

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Aline Rodrigues Botelho

**Embalagens e produtos para
cuidado com as roupas:
uma análise da percepção ecológica no
discurso dos consumidores**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-
Graduação em Design do Departamento de Artes &
Design da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Alfredo Jefferson de Oliveira

Rio de Janeiro
Abril de 2012



Aline Rodrigues Botelho

**Embalagens e produtos para
cuidado com as roupas:
uma análise da percepção ecológica no
discurso dos consumidores**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Design. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Alfredo Jefferson de Oliveira

Orientador

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Profa. Vera Lucia Moreira dos Santos Nojima

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Profa. Claudia Rocha Mourthé

Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

Profa. Denise Berruezo Portinari

Coordenadora Setorial do Centro de Teologia
e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 09 de Abril de 2012

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Aline Rodrigues Botelho

Graduou-se em Desenho Industrial com habilitação em Programação Visual pela Universidade Federal do Espírito Santo, Ufes, em 2008.

Ficha Catalográfica

Botelho, Aline Rodrigues

Embalagens e produtos para cuidado com as roupas: uma análise da percepção ecológica no discurso dos consumidores / Aline Rodrigues Botelho ; orientador: Alfredo Jefferson de Oliveira. – 2012.

157 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2012.

Inclui bibliografia

1. Artes e design – Teses. 2. Consumo. 3. Produtos para o cuidado com a roupa. 4. Embalagens. 5. Sustentabilidade. 6. Design. I. Oliveira, Alfredo Jefferson de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes & Design. IV. Título.

CDD: 700

Para os que sempre acreditaram.

Agradecimentos

Em primeiro lugar a Deus por me permitir mais esta conquista.

A meu orientador, pelas indicações, experiências e incentivos.

À PUC-Rio e a CAPES pelas bolsas concedidas.

Aos meus pais, Marco e Lucia, por todo amor, apoio e compreensão incondicional

Ao meu irmão Thomaz, por toda ajuda direta e indiretamente

A minha amiga Monica, por esses dois anos de paciência, parceria e grandes lições.

Ao meu amigo Thiago, pelas leituras, conversas, fotografias e apoio nos piores momentos.

A minha prima Marcia, pela disponibilidade sem igual e que, sem sua ajuda certamente teria me faltado muita coragem.

A minha prima Isabela pelo carinho, atenção e muitas correções e opiniões.

As minhas amigas de mestrado, Chiara e Jucélia, pelas conversas de incentivo e tranquilidade.

A minha amiga Leilane pela presteza e disponibilidade sempre.

Aos entrevistados, pelo convite aceito, disponibilidade em ajudar e contribuir com meu projeto através de suas experiências.

Aos meus amigos, que direta ou indiretamente acompanharam e incentivaram minha trajetória. E ainda compreenderam minha total falta de atenção.

Às professoras que gentilmente aceitaram participar da comissão examinadora.

E aos funcionários do Departamento de Artes e Design, pelos constantes auxílios.

Resumo

Botelho, Aline Rodrigues; Oliveira, Alfredo Jefferson de (orientador). **Embalagens e produtos para cuidado com as roupas: uma análise da percepção ecológica no discurso dos consumidores.** Rio de Janeiro, 2012. 157p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta dissertação tem como foco principal investigar de que maneira os consumidores avaliam os produtos disponíveis no mercado e quais critérios utilizam para efetuar sua compra, limitando o estudo apenas aos produtos para cuidados com as roupas. Por ter um enfoque na sustentabilidade, o nicho de consumidores se restringiu aos que se identificam com algum tipo de ação relacionada ao meio ambiente. Em um primeiro momento, foi realizada uma pesquisa de caráter qualitativo, com onze participantes. Esta entrevista se deu com o intuito de investigar o que os consumidores avaliavam como critério de escolha, na hora da compra. Em um segundo instante, foi realizado outro estudo, com os mesmos participantes, buscando entender qual a referência do termo sustentabilidade, para eles e, ainda, como relacionam os critérios citados na primeira entrevista com as marcas e seus respectivos produtos. Os depoimentos revelaram que os quesitos de sustentabilidade e de produtos ditos ecológicos revelados na primeira entrevista, na maioria das vezes, funcionam apenas como conceituação, visto que ao se depararem com a imagem das marcas ou de seus produtos, tais características não são percebidas ou mencionadas.

