

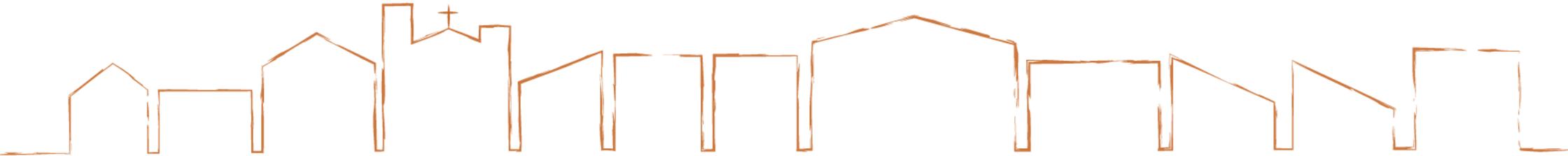


TCC DESIGN – 2022.1

UFCG - UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE /
CCT - CENTRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA /
UAD - UNIDADE ACADÊMICA DE DESIGN /

DESIGN E TERRITÓRIO:

EMBALAGEM SECUNDÁRIA PARA CACHAÇA VENDIDA NA FESTA DO BODE REI



AUTORA: PRISCILA MARTINS DE SOUSA

ORIENTADORA: DRA. CAMILA ASSIS PERES SILVA

CAMPINA GRANDE/PB – FEV-2023



TCC DESIGN – 2022.1

UFCG - UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE /
CCT - CENTRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA /
UAD - UNIDADE ACADÊMICA DE DESIGN /

DESIGN E TERRITÓRIO:

EMBALAGEM SECUNDÁRIA PARA CACHAÇA VENDIDA NA FESTA DO BODE REI

Relatório técnico-científico apresentado ao curso de Design da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Design, com habilitação em Design de Produto.

AUTORA: PRISCILA MARTINS DE SOUSA

ORIENTADORA: DRA. CAMILA ASSIS PERES SILVA

CAMPINA GRANDE/PB – FEV-2023



TCC DESIGN – 2022.1

UFCG - UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE /
CCT - CENTRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA /
UAD - UNIDADE ACADÊMICA DE DESIGN /

DESIGN E TERRITÓRIO:

EMBALAGEM SECUNDÁRIA PARA CACHAÇA VENDIDA NA FESTA DO BODE REI

Relatório técnico-científico apresentado ao curso de Design da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Design, com habilitação em Design de Produto.

AUTORA: PRISCILA MARTINS DE SOUSA

ORIENTADORA: DRA. CAMILA ASSIS PERES SILVA

BANCA EXAMINADORA

DRA. CAMILA ASSIS PERES SILVA (ORIENTADORA)

DRA. GRACE MARIA CAVALCANTI SAMPAIO

DR. JOÃO BATISTA GUEDES

CAMPINA GRANDE/PB – FEV-2023

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão aos meus amigos mais chegados por todo o apoio e incentivo recebido durante o desenvolvimento do meu trabalho de conclusão de curso.

Sem dúvida, este foi um momento decisivo em minha formação acadêmica e o resultado alcançado foi fruto do empenho e dedicação. Agradeço aos professores que com sua expertise e orientação, em especial minha orientadora profa. Camila, me permitiram crescer e aprender ao longo deste caminho.

Além disso, não posso deixar de agradecer a minha família, que com seu amor e carinho, me deram a força necessária para enfrentar os desafios e chegar até aqui. Nunca duvidaram da minha capacidade e torcem todo dia pelo meu sucesso.

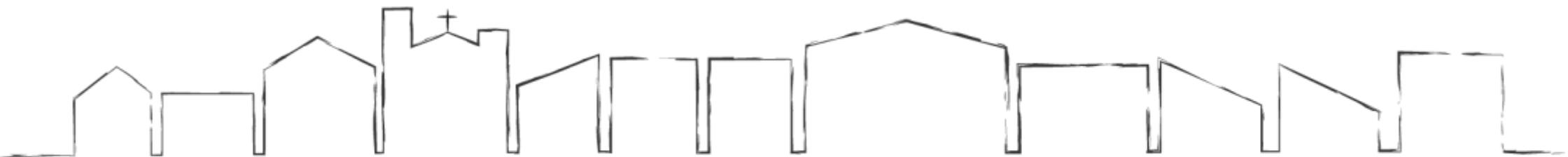
Finalmente, gostaria de agradecer a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para o sucesso deste trabalho. Espero ter correspondido às expectativas e ter realizado um bom trabalho.

Agradeço a Deus, o Criador, por toda sabedoria e criatividade que Ele plantou em mim. Para mim, Ele é o melhor Designer de todos os tempos.

Priscila.

“A descoberta consiste em olhar para a mesma coisa como todo mundo e pensar algo diferente.”

Albert Szent Gyorgi





ABSTRACT

Title: Development of packaging for traditional cachaça from the 'Bode Rei' festival.

The packaging is a crucial factor in attracting customers and enhancing brand value. The purpose of this study was to develop a 2-in-1 packaging that would serve the dual purpose of transportation and product display while also promoting the local culture. The methodology involved a step-by-step approach by Gui Bonsiepe, which included research, ideation, prototyping, and testing. The study aimed to create a packaging solution that not only protects the product during transportation but also highlights the local culture and values. The research focused on identifying the key elements of the local culture that would resonate with the target audience. Through ideation and prototyping, packaging solution was developed, which effectively served both purposes. The proposed packaging solution was designed to be lightweight, durable, and attractive. The product would be secured during transportation, and upon arrival, the packaging could be transformed into an eye-catching display that would promote the local culture.

Testing was conducted to ensure that the proposed solution met the objectives of the study. In conclusion, the 2-in-1 packaging solution developed in this study serves as a promising alternative for transporting and showcasing products, while promoting local culture. The solution addresses the needs of the customers and provides a new way to enhance the value of the product.

Keywords: *packaging, brand value, transportation, product display, local culture, attractive, secured.*

RESUMO

Título: Desenvolvimento de embalagem para cachaça tradicional da festa do Bode Rei.

A embalagem é um fator crucial para atrair clientes e aumentar o valor da marca. O objetivo deste estudo foi desenvolver uma embalagem 2 em 1 que servisse para transporte e exposição do produto, além de promover a cultura local. A metodologia utilizada foi uma abordagem passo a passo de Gui Bonsiepe, que incluiu pesquisa, ideação, prototipação e teste. O estudo teve como objetivo criar uma solução de embalagem que não só protegesse o produto durante o transporte, mas também destacasse a cultura e valores locais. A pesquisa focou em identificar os principais elementos da cultura local que ressoariam com o público-alvo. Através da ideação e prototipagem, foi desenvolvida uma solução de embalagem que atendia efetivamente a ambos os propósitos. A solução de embalagem proposta foi projetada para ser leve, durável e atraente. O produto seria protegido durante o transporte e, ao chegar, a embalagem poderia ser transformada em uma exibição chamativa que

promoveria a cultura local. Os testes foram realizados para garantir que a solução proposta atendesse aos objetivos do estudo. Em conclusão, a solução de embalagem 2 em 1 desenvolvida neste estudo serve como uma alternativa promissora para transportar e exibir produtos, enquanto promove a cultura local. A solução aborda as necessidades dos clientes e fornece uma nova maneira de aumentar o valor do produto.

Palavras-chave: *embalagem, valor da marca, transporte, exibição de produto, cultura local, atraente, seguro.*



SUMÁRIO

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS	12
1.1 INTRODUÇÃO	12
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 <i>Objetivo geral</i>	15
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	15
1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO	15
1.4 FINALIDADE DO PROJETO	15
2. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS	17
2.1 A FESTA DO BODE REI	17
2.1.1 <i>O Ambiente Festivo</i>	17
2.1.2 <i>A Cachaça Xixi De Cabrita</i>	21
2.1.3 <i>O Usuário</i>	22
2.2 O DESIGN DE EMBALAGENS	24
2.2.1 <i>Embalando o Produto Cachaça</i>	25
2.2.2 <i>Proteção e Transporte do Produto</i>	26
2.2.3 <i>Comunicação e Promoção do Produto</i>	28
2.3 DESIGN E TERRITÓRIO	30
2.3.1 <i>O Território Aplicado</i>	31
2.3.2 <i>Análise comparativa</i>	37
2.3.3 <i>Conclusões parciais</i>	38
2.3.4 <i>Requisitos e Parâmetros</i>	39
3. O ANTEPROJETO	41
3.1 PAINEL DE REFERÊNCIAS	41
3.1.1 <i>Transporte e Proteção</i>	41
3.1.2 <i>Abertura e Fechamento</i>	42
3.1.3 <i>Cenário com abertura frontal</i>	42
3.1.4 <i>Cenário com abertura lateral</i>	43
3.2 PAINEL SÍNTESE	43
3.3 ALTERNATIVAS DE PROJETO	44

3.3.1 <i>Alternativa A</i>	44
3.3.2 <i>Alternativa B</i>	45
3.3.3 <i>Alternativa C</i>	46
3.4 REFINAMENTO DAS ALTERNATIVAS	47
3.4.1 <i>Modelo A</i>	48
3.4.2 <i>Modelo B</i>	48
3.4.3 <i>Modelo C</i>	49
3.5 MATRIZ DE SELEÇÃO	50
3.5.1 <i>Conclusões parciais</i>	51
4. O PROJETO	53
4.1 REFINAMENTO DA ALTERNATIVA ESCOLHIDA	53
4.2 COMUNICAÇÃO VISUAL	54
4.2.1 <i>Externa</i>	54
4.2.2 <i>Interna</i>	55
4.3 PALETA DE CORES	55
4.4 DETALHAMENTO TÉCNICO	55
4.4.1 <i>Materiais e processos da estrutura principal</i>	56
4.4.2 <i>Desenho técnico e vistas ortogonais</i>	57
4.4.3 <i>Faca da embalagem</i>	58
4.5 USABILIDADE	61
4.6 APRESENTAÇÃO SEMÂNTICA E SEMIÓTICA	62
4.7 MODELO 3D	63
5. CONCLUSÃO	65
6. REFERÊNCIAS	66
7. APÊNDICE	69
7.1 QUESTIONÁRIO ONLINE SOBRE COMPRA DE BEBIDAS	69
7.2 RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO	71

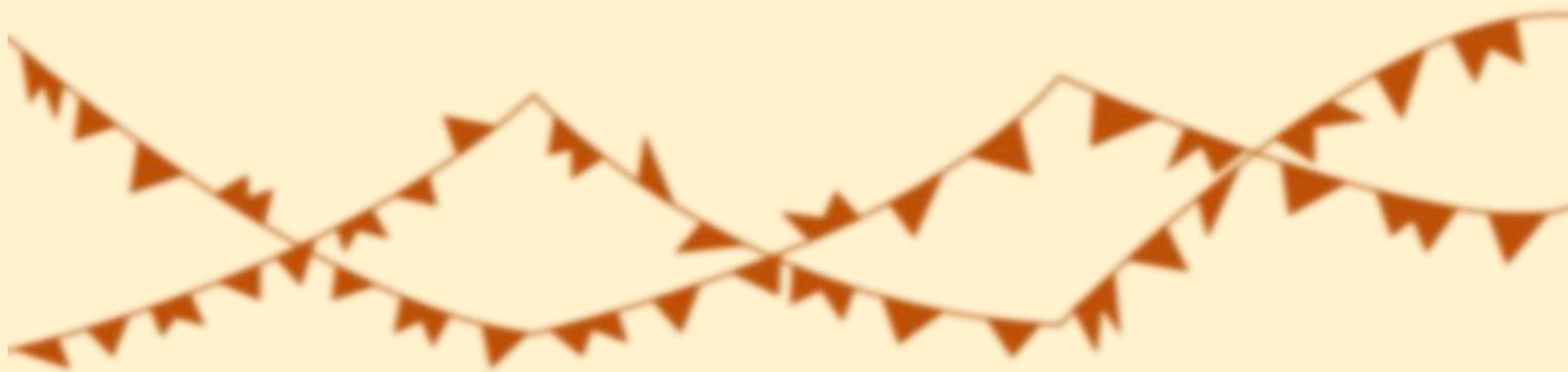
LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – DECORAÇÃO FESTIVA JUNINA - FOTO: AUTORAL	12
FIGURA 2 - EMBALAGEM COM BOA APRESENTAÇÃO - FOTO: PINTEREST	14
FIGURA 3 - ESTRUTURA PLATIBANDA - FOTO: BAHIA.WS	18
FIGURA 4 - DECORAÇÃO FESTIVA - FOTO: PREFEITURA DE CABACEIRAS	19
FIGURA 5 - DECORAÇÃO EM TECIDO CHITA - FOTO: PREFEITURA DE CABACEIRAS	19
FIGURA 6 - PERSONAGENS DO FILME O AUTO DA COMPADECIDA' - FOTO: AUTORAL	20
FIGURA 7 - BEBIDAS EM CIMA DO BALCÃO - FOTO: AUTORAL.....	21
FIGURA 8 - EMBALAGEM SECUNDÁRIA ATUAL - FOTO: AUTORAL	22
FIGURA 9 - EVASÃO INDUSTRIAL DE BEBIDAS. FOTO: GOOGLE IMAGENS	26
FIGURA 10 - EVASÃO ARTESANAL DA BEBIDA XIXI DE CABRITA - FOTO: FACEBOOK.COM/FESTA-DO-BODE-REI	26
FIGURA 11 - BERÇO OU ESTRUTURA DE PROTEÇÃO - FOTO: PRODUCE PACKAGING	27
FIGURA 12 - CERVEJA TOUR DU CHAPEAU - FOTO: BEHANCE	29
FIGURA 13 - CERVEJA DA OAST HOUSE BREWERS - FOTO: ZANDVLET	29
FIGURA 14 - GARRAFA DA FELICIDADE MIKA COCA COLA - FOTO: COCA COLA WEB	30
FIGURA 15- EXEMPLO DE XILOGRAVURA - FOTO: PLENARINHO.LEG.BR.....	32
FIGURA 16 - GUARANÁ JESUS - FOTO: GOOGLE IMAGENS	33
FIGURA 17 - CACHAÇA PITÚ – FONTE: ABC DA COMUNICAÇÃO	33
FIGURA 18 - AZEITE STAGIONI IN PUGLIA - FONTE: FRANTONIOD'ORAZIO.IT.....	34
FIGURA 19 - GULOSEIMAS LUGARD - FONTE: LIN	34
FIGURA 20 - COSMÉTICO MAISON LACK - FOTO: PETERDARMEN.DE	35
FIGURA 21 - CAFÉ PREMIUM ARCHER FARMS - FOTO: LIN	35
FIGURA 22 - CAIXA DE PRESENTES SHIGA - FOTO: MASAHIROMINAMI.COM	36
FIGURA 23 - MOODBOARD TRANSPORTE E PROTEÇÃO. FOTOS: PINTEREST	41
FIGURA 24 - MOODBOARD ABERTURA E FECHAMENTO. FOTOS: PINTEREST	42
FIGURA 25 - MOODBOARD CENÁRIO COM ABERTURA FRONTAL. FOTOS: PINTEREST	42
FIGURA 26 - MOODBOARD CENÁRIO COM ABERTURA LATERAL. FOTOS: PINTEREST	43
FIGURA 27 – PAINEL SÍNTESE DAS SOLUÇÕES ENCONTRADAS. FOTO: AUTORAL	43
FIGURA 28 - SKETCH ALTERNATIVA A – FOTO: AUTORAL	44
FIGURA 29 - SKETCH ALTERNATIVA B – FOTO: AUTORAL.....	45
FIGURA 30 - SKETCH ALTERNATIVA C – FOTO: AUTORAL.....	46

