

M 2014



O papel do design gráfico e da ilustração na educação alimentar infantil

ANA CAMILA SILVA

PROJETO DE MESTRADO APRESENTADO
À FACULDADE DE BELAS ARTES DA UNIVERSIDADE DO PORTO EM
DESIGN GRÁFICO E PROJETOS EDITORIAIS

ORIENTADOR PROFESSOR DOUTOR DINIZ CAYOLLA RIBEIRO
COORIENTADOR PROFESSOR DOUTOR JÚLIO DOLBETH

AGRADECIMENTOS

Após a elaboração do presente projeto, considero fundamental agradecer a algumas pessoas que, de alguma forma, contribuíram para que este se tornasse possível. Assim, agradeço ao professor Diniz Cayolla, pela constante disponibilidade, esclarecimento de dúvidas e ajuda prestada sempre que solicitado. Agradeço igualmente ao professor Júlio Dolbeth pelo acompanhamento e apoio na realização do projeto, pela opinião e sugestões dadas.

Obrigada à professora Graça Ribeiro, à professora Helena Duarte e aos alunos do primeiro ano da Escola Básica Visconde Salreu, à nutricionista Doutora Diana Rodrigues e à Laura Marques, estudante de dietética e nutrição, que abdicando do seu tempo e disponibilidade, contribuíram para o desenvolvimento da investigação.

Como não poderia deixar de referir, agradeço aos meus pais e ao Hugo pelo incentivo e apoio à realização deste mestrado, pela ajuda e carinho prestados em qualquer momento. Agradeço também a todos os colegas e amigos que estiveram presentes nesta fase, pela troca de ideias, conselhos e sugestões.

RESUMO

A obesidade representa, atualmente, uma das maiores preocupações de saúde pública a nível mundial, devido às consequências físicas e psíquicas provocadas nos indivíduos afetados. É, preferencialmente, durante a infância que esta deve ser detetada e travada, por um lado, por ser o momento ideal para alterar e moldar comportamentos que não estão ainda enraizados, por outro, porque as crianças são o nosso futuro e, portanto, deverão crescer e tornar-se adultos saudáveis.

Em resposta a este problema, já inúmeras tentativas de sensibilização foram implementadas, no entanto, apesar dos vários esforços, o problema continua em constante expansão. Desta forma, pretende-se com este projeto, investigar e perceber de que forma o design e a ilustração poderão dar o seu contributo na implementação de hábitos alimentares saudáveis nas crianças, mudando comportamentos e contribuindo para uma melhoria na saúde pública.

O projeto que se propõe passa pelo desenvolvimento de uma lancheira ilustrada, contendo alimentos saudáveis. Direcionada ao público infantil, esta pretende influenciar para uma alimentação equilibrada através de estratégias de diversão e entretenimento.

Palavras-chave

Lancheira; Alimentação saudável; Infância; Ilustração; Design.

ABSTRACT

Obesity is, nowadays, one of the main public health concerns around the world, because of its physical and psychic effects on the people. It's preferably during the childhood that it should be detected and stopped, on one hand, because it's the right time to change and shape behaviours that are not yet acquired, on the other hand, because children are our future, and so, they should be raised to become healthy adults.

As a response to this problem, many awareness campaigns have been implemented, though, despite the efforts, this problem continues to expand. This way, this project aims to study and understand as design and illustration may contribute to the adoption of better eating habits from the children, changing behaviours and contributing to the public health improvement.

The proposed project comprises the development of an illustrated lunchbox, containing healthy food. Directed to the children, this lunchbox aims to influence the adoption of a balanced diet through the way of amusement and fun.

Keywords

Lunchbox; Healthy food; Childhood; Illustration; Design.

ÍNDICE

01	Agradecimentos
03	Resumo
05	Abstract
11	Introdução
17	PARTE I – Enquadramento
19	Capítulo 1. A obesidade
19	1.1. A obesidade num contexto histórico
20	1.2. A obesidade como problema da atualidade
22	1.3. As crianças e a obesidade
25	PARTE II – Revisão da Literatura
27	Capítulo 2. Quais as estratégias visuais atualmente implementadas em embalagens dirigidas às crianças?
27	2.1. A embalagem como ferramenta de marketing
28	2.2. Design da embalagem
30	2.3. Design da embalagem de alimentos
31	2.4. Design da embalagem para crianças
32	2.5. Relação entre o design de embalagens para alimentos e a infância como público-alvo
34	Capítulo 3. Qual a estratégia visual mais indicada para atrair a atenção das crianças?
34	3.1. A Cor na infância
34	3.1.1. Contextualização
35	3.1.2. Perceção da cor
36	3.1.3. Influência do contexto sociocultural
37	3.1.4. A cor e a idade
38	3.1.5. As crianças e a cor

39	3.2. Ilustração para a infância
39	3.2.1. Contextualização
40	3.2.2. Linguagem e técnicas utilizadas
41	3.2.3. Ilustração e a criança
45	PARTE III. Estado da Arte
47	Capítulo 4. Iniciativas de combate à obesidade infantil em Portugal na área da educação
47	4.1. Programas de promoção da educação para a saúde
48	4.2. Referencial para uma oferta alimentar saudável
48	4.3. Programa “Apetece-me”
48	4.4. Projecto “Heróis da Fruta – Lanche escolar saudável”
50	Capítulo 5. Estudos de caso: O Design e a Ilustração como promotores de uma alimentação saudável nas crianças
50	5.1. Em Portugal
50	5.1.1. The Influence of animation on functional food intake in children de Helena Speier Paulino Pereira (2009)
50	5.1.2. Junk Food Packaging on Healthy Food de Carla Sofia Gomes Pires (2010)
51	5.1.3. Design participativo na educação: Contributos para a melhoria dos comportamentos alimentares do público infantil de Sara Manuela Carvalho Gonçalves (2011)
51	5.2. A nível Internacional
52	5.2.1. Caixas de Bento no Japão
52	5.2.2. Fresh ‘n’ Friends de Scholz & Friends
52	5.2.3. Snack Monsters de Angus Nicholls
55	PARTE IV. Projeto
57	Capítulo 6. Enquadramento do Projeto
57	6.1. Apresentação
58	6.2. Definição do público-alvo
59	6.3. Metodologia

61	Capítulo 7. Recolha de dados
61	7.1. Exercício de desenho;
61	7.1.1. Descrição da atividade
61	7.1.2. Justificação da escolha da atividade
62	7.1.3. Amostra
63	7.1.4. Resultados
64	7.1.5. Interpretação dos resultados
65	Capítulo 8. Resultado final
65	8.1. Apresentação das lancheiras
79	8.2. Ilustração
79	8.2.1. Cores utilizadas
80	8.2.2. Linguagem visual aplicada
80	8.3. Design
80	8.3.1. Formato escolhido
80	8.3.2. Materiais utilizados
81	8.4. Alimentos fornecidos nas lancheiras
81	8.5. Teste
81	8.5.1. Descrição do teste
82	8.5.2. Resultados
85	Conclusão
89	Bibliografia
93	Webgrafia
95	Anexos

INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa a obtenção do grau de mestre em Design Gráfico e Projetos Editoriais, na Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto.

