



A DISPOSIÇÃO DE INFORMAÇÕES E TEXTOS LEGAIS NUMA FERRAMENTA DE AUXÍLIO PARA O DESENVOLVIMENTO DE EMBALAGENS DE BEBIDAS E ALIMENTOS PRÉ-MEDIDOS

Raquel de Oliveira Bugliani¹

Beatriz Figueiró²

Sérgio Henrique Prado Scolari³

Resumo

As diretrizes para o uso de informações e textos legais em embalagens de bebidas e alimentos pré-medidos encontram-se, no Brasil, nas normativas que regulamentam a produção e rotulagem destes produtos. Estas, por sua vez, estão dispersas na Internet ou disponíveis junto aos órgãos de competência, ANVISA e MAPA. Porém, seu conteúdo, ao abordar os diversos aspectos envolvidos na fabricação e comercialização dos produtos, e seu formato, de texto contínuo, dificulta o resgate de dados por parte dos designers. Assim, nota-se a necessidade de desenvolvimento de uma ferramenta que sistematize e disponibilize as informações úteis ao universo do designer gráfico, dispostas nas normativas. Neste sentido, este artigo apresenta uma breve explanação acerca do uso dos elementos textuais na rotulagem de bebidas e alimentos pré-medidos e investiga as qualidades necessárias para o desenvolvimento de tal ferramenta.

Palavras-chave: Informação; Design; Embalagem.

Abstract

In Brazil, the guidelines for the use of textual information and legal texts in pre-packed food and beverage are under the rules that regulate the production of these types of products. These rules, on the other hand, are scattered on the Internet or available at agencies such as ANVISA and MAPA. However, its content, that approaches several aspects involved in the manufacture and commercialization of products, along with its continuous text format, make it difficult for designers to search for useful data. Thus, it is possible to notice the need to develop an interactive and dynamic tool that organizes and disposes useful information for designers. In this sense, this paper presents an investigation on the package development process, focusing on the process of labeling particularities and on aspects related to textual and non-textual information layout, which can collaborate to the efficiency of the new tool.

¹ Mestre, UNOPAR, raquelbugliani@gmail.com

² Graduanda, UNOPAR, beatrizfigueiro@gmail.com

³ Mestrando, UNESP, scolari.sergio@gmail.com

Key words: Information; Design; Package.

1. Introdução

Para a elaboração da rotulagem de bebidas e alimentos pré-medidos, o designer utiliza tanto elementos estético-formais textuais como não textuais.

Diretrizes para a manipulação dos elementos de natureza não textual podem ser facilmente encontradas em livros, apostilas, entre outros materiais sistematicamente elaborados. Já as diretrizes para os componentes de cunho textual, por sua vez, apresentam-se dispersas junto aos *websites* dos órgãos que regularizam a rotulagem deste tipo de produtos no Brasil: a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Como consequência, o designer que necessita conhecer os componentes textuais a serem inseridos na rotulagem destes produtos enfrenta, hoje, 4 problemas: 1) saber em que órgão de competência as normativas contendo este tipo de informação estão disponibilizadas; 2) localizar as normativas nos *websites* destes órgãos; 3) encontrar as informações no conteúdo das normativas; e 4) compreender as informações ali dispostas.

A ausência de um veículo que concentre este tipo de informação e supra as dificuldades relatadas, levam hoje a uma prática comum de determinar o conteúdo textual das rotulagens, apenas comparando-as às embalagens dos produtos concorrentes. Entretanto, esta pode ser uma prática arriscada, pois as informações dispostas nas embalagens concorrentes podem não estar cumprindo as exigências legais, uma vez que as fiscalizações neste âmbito, ainda são falhas.

Assim, nota-se a necessidade de desenvolvimento de uma ferramenta de auxílio para facilitar o resgate e transmissão do conteúdo. Para tal, são necessárias a compilação e sistematização dos dados, e a seqüente disponibilização dos mesmos por meio de uma ferramenta digital on-line.

Neste sentido, este artigo apresenta uma breve explanação acerca do uso dos elementos textuais na rotulagem de bebidas e alimentos pré-medidos e investiga as qualidades necessárias para o desenvolvimento de tal ferramenta.

2. O Universo da Embalagem

Desde as primeiras sociedades comerciais, a embalagem vem sendo utilizada como meio para a proteção, o transporte, a armazenagem e a venda dos produtos (FIELL; FIELL, 2001). Atualmente, ela faz parte de um dos setores industriais com importância estratégica reconhecida mundialmente (MADI, 2000), uma vez que se trata do maior veículo impresso utilizado pela sociedade (SERAGINI, 1996a).