FIGURA 31 - TESTE DE FACAS DE EMBALAGENS EM ESCALA REDUZIDA - FOTO: AUTORAL	47
FIGURA 32 - REAJUSTE NA ALÇA MODELO A FOTO: AUTORAL.....	48
FIGURA 33 - REAJUSTE NO FUNDO DO MODELO B. FOTO: AUTORAL	48
FIGURA 34 - REAJUSTE MODELO C - ESQ P/ DIR : FACE ANTIGA DO BERÇO, FACE ATUAL DO BERÇO. FOTO: AUTORAL	49
FIGURA 35 - ALÇA DO MODELO C - FOTO: AUTORAL.....	49
FIGURA 36 - MATRIZ DE SELEÇÃO APLICADO A USUÁRIOS	50
FIGURA 37 - MODELOS 3D EM ESCALA REAL FEITO DE KRAFT - FOTO: AUTORAL	51
FIGURA 38 – RECORTE ESPECIAL NO ENCAIXE LINGUETA - FOTO: AUTORAL.....	53
FIGURA 39 - FACES DA EMBALAGEM ALINHADAS - FOTO: AUTORAL	53
FIGURA 40 - ILUSTRAÇÃO DA ESTAMPA DA EMBALAGEM - FOTO: ILUSTRA AUTORAL.....	54
FIGURA 41 - RECORTE ESPECIAL ILUSTRANDO A SILHUETA DA CIDADE E NOME DA FESTA - FOTO: AUTORAL	55
FIGURA 42 - PAPELÃO ONDA E - FOTO: TREMEMBALAGENS.COM.BR	56
FIGURA 43 - VISTAS ORTOGONAIS	57
FIGURA 44 - FACA DA EMBALAGEM	58
FIGURA 45 - FACA DA EMBALAGEM + ARTE FINAL EXTERNA.....	59
FIGURA 46 - FACA DA EMBALAGEM + ARTE FINAL INTERNA	60
FIGURA 47 - MODELO 3D FECHADO - AUTORIA PRÓPRIA	63
FIGURA 48 - MODELO 3D EMBALAGEM ABERTA - AUTORIA PRÓPRIA.....	64
FIGURA 49 - MODELO 3D COMPLETO DA EMBALAGEM - FOTO: AUTORAL	65
FIGURA 50 - QUESTIONÁRIO SOBRE COMPRA DE BEBIDAS - ELABORAÇÃO AUTORAL - IMAGEM EXTRAÍDA DO GOOGLE FORMS	69
FIGURA 51 - RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS - IMAGENS EXTRAÍDAS DO GOOGLE FORMS	74

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - ANÁLISE DE SIMILARES - FOTOS: WEB ELABORAÇÃO AUTORAL.....	37
QUADRO 2 - REQUISITOS E PARÂMETROS PROJETUAIS - ELABORAÇÃO AUTORAL ..	39
QUADRO 3 - MATRIZ DE SELEÇÃO - ELABORAÇÃO AUTORAL	50
QUADRO 4 - MATRIZ DE SELEÇÃO APLICADO A COMUNIDADE - ELABORAÇÃO AUTORAL.....	51
QUADRO 5 - DESCRIÇÃO DA USABILIDADE	61



CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1.1 INTRODUÇÃO

Cabaceiras, localizada na região do Cariri Paraibano, a 195 km de João Pessoa - PB, também conhecida como a capital do couro e cidade cinematográfica, a qual carrega com orgulho o legado de ser o cenário do filme nacional 'O Auto da Compadecida' baseado na obra de Ariano Suassuna e dirigido por Guel Arraes (IMDb, 2022). Município que é rico em Geossítios e se destaca por lajedos de raríssima beleza, concentra toda sua história e riqueza cultural numa festa tradicional encantadora que atrai turistas de toda parte. A festa do Bode Rei, que esteve em sua 23ª edição em 2022, é considerada o maior festival de caprinovinocultura do Brasil. Realizada durante 4 dias, celebrou atualmente os 22 anos do filme com várias atrações musicais, gastronômicas, exposições do agronegócio e artesanato local (PREFEITURA DE CABACEIRAS, 2022). Num clima de festa junina com bandeirolas, quadrilhas e música regional, a festa do Bode Rei anuncia ao mundo o que tem de melhor na cidade (Fig.1).



Figura 1 – Decoração festiva junina - Foto: Autoral

Para movimentar a economia local há uma esplêndida variedade de produtos que podem ser confeccionados e produzidos a partir da matéria prima ícone da região: o bode e a cabra. Desde artefatos feitos de couro e queijo do leite de cabra, Cabaceiras apresenta toda sua riqueza cultural com singelo e tradicionalidade. Nota-se que não fazem uso de apresentações robustas e sofisticadas. O caráter estético dos produtos vendidos é a regionalidade. Assim, a maioria das embalagens primárias e secundárias também são simples e desornadas, podendo

não influenciar na tomada de decisão do cliente em levar o produto.

Com a diversidade de produtos nas prateleiras, um dos maiores desafios do designer é comunicar na embalagem a qualidade e valores dos produtos locais para as pessoas que não conhecem o contexto de origem e sua história, como menciona a escritora Lia Krucken no seu livro *Design e Território* de 2009, é necessário compreender como as pessoas percebem esses produtos e saber como o valor e a qualidade são captados para definir estratégias de comunicação sobre sua origem (KRUCKEN, 2009). Muitas vezes a embalagem é o único meio de comunicação do produto e da empresa, dependendo do porte, um investimento em grandes divulgações não é inviável sendo importantíssimo para o produtor apostar num excelente design para atrair e consolidar o seu público. Segundo Faggiani (2006), a comunicação visual da embalagem pode ser dividida em informações verbais e não-verbais, onde nome do produto, tabela nutricional e instruções são características verbais e as formas, materiais e seus acabamentos se referem às características não-verbais. Ambas precisam estar coerentes com os valores da

empresa e normativas das associações responsáveis pelo tipo de produto que envolve, e isso pode ser decisivo na tomada de decisão do consumidor. É indiscutível que o usuário efetua sua compra pelo produto em si, mas em questões mercadológicas a embalagem tem o poder de chamar atenção, transmitir informações, despertar o desejo de compra e vencer a barreira do preço (MESTRINER, 2002)

Segundo um estudo da Two Sides Brazil, a embalagem tem um alto poder na tomada de decisão, numa pesquisa em 2019 com 400 consumidores, detectaram que 64% dos entrevistados compram um produto pela capacidade da embalagem de proteger o produto, 52% pelas informações legíveis que ela traz, enquanto 47% valoriza a facilidade de abertura e fechamento e constatou também, que tamanho e aparência também são relevantes para o consumidor. (Two Sides, 2019) A embalagem é, portanto, a vitrine do produto, não basta ser perfeita do ponto de vista funcional, ela pode convencer o comprador a adquirir tal mercadoria

pela boa apresentação da mesma, ainda que o preço do concorrente seja mais atrativo. (Fig. 2).

Propõe-se então uma embalagem que comunique com o cliente a beleza da região e o valor cultural da Festa Bode Rei para a cidade, que não seja mais um invólucro que será descartado, mas algo que instigue ao comprador adquirir o produto e este ser reconhecido dentro e fora do seu contexto.

“A embalagem é um meio e não um fim. Ela não é um produto final em si, mas um componente do produto que ela contém e que, este sim, é adquirido e utilizado pelo consumidor. Sua função é tornar compreensível o conteúdo e viabilizar a compra.” (MESTRINER, 2002, p.11)



Figura 2 - Embalagem com boa apresentação - Foto: Pinterest

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver uma embalagem secundária para garrafa de cachaça vendida na festa do Bode Rei, que evidencie a festa e paisagem local e se torne regalo para recordação da visita à cidade.

1.2.2 Objetivos específicos

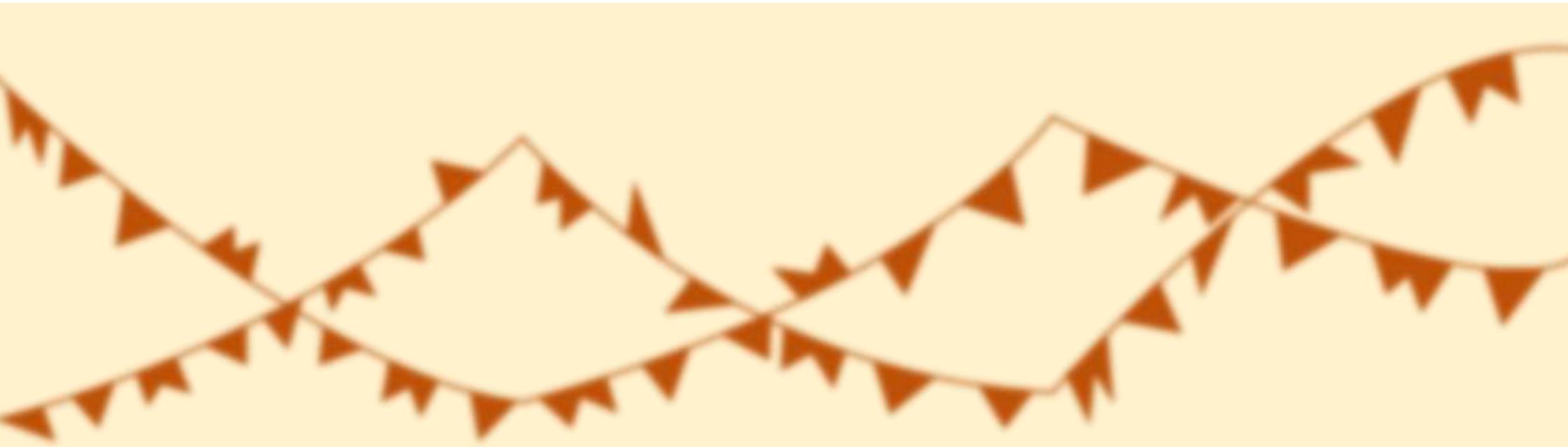
- Analisar o ambiente festivo a fim de capturar padrões estéticos da região.
- Caracterizar usuário, a bebida e suas embalagens.
- Pesquisar soluções existentes de embalagens criativas no mercado para extrair estruturas e acabamentos diferentes.
- Compreender como o território é incorporado nas embalagens.

1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

Desenvolvimento de embalagem secundária para a garrafa da Cachaça Xixi de Cabrita de 375ml, que sirva de expositor e para transporte dela.

1.4 FINALIDADE DO PROJETO

Promover a valorização da festa do Bode Rei e suas mercadorias através de uma embalagem de transporte e expositiva que chame atenção e transmita ao comprador a beleza da cultura local e a boa qualidade do produto que a carrega a fim de atrair mais turistas a barraca da empresa e espalhar o desejo de compra desta bebida.



MÉTODOS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS

2. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS

Seguindo os princípios de Bonsiepi (1983), estudados na disciplina de metodologia de projetos, este trabalho busca enxergar uma oportunidade ou problema, valorizar uma necessidade, analisar soluções existentes, desenvolver alternativas, construção, seleção e avaliação de protótipos e a realização do projeto final.

Como forma de identificar elementos gráficos, texturas e cores, visando obter informações acerca dos padrões estéticos da cidade de Cabaceiras-PB e caracterizar o usuário e embalagens da cachaça, foi realizada uma visita in loco no período da festa do Bode Rei na edição de 2022, registrando imagens da decoração, arquitetura da cidade e produtos comercializados, conversando com comerciantes e observando a interação usuário-produto. Para identificar estruturas diferenciadas de embalagens criativas, a fim de entender seu funcionamento e construção, e visando identificar elementos culturais, design e território nas formas, cores e

texturas da estrutura e/ou superfície destas, será realizada pesquisas na web, levantando tipos de formato e materiais para usar na análise comparativa e geração de alternativas.

2.1 A FESTA DO BODE REI

Através de uma visita in loco e da observação assistemática da festa registou-se imagens, elementos visuais e fez-se a aquisição do produto a ser estudado.

2.1.1 O Ambiente Festivo

A festa do Bode Rei é um evento que ultrapassou as barreiras da Paraíba e mostrou ao mundo uma festividade regional que tem como seu principal atributo a valorização da caprinocultura, a atividade de maior representatividade econômica do Cariri Paraibano (PREFEITURA DE CABACEIRAS, 2022). Idealizada pelo escritor e jornalista Wills Leal, juntamente com o projeto Roliúde Nordestina, este visou enaltecer a cidade de Cabaceiras que logo se transformou em um polo cinematográfico, com mais de 30 produções (PARAÍBA CRIATIVA, 2015).

No ano de 2022, a cidade comemora a 23ª edição, que foi realizada entre os dias 3 a 5 de junho. Iniciando com recepção dos animais e pequenos concursos de ordenha, corrida de cabra, e julgamento de porte dos Bodes, o primeiro dia da festa acontece como uma grande exibição do poderio da cidade e por isso, há também exposições de tecnologias sociais voltadas ao agronegócio, assistência técnica aos produtores (PREFEITURA DE CABACEIRAS, 2022). Além da comida e das atrações musicais, muitos turistas se encantam ao ir à festa pelas belas casinhas e o aspecto nostálgico da arquitetura da cidade.

A cidade de Cabaceiras-PB, assim como grande parte do Nordeste Brasileiro, possui em sua arquitetura traços típicos de estruturas coloniais, herdando padrões estéticos portugueses (BAHIA.WS, 2022). Observa-se que as casas e prédios institucionais possuem fachadas retas quase rente à margem da rua e com telhados em duas águas, ou seja, que permite escoamento da precipitação para dois lados da casa. No entanto, a característica mais marcante dessas casas é a platibanda, destacada na figura 3, estrutura geométrica construída na fachada

acima do nível do teto e que tinha a função principal de esconder o telhado e evitar o escoamento da água da chuva para a frente da casa.



Figura 3 - Estrutura platibanda - Foto: Bahia.ws

Segundo a matéria do site Bahia.ws sobre a arquitetura no Nordeste, com a melhora da economia proveniente do comércio dos produtos locais surgiu o desejo de se destacar na sociedade, e essas fachadas começaram a ganhar formas e dimensões diferentes, para diferenciar-se das casas mais simples, e isso ocorreu de forma espontânea em toda essa região, e hoje se tornou parte da decoração e da identidade local.



Figura 4 - Decoração festiva - Foto: Prefeitura de Cabaceiras

Através de registro de fotografias no ambiente festivo, entendeu-se como padrão estético da festa do Bode a tradicional festa junina com ênfase na caprinocultura. Há bandeirolas e balões pendurados por toda parte e em especial na rua principal da cidade (Fig. 4) formando um tipo de 'tenda' sobre a entrada da praça de alimentação. Nas barracas de comidas típicas, notou-se comum paredes e balcões cobertos por uma chita (Fig. 5), tecido geralmente estampado com flores em cores



Figura 5 - Decoração em tecido chita - Foto: Prefeitura de Cabaceiras

vibrantes, supostamente para manter o ambiente alegre e excêntrico como a dança da quadrilha. Já no ambiente onde ficam os animais e onde ocorre as gincanas, utilizam ripas de madeira e/ou estacas de lenha para construir as cercas que separam os animais, e novamente, muitas bandeirolas. E por toda parte, há sempre uma ilustração de um bode ou uma cabrita, referências a cangaceiros, e personagens do filme 'O Auto da Compadecida' (Fig. 6), como também artigos feitos em couro, matéria prima importantíssima na região.



Figura 6 - Personagens do filme 'O Auto da Compadecida' - Foto: Autoral

Do início ao fim a festa segue um cronograma rico em atrações. Essa programação pode ser obtida através do site da prefeitura, redes sociais da festa e folhetos distribuídos no evento. Com várias atrações sendo realizadas simultaneamente, a festa está sempre movimentada em todos os cantos da cidade. Em um prédio exclusivo, ficam todas as informações e objetos relacionados ao filme, como figurinos, folhetos, cartas, ilustrações e afins. Há também, ordenhas, corridas de bode, brincadeira da cabra cega, desfiles de porte físico do bode e concurso da garota Bode Rei. Há também em outros palcos, bandas tocando música regional, quadrilhas, assistência técnica aos agropecuaristas e workshop de culinária regional.

