



## **ESTUDO DE ASPECTOS PERCEPTIVOS E SIMBÓLICOS DAS CORES EM EMBALAGENS DE LEITE PARA IDENTIFICAÇÃO E LOCALIZAÇÃO DE VARIEDADES**

**Fernando de Oliveira Linhares<sup>1</sup>, Carla Patrícia de Araújo Pereira<sup>2</sup>**

### **RESUMO**

Este artigo aborda aspectos perceptivos e simbólicos das cores no design de embalagens de alimentos. Relata um estudo realizado com 205 embalagens de leite, consistindo na observação, registro e análise do material; e apresenta um levantamento realizado com um grupo de 50 consumidores, entrevistados em supermercados, visando determinar se as cores das embalagens funcionam como indicadores visuais das variedades do produto. A análise das embalagens mostra que a distinção entre os tipos de leite encontrados deve-se essencialmente às cores, usadas como códigos de diferenciação, havendo, contudo, variações na codificação adotada pelos diferentes fabricantes. Os resultados da pesquisa indicam que um número significativo dos consumidores se orienta pela cor da embalagem, e que a maioria tem dificuldades para localizar o tipo de leite que procura. Há indicações de que as associações entre cores e variedades de leite feitas pelos consumidores são influenciadas tanto pela familiaridade com os códigos mais frequentes quanto pelo conteúdo simbólico da cor. Conclui-se que a falta de padronização das cores indicativas e o uso de códigos que desconsideram as relações de semelhança e de oposição presentes na estrutura da linguagem cromática, conforme constatado pela pesquisa, dificultam a utilização desse sistema de informação pelos usuários.

Palavras-chave: embalagens de alimentos, códigos de cores, simbolismo da cor

## **STUDY OF PERCEPTUAL AND SYMBOLIC ASPECTS OF COLORS IN MILK PACKAGING FOR IDENTIFICATION AND LOCATION OF VARIETIES**

### **ABSTRACT**

This paper discusses perceptual and symbolic aspects of colors in food packaging design. Reports a study of 205 milk packaging, consisting in the observation, recording and analysis of the material; and presents a survey that was carried out with a group of 50 consumers, interviewed in supermarkets, in order to determine if the packaging colors function as visual indicators of product varieties. The analysis shows that the distinction between types of milk found was due essentially to packaging colors, used as codes of differentiation, but there are variations in the coding adopted by different manufacturers. The survey results indicate that a significant number of consumers is oriented by the packaging colors, and that most of them have difficulty to locate the type of milk that they seek. There are indications that the associations between colors and varieties of milk made by consumers are influenced by both the familiarity with the most frequent codes as the symbolic content of the color. It is concluded that the lack of standardization of the indicative colors and the use of codes that disregard the relations of similarity and opposition present in chromatic language structure, as noted by research, makes it difficult to use this information system by users.

Keywords: food packaging, color codes, color symbolism

<sup>1</sup>Aluno do Curso de Design, Unidade Acadêmica de Design, UFCEG, Campina Grande, PB, e-mail: fernandoolinhares@yahoo.com.br.

<sup>2</sup>Professora, Doutora, Unidade Acadêmica de Design, UFCEG, Campina Grande, PB, e-mail: carla@ddi.ufcg.edu.br.