

Morena Açai¹

Layze Machado da SILVA²

Livia Braga PINTO³

Marcio Monteiro DIAS⁴

Maxleno Brito da Costa JUNIOR⁵

Rafael Sarmanho FREITAS⁶

Regina MOREIRA⁷

Universidade Federal do Pará – UFPA, PA.

RESUMO

Este trabalho foi desenvolvido para a disciplina Laboratório de Mídias Impressas, da Universidade Federal do Pará, e constitui-se no desenvolvimento de embalagem para um produto fictício a ser lançado no mercado da cidade de Belém do Pará. Foram levados em consideração para a idealização da embalagem, fatores como custo, sustentabilidade e praticidade, para assim, a partir destes princípios, o produto se adequar ao público alvo.

PALAVRAS-CHAVE: Açai; Embalagem; Sustentabilidade; Ambiente.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Transdisciplinar de Comunicação, modalidade Embalagem.

² Estudante do 7º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará, email: layzesilva@ymail.com.

³ Estudante do 7º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará, email: livia.trabalhos@yahoo.com.br.

⁴ Aluno líder e estudante do 7º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará, email: marcio.mdias@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará, email: maxleno.junior@hotmail.com.br.

⁶ Estudante do 7º semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará, email: rafaelsarmanho@yahoo.com.br.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, email: reginacoimbra@yahoo.com.

1 INTRODUÇÃO

O açaí já faz parte da tradição das pessoas que moram na região norte do Brasil, principalmente no estado do Pará, onde o fruto é produzido em larga escala. O estado é um dos maiores produtores mundiais e é encontrado facilmente nos bairros, vendido em pequenos estabelecimentos que extraem o sumo na hora, para ser consumido na maioria das vezes em natura, com farinha d'água ou de tapioca ou acompanhando algum outro prato típico da região, como o peixe frito. E por sua produção ser praticamente toda manual, esses pequenos estabelecimento não têm, em sua maioria, um padrão de higiene, o que ocasiona sérios riscos para a saúde e faz com que o açaí deixe de ser consumido por grande parcela da população, caso que se confirma com a matéria publicada no site G1 Pará “O Pará concentra 80% dos casos de doença de chagas no Brasil. Segundo a Secretaria de Estado de Saúde Pública (Sespa), 35 novos casos da enfermidade foram confirmados em 2012 e uma pessoa morreu. A incidência do mal pode estar relacionada ao consumo da polpa de açaí, comum entre os paraenses.”⁸. Diante desse fato, percebe-se que:

Quando vemos o drama de muitas marcas importantes, podemos comprovar os danos causados pela violação de identidade. É preciso ter em mente que o que realmente funciona, e é necessário para sustentar e alavancar as marcas no mercado é o respeito à imagem e ao posicionamento. (MARTINS, 2006, p. 51)

A partir disso, o produto Morena Açaí surge como uma nova alternativa para quem quer consumir o açaí natural e manter a tradição. Produzido levando-se em consideração toda preocupação em disponibilizar para o cliente, um produto de confiança e qualidade.

2 OBJETIVO

A marca fictícia “Morena Açaí” é voltada para os públicos das classes A e B, com idades de 25 a 30 anos. A marca foi criada para concorrer com os demais produtos do ramo, e para destacá-la dos mesmos, foi desenvolvida uma identidade visual e embalagens diferenciadas para lançar o produto no mercado, prospectando novos clientes e futuramente fidelizando os já existentes.

O produto será disponibilizado nos principais supermercados da cidade de Belém do Pará: Nazaré e Formosa e será distribuído em três tipos de embalagens: jarra feita de PET e refil

⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2012/08/especialistas-recomendam-tecnica-para-prevenir-contaminacao-do-acai.html>

feito de plástico com capacidade de 1 litro, além de uma jarra promocional de 2 litros. Nosso objetivo é manter a essência do açaí natural, batido na hora, aliando tradição e o respeito ao meio ambiente.

3 JUSTIFICATIVA

A partir da análise de como o produto é vendido, foi encontrada uma oportunidade de mercado, observada pela falta de higiene com que o produto normalmente é tratado nos bairros da cidade de Belém, trazendo assim, ele para dentro dos supermercados e o oferecendo em uma embalagem diferente, sofisticada que oferece um produto de qualidade e acima de tudo reflete a preocupação com o futuro, fazendo uso da sustentabilidade como forma de combate ao desperdício.

