A visão do designer
Embalagens que chamam a atenção

A diretora de criação e designer Yael Miller, do estúdio norte-americano Miller Creative, compartilha sua experiência em design de embalagens

Yael Miller, dos Estados Unidos, é sócia do Miller Creative, estúdio de branding e embalagens especializado em comida gourmet e produtos de beleza. Quando não está trabalhando para clientes, Miller contribui com textos para o blog The Dieline.
www.wearemiller.com

Computer Arts: Quais informações são essenciais sobre o cliente antes de iniciar um projeto?
Yael Miller: Temos perguntas-padrão, como questões relacionadas a mercado, e coisas mais particulares, como se o produto será embalado à mão ou em uma indústria. Saber disso nos permite pensar na embalagem. Também perguntamos quais referências agradam os clientes.

CA: Vale a pena questionar sobre a usabilidade do produto?
YM: Pode ser útil, mas uma dose da opinião do público já ajuda. Quebrar barreiras pode dar bons resultados, mas, ao mesmo tempo, pode ser uma armadilha. Um exemplo é o branding que criamos para a produtora de carnes curadas Olli Salumeria. Com base em nossa pesquisa, descobrimos que o mercado de carne curada é muito clássico – ou seja, chato – e muito delicado de se mudar.

Colocamos a Olli sob um prisma mais colorido com uma paleta de cores vibrantes e saímos do clássico dourado, vermelho e verde que dominava. Também tentamos dar uma característica de produto premium quando colocamos uma impressão de qualidade nos rótulos. Mais importante ainda, colocamos artistas para criar o "O" do logo. Fizemos tudo isso pensando em trabalhar com um mercado mais sério.

CA: É possível ser criativo em empresas com regras restritas ou com produtos existentes?
YM: Os designers mais bem-sucedidos são aqueles que respeitam a marca sendo o mais coerentes possíveis com a mensagem que a empresa quer passar. Quando tentam sair disso, as marcas – especialmente de grandes estabelecimentos – tentam atingir mercados diversificando segmentos e podem perder de vista a ideia toda.

CA: O volume de produtos a ser embalado pode influenciar?
YM: A quantidade impacta nas escolhas. Grandes quantidades permitem opções customizadas de materiais e estruturas, enquanto baixas quantidades geram a possibilidade de toques manuais. Por exemplo, a marca Are You produz velas de luxo em pequenas quantidades que precisam de diferentes rótulos com estilo "feito à mão" para cada fragrância.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

Fonte: Computer Arts Brasil, São Paulo, ano 6, n. 69, p. 61, maio 2013.