

SEMIÓTICA

Lorrana Cardoso de Souza. 20171101074. Design Gráfico.

QUEM É O CLIENTE?

Doja Cosmetics.

QUAL É O PÚBLICO?

Mulheres de **26 a 33 anos**, vaidosas, das **classes B e C**, moradoras das regiões **Sul e Oeste** do Rio de Janeiro, que amam **cuidados com a pele** e que não se importariam de **pagar mais caro** pelo produto, se o mesmo possuir **qualidades e resultados** comprovados.

QUE PRODUTO ELE ENCOMENDOU?

Embalagens para **2 produtos**: 1 Protetor solar e 1 Hidratante.

OBJETIVOS DO PROJETO:

Mostrar através de uma embalagem **Clean: A seriedade, poder, beleza e qualidade**, fazendo com que o público se **sinta importante** por estar usufruindo do produto.

CONS TRU ÇÃO

Nome e sobrenome

19 respostas

Melina Rocha

Kaliane Trindade

Camila Pereira

Thaynná Bastos

Eduarda Nogueira

Maria Aparecida

Lilian Souza

Thaís Joyce

MANOELA FERREIRA

Nome e sobrenome

19 respostas

Ayra maria

Thamires Nascimento

Evelyn Caroline

Caroline onesia

Sevênia Souza

Ana Fadalti

Larissa Pedrosa

Bianca burlamaqui

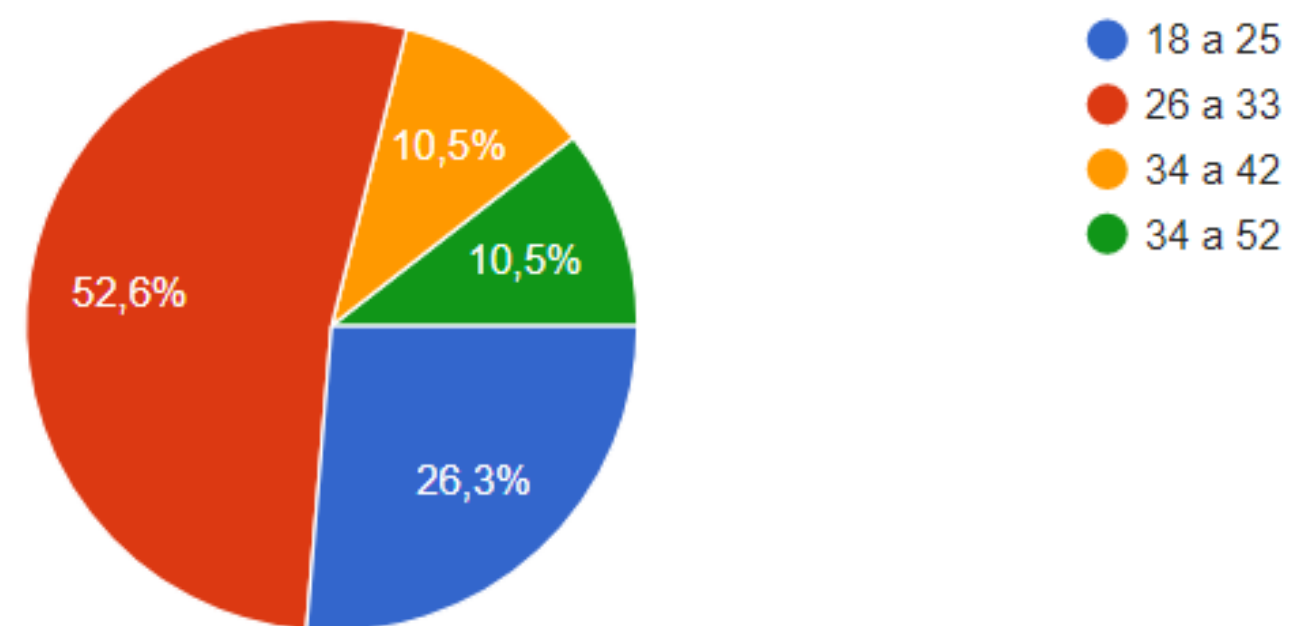
Gabriela Leite

Raquel Travassos

Formulário feito
pela plataforma
Google.