Este divide-se numa componente prática, que propõe a elaboração de um projeto, e numa componente teórica, relativa à elaboração do presente relatório de projeto, acompanhado pela investigação bibliográfica acerca do tema definido.

O projeto prático proposto surge da preocupação com a crescente obesidade infantil proporcionada, em grande parte, pelos maus hábitos alimentares praticados na atualidade. Assim, tendo em conta o impacto do design e da ilustração nos mais novos como meio de entreter, educar e cativar, procura-se responder à seguinte questão:

De que forma o design gráfico e a ilustração poderão contribuir na implementação de hábitos alimentares saudáveis nas crianças?

Como tentativa de resposta ao problema, será produzida uma lancheira ilustrada que irá conter comida saudável. Esta pretende ser distribuída à hora do lanche nas escolas, em Portugal. A lancheira irá incluir ilustrações e atividades que tencionam motivar e entreter os mais novos enquanto lancham, influenciando-os a consumir os alimentos presentes no seu interior.

A realização do presente trabalho tem como principal objetivo atuar através do design gráfico e da ilustração no combate à obesidade infantil. No entanto, é também pretendido alcançar alguns objetivos mais específicos, tais como:

- Compreender qual a linguagem visual e as temáticas que mais agradam às crianças;
- Desenvolver ilustrações adequadas ao universo infantil;
- Influenciar boas práticas alimentares nos mais novos através do artefacto final produzido;
- Comprovar a eficácia do design e da ilustração como meios capazes de cativar e influenciar comportamentos positivos nas crianças.

Relativamente à metodologia levada a cabo no desenvolvimento de todo o projeto teórico-prático, reconhece-se a utilização de uma metodologia de investigação-ação, que visa combater um problema social da atualidade com recurso à participação do público abrangido pelo problema.

Na primeira fase, de cariz teórico, vai recorrer-se a uma metodologia do tipo documental. A recolha de dados será realizada através da análise de documentos, centrado na análise de conteúdos. A pesquisa será sobretudo feita em documentos académicos, tais como dissertações, artigos e relatórios de projeto, assim como em livros.

Já na componente prática, como técnica de recolha de dados, irá solicitar-se a realização de um exercício de desenho a um grupo de crianças do primeiro ano de escolaridade, pretendendo a recolha de informação acerca das suas cores e temas favoritos.

Com base nos dados recolhidos, irá proceder-se à criação das ilustrações a incluir nas lancheiras. Este processo baseia-se numa metodologia experimental que pretende resultar na escolha da linguagem visual mais adequada ao contexto do projeto.

Por fim, junto do mesmo grupo de crianças, irá realizar-se um teste à lancheira, procurando perceber a reação e aceitação dos mais novos perante a lancheira concebida.

O presente relatório reúne toda a informação relativa à preparação, realização e conclusão do projeto. Este divide-se em quatro partes que correspondem ao Enquadramento, Revisão da Literatura, Estado da Arte e Projeto.

A Parte I, referente ao Enquadramento, é constituída pelo Capítulo 1, responsável pela contextualização do tema que deu origem ao projeto. O tema abordado diz respeito aos atuais hábitos alimentares pouco saudáveis levados a cabo pela sociedade, e que, cada vez mais, conduzem ao agravamento da obesidade. Neste contexto, iremos investigar a origem histórica da obesidade, assim como a sua abrangência na atualidade. Torna-se, deste modo, relevante referir os problemas de saúde física e psicológica associados a esta condição, a fim de compreendermos a preocupante dimensão que a obesidade toma a nível de saúde pública. No contexto deste projeto, irá também explorar-se mais aprofundadamente os motivos e

o impacto da obesidade na infância, grupo etário numerosamente afetado.

A Parte II trata da Revisão da Literatura, e divide-se em dois capítulos, o Capítulo 2 e o Capítulo 3.

Primeiramente, o Capítulo 2, para além de analisar a embalagem como objeto que protege e conserva o produto no seu interior, estudará especificamente a embalagem como meio de vincular uma mensagem visual apelativa para o consumidor. Assim, interessa-nos sobretudo desenvolver este estudo nos produtos alimentares dirigidos às crianças, onde são várias as técnicas de atração utilizadas. Desde estratégias visuais, como a cor, a criação de mascotes, ou a tecnologia da embalagem, até à oferta de brindes, jogos e promoção de concursos. Veremos também que, apesar destas estratégias serem comuns em embalagens de produtos como bolachas, cereais de pequeno-almoço ou batatas fritas, o mesmo não se verifica nos alimentos mais saudáveis e adequados para as crianças.

Já no Capítulo 3, serão investigadas as estratégias visuais mais apelativas para as crianças, centrando a atenção na cor e na ilustração.

Primeiramente, será explorado o universo da cor, começando por fazer uma breve contextualização histórica desde o seu uso limitado à atual variedade de pigmentos e corantes conhecidos. O processo de perceção da cor será também abordado, procurando explicar a ação que se desenvolve aquando a chegada do estímulo até à sua interpretação e atribuição de significado, profundamente influenciada pelo contexto sociocultural em que o indivíduo está inserido. A idade é também um fator que interfere na preferência por determinadas cores, sendo que para a criança a cor é, indubitavelmente, um fator determinante na atração do seu interesse.

