

Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências e Tecnologia
Unidade Acadêmica de Design
Curso de Design

**DESIGN NA VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS REGIONAIS:
EMBALAGEM DE BAIXO CUSTO PARA ASSOCIAÇÃO DE
MANUFATURA DE GELEIAS**

Autora: Leticia Freire Negromonte
Orientadora: Profa. Dra. Thamyres Oliveira Clementino

Campina Grande, Agosto de 2022

Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências e Tecnologia
Unidade Acadêmica de Design
Curso de Design

**DESIGN NA VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS REGIONAIS:
EMBALAGEM DE BAIXO CUSTO PARA ASSOCIAÇÃO DE
MANUFATURA DE GELEIAS**

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

Autora: Leticia Freire Negromonte
Orientadora: Profa. Dra. Thamyres Oliveira Clementino

Campina Grande, Agosto de 2022

Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências e Tecnologia
Unidade Acadêmica de Design
Curso de Design

DESIGN NA VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS REGIONAIS: EMBALAGEM DE BAIXO CUSTO PARA ASSOCIAÇÃO DE MANUFATURA DE GELEIAS

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

Dra. Thamyres Oliveira Clementino | Orientadora

Dra. Carla Patrícia de Araújo Pereira

Dr. Marconi Luiz França

Campina Grande, Agosto de 2022

Dedicatória

Este trabalho é dedicado à Associação de Mulheres da Quixaba, um grupo de mulheres empreendedoras que têm atitude de determinação, coragem e inovação. E a todas as mulheres que seguem mudando os espaços sociais, rompendo barreiras e conquistando espaços.

Agradecimentos

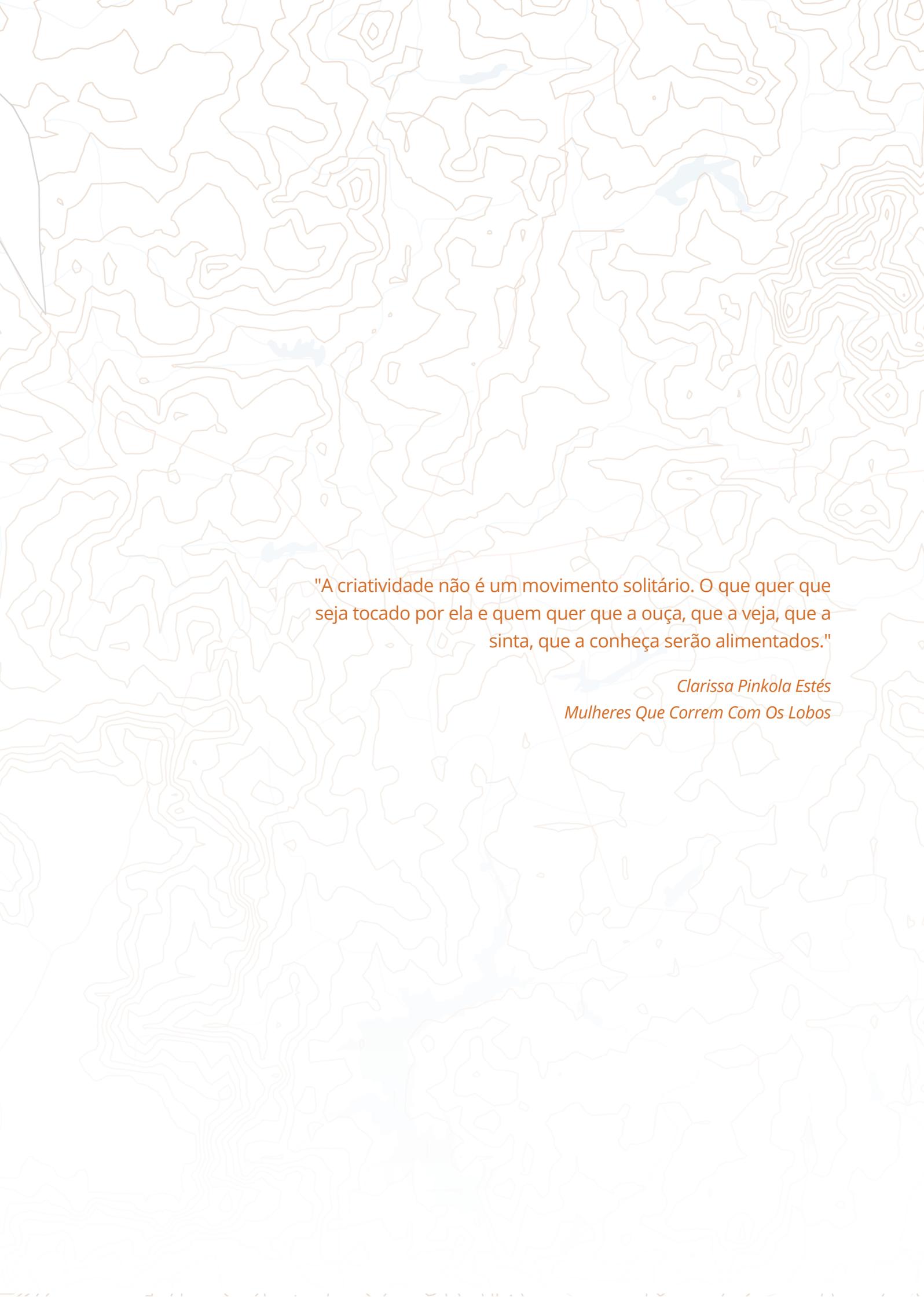
Concluir ciclos representam não só a chave para uma nova fase em nossa vida, mas também são um olhar de compaixão sob nós mesmos por todos os obstáculos superados e os ensinamentos com eles adquiridos e acima de tudo nos reconhecermos neles.

Com todo o meu profundo agradecimento, dedico esse momento especialmente a minha mãe Maria Rejane, minha melhor amiga, por toda a luta e um amor além dessa vida para moldar a mulher que hoje eu sou. Obrigada mainha, vencemos. A minha família meus primos-irmãos, vocês e mainha são tudo o que eu sou.

Acima de tudo, agradeço por ser parte tão importante disso à Thamyres Clementino, minha orientadora e mulher que admiro imensamente por sua caminhada e tamanha inteligência. Obrigada por seu apoio, por seu partilhar e concretização desse projeto. E a todos os professores da UAD, que construíram cada passo que será dado por mim enquanto profissional.

Além disso, o curso de Design me proporcionou verdadeiras amizades com momentos e pessoas marcantes para a vida inteira, Elian, Alice, Rakelly, Lucíola e Jordânia, o grupo mais heterogêneo de pessoas, mas que a personalidade de cada um complementa a do outro igual a um quebra-cabeças. Nosso café em Sr. Olavo é o nosso patrimônio. Porém, em especial quero agradecer à Lucíola e Jordânia, essas imensas mulheres que realmente fizeram a diferença na minha vida. Hoje e sempre digo para elas, obrigada por tanto.

Meu agradecimento final e com todo o meu amor, reservo ao meu esposo Hiago, meu companheiro de jornada nessa vida. Obrigada por segurar a minha mão, pela cumplicidade, por seguirmos juntos vivenciando e compartilhando cada etapa do nosso caminhar. Você, o Blue e a nossa casa, me definem em felicidade.



"A criatividade não é um movimento solitário. O que quer que seja tocado por ela e quem quer que a ouça, que a veja, que a sinta, que a conheça serão alimentados."

Clarissa Pinkola Estés
Mulheres Que Correm Com Os Lobos

Resumo

Este relatório aborda o processo de desenvolvimento de uma embalagem para uma associação formada apenas por mulheres que são produtoras de geleias artesanais na cidade de Picuí, estado da Paraíba. Levou-se em consideração como elementos referenciais para a embalagem, o modo de produção das geleias e símbolos culturais que compõem a região, como morfologia para confeccionar o produto, dentro da realidade da associação e com baixo impacto de produção. Como direcionamento na fase de elaboração formal do projeto, abordou-se a metodologia de Baxter (2011) na composição das alternativas para o projeto, a partir do conceito de analogia por semelhança, análise de referências visuais da cidade. Assim foi possível obter uma embalagem, atendendo as necessidades da associação e valorizando a região e cultura da cidade de Picuí.

Palavras-chave: Palavras-chave: design e território; produtos regionais; embalagem; produto artesanal.

Sumário

1. Considerações Iniciais	12
1.1. Introdução	12
2. Objetivos	14
2.1. Objetivo Geral	14
2.2. Objetivos Específicos	15
3. Delimitação	15
4. Finalidade do Projeto	18
5. Levantamento e Análise de Dados	19
5.1. Design para Equidade e Coesão Social	19
5.2. Valorizar Recursos e Competências Locais	20
5.2.1. Associação de Mulheres da Quixaba	20
5.2.1.1. Produto: Geleias	21
5.2.1.2. Painel Visual e Entrevista para Definição de Referências Visuais do Local	22
5.3. Design de Embalagens	23
5.3.1. Diagnóstico	06
5.3.1.1. Análise de Concorrentes	24
5.3.1.2. Análise de Similares	28
5.3.1.3. Análise Estrutural da Embalagem de Vidro	29
6. Estratégia: Requisitos e Parâmetros	31
7. Metodologia	32
8. Anteprojeto: Projetação e Detalhamento	34
8.1. Método e Geração das Soluções	34
8.1.1. Desenvolvimento de Alternativas e Conceitos por Analogia	34
8.1.2. Definição de Palavra-chave	38
8.2. Seleção Prévia Mediante Requisitos e Viabilidade	39
8.2.1. Pré-seleção a partir da Viabilidade Técnica	40
8.3. Confecção de <i>Mockups</i>	41
8.3.1. Matriz de Seleção	45
9. Detalhamento Técnico: Teste e Otimização do Projeto	46
9.1. Modelagem Digital e Refinamento	46
9.2. Projeto Gráfico	48
9.3. Desenhos Técnicos	49
10. Considerações Finais	49
10.1. Recomendações	51

11. Referências	52
12. Apêndices	54

Lista de Figuras

Figura 1: Mulheres que fazem parte da associação. Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).	13
Figura 2: Geleias e doces produzidos por elas. Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).	13
Figura 3: Esquema com questões norteadoras para o projeto. Fonte: elaborado pela autora (2022).	16
Figura 4: Quadro da persona 1 do projeto. Fonte: elaborado pela autora com base nos resultados da pesquisa (2022).	17
Figura 5: Quadro da persona 2 do projeto. Fonte: elaborado pela autora com base nos resultados da pesquisa (2022).	18
Figura 6: Tripé da Sustentabilidade no cenário da associação. Fonte: elaborado pela autora (2022).	19
Figura 7: Integrantes da Associação de Mulheres da Quixaba. Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).	20
Figura 8 a 10: Instalação da associação na zona rural de Picuí-PB. Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).	20
Figura 11 e 12: Participações em feiras de exposição. Fonte: Facebook/ Delícias da Quixaba (2021).	21
Figura 13 a 15: Produção das geleias pelas mulheres da associação. Fonte: Facebook/ Delícias da Quixaba (2022).	22
Figura 16: Painel com seleção de pontos culturais de Picuí. Fonte: elaborado pela autora com base nos resultados da pesquisa com a representante da associação (2022).	22
Figura 17: Painel análise de concorrentes - produto A. Fonte: www.instagram.com/geleiaimperial (2022).	25
Figura 18: Painel análise de concorrentes - produto B. Fonte: www.instagram.com/oxeegeleia (2022).	25

Figura 19: Painel análise de concorrentes - produto C. Fonte: www.instagram.com/mumelaria (2022).	26
Figura 20: Painel análise de concorrentes - produto D. Fonte: www.instagram.com/bocadoceprodutosartesanais (2022).	26
Figura 21: Painel análise de concorrentes - produto E. Fonte: www.instagram.com/saborcaseirocz (2022).	26
Figura 22: Sistema de análise estrutural - frasco tipo A. Fonte: www.sks-bottle.com/ (2022).	29
Figura 23: Sistema de análise estrutural - frasco tipo B. Fonte: www.arthurholmes.co.nz/ (2022).	29
Figura 24: Sistema de análise estrutural - frasco tipo C. Fonte: www.arthurholmes.co.nz/ (2022).	30
Figura 25: Diagrama da síntese de dados. Fonte: Platcheck (2012, p. 68).	34
Figura 26 a 31: Geração de alternativas.	35
Figura 32 e 33: Simulação estrutural do módulo da alternativa 4. Fonte: imagens elaboradas pela autora (2022).	35
Figura 34: Comparativo volumétrico entre os potes de vidro. Fonte: imagens elaboradas pela autora (2022).	41
Figura 35: Medidas do pote de vidro requisitado para o projeto. Fonte: imagens elaboradas pela autora (2022).	41
Figura 36: Mapa do município de Picuí-PB. Fonte: https://www.picui.pb.gov.br/portal/a-cidade/mapa	47
Figura 37: Curvas de nível da região de Picuí-PB. Fonte: elaborado pela autora (2022).	47

Lista de Quadros

Quadro 1: Fases do projeto de embalagem. Fonte: Mestriner (2007, p. 37-42) adaptado por Clementino (2020, p. 64).	24
Quadro 2: Análise paramétrica das embalagens. Fonte: elaborado pela autora (2022).	28
Quadro 3: Diretrizes para o desenvolvimento do projeto. Fonte: elaborado pela autora (2022).	31
Quadro 4: Metodologia utilizada e etapas do projeto. Fonte: elaborado pela autora (2022).	32
Quadro 5: Palavras-chave. Fonte: elaborado pela autora (2022).	38
Quadro 6: Matriz de seleção da alternativa. Fonte: elaborado pela autora (2022).	44

1. Considerações Iniciais

Este relatório apresenta a temática do projeto, abordando o contexto em que se faz inserido, bem como seus objetivos, respectivamente geral e específicos, a sua delimitação projetual e a finalidade para a escolha do tema.

1.1. Introdução

Cada vez mais, o empreendedor feminino vem evoluindo a partir do desenvolvimento de novos negócios, sendo em maioria micro e pequenas empresas. No cenário empreendedor do Brasil, o crescimento de negócios criados por mulheres corresponde a uma significativa parcela de emprego e renda, pois, além de gerar trabalho, também contribui para a inclusão social e para a complementação do orçamento familiar.

Para compreender a dimensão dessa relevância, em uma pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor 2020 (GEM)*¹, aponta que o Brasil é o sétimo país com maior número de mulheres empreendedoras no mundo, em que diante de 52 milhões de empreendedores no país, 30 milhões são mulheres. Outrossim, com relação aos microempreendedores individuais (MEI), as mulheres representam 48% do total (GEM, 2020). Isso revela que com a inserção das mulheres nos negócios, as perspectivas se tornam mais diversas, inclusivas e inovadoras, gerando não só benefícios para a economia mas principalmente para a sociedade, transformando aspectos culturais e sociais.

Diante desse contexto, considerando a crescente atuação do empreendedor feminino na geração de microempresas, especificamente as cooperativas, para o ambiente socioeconômico do estado da Paraíba, surge a importância no estudo de caso real de uma associação de mulheres produtoras rurais da região de Picuí, no Seridó paraibano - Associação de Mulheres da Quixaba (Figura 1 e 2).

A cooperativa em questão, atua na área de manufatura e distribuição de geleias e doces artesanais para a comercialização em algumas cidades do estado e até para outras regiões do Nordeste. Sendo formada exclusivamente por mulheres da região, que através de sua união, buscam manter a tradição do saber-fazer passada entre gerações na produção dessas iguarias, tendo como principal objetivo a geração de renda, sua autonomia e aumento na qualidade de vida das famílias beneficiadas.

¹ *Global Entrepreneurship Monitor (GEM Brasil 2020)* - principal pesquisa sobre empreendedorismo do mundo, realizada em parceria com o Sebrae.

