

progressivo aumento da competitividade no mercado, requisitos como parâmetros ergonômicos e de usabilidade tanto na parte estrutural, e principalmente visual e informacional são decisivos na escolha dos consumidores e, portanto, no reconhecimento dos produtos.

O Design de embalagens é diferente de praticamente todas as outras disciplinas de design, porque seu objetivo primário é, simplesmente, reconhecimento. Uma embalagem de sucesso requer, em primeiro lugar e, sobretudo, consistência. A embalagem se torna um símbolo de identidade que é constante, familiar e instantaneamente reconhecível. [9]

A ergonomia apresenta ferramentas importantes, as quais procuram conhecer as capacidades e limitações dos usuários, disponibilizando dados essenciais para o desenvolvimento de um bom produto, embalagem, identidade visual, etc. Numa definição mais recente, adotada pela Associação Internacional de Ergonomia - IEA (2005), a mesma pode ser considerada como uma disciplina científica relacionada ao entendimento das interações entre os seres humanos e outros elementos ou sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos a projetos a fim de otimizar o bem estar humano e a performance global do sistema.

A COMUNICAÇÃO VISUAL DAS EMBALAGENS E A PERCEPÇÃO HUMANA

A grande força da embalagem está no fato de o marketing ser uma batalha de percepções e não de produtos. Nesse sentido, a embalagem tem poder de fazer com que o produto seja percebido de uma certa maneira agregando a ele novos valores e significados. [3]

Dessa forma, as empresas buscam cada vez mais recursos para conquistar os consumidores através de embalagens atraentes.

A comunicação visual e as ideias transmitidas através dela podem definir o reconhecimento de um produto, visto que os elementos e a organização visual mexem com a percepção humana, possibilitando uma interação entre as informações apresentadas.

Esses estudos surgiram como reação às teorias contemporâneas estabelecidas e que se fundamentaram apenas na experiência individual e sensorial. Partem do princípio de que o objeto sensível não é apenas um pacote de sensações para o ser humano, pois a percepção está além dos elementos fornecidos pelos órgãos sensoriais. Eles se fundamentaram nas afirmações de Kant, de que os elementos por nós percebidos são organizados de forma a fazerem sentido e não somente através de associações com o que se conhece anteriormente. [10]

Para Engel, Blackwell e Miniard [11], estas percepções são compreendidas porque os estímulos da interpretação são altamente subjetivos e baseiam-se no que o consumidor tem da experiência anterior, sobre o número de explicações plausíveis que podem imaginar, sobre os motivos e os interesses no momento da percepção e da clareza do estímulo em si. Com isso, os princípios da Gestalt, um campo da psicologia que estuda a organização da percepção humana, são bastante utilizados na transmissão de informações, visto a grande importância que a parte visual apresenta.

Os princípios e categorias da Gestalt são um sistema de leitura visual que verifica como diferentes elementos da forma podem ser lidos e compreendidos de maneiras distintas pela percepção humana.

William James, filósofo norte-americano, influenciou muito os fundamentos dessa escola, ao considerar que as pessoas não observam os objetos como pacotes formados por sensações, mas como uma unidade, concluindo que a percepção do todo é maior que a soma das partes captadas. A fenomenologia de Edmund Husserl também teve influência na formação da Gestalt. Ela baseia-se no princípio de que toda consciência relaciona-se com alguma coisa e, nesse sentido, não é uma substância, mas sim uma atividade constituída por atos, percepção, imaginação, especulação, volição, paixão, entre outros, com os quais é possível visar algo. [12]

O cérebro possibilita uma interação entre os elementos apresentados a ele, utilizando-se de princípios da organização perceptual. Com isso, o mesmo possui a capacidade de auto-organização dos estímulos recebidos pelos sentidos.

De acordo com os princípios da Gestalt, existem oito aspectos principais na percepção de objetos