Qual sua faixa etária

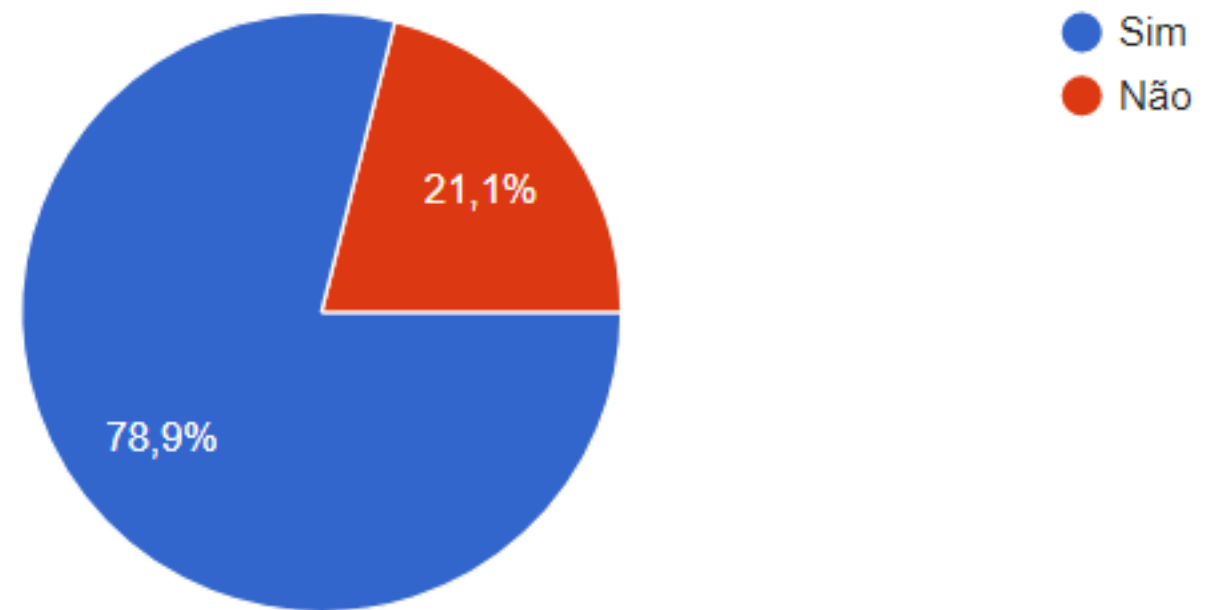
19 respostas



Formulário feito
pela plataforma
Google.

Você se considera uma mulher vaidosa?

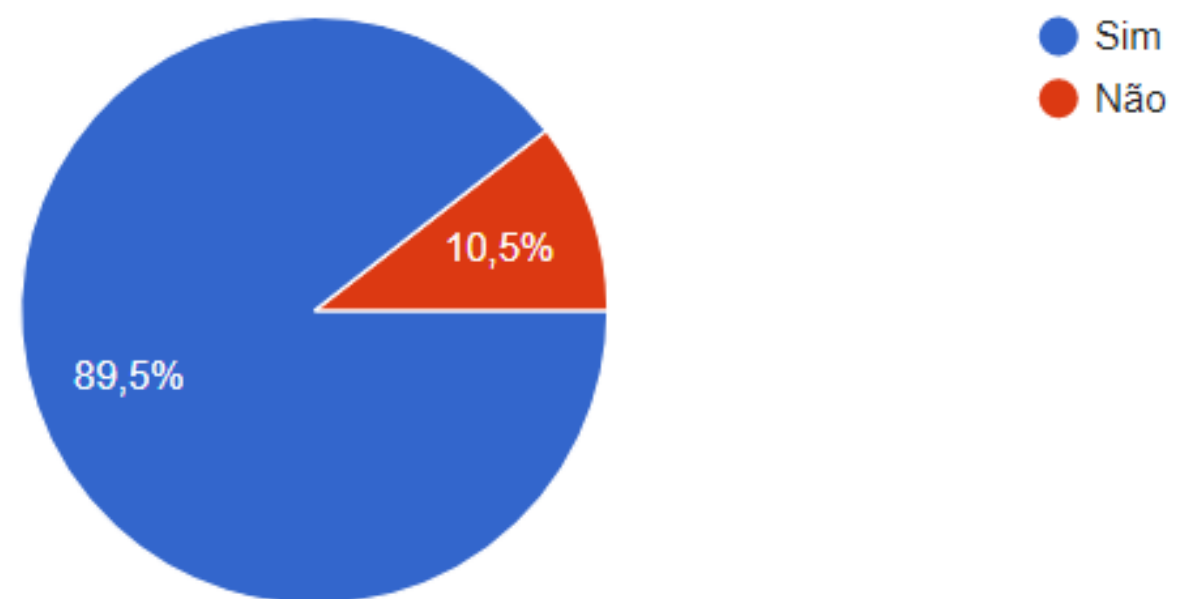
19 respostas



Formulário feito
pela plataforma
Google.

