relações com sua vida e, conseqüentemente, identificar-se com os conteúdos, conseguiremos maior interação com a turma. A escola deve contribuir para a formação do aluno vendo-o como pessoa, crítico e reflexivo frente à realidade em que vive. Portanto, as várias estratégias de ensino devem permitir

a significação da aprendizagem, e a contextualização mostra-se como uma boa possibilidade de dinamizar o ensino, envolvendo mais os alunos com um conhecimento científico relacionado ao seu cotidiano.

Sabendo disso, o objetivo do trabalho desenvolvido foi considerar os interesses da vida profissional dos alunos para além das práticas habituais, em que cada disciplina é ministrada de forma isolada e adotando um livro, e mostrando como alternativa a associação de disciplinas da área técnica (Embalagem e Aditivos) e também do núcleo comum (Língua Portuguesa). Além disso, a experiência permitiu estimular a discussão das recentes tendências do mercado de alimentos, relacionadas às embalagens utilizadas, e desenvolver para produto alimentício uma embalagem que fosse a mais próxima do ideal, para uma empresa fictícia.

## **Materiais e métodos**

Para alcançar o objetivo esperado neste trabalho foi proposto que os alunos do 3º ano do Curso Técnico em Agroindústria do Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Jovens e Adultos (PROEJA), do Instituto Federal Goiano, Câmpus Morrinhos, da disciplina Embalagem e Aditivos e Língua Portuguesa, desenvolvessem uma embalagem de alimentos que, além de atender às exigências previstas por lei, deveria considerar os aspectos estéticos e ergonômicos com o menor custo possível. A embalagem desenvolvida deveria atender às especificações corretas para cada tipo de alimento e processamento, observando a proteção do produto alimentício de fatores como oxigênio, luz, umidade, absorção de odores estranhos, perda de valor nutricional e de aroma e contaminação microbiológica, permitindo que ele atinja a vida útil desejada.

A turma foi dividida em quatro grupos de até seis alunos, estimulados a elaborar uma embalagem de alimentos que fosse a mais próxima do ideal, para uma empresa fictícia. Além disso, tiveram que fazer o cálculo das informações nutricionais conforme orientações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA, 2005), tendo como referência a Tabela Brasileira de Composição de Alimentos (NEPA-UNICAMP, 2006). Caso não fosse encontrada a composição do ingrediente nessa tabela, poderia ser feita uma pesquisa em literatura especializada.

Os alunos também deveriam escolher o material para a embalagem assegurando-se de que ele fosse compatível com o alimento e não se tornasse um veículo de contaminação, tendo-se em conta que os materiais de embalagem não são totalmente inertes e podem transferir substâncias para o alimento.

Ao mesmo tempo, a professora de Língua Portuguesa ministrou

aulas sobre preparação de apresentação de trabalhos e organização de seminários, seguindo as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas, além de ser indicada a melhor forma de apresentação de textos nos rótulos das embalagens. Ao final do semestre letivo, houve a apresentação dos seminários pelos grupos de alunos e entrega de trabalho escrito, que foram avaliados pelas professoras das disciplinas de Embalagem e Aditivos, de Língua Portuguesa, pela nutricionista da Instituição e pelos próprios alunos.

## **Resultados e discussão**

Os grupos de alunos desenvolveram quatro embalagens, cada uma com as características próprias e com produtos diferenciados: massa fresca de pastel, quibe congelado, pão de queijo congelado e sonho. Cada grupo destacou, durante o seminário apresentado, uma característica da embalagem desenvolvida, como: baixo custo, serem ecologicamente corretas, praticidade e embalagens com porções individuais de alimentos. As mesmas mostraram ser de boa qualidade, práticas, atrativas para o consumidor, atendendo à legislação vigente e ideal para a proteção e conservação dos alimentos. Além disso, informam ao consumidor a composição nutricional do produto (cálculo ensinado durante as aulas de Embalagem e Aditivos) e modo de preparo. Na figura a seguir é possível observar duas embalagens desenvolvidas pelos grupos.



