



## Design de símbolo para rótulos de alimentos destinados aos intolerantes à lactose

Autor: Terra, Julia; Graduada em Design Gráfico; Universidade Federal de Pelotas  
[juliacterra@gmail.com](mailto:juliacterra@gmail.com)

Orientador: Weymar, Lúcia; Professora Doutora; Universidade Federal de Pelotas  
[luciaweymar@gmail.com](mailto:luciaweymar@gmail.com)

Palavras-Chave: Símbolo, Design de Identidade, Intolerância à Lactose, Rótulo.

Resumo: Esta investigação é parte de uma pesquisa maior a ser realizada como requisito parcial para a conclusão do curso de Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas. Considerando que os rótulos dos produtos sem lactose possuem carência de informação, ou a desorganização da mesma, o presente trabalho pretende utilizar os conhecimentos de Design Gráfico a fim de contribuir com a população que sofre com intolerância à lactose, a partir da criação de um símbolo que permita fácil identificação do produto nas gôndolas, garantindo que o mesmo possa ser consumido pela pessoa com devida restrição alimentar. Dessa forma, minimizaria um problema presente no cotidiano dos intolerantes (que fazem uma busca exaustiva por essas informações, para poder consumir o alimento) e, ainda assim, refletiria positivamente no número de vendas das empresas que adotassem tal método de identificação.



## Introdução

A intolerância à lactose, atualmente bastante discutida, define-se pela incapacidade parcial ou total de produzir a enzima lactase, responsável pela quebra do açúcar do leite no organismo. Como nas demais patologias alimentares, os intolerantes à lactose devem restringir o alimento nocivo e seguir uma dieta regrada. Por esse motivo, ler rótulos no supermercado torna-se parte de uma rotina, uma tarefa exaustiva e angustiante uma vez que nem sempre encontram-se informações claras sobre os ingredientes e sua origem na embalagem dos produtos.

Deste modo, a proposta desta pesquisa visa desenvolver projeto de design de identidade, mais especificamente visa projetar um símbolo a ser inserido nos rótulos que identifique que determinado produto possa ser consumido. O projeto de design serve, também, para alimentos não destinados aos intolerantes, cuja composição não possui leite. É necessário declarar que esta investigação é o princípio de uma pesquisa maior.

Historicamente, a embalagem foi uma importante ferramenta para o desenvolvimento do comércio em vilarejos e cidades. No princípio servia para armazenar o produto final e facilitar seu transporte, mas com a evolução econômica obteve novas funções como as de conservação e exposição do produto. Constantemente aprimoradas passaram a conquistar o consumidor pelo seu visual e tornaram-se uma poderosa ferramenta de *marketing* (NEGRÃO e CAMARGO, 2008).

A necessidade da embalagem começou a aparecer à medida que a vida do homem tornou-se gradativamente mais complexa; quando amadureceu a consciência de que passou a ser preciso armazenar; quando aumentou a distância entre sua moradia permanente ou semipermanente – provavelmente a caverna – e suas fontes de abastecimento; quando surgiram as primeiras divisões de trabalho, dentro do próprio núcleo familiar. [...] Mas a rigor, foi particularmente com a Revolução Industrial, após a invenção da máquina a vapor que a embalagem adquiriu complexidade. (TOGA, 1985, p. 25).

Segundo Seragini (2008), vivemos em um mundo de produtos embalados no qual quase 70% dos produtos comercializados utilizam embalagens. Em vista disso, o segmento industrial de embalagens está em constante ascensão. De acordo com Negrão e Camargo (2008), o faturamento no setor passou de R\$ 16,3 bilhões, no ano de 2000, para R\$ 31,5 bilhões, em 2007, representando um crescimento de 93,3% em apenas sete anos e, ainda assim, há dez anos atrás.

Hoje, a embalagem é o principal elemento que conecta o consumidor ao produto a respectiva marca. Através de uma rápida comunicação, ela desperta a atenção, informa e gera desejo pelo produto, até que o consumidor sinta a necessidade de adquiri-lo. Esse é o conceito do acrônimo AIDA (Atenção, Interesse, Desejo e Ação) criado por St. Elmo Lewis, em 1898, e atualmente estudado no campo do design para análise de comportamento do consumidor. Outros atributos responsáveis pela decisão de compra são praticidade, conveniência, facilidade de uso, conforto, segurança e proteção ao produto.

Uma embalagem bem elaborada impulsiona as vendas e posiciona a marca no mercado porque atende as necessidades e as expectativas do consumidor e pode torná-lo fiel à marca. Além de despertar o inte-



resse do consumidor pelo seu design, a embalagem é responsável, de acordo com a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) - órgão responsável pela regulação da rotulagem de alimentos no Brasil, por conter as informações nutricionais do produto de forma clara e precisa.