Palavras-chave

Consumo; produtos para o cuidado com a roupa; embalagens; sustentabilidade; design.

Abstract

Botelho, Aline Rodrigues; Oliveira; Alfredo Jefferson de (Advisor). **Packings and products for cloth care: an analysis of the ecological perception on the consumers discourse.** Rio de Janeiro, 2012. 157p. Dissertation - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The main focus of this dissertation is, to investigate in which way the consumers evaluate the products available in the market and what criteria they use to make their decision, limited only to cloth care products. By having its focus on sustainability, the consumer niche was restricted to the ones that identify themselves with some kind of action related to the environment. At first, was carried a qualitative research, with eleven participants. This interview was done with the intention of investigating what the consumers evaluate as choice criteria, at the time of purchase. In a second moment, another study was conducted, with the same participants, seeking to understand what is their reference to the term sustainability, and also how they relate the criteria mentioned in the first interview with the brands and their respective products. The statements revealed that, the questions of sustainability and of products claimed to be ecological revealed in the first research, most of the times work only as conceptualization, since, when confronted with the image of the brands or their products, such questions are not perceived or mentioned.

Keywords

Consumption; cloth care products; packing; sustainability; design.

Sumário

Apresentação	8
1 Introdução	9
1.1. Estrutura da dissertação	13
2 Análise do consumo	15
2.1. O consumo brasileiro	18
2.2. Nova vertente de consumo: o consciente	22
3 Impactos ambientais e design sustentável	26
3.1. Breve panorama da sustentabilidade	30
4 Produtos e Embalagens	37
4.1. Requisitos para aplicar a sustentabilidade	41
4.2. Alternativas de baixo impacto	44
5 Produtos para cuidado com a roupa	48
5.1. Perfil dos fabricantes	49
5.1.1. Embalagens	51
5.1.2. Rótulo	52
5.1.3. Transporte	52
5.1.4. Biodegradabilidade	53
5.2. Análise dos fabricantes	53
5.2.1. Bombril	53
5.2.1.1. Mon Bijou	54

5.2.1.2. Ecobril	56
5.2.2. Cassiopéia	60
5.2.2.1. Biowash	60
5.2.3. Procter & Gamble - P&G	62
5.2.3.1. Ace	63
5.2.3.2. Ariel	65
5.2.4. Unilever	66
5.2.4.1. Comfort	68
5.2.4.2. Fofó	71
5.2.4.3. Omo	73
5.2.4.4. Surf	75
5.2.5. Ypê	77
5.2.5.1. Tixan Ypê	77
5.2.5.2. Amaciante Ypê	79
5.2.5.3. Ypê Premium	80
6 Posicionamento dos consumidores: pesquisa de campo	83
6.1. Metodologia de Explicitação do Discurso Subjacente (MEDS)	83
6.1.1. Objetivo	83
6.1.2. Sujeitos	83
6.1.2.1. Critério de seleção dos entrevistados	84
6.1.2.2. O anonimato dos entrevistados	85
6.1.2.3. Abordagem dos participantes	85
6.1.2.4. Escolha do ambiente: real x virtual	86
6.1.3. Entrevista piloto e roteiro	87
6.1.4. Coleta de dados	88
6.1.5. Análise do material	89
6.2. Resultado da pesquisa de campo	90
6.2.1. Apresentação dos entrevistados	90
6.2.2. Eixo temático 1: consumo	91
6.2.2.1. Produtos escolhidos	91
6.2.2.2. Tradição no cuidado com a roupa	92
6.2.2.3. O uso do amaciante	92

