

PRÁTICA PROFISSIONAL EM DESIGN: DESENVOLVIMENTO DE RÓTULO PARA A CERVEJA AVANT

Aleteonir Jose Tomasoni Junior; Douglas Wenderson Sobierai; Maruan Coltro Gosch

Resumo

Com a quantidade gigantesca de marcas e rótulos presentes no mercado mundial atualmente, precisamos ter cuidado e fundamentação no momento de criar-se um projeto que visa atender a expectativa da pessoa criadora do produto assim como seu público-alvo. Dessa maneira, o presente estudo visa o desenvolvimento de um rótulo para cerveja que atue como a marca da mesma, configurando seus estudos, suas bases, seu conceito e suas variações de aplicação após a concepção final, não deixando arestas abertas dentre seu desenvolvimento quanto a base teórica, buscando entender quais são os rótulos presentes no mercado atual, seu comparativos e diferenciais, analisando sua composição de cores, linhas e tipografia, assim como a disposição de elementos que auxiliem na programação visual, tanto quanto busca entender qual seu público consumidor, que virá futuramente a interagir com o produto e potencialmente ter um relacionamento com a marca.

Palavras-chave: Design de rótulos. Design gráfico. Rótulo para cerveja.

1 INTRODUÇÃO

O seguinte projeto foi desenvolvido através da disciplina de Estágio durante o curso de Design na Unoesc – Campus Xanxerê, sendo este realizado através do NID – Núcleo de Desenvolvimento e Design. Este projeto possui o intuito de desenvolver um rótulo para cerveja que consiga transmitir os conceitos e informações repassadas pelo cliente. Considerando a importância que um rótulo tem para um produto como a cerveja, ele pode ser considerado como uma marca para o produto, e assim como toda marca seu objetivo é a comunicação com seu público, e através dessa

comunicação gerar valor junto ao seu público, buscar a sua fidelização e relacionamento duradouro com a marca. Assim como comenta Strunck (2012) “grande parte das nossas decisões de compras são feitas por impulso, de forma irracional, instintiva. Se temos dinheiro, compramos as marcas com as quais nos relacionamos emocionalmente. Cada marca é como uma pessoa que teve sua personalidade própria cuidadosamente criada e desenvolvida.” Dessa forma, é compreensível a preocupação e cuidado necessário no desenvolvimento do rótulo e trata-lo como a marca deste produto, pensando na sua aplicação e gestão posterior realizada pelo cliente. Para o desenvolvimento deste projeto ser efetivo, é necessário fazer uso dos conhecimentos de design e design de embalagens como base teórica, buscando compreender todos os processos aliados ao design no desenvolvimento do projeto, a importância da marca para um produto, sua gestão através do branding, os cuidados na aplicação da marca e no seu desenvolvimento.

2 DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento desse projeto visa a criação de um rótulo de cerveja para ser comercializado posteriormente, sendo assim, foram utilizadas as informações obtidas através das bases de conhecimento e da coleta de dados para a melhor solução de acordo com análise dessas informações.

Para coletar as informações foi realizada uma entrevista em modo semiestruturado na etapa de briefing, aonde foram perguntados uma série de questões que antecipavam o projeto, informações sobre o desenvolvimento e seu posterior uso. Foram realizados questionamentos sobre o público alvo, qual seu comportamento de consumo, qual local poderia vir a consumir este produto, em que grupo social poderia consumir, quais os conceitos que deveriam estar presentes no rótulo, partindo desde a concepção inicial aonde o cliente formulou e concebeu o nome utilizado para o produto e seus principais conceitos, qual temática deveria ser trabalhada, preferências por detalhes e cores, um breve resumo sobre o diferencial do produto sobre seus concorrentes, se havia concorrência direta atualmente no mercado e quais

eram os produtos similares que lhe causavam inspiração. Nas questões sobre o uso posterior do produto foram levantadas questões sobre qual a abrangência de mercado que se pretendia atingir, qual a tiragem estimada para este projeto, quais as variações de rótulo acerca do estilo de cerveja, quais os valores disponíveis para investimento e se existiria alguma embalagem secundária e/ou aplicação em outros materiais futuramente.

