



**SNCT
2025**

**Semana Nacional De Ciência
e Tecnologia**

Planeta Água: a cultura oceânica para enfrentar
as mudanças climáticas no meu território



CompartilhArte
Semana de Arte
e Cultura



**INSTITUTO
FEDERAL**
Santa Catarina
Câmpus
Florianópolis

Design de Embalagens para pequenas empresas: projeto de extensão 2024-1

Raquel de Oliveira Bugliani¹ | raquelbugliani@ifsc.edu.br

Priscila Moura Ortiga | priscila.ortiga@ifsc.edu.br

alunos extensionistas - bacharelado em Design, Turma Design de Embalagem - 2024-1

RESUMO

O projeto de extensão em design de embalagens desenvolveu soluções para pequenos produtores da Grande Florianópolis, utilizando metodologia participativa que promoveu o protagonismo estudantil e a cocriação com a comunidade externa. Os estudantes identificaram demandas, construíram briefings colaborativos e desenvolveram seis projetos de embalagens para diferentes empresas parceiras. Os resultados qualitativos destacaram o processo de imersão, o diálogo constante e a transferência bidirecional de tecnologia entre universidade e comunidade. Como resultados quantitativos, foram gerados projetos para Maria Nuts, Recado Doce, Divino Oleiro, Moonlight Bakery, Divino Sabor e Fruto Tropical. Apesar da ausência de verbas para prototipagem física, o projeto cumpriu seus objetivos de fortalecer marcas e contribuir para a competitividade de pequenas empresas ou profissionais autônomos. A experiência evidenciou a relevância da extensão universitária como ponte entre conhecimento acadêmico e demandas reais do mercado, proporcionando formação prática aos estudantes e acesso a conhecimentos especializados para os empreendedores locais.

Palavras-chave: Extensão universitária; Design; Design de Embalagem.



1 INTRODUÇÃO

O design de embalagens constitui-se como ferramenta estratégica fundamental para pequenas empresas e profissionais que almejam aumentar sua competitividade e agregar valor aos seus produtos (Stewart, 2010). Em um cenário mercadológico saturado, a embalagem transcende sua função de proteção, consolidando-se como elemento estratégico de comunicação visual e posicionamento de marca. Para pequenos produtores, com recursos limitados para campanhas publicitárias, o design de embalagens representa uma alternativa acessível e eficaz de diferenciação no ponto de venda, atraindo a atenção do consumidor, comunicando a identidade da marca e tornando-se um veículo poderoso de storytelling empresarial (Lupton, 2022). Assim, o investimento em design de embalagens deve ser compreendido como estratégia de construção de marca e diferenciação competitiva. Diante deste contexto, o presente projeto de extensão universitária foi concebido para colaborar com a criação ou redesign de embalagens para pequenos produtores da Grande Florianópolis, desenvolvendo soluções atraentes e funcionais, alinhadas às tendências do mercado e contribuindo para o fortalecimento de suas marcas e crescimento de seus negócios.

2 MÉTODO

O projeto foi estruturado em cinco etapas metodológicas sequenciais, fundamentadas em princípios de Design Thinking (Brown, 2010) aliada ao método de Mestriner (2002), que utiliza ferramentas pré-determinadas para coleta e análise de dados. Na primeira etapa (prospecção), os estudantes identificaram empresas e profissionais com necessidades reais em embalagens, desenvolvendo habilidades de prospecção, análise de mercado e comunicação empresarial. Na segunda etapa (briefing), construíram-se colaborativamente briefings de projeto através de diálogos aprofundados sobre princípios de design de embalagens, contemplando aspectos visuais, funcionais, legais e sustentáveis, estabelecendo compreensão compartilhada para o desenvolvimento das soluções. Na terceira etapa (pesquisa de campo), realizou-se estudo de mercado para identificar características de venda de produtos similares e sua relação com embalagens, compreendendo o contexto competitivo e melhores práticas de cada segmento. Na quarta etapa (desenvolvimento), as embalagens foram desenvolvidas por meio de técnicas coparticipativas entre estudantes e comunidade externa, garantindo soluções condizentes com a realidade produtiva e viabilização técnica e econômica dos projetos. Na quinta etapa (documentação e compartilhamento), produziram-se dossiês técnicos detalhados com posterior compartilhamento às empresas parceiras, garantindo transferência de conhecimento e apropriação dos projetos desenvolvidos.