Figura 1 • Mulheres que fazem parte da associação.



Figura 2 • Geleias e doces produzidos por elas.



Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).

No estado da Paraíba, cooperativas têm participação destacada na economia. Indicadores socioeconômicos² mostram que em 36 municípios onde há a presença de cooperativas, a média do IDH é 6,4% maior que a média das cidades onde não ocorre esse tipo de organização. Foi verificado também que os municípios paraibanos onde o cooperativismo está presente, o PIB per capita é 47,9% maior que o das demais localidades (SISTEMA OCB/PB, 2014).

Logo, se faz necessária a valorização da produção e consequentemente dos produtos artesanais gerados pelas produtoras e isto requer o envolvimento do design em projetar condições que contribuam para que esses produtos acessem novos comércios e obtenham como consequência o aumento de suas vendas, sem deixar de lado o valor da origem de sua produção – matéria-prima, região e tradições. Este papel se torna ainda mais importante tendo em vista a dificuldade destes produtores de romper as barreiras mercadológicas devido aos percalços enfrentados frente aos recursos financeiros necessários para elevar suas marcas (MARIANO, 2004 apud MIRANDA, 2008). Caso feito de forma eficiente e eficaz, é possível minimizar os efeitos negativos provocados pelas exigências de mercado, gerando crescimento econômico, com empregos diretos e indiretos, além de incremento social na região onde elas estão inseridas.

Sendo assim, o design aplicado ao desenvolvimento de embalagens é uma ferramenta fundamental para o sucesso de uma marca perante o grande número de opções disponíveis para o consumidor. Segundo Löbach (2001), fatores estéticos

² Dados do Sistema OCB-PB (Sindicato e Organização das Cooperativas da Paraíba).

que oferecem uma utilidade adicional tem a capacidade de influenciar o consumidor. Dentre estas utilidades estão: capacidade de estender a vida útil do produto, facilitar seu uso, e que depois de utilizada, a embalagem não ofereça riscos ao meio ambiente e/ou que tenha uma segunda utilidade.

Nesse sentido, os *5Rs* do *EcoDesign* abordados por Platcheck (2012) tornam-se variáveis de requisito fundamental para a execução do projeto, indo desde de repensar a sustentabilidade antes de conceber o produto, também possibilitar que seja viável o seu reuso ou reciclagem, seja de suas partes ou todo, reduzir o uso de matéria-prima e componentes, aproveitar partes do produto para outras funções, além de proporcionar que seja de fácil desmontagem e ou manutenção, por meio de encaixes e redução de sistemas de união. É precedente que os aspectos ambientais sejam considerados na definição da problemática projetual.

Agregado a isso, tudo aquilo que é produzido pelo design passa a ser parte da cultura material do local onde vem a ser introduzido, pois ele reúne traços comportamentais da cultura, símbolos e informações. Por essa razão, toda cultura se faz representada através de símbolos e tais produtos podem ser considerados signos culturais.

A identidade cultural é o que mantém o indivíduo pertencente a determinado local ou lugar e, ao se utilizar de referências culturais em seus projetos, o designer desperta emoção e sentimentos nos consumidores, aproximando-os do objeto em questão. (PICHLER; MELLO, 2012, p. 1).

É possível perceber então, que o design está diretamente correlacionado a valorização da cultura local e seu intercâmbio econômico, podendo fornecer diferenciais competitivos e favorecer atributos simbólicos ao produto, resgatando fatores da cultura tradicional e incorporando a contemporaneidade.

Dessa forma, identifica-se a oportunidade de projetar uma embalagem secundária para a comercialização das geleias da Associação de Mulheres da Quixaba em Picuí, visando abranger características da produção de suas iguarias e reafirmar a identidade da região através do design de produto.

2. Objetivos

2.1. Objetivo Geral

Projetar uma embalagem secundária com referências visuais de elementos culturais da cidade de Picuí, considerando a valorização regional da produção local e artesanal das geleias feitas pelas mulheres da associação.

2.2. Objetivos Específicos

- Entender o processo artesanal utilizado pela associação na produção das geleias;
- Utilizar elementos culturais da região de Picuí como referência visual;
- Analisar os princípios do design de embalagens e a importância da sustentabilidade;
- Adotar metodologia visual para conformação da embalagem a partir de soluções formais;
- Desenvolver embalagem para geleias artesanais, com destino à venda em feiras artesanais e de turismo.

3. Delimitação

Inicialmente, em uma primeira conversa com a representante da associação - Ednalva Dantas, constatou-se que elas têm a necessidade de ampliar as vendas para novos públicos. Partindo dessa demanda, infere-se utilizar o design como ferramenta de explorar e materializar o valor dos atributos de seu legado imaterial (com o conhecimento passado de geração para geração na maneira de preparo), da razão (mulheres da zona rural que buscam empreender) e local (introduzindo a cultura) de fabricação das geleias.

Então, objetivando identificar os usuários que costumam frequentar feiras regionais e/ou culturais, foram realizadas entrevistas orientadas por um questionário³ contendo questões abertas e fechadas. Para a aplicação do questionário, optou-se por dois locais - Vila do Artesão, local com grande circulação de turistas, destinado à valorização da cultura nordestina e Feira Dia Verde, onde os expositores são pequenos empreendedores locais - ambos ocorrem na cidade de Campina Grande - PB. Foram coletadas 35 respostas.

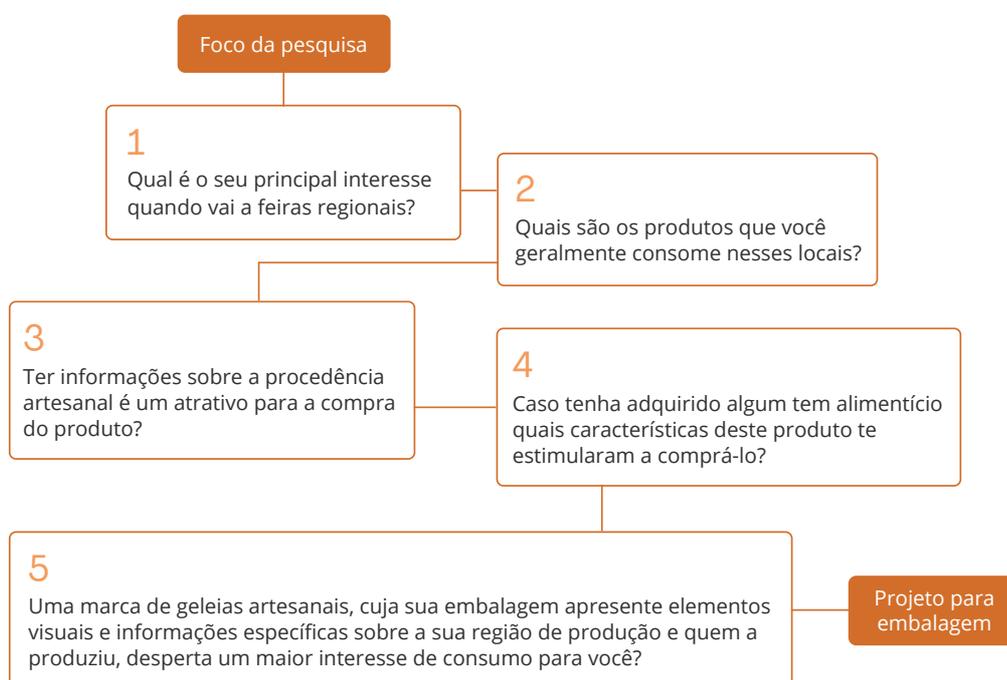
Assim, foi possível constatar traços de personalidade e hábitos em comum no perfil do público que frequenta estes espaços, estando entre os comportamentos comuns o interesse em conhecer e consumir produtos que são de origem local, seja na sua própria cidade ou durante viagens. Assim, foi possível constatar traços de personalidade e hábitos em comum no perfil do público que frequenta estes espaços, estando entre os comportamentos comuns, o interesse

³ Vide apêndice (A).

em conhecer e consumir produtos que são de origem local, seja na sua própria cidade ou durante viagens. Assim, foi possível constatar traços de personalidade e hábitos em comum no perfil do público que frequenta estes espaços, estando entre os comportamentos comuns o interesse em conhecer e consumir produtos que são de origem local, seja na sua própria cidade ou durante viagens.

O esquema elaborado a seguir, resume o questionário aplicado nas entrevistas com as questões principais que forneceram dados cruciais para nortear o desenvolvimento do projeto:

Figura 3 • Esquema com questões norteadoras para o projeto.



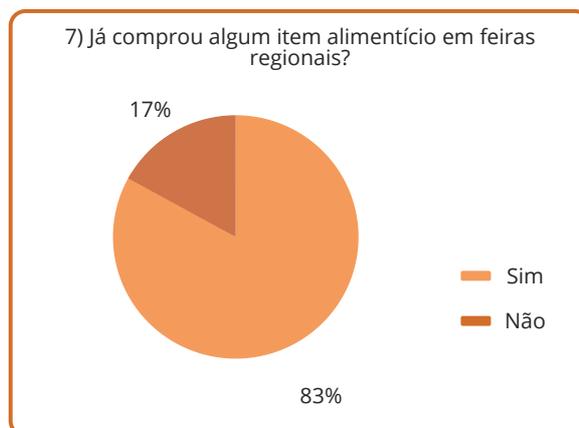
Fonte: elaborado pela autora (2022).

O principal ponto no interesse dos entrevistados é o intercâmbio cultural que os produtos provenientes dessas feiras promovem, pois, permitem conhecer a produção local, que tipo de produtos são desenvolvidos e as características que estão presentes nos materiais e técnicas adotadas para fabricar estes produtos, além de poder partilhar a história de quem produz e permeiar os costumes daquela região.

De acordo com as respostas obtidas com a pesquisa realizada foi possível refletir e entender as mentalidades, motivações e comportamentos do público-alvo dessas feiras regionais/culturais. E caracterizar a respeito disso, processos culturais que permeiam a passagem do tempo e que seus reflexos permanecem no contexto social e cultural dos lugares.

Conforme a isso, constatou-se que itens alimentícios detêm o destaque em produtos adquiridos nestes espaços pelos entrevistados (83%), como aponta o gráfico da pesquisa (Gráfico 1), isso se justifica pelo fato de que a produção desses alimentos identitários interpretam o valor cultural, social e econômico que estão associados a eles (MENEZES, 2013).

Gráfico 1 • Compra de itens alimentícios em feiras regionais.



Fonte: pesquisa realizada pela autora com 35 entrevistados (2022).

Então, com base na literatura de Pazmino (2015), construiu-se duas personas que corroboram para desenvolver o processo de design e as decisões tomadas para este projeto. A razão de serem duas personas, condiz com o fator de que o interesse de consumo desses produtos não são demandados apenas pela população local, mas também por turistas e migrantes que visitam o território e adquirem esses insumos não só para consumo próprio, mas para presentear parentes e amigos.

Figura 4 • Quadro da persona 1 do projeto.



Sobre

Mônica é formada em arquitetura, especialista em restauração de patrimônios de interesse histórico-cultural. Seu trabalho permite que viaje e conheça diversas cidades do Nordeste, isso permite que ela conheça novas culturas e tradições de cada local que visita.





31 anos Mora sozinha Arquiteta

Natural de Picuí - Paraíba
Mora em Campina Grande - Paraíba

"Quando alimentamos nosso corpo, alimentamos a nossa alma também!"

Gostos e Preferências

Ela tem uma rotina corrida, mas gosta de se cuidar e fazer bem ao planeta. É engajada em causas sociais e tenta ao máximo reduzir sua produção de lixo. Adora encontrar com seus amigos no fim de semana e fazer programas ao ar livre. Ama ir à uma feira regional para descobrir novos quitutes, adquirir alimentos mais regionais, além de serem produtos mais saudáveis, e porque remete a lembrança de sua cidade natal. Comprar desses pequenos produtores, gera uma relação mais próxima com quem vende e partilha histórias e saberes.

Desejos

Mônica tem o interesse em consumir alimentos mais naturais, sem uma produção industrializada. Não somente isso, mas ela acredita que no consumo do pequeno empreendedor local ela ajuda a fortalecer a produção de produtos de maior qualidade. Bem como, poder conhecer um pouco da história e cultura de uma região através desses produtos, a partir de características visuais e materiais daquele lugar.

Fonte: elaborado pela autora com base nos resultados da pesquisa (2022).

Figura 5 • Quadro da persona 2 do projeto.



Sobre

Camila é fotógrafa profissional. Ela viaja bastante realizando fotografias com a temática brasileira, retratando as características culturais e étnicas do Brasil.

Gostos e Preferências

Ela é uma pessoa atraída por turismo, culturas populares, tradições, gastronomia alternativa e artesanato brasileiro. Em suas viagens, sempre está em busca de lugares com uma arquitetura histórica, que ela possa fotografar e agregar ao seu portfólio. Além disso, Camila se interessa bastante pela culinária local dos lugares que ela visita, para que ela possa desfrutar um pouco da história daquela região. É uma pessoa afetiva e gosta de trazer algum souvenir tradicional dos lugares que visita, para presentear sua irmã e seus amigos próximos, como uma forma de partilhar sua viagem com eles.

Desejos

A cada viagem poder conhecer uma nova cultura e vivenciar o que aquele lugar tem a oferecer, servindo de inspiração para desenvolver seu estilo de fotografia. Além disso, poder levar com ela um produto que conte a história do produto a partir de características visuais e materiais daquele local.

Camila Menezes


 29 anos


 Mora com a irmã


 Fotógrafa

Mora em Recife - Pernambuco

"Adoro descobrir as texturas, cores e sabores que o Brasil possui através da minha lente."

Fonte: elaborado pela autora com base nos resultados da pesquisa (2022).

Por esse motivo, com os pontos extraídos e caracterizados a partir da pesquisa e entrevista com usuários, percebeu-se que os alimentos representam um simbolismo na construção de identidades coletivas e individuais, remetendo a sensação de pertencimento a uma família, região ou país.

Atrelado a isso, a embalagem do alimento além de ser responsável por proteger e conservar o produto, é uma forma de comunicação e expressão no reflexo da cultura. Fato este, que corresponde ao estreitamento da relação entre os produtores e os consumidores a partir desses produtos, e isso se dá exatamente por levar em consideração o compreender da qualidade e principalmente o significado que se está vinculado. Logo, esta identificação leva à razão que delimita e conduz o projeto quanto a valorização do território e cultura, a partir da embalagem desses produtos regionais.

4. Finalidade do Projeto

Promover a associação de mulheres mediante desenvolvimento de uma embalagem secundária que disponha de diferentes geleias artesanais e represente a identidade local de sua produção.

5. Levantamento e Análise de Dados

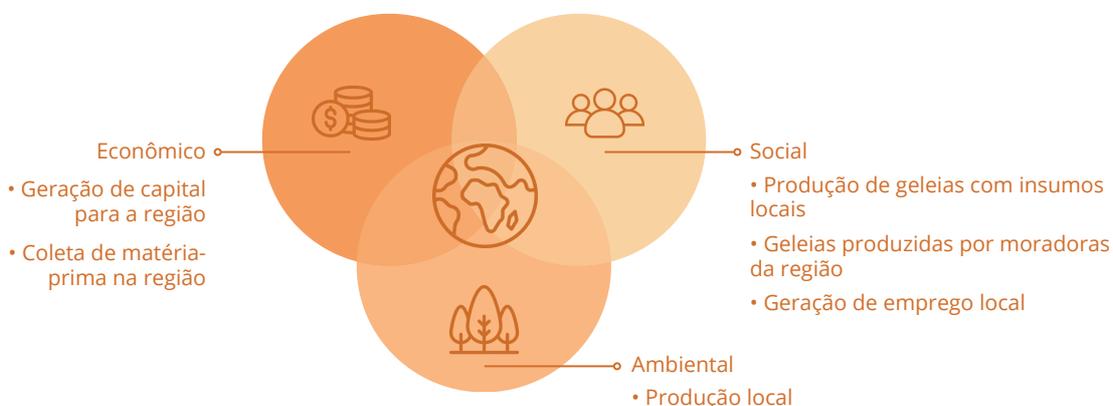
5.1. Design para Equidade e Coesão Social

Apesar das inúmeras demandas de mercado, o design é capaz de instrumentar a maneira como a sociedade atribui valor, decifra a necessidade e converge bem-estar. Isso torna-se possível a partir do diálogo social a respeito do que fazer e como fazer, agindo como um mediador entre artefatos e pessoas. (MANZINI, 2017). Os designers, são profissionais cuja suas competências devem ir além do aprendizado técnico-disciplinar adquirido.

