

Óbvio Camisas criativas¹

Alexsandro Junio ALMEIDA²

Jéssica Natali de Oliveira COSTA³

Lamounier Lucas Pereira JÚNIOR⁴

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Quando se fala em embalagem, o primeiro conceito é o de que a embalagem deve proteger o produto. Mas a embalagem deve vender e satisfazer o público ao mesmo tempo em que o protege e o contém. A embalagem é fundamental para o sucesso de qualquer produto, pois é nela que o consumidor acessa as informações do conteúdo, por isso as embalagens são determinantes para o sucesso de venda de qualquer produto oferecido ao mercado. Ao lançar um produto no mercado, as empresas devem avaliar qual o tipo de embalagem mais apropriada para acondicionar e apresentar o potencial do produto, levando em consideração aspectos sociais, culturais, de funcionalidade, além do design, pois este é um fator determinante para a decisão do consumidor já que é no layout que a embalagem deve transmitir todo o conceito da marca e todos os argumentos do conteúdo.

Palavras-chave: Design; Sustentabilidade; Conceito; Usabilidade e Criatividade.

1 INTRODUÇÃO

Óbvio é aquilo cujo teor é de fácil entendimento; que salta aos olhos; claro e evidente. Que não é suscetível de dúvidas; em que não há incerteza; evidente ou incontestável. O que é evidente. Foi com esta fundamentação que surgiu o projeto de criação da Óbvio Camisetas. Em uma aula de direção de arte em que foi proposto a criação de um produto e uma embalagem criativa para este produto a solução foi “óbvia”.

Criar um produto criativo em um mercado competitivo e se destacar só seria possível com um diferencial criativo muito marcante e neste ponto concentramos nossa atenção na

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade embalagem (avulso).

² Estudante do 5º período de publicidade e propaganda, e-mail: junioalmeida@gmail.com

³ Aluno líder do grupo e estudante do 5º período de publicidade e propaganda, e-mail: jessicanaty@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de publicidade e propaganda, email: raoult@bol.com.br.

embalagem. A embalagem é um componente obrigatório dos produtos de consumo. Para o consumidor, ela é parte indissociável do conteúdo, constituindo-se numa única entidade.

Através da embalagem percebemos o produto, seus atributos, significados e valor. Percebemos também o fabricante e a marca com que ele assina e avaliza o que produz. Tudo isso, somado ao grande investimento feito para manter um produto na competição de mercado, indica a importância e a responsabilidade que tem o design neste processo, pois ele é a vitrine de todo o negócio.

O design de embalagem tem características e peculiaridades próprias desta atividade e sofre uma influência muito grande do marketing do produto por um lado e da indústria da embalagem por outro, pois precisa atender os objetivos estratégicos de um e as exigências técnicas de outro. Com a embalagem da Óbvio Camisetas isso não foi diferente.

Nestas circunstâncias, a questão conceitual ganha uma dimensão ampliada, pois tivemos que compreender a fundo o universo do produto e seus objetivos mercadológicos, o mercado, o ponto-de-venda e a concorrência onde ele atua, as características, hábitos e atitudes dos consumidores que ele pretende conquistar e também o processo industrial que precisa ser considerado no projeto.

2 OBJETIVO

“Pensar fora da caixa”. Usando uma expressão popular iniciamos o projeto de criação da embalagem para a Óbvio Camisetas. O mercado de camisetas personalizadas cresce exponencialmente no Brasil, tanto em pontos de venda como pela internet. Se destacar e adquirir uma fatia deste concorrido mercado foi o desafio para criação da embalagem.

A embalagem é expressão e atributo do conteúdo. Não podemos desenhá-la sem conhecer profundamente o produto. Assim, as características, a composição do produto, seus diferenciais de qualidade e principais atributos, incluindo seu processo de fabricação, precisam ser compreendidos.

Outro fator determinante para o sucesso do produto da Óbvio era conhecer o consumidor, saber quem compra e utiliza o produto para estabelecer com ele um processo de

comunicação efetiva através da embalagem. As características deste consumidor, seus hábitos e atitudes em relação ao produto e principalmente a motivação que o leva a consumi-lo são um ponto chave a ser conhecido na fase conceitual do projeto.

3 JUSTIFICATIVA

O mercado onde o produto da Óbvio Camisetas participa tem suas características próprias. Tem história, dimensões e perspectivas. É um cenário concreto que precisava ser conhecido, estudado e analisado para que o design da embalagem não fosse um salto no escuro.

Criar uma embalagem que fosse prática, bonita e criativa era o grande desafio. Uma embalagem de camisa que se transformasse em cabide e ainda com diferenciação de gêneros masculino e feminino para facilitar a percepção no ponto de venda foram soluções encontradas para a produção da embalagem. Com isso a percepção de marca no consumidor seria muito maior além da proposta mercadológica de aumentar a presença da marca no dia-a-dia do consumidor.