Analisando essas informações chegou-se à conclusão que a cidade e a festa possuem elementos visuais que:

- o Remetem ao visual de festa junina, com bandeirolas, quadrilha e fantasias.

- Cores predominantes no geral são o Vermelho, Amarelo, Verde e Azul das bandeirolas, e o Marrom dos artigos feitos de couro e área rural.
- O formato das fachadas das casas é utilizado na representação da cidade em cartazes, folhetos e postagens nas redes sociais.
- Personagens do filme Auto da Compadecida e a figura de bodes e cabras também são relevantes na caracterização da cidade.

2.1.2 A Cachaça Xixi De Cabrita

Para se obter uma análise satisfatória do produto e servir de objeto de teste com mockup, foi adquirido uma unidade da cachaça de peso líquido 375ml, medida que, notavelmente observado durante aproximadamente 20 minutos, se trata do tipo mais procurada pelos clientes.

Observou-se que não há padrão de embalagens para os produtos artesanais da festa, muitos deles são consumidos no próprio local, e os que são vendidos para viagem acompanham apenas uma sacola plástica ou de

papel Kraft, como é o caso da cachaça, a qual este trabalho visa estudar. A bebida é tradição da festa sendo produzida artesanalmente há 13 anos pela dona Valdiza. Esta bebida fica exposta aos clientes em cima do balcão ou numa prateleira (Fig. 7), nesta edição da festa, houve dois tipos de embalagem primária, a garrafa de vidro branca ou âmbar de 375ml e 1L, e garrafa de terracota de 180ml pintada de branco, ambas embalagens com um rótulo adesivo contendo o logotipo da empresa,



Figura 7 - Bebidas em cima do balcão - Foto: Autoral

ingredientes, teor alcoólico, e história da cidade, e vedadas por uma rolha cortiça.

Já a embalagem secundária se trata de uma sacola retangular de papel Kraft pardo com gramatura de 75 g/m², medindo 15 cm de largura, 24 cm de altura e 7 cm de profundidade (Fig. 8). A superfície é aparentemente estampada com impressão offset com o logotipo, uma representação da Roliúde Nordestina, perfil do Instagram da cidade de Cabaceiras, nota de sacola reutilizável e no fundo, o contato do fabricante da embalagem. A mesma possui duas alças de cordão, e dois pontos de cola, um na lateral e outro no fundo. A sacola tem espaço para conter apenas duas garrafas de 375ml, ou uma garrafa de 500ml. Não é aconselhável usá-la para carregar a garrafa de 1L, pois a altura e o peso desta podem dificultar o transporte e deixar o usuário inseguro neste manuseio.

2.1.3 O Usuário

Em visita ao balcão da produtora notou-se que é numeroso o fluxo de clientes adquirindo este produto.

Considerando o fato de a cidade ser turística, entende-se que a grande maioria dos compradores são turistas que



Figura 8 - Embalagem secundária atual - Foto: Autoral

ouviram falar da bebida através de outros usuários, pelas redes sociais da festa, ou que já estiveram em edições anteriores e voltaram para comprar novamente.

Sem minoração de gênero nem classe social, adultos de todas as idades, sozinhos ou acompanhados de cônjuge e amigos, param para degustar a primeira dose que é cortesia da comerciante e em meio um ambiente colorido, descontraído, com risadas e simpatia, o ato de compra deste produto é mais do que pegar uma embalagem na prateleira e efetuar o pagamento. Há troca de sorrisos, histórias sendo contadas e laços sendo construídos. Entende-se que o produto deve ser o centro da atenção nessa interação, portanto, precisa chamar atenção não só dos clientes que chegam ao balcão, como aqueles que estão nos demais pátios da festa, através do cliente que adquiriu uma unidade, para que sintam o desejo de comprá-la para si ou para presentear alguém. Se esta embalagem contiver algo a mais além de apenas um logotipo e informações de contato, essa tomada de decisão de compra pode ser influenciada, atraindo mais olhares e valorizando a marca e a festa.

A fim de entender mais as preferências e entendimento dos usuários sobre embalagens de bebidas, foi elaborado uma breve pesquisa (ver anexos), através da ferramenta de formulários do Google, questionando quais tipos de bebidas as pessoas costumam consumir, se já presenteou alguém com alguma bebida e sobre a importância de uma embalagem secundária para uma garrafa de vidro. Esta pesquisa foi divulgada nos canais de interação como o Whatsapp, Telegram e LinkedIn, para pessoas leigas ou com pouco conhecimento em Design. Como resultado (ver anexos) a pesquisa registrou que 93% dos entrevistados consomem ou presentearam uma garrafa de vinho, e em terceiro lugar, a cachaça também é bastante consumida, representando 31% dos entrevistados. Enquanto isso, 81,3% dos entrevistados consideram a partir de uma escala de 1 a 5 que a embalagem secundária, cartucho ou similar, é importante e muito importante e a partir de questões abertas, foram coletadas algumas opiniões anônimas sobre estas embalagens:

“Quando fui comprar uma Vodka da marca *Absolut*, achei a embalagem muito bonita, o que agregava status à bebida.”

“A embalagem ajuda na hora do transporte, pois as garrafas não ficam batendo umas nas outras. Sem falar que para presentear um amigo é muito mais interessante quando o produto tem uma embalagem.”

“Bastante comum [*embalagem secundária*], mas seria bom criar embalagens mais seguras para o transporte, já que o vidro pode quebrar.”

“A embalagem externa se não for apropriada pode não suportar a garrafa de vidro e é interessante que haja uma embalagem de proteção da garrafa para evitar danos como riscos que podem prejudicar a estética, uma vez que o consumo de bebidas está sendo relacionado a experiência do consumidor, não só ao consumo do produto, a maioria não confere a segurança necessária.”

Em conclusão parcial entende-se que a embalagem secundária é muito aceita pelos consumidores no quesito estético mas também na proteção do produto contido nela. O desafio do designer neste momento é desenvolver

um projeto que possua estrutura adequada para transporte e proteção sem ignorar a importância da beleza de uma embalagem.

2.2 O DESIGN DE EMBALAGENS

Assim como menciona Mestriner (2002), a embalagem não é o produto final em si, mas parte do produto principal, quanto mais interessante no sentido da inovação for esta embalagem, mais valorizado estará o produto principal contido nela. Para ser considerado inovador, um produto precisa apresentar alguma melhoria em relação à versão anterior, e ser eficiente, ou seja, precisa funcionar, para que não acabe se tornando apenas uma invenção (ROCHA, 2017). Para se obter uma embalagem criativa e eficaz é necessário fazer vários testes de prototipação, explorando formas, materiais e funcionalidades a fim de chegar em um resultado satisfatório para a experiência do consumidor.

Para obter vantagem competitiva com a concorrência, uma empresa deve procurar soluções que diferencie o seu produto na prateleira, que é observada

pelo usuário através da usabilidade aparente da embalagem, distinguindo o seu valor das demais opções. Neste momento, o designer tem o desafio de apresentar a empresa ao consumidor posicionando-a na comunidade de forma que o produto salte aos olhos do cliente e influencie, quase de imediato, na sua tomada de decisão. A comunicação certa é responsável por fazer com que o cliente entenda que a empresa está preocupada em transmitir uma mensagem importante para ele, atraindo-o e despertando o seu interesse (TORRES, 2016), e para isso é necessário pensar nos elementos-chaves a serem empregados, cores e formas e transmitir as características da empresa, e neste caso, do território.

2.2.1 Embalando o Produto Cachaça

A garrafa é o principal componente deste projeto, uma embalagem do tipo primária que está diretamente em contato com o consumidor, possui quatro partes principais: o Gargalo, Pescoço, Corpo e base. Ao observar as prateleiras de um mercado percebe-se que dependendo da bebida, a garrafa fica exposta ou é

vendida de forma avulsa, como por exemplo, destilados e vinhos e para quem deseja comprar a cerveja em maiores quantidades, opta pelos fardos de garrafas que possuem um invólucro que une 4 ou 6 garrafas do mesmo tipo de produto, esta pode ser considerada uma embalagem secundária. As bebidas populares são expostas avulsas na prateleira ao lado de outros destilados, sem a caixa. Já os produtos Premium, possuem o cuidado com a experiência do usuário, são acondicionadas em cartuchos individuais, que conservam os valores da empresa e a sua identidade visual ao aplicar na superfície da caixa a comunicação do produto.

As cachaças industriais são envasadas por máquinas que possuem sistema de higienização total, de forma automática e linear (Fig. 9) em garrafas idênticas, que atendem a grande demanda do mercado com alta produção, e se possuir uma embalagem secundária, este é montado manualmente por funcionários no fim da linha de produção.



Figura 9 - Evasão Industrial de bebidas. Foto: Google imagens



Figura 10 - Evasão artesanal da bebida Xixi de Cabrita - Foto: Facebook.com/Festa-do-bode-rei

No caso da Xixi de Cabrita, uma cachaça artesanal, é envasada manualmente pela produtora em garrafas de tamanhos variados com auxílio de funil (Fig. 10). A comerciante, Dona Valdiza, as expõe em sua 'barraca' durante a festa posicionadas em cima do balcão ou sob uma prateleira no fundo da loja, sem nenhum tipo de expositor convidativo. Para expandir a valorização deste produto e conquistar mais clientes apenas com o olhar, propõe-se uma embalagem expositora criativa que comunique a festa do Bode Rei, e a tradição da marca, além de proteger e auxiliar no transporte da garrafa.

2.2.2 Proteção e Transporte do Produto

Pensando nisso, a embalagem secundária não tem utilidade apenas para expor individualmente o produto, mas também pode ter a função de proteger e facilitar o transporte da garrafa ou frasco.

Numa pesquisa de campo observando as embalagens secundárias em três mercados diferentes da cidade de Campina Grande-PB, de pequeno, médio e grande porte, nota-se que os cartuchos são fabricados em

papelão, a maioria com fundo em fechamento automático ou americano e acabamentos diversos de acordo com cada marca. E observando cada uma das caixas, nota-se que algumas possuem algum sistema de proteção evitando que fique chacoalhando dentro da caixa utilizando recortes especiais na face do cartucho, mas em nenhuma das caixas analisadas possui, por exemplo, um berço que sustenta e reduz o impacto na transportação.

O berço é uma estrutura utilizada com a função de proteger produtos frágeis de impactos leves, a fim de garantir um transporte seguro (Fig.11). Podem ser confeccionados a partir do próprio material da embalagem principal, e até mesmo uma extensão da própria face, ou feito a parte com outro tipo de material com atributos de resistência e amortecimento superiores, como por exemplo, a espuma de polietileno expandido, utilizada para transportar várias garrafas de vinho (UNIPOLI, 2022).

Desta maneira, uma embalagem de bebida que possua este tipo suporte, além de entregar a mercadoria

em segurança ao consumidor, poderá influenciar na percepção do usuário de que a empresa se preocupa com uma boa aparência de seu produto, como afirma Lobach (2001), a estética de um produto está responsável por promover a sensação de bem estar durante a interação usuário-produto. E não há modelo padrão na confecção dessas embalagens e berços, visto que o mercado possui e produz uma diversidade de frascos e garrafas de formatos



Figura 11 - Berço ou estrutura de proteção - Foto: Produce Packaging

e dimensões diferentes, cabe a empresa decidir essas características no seu projeto.

Ao abrir uma caixa e se deparar com seu produto devidamente protegido, o consumidor validará a usabilidade aparente percebida, ou seja, sua percepção antes de manusear, e julgará que a empresa se preocupou com cliente não só na comunicação visual mas também na integridade do produto contido.

2.2.3 Comunicação e Promoção do Produto

A comunicação do produto, acerca de letras e cores, é uma parte desafiadora no projeto de uma embalagem, sendo necessário estudos de público para que a promoção alcance corretamente seus destinatários. Usar cores aplicando conceitos corretos de contrastes e harmonias, leva o produto a ser notado primordialmente entre os concorrentes na gôndola do mercado. Quando o usuário se depara com uma embalagem essa percepção vai além da agradabilidade, o estímulo recebido pode obter uma resposta positiva ou não, como escreve Antonio

Collaro em seu livro *Criação de Embalagens Competitivas* e conseguinte afirma:

“A natureza humana adota preferências das mais diversas, mas o que individualiza as tendências são as sensações transmitidas pela cor, que despertam um condicionamento generalizado. Fatores como meio ambiente, faixa etária, condições sociais e culturais estão no rol das influências que determinam o uso correto da cor nas suas determinadas aplicações.” (COLLARO, 2015. p.26).

Exemplificando a comunicação, a caixa de cerveja da empresa *Niagara Oast House Brewers* (Fig. 12), foi projetada para transportar duas garrafas de 750ml, ao mesmo tempo expressar a história da marca no ramo da cervejaria, ilustrando um celeiro na cor vermelho, tipo característico da região do Niágara (ZANDVLIET, 2014).



Figura 132 - Cerveja da Oast House Brewers - Foto: Zandvlet



Figura 123 - Cerveja Tour du Chapeau - Foto: Behance

Já as empresas com valores sustentáveis, vão apostar em embalagens secundárias com material reutilizável e em menor quantidade possível. Agregando valor à marca e atraindo um público específico com os mesmos princípios. Com objetivo de reduzir material e explorar a função do rótulo, a Designer Canadense Emilie Moreau, desenvolveu um invólucro de transporte para 4 garrafas da cerveja *Tour*

du Chapeau (Fig. 13), onde a alça faz parte do corpo da embalagem em uma peça única e a faixa que envolve as garrafas pode ser destacada do rótulo que é fixado na superfície do vidro (BEHANCE.NET, 2012).

Em contrapartida, há empresas que cativam o seu público alvo com edições especiais das suas mercadorias,

nesta feita, a embalagem secundária pode aparecer mais robusta e chamativa, com materiais e acabamentos especiais que irá torná-la um item colecionável e de grande valor. Citando um caso parecido, temos a embalagem unitária de uma edição limitada da Coca-



Figura 14 - Garrafa da felicidade Mika Coca Cola - Foto: Coca cola web

Cola. A garrafa da Felicidade Mika foi lançada em 2010 cheia de grafismos e cores, e seu invólucro surpreendente com a técnica de relevo *pop-up* em papel, a caixa integra a garrafa ao cenário idealizado pelo cantor britânico Mika, cujo nome foi batizado na garrafa, resultando em um incrível expositor, e souvenir (COCA-COLA WEB.FR, 2010). (Fig. 14).

2.3 DESIGN E TERRITÓRIO

Para trabalhar com design e território é necessário entender que há diferenças entre território geográfico e território cultural. Um espaço que além das características climáticas e da vegetação, possui uma presença notável de simbolismo, crenças e interações distintas de seus 'vizinhos' contidos no mesmo território geográfico, transformando isso em sua própria identidade.

“Um grupo cultural se expressa diante de estímulos externos, diferenciando-se de outros. Essa exceção é a manifestação de sua identidade, dos traços distintos que possibilitam o reconhecimento e a diferenciação diante de situação concreta num momento específico” (PERICO, 2009, *apud* MACIEL, Rosilene & Lacerda, 2017. p. 3).