Sendo assim, o design pode promover um consumo mais responsável, de maneira que amplie a transparência e exercício da sustentabilidade social, partindo de informações e/ou experiências que permitam induzir o usuário a rever seu comportamento sob a consciência ambiental. Esta percepção se aplica ao modelo do tripé da sustentabilidade,⁴ que baseia os princípios de uma organização na condição de aspectos ambientais, sociais e econômicos.

A logística do produto pode ser justificada partindo dos fragmentos presentes na realidade da associação de produtoras, no que tange a sustentabilidade ambiental, as geleias compõem este perfil pelo fato da produção ser local, bem como todas as etapas da produção não geram altos impactos ao meio ambiente. Ao fator da sustentabilidade social, a fabricação das geleias com insumos locais, através das moradoras da região, gera emprego e reduz a incidência do êxodo rural local. E quanto a sustentabilidade econômica, leva a movimentação da economia da região, gerando renda e inclusão social, mediante ao ciclo da coleta de matéria-prima local, produção das geleias e a distribuição para venda do produto.

Figura 6 • Tripé da Sustentabilidade no cenário da associação.



Fonte: elaborado pela autora (2022).

⁴ Tripé da Sustentabilidade (ou *Triple Bottom Line*, em inglês) - conceito criado pelo sociólogo John Elkington para caracterizar os resultados de uma organização considerando três pilares: social, ambiental e econômico.

5. Levantamento e Análise de Dados

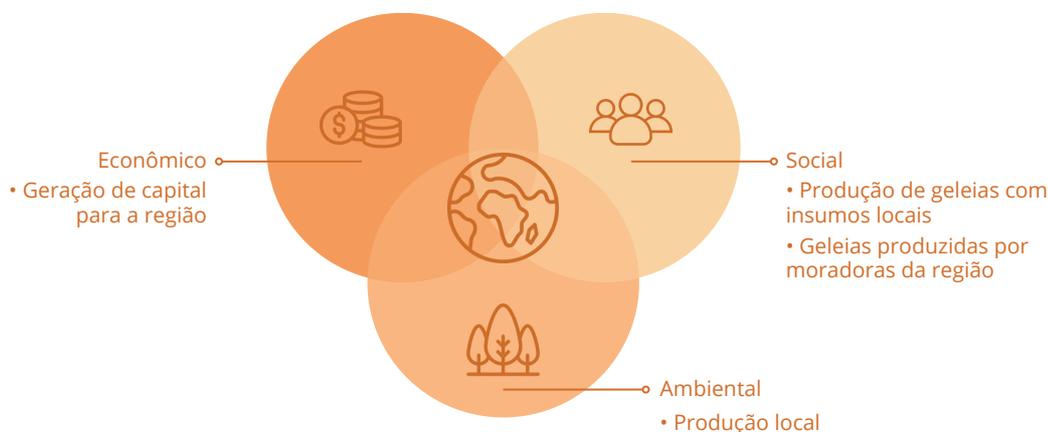
5.1. Design para Equidade e Coesão Social

Apesar das inúmeras demandas de mercado, o design é capaz de instrumentar a maneira como a sociedade atribui valor, decifra a necessidade e converge bem-estar. Isso torna-se possível a partir do diálogo social a respeito do que fazer e como fazer, agindo como um mediador entre artefatos e pessoas. (MANZINI, 2017). Os designers, são profissionais cuja suas competências devem ir além do aprendizado técnico-disciplinar adquirido.

Sendo assim, o design pode promover um consumo mais responsável, de maneira que amplie a transparência e exercício da sustentabilidade social, partindo de informações e/ou experiências que permitam induzir o usuário a rever seu comportamento sob a consciência ambiental. Esta percepção se aplica ao modelo do tripé da sustentabilidade,⁴ que baseia os princípios de uma organização na condição de aspectos ambientais, sociais e econômicos.

Esses três pilares se incorporam à realidade da associação de produtoras, no que tange a sustentabilidade ambiental as geleias compõem este perfil devido a sua produção ser local. Quanto a sustentabilidade social, a partir da produção de geleias com insumos locais e através das moradoras da região e por fim, a respeito da sustentabilidade econômica gerando capital aos habitantes da região, mediante a produção que conduz uma cadeia de coleta de matéria-prima local, produção e venda.

Figura 6 • Tripé da Sustentabilidade no cenário da associação.



Fonte: elaborado pela autora (2022).

⁴ Tripé da Sustentabilidade (ou *Triple Bottom Line*, em inglês) - conceito criado pelo sociólogo John Elkington para caracterizar os resultados de uma organização considerando três pilares: social, ambiental e econômico.

5.2. Valorizar Recursos e Competências Locais

5.2.1. Associação de Mulheres da Quixaba

A Associação de Mulheres da Quixaba (Figura 7) surgiu no ano de 2013 e situa-se na zona rural de Picuí, município localizado na região do Seridó, no estado da Paraíba (Figura 8 a 10). Teve sua origem a partir da união de um grupo de mulheres empreendedoras rurais, que tiveram a iniciativa de gerar renda através do saber detido por elas e passado entre gerações no fazer de geleias, doces e bolos de forma totalmente artesanal, com a utilização de insumos e recursos provenientes da agricultura familiar, priorizando a fabricação de seus produtos por meio da fruticultura típica da caatinga. Estes fatores são destacados e transmitidos por elas em seus produtos, que buscam trazer a identidade e cultura regional.

A cultura está diretamente ligada à noção de identidade, já que, através de símbolos e representações, identifica, singulariza e congrega o que é interno e único, do que é externo. (PICHLER; MELLO, 2012, p. 2).

Figura 7 • Integrantes da Associação de Mulheres da Quixaba.



Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).

Figura 8 a 10 • Instalação da associação na zona rural de Picuí-PB.



Fonte: imagens concedidas pela associação (2022).

Os produtos com a marca Delícias da Quixaba, produzidos e comercializados por elas, são vendidos em feiras regionais, centros turísticos e mercados (Figura 11 e 12).

Figura 11 e 12 • Participações em feiras de exposição.



Fonte: Facebook/ Delícias da Quixaba (2021).

5.2.1.1. Produto: Geleias

As geleias fabricadas por elas se destacam por priorizar o uso de produtos orgânicos, sem interferências de processamento industrial ou aditivos químicos, possuem baixo teor de açúcar, realçando a textura, sabor e dulçor natural das frutas (Figuras 13 a 15).

Essa atividade, favorece a produção de maneira regional e com o olhar do pequeno agricultor, agregando qualidade e diferencial e tornando o processo mais em conta. Além disso, faz com que a agroindústria contribua para amenizar a questão do êxodo rural, gerando empregos diretos e indiretos no campo, contribuindo para a inclusão social e a complementação do orçamento familiar. Desse modo, feiras, restaurantes, lanchonetes, cafeterias e supermercados são opções para a comercialização das geleias manufaturadas.

Atualmente, suas geleias são acondicionadas em potes de vidro de 250 g a 350 g, sua produção é distribuída para Picuí e regiões circunvizinhas, para as cidades de Campina Grande - em pontos como Senai, Vila do Artesão, Sítio São João, em João Pessoa e no estado da Bahia. Recentemente adquiriram o Selo Nacional da Agricultura Familiar,⁵ o que possibilita que elas possam engajar a comercialização das geleias para todo o território nacional.

⁵ Selo Nacional da Agricultura Familiar - identifica a origem e fornece as características dos produtos da agricultura familiar, tendo por finalidade o fortalecimento das identidades social e produtiva.

Figura 13 a 15 • Produção das geleias pelas mulheres da associação.

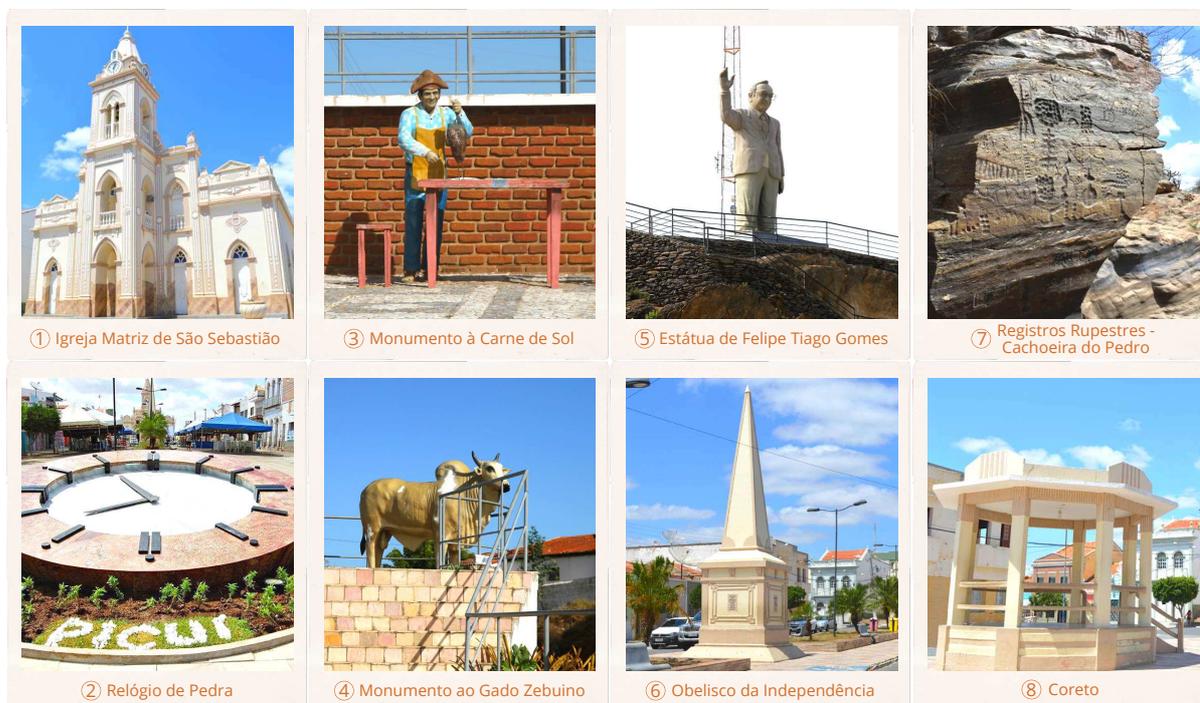


Fonte: Facebook/ Delícias da Quixaba (2022).

5.2.1.2. Painel Visual e Entrevista para Definição de Referências Visuais do Local

A partir de entrevistas com pessoas da região, apoiando-se em um inventário turístico⁶ sobre Picuí e também buscas na *eb*, reuniu-se em um painel visual pontos que apresentam características importantes e que se destacam diante das suas potencialidades culturais para a cidade.

Figura 16 • Painel com seleção de pontos culturais de Picuí.



Fonte: elaborado pela autora com base nos resultados da pesquisa com a representante da associação (2022).

⁶ Caminhos da caatinga: inventário turístico de Picuí, Paraíba, 2021.

Exibiu-se o painel referido à representante da cooperativa a partir de uma entrevista, para que através da percepção visual e emocional, ela pudesse selecionar quais elementos da cidade ela reconhece como referência principal e que gostaria de ter representada em sua embalagem como uma identificação regional da cidade de Picuí.

Desta maneira, aproximou-se de seu ponto de vista e dos elementos aos quais constroem a narrativa que caracteriza a associação e a região onde ela está inserida. Em sua fala, destacou-se principalmente a valorização do empreender feminino com a união de mulheres que vêm do espaço rural e que têm sua base de negócio no resgate do saber-fazer mantendo a simbologia dessa identidade do modo de produzir os produtos em parte rusticamente, com recursos locais e ensinamentos conduzidos entre gerações.

E portanto, mesmo as geleias produzidas por elas terem alcançado a comercialização em mercado, seus produtos permanecem com a sua essência e seguem com seu modo de fabricação baseados na tradição e no saber-fazer. Assim como, corroborando com esta análise, há outro ponto presente no painel com potencial contribuição visual para este projeto que trata-se dos registros de caráter rupestre presentes na Cachoeira do Pedro.

Como um todo, diante da análise Ednalva trata o sentimento de pertencimento a região e em todos os pontos presentes no painel, afirmando que a conexão de todos eles é que caracterizam o seu produto e a intensão colocada ao produzir seu produto e comercializá-lo para além dos limites de sua região.

5.3. Design de Embalagens

A embalagem é o primeiro contato entre o usuário e o produto. Ou seja, além de suas funções triviais de conservar, e facilitar o estoque e a distribuição, também é o principal recurso comunicativo entre o consumidor e o produto. (PEREIRA, 2006). Para o consumidor, ela representa um benefício tangível, com informações sobre o produto adquirido.

De acordo com Mestriner (2002), expor o consumidor a uma embalagem confeccionada em inovação no uso de recursos materiais, rotulagem, bem como transcender em recursos visuais e com a linguagem da categoria em que o produto compete, confere diferencial. E em tratando-se de funcionalidade, apresentar uma nova morfologia também confere potencial de valorização do produto, permitindo novas abordagens, como a possibilidade de oferecer porções

em menores quantidades do produto, isso também se converte em valorização.

5.3.1. Diagnóstico

Após a coleta e análise de dados abordados, chegou-se a definição de que: a associação demanda por uma embalagem secundária para a comercialização das geleias em que se diferencie de embalagens genéricas tradicionais, de modo que contemple a sua base artesanal, sua origem na agricultura familiar e que traduza suas peculiaridades regionais e culturais. Isto posto, a partir do público de feiras, este projeto propôs-se além de se adaptar a realidade e necessidades da associação, mas também em seguir estratégias para minimizar o impacto ambiental quanto a sua produção.

Então, a estratégia visa reduzir a quantidade de geleias, para diversificar os sabores, favorecendo a compra do produto para presente e para conhecimento acerca dos produtos ofertados pela associação.

Dando sequência à ótica de Mestriner (2007) e pautando-se as diretrizes na literatura para a tomada de decisões, no desenvolver deste projeto de uma embalagem secundária para as geleias. Tomou-se como orientação um roteiro preciso, idealizado pelo autor para procedimento em um projeto de embalagens, como elaborado no Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 • Fases do projeto de embalagem.

Roteiro Básico para Projeto de Embalagem		
Nº	Fases	Descrição
1	Briefing	• Mapeamento de todas as informações relativas ao projeto.
2	Estudo de Campo	• Estudo do ponto-de-venda onde o produto será comercializado.
3	Estratégia de Design	• Com as informações coletadas cria-se o plano de trabalho.
4	Desenho	• Trabalhar formas, cores, tipografia, ilustrações e imagens conhecendo a linguagem visual e a comunicação de ideias demandadas pelo projeto, apresentando o conceito.
5	Implantação do Projeto	• Tudo o que foi proposto é materializado.

Fonte: Mestriner (2007, p. 37-42) adaptado por Clementino (2020, p. 64).