Após a publicação da Lei 13.305/2016, no dia quatro de julho de dois mil e dezesseis, a Anvisa iniciou o processo de regulamentação da declaração de lactose nas embalagens de alimentos nas quais os rótulos devem trazer a informação “Contém Lactose” imediatamente após, ou abaixo, da lista de ingredientes com caracteres legíveis que atendam aos requisitos descritos, exatamente igual ao enunciado “Contém Glúten”, já familiar aos consumidores.

A implementação dessa lei em nosso país é extremamente necessária, uma vez que existem inúmeros intolerantes à lactose no Brasil. Porém, ainda não é satisfatória porque o modo pelo qual esta informação está sendo divulgada não nos parece eficaz. Símbolos e cores são alguns dos princípios utilizados na comunicação das embalagens e passam a mensagem referente à marca e ao produto de maneira mais fácil e rapidamente. Esse tipo de comunicação é importante porque abrange um público maior já que não é necessário ser alfabetizado para interpretá-la, e será a estratégia utilizada para este projeto, ou seja, para o desenvolvimento do símbolo identificador a ser usado junto aos rótulos das embalagens.

Segundo Negrão e Camargo (2008), a embalagem é excelente ferramenta de *marketing* visto que pequenas alterações ou um reposicionamento estratégico refletem no volume de vendas, chegando a representar aumentos superiores a 100%. Portanto, mesmo que o projeto seja pensado, a princípio, para os consumidores que carecem dessas informações no seu dia a dia, essa alteração visual pode, também, beneficiar o mercado.

## Metodologia

De modo geral, este trabalho visa minimizar um problema presente no cotidiano dos intolerantes à lactose. Mais especificamente pretende projetar um símbolo a ser inserido nos rótulos que identifique que determinado produto possa ser consumido pelo público com restrição alimentar, e deste modo refletir positivamente no número de vendas das empresas que o implementarem em suas embalagens. Para isso, é necessário realizar uma revisão bibliográfica sobre design de identidade a partir da metodologia projetual de Wheeler (2008) e Frascara (2006), bem como estudar as relações de design de advertência para rótulos de embalagens, de acordo com Mont’Alvão (2002). É preciso, também, conhecer a legislação e o dicionário dos símbolos para posteriormente desenvolver o projeto de símbolo gráfico.

Com os objetivos gerais e específicos determinados, essa pesquisa provavelmente seguirá um método experimental que, segundo Gil (2008, p. 16), “consiste essencialmente em submeter os objetos de estudo à influência de certas variáveis, em condições controladas e conhecidas pelo investigador, para observar os resultados que a variável produz no objeto”. Sendo assim, será necessário, na parte prática, desenvolver o símbolo, aplicar às embalagens, e por conseguinte, observar a reação do público alvo, seja ela positiva ou não.



## Justificativa

Dados apontam que a intolerância à lactose atinge em torno de dois terços da população mundial (VESA et al., 2000). Já em âmbito nacional, estima-se que hoje sejam 52 milhões de brasileiros, de acordo com a Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição. E eu estou nessa estatística!

Por vivenciar as dificuldades como consumidora com restrição alimentar conheço os empecilhos e o tempo de dedicação que o consumidor necessita para buscar alimentos isentos de lactose. É fato: nós, intolerantes, precisamos ler todos os rótulos e suas letrinhas pequenas nas embalagens. E, mesmo assim, nem sempre as informações que buscamos estão lá. Também, ao pedir ajuda aos funcionários dos supermercados, percebemos um grande despreparo nessa área, pois muitas vezes eles não sabem o que significa lactose, e, por sua vez, ficam impossibilitados de oferecer um suporte ao consumidor.

Em vista dos fatos anteriormente mencionados pretendo, com a pesquisa, minimizar um problema que é desgastante e presente no cotidiano de muitas pessoas semelhantes a mim, e, ainda assim, aumentar o número de vendas das empresas que adotarem tal mudança em suas embalagens.

## Conclusão

Essa pesquisa é apenas o princípio de nossa investigação; não pretendemos, com ela, ter caráter conclusivo, mas sim, dar início ao desenvolvimento de um projeto de identidade maior durante a realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas, que possivelmente trará, através do design, benefícios ao mercado, e principalmente, aos consumidores intolerantes à lactose.

## Referências

- MONT'ALVÃO, Cláudia. Design de advertência para embalagens. 2 ed. Rio de Janeiro: 2AB
- FRASCARA, Jorge. **El diseño de comunicación**. Buenos Aires: Infinito, 2006.
- NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida. **Design de embalagem: do marketing à produção**. São Paulo: Novatec, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca: Um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- Portal Brasil. **Saiba como identificar a intolerância a lactose**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/eu-vou/saiba-como-identificar-a-intolerancia-a-lactose>> Acesso em 09 de agosto de 2016
- Câmara dos Deputados. **Legislação Informatizada - LEI Nº 13.305, DE 4 DE JULHO DE 2016 - Publicação Original**. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2016/lei-13305-4-julho-2016-783307-publicacaooriginal-150705-pl.html>> Acesso em 09 de agosto de 2016