Portanto, território pode ser considerado um espaço vivido, onde os indivíduos interagem entre si e com seus recursos naturais, transpondo sentimentos e atribuindo símbolos aos lugares, garantindo uma identidade social/cultural (SILVA, 2009. P.109). O design pode ser usado para moldar e influenciar a paisagem, a arquitetura e a vida urbana, e como esses elementos podem ser projetados para melhorar a qualidade de vida das pessoas que vivem e trabalham em um determinado território. Também pode incluir estudos sobre como o design pode ser usado para abordar questões ambientais e sociais em uma comunidade ou região. Considerando essa informação, nota-se que a cidade de Cabaceiras-PB possui 3 símbolos que a diferencia das cidades ao redor: O legado de uma cidade cinematográfica em pleno cariri paraibano, a concordante habilidade de produção de couro e suas finalidades e a excepcional valorização do Bode e da Cabra feita através da culinária e exposições artísticas.

Para o Designer é um grande desafio associar a identidade local à inovação e criatividade para geração de produtos que traduzem valores imateriais da

comunidade estudada. Lia Krucken (2009) defende que o design e território é como uma via de mão dupla, o produto valoriza o território e vice-versa. Seja uma rua, uma aldeia ou cidade inteira, o designer terá um papel importantíssimo lançando seu produto, pois pode trazer grandes benefícios a esta comunidade. De acordo com Bonsiepe (2011), o designer pode conferir identidade a um produto através de sua forma. Ele apresenta cinco formas de o designer materializar a identidade em produtos, seja por meio da forma e certas características formais ou cromáticas, uso de materiais locais e técnicas de fabricação apropriadas ou a partir de uma necessidade temática específica do contexto. Para isso, este profissional precisa: Identificar e compreender o espaço para traduzir valores, visualizar e criar para projetar um resultado e comunicá-lo através do produto final, e ainda saber considerar as funções deste, ou seja, funções de uso, simbólicas e técnicas.

2.3.1 O Território Aplicado

No Brasil, o Design e território tem se tornado uma área cada vez mais importante de estudo e aplicação,

devido ao rápido crescimento urbano e a necessidade de encontrar soluções para problemas criados pela urbanização. Isso inclui a criação de projetos de design urbano e paisagismo que ajudem a preservar e melhorar a qualidade de vida nas cidades, bem como o uso do design para abordar questões sociais e ambientais como desenvolvimento sustentável e inclusão social dos pequenos negócios das comunidades. Um exemplo de projetos de design e território no Brasil incluem o projeto "Morar Carioca" no Rio de Janeiro, que busca melhorar as condições de vida nas favelas. O projeto possui 5 objetivos: a infraestrutura urbana, a conectividade viária, a iluminação pública, a coleta de lixo e lazer e paisagismo. (PREFEITURA.RIO, 2022).

Outro exemplo é o uso de materiais locais e sustentáveis para a produção de embalagens, como a utilização de madeira, bambu, fibras naturais e outros materiais locais para produzir embalagens de produtos alimentícios e outros itens, pois contribui para a redução da emissão de carbono, além de ser uma oportunidade de negócio para pequenos produtores locais.

Na região nordestina do Brasil, a técnica de ilustração Xilogravura é amplamente utilizada para representar a sua identidade cultural principalmente no Cordel, que se tornou em 2018, patrimônio cultural imaterial brasileiro. (Fig. 15). (PLENARINHO.LEG.BR, 2018).



Figura 15- Exemplo de Xilogravura - Foto: Plenarinho.leg.br

Os traços distintos e a simplicidade da forma, combinados com o uso de símbolos icônicos da cultura nordestina, são frequentemente empregados com grande orgulho pelas estratégias de marketing regional



Figura 16 - Guaraná Jesus - Foto: Google imagens

Um dos exemplos nacionais, aplicado diretamente ao Design de embalagens, é a nova identidade visual do refrigerante Guaraná Jesus (Fig. 16). Segundo o site Coca-Cola Brasil, ela foi criada em 2008, e foi desenvolvida com ajuda da população Maranhense, que através de uma votação popular, escolheram a nova embalagem

inspirada nos azulejos coloniais portugueses de São Luís e ganhou medalha de ouro de Melhor Estratégia de Marketing no Prêmio Internacional de Excelência em Design. Além das cores inconfundíveis, a embalagem carrega o slogan “o sabor de viver no Maranhão” e o logotipo que se refere a assinatura pessoal do criador da bebida, o farmacêutico Jesus Norberto Gomes (ABRIR, 2018).



Figura 17 - Cachaça Pitú – Fonte: ABC da Comunicação

Paralelamente a isso, o território também fora aplicado na embalagem da bebida alcóolica Pitú (Fig. 17). Em caráter promocional, a empresa lançou em 2020 a embalagem com elementos visuais, como ilustrações e

cores vibrantes relacionadas à festa brasileira, o Carnaval de Olinda, característico por seus bonecos gigantes. Segundo Alexandre Ferrer, presidente da Pitú, a iniciativa tem o propósito de valorizar ainda mais a cultura nordestina e apoiar o trabalho dos artesãos que confeccionam bonecos e deixam a festa muito mais autêntica (ABC DA COMUNICAÇÃO, 2020).

A marca italiana Frantoio D'orazio ilustra sua embalagem de azeite extravirgem da linha 4 Stagioni, com



Figura 18 - Azeite Stagioni in Puglia - Fonte: Frantoniod'orazio.it

cenários das 4 estações do ano na perspectiva da região de Puglia, no sul da Itália (Fig. 18). As 4 latas contam de

forma lúdica a mudança das estações de um solo árido a um período congelante, utilizado de tonalidades diferentes para expressar as cores de um Outono aconchegante e alegre, e o céu estrelado das noites de verão (FRANTOIOO'D'ORAZIO.IT, 2022).

No mesmo sentido lúdico, as embalagens de guloseimas Lugard (Fig. 18) foram desenvolvidas pelo Studio Blow de Hong Kong, com o conceito de valorização da Savana Africana e proteção da vida selvagem (LIN, 2015).



Figura 19 - Guloseimas Lugard - Fonte: LIN

Usando a Chita (Guepardo) como mascote para construção da identidade visual, a equipe de designers

ilustrou também os demais animais e flores características daquela região e figuras humanas dos povos aborígenes africanos adornados com máscaras e pinturas .

Utilizando papéis especiais com verniz e relevo seco, o Designer Peter Dahmen desenvolveu uma embalagem



Figura 20 - Cosmético Maison Lack - Foto: Peterdarmen.de

de luxo para uma linha de cosméticos da empresa francesa Maison LACK (Fig. 20). Ele aplicou dois tipos de pop-up: enquanto as asas se desdobram o produto é

levantado ao centro simultaneamente, transformando a embalagem num belo expositor de vitrine. Veja o funcionamento em: (www.peterdahmen.de/en/project/schimmernde-fluegel/). (PETERDARMEN.DE, 2022)

Já a embalagem do café premium Archer Farms da empresa Target (Fig. 21), desenvolvida pelo Studio Collins dos EUA, traz em cada embalagem uma ilustração de um



Figura 21 - Café Premium Archer Farms - Foto: LIN

cenário correspondente a origem dos grãos do café,

enaltecendo não só a qualidade do produto como a beleza da paisagem de seus respectivos locais turísticos ou não (LIN, 2017).

Por fim, um exemplo de territorialidade aplicada numa caixa de presentes. Com nome de *Kokadanboru*, foi desenvolvido pelo Designer Masahiro Minami que aplicou as cores e emblema da cidade de Koka, província de Shiga no Japão, que é conhecida pela tradição ninja, a caixa possui informações gravadas em caracteres ninjas perpetuando a cultura das artes marciais e divulgando a regionalidade aos turistas que adquirem uma embalagem presente (MASAHIRO MINAMI DESIGN, 2020). (Fig. 22)



Figura 22 - Caixa de presentes Shiga - Foto: masahirominami.com

2.3.2 Análise comparativa

Nesta etapa é selecionado exemplos de produtos similares para uma análise comparativa dos seus atributos a fim de descartar as desvantagens e aproveitar o que há de melhor no produto, e a conclusão deste estudo deve

gerar insights que irão delimitar o projeto. A partir dos exemplos de embalagens temáticas pesquisadas nas etapas anteriores com alta comunicação visual, pôde-se aproveitar as seguintes informações:



MATERIAL	Cartão	Cartão	Papelão	Papel Paraná	Cartão ou Paraná
PRODUTO EMBALADO	Biscoitos	Caixa-presente	Garrafa de Cerveja	Garrafa de refrigerante	Batom
FORMATO	Semicircular	Cúbico	Prisma retangular	Prisma retangular	Quadrangular
FUNCIONALIDADE	Armazenar	Armazenar	Armazenar e expor	Armazenar e expor	Armazenar e expor
CORES SELECIONADAS	Cores do tema Savana Africana	Cores da Cidade de Koka/Japão	Cores características da fazenda	Cor da marca e do mundo de Mika*	Cores Neutras
CONCEITO REPRESENTADO	Lúdico, Visibilidade	Tradição, Reconhecimento	Lúdico, Tradição	Lúdico, Fantasia	Luxo

Quadro 1 - Análise de similares - Fotos: Web | Elaboração autoral

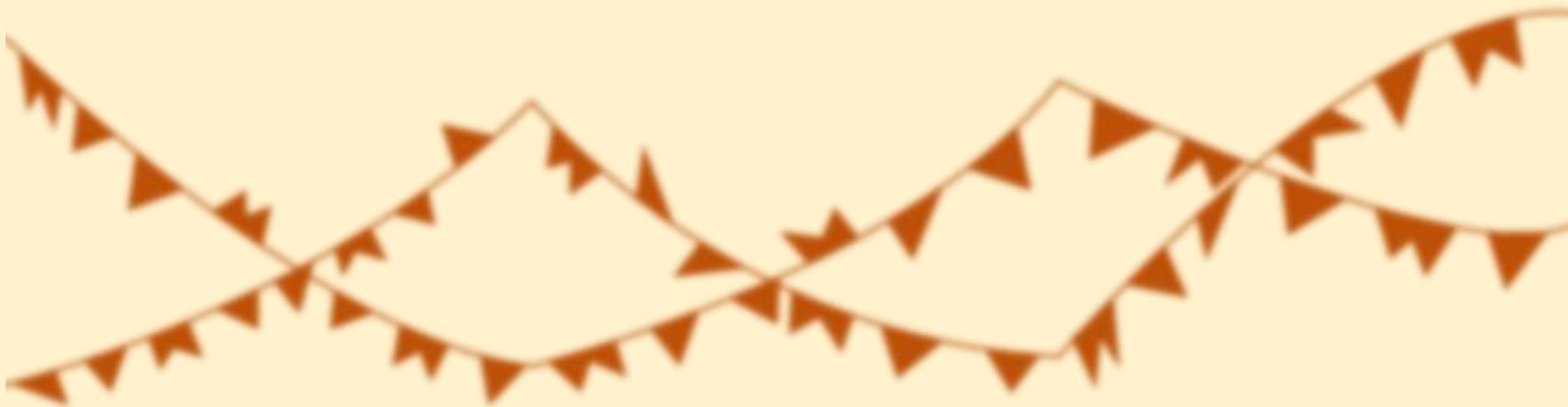
2.3.3 Conclusões parciais

A análise comparativa realizada permitiu identificar as principais diferenças e semelhanças entre os elementos comparados. Após uma avaliação cuidadosa, concluiu-se que pode-se destacar que o território é frequentemente aplicado em embalagens utilizando a ilustração flat com formas orgânicas ou geométricas. O formato, conceito e matizes dependem da paleta de cores que a empresa já utiliza, do briefing extraído do ambiente, ou da mensagem promocional que se deseja evidenciar. Observa-se também que as caixas são produzidas usualmente em papel cartão e/ou papelão, devido à sua flexibilidade e custo benefício. Este estudo é importante, pois ajudará na delimitação de requisitos projetuais.

2.3.4 Requisitos e Parâmetros

Após a coleta dessas informações, usa-se esta etapa para definir os critérios que irão delimitar o projeto da embalagem. Ao utilizar as conclusões da análise do ambiente festivo, características do produto a ser embalado, soluções inteligentes lançadas no mercado e compreensão do território aplicado, obtém-se os seguintes atributos e parâmetros:

ATRIBUTOS	REQUISITOS	PARÂMETROS
ESTRUTURAL	<ul style="list-style-type: none"> ○ Deve ser capaz de transportar uma garrafa de 375ml; ○ Deve proteger a garrafa de impactos leves; ○ Deve utilizar um arranjo que sirva de expositor e transporte do produto; 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Utilizar papelão onda e ou kraft com gramatura acima de 400g/m² ○ Elaborar berço ou suporte para manter a garrafa firme a embalagem no transporte; ○ Projetar estrutura desmontável que permita 2 posturas;
VISUAL	<ul style="list-style-type: none"> ○ Deve evidenciar elementos da festa e/ou cidade, destacando o produto e valorizando o território; ○ Deve possuir cores, fontes e formas coerentes com a festa e comunicar a marca do produto; 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ilustrar um cenário típico da festividade ou da temática do produto com xilogravura ○ Utilizar fontes legíveis; ○ Manter a identidade visual da empresa;
USABILIDADE	<ul style="list-style-type: none"> ○ Deve facilitar o transporte; ○ Deve possuir baixo esforço no manejo da transição expositor/transporte; ○ Deve ser intuitiva na ação de abertura e fechamento; 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Projetar alças eficientes na sustentação do produto, confortáveis, se possível, a mão do usuário; ○ Utilizar <i>metonímia</i> para indicar o funcionamento da abertura e fechamento.



ANTEPROJETO

3.0 ANTEPROJETO

O planejamento de um briefing é fundamental para a execução de um projeto. Nesta etapa são coletadas diversas informações relevantes que auxiliará na geração de conceitos e alternativas, direcionando as ações do Designer a projetar um produto assertivo. (MINDMINERS, 2022). O anteprojeto é uma etapa crucial no desenvolvimento de qualquer projeto de Design. Ele permite aos envolvidos estabelecerem os conceitos básicos e as diretrizes gerais para o projeto final. O anteprojeto inclui análises, desenhos básicos e esquemas, e é uma oportunidade para avaliar e ajustar as ideias antes de seguir para a etapa seguinte.

3.1 PAINEL DE REFERÊNCIAS

Para dar início a etapa de geração de alternativas, um painel com referências é criado para se extrair insights relevantes para a ideação do projeto. Um painel semântico é uma ferramenta visual que permite organizar e categorizar informações de maneira clara e intuitiva. É composto por palavras-chave, imagens ou frases relacionadas a um tema

central, organizadas em grupos ou categorias. Assim foram elaborados painéis agrupando quatro tipos de características que o produto deve conter de acordo com os parâmetros estabelecidos no item 2.3.4.