5.3.1.1. Análise de Concorrentes

A partir do conceito abordado por Pazmino (2015), realizou-se uma análise de concorrentes no nicho de geleias do tipo artesanais com a finalidade de observar informações em produtos já existentes no mercado. Correlacionando

vantagens e desvantagens que os mesmos apresentam, para que se possa elucidá-los no desenvolvimento do projeto. Desse modo, selecionou-se cinco marcas de geleias artesanais comercializadas no Brasil em diferentes estados.

A seguir encontram-se os painéis das cinco geleias subdivididos quanto a marca, aspectos gerais, formas de comercialização, preços e análises positivas e consideradas negativas diante do tipo de produto-serviço oferecido:

Figura 17 • Painel análise de concorrentes - produto A.

Produto A • Geleia Imperial
Petrópolis - RJ



Devolva seu pote vazio e ganhe R\$ 1 de desconto na próxima compra (vale para o pote grande ou mini)

Aspectos Gerais

Geleia artesanal com produção caseira, produtos 100% naturais e com açúcar orgânico. Oferece 2 tamanhos de produtos: convencional de 200 g/ kit e degustação de 40 g.

- Kit Duo: 2 geleias de 200 g/u + mini colher de pau - R\$ 45*
- Kit Mini: 3 mini geleias de 40 g/u - R\$ 25*

Pontos Positivos

- Oferece 2 opções de kits;
- Possui correspondência de grafismo da marca na embalagem do kit mini;
- Estímulo de consumo com o uso da colher no kit duo;
- Incentivo sustentável com o pote retornável por desconto.

Pontos Negativos

- Apenas um kit oferece a colher para consumo;
- As embalagens secundárias não informam os sabores das geleias;
- O kit duo não fornece nenhuma informação gráfica em sua embalagem.

Fonte: www.instagram.com/geleiaimperial (2022).

Figura 18 • Painel análise de concorrentes - produto B.

Produto B • Oxe, É Geleia
São Paulo - SP



Aspectos Gerais

Produtos totalmente artesanais. Seu rótulo e embalagem apresentam grafismos regionais ao nordeste, também se faz do uso de cores e texturas para induzir, além do próprio nome da marca.

- Kit Mini Jam: 1 mini geleia de 45 g + 3 biscoitos amanteigados
- Kit Terna: 2 mini geleias de 45 g + 3 biscoitos amanteigados
- Valores dos produtos não informados

Pontos Positivos

- Oferece 2 opções de kits além do tamanho convencional de 200 g;
- Possui identidade evidente a partir da união de artefatos;
- Oferece ao cliente versão individual de degustação;
- Os kits vêm com uma base para degustar a geleia.

Pontos Negativos

- Não informa ou promove nenhuma ação de reutilização de potes e/ou insumos da produção;
- Os kits degustação não possuem a adição de colher.

Fonte: www.instagram.com/oxegeleia (2022).

* valores correspondentes até o momento da pesquisa.

Figura 19 • Painel análise de concorrentes - produto C.

Produto C • Geleia Mumê
Teresina - PI



**criação
retomo**
A CADA
arrasta pro lado

A cada potinho de 40g que você devolve, você ganha 5% de desconto na compra de um Kit Degustação ou 1 pote de 240g

1 pote - 5%
2 potes - 10%
3 potes - 15%
4 potes - 20%
por aí vai...

Tem vários potinhos parados aí?
Manda pra cá e garante tua mumê novinha

Aspectos Gerais

Geleia artesanal natural e sem o uso de conservantes. Oferece 2 tamanhos de potes de geleia e também kit degustação.

- Embalagem com 240 g - a partir de R\$ 20*
- Embalagem com 40 g - a partir de R\$ 9*
- Kit Degustação com 4 geleias de 40 g/u - R\$ 37*

Pontos Positivos

- Oferece a opção do kit com a escolha dos sabores das geleias pelo cliente;
- A marca em suas redes estimula seus consumidores ao consumo sustentável;
- A embalagem do kit degustação é feita com material 100% reciclável;
- Incentivo sustentável com o pote retornável por desconto.

Pontos Negativos

- Não oferta a adição de colher no seu kit degustação.

Fonte: www.instagram.com/mumelaria (2022).

Figura 20 • Painel análise de concorrentes - produto D.

Produto D • Boca Doce Geleias
Barueri - SP



Aspectos Gerais

Geleia artesanal natural, sem o uso de conservantes e uso reduzido de açúcar. Oferece 3 tamanhos de potes de geleia e também kit degustação.

- Embalagem com 400 g/ 250 g/ 40 g
- Kit Trio de Amor com 3 geleias de 40 g/u
- Valores dos produtos não informados

Pontos Positivos

- Oferece 3 opções de tamanho de potes de geleia;
- Embalagem unitária de 40 g e kit Trio de Amor, vêm com colher para degustação.

Pontos Negativos

- A embalagem não possui rótulo com informação de sabor/ data de validade/ informação nutricional sobre o produto;
- Em suas redes sociais não há informações sobre a reutilização de embalagens e/ou práticas sustentáveis de fabricação de seus produtos;
- Uso de sacola plástica para embalar os kits.

Fonte: www.instagram.com/bocadoceprodutosartesanais (2022).

Figura 21 • Painel análise de concorrentes - produto E.

Produto E • Sabor Caseiro
São Paulo - SP



Aspectos Gerais

Marca de geleias e antepastos artesanais.

- Possui apenas um tamanho de embalagem de 220 g - a partir de R\$ 25*

Pontos Positivos

- Os potes de geleias e antepastos vêm com colher para degustação do consumidor;
- Suas redes sociais trazem dados sobre sustentabilidade e estimulam a outras formas de reutilização das embalagens vazias após o consumo do produto.

Pontos Negativos

- Não oferta a opção de um kit com embalagem reduzida em gramas de seus principais sabores;
- A embalagem não possui elementos que fixam a identidade do produto.

Fonte: www.instagram.com/saborcaseirocz (2022).

* valores correspondentes até o momento da pesquisa.

Concluiu-se com esta análise de concorrentes, a ocorrência de padrões quando observada as embalagens dos kits de degustação, correspondendo a possibilidade de oferecer ao consumidor conhecer o produto, presentear e também servir ao turismo. Este padrão condiz com o tamanho dos potes de vidro dos kits, sendo estes entre 40 g e 45 g, constatou-se este ser um tamanho ideal para armazenar o produto, bem como acomodar esteticamente e de forma dimensional em uma embalagem secundária até 3 potes como este.

Um outro ponto que identificou-se positivamente, são as embalagens que em seus kits acompanham uma espécie de colher rústica composta em material sustentável, não sendo descartável após seu uso podendo ser reutilizada. A introdução dessas pequenas colheres nas embalagens servem além disso, como uma maneira de aproximação com o consumidor, seu simbolismo traz não somente a ideia de consumir, como também assegurar a qualidade do produto.

Esses alimentos artesanais são preparados a partir do saber-fazer, a qualidade desses produtos transcende implicitamente a partir dos aspectos que compõem a sua embalagem, sabores e tradições de sua região de produção, gerando no consumidor uma identificação com produto. Além disso, algumas marcas propõem em sua embalagem o reaproveitamento delas para outros fins, tratando da importância da redução do impacto gerada pelo seu descarte.

5.3.1.2. Análise de Similares

Após estes levantamentos, para integrar conceitos ao projeto da embalagem, reuniu-se através do método de análise paramétrica (PAZMINO, 2015) outras embalagens existentes, verificando atributos como materiais utilizados, reciclabilidade, funcionalidade, classificação, forma e conceitos representados pelos seus aspectos. Em suma, obteve-se a construção do Quadro 2 com seus respectivos resultados.

Quadro 2 • Análise paramétrica das embalagens.

Embalagem					
Produtos embalados	Frutas avulsas	Pão e alimentos perecíveis	Frutas delicadas	Biscoitos finos	Ovos
Mono ou Multimaterial	Papel kraft	Papel kraft	Papel kraft	Papel parafinado	Papelão
Outros materiais aplicados	Linha da costura do papel unindo as partes	-	-	Cola para estruturar as partes	-
Reciclabilidade	100% reciclável e de fácil degradação	100% reciclável e de fácil degradação	100% reciclável e de fácil degradação	Não reciclável	Reciclável
Funcionalidade	Oferecer praticidade no transporte de frutas maiores apenas em uma mão	Acondicionar, mantém a temperatura e usa-se a própria embalagem para comer o pão	Acondicionar as uvas e facilitar o seu transporte por ser uma fruta delicada	Acondicionar biscoitos	Acondicionar e proteger ovos
Forma	Dúctil em sua forma quadrada e oblonga quando aberta	Semicircular	Piramidal	Hexagonal	Triangular equilátera
Conceitos representados	Dinamismo e Organicidade	Proteção, Dinamismo e Rústico	Despojo, Proteção e Natural	Despojo, Envolvimento, Dinamismo e Sofisticação	Proteção, Rústico e Simplicidade

Fonte: elaborado pela autora (2022).

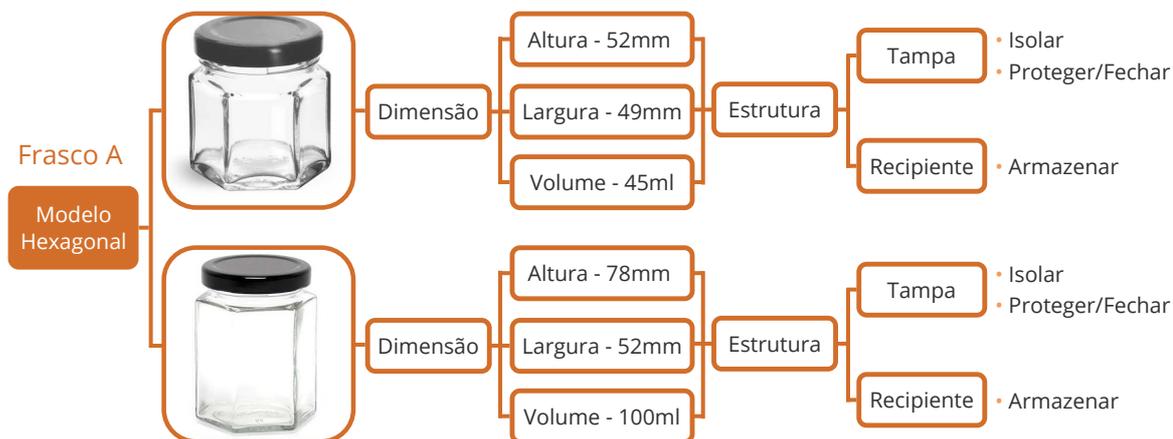
Com a análise das embalagens, observa-se enquanto morfologicamente, como a forma delas está acomodando com precisão os produtos, tornando-se mais adequadas ao transporte, além de a estrutura delas propiciar um acondicionamento que possibilite que se empilhem em módulos perfeitos, podendo serem sobrepostas, porém, seguem mantendo espaço para a ventilação do produto. Quanto ao material que as constitui, com exceção da quarta embalagem - biscoitos finos, as outras três embalagens selecionadas são confeccionadas em material reciclável.

5.3.1.3. Análise Estrutural da Embalagem de Vidro

Dando sequência à literatura de Pazmino (2015) conferiu-se uma análise quanto a estrutura dos frascos de vidro que acondicionarão as geleias considerando seu volume e forma.

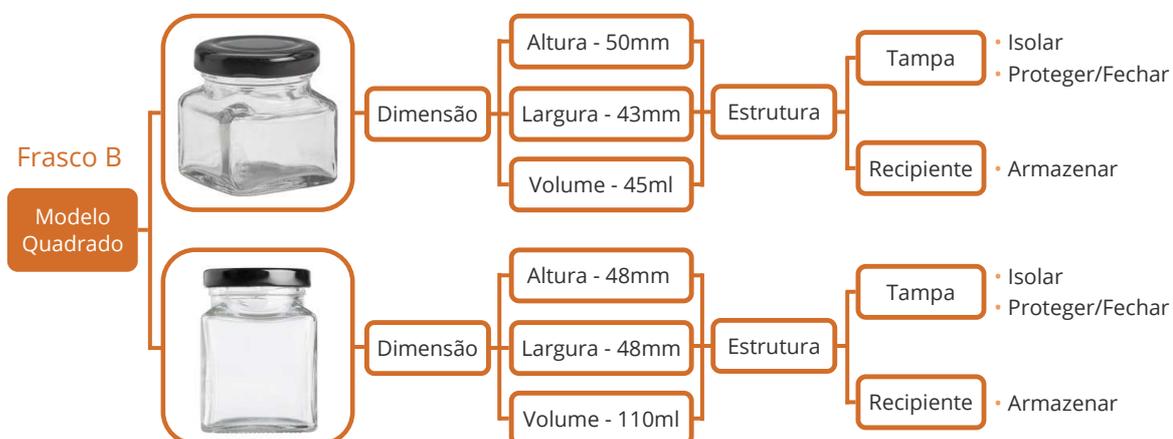
Partindo da entrevista com a coordenadora da associação, buscou-se previamente um limite quanto as gramas dos frascos de vidro das geleias que seriam viáveis financeiramente para a confecção da embalagem do projeto. Delimitou-se a viabilidade para a execução do projeto com frascos de até 150 g, a partir desta informação elaborou-se um comparativo para 3 modelos de frascos e a percepção volumétrica entre eles de 45 g a 150 g.

Figura 22 • Sistema de análise estrutural - frasco tipo A.



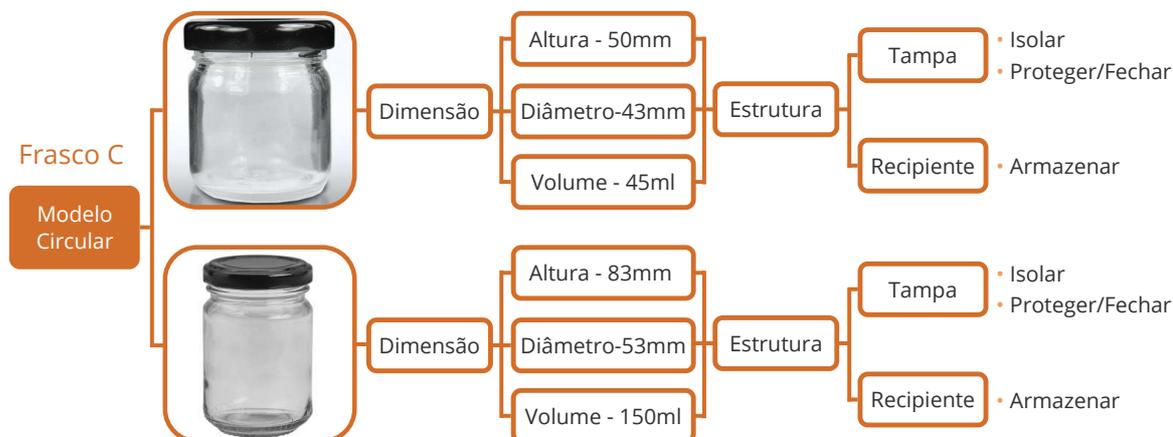
Fonte: www.sks-bottle.com/ (2022).

Figura 23 • Sistema de análise estrutural - frasco tipo B.



Fonte: www.arthurholmes.co.nz/ (2022).

Figura 24 • Sistema de análise estrutural - frasco tipo C.



Fonte: www.arthurholmes.co.nz/ (2022).

Com a comparação entre os modelos e tamanhos selecionados, tornou-se possível identificar o dimensionamento que cada frasco performa.

Sendo assim, ao analisar as suas partes constatou-se que o frasco circular confere a melhor relação de custo-benefício, também considerando os frascos de vidro que a associação já comercializa nos modelos maiores, possuem o mesmo modelo circular. Isso impede um possível conflito estético com o outro produto que já possui sua identidade de mercado, caso se escolhesse um outro modelo de frasco para o projeto da embalagem, bem como priorizando as questões relativas das análises e a realidade de investimento da associação.