Você tem o costume de cuidar da sua pele?

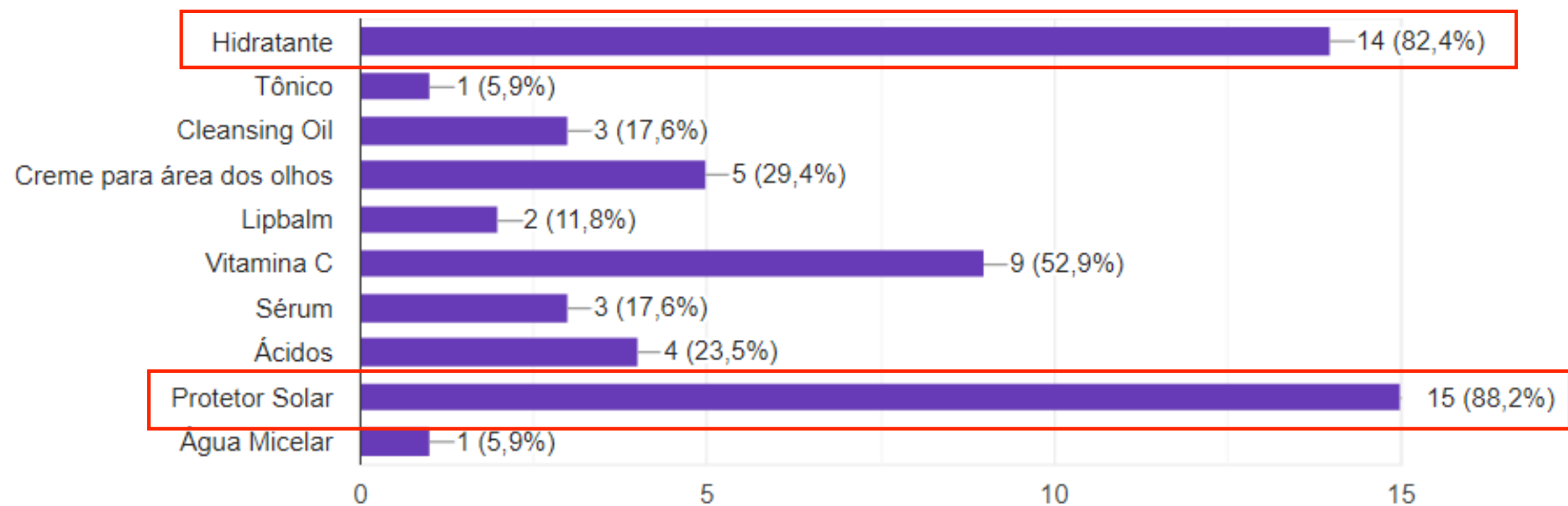
19 respostas



Formulário feito
pela plataforma
Google.

Se sua resposta anterior foi sim, o que não pode faltar na sua rotina de cuidados com a pele?
(Marque mais de 1)

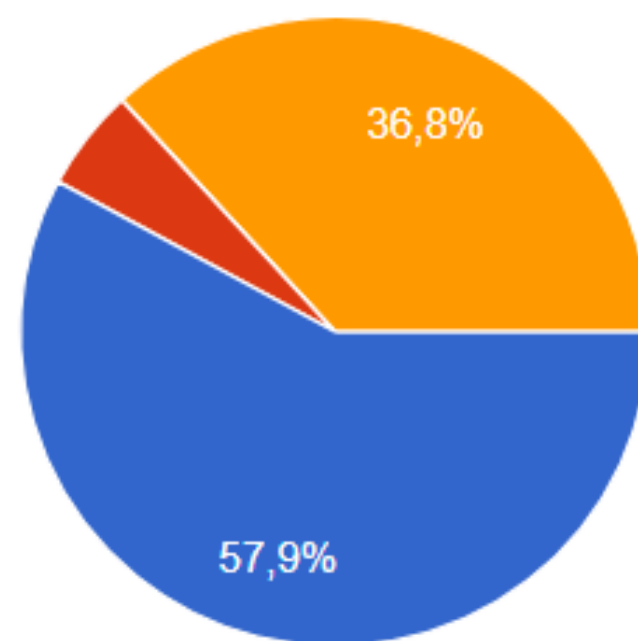
17 respostas



Formulário feito
pela plataforma
Google.

Sobre os itens que não podem faltar na sua rotina de cuidados: Você se importaria de pagar um pouco a mais para ter um produto com sua qualidade comprovada.?

19 respostas



- Sim
- Não
- Depende do quão mais caro seria

Formulário feito
pela plataforma
Google.

