



Projeto de embalagem e assinatura visual para cosméticos naturais

Packaging and visual signature project for natural cosmetics

Lúcio Silva Kieling Cintra, graduando, Departamento de Desenho Industrial - UFSM

lucioskcintra@gmail.com

Julie Petry Vescia, graduanda, Departamento de Desenho Industrial - UFSM

juvescia@gmail.com

Marcos Brod Junior, doutor, Departamento de Desenho Industrial - UFSM

brodjr74@gmail.com

Resumo

Muitos produtos utilizam variadas embalagens, que auxiliam na venda, transporte e consumo, e posteriormente são descartadas. O mercado de cosméticos naturais preza pela produção responsável, com menos insumos sintéticos e um descarte adequado. O objetivo deste trabalho é desenvolver um sistema de embalagens e uma assinatura visual para a marca de cosméticos naturais Alquimias da Terra – Caçapava do Sul de modo sustentável. Será utilizada a metodologia para desenho de embalagens do professor Fábio Mestriner (1999), que se divide em etapas focadas no desenvolvimento estratégico do produto. Com o resultado do projeto, embalagens e assinatura visual alinhadas com produção, consumo e descarte adequados do produto, foi possível perceber a importância de associar questões sobre sustentabilidade no processo do design de embalagem.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Embalagem; Assinatura Visual.

Abstract

Most of the products use a variety of packaging, which aid in transportation, use and sale and, later, are discarded. The natural cosmetics market, values productions that use natural resources properly, lowering the use of synthetic inputs and focusing on proper disposal of products. The aim of this paper is to develop a packaging system and a visual signature for the natural cosmetics brand Alquimias da Terra - Caçapava do Sul, in a sustainable way. The packaging design methodology of professor Fábio Mestriner (1999) will be used, which is divided into stages with a focus on strategic product development. With the result, packaging and visual signature properly aligned with the production, consumption and disposal of the product, it was possible to realize the importance of connecting sustainability issues to the packaging design process.

Keywords: Sustainability; Packaging; Visual Signature.



1. Introdução

Atualmente, é importante perceber a necessidade de mudança de consumo da sociedade devido às diversas questões ambientais. Assim, é necessário o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, e que utilizem os recursos naturais de maneira adequada em sua produção. Segundo Doughert (2011), quando a recuperação do meio ambiente não consegue acompanhar a velocidade com que utilizamos os recursos naturais, estamos tendo um comportamento não sustentável.

Em uma revisão de literatura sobre o tema Embalagens e Meio Ambiente podemos destacar que os livros: Design Sustentável, Caminhos Virtuozos de Fabrice Peltier e Henri Saporta, e Estratégias de Design para Embalagens de Bill Stewart, os quais apresentam farto material, exemplos e recomendações para os projetos de embalagem. Destacamos particularmente o livro de Bill Stewart, que, no capítulo 11 sobre as Estratégias Ambientais, discorre sobre as possibilidades na redução ou a própria ausência de embalagens.

Com as mudanças nos padrões de consumo, assim como a necessidade de um desenvolvimento sustentável, também ocorre uma mudança na maneira de produzir e vender, sendo necessário uma nova postura na abordagem com o consumidor. Conforme Kazazian (2005), a preocupação com a origem do produto, sua produção e pós - uso começa a tomar forma no final do século XX, relacionada com a procedência sobre a segurança alimentar. Assim, ainda conforme o autor, desde então os produtos cada vez mais precisam estabelecer uma melhor conexão com o consumidor, informando sobre sua origem, e garantindo que seu descarte aconteça de maneira adequada e menos poluidora. Nesse contexto, o mercado de cosméticos naturais está relacionado com uma produção e consumo mais conscientes. Distante de uma produção em escala industrial, o mercado de cosméticos naturais prioriza uma menor produção, com utilização adequada de recursos naturais, assim como um menor uso de insumos sintéticos e descarte adequado, diminuindo o número de resíduos poluentes no planeta.