6. Estratégia: Requisitos e Parâmetros

Com os levantamentos de informações e análises realizadas, reuniu-se dados suficientes para estabelecer as diretrizes que foram relevantes para o desenvolvimento do projeto da embalagem de valorização do produto regional, partindo da definição de requisitos e parâmetros.

Quadro 3 • Diretrizes para o desenvolvimento do projeto.

	REQUISITOS	PARÂMETROS
Conceitual	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver embalagem secundária para exposição das geleias em feiras colaborativas com foco no público desses eventos e abranger novos nichos de mercado; 	<ul style="list-style-type: none"> Confeccionar embalagem para 4 potes de vidro com capacidade de 100 ml/und. nos sabores de maior venda: geleia de abacaxi com pimenta, geleia de umbu, geleia de caju e geleia de goiaba;
	<ul style="list-style-type: none"> Atender ao público, compreendendo as preferências de consumo no ambiente das feiras; 	<ul style="list-style-type: none"> Conter a história do fabricante da geleia na embalagem; Conter características da região de produção na embalagem;
	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar o princípio de "união" na confecção da embalagem; 	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver embalagem com design modular;
Estético	<ul style="list-style-type: none"> Adotar elementos que são referências da cidade de fabricação das geleias, a partir da representação gráfica da morfologia dos elementos; 	<ul style="list-style-type: none"> Usar formas presentes no painel sobre a região para criar a morfologia formal da embalagem; Usar a representação gráfica do mapa da cidade de Picuí para confeccionar o design gráfico da embalagem;
Funcional	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar embalagens primárias presentes no mercado e de fácil acesso para a associação; 	<ul style="list-style-type: none"> Embalagem em vidro de 100 g/ tampa em metal/ altura de 6,2 cm e 4,4 cm de diâmetro;
	<ul style="list-style-type: none"> Comparar estruturalmente modelos de potes de vidro presentes no mercado; 	<ul style="list-style-type: none"> Pote de vidro em forma circular;
	<ul style="list-style-type: none"> Seguir padrões existentes em produtos similares, presentes no mercado; 	<ul style="list-style-type: none"> Adicionar colher em madeira para experimentar o produto;
Sustentável	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar fontes renováveis na conformação da embalagem; 	<ul style="list-style-type: none"> Usar papel <i>kraft</i> devido as suas propriedades de resistência e de baixo impacto ambiental;
	<ul style="list-style-type: none"> Estender a vida do produto após a sua funcionalidade original; 	<ul style="list-style-type: none"> Apresentar possibilidades de reutilização da embalagem pós-consumo do conteúdo;

Fonte: elaborado pela autora (2022).

7. Metodologia

O processo de planejamento e execução do projeto baseou-se em métodos abordados na literatura dos seguintes autores: Pazmino (2015), Mestriner (2002), Platchek (2012) e Baxter (2011). Em vista disso, para uma compreensão mais legítima das fases e etapas do projeto, estruturou-se o Quadro 4 abaixo:

Quadro 4 • Metodologia utilizada e etapas do projeto.

FASES		ETAPA 1	ETAPA 2	ETAPA 3
1 Proposta • Platchek	Briefing • Mestriner	Entrevista com Associação	Entrevista com o Público-alvo	Persona • Pazmino
	2 Desenvolvimento • Platchek	Diagnóstico • Mestriner	Análise de Concorrentes • Pazmino	Análise de Similares • Pazmino
	Estratégia • Mestriner	Requisitos e Parâmetros		
3 Projetação e Detalhamento • Platchek	Projetação • criatividade • síntese • Platchek	Desenvolvimento de alternativas e conceitos por analogia • Baxter	Definição de palavra-chave • modularidade	Matriz de seleção • Pazmino
	Seleção	Pré-seleção a partir da viabilidade técnica	Desenvolvimento de mockups	
4 Teste e Otimização do Projeto • Platchek	Modelagem digital e Refinamento	Projeto gráfico	Desenho técnico	
	Confecção de modelo funcional	Considerações finais	Recomendações	

Fonte: elaborado pela autora (2022).

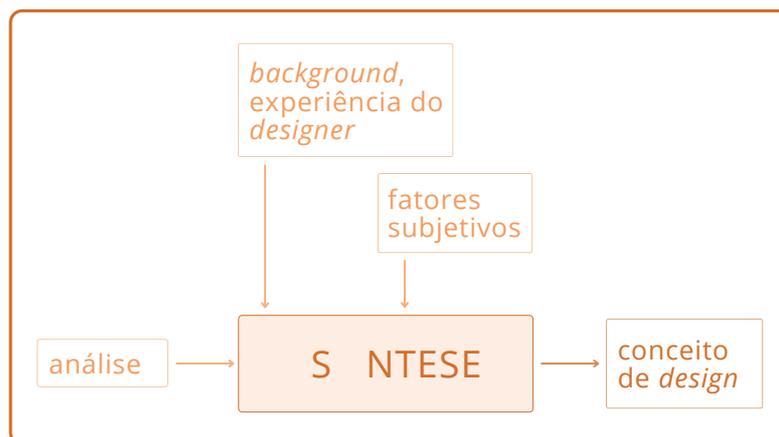
8. Anteprojeto: Projetação e Detalhamento

Nesta etapa, está reunido todo o passo a passo do processo de desenvolvimento formal da embalagem e a seleção do modelo que mais atende as diretrizes estabelecidas nos requisitos.

8.1. Método e Geração das Soluções

Platcheck (2012), relaciona o processo de criatividade a um ato de destruição, ela afirma que é preciso quebrar padrões para se poder descobrir outros e assim, estar aberto para as mudanças e ter manejo com as normas. De acordo com sua observação, o processo criativo não está relacionado a quantidade de alternativas que são elaboradas, mas sim as alternativas que apresentam qualidades viáveis.

Figura 25 • Diagrama da síntese de dados.



Fonte: Platcheck (2012, p. 68).

Este diagrama, mostra a fusão de fatores levando à síntese, em que são incorporadas informações, experiência, subjetividade, criatividade e personalidade que irão gerar soluções para as questões pautadas na proposta do projeto e assim, levar a um novo conceito de design.

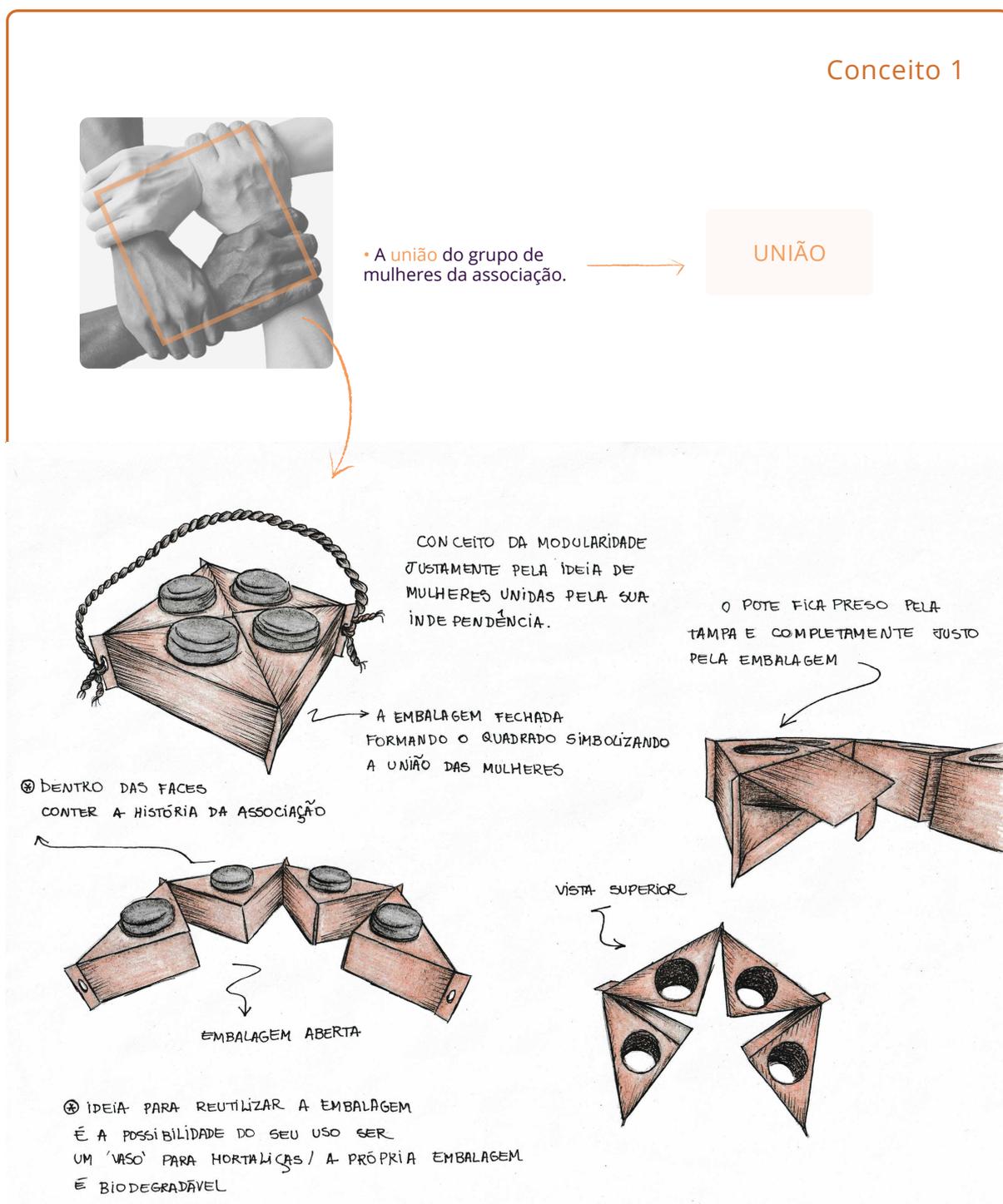
8.1.1. Desenvolvimento de Conceitos por Analogia

O desenho é a ortografia das formas percebidas pela visão, por este sentido, decidiu-se utilizar o conceito de analogia por semelhança de Baxter (2011) como direcionamento na composição de conceitos para o projeto. Inicialmente, extraiu-se alguns elementos observados no painel que reúne referências visuais da cidade de Picuí, além de buscas por reportagens e vídeos na web sobre a cidade que pudessem fornecer mais estímulos criativos, e também pontos que foram frisados

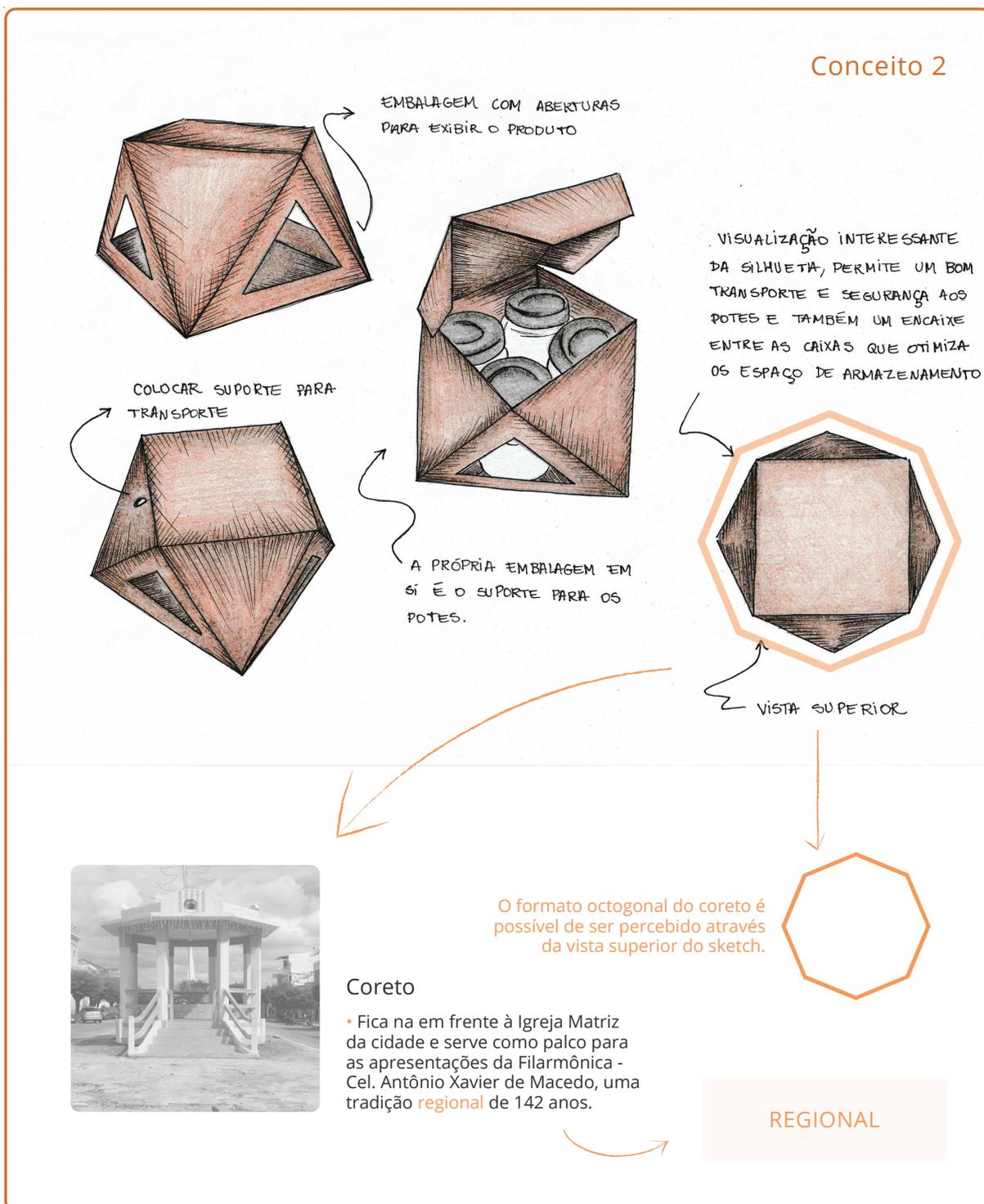
na entrevista com a coordenadora da associação.

Elaborou-se seis sketches de conceitos para o modelo da embalagem, expondo em seu processo as justificativas ao uso da semelhança para a sua criação, e algumas observações a respeito das qualidades que poderiam ser viáveis, além disso, buscou-se investigar em todas elas a possibilidade do reuso das embalagens após cumprir com a sua finalidade.

Figura 26 a 31 • Geração de conceitos.



Todos os sketches com os estudos dos conceitos foram realizados manualmente. Após a confecção foram digitalizados e adicionados como etapa e racionalização do processo criativo utilizado.



Conceito 3

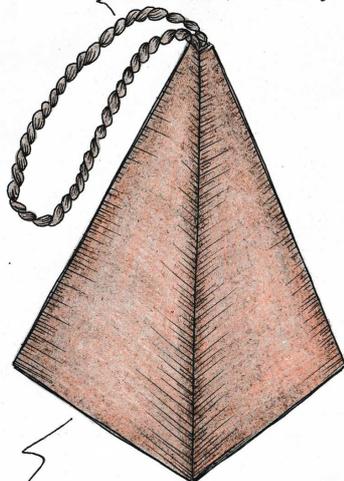


Obelisco da Independência

• **Monumento** em que no ano de 1922 se guardou objetos e documentos e espera-se que em 2022 ele seja aberto para resgatar esses itens.

MONUMENTO

→ ESSA SUSTENTAÇÃO É SUFICIENTE PARA O PESO DO PRODUTO?



→ PODERIA FAZER RELAÇÃO COM O OBELISCO DA CIDADE DE PICUT.