O designer que atua neste segmento deve estar apto a trabalhar com a convergência de 4 tipos de necessidade: a do fabricante, com a demonstração apropriada de seu produto, como forma de garantir inserção e permanência no mercado; a das indústrias convertedoras, envasadoras e

gráficas, de modo a atender requisitos técnicos e utilizar os recursos disponíveis de maneira adequada; a do consumidor, que necessita de um invólucro eficiente, tanto do ponto de vista estrutural como comunicacional; e da legislação, garantindo a veracidade e precisão das informações dispostas nas rotulagens.

Assim, a embalagem configura-se como um conjunto entre arte, ciência e tecnologia (MOURA; BANZATO, 1997; SERAGINI, 1996a; SERAGINI, 1996b). Insere-se num contexto de trabalho complexo e intenso com a finalidade de desenvolver processos de conservação e proteção dos alimentos, novos materiais, pigmentos, adesivos e sistemas de fechamento e envase, além de pesquisas no âmbito acadêmico, que objetivam maior eficiência e destaque em um cenário global cada vez mais competitivo.

3. Rotulagem de alimentos

No contexto relatado, o Design, especialmente o gráfico, tem contribuído de forma decisiva, com soluções efetivas que se manifestam por meio do ordenamento de elementos estético-formais textuais e não textuais (VILLAS BOAS, 2000). Tal atividade proporciona uma diferenciação do produto e estabelece um canal de comunicação direto com o consumidor (HELLER; DRENNAM, 1997).

Estudos acerca das embalagens têm sido cada vez mais constantes em cursos técnicos, de graduação, pós-graduação e de aperfeiçoamento, e uma maior gama de livros, apostilas e sites especializados no assunto têm sido apresentados. Entretanto, no campo do Design, os conteúdos abordados sobre embalagem restringem-se às suas funções básicas, aspectos mercadológicos (marketing e logística), meio-ambiente, matérias-primas e processos, entre outros, e não chegam a tratar, de forma direta e abrangente, do uso de informações e textos legais. As informações e textos legais são elementos de caráter textual que devem constar na rotulagem dos produtos. Têm por finalidade demonstrar ao consumidor as características do conteúdo, eliminando ou reduzindo falhas e interpretações equivocadas no momento de compra e de uso.

O segmento de bebidas e alimentos pré-medidos representa 65% do mercado brasileiro de produtos embalados (MESTRINER, 2005). É o que possui maior número de normativas que envolvem elementos textuais a serem utilizados na rotulagem. É também, caracterizado pelo auto-serviço, em que as embalagens são responsáveis, de maneira mais intensa, pela concretização da compra. Assim, devem valer-se da qualidade da composição estético-formal, e ainda, estarem munidas de conteúdo informativo (TAMBINI, 1997). Entretanto, é possível detectar que em alguns produtos inseridos no mercado, há casos de ausência ou uso inadequado de informações. Hipóteses para tal podem ser a falta de conhecimento acerca da existência das normativas, a não compreensão de seus conteúdos, ou mesmo, a negligência em virtude do controle deficitário executado pelos órgãos de competência.

No Brasil, as normativas específicas que regulamentam a rotulagem de bebidas e alimentos pré-medidos são estabelecidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que determinam quais serão e como

devem ser dispostas as informações textuais, fixando inclusive a proibição de algumas expressões vulgarmente utilizadas.

Alguns exemplos podem ser citados com a finalidade de se elucidar algumas diretrizes que influenciam diretamente no design do rótulo:

De maneira geral, a rotulagem de bebidas e alimentos pré-medidos deve conter: rotulagem geral; rotulagem nutricional e; *claims* (informações nutricionais complementares). Fazem parte da rotulagem geral: Nome do produto, lista de ingredientes que o compõe; quantificação em massa ou volume, prazo de validade e identificação da origem do produto. Já a rotulagem nutricional é composta por: composição (ingredientes), e tabela nutricional. Por fim, os "*claims*", trazem especificidades características do tipo de produto (AGÊNCIA..., 2007).