As embalagens apresentam diversas funções, que afetam diretamente a produção, transporte e consumo. Conforme Mestriner (1999), com o passar do tempo, as embalagens além de conter, proteger e viabilizar o transporte de produtos, adquiriram a capacidade de vender e conquistar o olhar do consumidor por meio do visual atrativo e comunicativo, sendo uma importante ferramenta de marketing para as marcas. Porém, ainda segundo Mestriner (1999), após seu uso, a embalagem torna-se um grande potencializador do acúmulo de lixo urbano nas cidades, e assim torna-se importante focar em estratégias que viabilizem a reciclagem e reutilização dos diversos materiais que compõem as embalagens. Assim, é primordial um estudo para que ocorra uma produção, consumo e descarte adequado das embalagens utilizadas em nosso cotidiano.

Dessa maneira, o presente trabalho tem como objetivo desenvolver um conjunto de embalagens, levando em consideração a produção, consumo e descarte adequadas do material, para a marca de cosméticos naturais Alquimias da Terra – Caçapava do Sul, juntamente com um redesenho de assinatura visual. Dessa maneira, visa-se adequar a marca ao seu modo de atuação no mercado, promovendo uma autonomia produtiva, e criando uma relação de unidade entre o nome da empresa, produtos e embalagens, de maneira consciente e sustentável.



2. Pré – Projeto

Para auxílio no trabalho, foi definido como necessária a utilização de uma metodologia específica para o desenho de embalagem. Assim, foi escolhida a metodologia específica para o desenho de embalagem do professor Fábio Mestriner, que apresenta questões de marketing que foram consideradas importantes para o projeto. A metodologia pode ser vista na Figura 1 a seguir.