ESTA ABA SERIA SUFICIENTE PARA FECHAR A EMBALAGEM?

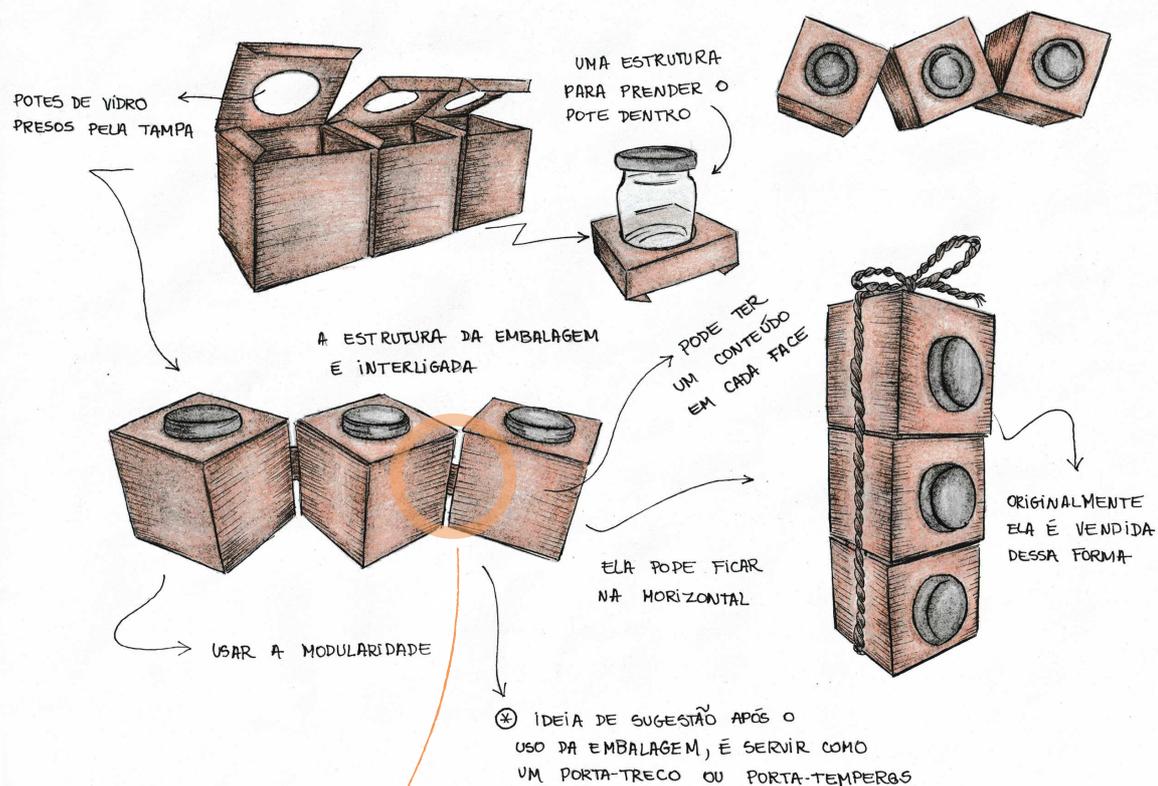


→ DEVIDO AO TRONCO DA PIRÂMIDE SÓ É POSSÍVEL COMPORTAR 3 POTES.

→ O QUE PODERIA SER UTILIZADO PARA PREENCHER ESTE ESPAÇO DA EMBALAGEM?

→ EXISTIRIA UM SUPORTE INTERNO PARA PRENDER OS POTES.

Conceito 4



Associação de Mulheres da Quixaba

- O propósito em comum de empreender dessas mulheres as une, através do forte **elo** no saber-fazer ensinado e passado entre gerações de mulheres na fabricação das geleias artesanais.

A ideia de elo é conferida através da interligação entre as partes da estrutura. Sua conformação foi pensada em usar a articulação entre as suas partes.

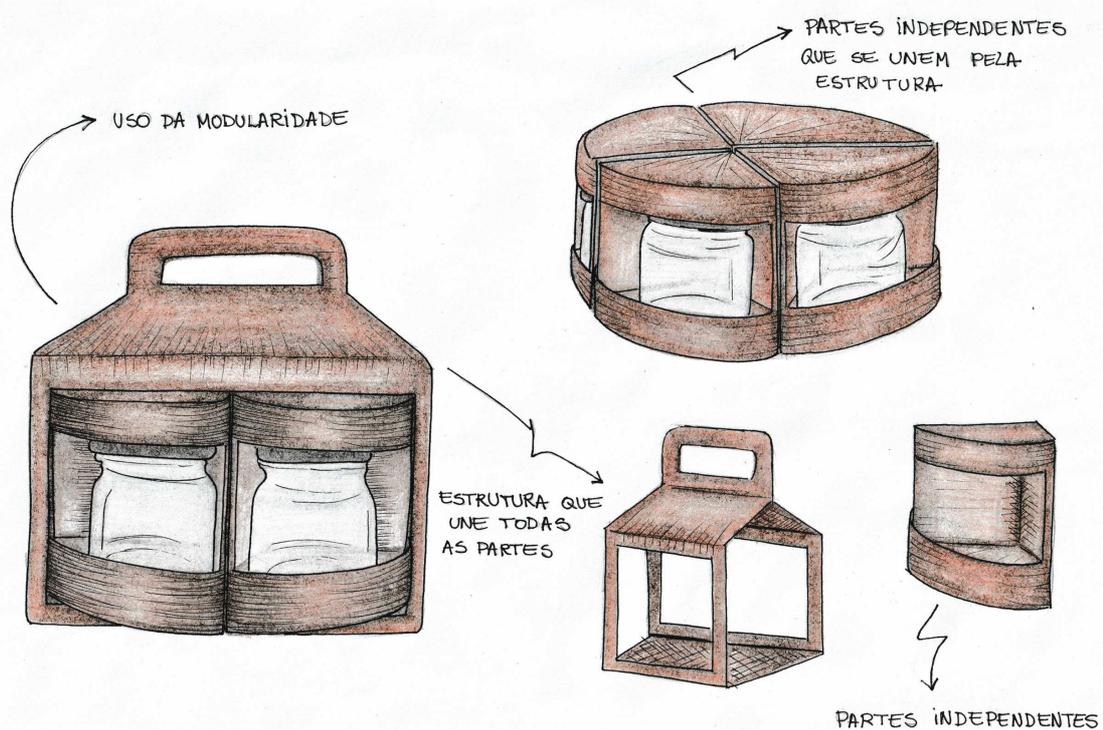
Conceito 5



Relógio de Pedra

- Um dos principais elementos na identidade **cultural** da cidade, foi construído em granito bordô que é uma rocha típica da região, justamente para destacar o minério como um dos elementos comerciais mais importante da região.

CULTURA

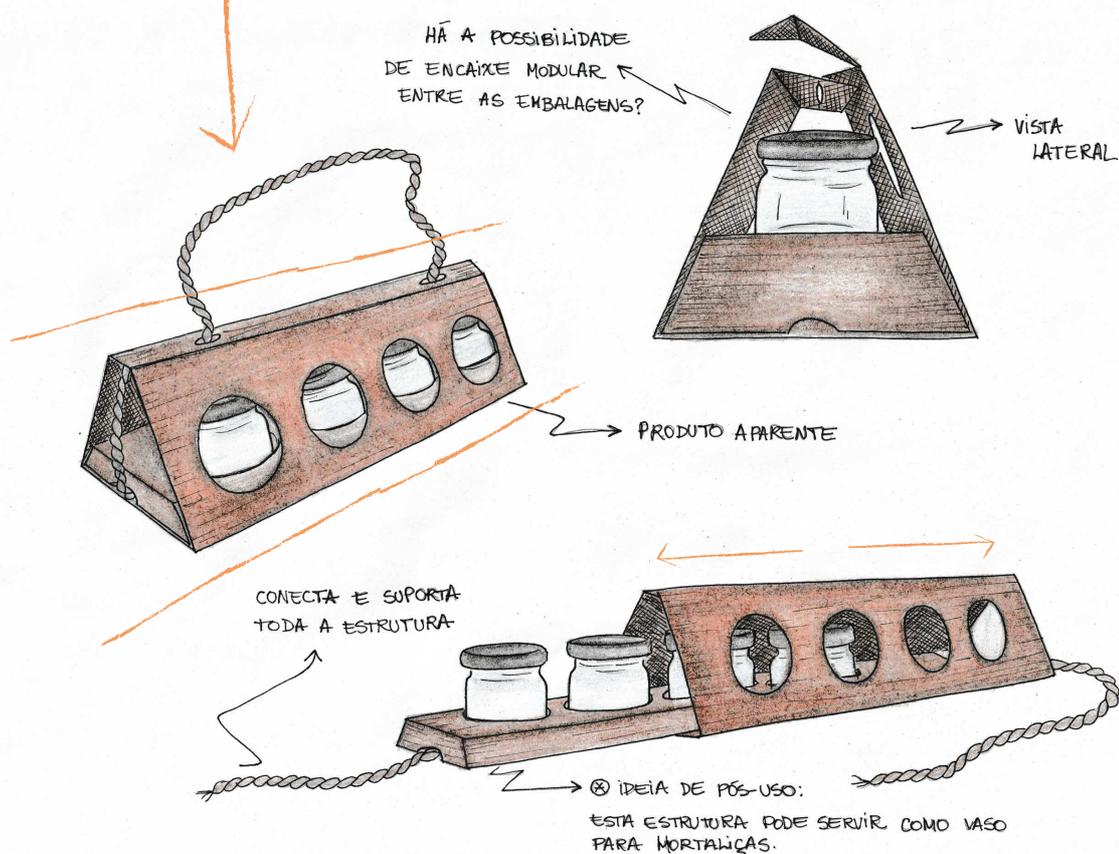


Conceito 6



Praça João Pessoa

- Modelo elaborado com inspiração no formato alongado da Praça João Pessoa, onde estão reunidos os principais elementos culturais da cidade.



8.1.2. Definição de Palavra-chave

Com a elaboração dos conceitos, extraiu-se palavras-chave norteadoras para a partir delas, identificar o melhor conceito que define e atende as demandas apontadas para o projeto (Quadro 5).

Quadro 5 • Palavras-chave.

UNIÃO • substantivo feminino; conformidade de esforços ou pensamentos.
MONUMENTO • obra de arquitetura ou de escultura destinada a transmitir ou perpetuar para a posteridade a lembrança de um grande acontecimento para uma comunidade.
CULTURA • é a soma dos bens culturais de um povo, que são portadores de valores que podem ser legado a gerações futuras; é o que lhe confere identidade e orientação.
REGIONAL • característico ou próprio de uma região, de uma área que se diferencia de outra por possuir propriedades específicas.

Fonte: elaborado pela autora (2022).

Portanto, de acordo com as definições expressas pelas palavras-chave e diante do seu sentido utilizado mais de uma vez, determinou-se o conceito que está diretamente correlacionado à justificativa das soluções possíveis para este projeto.

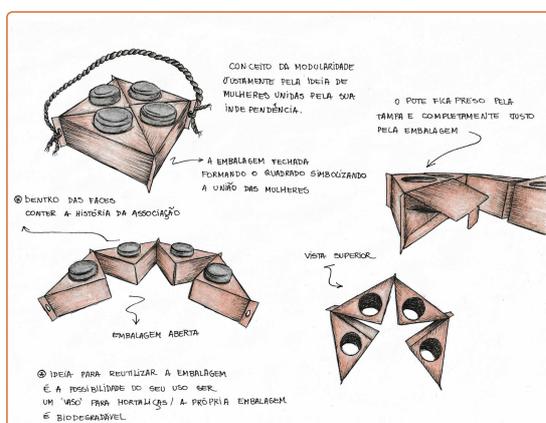


Utilizou-se o conceito de **modularidade** como estratégia de solução projetual para selecionar as alternativas, pela sua definição de ser um sistema completo que combina peças menores independentes umas das outras, mas que funcionam como um conjunto integrado.

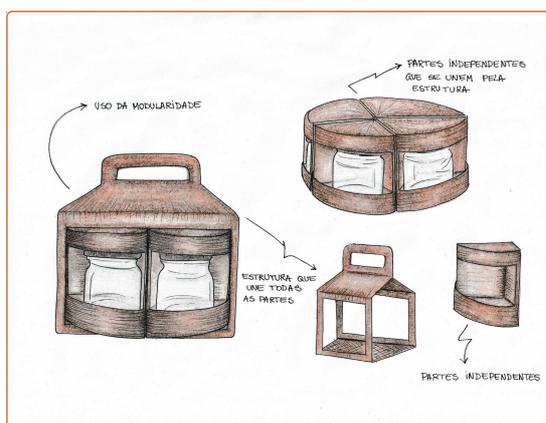
8.2. Seleção Prévia Mediante Requisitos e Viabilidade

Foram selecionados os modelos mais representativos quanto ao conceito no aspecto de modularidade. Esta etapa consiste em testes tridimensionais com a finalidade de analisar o volume e comportamento dos modelos a partir da introdução dos potes de vidro de 100 ml sugerido para a execução deste projeto.

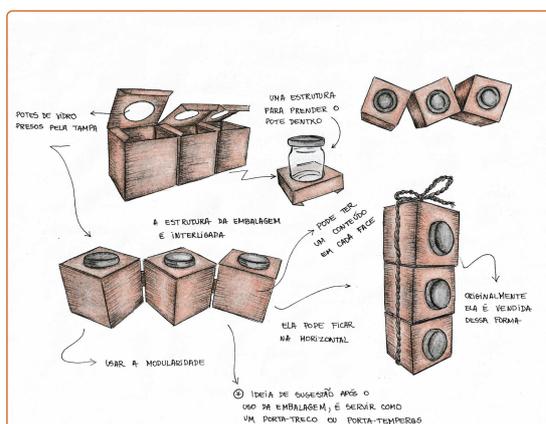
Diante das alternativas que foram desenvolvidas, selecionou-se as que conferem o conceito modular, o que não significa afirmar que todas as verificadas nesta etapa, apresentam a viabilidade de sua execução. Sendo assim, as alternativas quanto ao conceito são:



Alternativa 1



Alternativa 4

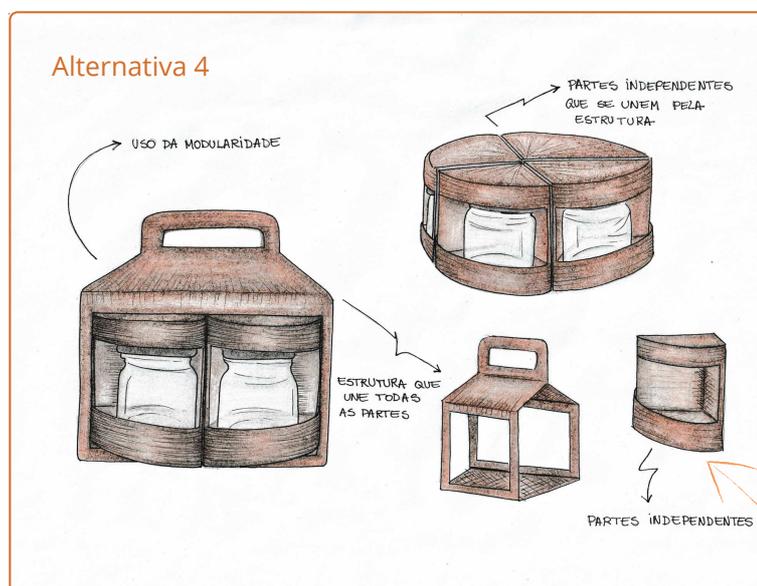


Alternativa 5

8.2.1. Pré-seleção a partir da Viabilidade Técnica

Em uma primeira análise às três alternativas, observou-se as motivações de seu processo de criação e as qualidades viáveis (PLATCHECK, 2012), para selecionar quais dos modelos apresentam potencial de execução dos testes tridimensionais.