PER

SO

NA

QUAIS SÃO AS SUAS DORES?

Com sua agenda apertada, ela opta por uma rotina de cuidados minimalista. Mas, sempre se depara com cosméticos caros com qualidade mediana.

O QUE ELA FAZ NO DIA A DIA?

Além de ir trabalhar, estudar e ir a academia, ela ama ir em barzinhos, shows e festivais de música.

QUAIS SÃO OS SEUS VALORES?

- Empatia
- Honestidade
- Autoconfiança
- Respeito



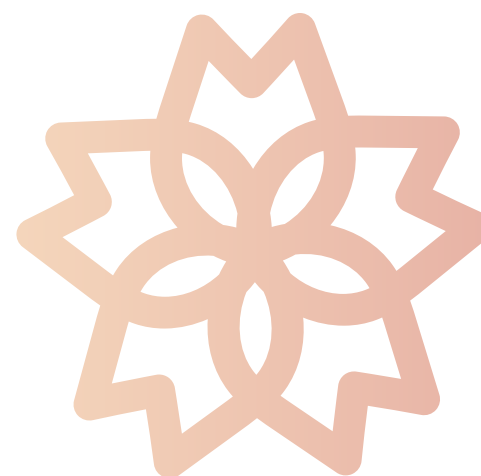
28 ANOS

Rio de Janeiro - Zo
Diretora de Arte
Vaidosa, tranquila
e segura de si.

DEFINIÇÃO DO CONCEITO

Em tempos em que o discurso sobre **amor próprio** vem ganhando muito mais força, **Doja Cosmetics** decidiu lançar a sua linha de cuidados chamada “**So(lar)**” juntamente com o slogan “**Seu corpo é a sua casa**” para transmitir: **sedução, carinho, leveza** e despertar o desejo de **auto cuidado**.

A escolha da palavra “Solar” veio por conta do **ingrediente estrela** dos produtos que são ricos em **Vitamina D**, mais conhecido como a “**Vitamina do Sol**”.



Doja.

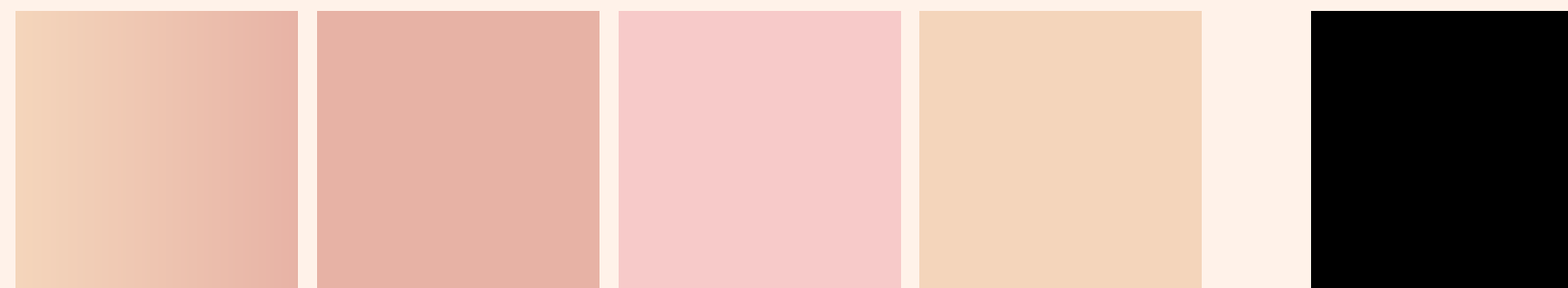
SO
{LAR}

seu corpo é a sua casa.

VI
SU
AL

Dimensão sintática.

CORES:



#F4D5BB #E7B2A5 #F7CAC9 #F4D5BB
+ #E7B3A6

TIPOGRAFIA:

Abril Fatface Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

VI
SU
AL

Dimensão sintática.

TIPOGRAFIA:

Montserrat Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat Bold Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Montserrat Black Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

PRODUTOS





Doja.

