ERGONOMIA NAS EMBALAGENS DE REMÉDIOS BRASILEIRAS: UMA AVALIAÇÃO VISUAL A PARTIR DA DIPIRONA GERMED

CORDEIRO MILKE, LAURA[1]; DENARDI, DAVI FREDERICO DO AMARAL[2]

[1]UFPEL, Laura Cordeiro Milke – lauracmilke@gmail.com
[2]UFPEL Davi Frederico do Amaral Denardi – davi.denardi@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O presente resumo é resultado de um estudo iniciado na disciplina de Ergonomia do curso de Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas. O projeto em fase inicial consiste numa avaliação de ergonomia visual das embalagens secundárias de remédios brasileiros, tendo como foco de análise a embalagem de dipirona monoidratada da marca GERMED. A escolha do medicamento como objeto de estudo partiu de dados da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (BBC, 2023), que afirma a comercialização de mais de 215 milhões de doses de dipirona no Brasil em 2022, colocando o remédio entre os mais vendidos no país.

Segundo a Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa (INTERFARMA, 2022)[1], o Brasil se enquadra entre os dez maiores mercados farmacêuticos globais e, conforme mostra o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), a parcela idosa da população brasileira, que mais utiliza medicamentos, vem crescendo acentuadamente. Tais dados comprovam a importância de uma boa interface das embalagens de remédios, uma vez que a baixa legibilidade pode influenciar no consumo inadequado de medicamentos.

Em prol do uso seguro de remédios, é essencial que o usuário consiga interpretar as informações das embalagens. Todavia, ainda que existam leis acerca das informações que esses rótulos devem conter, não existem normas quanto a apresentação gráfica desses produtos. Consequentemente, muitas vezes o usuário não capta com eficiência as informações necessárias para o uso correto.

Pensando nisso, o objetivo deste trabalho é entender as dificuldades recorrentes dos usuários de remédios quanto ao design gráfico das embalagens e, a partir da análise específica da dipirona da GERMED, propor melhorias.

A inclusividade dessas proposições se baseia no conceito de design universal proposto por MACE (2008) que busca projetar produtos e ambientes para ser estético e utilizável na maior medida possível, por todos. Ademais, a fundamentação teórica da análise conta com o uso dos princípios estético-formais do design da informação descritos por O'GRADY e O'GRADY (2008), que apresentam formas de facilitar e aprimorar a experiência do usuário através do bom uso de elementos gráficos e fundamentos visuais, como tipografia, cor, contraste, hierarquia e legibilidade.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa pode ser classificada como exploratória, visto que busca aprimorar a embalagem a partir de experiências do público com a mesma,

qualitativa uma vez que foram realizadas entrevistas contextuais, e quanto aos procedimentos técnicos pode ser caracterizada como um levantamento, tendo em vista que recolheu informações de um grupo de pessoas (GIL, 2002).

Como procedimentos técnicos foram realizadas entrevistas contextuais com os participantes a fim de identificar os principais problemas da embalagem. Sendo as entrevistas contextuais uma mescla entre entrevistas e observação dos participantes (Rogers *et al*, 2013).

O ponto de partida da pesquisa foi entender os problemas gráficos das embalagens de remédios a partir da realização de entrevistas contextuais com indivíduos que utilizavam medicamentos de formas e com frequências distintas. A amostra foi composta por 3 pessoas com idades entre 23 e 82 anos, sendo 1 homem e 2 mulheres. Todas afirmam usar medicamentos no mínimo 3 vezes por semana.

Após a contextualização, foi feita a análise da embalagem da dipirona GERMED tendo como base os recém citados fundamentos estético-formais do design da informação e, a partir disso, foi criada uma nova proposta visual da embalagem pensando em atender de forma clara um público mais amplo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Buscando entender o que dificulta a legibilidade e leiturabilidade das embalagens de remédios do Brasil, foram realizadas 3 entrevistas contextuais com pessoas que utilizam medicamentos de formas e com frequências diferentes. Todas as entrevistas foram feitas nas residências dos participantes, justamente para entender a experiência do usuário no cotidiano.

A primeira entrevistada é uma mulher de 23 anos, estudante de medicina que não utiliza remédios diariamente, apenas medicamentos que não requerem receita. Ela tem astigmatismo, o que dificulta a leitura das informações dos rótulos, tanto que ao utilizar a dipirona GERMED, teve dificuldades para decifrar as informações. A participante relatou ainda que, como estudante da área da saúde diariamente entra em contato com pacientes do Hospital de Clínicas de Porto Alegre, os quais têm dificuldades para compreender as informações das embalagens e bulas, pois muitas dessas além de possuírem uma linguagem culta, inacessível à uma grande parcela da população brasileira, não foram projetadas pensando nas dificuldades visuais do público.