No caso da rotulagem nutricional, as normativas definem a obrigatoriedade de se apresentar a quantidade e o percentual de uma série de elementos presentes em uma determinada porção do produto. Ainda, é exigida uma equivalência em medida caseira para a porção utilizada no cálculo, e o quanto isso representa para o total de nutrientes recomendados para a ingestão diária. A mesma normativa, recomenda também que as informações nutricionais sejam demonstradas por meio de 1 dos 3 modelos de tabelas nutricionais estabelecidas, com o intuito de facilitar a visualização e compreensão por parte do consumidor. Porém, é possível detectar que no mercado, esta recomendação nem sempre é cumprida, havendo produtos que nem as informações nutricionais apresentam (AGÊNCIA..., 2001).

A quantificação em massa ou volume é outro exemplo de como uma informação legal interfere no design do rótulo. Neste caso, não basta especificá-lo, pois é necessário que seja feito um cálculo que leva em consideração a área da vista principal do rótulo, que determinará a altura mínima em milímetros, dos caracteres gráficos com que esta informação deverá ser apresentada (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO..., 2002).

Outro exemplo são aqueles produtos que possuem especificações (*claims*), como pode ser observado na categoria de vinhos, que deve apresentar todas as informações legais e ainda uma quantificação do valor alcoólico da bebida impressa na vista principal da rotulagem (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA..., 2002).

Existem ainda possíveis características do produto proibidas de serem mencionadas, como as expressões: "contém cálcio" e "não contém colesterol", comumente utilizadas nas categorias de leite e óleos vegetais, respectivamente. Isso, porque estas são características inerentes a estes tipos de produto. O mesmo ocorre quanto ao uso das expressões "natural", "artesanal" e "caseiro" em produtos processados, uma vez que estas características não podem ser comprovadas em virtude de todos os componentes e processos envolvidos na produção (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA..., 1997).

Com os exemplos apresentados, é possível notar que no projeto de embalagens o designer enfrenta alguns obstáculos, e que o conhecimento prévio quanto ao uso adequado das informações e textos legais, é de fundamental importância. Munido destas informações, o designer é capaz de planejar os atributos gráficos que representarão o produto apropriadamente.

O processo utilizado atualmente para a recuperação das informações pode ser dividido em quatro etapas (Figura 1):

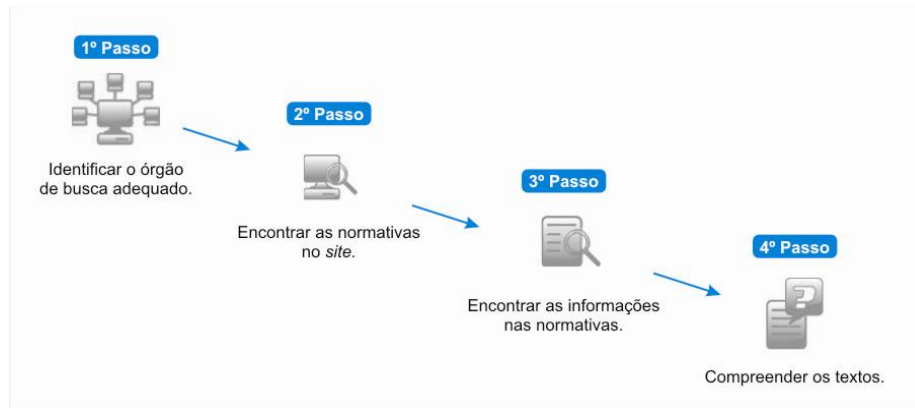


Figura 1.: Fluxograma dos passos necessários para a obtenção dos textos e informações legais para a rotulagem de bebidas e alimentos pré-medidos.

1º etapa – Identificar o órgão adequado para a busca - Nesta etapa o designer deve ter conhecimento da existência das normativas e dos órgãos de registro. Também é necessário conhecer previamente as atribuições de cada um dos órgãos para dar início ao processo. Entretanto, a maior dificuldade reflete-se no fato de não haver, com precisão, uma determinação de registro de produtos nos órgãos que siga critérios relativos ao tipo de produto a ser embalado, categoria a que pertence, ou mesmo sua origem;

2º etapa – Encontrar a normativa no *website* - A dificuldade de localizar as normativas nos *websites*, tanto da ANVISA, quanto do MAPA, dá-se em virtude da grande quantidade de informações neles disponíveis, referentes também a outras atribuições dos órgãos. Ademais, a disponibilização dos dados de maneira pouco facilitadora, em menus não indutivos, com terminologias diversas, e muitos caminhos para se chegar à mesma informação, acarretam insegurança e erros durante a navegação, que nem sempre é concluída com sucesso;

3º etapa – Encontrar as informações na normativa - Nela, estão presentes determinações para toda a produção e comercialização do produto. Além disso, o fato de estarem dispostas em formato de texto contínuo e linear dificulta a procura de acordo com a necessidade específica;

4º etapa – Compreender os textos relativos especificamente à rotulagem - A grande quantidade de termos técnicos e apresentação das informações apenas de forma textual, tornam o documento pouco representativo perante o universo do Design.