3.1.1 Transporte e Proteção

Este painel foi elaborado a fim de entender algumas estruturas e funcionamentos para um transporte e proteção seguros de uma garrafa de vidro. (Fig. 23)

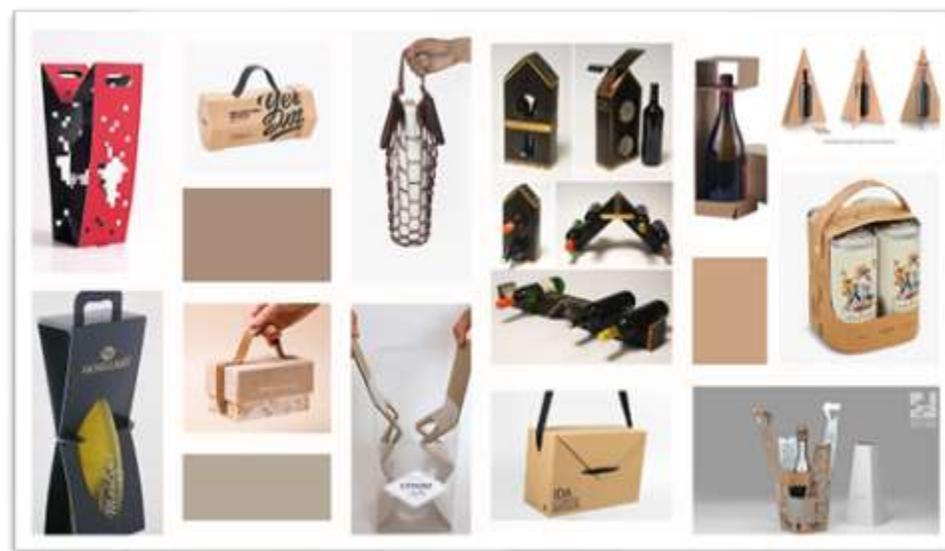


Figura 23 - Moodboard Transporte e Proteção. Fotos: Pinterest

3.1.2 Abertura e Fechamento

Este painel contém soluções criativas de abertura e fechamento de embalagens de papel. (Fig.24)

3.1.3 Cenário com abertura frontal

Já este painel agrupa referências de embalagens diversas com cenário onde o usuário faz a abertura em sua direção ou para cima. (Fig 25)



Figura 24 - Moodboard Abertura e Fechamento. Fotos: Pinterest



Figura 25 -Moodboard Cenário com abertura frontal. Fotos: Pinterest

3.1.4 Cenário com abertura lateral

Por fim, um painel com referências de embalagens diversas com cenários onde o usuário abre as duas faces para as laterais.(Fig. 26)



Figura 26 - Moodboard Cenário com abertura lateral. Fotos: Pinterest

3.2 PAINEL SÍNTESE

Se a síntese é um documento que visa resumir informações de um texto base condensando partes relevantes ao objetivo da atividade (BRASIL ESCOLA, 2022), assim, o painel síntese terá em sua composição abstrações

de todo conteúdo apresentado nos painéis semânticos. A partir da combinação das soluções encontradas, fez-se novos conceitos de embalagem a fim de selecionar as opções mais viáveis, em relação a produção, para o andamento do projeto.(Fig. 27)

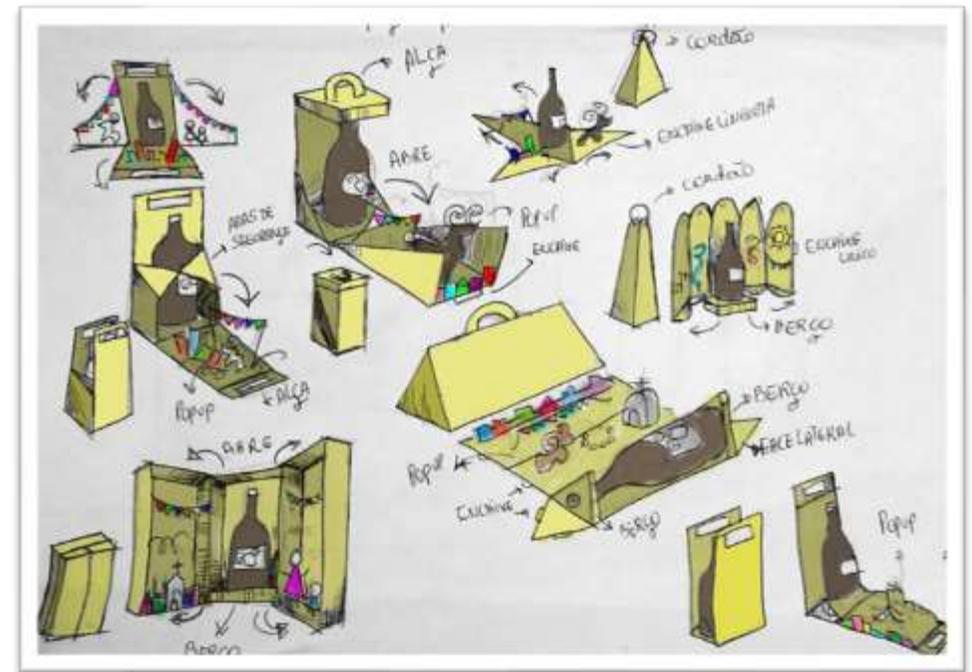


Figura 27 – Painel síntese das soluções encontradas. Foto: Autoral

3.3 ALTERNATIVAS DE PROJETO

3.3.1 Alternativa A

A primeira alternativa foi escolhida pela simplicidade da faca e pela semelhança com muitas embalagens secundárias de cervejas vista no mercado atualmente, com alças e berço projetados no próprio corpo da peça, reduzindo etapas na produção e pontos de cola, utilizando encaixes para fixação do berço e fechamento da embalagem, aderindo aos atributos de proteção, transporte e usabilidade definidos. O seu berço mantém a garrafa justa, evitando que deslize, as duas faces possuem aberturas nas extremidades simulando alças. O cenário seria construído nas laterais da caixa, que se abrem lateralmente para ambos os lados relevando um pop-up. (Fig 28).

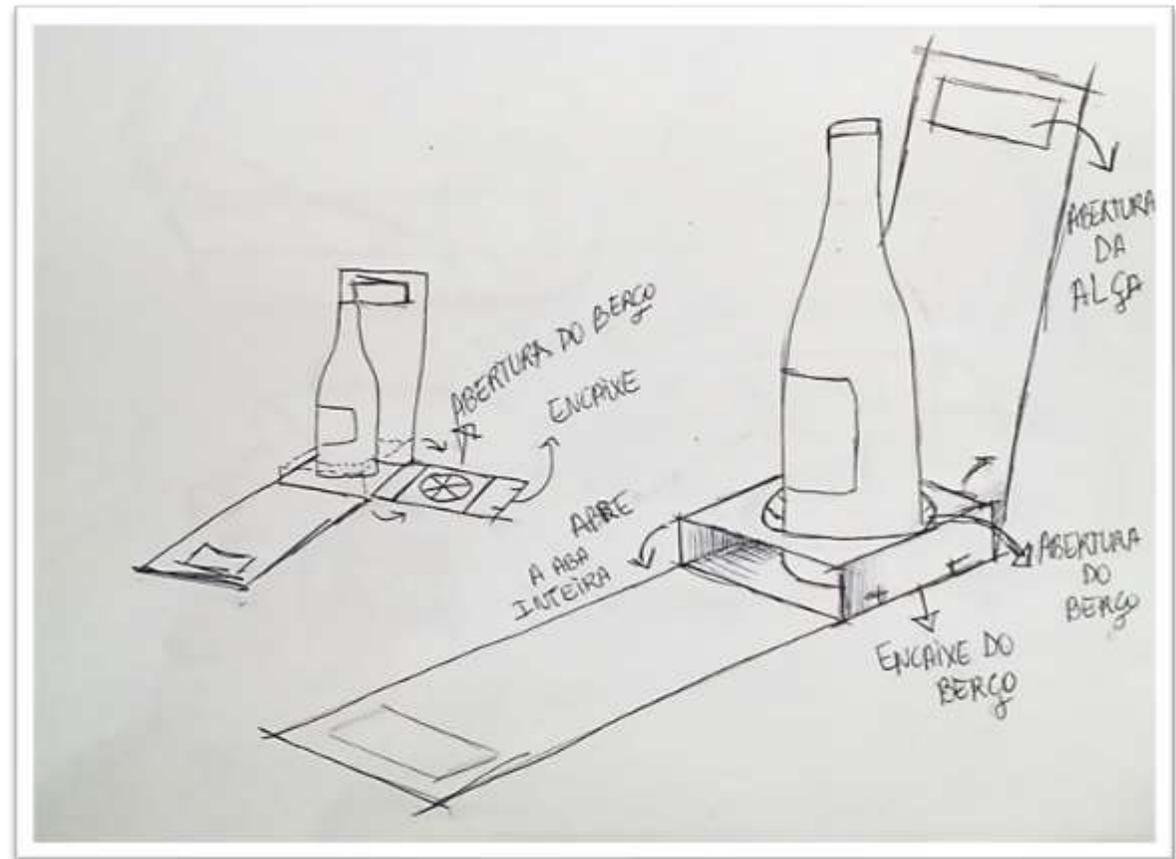


Figura 28 - Skech Alternativa A – Foto: Autoral

3.3.2 Alternativa B

Já a segunda alternativa foi desenvolvida para ser semelhante as caixas usuais de destilados quando fechada, um cartucho comum, mas quando se usa como um expositor, este se torna um signo ícone, ficando semelhante a um altar ou oratório. A garrafa fica fixada num berço projetado na própria face fechada com encaixes na face posterior, e as laterais abrem para direções opostas como uma porta, revelando o cenário e elementos visuais da festa (Fig. 29).

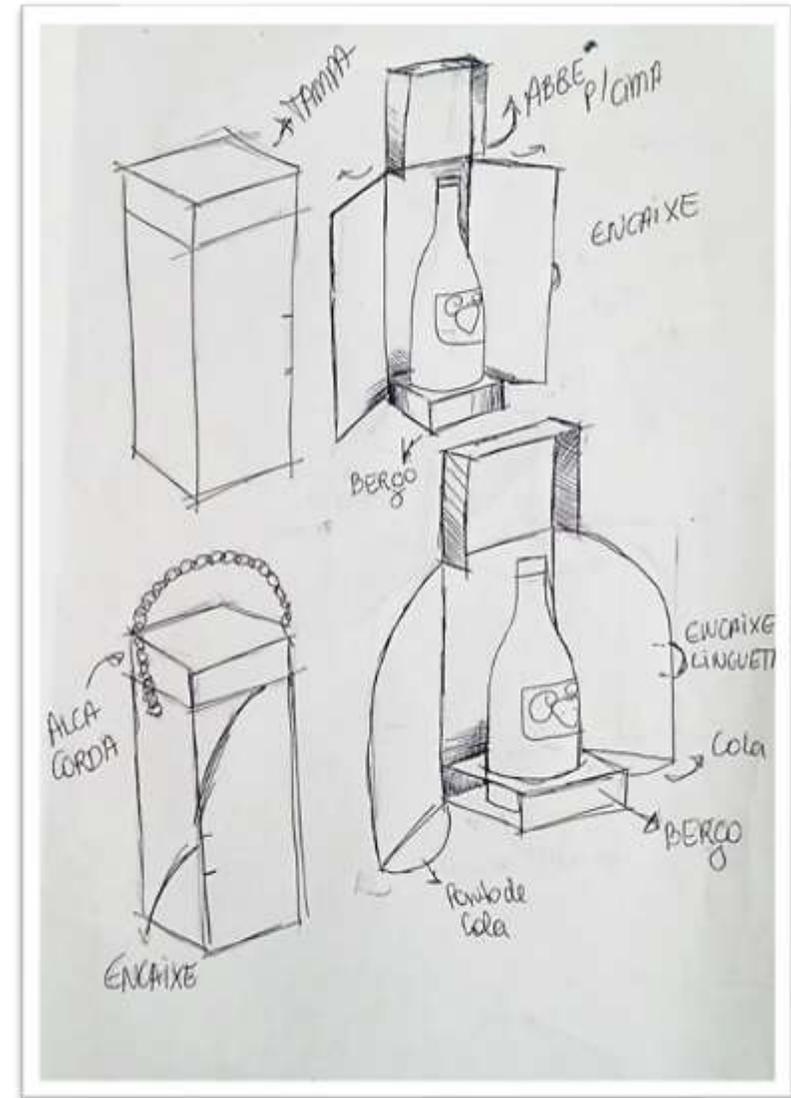


Figura 29 - Sketch Alternativa B – Foto: Autoral

3.3.3 Alternativa C

A terceira alternativa foi desenhada para ser compacta e expor a garrafa na posição 'deitada'. Possuindo formato de prisma de base triangular, uma das formas mais comuns das bandeirolas visto na festa, é fechada por encaixes nas duas laterais. Possui um berço desenhado na própria face, que se encaixa na base e no gargalo da garrafa por um furo na face triangular. A exposição do cenário se mostraria surgindo com o movimento de abertura da face principal. (Fig. 30)

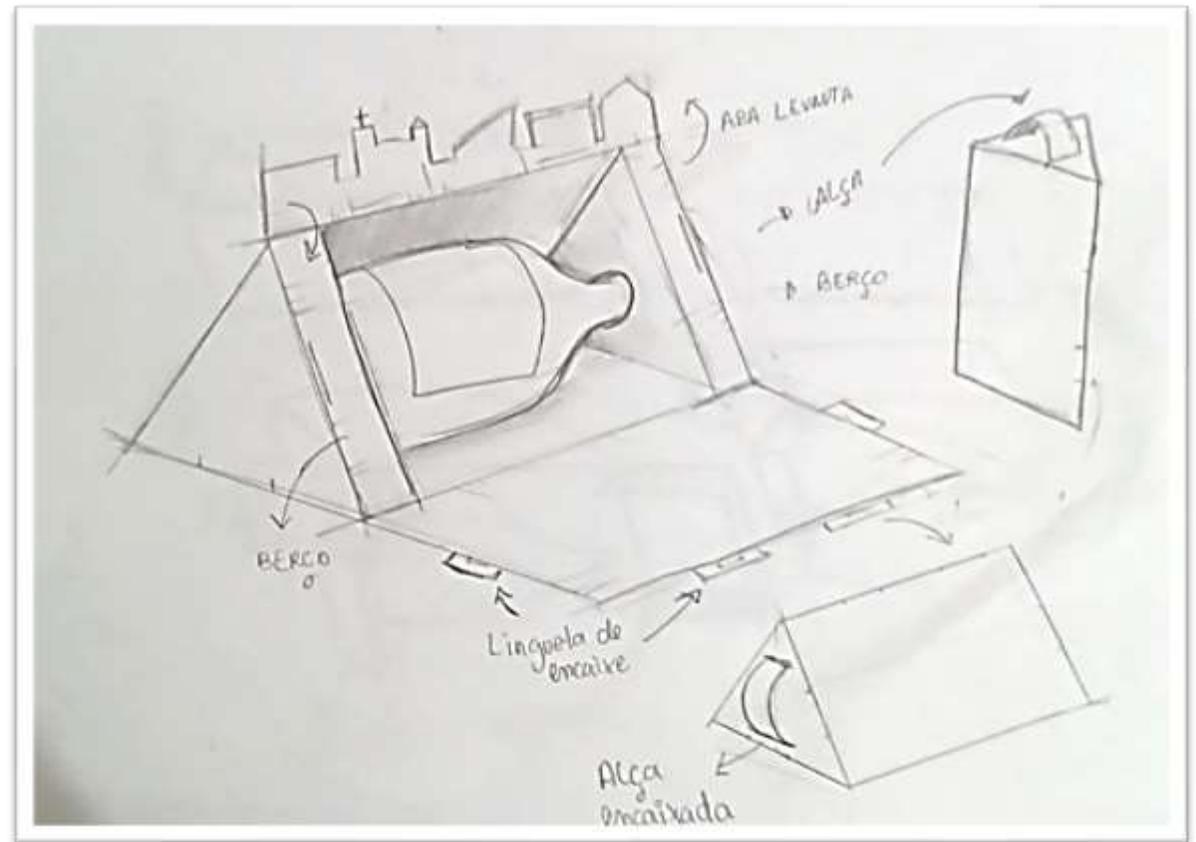


Figura 30 - Sketch Alternativa C – Foto: Autoral

3.4 REFINAMENTO DAS ALTERNATIVAS

Diante das alternativas escolhidas, inicia-se o processo de construir modelos tridimensionais a fim de validar a forma e funcionamento planejado. A prototipagem e teste são etapas de uma metodologia ágil desenvolvida por Jake Knapp, o *Scrum*, que é dividido vários *Sprints*, um processo rápido de se identificar, projetar e conceber um protótipo e receber feedback das falhas e acertos (KNAPP, 2017).