Por essa razão, percebeu-se que a Alternativa 4 apesar de corresponder ao conceito da modularidade, sua estrutura não confere um bom aproveitamento em seu uso, bem como a sustentação dos potes de vidro possivelmente não seria garantida.



Simulou-se um dos quatro módulos (Figuras 32 e 33) que conferem a estrutura e constatou-se que ela não iria oferecer segurança ao produto, além de não ter um custo-benefício prático de sua produção, montagem e reuso. Portanto, optou-se por não considerá-la na etapa seguinte de confecção dos *mockups*.

A conformação do módulo não permite que ele acople um suporte interno para fixar o vidro, sendo assim, a sua confecção para comercialização não seria uma opção interessante e viável para a associação.



Figura 32 e 33 • Simulação estrutural do módulo da alternativa 4.

Fonte: imagens elaboradas pela autora (2022).

8.3. Confeção de *Mockups*

Para a confecção dos *mockups* utilizou-se o papel *kraft* com gramatura de 240g/m², sugerido como requisito de material nas diretrizes. Desse modo, ao utilizar o mesmo material para a execução dos testes, a fim de perceber o comportamento do material quanto as suas propriedades físicas e estéticas para se alcançar um resultado mais aproximado com o produto final.

Na Figura 34, percebe-se o comparativo volumétrico entre o pote de vidro de menor medida - 250 ml/ 250 g, que é comercializado pela associação, com pote de vidro que irá compor a embalagem secundária para as geleias, correspondendo então, ao objetivo deste projeto.

O desenvolvimento formal das peças deu-se em escala real a partir das medidas do pote de vidro com capacidade para 100 ml/ 100 g (Figura 35), de acordo com os requisitos propostos, para adaptar as formas bidimensionais geradas nas alternativas.

Figura 34 • Comparativo volumétrico entre os potes de vidro.



Figura 35 • Medidas do pote de vidro requisitado para o projeto.



Fonte: imagens elaboradas pela autora (2022).

Em seguida, encontram-se os resultados dos testes que foram realizados, correspondendo as Alternativas 1 e 5:

Mockup • Alternativa 1

①



②



③



④



⑤



⑥

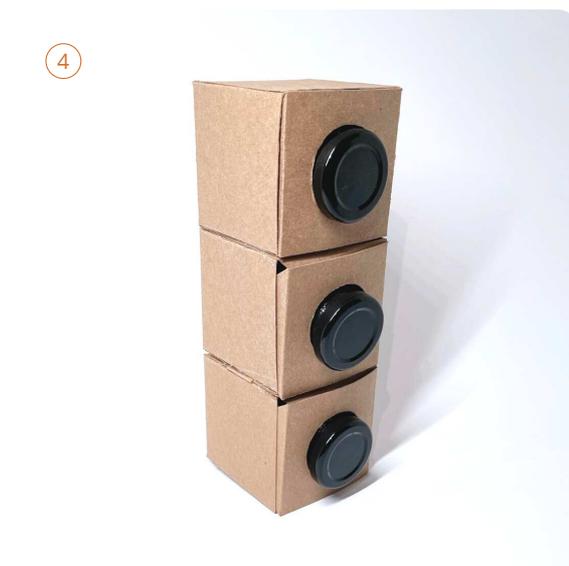
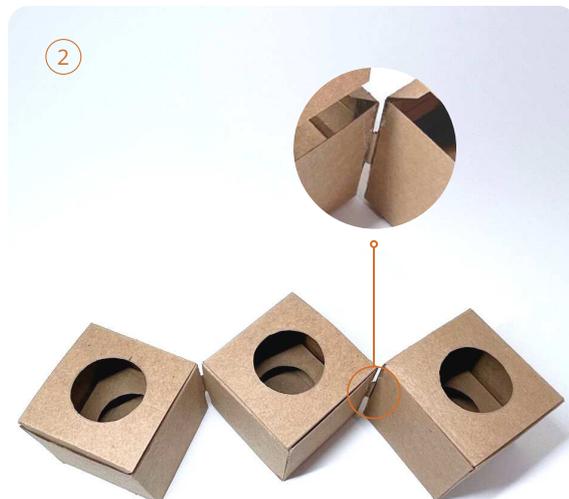




- ① Embalagem secundária fechada;
- ② Embalagem secundária aberta;
- ③ Dispositivo de abertura onde irá acomodar o pote de vidro;
- ④ Teste com pote de vidro dentro da embalagem.
- ⑤ Embalagem com o seu sistema de fechamento e transporte.
- ⑥ Sustentação da embalagem, peso total de 400 g.
- ⑦ Orifício por onde passa o fio que serve para fechar e como alça de transporte da embalagem.
- ⑧ Estrutura quando aberta.
- ⑨ Acomodação do pote de vidro justaposto dentro da embalagem.
- ⑩ União entre os módulos, sendo apenas uma estrutura só.

- Este modelo comporta quatro potes de vidro de geleia. Todos os seus módulos são ligados estruturalmente e em seu refinamento, considera-se o uso de uma alça que tanto servirá para fechar a embalagem e também para transportá-la.
- Seu formato foi considerado em uma estrutura que possa oferecer sugestão de reuso, visando a redução de seu impacto de produção.

Mockup • Alternativa 5



- ① Embalagem em sentido horizontal para exibir o seu dispositivo de abertura e introdução dos potes de vidro;
- ② Embalagem fechada e detalhando o seu sistema de articulação entre os módulos;
- ③ Embalagem com a presença dos potes de vidro;
- ④ Como a embalagem secundária se comporta com a presença dos potes de vidro no sentido horizontal, seu sentido original para comercialização.

• Este modelo foi confeccionado com tal articulação para variar entre o sentido vertical e horizontal, conferindo interação com o seu design de superfície, que também terá interação como um todo com o produto final.

8.3.1. Matriz de Seleção

Para a tomada de decisão do modelo que mais atende aos requisitos propostos ao projeto, foi elaborada uma matriz de decisão. Deste modo, a partir de critérios de seleção, as alternativas partindo do conceito de modularidade são submetidas a uma apuração onde se é verificado qual delas atende ou não aos princípios estabelecidos. (PAZMINO, 2015).

A seleção foi realizada com base na alternativa que mais reuniu a quantidade de critérios formais. Para isso, determinou-se que os fatores seriam selecionados a partir de cinco princípios aderindo pesos a cada um deles, para se obter o modelo que apresente uma maior pontuação.

Quadro 6 • Matriz de seleção da alternativa.

Critérios	Pesos				
		Classificação	Escore	Classificação	Escore
Capacidade	5	4	20	3	15
Funcionalidade	3	2	6	1	3
Estética	3	2	6	3	9
Aspecto de união	4	4	16	2	8
Reuso	5	3	15	4	20
Total		63		55	

	<p>Modelo • Alternativa 1</p> <p>Pontuação • 63</p>
---	---

Fonte: elaborado pela autora (2022).

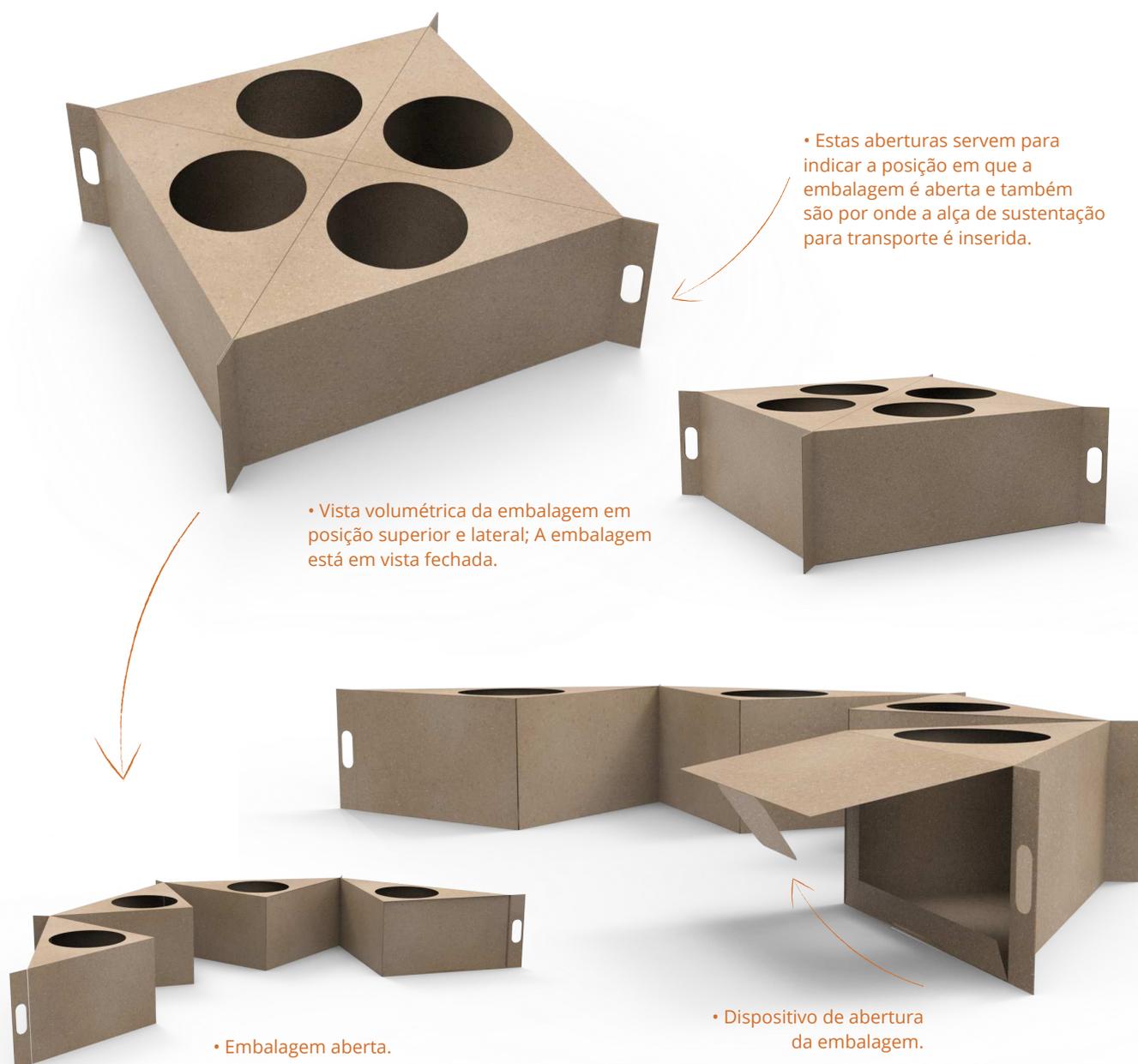
Portanto, de acordo com o resultado da matriz obteve-se que o modelo da Alternativa 1, corresponde ao maior número de critérios formais para execução do produto final de acordo com o projeto, então, os próximos passos consistem no processo de modelagem digital e refinamento do produto e o desenvolvimento do design de superfície para a embalagem.

9. Detalhamento Técnico: Teste e Otimização do Projeto

No detalhamento técnico, o modelo de embalagem selecionado na matriz de decisão está reproduzido no formato de modelagem 3D. É importante destacar que estas imagens são simulações do produto final proposto neste projeto, portanto, alterações de formas em virtude da impossibilidade de reprodução autêntica por limitações dos *softwares*

9.1. Modelagem Digital e Refinamento

Modelagem em 3D da embalagem com seu detalhamento e funcionalidade. Para o desenvolvimento desse processo, foi utilizado o *software* de modelagem tridimensional - *Rhinoceros 3D* e o *KeyShot* para renderização gráfica.





- Comportamento da embalagem fechada e com a presença dos potes de vidro para geleias na com capacidade de 100 ml = 100 g, considerando então o peso total de 400 g.

- Uma outra diretriz para esse projeto, é incluir a parte uma colher preferencialmente em madeira, para acompanhar ao interior da embalagem, com o intuito de atrair e facilitar o consumo do produto pelo usuário.

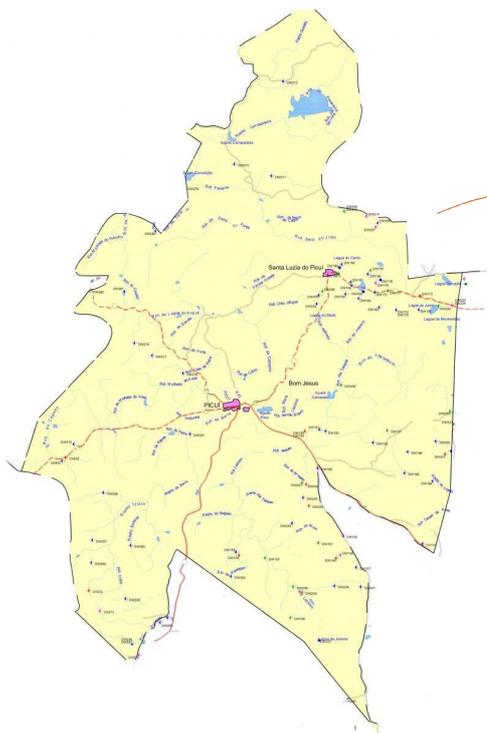


- A proposta para introdução da colher em cada um dos quatro módulos da embalagem, conferindo segurança, higiene e atrativo ao consumo.

9.2. Projeto Gráfico

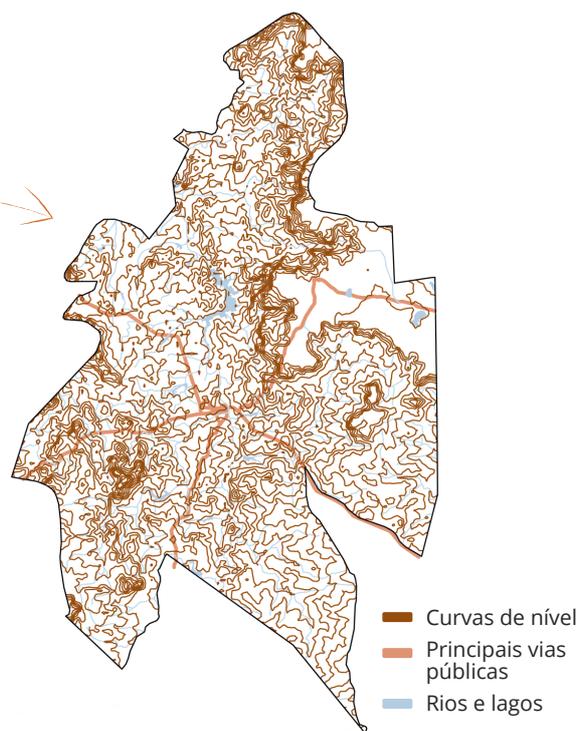
Como proposta de design gráfico para a embalagem, utilizou-se o mapa da cidade de Picuí. A partir da formulação de *Curvas de Nível* da região, que consiste em uma representação cartográfica do relevo local.

Figura 36 • Mapa do município de Picuí-PB.



Fonte: <https://www.picui.pb.gov.br/portal/a-cidade/mapa>

Figura 37 • Curvas de nível da região de Picuí-PB.



Fonte: elaborado pela autora (2022).

• As *Curvas de Nível* foram adquiridas a partir de um modelo digital de elevação através do site *TopoData*, parte do sistema INPE. O gráfico das curvas foram então geradas utilizando o *software ArcGIS PRO*.



• A morfologia das curvas de nível da cidade, foi utilizada como design de superfície para compor a identidade da embalagem e o produto da região.

9.3. Desenhos Técnicos

Para compreensão de detalhes e montagem da embalagem, foram elaborados desenhos técnicos que estão anexados no apêndice D.