O uso adequado dos elementos textuais, assim como qualquer outro tipo de informação que conste nas embalagens é de responsabilidade dos fabricantes. No entanto, em muitos casos, esta é repassada ao designer, justificada pela interferência direta na composição gráfica. O designer, por sua vez, mediante as dificuldades apresentadas no âmbito do projeto e a facilidade com que informações podem ser coletadas nos produtos concorrentes, pratica a reprodução dos conteúdos textuais. Tal atitude,

contudo, não é recomendada, dada a impossibilidade de assegurar a veracidade das informações.

Assim, reforça-se a necessidade de uma ferramenta de auxílio para a recuperação e apresentação das informações de forma mais segura, precisa e adequada aos designers.

4. Uma ferramenta: qualidades requeridas

A construção da referida ferramenta deve levar em consideração a maneira com que as informações são organizadas, uma vez que este fator interfere diretamente na compreensão da mensagem, evitando equívocos e a insatisfação por parte do receptor. Spinillo (2002) relata que estudos no campo do Design têm sido voltados ao melhor uso da informação e podem ser empregados tanto para o desenvolvimento de ferramentas gráficas quanto digitais.

Por sua vez, a ferramenta digital, mais precisamente o *website*, apresenta algumas vantagens neste caso, a saber: a facilidade de dispor informações de maneira ágil, propiciando uma constante atualização; a capacidade de armazenar dados de forma ilimitada; o acesso ao acervo, independente da localidade do usuário; a rapidez em recuperar dados e selecioná-los de acordo com a necessidade; a promoção de recursos gráficos e de movimento, tais como ilustrações e animações que, utilizadas juntamente com os elementos textuais, podem influenciar positivamente a usabilidade do *website* e ampliar a compreensão do conteúdo disposto; além da diminuição de custos de produção e da utilização de recursos naturais.

Neste sentido, a ferramenta proposta pode ser estruturada com base no seguinte direcionamento: disponibilizar as informações de acordo com o produto a ser rotulado, eliminando a necessidade do designer conhecer previamente o órgão de controle de cada produto especificamente; proporcionar resultados de busca de forma direta, demonstrando apenas as informações requeridas; apresentar os resultados de busca valendo-se de elementos textuais e não-textuais para uma demonstração apropriada de sua aplicação.

Neste contexto, a disposição da informação está relacionada diretamente às estruturas de hipertexto e hipermídia, e as vantagens que elas proporcionam em relação à disposição linear e contínua de informação.

Hipertexto vem do grego *hiper* e significa exagero/ excesso. Exprime a idéia de escrita/ leitura não linear em um sistema de informática (LÉVY, 2000), que funciona por meio de uma linguagem especializada (html), como uma seqüência de documentos interligados (RADFAHRER, 2001), em formato reconfigurável e fluido (LÉVY, 1996), caracterizando-se assim como interativo (GOMES FILHO, 2003).

Como vantagem, apresenta a possibilidade do uso de textos gigantescos, que podem ser lidos parte a parte, numa ordem em que o usuário escolhe. Assim, destaca-se como meio para valorizar a transmissão de informação, dotando o usuário da sensação de controle, num processo ativo de interação (NIELSEN, 2000), em que é possível resgatar informações conforme a necessidade.

Já a hipermídia é a utilização de hipertextos com diferentes mídias (som, fotos, vídeos, entre outros) (RADFAHRER, 2001). Trata-se de um recurso que utiliza imagens estáticas e dinâmicas, com sons ou não, para transmitir informações com maior eficiência, quando comparadas às informações restritas ao cunho textual (SCOLARI; PASCHOARELLI, 2005; WEINMAN, 2001).

O uso destas ferramentas tecnológicas possibilita a disposição das informações de maneira diferente do que hoje é encontrado nos documentos disponibilizados pelos órgãos. Assim, idealiza-se um aprimoramento no processo de busca, gerando um ambiente que supre as necessidades e ao mesmo tempo, é fácil de usar, como já esperam hoje, os usuários de meios digitais (JORDAN, 2002).