6.2.2.4. Novidade atrelada à satisfação	93
6.2.3. Eixo temático 2: critérios para o consumo	94
6.2.3.1. Preço	94
6.2.3.2. Perfume	96
6.2.3.3. Facilidade no trabalho	96
6.2.4. Eixo temático 3: embalagem	97
6.2.4.1. Aspecto visual	97
6.2.4.2. Tamanho	98
6.2.4.3. Refil, Reciclável, Reutilizável	98
6.2.5. Eixo temático 4: produtor	99
6.2.5.1. Conhecimento da marca	99
6.2.5.2. Posicionamento dos fabricantes	100
6.2.6. Eixo temático 5: maneiras de buscar informações sobre o produto	101
6.2.6.1. Propaganda	102
6.2.6.2. Rótulo	103
6.2.7. Eixo temático 6: meio ambiente	104
6.2.7.1. Menos produto	104
6.2.7.2. Biodegradável	106
6.2.7.3. Consumidores	106
6.3. Pesquisa complementar	107
6.3.1. Objetivo	107
6.3.2. Sujeitos	108
6.3.3. Elaboração do material	108
6.3.4. Forma de aplicação da pesquisa	109
6.3.5. Análise das respostas	109
6.4. Resultado da pesquisa complementar	110
6.4.1. Categoria 1: Sustentabilidade	110
6.4.2. Categoria 2: Marcas	111
6.4.2.1. Ace	111
6.4.2.2. Ariel	112
6.4.2.3. Biowash	112
6.4.2.4. Comfort	113
6.4.2.5. Ecobril	113

6.4.2.6. Fofó	114
6.4.2.7. Mon Bijou	114
6.4.2.8. Omo	114
6.4.2.9. Surf	115
6.4.2.10. Ypê	115
6.4.3. Categoria 3: Sabão em pó	116
6.4.3.1. Ariel	116
6.4.3.2. Omo	116
6.4.3.3. Ace	117
6.4.3.4. Tixan Ypê	117
6.4.3.5. Ecobril	118
6.4.3.6. Surf	118
6.4.3.7. Mon Bijou	119
6.4.4. Categoria 4: Sabão líquido	120
6.4.4.1. Ariel	120
6.4.4.2. Tixan Ypê	121
6.4.4.3. Omo	121
6.4.4.4. Biowash	121
6.4.4.5. Ecobril	122
6.4.4.6. Mon Bijou	122
6.4.4.7. Surf	123
6.4.5. Categoria 5: Amaciante	123
6.4.5.1. Ypê	123
6.4.5.2. Fofó	124
6.4.5.3. Mon Bijou	124
6.4.5.4. Comfort	124
6.4.5.5. Comfort concentrado	125
6.4.5.6. Fofó concentrado	125
6.4.5.7. Mon Bijou concentrado	126
6.4.5.8. Ecobril	126
7 Discussão dos resultados	128
7.1. Posicionamento da empresa: análise da marca	128

7.2. Propaganda	131
7.3. Aspecto visual e sua relação com a sustentabilidade	133
7.3.1. Cor	133
7.3.2. Tamanho e concentração	134
7.3.3. O rótulo e suas indicações	135
7.4. Reciclável, Refil e Reutilizável	137
8 Considerações finais	139
Referências	143
Apêndice	148

Lista de Figuras

Figura 1: Amaciante Mon Bijou (Thiago Q. de Andrade, 2012)	54
Figura 2: Amaciante Concentrado Mon Bijou (Thiago Q. de Andrade, 2012)	55
Figura 3: Sabão em pó Mon Bijou (Thiago Q. de Andrade, 2012)	55
Figura 4: Sabão líquido Mon Bijou (Thiago Q. de Andrade, 2012)	56
Figura 5: Sabão líquido Ecobril (Thiago Q. de Andrade, 2012)	57
Figura 6: Refil do sabão líquido Ecobril (Aline R. Botelho, 2012)	58
Figura 7: Amaciante Ecobril (Thiago Q. de Andrade, 2012)	59
Figura 8: Sabão em pó Ecobril (Thiago Q. de Andrade, 2012)	59
Figura 9: Sabão líquido Biowash (Thiago Q. de Andrade, 2012)	61
Figura 10: Sabão em pó Biowash (Thiago Q. de Andrade, 2012)	61
Figura 11: Amaciante Biowash (Thiago Q. de Andrade, 2012)	62
Figura 12: Sabão em pó Ace (Thiago Q. de Andrade, 2012)	63
Figura 13: Sabão em pó Ace (Thiago Q. de Andrade, 2012)	64
Figura 14: Sabão líquido Ace (Thiago Q. de Andrade, 2012)	64
Figura 15: Sabão em pó Ariel (Thiago Q. de Andrade, 2012)	65
Figura 16: Sabão líquido Ariel (Thiago Q. de Andrade, 2012)	65

