

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** VIII Seminário de Inovação e Tecnologia

## **O PROJETO DE EMBALAGEM NA INTERAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA<sup>1</sup> THE PROJECT OF PACKAGING IN THE INTERACTION UNIVERSITY- COMPANY**

**Barbara Bündel Mendonça<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Projeto desenvolvido na disciplina Projeto de Embalagem no curso de Design da UNIJUI

<sup>2</sup> Professora Mestre da disciplina Projeto de Embalagem

### **INTRODUÇÃO**

A embalagem foi criada, inicialmente, para conter, proteger e transportar produtos, mas cada vez mais vem incorporando funções, atuando como poderosa ferramenta de marketing e de comunicação.

Como componente curricular do curso de Design, o Projeto de Embalagem procura propiciar ao acadêmico contato com a realidade do mercado de trabalho mesmo estando na universidade.

Enquanto desafio que se apresenta ao estudante, almeja-se que este esteja apto a apresentar respostas novas diante de situações imprevistas, é preciso que consiga aplicar o que aprendeu em sala de aula na vida social, nesse cenário encontra-se a interdisciplinaridade e a multidisciplinaridade com suporte das chamadas Metodologias Ativas.

Reconhece-se que o aluno é capaz de aprender de diferentes formas, com as mais variadas técnicas e procedimentos. A aprendizagem ativa surge como uma forma de aumentar a capacidade de realizar diferentes tarefas, adaptando-se a situações inesperadas, superando modelos mentais já ultrapassados.

A associação universidade-empresa, proporciona essas ações ativas que podem levar os alunos à uma vivência, uma experiência real, podendo transformar os acadêmicos em agentes de atuação. Assim, esse trabalho pretende apresentar os resultados obtidos por meio de uma interação universidade-empresa dentro da disciplina Projeto de Embalagem, do curso de Design da UNIJUI, o que culminou em projetos de embalagens com objetivos pertinentes para a empresa Temabi Alimentos.

### **METODOLOGIA**

O conhecimento científico tem como característica fundamental a verificabilidade, ou seja, busca-se determinar o método que possibilitou chegar a tal conhecimento. Dentro dos métodos que proporcionam as bases lógicas da investigação, a presente pesquisa utilizou a pesquisa-ação, que constitui-se num método que visa resolver problemas por meio de ações definidas por

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** VIII Seminário de Inovação e Tecnologia

pesquisadores e sujeitos envolvidos na situação investigada. A intenção é de pesquisa e intervenção, contando com a participação do grupo ou atores estudados, objetivando a descrição da situação-problema com base na observação e posterior intervenção.

Em pesquisa-ação, o problema de pesquisa é formulado tomando como base os dados coletados na fase do diagnóstico e na discussão do tem com os sujeitos envolvidos. Como algumas características principais, Vergara (2008, p. 204-205) descreve:

- Mobiliza os sujeitos para atuarem durante todo o processo de investigação e identificação dos problemas prioritários, bem como implementarem e avaliarem as ações.
- Permite explorar e estimular o processo de aprendizagem dos sujeitos por meio da discussão e da disseminação de trabalhos futuros.

Como sujeitos da pesquisa identificam-se os alunos do 7º semestre do curso de Design da UNIJUI, que para concepção dos projetos de embalagem tomaram como base metodologias específicas da área, como o método UAM, que apresenta uma estrutura constituída por cinco etapas: Caso, Problema, Hipótese, Projeto; e Produção (NEGRÃO; CAMARGO, 2008). E a metodologia de embalagem proposta por Mestriner (2002) que envolve: Briefing; Estudo de Campo; Estratégia; Procedimento de design; Apresentação do conceito de design; Implementação do projeto.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Uma das metodologias utilizadas sala de aula, conhecida como Metodologias Ativas tem como objetivo dar ênfase ao papel do aluno enquanto protagonista, com seu envolvimento direto, participativo e reflexivo em todas as etapas do projeto (BACICH, MORAN, 2017).

Na disciplina de Projeto de Embalagem, do curso de Design, os alunos do sétimo semestre, construíram propostas de embalagem para uma empresa real. A mediação aconteceu por meio de um escritório de design, a Agência Jung. Após uma visita técnica à empresa surgiu a oportunidade de se trabalhar com um cliente real, realizando a proposta de uma embalagem para nova linha de produtos para a empresa Temabi Alimentos, a batata palha.

O briefing é um elemento extremamente importante dentro dos projetos de design, sendo este disponibilizado pela Agência, com definição dos objetivos da empresa, público-alvo, restrições do projeto (com relação à cores e formato), concorrentes do produto e diferenciais do produto/marca com estes, além dos conceitos que desejava-se transmitir com o desenho da embalagem: apetite appeal; modernidade/ inovação; e diferenciação da concorrência.

Foi disponibilizada pela Agência outras informações que também deveriam ser levadas em conta

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** VIII Seminário de Inovação e Tecnologia

no desenvolvimento das propostas, também a Planta Técnica com relação ao layout que deveria ser seguido.

Ficou a critério dos alunos se desejassem manter o layout proposto ou sugerir algo totalmente novo e diferenciado. As imagens abaixo apresentam algumas das propostas de projeto de embalagem de Batata Palha para a empresa Temabi Alimentos. São propostas renderizadas em 3D.

Figura 1: Proposta de Embalagem



Fonte: A autoria de Nathalie M. B. Bassani (esquerda) e Ana C. C. Stamberg (direita) - 2018

Figura 2: Propostas de embalagem



Fonte: A autoria de Karine G. Kappes (as duas propostas à esquerda) e Leonardo Braun (direita) - 2018

Para Negrão e Camargo (2008, p. 118)

a embalagem não só qualifica o produto, mas também sua marca no

01 a 04 de outubro de 2018

**Evento:** VIII Seminário de Inovação e Tecnologia

ponto-de-venda. A identificação da marca exposta na embalagem influencia o cliente em sua decisão de compra. Em muitos casos é ela que imprime “personalidade” ao produto, diferenciando-o dos concorrentes.

Dentre as características discutidas e desenvolvidas pelos acadêmicos, foram trabalhados os elementos: cores, imagens e tipografias com intuito de chamar a atenção do consumidor na gôndola e impor-se perante a concorrência, que geralmente está ao seu lado no ponto de venda, o que possibilita ao consumidor comparações entre os produtos.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho foi realizado com o propósito de apresentar como a utilização de metodologias ativas em sala de aula podem aproximar os acadêmicos do ensino superior com o mercado de trabalho.

As embalagens projetadas pelos alunos procuraram valorizar, destacar e diferenciar o produto no ponto de venda, podendo ser a marca reconhecida por parte do público, mantendo os princípios de qualidade, modernidade e diferenciação. As propostas de embalagem foram apresentadas à Agência Jung que fará o encaminhamento à empresa Temabi Alimentos.

Acredita-se que esses tipos de ações são de supra importância no processo de ensino-aprendizagem, uma vez que a partir dessas atividades os alunos são desafiados a colocar em prática todo o aprendizado do semestre, envolvendo-se em investigação e resolução de problemas.

**Palavras-chave:** Design; Inovação; Metodologias Ativas

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

BACICH, L. MORAN, J. **Metodologias ativas para uma educação inovadora.** São Paulo, Artes médicas, 2017.

MESTRINER, F. **Design de embalagem:** Curso básico. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

NEGRÃO, C. CAMARGO, E. **Design de embalagem:** do marketing à produção. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração.** São Paulo: Atlas, 2008.