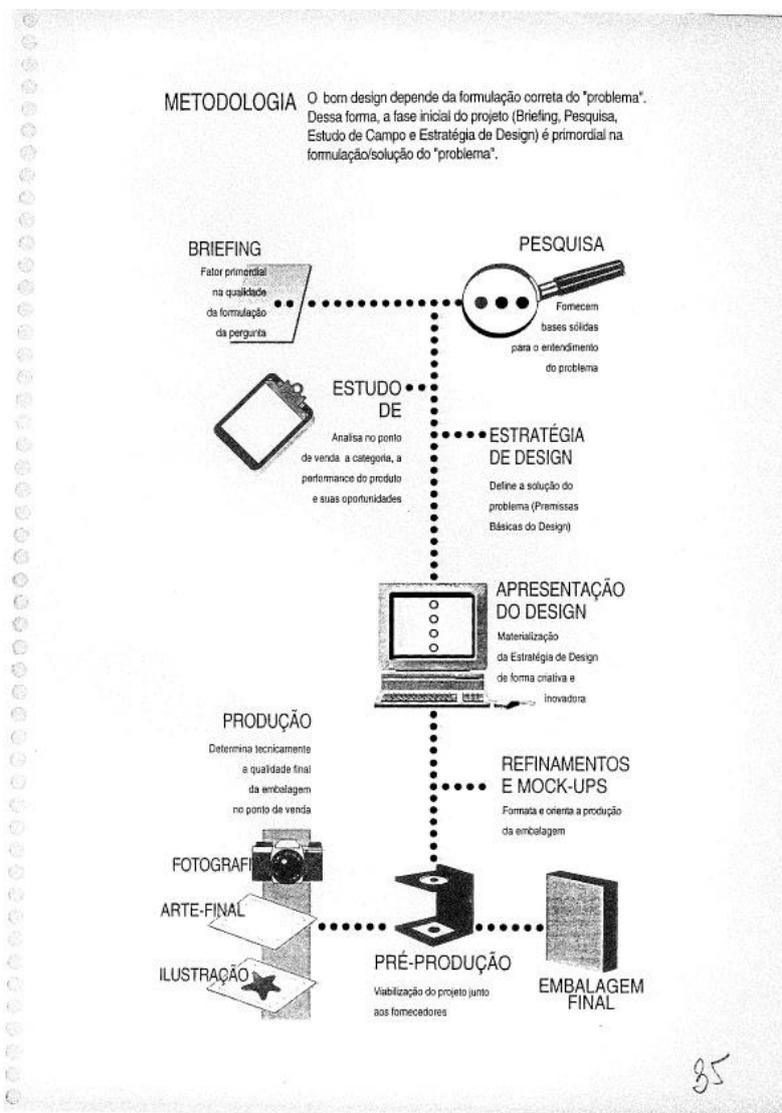


Figura 1: Metodologia do professor Fábio Mestriner. Fonte: Mestriner (2009).

Tendo como base a metodologia para desenho de embalagem do professor Fábio Mestriner, o primeiro passo foi o desenvolvimento de um documento de *briefing* com o cliente, para melhor entendimento das necessidades de projeto, assim como esclarecimento



de dúvidas. Dessa forma, foi definido a necessidade do desenho de um grupo de embalagens para os diversos produtos da marca, juntamente com um redesenho de assinatura visual, adequada e vinculada a marca e ao mercado de cosméticos naturais. Considerou-se necessário para o projeto um baixo custo de produção e impacto ambiental, coerência com os conceitos da empresa de produção e descarte e uma adequada gestão e autonomia no desenvolvimento das embalagens, em caso da possibilidade de aumentar o número de produtos no catálogo da empresa.

Conforme a ECOCERT (2017 *apud* VILA FRANCA, 2018, p.47), agência fiscalizadora de diversos produtos naturais, orgânicos e veganos, existem algumas necessidades produtivas que as empresas devem cumprir. Para um cosmético ser considerado como natural, é necessário que sua composição apresente no mínimo 95% de insumos naturais, e 5% de insumos sintéticos que não tenham equivalente natural no mercado, respeitando a lista de componentes permitidos. Também é necessário que os cosméticos naturais tragam, entre seus componentes de origem natural, o mínimo de 50% de insumos de origem vegetal, com 5% de plantações orgânicas certificadas, como visto na Figura 2.

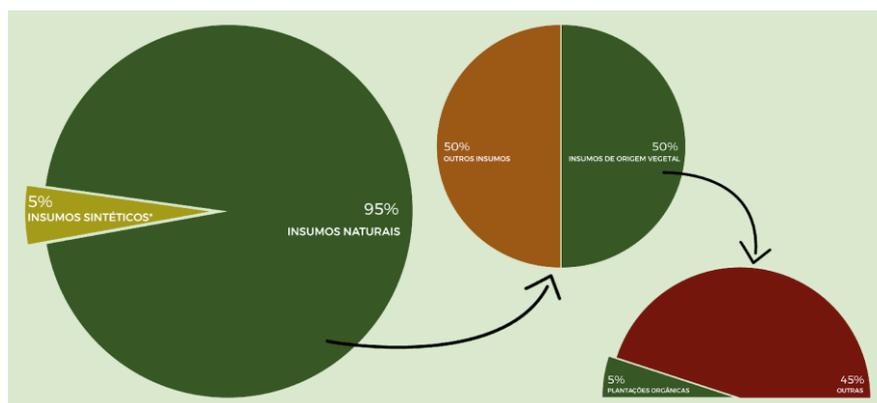


Figura 2: Gráfico sobre percentagem de insumos dos cosméticos naturais. Fonte: elaborado pelos autores (2020).

A Alquimias da Terra – Caçapava do Sul, é uma empresa que produz cosméticos naturais. Sua fundação aconteceu em setembro de 2018, tendo como origem a cidade de Caçapava do Sul, no estado do Rio Grande do Sul. O início do coletivo deu-se por meio do interesse comum de duas amigas, hoje sócias na marca, por cosméticos naturais. Princípios de autonomia, sustentabilidade, fortalecimento da economia local e redução de resíduos regem a empresa. Atualmente a Alquimias da Terra comercializa diversos cosméticos naturais, como antissépticos, sabonetes, desodorante, óleo corporal, pomada natural, aromatizador, *ecopad* (disco de limpeza facial reutilizável) e vela para massagem, como pode ser visto na Figura 3.



