

TRABALHO DE GRADUAÇÃO – CST EM COSMÉTICOS

PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL PARA EMBALAGEM DE AEROSSOL DESODORANTE FEMININO

MORAES, Thiago Alves; Prof. FERMINO, Danilo Marin (Orientador)
Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz

INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende estudar elementos visuais de embalagens de aerossóis em desodorantes femininos. Algumas marcas que se destacam neste setor são Rexona, Dove e Nivea, que são marcas conhecidas por prover inovação, qualidade e com grande recorde de vendas no mercado brasileiro (ABIHPEC, GHACHACHE, 2019). E investigar os elementos visuais para um caminho de estudo para a criação de uma identidade visual de sucesso.

JUSTIFICATIVA

Justifica-se a criação de um apelo visual inspirado nas principais tendências gráficas e desta forma propiciando o início de uma pesquisa mais aprofundada sobre o aspecto visual da embalagem na decisão de compra dos consumidores. É importante buscar entender o quanto os elementos visuais das embalagens cosméticas afetam as atitudes e comportamentos dos consumidores.

O que se sabe até o presente momento, e este pode ser um ponto de partida importante, é que, tanto a geração Z quanto a Y tendem a serem mais influenciados por experiências sensoriais em suas decisões de compra (MINTEL, GAITHER, 2018).

OBJETIVO

Reunir referências visuais e desenvolver uma identidade visual que consiga unir os principais apelos bem-sucedidos.

MATERIAL E MÉTODOS

Será utilizado revistas como H&C Household & Cosméticos e Cosmetics & Toiletries. Também o banco de imagens Pinterest e o google imagens.

Outros recurso utilizados serão os softwares e criação e edição de imagens Adobe Illustrator Draw®, Adobe Photoshop® e outros softwares auxiliares.

RESULTADO ESPERADOS

Espera-se que, a reunião de imagens e estudos de tendencias sejam capazes de estimular o processo criativo e prover uma identidade visual inovadora para o protótipo de um desodorante feminino.

Figura: Através das referências visuais bem-sucedidas propõe-se a criação da identidade visual para o mesmo produto.



Fonte: Bluesoft Cosmos. 2017.

Fonte: Pngitem. 2017.

Fonte: Nivea. 2018.

CRONOGRAMA

Atividade/Mês	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.
Reformulação do projeto	X				
Leitura bibliográfica	X	X			
Coleta de imagens de embalagens	X	X			
Análise das imagens coletadas	X	X			
Desenvolvimento da identidade visual proposta.	X	X	X		
Elaboração do sumário provisório.		X	X		
Redação da 1ª versão do texto.				X	
Revisão do texto				X	X
Redação definitiva				X	X
Defesa					X

REFERÊNCIAS

GHACHACHE, R.; DESODORANTES. *Caderno de Tendências 2019 – 2020*. São Paulo. ABIHPEC. 2019. p. 53
GAITHER, A.; Attitudes toward Beauty. *The Beauty Consumer - Market Research Report*. Londres. Mintel. Fevereiro. 2018