

O DESIGN E SUA CONTRIBUIÇÃO NA MELHORIA DA APRESENTAÇÃO DOS PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR - O CASO PROVE -

Tales Tombini Hommerding

Acadêmico do Curso de Design Gráfico da UFSC

Eugenio Merino, Dr.

Professor do Departamento de Expressão Gráfica da UFSC (Coordenador)

merino@cce.ufsc.br

Resumo

O desenvolvimento de rótulos para embalagens vem ganhando um destaque cada vez maior no mercado atual. Neles é possível encontrar as informações sobre o que é contido, questões legais, validade, uso, entre outras. Além disso, a configuração dos elementos formais e estéticos tem um papel importante na percepção, e por conseqüência, nas decisões tomadas. Nesse sentido, este artigo pretende mostrar, na prática, o desenvolvimento de um projeto de rótulos para uma cooperativa de produtores da agricultura familiar: exemplificando as etapas básicas do seu desenvolvimento e apresentando os protótipos dos rótulos desenvolvidos. Os resultados permitiram verificar a importância do *design* na qualidade aparente dos produtos, nesse caso, alimentícios.

Palavras-chave: Design gráfico, agricultura familiar, rotulagem, embalagem.

Introdução

Segundo estudos realizados pelo Centro de Estudos de Mercados e Safras (antigo Instituto Cepa/SC), estima-se a existência de cinco mil pequenas agroindústrias rurais ligadas, de forma direta, à agricultura familiar e calcula-se um envolvimento de 15 mil a 17 mil pessoas somente no estado de Santa Catarina.

Observou-se também que o tempo de vida dessas pequenas agroindústrias é reduzido. Consideram-se causas principais: falta de recursos financeiros (principalmente créditos financeiros), aspectos legais (principalmente de registro), deficiências na comercialização e na logística, limitados conhecimentos em administração e planejamento, problemas na apresentação e acondicionamento dos produtos (*design*

relacionado às informações e às embalagens/rótulos), entre outros. Essa carência, detectada em produtos de origem familiar (pequenas agroindústrias), pode ser mais bem entendida quando se verifica aspectos tais como: identificação de origem, informações nutricionais, aspectos normativos (legislações), visuais (cores, textos, materiais, etc.), entre outros, que não vêm sendo corretamente explorados, provocando uma perda significativa do possível grau de competitividade que os produtos poderiam ter na sua comercialização. Outro aspecto que também pode explicar tal carência é a limitada percepção do consumidor, para quem não são evidenciados a boa qualidade e os demais atributos dos produtos.

Outro item importante acerca dos aspectos de *design* das embalagens se refere ao *Marketing*, que é a arte de descobrir oportunidades, desenvolvê-las e lucrar com elas. Ele, sem dúvida, é uma das finalidades mais importantes das pequenas agroindústrias, mas que, de forma geral, não o utilizam, basicamente por dois fatores: falta de conhecimento e falta de acesso, seja mediante a escassez de recursos ou mediante a proximidade física. Dessa forma, a competitividade dos produtos fica seriamente prejudicada no momento da sua colocação no mercado, comprometendo sua aceitação pelos consumidores, cada vez mais exigentes em relação aos aspectos financeiros e, de forma crescente, em relação aos aspectos relacionados à qualidade, à configuração e à origem dos produtos.

A relação entre os produtos de empresas agroindustriais (considerando também as agrupações, as famílias etc.) e o *design*, enquanto fator de competitividade, pode ser uma grande fonte de estímulo para sua aplicação em novas áreas emergentes. Nesse sentido, é fundamental dinamizar, de forma coordenada, estudos e projetos nessa área, reduzindo a distância entre o tipo de empreendimento de pequenos produtores, a pesquisa e o desenvolvimento. Considerando ainda que a embalagem dos produtos elaborados por essas empresas não reflete, na sua maioria, a excelente qualidade, tanto do processo, quanto da matéria-prima e do produto em si, pode-se dizer que uma das tarefas é mostrar como o *design* pode dar maior destaque ao produto, explicitando a sua qualidade e, como consequência, reforçando-lhe a competitividade.

O objetivo geral do projeto “O design e sua contribuição na melhoria da apresentação dos produtos da agricultura familiar” foi melhorar a competitividade dos

produtos oriundos da agricultura familiar, especificamente no desenvolvimento das embalagens/rótulos para uma associação de produtores da cidade de Blumenau, a partir do seu apelo cultural, étnico e regional: visando à inovação dos produtos que atente a identificação de origem dos mesmos, como forma de reconhecer e valorizar as regiões produtoras, e incorporando, nas suas embalagens, informações claras e objetivas que possibilitem esse fim e que contribuam de forma efetiva para seu desenvolvimento e comercialização.