Figura 3: Embalagens de produtos da Alquimias da Terra antes da reformulação. Fonte: Perfil da Alquimias da Terra no Instagram.

Após a compilação do documento de *briefing*, foi desenvolvida uma pesquisa para a compressão adequada do mercado de cosméticos naturais, o qual vem crescendo nos últimos anos, e está muito relacionado com a produção autoral e de pequenos produtores. Esse contexto se relaciona com o artesanato do aroma que, além de trabalhar com produtos como aromatizador de varetas, *spray* de ambiente, sachês, *pot-pourris* (Kit de folhas, sementes, flores e frutos aromáticos) e velas perfumadas, tem espaço no mercado de cosméticos naturais, por meio de produtos como perfumes pessoais, sabonetes, *shampoos*, condicionadores e cremes, entre outros cosméticos.

O mercado de cosméticos naturais está relacionado com uma produção e consumo mais conscientes. Os consumidores levam em consideração o desenvolvimento sustentável, cuja produção, com o menor uso de insumos sintéticos e descarte adequado, reduz o número de resíduos e poluentes no planeta. Os produtos desenvolvidos utilizam substâncias naturais menos nocivas à saúde dos consumidores.

A produção acontece em menor escala, dispensando a utilização de indústrias e grandes empresas terceirizadas no processo de fabricação. Os produtores desempenham todas as funções dentro da empresa, indo desde a produção, marketing, distribuição e venda do produto. A vitrine, ou ponto de contato com o público, acontece, em grande maioria, por meio de mídias sociais.

No mercado de cosméticos naturais, a competição entre as empresas é vista diante da perspectiva de cooperação entre as diversas marcas. Diferentes perfis, com seus variados produtos, muitas vezes integram uma rede de auxílio que atua como uma espécie de ferramenta de apoio entre os produtores. A ajuda mútua fomenta o mercado e o alcance dos produtos naturais, corroborando para a causa que vai além da compra e venda, um estilo de vida que preza por um consumo mais sustentável e consciente.

Por meio das informações coletadas pelo *briefing* e pela pesquisa sobre o mercado de cosméticos naturais, foram estruturados objetivos de marketing para serem norteadores no desenvolvimento do projeto. Assim, foi definida a necessidade de desenvolver embalagens com menor impacto ambiental e baixo custo de produção. Juntamente com o redesenho de assinatura visual, considerou-se necessário que o produto final seja configurado com uma melhor legibilidade e visibilidade, e que seja identificado com um produto natural, ao mesmo tempo que esteja adequado a uma estética industrial e de alta ordem gráfica. Dessa maneira, visa-se aumentar a qualidade percebida do produto, ao agregar valor por meio da



embalagem, e solidificar a marca no mercado, criando uma relação de unidade entre o nome da empresa, nome dos produtos e as suas embalagens.

A próxima etapa foi uma análise de produto por meio de um estudo de campo. Conforme Mestriner (1999), considerar um estudo de campo é importante para identificar oportunidades e falhas dos produtos dentro da categoria. Essa etapa originalmente busca avaliar os produtos em seus pontos de venda, comumente em espaços físicos. Porém, com o estudo foi identificado que diversas marcas, assim como a própria Alquimias da Terra, utilizam mídias sociais, como o *instagram*, para comunicação e venda de seus produtos. Dessa maneira, além do estudo em pontos de venda físicos, foram analisados pontos de vendas digitais juntamente.