Figura 17: Sabão em pó Ariel Ecomax (Thiago Q. de Andrade, 2012)	66
Figura 18: Amaciante Comfort (Thiago Q. de Andrade, 2012)	69
Figura 19: Amaciante concentrado Comfort (Thiago Q. de Andrade, 2012)	69
Figura 20: Refil do Amaciante concentrado Comfort (Thiago Q. de Andrade, 2012)	70
Figura 21: Amaciante Fofó (Thiago Q. de Andrade, 2012)	71
Figura 22: Amaciante concentrado Fofó (Thiago Q. de Andrade, 2012)	71
Figura 23: Refil do Amaciante concentrado Fofó (Thiago Q. de Andrade, 2012)	72
Figura 24: Sabão em pó Omo (Thiago Q. de Andrade, 2012)	73
Figura 25: Sabão líquido Omo (Thiago Q. de Andrade, 2012)	74
Figura 26: Sabão em pó Surf (Thiago Q. de Andrade, 2012)	75
Figura 27: Sabão líquido Surf (Thiago Q. de Andrade, 2012)	76
Figura 28: Sabão em pó Tixan Ypê (Thiago Q. de Andrade, 2012)	78
Figura 29: Sabão líquido Tixan Ypê (Thiago Q. de Andrade, 2012)	78
Figura 30: Amaciante Ypê (Thiago Q. de Andrade, 2012)	79
Figura 31: Amaciante concentrado Ypê (Thiago Q. de Andrade, 2012)	80
Figura 32: Sabão em pó Ypê Premium (Thiago Q. de Andrade, 2012)	81
Figura 33: Sabão líquido Ypê Premium (Thiago Q. de Andrade, 2012)	81

Tabela

Tabela 1: Informações do PPL. (Unilever, 2011)

68

Apresentação

O meio ambiente sempre foi para mim motivo de preocupação e cuidado. Ao ingressar na faculdade de Desenho Industrial, busquei demonstrar essa preocupação em projetos, fossem eles sem cola, menos tinta, materiais mais ecológicos, dentre outras alternativas.

Com este enfoque fiz meu projeto de graduação, cujo título era Design sustentável em embalagem – pesquisa, desenvolvimento e aplicação, com a proposta de criar embalagens a partir de materiais alternativos para uma marca de camisetas. Deste projeto como ponto de partida, comecei a analisar com mais dedicação o descarte e o que se fazia com o lixo produzido.

Ao ingressar no mestrado na Puc-Rio, resolvi focar meus estudos em cima do material que era descartado e que não era reaproveitado, principalmente em ambientes domésticos. Neste enfoque cheguei nos produtos de limpeza, que não são reutilizados porque acumulam cheiro e deixam resíduos, podendo ser inclusive, prejudicial a quem reutiliza suas embalagens.

A minha vinda para a cidade do Rio de Janeiro, e o fato de ter que fazer minhas próprias compras no supermercado, me fez perceber que propostas ecológicas estavam sendo comercializadas, ainda que de forma tímida.

A princípio, achei uma atitude excelente, que resolveria todos os problemas então entendidos por mim. Mas ao conversar informalmente com amigos e parentes, que também eram consumidores, soube que eles sequer notavam que esses produtos estavam à venda ou que eram diferentes dos demais.

Baseada nisto, surgiu a vontade de fazer esta dissertação, buscando penetrar no que os consumidores entendem por produtos ecológicos, e o quanto essas novidades têm influenciado suas atitudes de compra, se é que influenciam.