Já relativamente à ilustração, também em primeiro lugar será feita uma contextualização no sentido de compreender as raízes da ilustração infantil, começando no momento em que esta era dirigida a toda a população e apenas servia para acompanhar o texto, até chegar aos atuais livros infantis com ênfase visual. De seguida, serão expostas as linguagens e técnicas utilizadas atualmente nas ilustrações dirigidas aos mais novos.

Por fim, estudar-se-á concretamente a relação entre a criança e a ilustração, compreendendo o papel que esta desempenha no seu ensino e no entretenimento.

Na Parte III, o Estado da Arte, vão ser apresentados diversos trabalhos que comprovam a necessidade de intervenção e procura de novas soluções para o problema apresentado.

Primeiramente, no Capítulo 4, serão apresentadas iniciativas, essencialmente ao nível da educação, implementadas em Portugal, tais como o programa de promoção da educação para a saúde, o referencial para uma oferta alimentar saudável, o programa "Apetece-me" e o recente projeto "Heróis da Fruta- Lanche escolar saudável".

O Capítulo 5 será dedicado aos estudos de caso. São sobretudo iniciativas nacionais e internacionais que pretendem, através do design e da ilustração, cativar os mais novos para uma alimentação adequada. São exemplos disso, o projetos de mestrado "The Influence of animation on functional food intake in children", "Junk Food Packaging on Healthy Food" e o "Design participativo na educação: Contributos para a melhoria dos comportamentos alimentares do público infantil". A nível internacional foram também citados alguns exemplos com finalidade semelhante à do projeto que se propõe desenvolver. Assim, referem-se as caixas de Bento, lancheiras utilizadas no Japão para as crianças transportarem o lanche para a escola e os projetos "Fresh 'n' Friends" e "Snack Monsters", ambos centrados no packaging de fruta.

A Parte IV, que detém o capítulo 6, 7 e 8, será inteiramente dedicada ao Projeto.

O Capítulo 6, será destinado à explicação e exposição de toda a parte prática do projeto desenvolvido, desde a apresentação, à definição do público-alvo e definição da metodologia utilizada.

O Capítulo 7 diz respeito à recolha de dados realizada através do exercício de desenho com as crianças.

Por sua vez, o Capítulo 8 prende-se com a apresentação e explicação das lancheiras produzidas.

Por fim, expõem-se as conclusões, assim como as sugestões de melhoramentos futuros.

PARTE I

Enquadramento

CAPÍTULO 1. A obesidade

1.1. A obesidade num contexto histórico

Numa perspetiva histórica, desde muito cedo que o corpo tem representado uma preocupação para o ser humano. Especialmente o corpo obeso tem sido abordado e discutido, tanto a nível estético, como em termos de saúde.

Segundo Varela (2006), esta abordagem começou ainda na pré-história. Entre os anos 20 000 e 30 000 a.C., quando começaram a surgir representações da figura humana obesa, a mulher era a mais retratada, apresentando formas muito arredondadas e volumosas.¹ Esta seria na altura, símbolo de fertilidade e encarada como ideal de beleza (p. 84). No entanto, já Hipócrates (460 a.C. - 370 a.C.) considerado por muitos o “pai da medicina”, acreditava que a obesidade representava um perigo para a saúde, fundamentando a sua posição ao afirmar que “a morte súbita era mais comum em indivíduos naturalmente gordos do que nos magros” (Cunha, Neto e Júnior, 2006, p. 147).

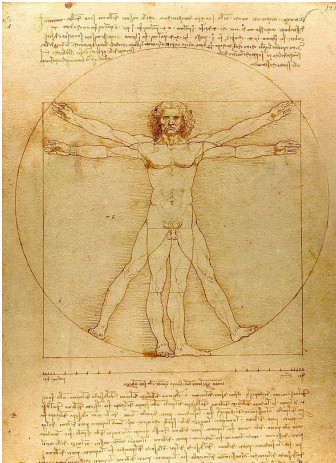
Também Galeno (129 - 217) se preocupou com a questão da obesidade, classificando-a em obesidade natural (moderada) e mórbida (exagerada). Ele considerava que este problema era resultado da “falta de disciplina do indivíduo” (idem) e propôs um tratamento que passava pela prática de “corridas, massagens, banho, descanso ou algum passatempo e, então, a refeição com comida em abundância, mas pouco calórica” (idem).

Entretanto, os padrões de beleza modificaram-se, os gregos começaram a atribuir grande importância ao físico, tanta como ao intelecto, sendo ambos necessários para atingir a perfeição (Guerreiro, 2008, p. 8). No Império Romano permanece a apreciação do corpo magro e escultural (Cunha, Neto e Júnior, 2006, p. 147).

Na idade média, influenciado pela ascensão do Cristianismo, o culto ao corpo passou a ser considerado um pecado, regressando ao ideal de beleza onde dominam as formas redondas e abundantes, tal como é representado pelos artistas da época. (Guerreiro, 2008, p. 8) No entanto, é na Renascença que a beleza do corpo volta a assumir relevância, sendo representado em obras de arte desse período.



1- Vénus de Willendorf
Escultura encontrada na Áustria, entre 2500 a 2000 a.C.



2 - Homem Vitruviano
As regras proporcionais
do corpo humano segundo
Leonardo Da Vinci

A conceção de um novo ideal de corpo perfeito foi influenciada pela criação das regras proporcionais do corpo humano de Leonardo Da Vinci² (idem).

No século XVI, graças à criação da primeira monografia sobre a obesidade, que se focava em aspetos clínicos, esta questão deixou de ser unicamente encarada como uma condição física para passar a ser abordada como uma doença com consequências a nível da saúde (Cunha, Neto e Júnior, 2006, p. 147). Esta representou um precursor de novos estudos e discussões que tem vindo a ser aprofundados até à atualidade. Isto porque, “a imagem cultural ou ideal de beleza tem ciclos, mas a ânsia por uma vida mais longa permanece” (Penn, 2008, citado por Gonçalves, 2011, p. 26).

1.2. A obesidade como problema da atualidade

Tal como observámos, a obesidade tem sido encarada de diferentes perspetivas ao longo do tempo, sendo alvo de controvérsia relativamente ao ideal de beleza estabelecido em cada época. No entanto, atualmente, depois de aprofundado o estudo dos problemas de saúde associados a esta condição física, a comunidade médica em geral chegou à conclusão que não se trata apenas de uma questão estética, mas de uma doença crónica, capaz de desencadear e acelerar outras doenças e até mesmo conduzir à morte precoce.