A Dermapele Farmácias de Manipulação (Figuras 4 A e 4 B), fundada em 1996, e a + VIVA Pharma (Figura 4 C) são farmácias de manipulação com fabricação e comercialização de produtos de marca própria, além da comercialização de produtos multimarcas. Ambas as farmácias avaliadas neste estudo de campo estão localizadas em Santa Maria – RS e possuem lojas físicas e virtuais. A identificação com um produto natural, nas duas lojas físicas analisadas, acontece por meio da construção de elementos mais simples nos rótulos, com cores mais terrosas, trazendo referência aos tons que são mais comumente encontrados na natureza. As embalagens dividem-se entre frascos de vidro e diferentes polímeros.



Figura 4: Pesquisa de campo: (A e B) Dermapele Farmácia de Manipulação; (C) +VIVA Pharma. Fonte: Autores (2020).

Para os pontos de venda digitais, foram analisadas as marcas Tuim Biocosméticos (Figura 5 A), originária de São Paulo – SP, e Tierra Pura Biocosmética (Figura 5 B), localizada em Sierras Grandes de Córdoba, na Argentina. As embalagens da Tuim Biocosmética apresentam seus rótulos em cores predominantemente claras, como bege, e referência ao natural acontece por meio de algumas ilustrações. A Tierra Pura Biocosmética também apresenta cores predominantemente claras em seus rótulos, porém com alguns pontos de cor em determinados momentos, e faz uso de ilustrações mais complexas. Também foi possível identificar a presença de algumas ecobags, que podem ser utilizadas como kits de produtos e também embalagens de transporte.



Figura 5: Pesquisa de campo digital: (A) Produtos da Tuim Biocosméticos; (B) Produtos da Tierra Pura Biocosméticos. Fonte: Instagram da Tierra Pura Biocosmética e Tuim Biocosmética (2020).

Foi possível identificar que os concorrentes apresentam-se, de maneira geral, mostrando que a forma que seus produtos são feitos é natural e responsável, gerando o menor índice de resíduos possível. Pode-se identificar nas marcas analisadas, que os elementos e as embalagens no mercado de cosméticos naturais são estruturados de maneira mais simples, organizada e direta. São utilizados poucos elementos, deixando a mensagem e a intenção do produto sempre muito clara. As cores de maneira geral remetem tons que podem ser diretamente encontrados na natureza, o que também acontece nas ilustrações presentes em alguns pontos. Também foi possível compreender que as embalagens, em sua maioria, são compostas por frascos, alternando entre vidros e polímeros, juntamente com rótulos adesivados na superfície do material.

3. Projeto

Após uma melhor compreensão fornecida pela pesquisa inicial e pelo estudo de campo, e em concordância com os objetivos de marketing citados anteriormente, foram definidas algumas premissas de *design* para orientar o desenvolvimento do projeto. Identificou-se a importância de propor um sistema de embalagens que considere autonomia na atualização do desenho, em caso de aumento da linha de produção e venda, e que promova uma reutilização no pós uso dos produtos. Dessa maneira, foi definido que a embalagens deveriam ser estruturadas por meio de frascos de vidro, permitindo um reaproveitamento do material, juntamente com rótulos, preferencialmente de papel reciclado, tendo o foco em processos alternativos de impressão, como carimbos e *stencil*. Foi considerado necessário primar por uma estética industrial com identificação de produto natural, trazendo assim uma configuração de alta ordem gráfica com a essência de uma produção artesanal. Para diminuir o custo de produção, foi definido o uso de poucas cores, as quais deveriam remeter a tons terrosos e naturais. Assim, o resultado final visa apresentar melhor visibilidade, legibilidade, identificação com o produto natural, autonomia produtiva e melhor posicionamento no mercado para o produto e a marca.