3 RESULTADOS

O processo de imersão destacou-se como resultado qualitativo principal, com os discentes exercendo protagonismo ao identificar empresas e profissionais com demandas em embalagens, desenvolvendo senso crítico e capacidade analítica em projetos inseridos em realidades concretas. O diálogo constante com a comunidade externa, por meio do método de design participativo, permitiu interação profunda com problemas reais através de relatos, trocas de experiências e sessões colaborativas de cocriação, nas quais as empresas contribuíram ativamente com sugestões e validações baseadas em seu conhecimento prático. Como diferencial, destaca-se a transferência de tecnologia bidirecional: as empresas aprenderam sobre o processo sistematizado de desenvolvimento de embalagens, apropriando-se de ferramentas aplicáveis futuramente, enquanto os discentes compreenderam a realidade operacional, restrições orçamentárias e desafios práticos empresariais, enriquecendo sua formação com conhecimentos que transcendem o ambiente acadêmico.

Como resultados quantitativos, contabilizaram-se os projetos de embalagens efetivamente desenvolvidos. No total, foram gerados seis projetos distintos, realizados por equipes de alunos com o suporte constante das professoras coordenadoras e, especialmente, com a participação ativa das empresas parceiras. Os projetos desenvolvidos foram: Embalagem para alimentos prontos infantis (Maria Nuts); Embalagem para doces presenteáveis (Recado Doce); Embalagem para venda de acessórios (Divino Oleiro); Embalagem para doces (Moonlight Bakery); Embalagem delivery para restaurante (Divino Sabor); e Embalagem para aromatizadores de ambientes (Fruto Tropical). Alguns dos resultados podem ser visualizados na Figura 1.

Figura 1 – Exemplos dos projetos desenvolvidos



Fonte: autoria própria

Cada projeto representou uma solução customizada, desenvolvida a partir das necessidades específicas e das restrições técnicas e orçamentárias de cada empresa parceira.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão em design de embalagens para pequenos produtores da Grande Florianópolis alcançou resultados significativos nos âmbitos educacional e social, demonstrando que a integração universidade-comunidade, mediada por metodologias participativas, gera benefícios mútuos e contribui para o desenvolvimento regional. Do ponto de vista educacional, proporcionou aos estudantes uma experiência formativa singular de aplicação de conhecimentos teóricos em contextos reais, desenvolvendo habilidades profissionais e formando profissionais mais autônomos e críticos. Para a comunidade externa, o projeto ofereceu acesso a conhecimentos especializados em design de embalagens que fortaleceram suas marcas e competitividade. Entretanto, a ausência de verbas de custeio restringiu a execução à produção de artes finais, sem prototipagem física, constituindo uma lacuna que limita o refinamento e testes das soluções. Outra dificuldade refere-se à mensuração do público real atingido, pois embora seis empresas participaram diretamente, o impacto indireto sobre consumidores finais não pôde ser quantificado com precisão. Apesar dessas limitações, o projeto cumpriu seu objetivo e evidenciou a relevância da extensão universitária como ponte entre conhecimento acadêmico e demandas sociais concretas.

REFERÊNCIAS

BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Tradução de Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LUPTON, Ellen. O Design como Storytelling. São Paulo: Olhares, 2022.

MESTRINER, F. Design de embalagem: curso básico. 2. ed. rev. [S. l.]: Pearson Education do Brasil, 2002.

STEWART, B. Estratégias de design para embalagens. São Paulo: Blucher, 2010.