Ainda na entrevista, foi explicado o conceito do naming do produto, sugerido assim pela cliente o uso do nome AVANT, pois é uma mescla entre o sobrenome do casal de forma lúdica ao conceito que gostariam de transmitir. A cliente conseguiu condensar uma série de informações importantes para o desenvolvimento do projeto, direcionando assim as buscas e o foco das pesquisas realizadas. Para tornar fácil a compreensão das pesquisas a partir da entrevista inicial, foram criados painéis visuais exemplificando cada ponto e aspecto que seria utilizado posteriormente no desenvolvimento visual do rótulo.

Os painéis condensam e separam as informações de cada área que necessitavam serem analisadas. Como consta na figura 1, no painel de público percebemos um padrão entre as imagens dos momentos que as pessoas poderiam interagir com este produto, normalmente entre amigos, em momentos de família, descontração, bebendo moderadamente para degustar o produto, com uma faixa etária entre 25 a 40 anos, que não está ingerindo com a intenção de embriagar-se mas de aproveitar um momento com os amigos. No painel de conceito foi explorado a temática marítima, assim como comentado durante a entrevista, o cliente sugeriu a aproximação com essa temática na configuração visual do produto. Podemos ver também uma semelhança entre os rótulos que possuem esta temática, assim como imagens de pessoas brindando, aonde mais uma vez remete ao ambiente que possivelmente seja utilizado este produto, entre amigos, em confraternizações, em momentos de tranquilidade. No painel de concorrentes podemos analisar uma similaridade entre os rótulos e tipos de garrafas utilizadas, também há um padrão de cores e linhas usadas para auxiliar na composição do rótulo, as cores mais utilizadas são preto e dourado,

tanto no rótulo quanto na marca e na gravata da garrafa. No painel de similares estão dispostos uma série de rótulos e garrafas de concorrências diretas, indiretas e inspiracionais, de modo a analisar entre elas algumas convergências de aplicações, disposição de elementos, cores, escudos, padrões de repetição, linhas de composição, tipografia e recortes. O painel de similares nos dá o entendimento de produtos que devem ter a proximidade com o produto final mercadologicamente, ou seja, seria o produto que encontraria ao lado deste em desenvolvimento quando buscasse para realização de compra.

Através da abstração de informações e formas desses painéis e das pesquisas realizadas até então, começou-se o desenvolvimento de elementos que deveriam compor o rótulo final. Através da geração de alternativas e filtragens com base na entrevista inicial e nas bases de conhecimento, foi decidido um modelo de layout que deveria ser seguido e desenvolvido ao ponto que solucionasse a necessidade do cliente. O rótulo concebido foi refinado entre as gerações de alternativas e seus elementos foram reorganizados diversas vezes até o momento que foi diagramado de forma simétrica buscando um equilíbrio visual em sua composição, afim de completar todos os quesitos necessários para a solução final.

Trabalhando com o conceito marítimo de embarcações, foi buscado um recorte para o rótulo que remetesse aos cascos de navios quando visto no modo frontal, como mostra a figura 2. Assim como analisado nos painéis, foi decidido usar as cores preto e dourado como bases para a composição do rótulo, sendo que posteriormente em algumas aplicações a cor dourada teria o acabamento sobreposto de hot stamping metalizado, agregando assim valor visual ao produto e seu contato com o público consumidor que ainda não tem conhecimento sobre ele. Dentre os símbolos, foi desenvolvido uma série de gerações de alternativas de símbolos que remetessem ao lúpulo, ingrediente essencial na cerveja, remetesse ao barco, um dos principais conceitos trabalhos para o rótulo, e remetesse a ondas do mar, no sentido fluido de aplicação, criando dinamismo na aplicação gráfica do rótulo e

remetendo as embarcações e a água presente tanto no produto quanto na parte lúdica de seu conceito.