Definido que as embalagens seriam compostas de frascos de vidro, iniciou-se estudos para entender as possibilidades de aplicações de rótulos no material. Com o foco em poucas cores e um baixo custo de produção, definiu-se o uso de algum material que já possua alguma cor, pois dessa maneira, o uso de cores na impressão poderia ser reduzido. Após estudos, considerou-se o papel *craft* como a melhor possibilidade para uso no projeto, visto que sua cor natural remete a tons terrosos encontrados na natureza, e sua materialidade transmite a essência de algo produzido de maneira artesanal. A utilização de algum material já reciclado aumentaria muito os custos de produção dos rótulos e inviabilizaria a concepção das embalagens. Por meio de alguns testes, foi definida a utilização do papel *craft* 220 g/m² para uma melhor colagem nos frascos de vidro, como pode ser visto na Figura 6 A. Para o redesenho da assinatura visual, foi desenvolvido um *lettering* (Figura 6 B) para ser utilizado como logotipo. A inspiração teve como base o estilo de letra cursiva itálica, que conforme sua estrutura transmite uma maior expressividade da escrita à mão, fazendo referência assim às questões defendidas pela marca. Para transmitir uma maior modernidade ao desenho, foi utilizada uma caneta de ponta pincel na configuração. A assinatura visual também é composta por um símbolo, em referência a elementos naturais utilizados na produção dos cosméticos, e uma tipografia de auxílio. Para colaborar na identificação de um produto natural, foram desenhados símbolos de apoio para utilização nos rótulos e embalagens dos cosméticos, assim como na aplicação do *stencil*, como pode ser visto na Figura 6 C.



Figura 6 – Material e elementos da assinatura visual: (A) Papel *craft* 220 g/m²; (B) Processo de desenvolvimento do *lettering*; (C) Assinatura visual e elementos. Fonte: Autores (2020).

Para a impressão, definiu-se dois processos: a impressão a *laser* e *stencil*. Diminuindo os custos de produção, e já considerando a cor do papel para os rótulos, percebeu-se como suficiente a utilização de apenas uma cor para a impressão de todas as informações. Dessa maneira, utilizando a cor preta, as embalagens apresentam legibilidade e visibilidade suficiente, organizando de maneira clara e direta todas as informações pertinentes, incluindo as ilustrações de elementos naturais presentes. Diante da questão de alguns produtos não se adequarem aos frascos de vidro, e da necessidade de embalagens de transporte e venda de kits de produtos, foi desenvolvida uma estampa para ser aplicada por meio de um *stencil*, obtido com corte a laser. Assim, é possível imprimir por meio de poucas unidades do *stencil* em papel para ser utilizado como embrulho de produtos sólidos, assim como tecido para a costura de *ecobags*, servindo de embalagens de transporte e kits de produtos.

Inicialmente, foi pensando nos rótulos para os produtos já existentes na linha de produção da Alquimias da Terra. Assim sendo, foram projetados 6 modelos diferentes de rótulos e uma etiqueta que acompanha o produto. Os modelos podem ser vistos na Figura 7 a seguir.

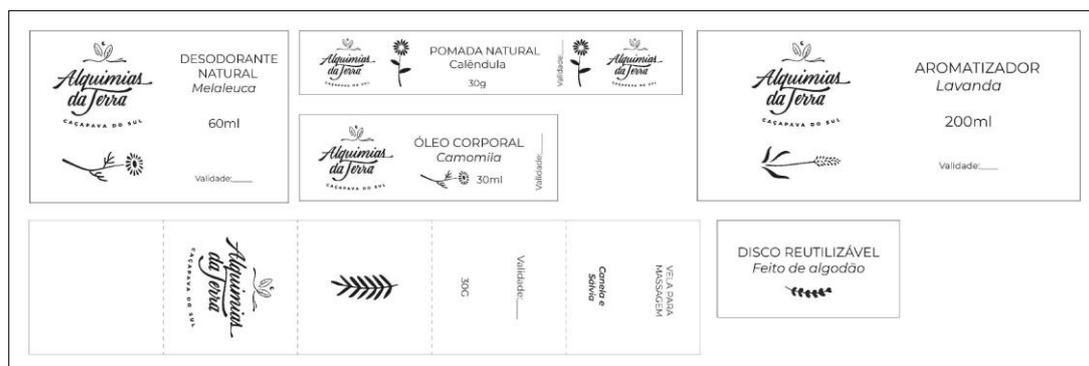


Figura 7 – Modelos dos rótulos. Fonte: Autores (2020).

