

Potencialidades del Packaging

El concepto de packaging engloba todo aquello que implica la inclusión o protección de productos para la distribución, almacenaje y venta. Esto es, los envoltorios, etiquetados y envases. Es como se presenta un producto por lo que debe centrarse por sobre todo en captar la atención de los consumidores y comunicar efectivamente al usuario.

La presentación del artículo resulta esencial, ya que puede determinar que sea un éxito o un fracaso. Todo ello le otorga valor de marca a la empresa.

Por lo tanto una definición de packaging puede ser el envase que protege o envuelve un producto. Debe reunir una serie de características esenciales, como que tiene que ser adecuado para el mantenimiento, estar fabricado de unos materiales concretos, etc. Sin embargo, el propósito principal es **conseguir un packaging que marque las diferencias** en comparación con el resto de artículos.

Con el packaging no solo se persigue despertar la atención del cliente, sino que también consigue aportar una personalidad propia al producto. Lo refleja Alina Wheeler cuando dice *"los paquetes son marcas en las que confía lo suficiente como para llevarse a casa."*

Es una manera de mandarle un mensaje al consumidor para que se decida en el momento de la compra. Es darle **un valor añadido** al producto, como que resulte funcional, reutilizable o que cuente con un diseño original y atractivo. Steve Jobs dice sobre esto: *"Un huevo de gallina es, simplemente, una obra de arte, una obra maestra de diseño y construcción con, hay que decirlo, ¡un empaque brillante!"*

Entendiendo esto como nuestro tema central, presentamos la idea de usar todas las potencialidades del packaging en todos sus momentos: embalaje, transporte, exhibición, uso y desuso; e intentamos presentar formas de hacerlo para que las empresas tomen conciencia del packaging que ponen en el mundo.

La idea es que como usuarios tengamos un deseo de reutilizar las cosas que ya existen y tenemos y que las marcas y sus diseñadores lleguen con propuestas para facilitar esto mediante propuestas entretenidas, tutoriales, talleres y preocupación por la economía circular en sus empresas.

La **economía circular** se presenta como un sistema de aprovechamiento de recursos donde prima la reducción de los elementos: minimizar la producción al mínimo indispensable, y cuando sea necesario hacer uso del producto, apostar por la reutilización de los elementos que por sus propiedades no pueden volver al medio ambiente.

Es decir, la economía circular aboga por utilizar la mayor parte de materiales biodegradables posibles en la fabricación de bienes de consumo para que éstos puedan volver a la naturaleza

sin causar daños medioambientales al agotar su vida útil. En los casos que no sea posible utilizar materiales eco-friendly el objetivo será facilitar un desacople sencillo para darle una nueva vida reincorporándolos al ciclo de producción y componer una nueva pieza. Cuando no sea posible, se reciclará de una manera respetuosa con el medio ambiente.

Entonces en resumen es como podemos aprovechar el packaging que ya tenemos y el que se necesitará en el futuro para crear nuevas cosas. Se sabe toda la basura y problemas que hay en el planeta por el plástico y envoltorios mal pensados, queremos representar esta realidad y mostrar artísticamente todo lo posible de crear con esos materiales y la potencia que tiene para las empresas tener un producto que llame a reutilizar y darle otro sentido a su packaging dándole una diferenciación y valor agregado a su marca.

La manera de mostrarlo será un video narrando argumentativamente la postura mediante a imágenes y acciones en torno al packaging mostradas en secuencia usando inspiración de referentes en exponer objetos y situaciones artísticamente tal como Pepi de Boissieu y su exposición de las bolsas de plástico, también en como muestra los colores naturales y dice usar los colores naturales que *“Me transmiten realidad en cuanto a la organicidad de los colores. Con un color flúor o un neón el mensaje sería más sintético. Mi mensaje va ligado a la tierra, la naturaleza y el mediterráneo.”* Y Tadashi Kawamata que utiliza en sus obras cosas que algunas personas podrían considerar como basura en sus obras con madera y desechos.

Lo del foodstyle de Pepi y Antoni Miralda también lo nombramos porque ven en cosas que son comida o para una función específica una transformación al arte en como fotografiarlas y exponerlas, eso quiero mostrar en el video también y **las maravillas de un paquete en desuso que puedes ser una infinidad de cosas.**

“Un gran diseño es una relación de múltiples capas entre la vida humana y su entorno”. Naoto Fukasawa

Este multipropósito de los productos también es pensado en no dejar nada al azar y pensar en toda la vida de tu producto, pensando un poco en lo que dice Dieter Rams *“nada debe ser arbitrario o dejado al azar. El cuidado y la precisión en el proceso de diseño muestran respeto hacia el usuario.”*

Estas ideas de uso del packaging de productos en desuso o que han terminado su vida útil no es una idea nueva, sino que es un llamado al entusiasmo de las personas a tomar partido en lo que pasa con sus desechos y exigirle a las grandes y pequeñas empresas de operar en conjunto con la comunidad y el planeta aspirando a una economía circular, al futuro y a que su packaging de productos dure más que solo el viaje a la casa del cliente, usar todo su potencial material y cuidar el planeta.