Nesse sentido, o refinamento das alternativas se deu pelo processo de prototipagem, teste e avaliação, a fim de chegar em resultados satisfatórios de acordo com os requisitos. Cada embalagem foi construída primeiramente em escala reduzida com intuito de definir a forma e dimensões da faca (Fig. 31)



Figura 31 - Teste de facas de embalagens em escala reduzida - Foto: Autoral

3.4.1 Modelo A

Ao fazer o primeiro teste com modelo em tamanho real, a alternativa A apresentou fragilidade no requisito 'proteção', pois o berço era baixo e a área do fundo pequena para segurar a garrafa com firmeza. Nesta etapa também se viu a necessidade de projetar uma aba para unir as duas laterais no topo, reforçando a segurança no transporte (Fig. 32) e com intuito de aproveitar a área descartada no corte, uma aba no formato da cabeça de um caprino foi desenhado nesta área como mostra a figura 32.



Figura 32 - Reajuste na alça modelo A
Foto: Autoral

3.4.2 Modelo B

Diante do mesmo problema, a alternativa B apresentou uma fragilidade no fundo devido ao seu fechamento por encaixe. Nota-se que não tem resistência suficiente para sustentar a garrafa se as laterais ficam soltas, mesmo que encaixadas. Neste caso, foi adicionado pontos de cola para fixar o berço na face posterior, e as abas das faces laterais, ao fundo da peça, garantindo assim segurança no transporte e proteção do produto. (Fig. 33)



Figura 33 - Reajuste no fundo do modelo B. Foto: Autoral.

3.4.3 Modelo C

Já a alternativa C sofreu diversos ajustes de medidas, devido à complexidade da faca. No momento da confecção do modelo em escala real, notou-se que o berço precisaria de mais faces a fim de impedir que o produto deslizesse (Fig 34), além de mais dois encaixes na outra extremidade da face que fecha a caixa. Uma alça foi projetada para ser cortada a parte da faca principal mas utilizando um espaço útil da área de corte que seria



Figura 34 - Reajuste Modelo C - Esq p/ Dir : Face antiga do berço, face atual do berço. Foto: Autoral

descartado, está fixada em uma das faces triangulares por encaixe macho-fêmea (Fig. 35).



Figura 35 - Alça do modelo C - Foto: Autoral

3.5 MATRIZ DE SELEÇÃO

A matriz de seleção é uma técnica usada em projeto de design para avaliar e selecionar ideias ou conceitos de produto. Ela é uma ferramenta visual que permite ao time de projeto comparar e avaliar diferentes alternativas de acordo com uma lista de critérios e requisitos. Isso ajuda a tomar decisões informadas sobre quais conceitos devem ser desenvolvidos e quais devem ser descartados. A matriz de seleção é uma parte importante da fase de concepção de um projeto de design e pode ser aplicada a uma ampla variedade de setores. O quadro abaixo avaliará os em primeiro momento seguintes critérios estruturais:

REQUISITOS	A	B	C
PROTEÇÃO	1	3	3
ABERTURA E FECHAMENTO	3	3	2
TRANSPORTE	2	1	3
TOTAL	6	7	8

Quadro 3 - Matriz de seleção - Elaboração autoral

Utilizando uma tabela simples onde o valor 1 indica que a alternativa é pouco favorável ao requisito em relação as outras, 2 é moderado e o 3 quando é totalmente favorável.

Figura 36 - Matriz de Seleção Aplicado a usuários

Além desta ferramenta, uma pesquisa foi feita com algumas pessoas (leigas em design), a fim de validar essa seleção e descartar possíveis conflitos de interesses que o designer enfrenta no projeto de seu produto. Junto com a tabela demonstrada na figura 36, foi apresentado os participantes 3 modelos em dimensões reais feitos em papel Kraft de 400 g/m², sem os respectivos cenários, para avaliar

de forma crua sua percepção da forma e manuseio das embalagens. (Fig. 37)

Os resultados foram os seguintes:

REQUISITOS	A	B	C
PROTEÇÃO DO PRODUTO	1	3	3
FACILIDADE DE ABERTURA E FECHAMENTO	3	3	2
MANUSEIO E TRANSPORTE	3	2	3
TOTAL	7	8	8

Quadro 4 - Matriz de seleção aplicado a comunidade - Elaboração autoral

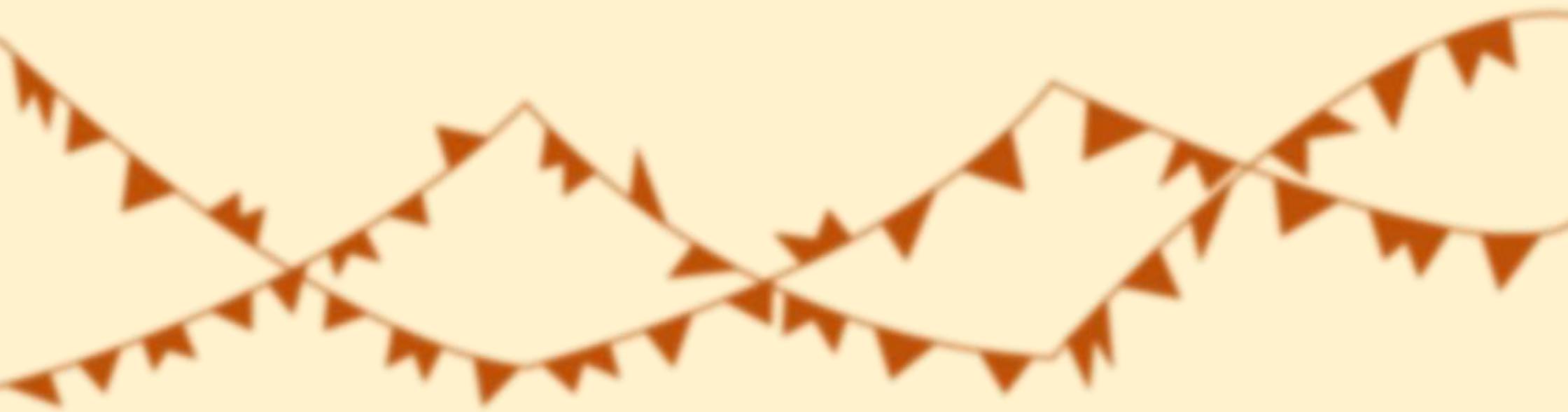
3.5.1 Conclusões parciais

Tendo em vista que as alternativas B e C são satisfatórias na maioria dos critérios, e na pesquisa externa a alternativa C agradou mais o público, esta foi escolhida para conclusão do projeto. Cabe ainda, analisar o motivo da usabilidade percebida na tarefa de abertura e fechamento obter nota menor e corrigir possíveis obstáculos.



Figura 37 - Modelos 3D em escala real feito de Kraft - Foto: Autoral

Investigar o ponto de vista de pessoas não familiarizadas com design e prototipação é valioso, pois permite ao designer obter feedback genuíno de pessoas comuns que poderiam ser potenciais compradores, sem influência da visão crítica e profissional sobre a combinação de beleza e utilidade do produto. Ouvir a voz das pessoas comuns é a chave para criar produtos que realmente atendam às suas necessidades.



O PROJETO

4.0 PROJETO

4.1 REFINAMENTO DA ALTERNATIVA ESCOLHIDA

Nesta etapa será apresentado o produto final com seus reajustes da estrutura, especificações técnicas da forma, usabilidade, e comunicação visual.

Após identificado os possíveis obstáculos não teste de interação usuário-produto, fez-se necessário os seguintes reparos:

- Ajuste nas dimensões da superfície que fecha a embalagem, para que ela esteja alinhada com a borda da face que é acoplada;(Fig. 38)
- Inclusão de recortes específicos para guiar o usuário sobre como abrir a embalagem, proporcionando assim uma redundância multissensorial;(Fig. 39)
- Correção na largura da alça, deixando-a mais confortável no manuseio;



Figura 38 – Recorte especial no encaixe lingueta - Foto: Autoral



Figura 39 - Faces da embalagem alinhadas - Foto: Autoral

4.2 COMUNICAÇÃO VISUAL

Comunicação Visual é a arte de transmitir mensagens através de elementos gráficos, tais como formas, cores, tipografia e imagens. É utilizada para criar uma linguagem visual coerente e impactante, ajudando a transmitir uma mensagem de forma clara e eficaz. Ao reunir as referências coletadas na festividade, temos alguns elementos visuais poderosos para enfatizar a cachaça Xixi de Cabrita. Isto inclui a silhueta da cidade, bandeirolas, pessoas e animais cabríneos. Como o produto é originário do Nordeste do Brasil, por que não aproveitar esses elementos com o estilo de cordel tão presente na região?

4.2.1 Externa

Com este objetivo em mente, foi criada uma ilustração 2D, sem cores, que inclui os elementos mencionados. Essa ilustração será exibida na parte externa da

embalagem, visível quando a caixa estiver em posição vertical. Além disso, o desenho inclui recortes vazados, que em formato de bandeirolas, (não incluem preço na fabricação e deixa a embalagem estilizada). (Fig 40)



Figura 40 - Ilustração da estampa da embalagem - Foto: Ilustra Autoral

4.2.2 Interna

No interior da embalagem optou por uma ornamentação mais simples para que não atrapalhe a



Figura 41 - Recorte especial ilustrando a silhueta da cidade e nome da festa - Foto: Autoral

visualização da garrafa, poluindo visualmente o pouco espaço. Mas, foi projetado no próprio desenho da tampa, a silhueta da cidade com o nome da festa, que é levantado como uma aba, quando a embalagem for usada como expositor. (Fig. 41)

4.3 PALETA DE CORES

A fim de manter a identidade da festa no produto embalagem, a aplicação cromática foi orientada a partir de cores do produto atual da empresa, a quais compreende somente em tons terrosos. Dado a cor do material a ser utilizado e a técnica de xilogravura na comunicação social, não haverá matizes diferentes nessa versão da embalagem, somente cores análogas ao Marrom. A cores utilizadas no nome da festa são: PANTONE 188cp e preto CMYK.

4.4 DETALHAMENTO TÉCNICO

O detalhamento técnico em design é uma fase importante na produção de um projeto, pois é aí que as especificações técnicas são definidas e documentadas para que o projeto seja produzido com precisão e qualidade. Neste processo, são identificadas as dimensões, os materiais, os processos de produção, as tolerâncias, entre outros aspectos importantes que garantem a

funcionalidade e a aparência final do produto. O detalhamento técnico é uma ponte entre o design e a fabricação, tornando o processo mais eficiente e garantindo o sucesso do projeto.

4.4.1 Materiais e processos da estrutura principal

Um dos materiais recomendados para esta embalagem foi o papelão micro ondulado de onda E (Fig. 42), pois este tem a espessura de 1,5mm adequada para embalagens leves além de ser resistente o suficiente para sustentar o peso da garrafa. Contudo, o papel Kraft de 400g/m² de espessura também se mostrou viável pelo custo benefício, resistência e facilidade de produção com este tipo de papel, e este foi escolhido para o projeto final.

São estas as 6 etapas comuns de fabricação de uma embalagem (GRÁFICA CAMARGO, 2022):

1. Corte: da chapa de papelão, dependendo das dimensões da faca;
2. Impressão: do tipo offset de toda parte gráfica da embalagem;

3. Acabamentos: neste caso é o relevo seco das bandeirolas;
4. Cortes e vincos: a máquina executa o corte seguindo o traçado da lâmina, a faca da embalagem, cortes especiais de vazados, e faz vincos nas áreas onde serão dobradas;
5. Destaque: momento que 'destacam' a embalagem da chapa;

Obs.: a última etapa é a colagem, mas esta embalagem não precisa pontos de cola para montá-la.



Figura 42 - Papelão onda e - Foto: tremembalagens.com.br

4.4.2 Desenho técnico e vistas ortogonais

O desenho técnico de um projeto é a representação gráfica e detalhada das especificações e características de um produto ou estrutura. Nele contém as cotas exatas das dimensões totais da peça e dos recortes especiais, como abas e linguetas e afins. Este desenho foi produzido através da ferramenta Adobe Illustrator. (ver anexo) Estas são as vistas ortogonais da embalagem modelada e renderizada em 3D (Fig. 43)

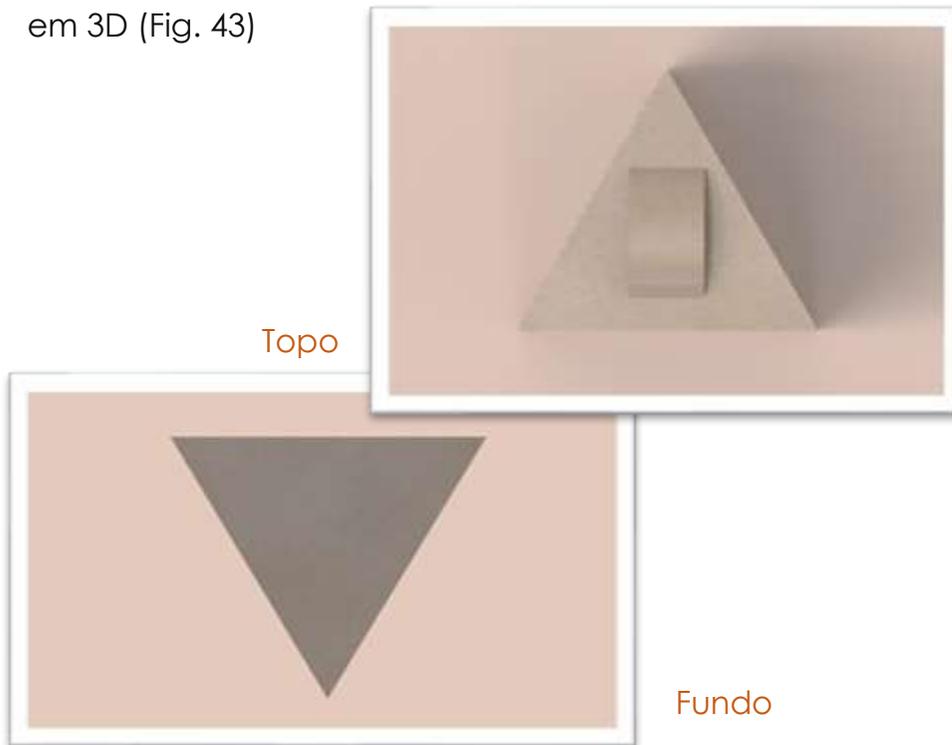
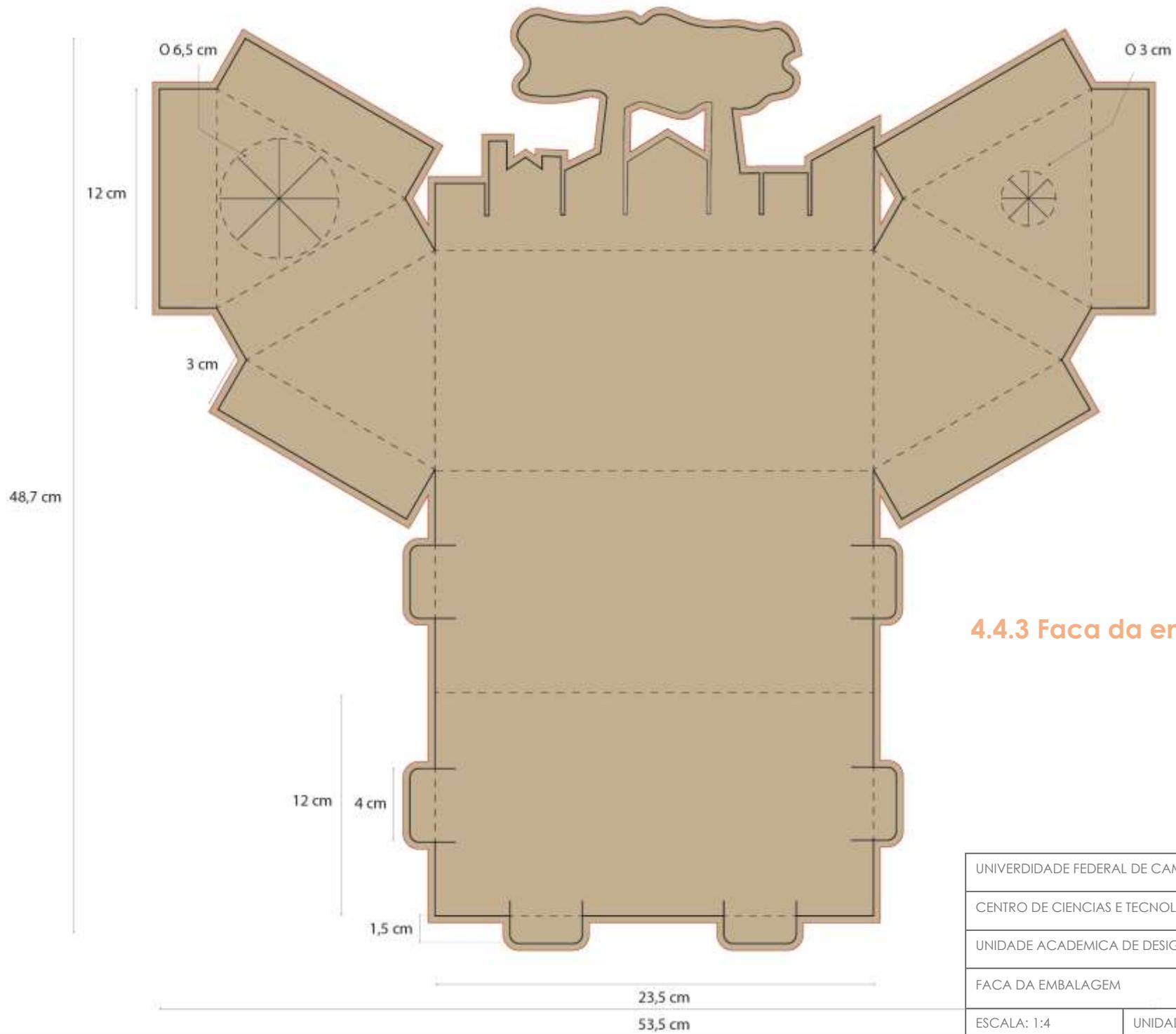