Segundo Silva e Silva (2010), “a obesidade é uma doença que resulta de um desequilíbrio entre a ingestão e o ganho energético e que tem como consequência um aumento de peso acompanhado de um aumento da quantidade de tecido adiposo.” (p. 156). Devido à sua grande abrangência e constante expansão durante o último século, a obesidade foi já considerada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como a epidemia do século XXI (Guerreiro, 2008, p. 5). Refere Maia (2011) que Portugal já se encontra inserido neste cenário, contando com seis em cada dez habitantes afetados pelo excesso de peso (Maia, 2011, citado por Gonçalves, 2011, p. 14). É assim, extremamente urgente a tomada de medidas concretas que tratem e sensibilizem os mais jovens, caso contrário, em 2025, mais de 50% da população mundial será obesa (idem).

A obesidade pode ser causada por fatores genéticos, metabólicos, ambientais ou comportamentais, relacionados com o estilo de vida do indivíduo (Silva e Silva, 2010, p. 157). No entanto, a principal

causa deste problema está aliada aos fatores comportamentais que envolvem uma alimentação desregrada e uma vida sedentária.

É inegável que, associado ao ritmo acelerado em que vivemos atualmente, o aparecimento dos alimentos instantâneos de rápida preparação e ingestão em muito contribuíram para a atual situação. Estes alimentos processados estão agora disponíveis em todo o lado a um preço acessível, representando uma opção tentadora para quem não tem tempo ou disposição para cozinhar. Assim, as refeições deixam de ser cozinhadas em casa para passarem a ser aquecidas no micro-ondas ou no forno, encomendadas ou consumidas em restaurantes (Leimgruber 2006, citado por Gonçalves, 2011, p. 16). Vivemos, atualmente, numa sociedade marcada pelo elevado consumo e excessos alimentares (Penn, 2008, citado por Gonçalves, 2011, p. 24), o problema reside precisamente na elevada quantidade ingerida e na baixa qualidade destes alimentos, “com excesso de açúcares, sódio, gorduras e deficiência de fibras e micronutrientes.” (Pontes et al., 2009, p.100).

A obesidade, geralmente, faz-se acompanhar de diversas consequências, interferindo tanto na saúde física do indivíduo, como a nível psicológico. De um ponto de vista clínico, as doenças frequentemente associadas são “a diabetes, a hipertensão, as dificuldades de mobilidade, o aumento do colesterol, a artrite, os cálculos biliares, as hérnias de hiato, as varizes, a gota, as doenças cardiovasculares, as perturbações renais e os problemas de fertilidade nos homens” (Guerreiro, 2008, p. 10), para além de problemas a nível do sistema respiratório, como “as apneias do sono, a hipertensão pulmonar, a embolia, a disritmias cardíacas e a insuficiência cardíaca” (Guerreiro, 2008, p. 11). O cancro também está mais propenso em pessoas obesas. Na mulher, aumenta a probabilidade de desenvolver cancro da mama, dos ovários e do útero, enquanto no homem, são os cancros da próstata e do cólon que mais estão associados ao excesso de peso. Para além dos problemas clínicos apresentados, os indivíduos afetados pela obesidade estarão também mais propensos a distúrbios a nível psíquico e social, tais como depressões, ansiedade, isolamento, agressividade e problemas de baixa autoestima. Este impacto a nível psicológico está fortemente relacionado com o estabelecimento de padrões de beleza, de idealizações de um corpo perfeito, criado pela sociedade e fortemente veiculado pelos meios de comunicação.³ Isto gera discriminação e, muitas vezes, exclusão social dos casos que se afastam dos padrões estabelecidos (idem).



3 - Barbie

Publicidade à famosa boneca Barbie, que ilustra o estabelecimento de padrões de beleza na atualidade.

1.3. As crianças e a obesidade

Na atualidade, a obesidade é identificada como a doença mais comum nas crianças dos países desenvolvidos, continuando o número de afetados a crescer constantemente (Silva e Silva, 2010, p. 155).

Segundo Padez et al. (2004), em Portugal, entre 1970 e 2002 foi realizado um estudo sobre obesidade em crianças com idades compreendidas entre os 7 e os 9 anos de idade. Nessa altura, o nosso país já contava com 20,3% de crianças com excesso de peso e 11,3% com obesidade, o que resulta num total de 31,6% (Pardez et al., 2004, citado por Silva e Silva, 2010, p. 157). Já no contexto europeu, os países mediterrâneos são aqueles que apresentam taxas mais elevadas de excesso de peso e obesidade, sendo em Espanha a taxa de 30%, na Grécia 31% e na Itália, 36% (Silva e Silva, 2010, p. 158). Informação preocupante, visto que as crianças obesas têm o dobro das probabilidades de crescerem como adultos obesos, do que as crianças de peso equilibrado (Gonçalves, 2011, p. 14).

Sendo que esta condição poderá condicionar toda a vida futura das crianças afetadas e, a longo prazo, diminuir a esperança média de vida da humanidade. Segundo Olshansky et al. (2005), devido à obesidade “esta geração de crianças é a primeira na história com uma esperança de vida inferior à dos seus pais” (Olshansky et al. 2005, citado por Petty e Seiders, 2007, p. 236).

A maior probabilidade de desenvolvimento de problemas de saúde futuros, assim como danos psicológicos provenientes da incapacidade de realização de certos jogos ou desportos que necessitem de maior esforço físico, são frequentes em casos de obesidade infantil.

Os maus-tratos e discriminação na escola por parte dos colegas e amigos, contribuem também, em grande parte, para o isolamento, perda de autoestima e depressão (Guerreiro, 2008, p. 12).

Em muitos casos, os maus hábitos alimentares iniciam-se na infância, já que, “desde muito cedo a criança é exposta a inúmeros estímulos ligados aos alimentos, tais como paladar, olfato e visão, todos fundamentais na determinação da escolha alimentar” (Birch, 1992, citado por Geraldo, 2010, p. 13) e influentes nas suas preferências alimentares futuras.

Uma vez que durante a infância não há ainda a consciência de quais os alimentos nutricionalmente indicados, as crianças tendem a escolher aqueles que mais lhes agradam, sendo que, “preferências alimentares se desenvolvem a partir de uma predisposição genética” e é comum o gosto doce ser preferível ao amargo e azedo (Scaglioni, 2008, citado por Geraldo, 2010, p. 14).