Para manter uma coerência entre todas as peças, promovendo uma alta ordem gráfica e possibilitando uma autonomia de expansão no número de embalagens, o projeto foi organizado por meio de uma estrutura modular. Cada peça apresenta uma configuração que tem como base módulos que se repetem por toda sua estrutura, demarcando espaços adequados para todas as informações presentes nos materiais. Dessa maneira, tendo como base os rótulos produzidos, é possível desenvolver novas peças coerentes com o projeto caso haja a necessidade de novas embalagens devido a um aumento da linha de produção da marca. A organização estrutural dos rótulos pode ser vista na Figura 8 a seguir.

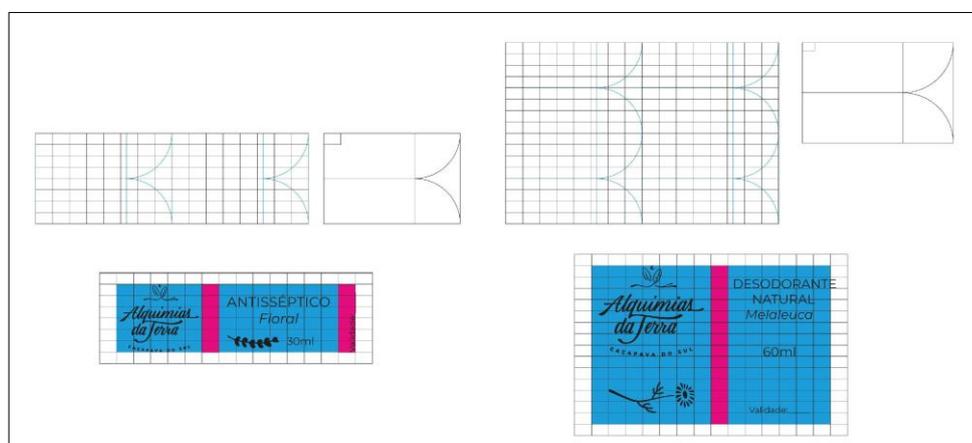


Figura 8 – Construção modular dos rótulos. Fonte: Autores (2020).

4. Resultados

Como resultado, apresenta-se um conjunto de embalagens juntamente com uma nova assinatura visual. O projeto encontra-se adequado a um consumo e pós consumo mais consciente e sustentável, uma vez que os papéis podem ser reciclados, os frascos de vidro reutilizados para fins decididos pelo consumidor ou retornados à própria Alquimias da Terra. A *ecobag* além da função de transporte dos produtos, que quando retornados podem ser transportados novamente, pode ser utilizada por outros fins definidos pelo consumidor, diminuindo assim o uso de sacolas plásticas, por exemplo. Por meio de uma gestão clara do processo de desenvolvimento do projeto, é possível uma ampliação de peças, resultando em



novos modelos de rótulos dependendo da ampliação da linha produtiva. As informações pertinentes às embalagens apresentam uma comunicação clara e direta, e juntamente com a cor, material escolhido e os elementos componentes da assinatura visual, demonstram a responsabilidade social da marca e identificação de um produto obtido de maneira artesanal com uma grande ordem gráfica. O resultado pode ser visto na Figura 10 a seguir.



Figura 10 Resultados finais: (A) Conjunto das embalagens; (B) Ecobag para kit de produtos; (C) Detalhe da estampa com o stencil. Fonte: Autores (2020).

5. Considerações finais

No decorrer dos estudos realizados para o projeto, foi possível constatar a possibilidade do desenvolvimento de produtos com uma perspectiva sustentável. Diante dos novos comportamentos percebidos nos consumidores, assim como a necessidade de uma responsabilidade ambiental, é importante que as marcas se atentem a novas e adequadas estratégias de produção, consumo e descarte. Dentro dessa perspectiva, a embalagem é um ponto importante. Assim, por meio do projeto foi possível constatar a necessidade de inclusão, no processo do design de embalagem, de questões importantes a respeito do descarte do material após o uso do produto. Uma vez que, dependendo do contexto o descarte



pode acontecer de maneira imediata logo após o uso, é crucial pensar em alternativas que contornem essa situação, como optar por materiais que facilitem a reciclagem e descarte ou sistemas que possibilitem uma reutilização ou um retorno das embalagens para a marca que as desenvolveu.