5. Considerações Finais

O uso de informações e textos legais no segmento de bebidas e alimentos pré-medidos, ditados pelos órgãos de registro de produtos, visa promover a veracidade e precisão das informações dispostas na rotulagem.

O emprego adequado destas informações é fundamental tanto para as empresas, na medida em que revelam as exatas características do conteúdo, atribuindo credibilidade à marca; como para o consumidor, que tem a possibilidade de conhecer precisamente o que consome.

Neste contexto, é de fundamental importância para o designer, como articulador desta interface, ter conhecimento prévio destas informações. O contato antecipado com estes aspectos apresenta a vantagem de permitir uma avaliação da quantidade e do formato das informações, e a interferência que terão durante o processo de composição da embalagem, evitando readequações futuras.

Logo, a construção de uma ferramenta de auxílio, desenvolvida por meio da compilação, sistematização e disponibilização dos dados, valendo-se das vantagens e possibilidades advindas do uso do hipertexto e da hipermídia, juntamente com uma maneira mais direta de dispor as informações, projeta-se como um avanço para o segmento do Design de embalagens.

6. Referências

- [1] AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **Rotulagem Nutricional Obrigatória**: Manual de orientação às indústrias de alimentos. Brasília: Ministério da Saúde, Agência Nacional de Vigilância Sanitária/ Universidade de Brasília, 2001.
- [2] AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). **Rotulagem Nutricional Obrigatória**: Manual de orientação aos consumidores, educação para o consumo saudável. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br/alimentos/>>
- [3] rotulos/Manual_rotulagem.PDF>. Acesso em: 04 mar. 2007.
- [4] FIELL, C; FIELL, P. **Design Industrial A-Z**. Köln: Taschen, 2001.

- [5] GOMES FILHO, J. **Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica**. São Paulo: Escrituras Editora, 2003.
- [6] HELLER, S; DRENNAN, D. **The digital designer: the graphic's artist's guide to the new media**. New York: Watson-Guptill Publications, 1997.
- [7] JORDAN, P. W. **Designing Pleasurable Products: An introduction to the new human factors**. London and New York: Taylor & Francis, 2002.
- [8] LÉVY, P. **Cibercultura**. 2ed. São Paulo: Editora 34, 2000.
- [9] _____. **O que é o Virtual?**. São Paulo: Editora 34, 1996.
- [10] MADI, L. **BRASIL Pack Trends 2005 - Embalagem, Distribuição e Consumo**. Campinas, SP: CETEA/ITAL, 2000.
- [11] MESTRINER, F. **Design de embalagem: curso básico**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- [12] MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Regulamento técnico para fixação de critérios para indicação da denominação do produto na rotulagem de bebidas, vinhos, derivados da uva e do vinho e vinagres**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2002.
- [13] MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Regulamento técnico para rotulagem de alimentos**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 1997.
- [14] MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR (MDIC); INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, NORMALIZAÇÃO E QUALIDADE INDUSTRIAL (INMETRO). **Regulamento Técnico metrológico a que se refere a portaria INMETRO nº 157, de 19 de agosto de 2002**. Brasília: Inmetro, 2002.
- [15] MOURA, J. A., BANZATO, J. M. **Embalagem, unitização & containerização**. 2.ed. São Paulo: IMAM, 1997. p.1-79.
- [16] NIELSEN, J. **Projetando websites**. Rio de Janeiro: Campus, 2000. Tradução de Ana Gibson.
- [17] RADFAHRER, L. **Design/Web/Design**. São Paulo: Market Press, 2001.
- [18] SCOLARI, S. H. P; PASCHOARELLI, L. C. **HCI: Qualidades, componentes e critérios ergonômicos**. Bauru: UNESP-FAAC, 2005. Trabalho de conclusão da disciplina Design Ergonômico, Mestrado em Design, Departamento de Design.
- [19] SERAGINI, L (a). A arte do irresistível. **Design Gráfico**. São Paulo, v.7, p.44-50, 1996.
- [20] _____. (b). O universo da embalagem. **Abigraf**. São Paulo, p.42-43, 1996.
- [21] SPINILLO, C. G. Instruções Visuais. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v.9, n.3, p.31-50, out. 2002.
- [22] TAMBINI, M. **O design do século**. São Paulo: Editora Atica, 1997.
- [23] VILLAS-BOAS, A. **O que é (e o que nunca foi) design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

-
- [24] WEINMAN, L. **Projetando gráficos na web 3**. Como preparar imagens e mídia para a web. 3 ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderana, 2001.