A segunda entrevistada foi uma idosa de 82 anos, aposentada, que mora sozinha e não possui auxílio no dia-a-dia. A entrevistada ingere medicamentos de uso diário e enfrenta grandes problemas para ler as embalagens devido ao seu astigmatismo de alto grau. A usuária chegou a relatar que já havia consumido um remédio no lugar de outro, pois não conseguiu diferenciá-los com clareza. Na parte prática da entrevista, a questionada pegou os remédios que deveria tomar, os quais já haviam sido organizados em ordem por seu filho, justamente para que não houvesse trocas. Em seguida, como portadora de artrose nas mãos, obteve complicações para abrir as embalagens e principalmente para retirar as pílulas do blister, evidenciando um possível objeto de estudo posterior. Quanto à dipirona escolhida para a análise, a entrevistada nunca havia feito uso, mas foi mostrada a embalagem a ela, que não conseguiu ler o nome da medicação na parte frontal, marcada pelo uso do verde claro.

O último entrevistado foi um homem de 57 anos, que consome

medicamentos todos os dias. Ao analisar o cartucho em questão conseguiu decifrar as informações contidas, mas notou-se que o usuário movia a embalagem para perto dos olhos para conseguir ler o conteúdo, demonstrando novamente a necessidade de melhora na legibilidade. Assim como a segunda entrevistada, achou o princípio ativo em branco sobre verde claro difícil de ler.

Figura 1: embalagem secundária dipirona monoidratada GERMED

A partir das entrevistas e das informações disponíveis a respeito da população brasileira, foi iniciada a etapa de análise da embalagem secundária da dipirona monoidratada da GERMED, escolhida não só por ser muito comercializada, mas principalmente por não fazer um uso inclusivo dos fundamentos do design, essenciais para a transmissão adequada da mensagem a um público amplo.

A caixa do remédio em questão é média (aproximadamente 10 cm, 5,6 cm e 5,4 cm), fazendo necessária uma boa distribuição dos elementos textuais determinados pela RDC 71/2009. Os pontos analisados que impossibilitam maior legibilidade são: o baixo contraste entre texto e fundo, o uso abundante de textura e gradiente, o uso confuso da hierarquia entre os elementos textuais e, por último, a descontinuidade entre frente e laterais da caixa. Se tratando de tipografia, além do uso do itálico e de uma fonte condensada, o contorno em branco em “sabor framboesa” e “analgésico e antipirético” podem dificultar a leitura para aqueles que possuem alguma deficiência visual.

Sendo assim, mediante os levantamentos, foi desenvolvida uma nova proposta de embalagem, não necessariamente definitiva, que permitisse uma melhor experiência do usuário ao utilizar o medicamento. Por questões de tamanho do cartucho e custos, se torna impossível propor um design universal que atenda, de forma excelente, todas as necessidades do público. Logo, foram feitas modificações ao menos capazes de permitir aos usuários a consciência daquilo que estão prestes a ingerir.

Figura 2: proposta de nova embalagem

Fundamentado nos princípios estético-formais do design da informação descritos por O’GRADY (2008), o novo design foi simplificado para que a transmissão da mensagem ocupasse o primeiro plano. Optou-se por retirar a textura e o gradiente, aumentar o contraste entre texto e fundo (especialmente do

princípio ativo), redimensionar e redistribuir os textos de acordo com sua importância. Em relação a tipografia, foi usada a família “Verdana”, que possui proporção balanceada entre forma e contraforma, na relação largura-para-altura e na relação entre a espessura do traçado e a altura. As cores foram escolhidas pensando em manter a identidade visual da marca GERMED e na experiência do público daltônico, que ainda sim consegue decifrar as informações.

4. CONCLUSÕES

A partir dos resultados, conclui-se que a embalagem analisada possui problemas de contraste, hierarquia e legibilidade, afetando a experiência do usuário. Através das entrevistas e dados da população entende-se que o layout dos cartuchos de remédio devem obter maior atenção na área do design, afinal o uso incorreto de medicações pode trazer graves problemas de saúde. Ademais, foram encontrados, nas entrevistas contextuais, mais dois objetos de análise a serem estudados: o blíster e a bula. Ambas peças também interferem na experiência do usuário, que encontra dificuldades motoras e cognitivas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antonio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

MACE, Ronald. About UD. In: **The center for universal design: environments and products for all people.** Raleigh: NCUD, 2008. Disponível em: https://www.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/about_ud.htm. Acesso em: 3 mai. 2023.

O'GRADY, Jennifer Visocky; O'GRADY, Ken Visocky. **The information design handbook**. How Books, 2008.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação**. Bookman Editora, 2013.

BIERNATH, André. Por que dipirona é vendida no Brasil, mas proibida nos EUA e em parte da Europa?. **BBC News** , 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/crgrky6rmlyo>. Acesso em: 12 de set. de 2023

INTERFARMA - ASSOCIAÇÃO DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA DE PESQUISA. Interfarma no mercado brasileiro. **Interfarma**, 2022. Disponível em:<https://www.interfarma.org.br/quem-somos/#:~:text=INTERFARMA%20NO%20MERCADO%20BRASILEIRO,a%206%C2%AA%20posi%C3%A7%C3%A3o%20em%202026.> Acesso em: 5 de mai. de 2023

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. População cresce, mas número de pessoas com menos de 30 anos cai 5,4% de 2012 a 2021. **Agência IBGE de Notícias**, 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34438-populacao-cresce-mas-numero-de-pessoas-com-menos-de-30-anos-cai-5-4-de-2012-a-2021. Acesso em: 10 de mai. de 2023