Pode - se constatar também que em determinados casos, soluções simples e sustentáveis tornam-se opções financeiramente mais viáveis para o pequeno e médio produtor. Nesse contexto, também torna-se pertinente ressaltar a importância da pesquisa de técnicas de produção que sejam adequadas às necessidades do projeto. Para embalagens da Alquimias da Terra seria inviável a impressão de grandes quantidades de material, utilizando métodos de grande tiragem, como *offset*, uma vez que apresentariam um custo muito elevado e uma produção de unidades muito superior à atual necessidade de venda dos cosméticos.

No desenvolvimento do projeto, evidenciou-se também que a embalagem quando comunica ao público uma postura de responsabilidade ambiental do produto, estimula comportamento de consumo consciente. Utilizando - se de uma mensagem clara e direta, é possível atrair um público que já se preocupa em consumir produtos desenvolvidos sob uma ótica sustentável, ao mesmo tempo atrai a atenção de potenciais novos clientes.

Para além disto, o sistema de embalagens proposto encontra-se sendo implementado pela marca de maneira gradual até chegar no estágio final, momento em que todas as embalagens serão substituídas pelas embalagens deste projeto. Alguns meses após o início da implementação, as proprietárias da empresa Alquimias da Terra - Caçapava do Sul entraram em contato relatando um *feedback* positivo de crescimento no mercado, informando que três lojas da cidade de Caçapava do Sul – RS estão realizando a venda dos cosméticos também.

Referências

ALQUIMIAS DA TERRA. Anúncio de vendas. Caçapava do Sul. 28 set. 2018. Instagram: @alquimiasdaterracp. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BoS0PJ1h1LF/>. Acesso em: 12 jan. 2021

DOUGHERTY, Brian. **Design Gráfico Sustentável**. São Paulo: Rosari, 2011.

EQUIPE ECYCLE. **Conheça as diferenças entre cosméticos naturais, orgânicos e convencionais**. Conteúdo sobre especificações necessárias para diferentes tipos de cosméticos. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/component/content/article/67-dia-a-dia/2099-cosmeticos-organicos-naturais-convencionais-deferencias-tipos-materia-prima-composicao-definicao-consumidor-como-fazer-receitas.html>. Acesso em 15 jan. 2021

ECOCERT. **Políticas e diretrizes**, 2017. Disponível em <http://brazil.ecocert.com/politicas-e-diretrizes-ecocert>. Acesso em 12 nov. 2019

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável**. 2 ed. São Paulo: Editora Senac, 2009.

MESTRINER, Fábio. **Curso Design de Embalagem**. Escola de Criação ESPM, 1999.



PELTIER, Fabrice; SAPORTA, Henri. **Design sustentável: caminhos virtuosos**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

STEWART, Bill. **Estratégias de design para embalagens**. 2 ed. São Paulo: Editora Blucher, 2010.

TUIM BIOCOSMÉTICA. Você tem a pele mista ou oleosa?. São Paulo. 3 set. 2019.
 Instagram: @tuim.biocosmetica. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/B19wVteniWV/>. Acesso em: 12 jan. 2021

TIERRA PURA #BIOCOSMÉTICA. Aromatizador áurico. Córdoba. 23 jan. 2018.
 Instagram: @tierrapura_biocosmetica. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/BeTDAXeDnDm/>. Acesso em: 12 jan. 2021

VILA FRANCA, Camilla Custoias. **Percepção de produtores de cosméticos verdes e consumidores sobre a certificação natural, orgânica e vegana no contexto da Nova Economia Institucional**. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 135. 2015.