Pro+

++++ FPS 50

**PROTETOR SOLAR
FACIAL DIÁRIO**

- Fonte de VITAMINA D
- Controla o brilho
- Previne o envelhecimento
- Toque leve
- Alta proteção UVA/UVB

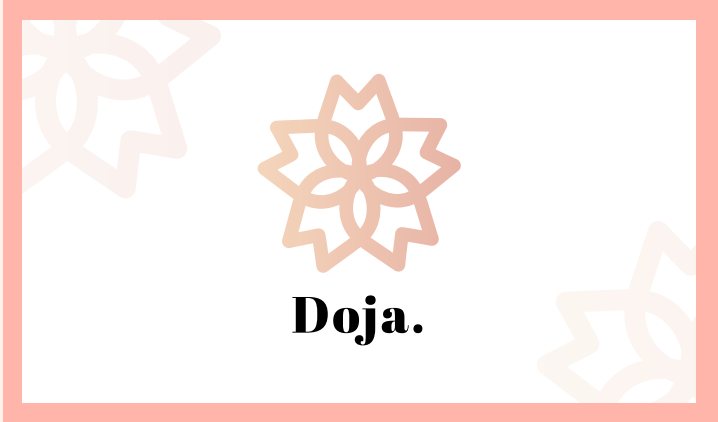
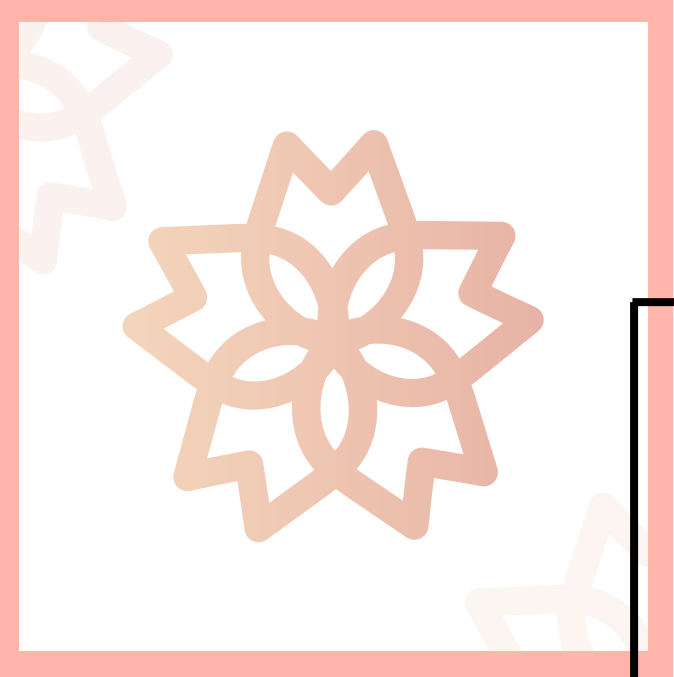
200G



Doja.

SO {LAR}

seu corpo é a sua casa.



Diretrizes sintáticas



Sobre as embalagens dos produtos:

Para o protetor solar foi escolhido uma **bisnaga plástica de 200g** na cor branca com **tampa Flip Top com batoque** rosa. A arte está na cor preta e possui variações de rosa pastel. A caixa em que o produto vai embalado é **retangular de base quadrada** na cor branca cuja a arte segue o mesmo padrão da bisnaga.

Para o hidratante foi escolhido um **frasco arredondado de vidro** transparente com tampa fosca na cor rosa. A arte do frasco segue nas cores preto e variações de rosa. A caixa é **retangular de base quadrada**, pequena e com **relevo** nas partes em que o logotipo da marca Doja Cosmetics aparece.

Diretrizes semânticas



Para a arte das embalagens foi escolhido como tom principal o **rosa pastel**, que remete a **sedução, auto-cuidado, feminilidade** juntamente com a **leveza da cor branca** que foi escolhido como background. Como a Doja Cosmetics pretende lançar mais produtos, a **posição estratégica da logomarca** como a primeira coisa na hierarquia da embalagem e o símbolo da logomarca com transparências nas caixas e embalagens foram para dar **mais ênfase a marca** para que as pessoas associem aos próximos produtos. Os nomes "**Hidra+**" e "**Pro+**" foram escolhidos para remeter que os produtos da linha solar tem um "**Plus**" que as diferenciam das outras. A escolha da embalagem de vidro para o hidratante foi para agregar mais **valor do produto** e a opção da bisnaga para o protetor foi para o diferenciar dos demais.

Diretrizes pragmáticas

SO
{LARY}
seu corpo é a sua casa.

De acordo com o tamanho dos cosméticos, tanto o hidratante e o protetor solar foram feitos para usar na pele do rosto. O que não impede da consumidora optar de passar pelo corpo (ele só não vai durar tanto), e também não impede que elas reutilizem as embalagens depois.

Referências

Lucia Santaella. **Semiótica Aplicada**. Cengage. Cap. 5.

Psicologia das cores. Disponível em: <<https://www.chiefofdesign.com.br/psicologia-das-cores/>>. Acesso em 29 abr 2020.

OBRIGADA!