



VIII Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG
VI Salão de Extensão

<http://ojs.fsg.br/index.php/pesquisaextensao>

ISSN 2318-8014



SACCHETTO: O DESIGN COMO FERRAMENTA NO DESENVOLVIMENTO DE EMBALAGENS

Alisson Quissini Fabro, Carlos Augusto Reinke*

*Dr. Carlos Augusto Reinke,
endereço: Rua Os Dezoito do Forte, 2366 - Caxias do Sul - RS -
CEP: 95020-472.

Palavras-chave:

Design. Embalagem. Projeto.

Este estudo é uma abordagem sintetizada do projeto de embalagem, que foi desenvolvida a partir de uma atividade na disciplina de Projeto de Produto I, que faz parte do currículo do curso de Tecnologia em Design de Produto da FSG. A atividade tinha como propósito abordar o uso de ferramentas do design para o desenvolvimento de um produto de baixa complexidade, neste caso, uma embalagem para uma taça de vinho. Neste sentido, o ponto de partida se dá pela conceituação do termo design, que consiste em uma ideia, um plano ou projeto para desenvolver uma solução para um problema específico (LÖBACH, 2001). Sendo assim, o design se estabelece como um processo configurativo dentro de um sistema de desenvolvimento de um produto, o qual atua concretizando uma ideia em forma de projeto, tornando-o passível de produção industrial. O design apresenta uma função de extrema importância referente a embalagem, pois é ela quem dá vida e imagem a muitos produtos, atribuindo personalidade aos mesmos, pois muitos deles possuem grande similaridade e aos olhos dos consumidores não há como diferenciá-los (NEGRÃO e CAMARGO, 2008). A partir de tais conceitos, será apresentado um estudo de caso, demonstrando o desenvolvimento de um projeto de embalagem fazendo uso de ferramentas do design, com uma metodologia embasada em uma pesquisa aplicada, buscando a aplicação prática de conhecimentos para a solução de problemas (BOAVENTURA, 2014). Este projeto foi dissolvido em duas etapas distintas: pesquisa e desenvolvimento, sendo que em cada uma delas foram utilizadas ferramentas específicas para atingir o maior grau de assertividade do projeto. Na etapa de pesquisa, a qual é essencial para o processo de criação, tem-se uma base para construir e desenvolver um projeto mais eficaz e com melhores resultados (SEIVEWRIGHT, 2015). Entre as pesquisas realizadas, destaca-se a de público alvo, que visou conhecer o consumidor e sua relação com o produto a ser proposto; seguido de uma pesquisa

de mercado, por meio da qual foi possível identificar quais embalagens estão disponíveis para taças de vidro. Esta pesquisa também observou aspectos como material, formato, cores e pós-uso das embalagens existentes, sem levar em consideração o item que envolvia, copos ou taças. Após a coleta destes dados, buscou-se a construção do painel semântico, que nada mais é que a junção de imagens formando um painel que serve como referência de inspiração (VARGAS, 2018), dando início aos contornos do projeto. O *brainstorming* e o mapa mental, foram as ferramentas utilizadas na sequência, ambas com o propósito de criar questionamentos e buscar a organização das informações, uma vez que o mapa mental é uma maneira de organizar as ideias com o objetivo de compreender e solucionar possíveis problemas (PAZMINO, 2017). Definida as diretrizes do projeto, a pesquisa de materiais faz-se importante para que o mesmo possa ser desenvolvido sem que haja problemas estruturais e que gerem o resultado estético previsto, para isso observou-se diversos materiais que trariam o efeito desejado, entre eles o couro sintético, a vime e o metal, os quais foram implantados no projeto. A etapa que se sucedeu foi o desenvolvimento, fazendo uso de ferramentas como a caixa morfológica, geração de desenhos e análise SWOT, para criar cenários e chegar a uma alternativa final. Por fim, foi desenvolvido um protótipo da embalagem com suas características finais, para analisar possíveis falhas e buscar melhorias ao produto. Como resultado deste estudo, foi desenvolvido a embalagem nomeada Sacchetto, que é composta por um corpo cilíndrico confeccionado em tramas de vime, apresentando uma única alça que está conectada ao corpo em sua parte superior e serve de suporte para o fechamento da embalagem. Ambas as partes, são compostas por couro sintético na cor caramelo e apresentam como trava superior um anel metálico na cor dourado envelhecido. Tal objeto é capaz de acomodar uma taça de vinho de 25 centímetros de altura, e possui como pós-uso a possibilidade de acomodar outros objetos para deslocamento ou ser utilizado como bolsa feminina, devido a suas características formais e estéticas. Desta forma, podemos concluir que o design de embalagens é de suma importância, pois gera um diferencial ao produto, tornando-se atrativo ao consumidor e promovendo uma conscientização quanto ao ciclo de vida do mesmo, pois quando bem direcionado e executado o projeto, a embalagem poderá ter uma nova função e seu ciclo não se encerrará após removido seu conteúdo. Sendo assim, cabe ao designer desenvolver produtos que apresentam não só características estéticas e funcionais atrativas, mas também que possuam uma vida útil mais longa diminuindo a produção de resíduos e contribuindo para um desenvolvimento sustentável do planeta.

REFERÊNCIAS

NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida. **Design de Embalagens do Marketing à Produção**. São Paulo: Novatec, 2008.

PAZMINO, Ana Verônica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Blücher, 2017.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e Design – Fundamentos de Moda 01**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

VARGAS, Luiza Machado. **A importância do Moodboard como ferramenta criativa no processo de desenvolvimento de coleção de moda da empresa Mescla**. Florianópolis: UNISUL, 2018. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) Universidade do Sul de Santa Catarina, 2018.