A escolha do nome Morena para o produto se dá pelo fato de se perceber partir de estudos sobre o açaí que a origem de sua tradição faz menção ao tom de pele da Índia que segundo uma lenda da Amazônia, teria tido sua filha morta por seu pai, que era cacique de uma tribo que estava passando por momentos difíceis de escassez de comida, e todas as crianças que nascessem naquele período deveriam ser mortas. Todas as noites a índia Iaçã chorava por sua filha e pediu para Tupã, que ajudasse seu pai a encontrar uma forma de contornar esse problema sem ter que matar as crianças. Até que um dia, ouviu o choro de uma criança e quando foi em busca, viu sua filha no tronco de uma palmeira, correu para abraçar, depois de certo tempo a criança sumiu. No dia seguinte, Iaçã foi encontrada morta, abraçada à árvore, que estava cheia de frutinhas escuras. Seu pai mandou apanhar os frutos e viu que era possível extrair um líquido que alimentou a aldeia e batizou esses frutos de Açaí que é Iaçã ao contrário, suspendendo assim, a morte das crianças da aldeia.⁹

Com o nome “Morena” também queremos fazer alusão ao título que Belém do Pará possui de “cidade morena”, por apresentar grande miscigenação e forte tradição cultural.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para o desenvolvimento da embalagem, foi levada em consideração a anatomia humana, para que o produto fosse de fácil manuseio e não caísse das mãos do consumidor, a praticidade no momento de servir o produto e a preocupação com o meio ambiente.

⁹ Disponível em: <http://www.sohistoria.com.br/lendasemitos/acai/>

Para a elaboração da identidade da embalagem, recolhemos informações importantes do produto e seu público, visto que:

Conceber uma identidade associada de forma única e precisa à empresa, corporação ou negócio do cliente requer o conhecimento em profundidade do seu universo. Nessa fase inicial, captar informações que possam de alguma forma contribuir para a concepção da sua identidade é crucial. (CHAMMA e PASTORELLO, 2007, pág. 87).

A partir disso, na embalagem foi feita a aplicação do logo da empresa, criado a partir de um quadro semântico, do qual também se extraiu as cores, além do próprio roxo, tom do açaí, foram utilizadas variações, mais claras, dando a identidade do produto um ar de sofisticação e higiene. A aplicação do logo foi feita de forma tornar a associação da marca ao produto fácil na mente do consumidor. Ao longo das embalagens há a presença de um elemento do logo, que é o açaí, replicado várias vezes, como nascem no cacho, o que estabelece forte identidade visual ao produto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto da Morena Açaí terá duas embalagens. A embalagem regular é a jarra feita de PET, que “é um polímero cristalino que apresenta elevada resistência mecânica, térmica e química” (CELSO e ELEIDA, 2008) sendo uma embalagem reutilizável e feita de material reciclado. A embalagem foi pensada levando em consideração o desperdício no uso de sacos plásticos em que são armazenadas e vendidas as polpas de açaí. O diferencial de vender o açaí natural em uma jarra feita de pet reciclado, é evitar o desperdício e agregar valor a marca, devido a empresa Morena Açaí se preocupa com a utilização e preservação dos bens naturais, tendo em vista a sustentabilidade e o respeito aos seus clientes. Já que, segundo Bobby J. Calder “Os consumidores experimentam uma marca ou um produto como um conceito, que é um conjunto de propriedades e associações que dão ao produto um significado específico”. (CALDER, 2006). Seguindo esse raciocínio, a marca Morena Açaí será vendida passando a ideia de higiene, segurança e preocupação ambiental, além de facilitar o transporte, evitando desperdício da polpa, como acontece quando por algum descuido, o saco plástico que normalmente é vendido o açaí, é perfurado ou cai no chão. Foi

escolhido este formato, também para que os consumidores pudessem ter a mesa, além do açaí, um recipiente com design inovador, bonito e que poderá ser utilizado posteriormente para servi-lo em qualquer ocasião. A jarra tem o logo da empresa na parte superior, o que dá uma maior visibilidade à marca e na parte inferior parte da composição dela, o caroço de açaí, replicado, o que sugere parte do cacho do fruto, que são transparentes de forma que deixem visível a polpa do açaí, dando assim consequentemente, cor aos caroços.

