

DESENVOLVIMENTO DE EMBALAGEM PREMIUM PARA DUCHA POR MEIO DO DESIGN

Lidiane Camiloti
Andrei Nicolai Kasper

RESUMO

A evolução da sociedade e a multiplicidade de produtos ofertados fizeram com que as embalagens deixassem de ter papel secundário nas indústrias e passassem a ser elemento principal na comunicação destes. O design das embalagens agrega valor aos produtos quando adequados às necessidades e expectativas do consumidor. Para tanto, é fundamental um planejamento consistente, essencial para o desempenho das mesmas no mercado, visto que quando desenvolvido adequadamente além de agregar valor, promove e define o posicionamento da empresa ou produto no segmento atuante. Diante disso, este artigo apresenta resultado final do uso da metodologia de Fabio Mestriner (2002) no desenvolvimento de uma embalagem para ducha em parceria com a indústria Zagonel.

A evolução do mercado de embalagens se reflete em toda sociedade, principalmente, porque tal evolução é decorrente de aspectos culturais e sociais que se modificaram com o passar dos anos. O desenvolvimento ou adequação de uma embalagem acontece por necessidades comerciais, técnicas ou econômicas. Neste caso, a necessidade é comercial – será lançado um novo produto, para um novo segmento.

INSERÇÃO NA COMUNIDADE

Para desenvolver esta nova embalagem Premium, usamos a metodologia de Mestriner, a qual é dividida em algumas fases. A primeira fase – Briefing – corresponde ao contato inicial da equipe de design com o responsável pela demanda e o recebimento das informações para o início do projeto. Nesta fase, nossos acadêmicos visitaram a indústria e realizaram o briefing com a equipe de engenharia e design da mesma. Nessa primeira fase, também deve ser realizado o planejamento interno da equipe, com a organização do cronograma e das tarefas a serem realizadas. Com base na entrada das primeiras informações, foram identificados os fatores envolvidos no projeto e os requisitos iniciais a serem considerados, a partir dos objetivos delimitados. A segunda fase do método corresponde à coleta de dados por parte do designer e da equipe de projeto, complementando as informações adquiridas na fase inicial. A coleta de dados compreende: (i) pesquisa de informações sobre o fabricante, o produto e a embalagem; (ii) pesquisa sobre o mercado e o consumidor real e/ou potencial; (iii) verificação da legislação para a categoria do produto e embalagem; (iv) pesquisa de produtos/casos similares; e (v) estudo de campo.

A terceira fase do método diz respeito às análises, à interpretação e à síntese dos dados coletados anteriormente. Complementando as informações adquiridas na etapa anterior, os acadêmicos pesquisaram sobre a ergonomia, sustentabilidade e ciclo de vida das embalagens – para projetar a nova com alguns diferenciais de mercado. Na análise ergonômica, observaram as formas de usar e transportar o produto, compreendendo a relação do usuário com o produto e a embalagem, incluindo aspectos fisiológicos, anatômicos, psicológicos e cognitivos – para assim, projetar algo funcional. Por meio do estudo de campo e com o uso de registros fotográficos, analisaram os concorrentes, pontos de venda e estratégias de marketing.

Com estas análises, iniciaram a produção de “moodboards” e desenhos para a nova embalagem, dando ênfase a uma nova estrutura e forma. A análise estrutural busca identificar e compreender os tipos e quantidades dos sistemas, subsistemas, partes e componentes da

embalagem, princípios de montagem, materiais, tipologia de uniões, corte, vinco, colagem e dimensões das partes da embalagem. A análise gráfica destina-se à identificação dos elementos visuais que compõem a embalagem – cor, forma, identidade visual de marca (assinatura visual, logotipo do produto), fotografias e ilustrações, símbolos, famílias tipográficas e informações textuais, entre outros –, à análise da organização, hierarquia e harmonia das informações, além do tipo de impressão e acabamentos. Devem ser analisados também aspectos relativos à legibilidade e à leiturabilidade.

Após esta geração de alternativas e escolha da melhor solução, foram desenvolvidos os protótipos digitais e a arte gráfica. Esta fase do método compreende o desenvolvimento estrutural e gráfico da solução selecionada. Assim, corresponde à modelagem virtual da embalagem, à execução de modelos físicos de teste, definição das partes e componentes da embalagem, ajustes dimensionais e estruturais necessários. A última fase da etapa projetual corresponde ao detalhamento e finalização do projeto. Consiste na finalização da solução aprovada mediante o fechamento dos arquivos para produção e as especificações técnicas necessárias para os processos e materiais finais – planos, vistas, perspectivas, plantas e desenhos técnicos.

O design de embalagem é um campo de atividade projetual que envolve saberes do desenho industrial de produtos, responsável pelo projeto formal-estrutural, e do desenho gráfico, responsável pela identificação, diferenciação, atração e informação do produto por meio da linguagem visual e da organização das informações. Assim, compreende questões estruturais, ergonômicas, materiais e tecnologia – o produto embalagem – bem como comunicação, informação e composição visual – o projeto gráfico da embalagem. Desse modo, percebe-se a complexidade envolvida neste tipo de projeto, evidenciada também com base na pesquisa teórica acerca das funções desempenhadas por uma embalagem.

Na sequência, seguem ilustrações dos projetos desenvolvidos.

Imagens relacionadas

Imagens relacionadas

Proposta de embalagem 1 desenvolvida pela acadêmica Luciana



Fonte: os autores (2020)

Proposta de embalagem 2 desenvolvida pelo acadêmico William Westenhofen



Fonte: os autores (2020)

Proposta de embalagem 3 desenvolvida pela acadêmica Lidia Leal



Fonte: os autores (2020)

Proposta de embalagem 4 desenvolvida pelo acadêmico Éverton Maria



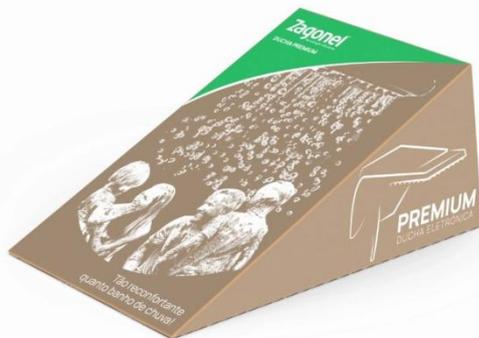
Fonte: os autores (2020)

Proposta de embalagem 5 desenvolvida pelo acadêmico Patrick Moraes



Fonte: os autores (2020)

Titulo da imagem



Fonte: Fos autores (2020)