10. Considerações Finais

O desenvolvimento deste projeto proporcionou a compreensão da capacidade do design no desempenho de reconhecimento, comunicação, promoção e desenvolvimento na mediação de culturas, costumes e tradições, contudo, a partir disso, reconhecer e tornar reconhecíveis os valores e as qualidades locais. Dessa maneira, através do design é possível gerar produtos que conduzam um apelo emocional por meio das raízes culturais de seus usuários.

A criatividade e inovação transformadas pelo design, permitem que características locais transcendam ao produto composições que atribuam não apenas uma boa aparência estética, mas que o torne ímpar por meio de símbolos e representações de um local. Neste projeto, procurou-se evidenciar com a confecção da embalagem para as geleias artesanais da associação de mulheres, a relevância da valorização da cultura regional de um lugar e como dessa maneira é possível enriquecer um produto e permear a cultura daquele local para outros lugares.

Desse modo, este estudo tornou-se válido e relevante no quesito de design atrelado a valorização de um local, ademais, a condução desse projeto manteve-se dentro dos aspectos da materialidade e tomando como base para elaboração de suas diretrizes, o uso da metodologia de Mestriner (2007) na orientação das fases para um projeto de embalagem, assim como Pazmino (2015) na etapa das análises de produtos já existentes no mercado e apurar dados recorrentes e como método criativo, Baxter (2011) partindo da concepção de conceitos por analogia.

Quanto ao quesito estrutural e suas propriedades, para os fins de desenvolvimento projetual e de acordo com as limitações de materiais e conformações disponíveis, para os potes de vidro e embalagem, foi efetuada a pesagem manual e trabalhado a partir do peso indicativo da balança. Com relação ao tipo do material indicado para confeccionar a embalagem, sendo ele o papel *kraft* na gramatura 240 g/m², obteve-se resultado favorável aos testes simples, sem alterações em transporte e acondicionamento do produto. Contudo, pode-se conferir uma margem de erro para as proporções de peso *esus* medidas, processos de execução manual estão passíveis de erros. Por esta razão,

este não vem a ser o produto de fase final para introdução ao mercado, já que o mesmo ainda requer mais avaliações e testes volumétricos, de resistência e acondicionamento.

Portanto, desse modo cumpriu-se a finalidade do projeto em promover a partir do design, a valorização de um produto regional e de origem artesanal, atendendo aos aspectos particulares da associação de mulheres e oferecendo potencial favorável para ser aplicado, de modo funcional, rentável e comercial.

10.1. Recomendações

Após cumprir o seu destino final até o consumidor, um dos requisitos estabelecidos para a execução deste projeto era que além do seu papel de valorizar e promover um produto de origem artesanal e sua identidade cultural, a confecção da embalagem deveria ser não só apenas de baixo custo e baixo impacto ambiental, mas também oferecer e/ou sugerir uma opção de reutilização.

De antemão, é válido considerar que adaptações e refinamentos são aspectos comuns ao deparar-se em projetos como este. Por essa razão, como sugestão de reutilização da embalagem, ela pode servir como uma espécie de vaso ecológico para mudas de temperos frescos. Em razão da embalagem ser confeccionada em material *kraft*, que é um tipo de papel fabricado pela mistura de fibras de celulose, convém a ter um alto desempenho de resistência mecânica, além de ser um material biodegradável, sua degradação ocorre em torno de 60 dias. Portanto, a seguir encontra-se uma breve simulação como sugestão de reuso para a embalagem de geleia.

• Os produtos produzidos com papel *kraft* possuem fontes renováveis, algo que minimiza os impactos ambientais, pois podem ser recicladas e aproveitadas também na compostagem para plantas.



11. Referências

- BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 3ed. São Paulo: Blucher, 2011. ISBN 978-8521206149.
- CLEMENTINO, Thamyres Oliveira. **Modelo para avaliação da Qualidade do Valor Ambiental Percebido: adoção de Aprendizagem de Máquina para auxílio à tomada de decisões estéticas em projetos de embalagens ecologicamente orientadas**/ Thamyres Oliveira Clementino. – Recife, 2020.
- ESTÉS, Clarissa Pinkola. **Mulheres que correm com os lobos**. Rio de Janeiro, Rocco, 2018.
- FRANCK PICHLER, R.; IUVA DE MELLO, C. **O design e a valorização da identidade local**. Design e Tecnologia, v. 2, n. 04, p. 1-9, 31 dez. 2012.
- Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo no Brasil 2020**. – Curitiba: IBQP, 2021, p. 67-87. ISBN: 978-65-88012-02-4.
- LÖBACH, B. **Design Industrial**. São Paulo: Edgard Blücher, 2001. ISBN 85-212-0288-1.
- MANZINI, Ezio. **Design, quando todos fazem design: Uma introdução ao design para a inovação social**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2017.
- MENEZES. Sônia de Souza Mendonça. **ALIMENTOS IDENTITÁRIOS: UMA REFLEXÃO PARA ALÉM DA CULTURA**. Revista GEONORDESTE, 2013, v. 02, p. 120-136.
- MESTRINER, Fabio. **Design de Embalagem: Curso básico**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002. ISBN 978-8534614825.
- MESTRINER, Fabio. **Gestão estratégica de embalagem**/ Fabio Mestriner. - São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. ISBN 978-85-7605-139-5.
- MIRANDA, C. A. S. **Métodos Aplicados no Design de Embalagens para Produtos Alimentícios Típicos de Base Artesanal**. [S.l.]: Universidade Federal de Minas Gerais, 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1843/NVEA-7GTGAU>>. Acesso em: 1º fev. 2022.
- PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos** / Ana Veronica Pazmino. – São Paulo: Blucher, 2015, p. 110-115. ISBN: 978-8521207047.

PEREIRA, D. F. **A Embalagem como Voz Comercial do Produto/Marca.** [S.l.]: Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 2006. Disponível em: <[https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/11206/2/Texto integral.pdf](https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/11206/2/Texto%20integral.pdf)>. Acesso em: 1º de fev. 2022.

PLATCHECK, Elizabeth Regina. **Design Industrial - Metodologia de Ecodesign Para o Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis.** São Paulo: Atlas, 2012. ISBN 978-8522472291.

SISTEMA OCB/PB. **Indicadores Socioeconômicos São Mais Altos em Cidades Paraibanas com Cooperativas.** 2014. Disponível em: <<https://www.paraibacooperativo.coop.br/2014/07/indicadoressocioeconomicos-sao-mais-altos-em-cidades-paraibanas-com-cooperativas>>. Acesso em: 1º fev. 2022.

APÊNDICES

Apêndice A • Questionário Público-alvo

Este questionário foi aplicado de duas maneiras, virtualmente por meio de um link gerado no *GoogleForms** e de forma presencial a partir da gravação de áudios com alguns frequentadores de uma feira criativa - Feira Dia Verde, onde os expositores são pequenos empreendedores locais e de regiões circunvizinhas e também na Vila do Artesão, um local que é destinado à valorização da cultura nordestina, um espaço bastante frequentado por turistas. Ambos os espaços estão instalados na cidade de Campina Grande - PB, os insumos comercializados nestes locais consistem entre alimentícios, vestuários e decorativos todos fabricados artesanalmente.

Paralelamente, a aplicação virtual do mesmo, consistia na intenção de entender o comportamento de pessoas oriundas de outras regiões também, afim de obter dados mais consistentes para a construção do projeto.

*Link para o formulário *on-line*: <https://forms.gle/3iht8LcFvP8XCQfF9>

Figura 5 a 7 • Feira Dia Verde



Fonte: acervo da autora (2022).

Figura 8 e 9 • Vila do Artesão



Fonte: acervo da autora (2022).



UNIDADE ACADÊMICA DE DESIGN
Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências e Tecnologia

Pesquisa de Campo

Coleta de Dados para Trabalho de Conclusão de Curso

Questionário sobre o Perfil de Frequentadores de Feiras Regionais/Culturais

PERFIL

1. E-mail:
2. Identidade de gênero:
 - Masculino
 - Feminino
 - Não binário
3. Idade:
4. Cidade onde reside:
5. Grau de escolaridade:
 - Sem escolaridade
 - Fundamental Incompleto
 - Fundamental Completo
 - Médio Incompleto
 - Médio Completo
 - Superior Incompleto
 - Superior Completo
6. Profissão:
7. Estimativa de remuneração mensal:
 - Sem rendimento
 - Até 1/2 salário mínimo
 - Mais de 1/2 a 1 salário mínimo
 - Mais de 1 a 2 salários mínimos
 - Mais de 2 a 5 salários mínimos
 - Mais de 5 a 10 salários mínimos
 - Mais de 10 a 20 salários mínimos
 - Mais de 20 salários mínimos

PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS REGIONAIS/CULTURAIS

8. Qual é o seu principal interesse quando vai a feiras regionais?
9. Com que frequência você costuma ir?
 - Sempre quando ocorre em minha cidade.
 - Algumas vezes que ocorre em minha cidade.
 - Apenas quando viajo para outra região.
 - Apenas quando desejo adquirir algum item específico.
 - Raramente frequento feiras regionais/culturais.
10. Quais são os produtos que você geralmente consome nesses locais?

COMPRA DE PRODUTOS REGIONAIS

11. Quando vai a estas feiras, você costuma comprar produtos das regiões que visita? Se sim, para quem são os produtos?
12. O que te motiva a comprar estes produtos de origem local?
 - Conhecer mais as características do lugar onde é produzido.
 - Fortalecer o comércio local e o pequeno empreendedor.
 - Conhecer novos produtos característicos daquela localidade.
13. Ter informações sobre a procedência artesanal é um atrativo para a compra do produto? Justificar.

CONSUMO DE ALIMENTOS

14. Já comprou algum item alimentício em feiras regionais?
 - Sim
 - Não
15. Caso tenha adquirido algum item alimentício, quais características deste produto te estimularam a comprá-lo?
16. A informação a respeito de uma geleia artesanal fabricada com insumos da própria região de sua produção, aumentaria o seu interesse em consumir este produto? Se sim, por quê?
17. Caso a embalagem de uma marca de Geleias Artesanais apresentasse elementos visuais e informações mais específicas sobre a sua região de produção e quem a produz, você optaria por esse produto? Por quê?
18. Quando você opta por um produto, você se interessa em saber se a empresa tem preocupação social e ambiental?
 - Sem importância
 - Pouco importante
 - Importante
 - Muito importante
 - Extremamente importante

Apêndice B • Questionário Associação



UNIDADE ACADÊMICA DE DESIGN

Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências e Tecnologia

Questionário - Associação Mulheres da Quixaba Responsável por fornecer os dados: Ednalva Dantas coordenadora da associação

Delícias da Quixaba, Picuí - PB

DADOS DA EMPRESA

1. Nome: Associação Comunitária de Mulheres em Quixaba Picuí e Região.
2. Local da empresa: Sítio Quixaba, Picuí-PB.
3. Quando surgiu a empresa e quais foram os motivos de sua fundação?
Em 10/11/2013, seu principal objetivo era gerar emprego e renda.

PRODUÇÃO

4. Quais produtos são produzidos?
"Geleias, doces e bolos."
5. Como se dá o processo de produção?
"Artesanal."
6. Como ocorre o escoamento da produção?
"Pagamos fretes para que os nossos produtos cheguem as feiras e locais a serem comercializados."
7. Como funciona o seu processo de vendas?
"(Off-line/On-line) Através do WhatsApp e Instagram, mas ainda por meio de busca por eventos/feiras."
8. Qual é o seu produto mais vendido?
"Geleia de umbu, geleia de abacaxi com pimenta, geleia de caju e doce de leite com café."

PERCEPÇÃO DA MARCA

9. Quais atributos você considera serem mais relevantes e que são percebidos pelos seus clientes?
"Nossa marca, rótulos e principalmente a qualidade dos produtos. E principalmente, um grupo de mulheres oriundo da agricultura familiar, a zona rural. A zona rural tem que ser valorizada."
10. Quais são os gargalos internos que atrapalham as vendas?
"A falta de um transporte."

11. Qual a competitividade do seu produto em relação aos concorrentes?

"Se destaca pela qualidade das frutas que são utilizadas para fazer nossos produtos. Nossos produtos possuem baixo teor de açúcar e não possuem nenhum conservante químico."

PERCEPÇÃO DA MARCA

12. Quem são os principais consumidores dos produtos da sua empresa?

"São os turistas, visitantes e pessoas que buscam uma boa alimentação."

13. Em quais regiões ocorre a comercialização de seus produtos?

"Nordeste. Campina Grande, João Pessoa, Picuí e cidades vizinhas, Bahia."

14. Em quais estabelecimentos seus produtos podem ser encontrados?

"Lojas, feiras e eventos de produtos regionais."

15. Quais estratégias vocês têm utilizado para alcançar o objetivo de ampliar o público de novos consumidores?

"Diminuição do preço dos nossos produtos. Estamos a conquistar, a falta de transporte ainda é um impedimento para a distribuição e expansão. Apenas eu (Ednalva) sou responsável por tentar e pedir para outros comércios. Buscando mais cooperadores para poder articular a comercialização dos produtos. Parcerias com outros produtores das regiões circunvizinhas."

Apêndice C • Entrevista



UNIDADE ACADÊMICA DE DESIGN
Universidade Federal de Campina Grande
Centro de Ciências e Tecnologia

Apresentação de Painel Visual com seleção de pontos culturais de Picuí

A entrevista realizou-se virtualmente com a coordenadora da Associação de Mulheres da Quixaba, Ednalva Dantas com a finalidade de extrair dados com referências regionais da cidade de Picuí, onde está localizada na zona rural a sede de fabricação das geleias artesanais.

A partir da configuração de um painel visual com a seleção de oito pontos considerados identitários para a cidade, esta seleção deu-se previamente a pesquisa em um livro que aborda a história de Picuí e também na *eb* considerando o que mais era recorrente quando buscava-se dados a respeito da região. Após este levantamento e confecção, exibiu-se este painel à Sra. Ednalva para que diante deste estímulo visual, pudesse ser observado as suas reações e relatos a respeito das imagens.

Considerou-se alguns trechos do seu relato como importantes para endossar a pesquisa ao processo de design no desenvolvimento da embalagem. Ao ser questionada a respeito do significado dessas imagens, destacou-se:

"Na entrada da cidade tem uma praça tem tica, que tem as principais coisas da história de Picuí, como o boi por causa da carne de sol que é bem conhecida aqui na região e a estufa ao garom que prepara a carne de sol."

"[...] aqui também muito conhecido por causa do garimpo, a estufa de minério aqui é algo muito forte!"

"[...] esse relógio de pedra em frente a igreja matriz que marca o centro da cidade[...]"

"[...] o poço aqui faz muita trilha, porque tem bastante essas reservecas ecológicas com essas escrituras nas rochas, a estufa é considerado um patrimônio da cidade."

Quando questionada sobre o que seria algo que caracterizaria a trajetória da associação e como elas se veem diante do trabalho que elas exercem, destacou-se o empreendedorismo feminino originado por mulheres

provenientes da zona rural e que buscam alcançar a sua fonte de renda, acreditando que a tradição do saber-fazer transferida entre gerações na produção de geleias e doces artesanais é capaz de ser um fator transformador na realidade dessas mulheres da agricultura familiar. Pelas palavras de Ednalva:

"[...] uma coisa que a gente gostaria mesmo de destacar, que nós somos da zona rural mesmo, toda a nossa produção somente feita por mulheres que se uniram, todas vindas da agricultura familiar, ou seja, eu e essas mulheres, nós lutamos pela nossa independência gerando renda a partir de uma coisa que foi ensinada de geração para geração, nós temos muito orgulho disso, esse saber-fazer que foi passado das nossas avós, para as nossas mães e assim por diante, está sendo capaz de abrir portas para a gente."