Outra embalagem será o refil da jarra. Um refil plástico também personalizado com a marca da empresa, e com tampa plástica para facilitar no momento de servir o produto evitando que ele vaze do recipiente. Um importante diferencial em oferecermos um refil, é o fato de este tipo de embalagem ser produzido gastando menos matéria prima, logo, o custo do produto diminui, o que atrai o consumidor e permite a redução da quantidade de lixo produzido, mais uma vez alcançando um de nossos objetivos que é a responsabilidade ambiental.

O produto contará, também, com uma embalagem promocional: uma jarra com dois litros que será comercializada durante o período inicial das promoções, para divulgação da empresa.



Figura 1: embalagens regular, promocional e refil, respectivamente.

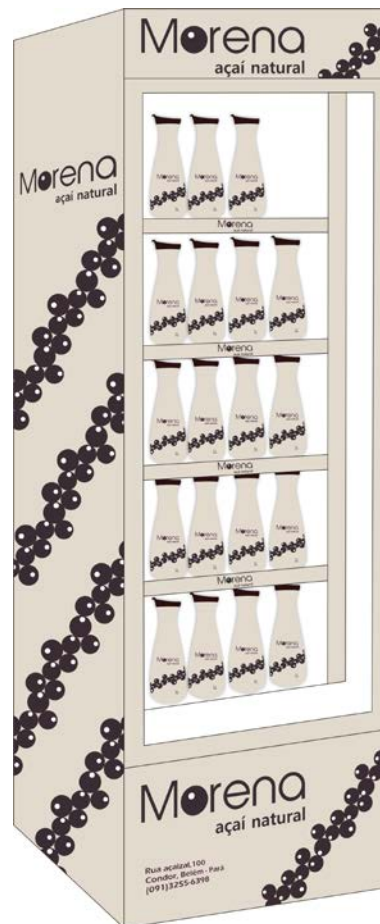


Figura 2: Freezer personalizado da marca (ponto de venda).

6 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho mostra a importância em investir de forma diferenciada em um produto que já fazem parte da tradição de um povo, levando em consideração aspectos sustentáveis, tendo em vista a preocupação mundial com o meio ambiente, principalmente em um vasto território que é a Amazônia, que abriga uma rica e vasta fonte de bens naturais e que se encontra, diversas vezes, vítima da má exploração de seus recursos.

Dessa forma, o produto Moreno Açaí, bem como suas embalagens e seu design como um todo, tem por objetivo prospectar novos clientes e despertar a consciência ambiental, tornando a preservação e a reciclagem hábitos comuns tanto no momento da compra quanto na alimentação.

Morena Açaí apresenta grandes diferenciais como além de oferecer uma embalagem feita de PET reciclado, ser também, disponível em refil, que consome menos matéria prima e torna a embalagem regular do produto reutilizável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Carlos. *Eco-design e as embalagens*. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, J. *Branding: Um manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas*. São Paulo: Global Brands, 2006.

MARTINS, J. *Grandes marcas, grandes negócios*. São Paulo: Global Brands, 2005.

PERTILE, M. *Segredos para Um Bom Logotipo - O que você precisa saber antes de contratar um designer*". 2012.

CHAMMA, N. *Marcas & Sinalização : práticas em design corporativo*. São Paulo: Editora Senac, 2007.

CALDER, B. Design de marcas. In: TYBOUT, A; CALKINS, T. *Branding: Fundamentos, estratégias e alavancagem de marcas : Implementação, modelagem e checklists : Experiências de líderes de mercados*. São Paulo: Atlas, 2006.

NEGRÃO, Celso. *Design de embalagem: do marketing à produção I*. São Paulo: Novacec Editora, 2008.

MONTEIRO, Glauce. *Especialistas recomendam técnica para prevenir contaminação do açaí*. *G1 Pará*. 2012. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2012/08/especialistas-recomendam-tecnica-para-prevenir-contaminacao-do-acai.html>>. Acesso em: 21 de Março de 2014.

Só História. *Açaí*. Disponível em: < <http://www.sohistoria.com.br/lendasemitos/acai/>>. Acesso em: 21 de Março de 2014.