



Lixeiro para Carro – Car Trash¹

Tiago Celeste BONETTI²

Rafael Felipe MAUS³

Márcio José Ramos GONZAGA JÚNIOR⁴

Maikon Thiago Gebauer SCHULZ⁵

Diogo da Rosa Schimitz Silva⁶

Deivi Eduardo OLIARI⁷

Felipe Colvara TEIXEIRA⁸

Márcia Regina ANNUSECK⁹

Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI, Indaial, SC

RESUMO

Conceitualmente, embalagem serve para acondicionar e proteger um produto, vender, surpreender e satisfazer o consumidor, ter múltipla utilidade, sendo assim de fundamental importância. Neste trabalho porém a embalagem em questão não envolve um produto, e sim um conceito. O trabalho é desenvolvido com objetivo de chamar atenção do consumidor de forma responsável, convencer e aproveitar-se do marketing do “ecologicamente correto” para vender um determinado produto ou serviço, tratados aqui não especificamente, mas de forma genérica.

PALAVRAS-CHAVE: Embalagem; Lixo; Papel; Reciclado; Responsabilidade Social.

1 INTRODUÇÃO

Não basta que a embalagem cumpra bem apenas seu papel de proteger o produto. Necessita de visual atrativo e quando possível ter diferencial agregado, como interação ou funcionalidade extra por exemplo. A interação da embalagem com o consumidor cria uma melhor relação entre ele e a marca, fortalecendo seu conceito. Quando pensa-se em criar uma embalagem, deve-se buscar constantemente o diferencial. O designer de embalagem deve achar meio de destacar sua embalagem das

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Embalagem (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: tiago@papelflex.com.br.

³ Estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: contato@rafaelmaus.com.

⁴ Estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: marciogonzagajr@gmail.com.

⁵ Estudante do Curso de Comunicação Social da UNIASSELVI, email: maikon_atoxa@hotmail.com

⁶ Estudante do Curso de Comunicação Social da UNIASSELVI, email: diogo_schimitz@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: prof.deivi@yahoo.com.br.

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: felipecolvara@gmail.com.

⁹ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: marcia_annuseck@yahoo.com.br.



outras. Uma boa maneira, além de um bom design e arte impressa, é dar a ela funcionalidade extra.

Este trabalho foi elaborado nas disciplinas de Criação, Planejamento Publicitário, Design Gráfico, Produção Gráfica e Semiótica, no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, com o objetivo interdisciplinar de desenvolver um produto inovador, aplicando técnicas de teoria e prática a fim de estimular a criação de diferentes formatos e peças publicitárias.

2 OBJETIVO

Objetivo deste trabalho é exemplificar o resultado de uma boa ideia através de uma embalagem. Uma boa embalagem pode sim ser fator decisivo para o consumidor no momento da compra. Porém não basta ter uma boa ideia se ela não se traduzir de forma eficiente do ponto de vista funcional, e principalmente viável financeiramente. Por isso, além da qualidade da criação, foco na aplicação e viabilidade são importantes no processo de desenvolvimento de uma embalagem. O trabalho é fruto de tentar mostrar um pouco desse processo de criação e adaptação.

Obviamente, o produto pode vir necessitar de certa adaptação para ser realmente produzido em escala. Porém a título de projeto mostrou-se tecnicamente e conceitualmente possível, dependendo apenas de trabalho para se tornar real.

3 JUSTIFICATIVA

O trabalho foi desenvolvido, com a visão de não apenas um cliente ou marca específica. Foi pensada como forma alternativa de divulgação de um produto ou serviço com baixo custo de produção e bom diferencial agregado. Destina-se inicialmente a indústrias de papel e celulose para divulgação ao público consumidor de uma linha de papel ecológico, mas tem várias outras aplicações como seguradoras, bancos, redes de postos, redes de supermercados, entre outros, justamente por vender a marca, o conceito de consumo responsável, de responsabilidade ambiental, de limpeza urbana, além de estender o contato do consumidor com a marca.

A ideia surgiu dos postos de gasolina. É bastante comum receber aquele tradicional saquinho plástico de lixo para colocar no câmbio do veículo. Bastou



melhorar o conceito desta embalagem trocando o material do plástico para o papel reciclado e adicionar mensagem publicitária adequada ao que veiculará. Foi desenvolvida com bom design e um furo redondo na parte superior para ser pendurada no câmbio, mas pode-se ainda adaptar a outras formas, como pendurar atrás nos bancos traseiros do veículo ou ainda adicionar um autoadesivo na parte traseira do saco para que se cole em qualquer local do veículo como o painel, ou onde se imaginar.

Porque o papel? O papel, desde que não receba laminação, é biodegradável tendo sua origem em madeira de reflorestamento plantada especificamente para sua produção, ou seja, não causa desmatamento de floresta nativa, não agride o meio ambiente, as árvores retiram carbono da atmosfera no seu crescimento, tudo isso ao contrário do plástico que vem do petróleo e é totalmente agressivo ao meio ambiente. Isso trás de forte maneira a tona o conceito de consumo responsável, aliado ao fato de estimular através de sua funcionalidade o destino correto ao lixo dentro do veículo, evitando que se jogue lixo nas ruas e rodovias.

Dessa forma, a marca cria excelente relação com o seu consumidor, no caso da indústria de papel, diretamente ligada a funcionalidade do seu produto de forma bem abrangente.

Além do material utilizado, o formato final da embalagem causa muito mais presença do que o tradicional saquinho de plástico.

Tendo essa ideia formulada, basta apenas adicionar arte final, mensagem de impacto evidenciando a marca, e pensar na distribuição.

Isso tudo é faz parte do que se espera como resultado de embalagem eficiente.