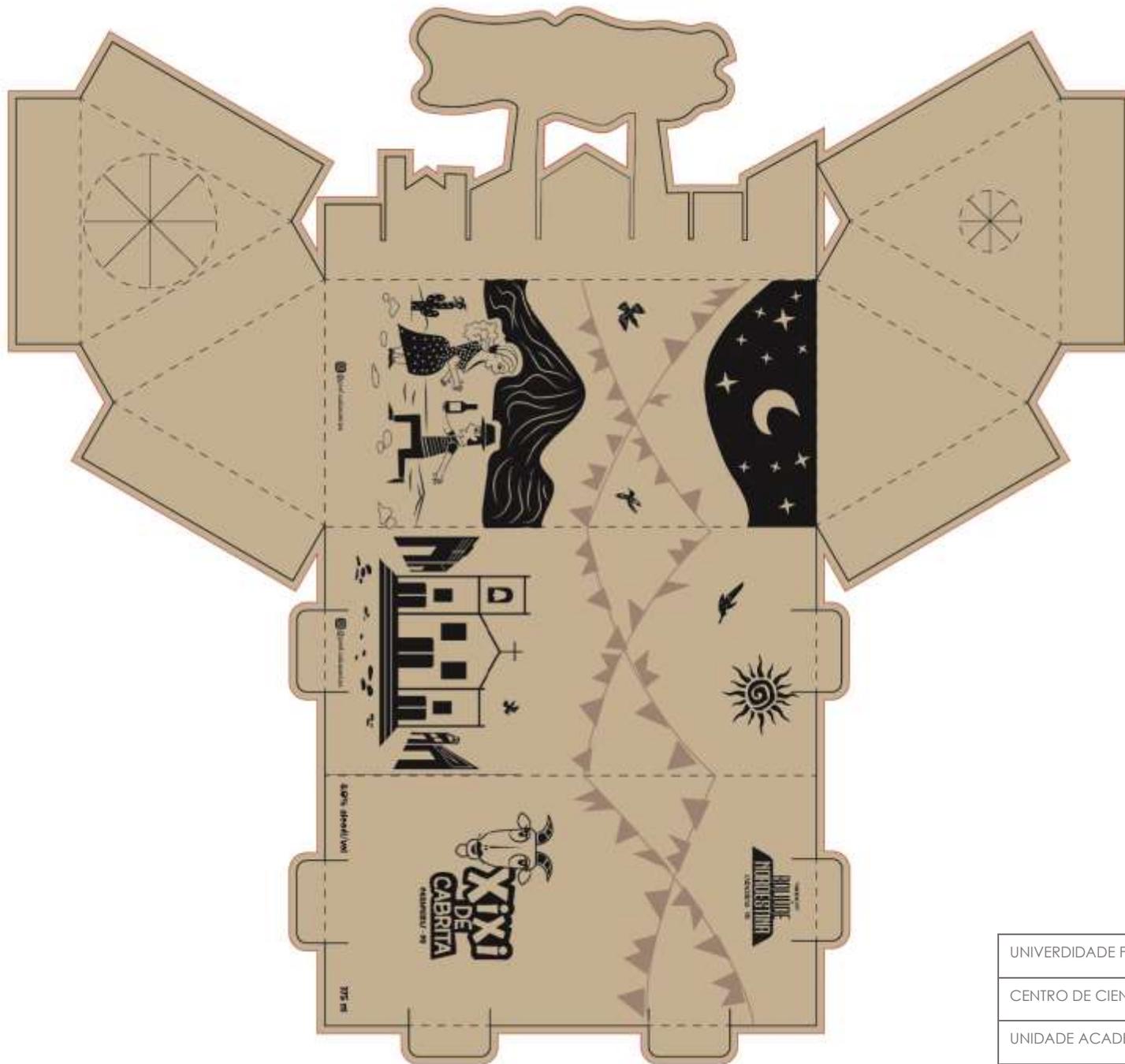
Figura 43 - Vistas ortogonais



4.4.3 Faca da embalagem

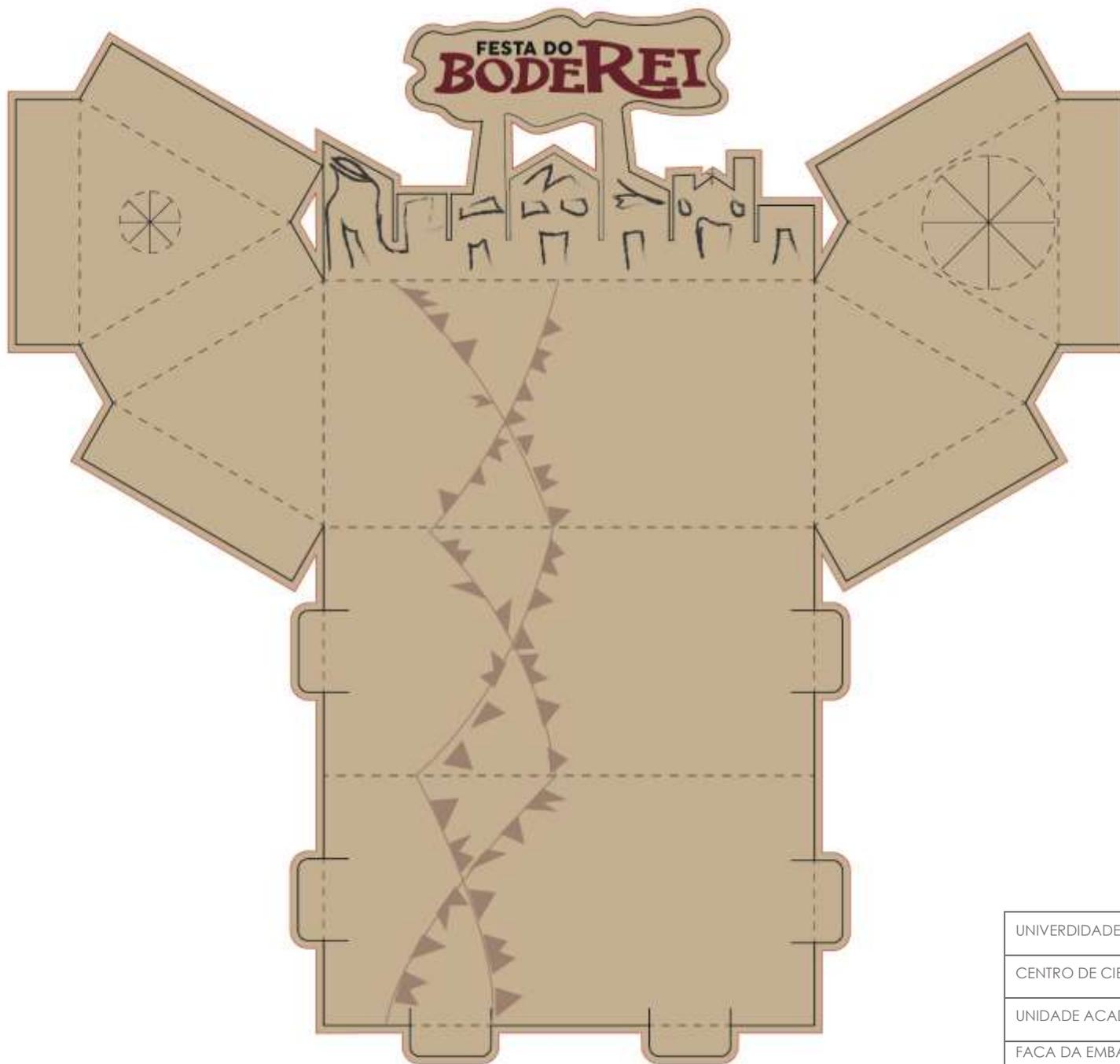
- VINCO - - - - -
- CORTE - - - - -
- SANGRIA - - - - -

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE		
CENTRO DE CIENCIAS E TECNOLOGIA		
UNIDADE ACADEMICA DE DESIGN		
FACA DA EMBALAGEM		AUTORA: PRISCILA M. DE SOUSA
ESCALA: 1:4	UNIDADE: CM	DATA: DEZ/2022



- RELEVO SECO
- SILKSCREEN
- VINCO
- CORTE
- SANGRIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE		
CENTRO DE CIENCIAS E TECNOLOGIA		
UNIDADE ACADEMICA DE DESIGN		
FACA DA EMBALAGEM C/ ARTE FINAL EXTERNA		AUTORA: PRISCILA M. DE SOUSA
ESCALA: 1:4	UNIDADE: CM	DATA: DEZ/2022



- RELEVO SECO
- SILKSCREEN
- VINCO
- CORTE
- SANGRIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE		
CENTRO DE CIENCIAS E TECNOLOGIA		
UNIDADE ACADEMICA DE DESIGN		
FACA DA EMBALAGEM C/ ARTE FINAL INTERNA		AUTORA: PRISCILA M. DE SOUSA
ESCALA: 1:4	UNIDADE: CM	DATA: DEZ/2022

4.5 USABILIDADE

A usabilidade é um aspecto crítico em projetos de produtos e é definida como a capacidade de um produto ser facilmente compreendido e utilizado pelos usuários. A seguir serão demonstrados alguns passos no uso da embalagem/expositor.

N	AÇÃO	PEGA	MANEJO	TAREFA
1	Transportar a caixa	Preensão Tri digital da polpa	Manejo médio	Segurar a alça com os dedos indicador e meio e apoiar com o polegar
2	Abrir a face principal do expositor	Preensão Bi digital	Manejo Fino	Com o dedo indicador e polegar, puxar a aba indicadora da lingueta em sua direção para liberar o encaixe
3	Retirar a garrafa	Preensão Bi digital	Manejo Fino	Seguir a instrução da figura 2 para liberar os encaixes de umas das faces triangular.

Quadro 5 - Descrição da usabilidade

4.6 APRESENTAÇÃO SEMÂNTICA E SEMIÓTICA

De acordo com os conhecimentos adquiridos na disciplina de Semântica e Semiótica, a semântica em embalagens refere-se ao significado ou interpretação dos elementos visuais e de linguagem utilizados na embalagem de um produto. O desafio do designer é propor projetos que sejam auto evidentes sem a necessidade de instruções extras e demasiadas, evitando dúvidas no uso. Na escolha de sistemas de fechamento para esta embalagem, optou-se pelo encaixe tipo lingueta, que é semelhante a vários produtos encontrados no mercado e com um índice de recorte descartando a necessidade de índices verbais, como “puxe aqui, dando a sensação de que é fácil de abrir e produz uma interação mais satisfatória.

Já a semiótica estuda relação entre os signos e seus significados. Na técnica de Xilogravura usada no Cordel está carregada de símbolos e signos que representam um lugar, um local, fauna e flora ou até mesmo uma dança. Cheios de representatividade, a fim de mostrar a nativos e

estrangeiros, a beleza da região representada. Nesta embalagem foi utilizado como símbolo, a Paróquia Matriz Nossa Senhora da Conceição e algumas silhuetas de casas, um dos pontos turísticos mais visitados na cidade, pelos turistas devotos e fãs do filme ‘O Auto da compadecida’. Um outro ícone utilizado na embalagem foi uma imagem de um casal ao luar, com o homem oferecendo a bebida à mulher. Esta imagem sugere uma sensação nostálgica da juventude, e sugere que a Cachaça Xixi de Cabrita é uma excelente opção como presente, entre outros elementos como cactos, bandeirolas, sol e lua e a marca original da empresa.

4.7 MODELO 3D



Figura 47 - Modelo 3D fechado - Autoria Própria



Figura 48 - Modelo 3D embalagem aberta - Autoria Própria

5. CONCLUSÃO

O objetivo principal deste trabalho, foi capturar uma oportunidade e necessidade de valorização de uma região e festa, através de um produto vendido na região. Obteve-se êxito na pesquisa de campo, onde observando e conversando com compradores das mercadorias, descobriu-se que a Cachaça Xixi de Cabrita é uma bebida excepcionalmente procurada todos os anos. Porém, talvez pela simplicidade dos fabricantes, carece de uma identidade visual que a destaque e valorize a festa.

A embalagem desenvolvida cumpre seus objetivos pré estabelecidos protegendo a embalagem de leves impactos, oferecendo ao cliente mais conforto ao transportá-la pela festa e enquanto faz isso, a marca é promovida na festividade através da comunicação visual estampada nela, além da exposição da mesma no balcão da comerciante. Valorizando a bebida, a festa e a região.



Figura 49 - Modelo 3D completo da embalagem - Foto: Autoral

B. REFERÊNCIAS

Arquitetura Nordestina marcada por traços típicos das estruturas coloniais. **Bahia.ws, 2022**. Disponível em: <<https://www.bahia.ws/arquitetura-no-nordeste/>> Acesso em: 12 Ago. 2022.

BONSIEPE, Gui. Design, cultura e sociedade. 1 ed. São Paulo: Blucher, 2011.

Conheça o processo de fabricação da embalagem em 6 etapas. **Camargo embalagens, 2022**. Disponível em: <<https://graficaamago.com.br/fabricacao-da-embalagem/>> Acesso em: 27 Ago. 2022

Embalagem influencia decisão de compra do brasileiro. **Two Sides, 2019**. Disponível em: <<https://twosides.org.br/BR/embalagem-influencia-decisao-de-compra-do-brasileiro-mostra-two-sides/>> Acesso em: 28 Jun. 2022.