A justificativa desse projeto se apóia na competitividade, hoje uma realidade seja onde for: encontram-se produtos num processo constante de melhoria na busca incansável pelo sucesso, em que pequenos detalhes fazem à diferença. Encontra-se também um grande número de produtos oriundos de pequenos produtores do interior do estado de Santa Catarina, que com inegável cuidado na produção e elaboração dos seus produtos, não encontram espaço no mercado por não apresentarem, para os seus consumidores, as informações necessárias para o conhecimento do mesmo e, principalmente, para identificar a origem, as características, os processos e os benefícios que o produto possa apresentar, além de algum tipo de atrativo visual que venha ao encontro do que o consumidor espera encontrar. Na realidade, além de um vínculo relacionado à necessidade de consumo, há um vínculo emocional que pode e deve ser estabelecido entre o produto e o consumidor. Tal vínculo traz inúmeros benefícios, entre eles, pode-se destacar a identificação geográfica do produto-produtor, permitindo que a localidade ou região seja reconhecida pela sua vocação, trazendo o desenvolvimento socioeconômico para os produtores e, por conseqüência, para a região. Nesse processo, o *design*, como fator de melhoria na competitividade, tem feito grandes contribuições com o desenvolvimento de embalagens, especificamente, de rótulos que atendam essa tendência. Desse modo, a inserção do *design* nas diversas atividades da sociedade moderna é um fato, tanto no setor produtivo, quanto no âmbito dos consumidores e lentamente no âmbito governamental.

O *design* não diz respeito apenas aos *designers*. Os resultados fazem parte dum processo maior de criação de produtos, realizada de forma industrial em diferentes escalas, por isso deve ser visto como uma Gestão, em que diversas áreas são integradas de forma multi e interdisciplinar. Propõe-se, assim, uma aproximação entre o *design* e outras áreas, uma aproximação entre o *design* e o mercado, entre o *design* e os meios

produtivos, em fim, junto à sociedade como um todo, se aproximando, no caso do projeto, “O design e sua contribuição na melhoria da apresentação dos produtos da agricultura familiar”, às embalagens de alimentos, setor carente no que diz respeito ao *design*, o qual é desconhecido, mas cuja finalidade é uma das peças fundamentais.

É pertinente afirmar, também, que as embalagens são consideradas como mais uma das aplicações da identidade gráfica das empresas/produtores. Pode-se, no entanto, enumerar uma série de razões que fazem delas um elemento importante para quem as produz, contribuindo com a identidade gráfica, que se traduz na imagem que o produtor acaba repassando ao consumidor, com claros reflexos na sua competitividade, caso se considere aspectos como: fidelidade, satisfação, tendências, preferências, entre outros que definem, em muitos casos, a opção de escolha de um produto que se utiliza embalagens.

Material e Métodos

Os procedimentos utilizados no desenvolvimento “nome do projeto” se apoiaram na busca de informações tanto teóricas, quanto práticas para estruturar uma fundamentação sólida, capaz de permitir a elaboração de propostas consistentes e tecnicamente viáveis.

Mediante reuniões e visitas aos produtores foram constatados os problemas e a potencialidade dos rótulos já existentes. Também se evidenciou a necessidade deles terem um rótulo que, conciliado a uma economia financeira de fabricação e de etiquetagem, pudesse dar ênfase à origem do produto artesanal (proveniente da agricultura familiar), passando uma idéia de família em todos os produtos (geléias, conservas, laticínios, melado). Vale ressaltar, todavia: a identificação de origem, e a localidade (cidade de Blumenau), serviram de parâmetros básicos e insubstituíveis para o projeto.

Inicialmente, foi analisada a forma como os produtos tem sido comercializados, buscando identificar tecnicamente as suas deficiências e suas potencialidades. Tal análise se deu tanto tecnicamente, por parte de equipe de projeto, quanto pela opinião dos próprios produtores e consumidores. De forma paralela, foram realizadas pesquisas de cunho teórico, em literatura e outras fontes, juntamente com levantamentos

realizados em pontos de venda, especificamente em supermercados e mercados menores, com a finalidade de analisar os produtos concorrentes, verificaram-se alguns padrões formais para cada família de produtos. Posto isso, os procedimentos metodológicos propostos no projeto foram os seguintes:

- Identificação da associação de agricultores familiares que estejam produzindo e comercializando produtos com embalagens e rótulos no grupo especificado;
- Levantamento do estágio atual das agroindústrias familiares em relação ao *design*;
- Realização de estudos para caracterizar o produto: sua história no seio do grupo de produtores e sua ligação com a região.
- Identificar suas qualidades (técnica, nutricional, sanitária, entre outras);
- Avaliação do mercado do produto e identificação de seu público-alvo, seguidas de avaliação das estratégias adotadas pelos concorrentes e identificação das possibilidades de posicionamento do produto no mercado;
- Pesquisa e desenvolvimento de alternativas para o *design* de embalagem;
- Avaliação, com participação dos agricultores familiares, das alternativas de *design* criadas;
- Materialização das embalagens e amostra piloto.

Resultados e Análises

Segundo mencionado acima, o projeto, “O design e sua contribuição na melhoria da apresentação dos produtos da agricultura familiar”, foi desenvolvido junto a Cooperativa de Produtores de Blumenau (PROVE), que agrupa uma série de produtores oriundos da agricultura familiar, produzindo e comercializando seus produtos em diversos pontos de venda da região.

Atualmente os produtos são comercializados e se apresentam segundo a figura a seguir (1).



Figura 1: apresentação dos produtos atualmente comercializados.