As crianças são também muito influenciadas pelos hábitos alimentares dos pais (Silva e Silva, 2010, p. 160), já que estes são vistos como referências a seguir e a imitar (Pontes et al., 2009, p. 101), além disso, são os pais quem compra, prepara e controla a alimentação das crianças (Rossi et al., 2008, citado por Geraldo, 2010, p. 14). Estes que ainda com alguma frequência julgam que crianças rechonchudas são sinónimo de crianças saudáveis, daí forçarem os seus filhos a alimentarem-se em quantidade inadequada, sendo que, para o conseguirem, recorrem a alimentos com alto valor calórico, elevada gordura, açúcar, sal e baixo valor nutritivo e proteico. São exemplo disso, as batatas fritas, snacks, bolachas, refrigerantes e os bolos (Guerreiro, 2008, p. 12). Este tipo de alimentos, associados à falta de exercício físico e prática de atividades sedentárias, tais como os videojogos, televisão e internet, cada vez mais utilizados pelas crianças, conduzem inevitavelmente à obesidade.

Representando a obesidade um problema sério a nível de saúde pública e preocupante em termos de perspetiva futura da sociedade, torna-se urgente a prática de exercício e a adoção de hábitos alimentares saudáveis, principalmente nas crianças.

PARTE II

Revisão da Literatura

CAPÍTULO 2. Quais as estratégias visuais atualmente implementadas em embalagens dirigidas às crianças?

2.1. A embalagem como ferramenta de marketing

Segundo a ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, a embalagem é o recipiente que envolve um produto e que visa conservar, proteger e facilitar o seu transporte e manuseio (Pontes et al., 2009, p. 101). Kotler e Armstrong (2007) afirmam que, para além dessas funções, a embalagem começou também a ser utilizada como uma potencial ferramenta de marketing (p. 358).

Num universo de produtos similares, dispostos em prateleiras de supermercado, a embalagem resultante de estratégias de marketing torna-se um fator fundamental de diferenciação e atração do consumidor, pretendendo determinar vantagem competitiva em relação à concorrência (Neto, 2001, p. 12). Isto porque a embalagem é a parte visível do produto e, muitas vezes, "o único meio de comunicação entre o produtor e o consumidor" (Pontes et al., 2009, p. 102).

Para Prendergast e Pitt (1996) o papel do marketing em embalagens refere-se à utilização de um visual atraente para transmitir as virtudes do produto, cativando o consumidor no momento de compra (p. 61). Tal como sugere a pesquisa levada a cabo por Carl (1995), "dois terços das compras feitas em supermercados são decididos quando o comprador está na loja" (Carl, 1995, citado por Neto, 2001, p. 1), sendo estas compras feitas por impulso. Assim sendo, a embalagem poderá representar a última oportunidade de influenciar o consumidor a adquirir determinado produto (Geraldo, 2010, p. 23).

Para além de cativar visualmente o consumidor, a embalagem, através do seu rótulo, é também responsável por transmitir informações básicas sobre o produto, tais como peso, instruções ou ingredientes, poderá também ser utilizada para informar acerca dos seus benefícios. (Neto, 2001, p. 2).

2.2. Design da embalagem

O design da embalagem é referente ao aspeto visual do recipiente envolvente de um produto. A embalagem pode conter texto, ilustração, fotografia, cor e textura, sendo que os vários elementos devem relacionar-se no sentido de construir uma composição harmoniosa e coerente. Tal é reforçado por Gruenwald (1993), que refere a relevância de um estilo constante de tipografia, ilustração e composição na embalagem de um produto (Gruenwald, 1993, citado por Neto, 2001, p. 47). É também necessário ter em consideração que a embalagem não deve apresentar um visual muito simples nem demasiado elaborado, mas sim, um grau intermédio de complexidade, já que, atualmente, esta condição intermédia está associada a um maior nível de preferência e atração do consumidor (Berlyne, citado por Neto, 2001, p. 30).

Para Neto (2001), a forma como o consumidor receberá a mensagem transmitida pela embalagem dependerá muito dos seus fatores cognitivos e motivacionais, mas também, dos códigos utilizados e da forma como é apresentada a informação na embalagem. Desta forma, devem ser tidos em consideração aspetos como a legibilidade, a discriminação visual, a forma, o tamanho e a cor associados à embalagem (p. 33).

A legibilidade está relacionada com o reconhecimento dos caracteres num texto (Rumjanek, 2009, p. 22) e depende de três fatores identificados por Lida (1990), tais como a dimensão, proporção e coloração dos caracteres (p. 202). Para além destes, Neto (2001, p. 34) acrescenta também a simplicidade dos caracteres, a sua força, orientação, harmonia e efeito psicológico que lhes está associado. A legibilidade é essencial para a perceção e compreensão da informação contida na embalagem. Para Pontes et al. (2009, p. 102), no design de embalagens, a informação principal deve ser sempre legível permitindo ao consumidor identificar facilmente o produto e outras informações relevantes

Por sua vez, a discriminação visual é a capacidade de distinguir um elemento dos restantes, essa característica pode ser manipulada através de várias variantes como a forma, tamanho, cor, textura e localização. Estas poderão ajudar a reforçar ou diferenciar a mensagem que a embalagem quer transmitir, facilitando a tarefa do consumidor (Neto, 2001, p. 44).

A forma da embalagem deve ser cuidadosamente pensada visto representar uma característica facilmente memorizável e reconhecível a uma maior distância (Neto, 2001, p. 45). Consoante o produto que envolve, esta deve ser escolhida com base num significado a transmitir ao consumidor. Por exemplo, a forma de um quadrado remete geralmente à honestidade, masculinidade e retidão, já o círculo simboliza a proteção, infinidade e feminilidade (idem). De um modo geral, é preferível a convexidade à concavidade, embora esta facilite o manuseamento, tentando evitar as bordas cortantes e com aspeto afiado já que estas poderão causar a sensação de que a embalagem é demasiado afiada para ser manuseada (Stein, 1997, citado por Neto, 2001, p. 48). É ainda de referir que as formas visuais se influenciam mutuamente, sendo portanto, necessário levar em conta a disposição das embalagens nos pontos de venda (idem).

