

## Rótulo, Design e Informação

(...) Nós nos preocupamos para que os produtos venham bem embalados, a fim de evitar danos ao conteúdo, e que tenham todas as informações necessárias para um melhor entendimento por parte do consumidor no momento da compra



Ao contrário do que muita gente pensa, a rotulagem vai além da gravura e da marca estampada na embalagem. É, na verdade, uma grande estratégia de marketing que movimenta boa parte do mercado de design. Eles atraem, conquistam e, acima de tudo, precisam instruir o consumidor. Por isso, toda informação estampada no produto é fiscalizada.

Para cada segmento de produto existe um órgão regulamentador. No de gênero alimentício, por exemplo, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) é quem faz a fiscalização.

Os rótulos dos alimentos precisam obrigatoriamente conter informações de designação do produto, como lista de ingredientes, peso líquido, identificação sobre a origem, lote e prazo de validade. Eles devem trazer ainda a identificação do importador, no caso de alimentos importados, e instruções de preparo quando o produto não estiver pronto para o consumo. Além disso, devem trazer a rotulagem nutricional e descrição para os produtos que utilizam o corante tartrazina em sua formulação, por haver grande índice alérgico no ingrediente.

O código de defesa do consumidor teve um grande avanço quanto aos rótulos dos produtos nacionais. Segundo o designer e diretor da Herbert Perman Design (PE), Fred Perman, é difícil de imaginar que até pouco mais de uma década, os fabricantes não tinham de apresentar nenhuma informação na embalagem dos seus produtos. "Hoje, o consumidor e o próprio mercado estão bem mais maduros e conscientes. Existe uma cobrança muito grande nesse sentido. E acredito que os rótulos contêm, sim, as principais informações, mas claro que as coisas evoluem e novas necessidades e demandas são criadas".

Analisar a rotulagem dos produtos não é dever apenas dos órgãos de fiscalização. Até porque isso não se restringe apenas ao fato de constar a informação, mas se ela está clara para o consumidor. Será que essas informações ficam realmente entendíveis pra o consumidor? De quem é o papel de esclarecer essas informações e como eles se preocupam com o consumidor? É aí onde entra a figura do designer. Esse profissional, além de desenhar um rótulo atraente e buscar exibir o maior número de informações, precisa se preocupar com a clareza, informando da forma mais simples, para que todos os consumidores possam entender.

A maior preocupação do diretor da Quadrante Design (MA), João Raposo, ao fazer um rótulo, é que ele seja reconhecido e compreendido pelas pessoas a quem se destina. "O maior erro é fazer um projeto cujo foco não seja o consumidor. Além disso, o rótulo deve ser um elemento de distinção do produto, destacando-o na prateleira", Raposo completa que costuma ver rótulos confusos e difíceis de ler. "O papel do designer é traduzir essas informações da melhor maneira possível, conciliando legibilidade e uma quantidade infinita de informações com a necessidade do produto se destacar e conquistar a preferência do consumidor".

"O rótulo de um produto é o cartão de apresentação aos consumidores, possíveis investidores e frente aos concorrentes." João Raposo, Quadrante Design (MA) Com toda a competitividade que existe hoje no mercado, é muito importante para toda empresa que quer se destacar ter um bom desenho nas etiquetas e rótulos de seus produtos.

Elas permitirão diferenciar a sua empresa da concorrência e atrair a atenção dos consumidores. As etiquetas desenhadas com excelência comercial e estética fazem toda a diferença na hora da escolha do consumidor, principalmente quando o produto não tem um incentivo publicitário.

A imagem de uma empresa depende de como seus produtos são vistos pelos consumidores. "Para que uma empresa ganhe espaço no mercado e tenha bons níveis de venda, não basta somente oferecer produtos de melhor qualidade, é necessário desenvolver a parte gráfica, que expresse o profissionalismo da empresa.



Neste sentido, as etiquetas e rótulos são peças fundamentais da identidade corporativa de uma companhia. A aparência da etiqueta ou rótulo que impactar o cliente em primeiro lugar é o que o levará a decidir se um produto vale a pena ou não, já que nestes casos a primeira impressão é a que conta", explica João Raposo. Ele completa:

"o rótulo de um produto é o cartão de apresentação aos consumidores, possíveis investidores e frente aos concorrentes".

**Fonte: Embalagem & Tecnologia [Portal]. Disponível em:**  
<[http://www.embalagemetecnologia.com.br/artigos/2012/014\\_ed12\\_rotulo\\_design/index.htm](http://www.embalagemetecnologia.com.br/artigos/2012/014_ed12_rotulo_design/index.htm)>. Acesso em: 30 out. 2012.