**FIGURA 1:** Frente da embalagem de sonho e frente e verso da embalagem de pão de queijo congelado.

Segundo os alunos, a experiência desse tipo de trabalho foi interessante porque foi dada a eles a oportunidade de exercer sua criatividade, aplicando conhecimentos da área de Língua Portuguesa e de Embalagem e Aditivos no desenvolvimento das embalagens e de seus rótulos. Como os alunos tiveram que produzir essas embalagens, eles tiveram a oportunidade de perceber o custo real de sua produção e perceber a importância de reduzir esse custo sem diminuir a qualidade do produto final apresentado ao consumidor. Além disso,

despertou possíveis iniciativas de empreendedorismo, já alguns alunos demonstraram o desejo de criar suas próprias empresas, onde poderiam ser utilizadas as embalagens que foram desenvolvidas nesse trabalho.

## **Considerações Finais**

A associação entre as disciplinas da área técnica e núcleo comum do Curso Técnico em Agroindústria, na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (PROEJA), do IF Goiano, Câmpus Morrinhos, mostrou ser atrativa aos alunos, pois motivou-os aos estudos e despertou o interesse no desenvolvimento da embalagem mais próxima do ideal. Acreditamos que isso ocorreu porque foram considerados os interesses da vida profissional dos alunos no desenvolvimento das aulas, saindo do habitual, em que cada disciplina era ministrada de forma isolada e restrita ao livro didático.

Além disso, o debate das recentes tendências do mercado de alimentos relacionadas às embalagens produzidas, durante o seminário realizado pelos alunos, foi bastante produtivo.

Como resultado, as embalagens propostas pelos alunos podem atender à demanda das empresas. Os alunos entenderam que quando as empresas se preocupam com os desejos do consumidor e com as tendências do mercado, elas alcançam vantagens competitivas, sejam elas relacionadas diretamente ao mercado ou à aplicação tecnológica.

Hoje, não basta a embalagem ser bonita, inviolável ou simplesmente preservar o sabor e frescor dos alimentos. O conceito de embalagens se ampliou, ganhando status de produto, sendo capaz de comunicar a mesma linguagem de conveniência onde quer que ela vá. Com isso, podemos perceber que a embalagem cresce como fator de venda do produto, agregando-lhe valor e diferenciais que o distinguem dos concorrentes.

Durante o processo de criação percebemos também que houve preocupação com a conservação dos recursos naturais e minimização de impactos ambientais, através do uso de embalagens ecologicamente corretas.

Por fim, ressalta-se mais uma vez a concepção de que a embalagem deve ser a mais próxima do ideal. Além de atender às exigências previstas por lei, é preciso considerar os aspectos estéticos e ergonômicos com o menor custo possível. Dessa forma, a estratégia de diferenciação do produto através da embalagem representa uma ferramenta valiosa no atendimento das exigências mercadológicas atuais.

## REFERÊNCIAS

ANVISA. **Rotulagem nutricional obrigatória:** manual de orientação às indústrias de alimentos – 2º versão/Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Universidade de Brasília – Brasília: Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Universidade de Brasília, 2005. 44p.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais:** introdução aos Parâmetros Curriculares Nacionais. Brasília: MEC/SEF, 1998.

CAMPOS, M. T. R. A. **Materiais didáticos e formação do professor.** Consultoria da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo. 2005. Disponível em: <<http://www.tvebrasil.com.br/salto/boletins2001/em1/em1txt3.htm>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

MESTRINER, F. **Design de embalagem:** curso básico. 2. ed. São Paulo, SP: Makron Books; Pearson Education do Brasil, 2002.

NEPA-UNICAMP. **Tabela brasileira de composição de alimentos.** Versão II. 2. ed. Campinas, SP: NEPA-UNICAMP, 2006. 113p.

RICARDO, E.C. Implementação dos PCN em sala de aula: dificuldades e possibilidades. **Caderno Brasileiro de Ensino de Física.** Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 8-11, 2003.

SANTOS, R.C., CASTRO, V.M.F. Uma proposta sistêmica para o desenvolvimento de embalagens. **Revista de Administração de Empresas.** São Paulo, v. 38, n. 2, p. 26-35, 1998.

SERAGINI, L. Meta: criar gestores de embalagem. **Embalagem Marca,** São Paulo, ano 6, n. 79, p. 85 – 88, mar. 2006.

\_\_\_\_\_. Packing design. In: **Alimentec 95.** Packing Trends, São Paulo, p.85 – 88, 1995.

SILVEIRA NETO, Walter Dutra da; FIOD NETO, Miguel. **Avaliação visual de rótulos de embalagens.** Florianópolis, SC, 2001. 111 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PEPS1301-D.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

*Recebido em: 18/03/2013*

*Aprovado em: 18/07/2013*