O tamanho deve também ser tido em consideração, este pode ser manipulado e criar ilusões na visão consoante as cores que utiliza e a forma dos seus contornos. Por exemplo, “os tons pastel dão à embalagem a noção de que ela é maior, já com as cores escuras acontece exatamente o contrário...” (Freitas, 2007, p. 12). Isto ocorre devido à maior reflexão da luz sobre uma superfície clara, que lhe confere amplitude (Farina et al., 2006, p. 16). Além de influenciar a percepção do tamanho da embalagem, a cor pode também interferir na noção de peso de um produto. Sendo que “as embalagens escuras parecem mais pesadas, enquanto que as mais claras parecem mais leves.” (Freitas, 2007, p. 12).

Por fim, mas não menos importante, a percepção da informação é profundamente influenciada pela coloração, esta representa a primeira informação captada pelo olhar do comprador (Freitas, 2007, p. 10). A legibilidade condicionada pela cor é a característica que depende do contraste entre a figura e o fundo, por exemplo, o contraste de cores escuras sobre um fundo claro, possibilita uma melhor visibilidade e percepção (Neto, 2001, p. 42). A cor é um atributo muito especial e influente para quem o percebe. Cada cor é capaz de despertar uma série de emoções, que dependem do seu espetador e do contexto em que está inserida. No caso específico da embalagem, as cores utilizadas podem facilitar ou dificultar a transmissão de uma mensagem, conseguindo até influenciar a compra de um produto. Deste modo, a cor da embalagem deve ser escolhida consoante o tipo de produto que armazena. Tal como refere Freitas (2007, p. 11), através da cor da embalagem deverá ser possível iden-

tificar rapidamente o produto, refletindo a sua essência e finalidade. Também para os autores Grossman e Wisenblit (1999), os consumidores fazem já associações entre produtos e cores, “preferindo certas cores para determinadas categorias de produtos.” (p. 79). No entanto, regra geral, a cor laranja tem grande potencial de atração, seguida pelo vermelho. Mas é, especialmente, nas embalagens de alimentos que estas cores têm maior eficiência (Freitas, 2007, p. 10).

2.3. Design da embalagem de alimentos

A percepção influencia, em grande parte, o nosso comportamento perante determinado alimento (Fishbein e Ajzen, 1975, citado por Pereira, 2009, p. 7). Assim sendo, quando o primeiro contacto com um alimento é feito através da embalagem, consciente ou inconscientemente, esta determina a expectativa de sabor que associamos ao alimento.

Com o objetivo de responder às necessidades e expectativas do consumidor, as empresas de produtos alimentares têm vindo a investir fortemente no design das embalagens dos seus produtos para que se tornem simultaneamente funcionais e apelativas (Pontes et al., 2009, p. 102). É essencial que as mensagens visuais transmitidas despertem no consumidor a vontade de comprar e consumir o produto. Em coerência com esta tendência, Wansink (2005) confirma que, segundo pesquisas passadas, quando os rótulos das embalagens alimentares apresentam um design sofisticado e elegante, estas tendem a vender mais do que com rótulos comuns (Wansink, citado por Pereira, 2009, p. 7-8).



4 - Embalagem Natas Light
Embalagem de natas light com fundo azul.

De entre os vários elementos visuais, a cor da embalagem e do seu rótulo é considerada uma das características mais significativas e que mais interfere na escolha levada a cabo pelo consumidor. Para Pontes et al. (2009), “talvez a coloração seja o atributo de maior importância” (p. 102), especialmente nas embalagens de alimentos. Neste tipo de embalagem, geralmente as cores utilizadas seguem os padrões estabelecidos pelos designers de embalagens (Pontes et al., 2009, p. 102). Por exemplo, para a FURG – Fundação Universidade Federal do Rio Grande (2006), as cores frias, como o azul, são mais associadas a alimentos light, devido à sensação de leveza e frescura que proporcionam.⁴ Já as cores quentes, tais como o vermelho e amarelo, são frequentemente associadas a

fast food pois estimulam o sistema nervoso⁵ (FURG, 2006, citado por Pontes et al., 2009, p. 102). Também Farina et al. (2006) aborda esta questão da associação entre cor e expectativa de gosto do alimento, referindo que, em geral, “as cores frias associam-se aos sabores amargos, enquanto as cores quentes se relacionam com os sabores doces” (p. 124). Desta forma, para além de estar em concordância com o tipo de alimento que alberga, a utilização da cor na embalagem de um produto alimentar deve ter como principal objetivo estimular o paladar do consumidor (Freitas, 2007, p. 140). Assim, uma das cores com maior capacidade de despertar a sensação de apetite é o laranja (não amarelado). Entretanto, outras cores como o púrpura claro para vinhos e licores, o castanho para chocolate e o rosa para alimentos doces são também capazes de estimular o desejo por esse tipo de alimentos (Freitas, 2007, p. 13). É também essencial que a cor da embalagem esteja ajustada à faixa etária do público a que se destina de modo a conseguir o feedback pretendido (Farina et al., 2006, p. 118).

2.4. Design da embalagem para crianças

Tal como vimos anteriormente, o design de embalagens tem como objetivo chamar a atenção do consumidor e influenciar a compra de um produto. Da mesma forma, quando o produto é direcionado às crianças é necessário realizar um estudo prévio para perceber quais os elementos que lhes despertam a atenção para posteriormente serem aplicados nas embalagens.

A embalagem representa um papel fundamental na escolha dos produtos direcionados às crianças, já que os elementos visuais que a compõem são capazes de atrair a atenção dos mais novos (Karsaklian, 2000, citado por Geraldo, 2010, p. 25). Deste modo, as embalagens de produtos infantis procuram “o apelo das cores, contrastes e formas diferenciadas e devem estar sincronizadas ao universo infantil, representando os seus interesses e repertório visual.” (Geraldo, 2010, p. 25). Atualmente, uma das técnicas mais utilizadas nas embalagens de produtos infantis e que é vista como tendo grande potencial, é a criação de uma mascote ou personagem infantil (Neto, 2001, p. 32). Estas mascotes estão ligadas à fantasia que encanta e diverte esse tipo de público (Freitas, 2007, p. 17). Segundo um estudo realizado por Chapman et al. (2006), 27% da totalidade dos produtos dirigidos a crianças nas redes de supermercado da Austrália apresentavam um personagem associada (p. 336).