Os rótulos utilizados, ao total de três, apresentam-se, segundo os próprios produtores, como um dos problemas. A sua aplicação demanda tempo e exatidão, o qual compromete sua qualidade aparente. Os rótulos são: o principal (colorido 1), o de identificação do produtor (2) e o da tabela nutricional (no verso do produto).

Pela limitação de um documento desta natureza, foram eliminadas as informações relativas à parte de pesquisa e análise inicial, indo de forma direta a parte de desenvolvimento e apresentação das propostas e seus protótipos. É importante esclarecer que as etapas não apresentadas, são muito importantes e fundamentais.

Com todos os dados a disposição, elaborou-se as primeiras propostas e a confecção de protótipos. Definiu-se a utilização de dois rótulos, um com a identificação do produto, da cooperativa e informações obrigatórias e, outro, com o selo do produtor (que varia conforme o produto).

No primeiro momento, tinha-se uma proposta que levava em consideração a visibilidade do produto. Com isso, utilizavam-se cores complementares no rótulo. Um exemplo, as conservas de pepino verde teriam um rótulo com a cor laranja, e, assim, com todos os produtos da categoria conserva. Os rótulos da categoria Geléia teriam as mesmas cores do produto. Com isso, ter-se-ia uma boa visibilidade no ponto de venda, e os produtos mesmo assim manteriam uma identidade. Na parte superior (tampa), a referência do produtor, pois a cooperativa tem vários produtores e não apenas um.

Porém, após análise por parte dos produtores (figura 2), orientados pela equipe de projeto, e considerando os parâmetros iniciais de projeto: identificar a localidade de origem (germânica) e possibilitar uma redução de custos de produção, optou-se por utilizar em todos os produtos as cores da bandeira da Alemanha.



Figura 2: análise das propostas pelos produtores.

Com essa definição, foi realizado um novo estudo, para verificar a forma de compor as cores escolhidas, considerando legibilidade, contraste necessário para uma boa leitura das informações nutricionais, ingredientes, colocação da validade, entre outros aspectos.

Também ficou comprovado como é importante uma relação direta do *designer* com o cliente, para não existir apenas a palavra e a idéia do criador, sem uma validação de quem utilizará o produto final.

As figuras 3 e 4 apresentam o modelo de rótulo planejado, utilizado para a impressão em gráficas, com a especificação técnica, o rótulo frontal com identificação do produto e informações técnicas, e o selo do produtor.



Dimensões: 207 x 30 mm

- C 000, M 100, Y 100, K 000
- C 000, M 000, Y 100, K 000
- C 000, M 000, Y 000, K 100
- C 009, M 001, Y 092, K 100
- C 100, M 000, Y 100, K 010

Figura 3: rótulo conserva planificado



Dimensões: 173 x 26 mm

- C 000, M 100, Y 100, K 000
- C 000, M 000, Y 100, K 000
- C 000, M 000, Y 000, K 100
- C 009, M 001, Y 092, K 100
- C 100, M 000, Y 100, K 010

Figura 4: rótulo geléia planificado

A figura 5 demonstra os rótulos frontais colocados nas conservas. É possível verificar que o rótulo ocupa uma parte abaixo da linha média dos vidros. Com isso, foi

possível obter uma grande visibilidade do produto, o que pode permitir uma melhor percepção do produto por parte do consumidor.

Na parte central do rótulo, foi alocada a informação do nome do produto e, abaixo, uma referência ao local de produção, Blumenau, com uma tipografia germânica, adequada ao produto colonial. No lado direito o peso do produto.



Figura 5: protótipos conservas

As figuras 6 e 7 apresentam a aplicação dos rótulos produzidos em protótipos de tamanho real. Os exemplos são: de geléias (banana e tangerina) e de conservas (ovos, pepino e cenoura).



Figura 6: protótipos geléias

Referências

Anuário ABRE 2003. São Paulo: ABRE, 2004.

CAWTHRAY, Richard; DENISON, Edward. **Packaging Prototypes**. UK: RotoVision, 1999.

CLIFF, Staford. **50 trade secrets of great design packaging**. USA: Rockport publishers, 2000.

EMBLEM, Anne; EMBLEM, Henry. **Packaging Prototypes 2**. UK: RotoVision, 2000.

FISHEL, Catharine. **The perfect package**. USA: Rockport publishers, 2001.

FRASCARA, Jorge. **Diseño gráfico y comunicación**. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1998.

GIOVANETTI, Maria Dolores Vidales. **El mundo del envase**. México: Gustavo Gili, 2000.

MATTAR, F., SANTOS, D dos. **Gerencia de Produtos**. São Paulo: Atlas, 1999.

MESTRINER, Fabio. **Design de Embalagem: curso Básico**. São Paulo: Makron Books, 2001.

_____. **Design de Embalagem: curso Avançado**. São Paulo: Makron Books, 2002.

PEREIRA, Jose Luis. **Planejamento de Embalagens de papel**. Editora 2AB, 2001.

Structural package designs. Amsterdam: The pepin press, 2003.

TAMBINI, Michael. **O design do século**. São Paulo: Editora Atica, 1996.