Dentre a tipografia utilizada para ser a marca do rótulo, foi levantado uma série de opções entre tipografias já criadas, extraindo assim alguns pontos que fossem de interesse e tivessem contato com o perfil deste projeto, dessa maneira, foi criada manualmente um logotipo exclusivo para o rótulo, aonde é possível observar um dinamismo da forma, com linhas sinuosas mas estáveis, com largura variada entre os lados da tipografia, causando assim uma sensação de movimento. Os elementos foram dispersos de modo simétrico, afim de equilibrar o peso visual da composição, não deixando a diagramação com linhas sinuosas carregar um lado com mais informações desprovendo o outro lado. Como elemento auxiliar foi inserido uma faixa abaixo do nome aonde poderá ser alterado para informar qual tipo de cerveja está presente no interior do produto e, abaixo dela, foi criado uma âncora quebrada, pois é um objeto muito utilizado no meio marítimo para prender navios e grandes embarcações em um mesmo ponto, dessa forma, ela aparece quebrada para conciliar ao conceito do naming do produto, buscando uma forma lúdica de representar o movimento sem interrupções da marca.

Dentre os itens desenvolvidos estão presentes: Rótulo, gravata para cerveja, tampa e arte do rótulo em versão sem fundo. Nesses itens desenvolvidos estão presentes os elementos do rótulo principal rediagramados de forma a compor da melhor maneira com o espaço aplicado. A versão do rótulo sem fundo poderá ser aplicado em outros materiais que não necessitem ou não possam receber a aplicação com fundo, dessa maneira, facilitando a impressão em copos, papelaria, uniformes, carimbos, etc. Assim como mostra a figura 3.

3 CONCLUSÃO

A presente pesquisa objetivou o desenvolvimento de um rótulo para cerveja, buscando estabelecer este rótulo como a marca deste produto,

desenvolver sua configuração estética através da programação visual e entender a sua gestão através do branding. O resultado final do produto trouxe em sua solução os referenciais analisados desde as bases do conhecimento, até a análise feita a partir de entrevista semiestruturada e análise dos painéis imagéticos que condensaram informações visuais para a realização deste projeto, auxiliando assim os comparativos entre concorrentes, públicos e similares, assim como transmitindo de forma visual o conceito que a marca pretende trabalhar e ser entendida pelo seu público.

Conclui-se que os objetivos do projeto foram devidamente atingidos, pois o rótulo final foi desenvolvido conjuntamente com outros itens que irão compor a identidade visual do projeto, podendo assim ter uma facilidade de gestão sobre a marca realizada pelo cliente posteriormente, tendo o cuidado de sua aplicação e suas variações entre cada aplicação, porém sempre remetendo aos conceitos trabalhos desde o início do projeto, solucionando assim a necessidade de comunicação do rótulo e todo branding que o envolve, de modo que o mesmo consiga envolver os consumidores em todas as suas aplicações.

REFERÊNCIAS

BOMFIM, Gustavo. Amarante. Metodologia para Desenvolvimento de Projetos. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1995.

CALVER, Giles. O que é design de embalagens? Porto Alegre: Bookman, 2009.

LÖBACH, Bernd. Design Industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

RONCARELLI, Sarah. Design de embalagens: 100 fundamentos de projeto e aplicação. São Paulo: Blucher, 2010.

STRUNCK, Gilberto. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso. 4 ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2012.