5 - Embalagem Big Mac

Embalagem de hambúrguer com fundo vermelho.

Especialmente em embalagens de alimentos, esta estratégia está atualmente muito evidente. É o caso de quase todas as marcas de cereais de pequeno-almoço, das batatas fritas e das bolachas.

2.5. Relação entre o design de embalagens para alimentos e a infância como público-alvo;

Atualmente, em qualquer hipermercado é perceptível uma vasta quantidade de produtos dirigidos às crianças, tal é evidenciado através do seu packaging. No ramo alimentar, concretamente, vemos com frequência embalagens coloridas, com tipografia e personagens ligadas à infância. Esta preocupação e atenção prestada ao público infantil verifica-se uma vez que as crianças são um grande mercado para a indústria de alimentos e esta é a categoria de produto em que gastam a maior parte de seu dinheiro (McNeal, 1992, citado por Pires, 2010, p. 4).

Hawkes (2010) reconhece a existência de algumas técnicas de marketing aplicadas em embalagens de alimentos cuja função é atrair as crianças. Entre elas estão a promoção de concursos e prémios, a utilização de informações relativas à nutrição e à saúde, também o tamanho, forma e tecnologia da embalagem, que inclui a forma de abrir e fechar ou manter o alimento fresco durante mais tempo, o tipo de letra utilizado, as imagens visuais (formas, símbolos), a imagem do produto, da marca ou do personagem que representa a marca e as cores da embalagem (p. 297). Também Marshall et al. (2006) confirmam que as crianças pré-escolares são bastante influenciadas pela cor das embalagens de alimentos e isso interfere na escolha de um produto (Marshall et al., 2006, citado por Geraldo, 2010, p. 26). Entre as várias estratégias promocionais apresentadas nas embalagens de alimentos para crianças, Chapman et al. (2006), identificam a oferta de brindes e o uso de celebridades de cinema e do desporto como sendo as mais frequentes⁶ (p. 336).

O grande problema reside na utilização massiva destas estratégias de marketing em alimentos menos saudáveis e poucos adequados às crianças. Ou seja, na crescente “divulgação e promoção de alimentos processados que progressivamente passam a compor a dieta da população infanto-juvenil.” (Pontes et al., 2009, p. 99).

Segundo um estudo efetuado por Chapman et al. (2006), foi avaliada a promoção de alimentos dirigidos ao público infantil em supermer-



6 - Embalagem Nesquik
Embalagem de cereais com oferta de um jogo do Angry Birds como brinde.

cados, concluindo que 82% das estratégias utilizadas eram para promover o consumo de alimentos não saudáveis (p. 331). Ou seja, para além da predisposição das crianças na preferência destes alimentos pelo seu sabor, elas ainda são persuadidas a comprar o produto, graças a toda a estratégia de diversão levada a cabo na conceção da embalagem, sem que nela sejam apresentadas as consequências negativas do consumo desses alimentos (Harris et al., 2010, citado por Geraldo, 2010, p.66-67). Para além das estratégias de atração das crianças anteriormente mencionadas, Geraldo (2010) no seu estudo, concluiu que outra estratégia adotada em alguns alimentos não-saudáveis é a disponibilização de jogos na própria embalagem ou divulgação de páginas da internet, onde os pais podem obter mais informações acerca do produto e as crianças usufruem de jogos e brincadeiras (p. 67). Esta estratégia permite obter bastante sucesso já que, as crianças estarão mais motivados para comer pois a refeição passa a ser vista como um momento de diversão onde lhe é permitindo jogar enquanto comem⁷ (Pereira, 2009, p. 13).

Através da pesquisa de Elliott (2008) observou-se que, em embalagens de alimentos industrializados dirigidos ao público infantil, as cores dominantes são o azul, o amarelo, o vermelho e o verde, respetivamente (Elliott, 2008, citado por Geraldo, 2010, p. 62).

Já no ano seguinte, o mesmo autor conclui que quando a embalagem apresenta a cor verde, a criança acredita que o produto é saudável, pela associação à cor das hortaliças (Elliot, 2009, citado por Geraldo, 2010, p. 63).

É de notar também a comodidade das embalagens individuais de sumos naturais, refrigerantes e bebidas lácteas, facilmente transportadas pelas crianças e adolescentes e prontas para consumo em qualquer lugar (Pontes et al., 2009, p. 102). Desta forma, dá-se preferência aos alimentos práticos em vez dos alimentos saudáveis. Para além de tudo isto, numa ida ao supermercado, a criança fica exposta a outras estratégias, tais como a disposição deste tipo de alimentos em prateleiras mais baixas, para que fiquem facilmente ao seu alcance (Geraldo, 2010, p. 61). Perante este problema e para evitar danos maiores, Pontes (2009, p. 103) sugere a criação de embalagens individuais para alimentos nutricionalmente aconselhados, com menos gorduras, açúcar e sal. Fazendo concorrência aos produtos menos adequados, esta estratégia deveria ser acompanhada de embalagens atrativas para as crianças, assim como disposição estratégica dos produtos saudáveis nos supermercados.



7 - Jogos na embalagem de Chocapic

Atividades para resolver na parte de trás da embalagem de cereais.

CAPÍTULO 3. Qual a estratégia visual mais indicada para atrair a atenção das crianças?

3.1. A Cor e a infância

Uma vez que a cor demonstrou uma visível influência na escolha da embalagem e na atração para o consumo de determinados alimentos, especialmente no universo infantil, iremos agora focar-nos especificamente neste atributo, com vista a compreender a interação entre as crianças e a cor.

3.1.1. Contextualização

Desde o início da história da humanidade que a cor permanece presente na natureza. Vivemos rodeados de cores, desde “o azul do céu, o verde das folhas, o colorido deslumbrante das flores, os diversos tons das águas do mar e a natureza toda impõem suavemente o mundo da cor” (Farina et al., 2006, p. 3). Também desde cedo, o ser humano demonstrou interesse pela utilização da cor, aplicando-a continuamente às suas criações, tais como artefactos, vestuário, ou decoração (Farina et al., 2006, p. 12).