Faca de embalagem. **FLFacas**. Disponível em: <<https://www.flfacas.com.br/faca-embalagem>> Acesso em: 03 Jan. 2023

KNAPP, Jake. Sprint : o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias / Jake Knapp com John Zeratsky e Braden Kowitz; tradução Andrea Gottlieb. -- 1. ed. -- Rio de Janeiro : Intrínseca, 2017. Disponível em: <<https://lelivros.digital/book/baixar-livro-sprint-jake-knapp-em-pdf-epub-mobi-ou-ler-online/>> Acesso em: 13 Dez. 2022.

KRUCKEN, Lia. Design e território: Valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LIN, Derrick. Apiar eggs (student project). Packaging of the world, 2015. Disponível em: <<https://packagingoftheworld.com/2015/04/apiar-eggs-student-project.html>> Acesso em: 20 Ago. 2022

MACIEL, Rosilene & **Lacerda**, Ana & **Guimarães**, Letícia. (2018). Design, Identidade e Território: uma proposta de ensino. p-324-334. 10.5151/cid2017-28. < Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/325138257_Desi-De_Identidade_e_Territorio_uma_proposta_de_ensino> Acesso em: 14 Dez. 2022.

MESTRINER, Fabio. Design de embalagem: Curso básico, 2ª edição. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

O Auto da compadecida. **Imdb, 2022**. Disponível em: <<https://www.imdb.com/title/tt0271383/>> Acesso em: 06 Jun. 2022.

MOREAU, Emilie D. Alcools Partisans: Éco-emballage de bières. **Behance.net, 2012**. Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/4376395/Alcools-Partisans-Packaging>> Acesso em: 27 Ago. 2022.

MATHIAS, Lucas. O Que É Briefing? Definição, Importância E Como Fazer Em 8 Passos. **Mindminers, 2022**. Disponível em <<https://mindminers.com/blog/o-que-e-briefing/>> Acesso em: 13 Dez. 2022.

MATOS, Talliandre. "Síntese"; **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/sintese.htm>. Acesso em 20 Out. 2022

O Xixi de Cabrita dos 20 anos da Festa do Bode Rei em Cabaceiras, já está sendo produzido no capricho! **Facebook.com/FestadoBodeRei, 2018**. Disponível em: <

<https://www.facebook.com/FestaDoBodeRei/videos/o-xixi-de-cabrita-dos-20-anos-da-festa-do-bode-rei-em-cabaceiras>> Acesso em: 06 Jun. 2022

Prefeitura de Cabaceiras divulga Programação Oficial da Festa do Bode Rei. **Cabaceiras.pb.gov.br, 2022**. Disponível em: <<https://cabaceiras.pb.gov.br/prefeitura-de-cabaceiras-divulga-programacao-oficial-da-festa-do-bode-rei/>> Acesso em: 06 Jun. 2022.

Prefeitura do Rio anuncia a volta do Morar Carioca. **Prefeitura Rio, 2022**. Disponível em: <<https://prefeitura.rio/habitacao/prefeitura-do-rio-anuncia-a-volta-do-morar-carioca/>> Acesso em: 13 Dez. 2022.

Shimmering wings packaging concept for cosmetics. **Peter Dahmen, 2023**. Disponível em: <<https://peterdahmen.de/en/project/schimmernde-fluegel/>> Acesso em: 13 Dez. 2022.

SILVA, C. H. da. Território: uma combinação de enfoques – material, simbólico e espaço de uma ação social. Curitiba: Revista Geografar. v.4, n.1, p.98-115, jan./jun, 2009. Disponível em: <

<https://revistas.ufpr.br/geografar/article/view/14430/9698> >
Acesso em 28 Ago. 2022

SULEYMENOVA, Maria. Design de embalagem para nozes em forma de esquilo. **Design News, 2020**. Disponível em: <
<https://designnews.ru/news/dizajn-upakovki-oreshkov-v-vide-belki-i-drugix-simpatichnyx-gryzunov/> > Acesso em: 20 Ago. 2022

ZANDVLIET, Barbara. Oast House Brewers 2-Pack. **The Dieline, 2014**. Disponível em: <
<https://thedieline.com/blog/2014/9/16/oast-house-brewers-2-pack?> > Acesso em: 27 Ago. 2022

7. APÊNDICE

7.1 QUESTIONÁRIO ONLINE SOBRE COMPRA DE BEBIDAS

06/02/2023 19:46 Pesquisa sobre embalagens de bebidas alcoólicas

Pesquisa sobre embalagens de bebidas alcóolicas

Esta pesquisa foi desenvolvida a fim de levantar opiniões sobre a compra de bebidas engarrafadas em vidro e que possuem uma embalagem secundária, uma caixa ou similar. Pretende-se a partir desta, entender a interação usuário-produto no momento da compra, as preferências deste público-alvo e os prós e contras das embalagens.

Este levantamento de dados faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Design da UFCCG.

***Obrigatório.**

1. Em qual faixa etária você se encaixa? *

Marcar apenas uma oval.

18-24

25-31

33-38

39-44

45-50

51+

https://docs.google.com/forms/d/1xRj-cvTzDfDmgj1X_Th8Bwv8m7aF7ed_0nSakw8R6e1ngp 14

06/02/2023 19:46 Pesquisa sobre embalagens de bebidas alcoólicas

2. Quais bebidas em garrafas de vidro você consome? *

Marque todas que se aplicam.

Cerveja

Vinho

Cachaça

Vodka

Whisky

Rum

Gin

Nenhuma das opções

Outro: _____

3. Você já presenteou ou presentearia alguém com alguma destas bebidas? *

Marque todas que se aplicam.

Cerveja

Vinho

Cachaça

Vodka

Whisky

Rum

Gin

Nenhuma das opções

Outro: _____

https://docs.google.com/forms/d/1xRj-cvTzDfDmgj1X_Th8Bwv8m7aF7ed_0nSakw8R6e1ngp 24

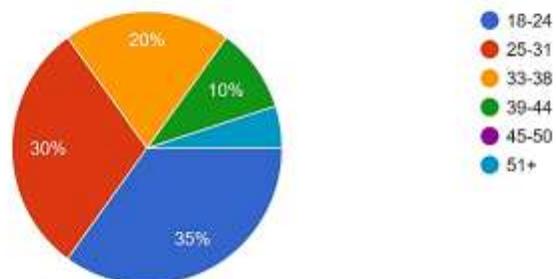
Figura 50 - Questionário sobre compra de bebidas - Elaboração autoral - Imagem extraída do Google Forms

<p>0602023 13:40 Pesquisa sobre embalagens de bebidas alcohólicas</p> <p>4. O quanto você acha importante que estas bebidas venham acondicionadas em uma caixa individual (embalagem secundária)? *</p> <p>Marcar apenas uma oval.</p> <p>Pouco importante</p> <p>1 <input type="radio"/></p> <p>2 <input type="radio"/></p> <p>3 <input type="radio"/></p> <p>4 <input type="radio"/></p> <p>5 <input type="radio"/></p> <p>Muito importante</p> <p>5. Deseja relatar uma experiência POSITIVA na compra e transporte de bebidas em garrafas de vidro?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>6. Deseja relatar uma experiência NEGATIVA na compra e transporte de bebidas em garrafas de vidro?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>https://docs.google.com/forms/d/1Wj-cv-TuZ9Dmgj1L_h48BvevK7a6F3sE_dr0ak/edit#settings</p> <p>39</p>	<p>0602023 13:40 Pesquisa sobre embalagens de bebidas alcohólicas</p> <p>7. Deseja fazer algum comentário sobre as embalagens de vidro?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>Grata por sua participação no enriquecimento do meu trabalho!</p> <p>_____</p> <p>Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.</p> <p>Google Formulários</p> <p>https://docs.google.com/forms/d/1Wj-cv-TuZ9Dmgj1L_h48BvevK7a6F3sE_dr0ak/edit#settings</p> <p>40</p>
--	---

7.2 RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO

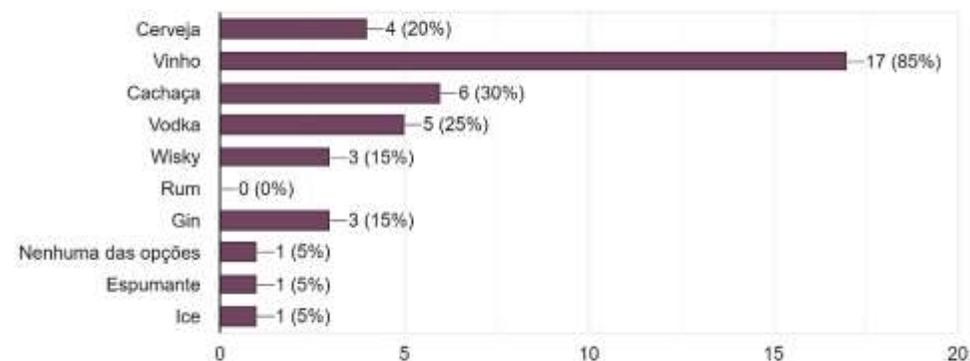
Em qual faixa etária você se encaixa?

20 respostas



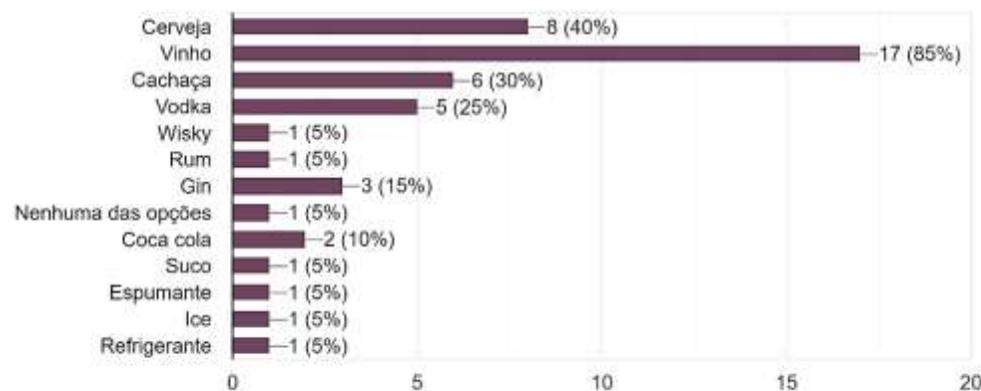
Você já presenteou ou presentearia alguém com alguma destas bebidas?

20 respostas



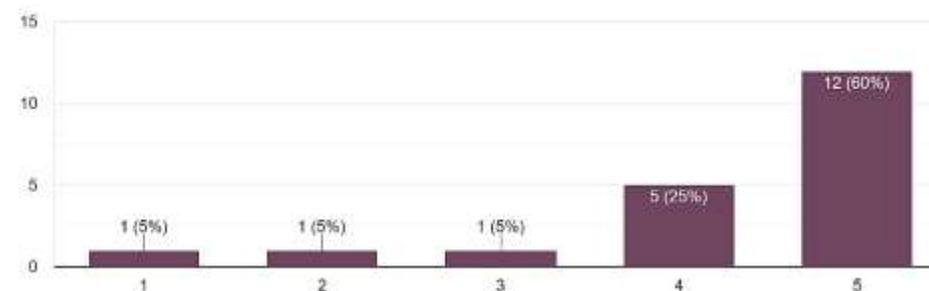
Quais bebidas em garrafas de vidro você consome?

20 respostas



O quanto você acha importante que estas bebidas venham acondicionadas em uma caixa individual (embalagem secundária)?

20 respostas



RESPOSTAS ABERTAS

Deseja relatar uma experiência POSITIVA na compra e transporte de bebidas em garrafas de vidro? 13 respostas

1. Além de manter maior qualidade na conservação da bebida, é mais chique e relativamente fácil de se transportar, viajei com uma garrafa de vinho na bolsa sem maiores problemas
2. Praticidade
3. São mais bonitas
4. Melhor conservação do produto e sofisticação
5. A garrafa de vidro adiciona uma estética elegante ao produto, podendo ser inclusive utilizado como decoração ou até colecionável, além de preservar as características da bebida por ser um material inerte.
6. Vinho é sempre mais prático pra se presentear, geralmente não precisa de embalagem secundária. O próprio vinho em si ou outra bebida mais chique "se vende" sozinho. Com isso facilita a compra e o transporte do mesmo.
7. O fato da embalagem já vir pronta para presentear uma pessoa, não necessitando de um embrulho adicional.
8. Nunca quebrou
9. É bastante comum, mas seria bom criar embalagens mais seguras para o transporte, já que vidro pode quebrar.
10. Gosto que a bebida fica com um aspecto que é mais higiênica. Pegar no gargalo me dá satisfação
11. Quando fui comprar uma Vodka da marca Absolut, achei a embalagem muito bonita, o que agregava status a bebida.
12. A embalagem ajuda na hora do transporte, pois as garrafas não ficam batendo umas nas outras. Sem falar que para

presentear um amigo é muito mais interessante quando o produto tem uma embalagem.

13. Não tenho uma experiência concreta que presenciei. Mas quando a entrega é rápida e não causa danos na embalagem, é um sinal positivo.

Deseja relatar uma experiência NEGATIVA na compra e transporte de bebidas em garrafas de vidro? 14 respostas

1. Nunca tive pessoalmente, mas existe o risco de quebrar. As pessoas não tem muita noção em comemorações como o Réveillon por exemplo, é muito comum ver no dia seguinte a cidade infestada de cacos de vidro. Isso pode machucar crianças e animais principalmente.
2. Cai e quebra
3. Fora da embalagem corre maior risco de quebrar
4. Embalagem mais fragil
5. A embalagem externa se não for apropriada pode não suportar a garrafa de vidro e é interessante que haja uma embalagem de proteção da garrafa para evitar danos como riscos que podem prejudicar a estética, uma vez que o consumo de bebidas está sendo relacionado a experiência do consumidor, não só ao consumo do produto, a maioria não confere a segurança necessária.
6. Geralmente cervejas são mais frágeis o frasco e quebram com facilidade.
7. Deixei cair uma garrafa de cerveja, que acabou se quebrando.
8. Nenhuma
9. quebrou
10. Uma embalagem uma vez soltou a tampa e foi perdido o produto.
11. Se a bebida estiver muito gelada, a embalagem fica escorregando. Além de que, sempre fico com medo de derrubar e acabar quebrando a garrafa.
12. Quando compro refrigerantes, acho incomodo ter que voltar a loja para devolver as garrafas, muitas vezes elas chegam a se acumular em minha casa.
13. Perder três vinhos, as garrafas quebraram quando passava em uma lombada.
14. Acredito que seja na decomposição do material (vidro) depois que consomem a bebida, as vezes não tem tanta reciclagem.

Deseja fazer algum comentário sobre as embalagens de vidro? 11 respostas

1. Sabor e conservação incomparáveis do vidro com relação ao plástico. Estética mais valorizada.
2. O lado bom de ser de vidro é que acredito que conserva mais o líquido, lado ruim é que é um material extremamente sensível, não tive experiências positivas nem negativas no transporte pois sempre que ando com garrafa de vidro tenho cuidado dobrado, tanto pela minha integridade física quanto conservar o material que comprei.
3. A cor da garrafa interfere no sabor do líquido.
4. O ideal é que não sejam compridas, que sejam em formatos com base mais larga, evitando desta forma que sejam derrubadas com facilidade. O formato da garrafa assim como os perfumes conferem ao produto uma característica premium.
5. Dão um toque de sofisticação ao produto.
6. Armazenamento e melhor
7. não
8. Se houvesse pequenas embalagens plásticas envolvendo as garrafas poderia ajudar no transporte.
9. É muito elegante e transmite status
10. São muito perigosas .
11. Não.

Figura 51 - Respostas dos questionários - Imagens extraídas do Google Forms