Mas como fica a questão custo? O saco de papel evidentemente torna-se mais caro do que o tradicional saco plástico, se pensado do ponto de vista de substituição. Porém ele se torna imensamente mais viável e eficiente no sentido se ser meio de veiculação e relação com o consumidor.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Formulada esta ideia que surgiu através de um *brainstorm*, o restante é execução. Inicialmente o desenho da faca em *Adobe Illustrator*. O formato é trapezoidal, inspirado nas caixinhas de babatas fritas dos *fast foods*, com sanfona na lateral para expandir a capacidade do saquinho. Em seguida imprimiu-se em impressora jato de tinta com papel comum e em tamanho reduzido o desenho desta faca, para recortar e montar



a fim de atestar com precisão os fechamentos da faca. Este processo pode-se repetir várias vezes até que o desenho da faca esteja correto.

Com a faca desenhada, próximo passo foi tratar do tamanho real da embalagem. Baseado em parte no tamanho médio dos saquinhos de plástico, o tamanho final da embalagem foi ajustado para que tivesse boa capacidade interna, e que tivesse bom rendimento com base nos principais formatos comerciais de papéis gráficos. Com base nesse rendimento e demais custos de produção, neste ponto já é possível a análise de custo do projeto. Dentro deste ponto de vista, chegou-se a um rendimento viável para produção.

Definido um primeiro tamanho final, próximo passo é imprimir uma máscara em tamanho real. Pode-se imprimir de forma única através de uma *plotter* ou ainda como neste caso imprimir em ladrilho em impressora jato de tinta convencional, juntando-se as folhas para montar o todo. A máscara em tamanho real é usada para moldar a embalagem no papel que será utilizado para produzir. Neste caso optou-se pelo papel Reciclato 150g fabricado pela Suzano, pela sua resistência, boa qualidade de impressão e apelo ecológico. Pode-se ainda optar por outros papéis reciclados ou ainda por cartões mais rígidos, levando-se em conta o aspecto final que se deseja. Riscando a máscara e recortando, o resultado é o papel da embalagem recordado no formato e com as marcas dos vincos. Cola-se e dobra-se para ter um protótipo em tamanho real para diversos testes e avaliações. Assim é possível ver o tamanho final e avaliar resistência, aparência, adequação da espessura do papel, flexibilidade, entre outros aspectos. Como o protótipo montado, ainda constatou-se que o saco ficou grande, podendo sofrer ajuste de tamanho para menor, melhorando funcionalmente e em termos de custo. Alguns pequenos ajustes no design podem ainda ser executados conforme necessidade.

Confirmado o desenho da faca junto com demais especificações técnicas, parte-se para criar o layout, produzido também em *Illustrator*. Em seguida montar boneco em 3d no computador com aplicação do layout para aprovação do cliente.

Para este trabalho foi produzido um layout utilizando impressão de 1 cor verde para evidenciar o aspecto ecológico e a mensagem de acordo com o conceito a ser passado. Todavia o foco deste trabalho não se concentrou no layout da embalagem, tanto que nem se pensou em uma marca específica, e sim na funcionalidade e aplicação da ideia.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



O lixeiro para carro de papel, surgiu com objetivo de promover uma marca de forma saudável, unindo conceitos de respeito ao meio ambiente, bons hábitos de limpeza como não jogar lixo fora do veículo e praticidade para quem dirige a um design moderno de uma embalagem diferenciada. Trata-se de um saquinho de lixo para carro feito de papel, para ser biodegradável, não poluente em sua fabricação, bela esteticamente e dessa forma muito ecológica e responsável, além de transmitir com criatividade o conceito da marca melhorando de forma brilhante sua interação com o consumidor. É produzido simplesmente utilizando-se processos gráficos como planejamento, arte final, impressão, corte e colagem. Resumidamente, um produto simples com grande conceito agregado que deu uma cara nova, mais alegre e mais aceitável aos tradicionais saquinhos de plástico distribuídos em postos, além de estimular o uso de forma consciente.

6 CONSIDERAÇÕES

Tratando-se de embalagem, onde atualmente as tecnologias estão ao alcance de todas as marcas, a criatividade é ferramenta chave em termos tirar diferencial através da embalagem de um produto. Isto pode tornar uma embalagem não necessariamente complexa e cara um fator que influencie positivamente na hora da venda.

O trabalho buscou exemplificar e mostrar o processo de criação desta embalagem em todos os seus passos de desenvolvimento e principalmente focando seu processo criativo, aproveitando-se muito do ambiente acadêmico no que é referente a inovação, novas ferramentas, novos conceitos, driblar antigos paradigmas.

O resultado surpreende e mostra que sempre é possível driblar vários desafios existentes para agregar valor através da embalagem quando se destina um maior tempo no desenvolvimento de uma boa ideia. Arriscar é preciso nessa realidade em que nunca se falou tanto em necessidade inovar, onde contenção de despesas é fator presente em todas as empresas, e que o melhor conceito no fim das contas é mais importante do que o material gasto em si.

Embalagem criativa e funcional vende mais do que embalagem cara que não tiver conteúdo criativo. Uma boa ideia e boa criatividade são cada vez mais essenciais e motivo de diferencial, que tanto se busca.



Faca de Corte e Layout de Impressão



Fique tranquilo. **Utilize papel.**
Não jogue lixo na rua.

Produzido com papel certificado, proveniente de madeiras de reflorestamento.

Enquanto crescem, as árvores utilizadas neste papel retiram gás carbônico da atmosfera e sua produção e comercialização gera emprego.

Você está fazendo sua parte e mantendo as ruas limpas, preservando o Meio Ambiente.





REFERÊNCIAS

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é Designer**. 6 ed. São Paulo: Callis, 1995.
São Paulo: Loyola, 2003.