



A INFLUÊNCIA DA COMPOSIÇÃO DOS ELEMENTOS VISUAIS DAS EMBALAGENS ALIMENTÍCIAS NA MOTIVAÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR¹

Tamara Patricia Rosa², Marina Wuttig Friske³, Simone Melo da Rosa⁴

INTRODUÇÃO: Este estudo pretende demonstrar a percepção do consumidor com relação às embalagens de produtos alimentícios, visto que o design de uma embalagem pode induzir o consumidor à diferentes leituras de acordo com a disposição dos elementos visuais tornando assim o produto mais atrativo. Com o objetivo de comprovar a influência da composição dos elementos visuais das embalagens na motivação de compra do consumidor foi realizado uma análise das embalagens de pizzas Sadia e Perdigão. **MATERIAL E MÉTODO:** Inicialmente foi realizada uma pesquisa teórica para definição dos critérios pertinentes à análise das embalagens. Neste embasamento teórico foram abordadas a motivação de compra do consumidor, princípios da *Gestalt*, propriedades perceptivas da forma visual, categorias conceituais básicas das composições e a cor nas embalagens. Em um segundo momento, realizou-se uma análise das embalagens de pizzas, onde foram considerados os seguintes aspectos: cor e elementos da composição; colocação da marca e logotipo; ilustração da embalagem. **RESULTADOS:** Os elementos visuais que compõem uma embalagem, estudados aqui, possibilitaram um maior entendimento da percepção imediata e inconsciente que provocam nos indivíduos reações e interpretações que contribuem na escolha do produto, conhecimentos esses essenciais ao profissional de design. **CONCLUSÕES:** Na composição dos elementos visuais das embalagens dos produtos alimentícios é considerada a percepção humana favorecendo a aceitação desses produtos por parte dos consumidores. Contudo, a realização desse estudo foi muito importante para a construção e aprofundamento do conhecimento nas áreas da motivação de compra do consumidor, princípios da *Gestalt*, propriedades da forma, categorias conceituais básicas das composições e cor nas embalagens. A análise das embalagens de pizzas veio comprovar a influência da composição dos elementos visuais das embalagens na motivação de compra do consumidor, aplicando na prática teorias estudadas no componente “Metodologia Visual” do Curso de Design da UNIJUI.

¹ Estudo orientado pela professora Simone Melo da Rosa, realizada no componente de Metodologia Visual do Curso de Design UNIJUI.

² Aluna do Curso de Design da UNIJUI.

³ Aluna do Curso de Design da UNIJUI.

⁴ Professora Orientadora.