

e formas: Unidade, segregação, unificação, fechamento, continuidade, proximidade, semelhança e pregnância da forma. [10]

A unidade pode ser constituída por um único elemento, que se define por si só, ou como parte de um todo, sendo um conjunto de vários elementos que se tornam um todo. A segregação é a capacidade da percepção em separar, identificar ou destacar unidades formais em um todo ou em partes deste. A unificação se configura na igualdade ou semelhança dos estímulos produzidos pelo campo visual contido no objeto. O fechamento constitui-se uma sensação de fechamento visual da forma, em que a mesma se dirige espontaneamente para uma ordem espacial que tende à formação de unidades em um todo.

A continuidade é a impressão visual, uma tendência dos objetos acompanharem uns aos outros, a fim de permitirem uma boa continuidade dos elementos. A proximidade pode ser observada quando mais objetos tendem a ser vistos juntos, no intuito de se tornar um todo, ou diferentes unidades dentro deste todo. A semelhança se constitui em uma igualdade de formas e desperta a tendência de construir unidades e estabelecer agrupamentos de partes semelhantes. Pregância da forma pode ser definida como qualquer padrão de estímulo que tende a ser visto como uma estrutura simples.

## AS EMBALAGENS DE CEREAIS

Os cereais estão sempre presentes nos mercados e são consumidos no mundo todo. Suas embalagens geralmente ficam expostas de forma bem visível nas gôndolas dos estabelecimentos e são visualmente chamativas pelo logotipo, cores, personagens, ilustrações.

A marca de grande destaque nesse segmento do mercado é a Kellogg's, responsável pela invenção e desenvolvimento desse produto, assim como o consumo de cereais no mundo todo. O cereal surgiu acidentalmente durante experimentos feitos pelo Dr. Kellogg e seu irmão, que buscavam uma alimentação mais saudável, gerando os flocos de trigo. Com algumas novidades, como adição de açúcar, criação dos flocos de milho e de arroz, o produto começou a conquistar cada vez mais clientes.

Mais tarde, com a fundação da empresa, os concorrentes começaram a surgir e a mesma passou a criar estratégias para se diferenciar dos demais. O nome "Kellogg's", escrito em vermelho, passou a ser utilizada nas embalagens; amostras do produto foram distribuídas gratuitamente através da apresentação de um cupom; criação de slogan; entre outras. Dessa forma a empresa passou a investir em novidades nos produtos, estratégias de marketing e promoções através de prêmios, brindes, jogos e folhetos para as crianças e adolescentes. Além disso, foi criado um personagem - Tony the tiger - que passou a ser impresso nas embalagens dos produtos, conquistando assim um grande público infantil.

No Brasil, a empresa chegou em 1961 com o lançamento de dois de seus principais produtos: "Sucrilhos" e "Corn Flakes". Sucrilhos se tornou tão popular e conhecido entre os brasileiros que muitos consumidores chegam a usar seu nome para denominar outros cereais concorrentes, fenômeno conhecido como sinônimo de categoria.

A empresa Kellogg's, existente há mais de cem anos, construiu uma imagem de confiança e qualidade pelo mundo afora. Através da criatividade de seu marketing, além do espírito empreendedor e ousado, a mesma se tornou grande líder do mercado de cereais e uma das marcas mais poderosas.

## MÉTODO DE DESENVOLVIMENTO

Primeiramente foi feito uma revisão bibliográfica incluindo assuntos como embalagens, ergonomia informacional, comunicação visual, percepção humana, etc. Posteriormente, através de um ofício de autorização, foram tiradas fotos das gôndolas de um mercado, sendo possível observar a disposição dos produtos, os aspectos visuais, o tamanho das embalagens, a quantidade presente nas prateleiras levando em conta a marca.

Através das fotos, foi possível fazer uma pré-seleção de alguns produtos, sendo escolhido somente um para a análise final. Dentre eles, estão presentes as embalagens de café (Figura 01), que possui uma grande quantidade de marcas; variedade de cores e o tamanho e