



## Encontro Inter-regiões - Sudeste

Região Sudeste - Evento Virtual  
De 1 a 31 de outubro de 2020



### EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00517
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Centro Universitário Faesa
<b>CAMPUS</b>	Vitória
<b>CIDADE</b>	Vitória
<b>UF</b>	ES
<b>CATEGORIA</b>	PT
<b>MODALIDADE</b>	PT07
<b>TÍTULO</b>	Como o redesign de embalagens pode atrair a atenção do consumidor nos pontos de venda e a reformulação da embalagem de farinha da Vila Alimentos.
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Wilber Silva Dias
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Emílio Fernandes Rocha (Centro Universitário Faesa)

#### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O presente trabalho teve o intuito de levantar informações inerentes ao campo do design entrelaçando com os pensamentos dos autores especialistas em planejamento visual para iniciar o projeto de uma reformulação de embalagem. A marca Vila Alimentos atua no mercado há 14 anos. Pertence ao Grupo Vila Ervas e está situada em Vila Velha, ES. Seu público alvo são mulheres que buscam uma alimentação equilibrada e evitam consumir produtos industrializados. A oportunidade oferecida pela marca Vila Alimentos de reformular a embalagem de um dos seus produtos, foi um elemento que contribuiu de forma decisiva para a escolha deste tema. A embalagem vigente utilizada pela marca Vila Alimentos é do tipo stand-up pouch, uma embalagem ultrapassada, tanto pelo contexto gráfico quanto pelas formas físicas. Esta embalagem é um tipo comum entre tantas e que não agrega personalidade inovadora da marca. Além da questão da competição no mercado, outros motivos são considerados, para que a embalagem de recipiente rígido do tipo Fibrilata, seja adotada para a reformulação. Estes motivos podem ser a economia de consumo de energia, uso de material biodegradável, qualidade de impressão, estratégia de comunicação, armazenamento, praticidade para o consumidor, redução de custos, valor à marca, dentre outros. Com base nos pontos fundamentais deste estudo, a metodologia foi organizada em 5 fases para a reformulação da embalagem: Briefing, o Estudo de Campo, Estratégia de Design, Desenho e a Implementação do Desenho. Segundo Mestriner (2002, p. 41), estes passos são estabelecidos para que nenhum detalhe seja descuidado.. O desafio deste trabalho consiste em como executar a reformulação de uma embalagem de produto alimentício, empregando a metodologia do design. Logo, esta reformulação tem sua base em pesquisas de tendências, técnicas e conceitos com as instruções de profissionais do campo industrial e do design. Koenig e Mattana (apud FILHO, 2006) afirmam que o desafio de fazer o redesign é o mesmo que fazer um design de produto novo, portanto, se trata de uma reformulação de qualquer tipo de manufatura. As embalagens que são encontradas nas prateleiras dos supermercados, nas lojas e vitrines cumprem um papel que vai além do design operacional e tem um objetivo de comunicar por meio de mensagens visuais que atingem nossos sentidos como afirma Munari (1997, p. 68). Além de transmitir a mensagem técnica, a embalagem fornece o suporte visual para fortalecer a comunicação com o consumidor no ponto de venda. Dessa forma, todos os elementos presentes na embalagem formam uma plena comunicação com o consumidor. O design da embalagem tem a missão de diferenciar o produto, causando impacto visual necessário para a sua identificação, criando uma atração entre o consumidor e o produto, podendo resultar em fidelidade. A embalagem atual a ser redesenhada, consiste no tipo stand-up pouch feito de material plástico e está em conformidade com a normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). A marca escolhida para aplicar o redesign utiliza esta embalagem numa condição funcional, que não apresenta nenhuma diferenciação frente aos concorrentes, tornando o produto imperceptível na gôndola, ou seja, não transmite ideia ou conceito, como afirma Kotler (2000, p. 26). Para o campo científico, esse tema é de grande importância para futuras pesquisas, trazendo análises dos conceitos de design de embalagens, bem como suas aplicações, considerando os formatos, tipos e cores. Além disso, o tema traz para este trabalho um estudo atual, contemporâneo, uma vez que as indústrias e o mercado de embalagens utilizam novas tecnologias e estão em constante atualização, e isto proporciona para a academia, um trabalho com conteúdo renovado, sendo um apoio de grande valor para os estudantes da área de comunicação

## DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Para atingir os objetivos, a pesquisa foi do tipo descritiva, tendo em vista que a proposta era buscar informações de normas, adequações, segmentação e o conceito de design atribuídas ao universo da linguagem visual das embalagens. Esses conhecimentos foram promovidos por conta desta pesquisa porque teve a finalidade de apontar os atributos do objeto de estudo como afirma a autora Elisa Pereira Gonsalves (2001, p.65). Com a definição do tema a ser pesquisado, foi preciso ter um ponto de partida para o avanço neste campo de aprendizagem. Para isto, foi realizada uma pesquisa descritiva, que utilizou a bibliografia como instrumento de coleta. Com o intuito de alcançar um resultado de qualidade, o desenvolvimento deste estudo foi pautado no referencial bibliográfico, por meio de canais especializados de autores especializados no assunto. O professor e designer Fábio Mestriner, a designer gráfica Carla Niemeyer e o doutor e professor de designer João gomes Filho, foram exemplos de fontes importantes de conhecimentos teóricos para a instauração deste projeto. A indicação do tipo de pesquisa e da bibliografia mais apropriada inerente ao tema foi oriunda do professor orientador, como cita Elis Pereira Gonsalves, (2001, p. 36), afirmando também que é um "levantamento inicial, podendo no decorrer da pesquisa, observações e análises apontarem para novas necessidades de aprofundamento de questões inicialmente não previstas". De acordo com a autora Eva Lakatos (2011, p.36), o conhecimento científico depende de Investigação Metódica, uma vez que "é planejado e baseia-se em conhecimento anterior, com hipóteses já confirmadas em leis e princípios já estabelecidos", portanto, não se trata de uma investigação isolada de apenas um pesquisador, mas do trabalho de vários investigadores. Além disso, o conhecimento científico é sistemático porque é constituído por ideias correlacionadas, com um conjunto básico de hipótese particulares comprovadas, que procura se adequar a uma classe de fatos que constitui uma teoria: toda Ciência possui seu próprio grupo de teorias; (LAKATOS, 2011, p.37). Priorizando especificações técnicas e conceitos visuais, a reformulação da embalagem foi embasada nos resultados da coleta de dados, que foram estudados e aplicados da melhor forma na execução do projeto. Sendo assim, foi uma base para a realização do trabalho de conclusão do curso, acatando os objetivos da pesquisa, contribuindo na aprendizagem dos profissionais na área de comunicação.

## DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Com base nos pontos fundamentais deste estudo, a metodologia foi organizada em 5 fases para a reformulação da embalagem: Briefing, o Estudo de Campo, Estratégia de Design, Desenho e a Implementação do Desenho. Segundo Mestriner (2002, p. 41), estes passos foram estabelecidos para que nenhum detalhe seja descuidado. Sendo o primeiro passo, o Briefing teve a finalidade de levantar informações concernente ao produto, isto é, saber quem é o seu consumidor, seus benefícios, onde vende, etc. Esse primeiro passo foi tomado com muito critério, pois é onde o projeto se iniciou. Essa fase, serviu para o designer compreender o que deve ser feito para que o resultado final do seu trabalho fosse o melhor possível. O Estudo de Campo serviu para conhecer o ponto de venda, analisar e compreender como são as formas e as cores dos concorrentes, podendo ser uma oportunidade para introduzir novas cores, novos materiais e novos formatos. Com a coleta dos dados do Briefing juntamente com o Estudo de Campo, o próximo passo foi partir para a Estratégia de Design, que foi apresentada e discutida com os diretores da Marca Vila Alimentos. Foram repassadas para os diretores da Vila Alimentos, os principais pontos objetivos do briefing, sem deixar dúvidas sobre o projeto, bem como as conclusões do estudo de campo, apontando oportunidades encontradas para a nova embalagem, expondo o que foi proposto e seguindo os princípios do design. A próxima etapa foi: trabalhar no procedimento do Design da embalagem. Mestriner (2002, p. 52) afirma que não se deve desenhar por impulso, pois todas as etapas anteriores devem ter sido realizadas. Foi preciso reunir todas as informações básicas antes de desenhar, como código de barra, planta técnica da embalagem aberta com demarcações, área de impressão, logotipo do fabricante, definição dos painéis frontal e lateral, verso, tampa e fundo da embalagem. O autor ainda afirma que a forma mais eficiente do design da embalagem chamar a atenção é combinar cores que se complementam umas com as outras, e também empregando o uso de cores e tipologias variadas. (MESTRINER, 2009, p. 54). Uma etapa de extrema importância de todo o processo da implementação da nova embalagem, era a de conhecer que tipo de material seria utilizado na fabricação da nova embalagem, bem como a maneira de estocagem, conservação, processo fabril e origens de sua matéria prima. A nova embalagem escolhida foi a lata do tipo Fibrilata. As vantagens para a marca e para o consumidor em utilizar esta lata consiste na praticidade no manuseio. E para o lojista, é a facilidade em organizar os produtos nas gôndolas ou em displays, ao contrário do tipo stand-up pouch que além de ser uma embalagem que necessita de manuseio cuidadoso, sua apresentação na gôndola fica comprometida devida ao aspecto enrugado, sem posição uniforme e com os riscos de ser furadas a todo momento. Estando aprovado o redesign da embalagem, a marca Vila Alimentos procurou fábricas especializadas para produzir a nova embalagem, e posteriormente, apresentou na reunião com os diretores da Vila Alimentos. Sendo assim, todas as características de produção foram apresentadas, o que eliminou todas as dúvidas. Tendo todas as etapas concluídas, a marca Vila Alimentos decidiu averiguar o resultado do trabalho. Isso foi visto como uma oportunidade para propor ajustes, podendo ser inseridos na próxima produção se forem necessários, encerrando então, o projeto da reformulação da embalagem.