VILLAS-BOAS, André. O que é [e o que nunca foi] design gráfico. 6 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

Sobre o(s) autor(es)

Designer, Especialista e Mestre em Educação. Professor da Unoesc Xanxerê, aleto@mousesthec.com

Designer, Bacharel em Design, dwsobierai@gmail.com

Designer, Especialista em História da Arte, professor e Designer na Unoesc Xanxerê, maruan.gosch@unoesc.edu.br

Painéis imagéticos



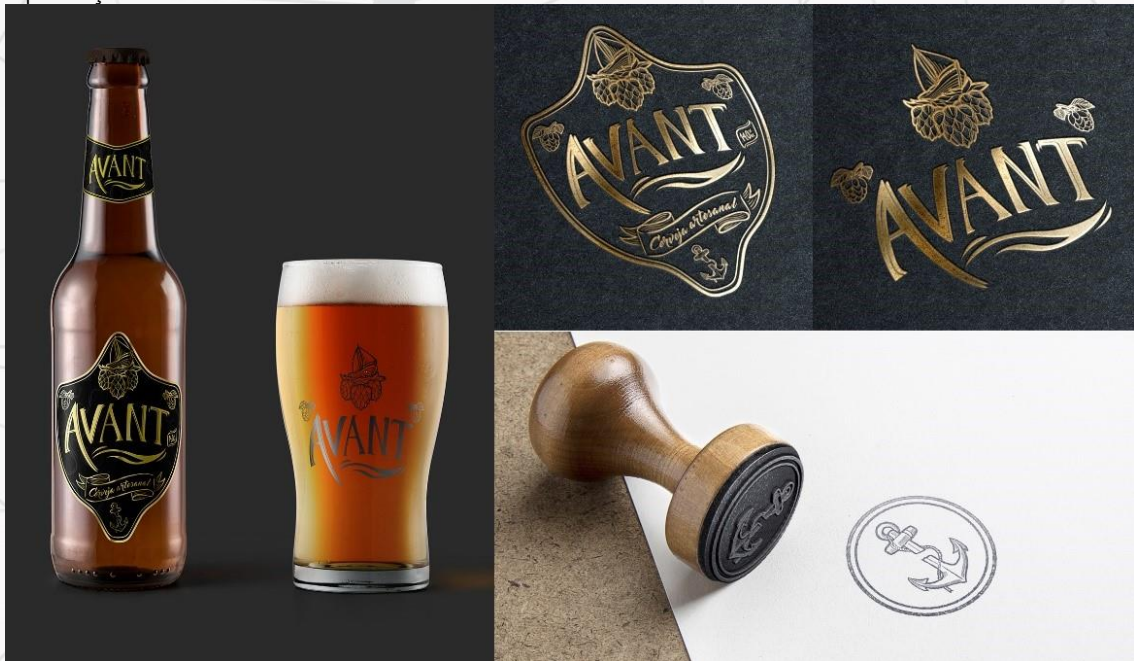
Fonte: O autor.

Resultado Final



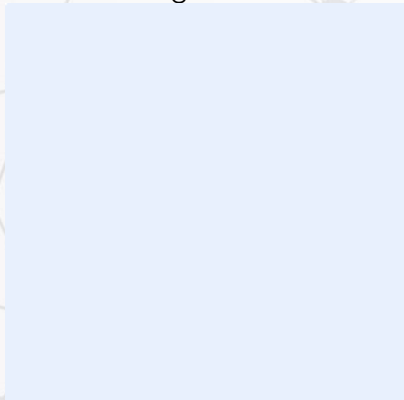
Fonte: O autor.

Aplicações



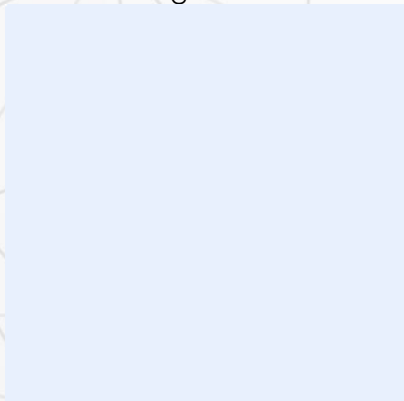
Fonte: O autor.

Título da imagem



Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem



Fonte: Fonte da imagem

Título da imagem



Fonte: Fonte da imagem