Por melhor e mais bonito que fosse o design, de nada ele adiantaria ao produto se não conseguisse enfrentar a concorrência no ponto de vendas. Por isso, conhecer o ambiente e as condições em que se daria a competição foi fundamental para o design de embalagem. Estudamos alguns pontos de venda, cada um dos concorrentes, analisamos a linguagem visual da categoria e buscamos compreendê-la para a realização do projeto.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após todos estes estudos e análises, iniciou-se a fase de testes de material e de aceitação do produto por parte do grupo de opinião. Foi desenvolvido um croqui e uma amostra em tamanho real para se estudar a adequação do produto a embalagem e a exposição no ponto de venda. Na fase de pesquisas do projeto e em conversas com o fabricante, viu-se a necessidade de se criar embalagens separadas por gêneros, ou seja, uma feminina e uma

masculina já que esta seria a forma mais prática de se diferenciar o produto no ponto de venda sem a necessidade de abrir a embalagem.

A solução para esta questão foi criar na própria embalagem mais um recurso de identificação. O recurso criado foi a aplicação de ícones femininos e masculinos na embalagem. Na embalagem feminina criou-se uma alça com a silhueta de uma mulher com cabelos presos e na masculina um ícone de um homem de chapéu. Essa caracterização trouxe mais personalidade a embalagem, além de dar mais identidade a marca.

A embalagem da Óbvio Camisetas foi pensada para que não fosse descartada após a sua abertura. Uma preocupação com a produção de lixo e a sustentabilidade. Com esta preocupação desenvolveu-se uma embalagem que se transforma em um cabide. Com este recursos, além do conceito de responsabilidade ambiental conseguimos firmar um conceito de marketing que é de que o cliente vai sempre estar em contato com a marca.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

As empresas cujos produtos utilizam embalagens, têm em suas mãos uma poderosa ferramenta de marketing e um importante veículo de comunicação com seus consumidores. Os produtos, preços e as marcas se tornam a cada dia mais parecidos e neste cenário, a embalagem passou a ter papel de extrema importância para a venda de produtos.

A função da embalagem do ponto de vista logístico é proteger o produto da origem ao destino. Já no varejo a sua principal função é atrair e seduzir para vender. A embalagem é determinante na hora do consumidor escolher um produto, ela tem que se destacar e interagir com ele. A criação de novas embalagens é um desafio que requer criatividade e audácia por parte dos fabricantes e lojistas, caso contrário os pacotes não passam de embrulhos.

Seguindo estes conceitos, a Óbvio Camisetas começou a pensar seu produto e sua embalagem. Saltar aos olhos, mas ao mesmo tempo ser de fácil entendimento eram os principais desafios para a criação desta peça. Uma embalagem que se transforma em cabide e com diferenciação de gêneros entre masculino e feminino. Esta foi a solução encontrada para a marca.

Desenvolvida em papelão, com impressão em fotolito e acabamento resinado, a embalagem ganhou resistência, beleza e praticidade. Seu desenho proporciona fácil transporte e organizado empilhamento e distribuição nos pontos de venda. Uma característica própria informada pelo fabricante era de que ocorreriam vendas por internet e por este motivo, a necessidade de um material que fosse resistente ao transporte.

6 CONSIDERAÇÕES

As embalagens estão se transformando no principal diferencial competitivo para a maioria das marcas. Produtos de consumo já não apresentam tantas inovações no conteúdo em si. Mais de 90% dos produtos disponíveis no mercado não contam com nenhum apoio de propaganda ou marketing. Para esses, o único recurso de comunicação é a própria embalagem.

Na concorrência pela preferência dos consumidores, será cada vez mais comum o desenvolvimento de embalagens específicas para serem usadas em projetos também específicos, por iniciativa dos fabricantes ou varejistas, para se destacarem nas datas especiais.

Não importa a área de atuação ou categoria onde os produtos competem, sempre haverá o que comunicar e ações de comunicação que podem ser desenvolvidas utilizando a embalagem como suporte. Não há mais razão objetiva para se manter um visual imutável por mais de alguns meses. Hoje é possível implementar programas de marketing integrado às embalagens que mantenham uma constante dinâmica de mudança, o que faz com que a embalagem se apresente sempre renovada e com novas mensagens aos seus consumidores.

Foi com essa proposta que desenvolvemos a embalagem para a Óbvio Camisetas. Um projeto inovador e com total preocupação no consumidor e na sua percepção e usabilidade do produto e sua embalagem. Com um número cada vez maior de lixo sendo produzido, projetar soluções criativas para estes problemas soma valor a marca e a percepção que seus consumidores tem sobre ela.