Apesar da presença da cor no passado, nem sempre houve tanta variedade de cores como na atualidade. Antes do século XIX, o número de corantes e pigmentos conhecidos era ainda muito reduzido, tendo origem orgânica e sendo vendidos a um preço elevado (Resende 2010, p. 14). Só a partir desse século se começou a desenvolver um maior interesse pelo estudo científico da cor (Freitas, 2007, p. 1), passando a conhecer-se uma gama muito maior de corantes e pigmentos.

A cor não possui uma existência material. Resulta da “sensação provocada pela ação da luz sobre o órgão da visão” (Pedrosa, 1995, citado por Ribeiro, 2007 p. 35). Portanto, para que haja cor, tem de haver necessariamente luz e um órgão capaz de decifrar as ondas luminosas.

Dentro das sensações de coloração que conseguimos descodificar, encontram-se as sensações acromáticas, ligadas à percepção desde o branco ao preto, passando por todas as escalas de cinzento. Já as

sensações cromáticas estão relacionadas com a percepção de todas as cores do espectro solar (Freitas, 2007, p. 3). A unidade de medida do comprimento de onda das cores é o nanômetro (nm), sendo que "cada faixa de comprimentos corresponde a uma luz de determinada cor" (Farina et al., 2006, p. 58).

Os estímulos que estão na origem da percepção da cor dividem-se em dois grupos, as cores-luz e as cores-pigmento (Ribeiro, 2007, p. 35).

As cores-pigmento são as tintas/pigmentos cuja natureza do material define a forma com reação perante a luz.⁸ Assim, a cor de um corpo é definido pela absorção de quase todos os raios de luz, refletindo apenas aqueles que têm a tonalidade de cor que observamos no corpo. A mistura de todas as cores-pigmento é considerada uma síntese subtrativa, resultando em preto.

Já a cor-luz, define-se como a radiação luminosa visível capaz de se decompor em várias cores, sendo que a junção de todas as cores resulta em branco.⁹ Esta é, em oposição à cor-pigmento, considerada uma mistura aditiva.

3.1.2. Percepção da cor

A cor é uma característica com elevada relevância para o ser humano. Perante a nossa exposição a algo, ela é a primeira característica a ser percebida e a última a ser esquecida (Resende, 2010, p. 14). Apesar disso, o processo de percepção da cor envolve alguma complexidade que diz respeito não apenas à associação do raio luminoso a uma cor específica, mas também a uma interpretação pessoal e resposta emocional por parte do recetor.

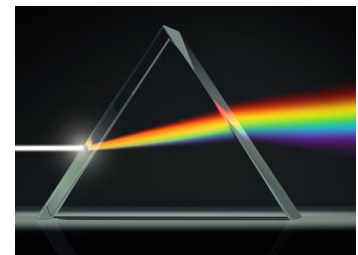
Para Farina et al. (2006), durante a exposição a determinada cor, é desencadeada uma ação tríplice: a de impressionar, de expressar e de construir. No momento em que a cor é vista, ela impressiona a retina e desencadeia uma emoção. É construtiva porque tem valor simbólico e é capaz de construir uma linguagem que comunica uma ideia (p. 13).

Desta forma, a percepção de certa cor, pode desencadear a sensação de calma, tranquilidade, agressividade ou exaltação. Por um lado, as cores quentes como a vermelho, amarelo ou laran-



8 - Cores-Pigmento

Diferentes materiais que aparentam diferentes cores.



9 - Cores-Luz

Decomposição da luz branca nas várias cores do espectro através de um prisma.

ja, são as que transmitem mais energia, são estimulantes e provocam sensações de calor. Por oposição, as cores frias como o azul ou verde, transmitem sensações frias, são calmantes, leves, húmidas, distantes (Freitas, 2007, p. 4).

De um modo geral, cada cor pode estar associada a inúmeras atribuições simbólicas (Dondis, 1997, citado por Ribeiro, 2007, p.14). Farina et al. (2006) identificou algumas das características geralmente associadas a cada cor, no mundo ocidental:

Branco - Pureza, limpeza, liberdade, criatividade, paz, vazio, solidão.

Preto - Morte, sombra, destruição, tristeza, angústia, elegância.

Cinzentos - Tristeza, velhice, desânimo, aborrecimento.

Vermelho - Força, energia, coragem, paixão, pecado, violência.

Laranja - Luminosidade, energia, alegria, tentação.

Amarelo - Alegria, dinamismo, luminosidade, idealismo, euforia.

Verde - Saúde, tranquilidade, natureza, equilíbrio, esperança.

Azul - Espaço, infinito, meditação, confiança, fidelidade.

Roxo - Fantasia, mistério, eletricidade, egoísmo, espiritualidade.

Castanho - Melancolia, resistência, vigor.

Rosa - Amabilidade, inocência, feminilidade (p. 97-105).

A cor influencia de tal forma o psíquico, que consegue atrair o nosso interesse para algo, provocar o aumento ou diminuição da produtividade dos trabalhadores, ou até contribuir para a saúde ou diminuir o tempo de internamento dos pacientes num hospital (Neto, 2001, p. 42). Cada ser humano, mesmo que involuntariamente, acaba por desenvolver preferência por certas cores em detrimento de outras.

Para Farina et al. (2006), a preferência por determinada cor depende essencialmente de fatores psicológicos, sociológicos e fisiológicos do indivíduo (p. 86).

3.1.3. Influência do contexto sociocultural

A cor é um sistema visual capaz de chegar a qualquer pessoa com capacidade de ver. A expressividade das cores é tão poderosa que

consegue ultrapassar as fronteiras espaciais e temporais, podendo ser compreendida por analfabetos (Freitas, 2007, p. 1). “Um exemplo da associação das cores a determinadas conotações são os sinais de trânsito” (Farina et al., 2006, p. 89).

Assim, a percepção e reação do homem perante uma cor depende essencialmente das suas condições físicas e influências culturais (Farina et al., 2006, p. 14). Apesar de se deduzirem algumas sensações associadas a cada cor, estas estão extremamente ligadas às experiências pessoais e contexto cultural de cada indivíduo. Para cada pessoa ou cultura, uma determinada cor poderá ter um significado e desencadear uma emoção totalmente diferente de outra. Por exemplo, no Ocidente a cor do luto é o preto, enquanto no Oriente, o luto pela perda de alguém querido é representada pelo vestuário branco (Ribeiro, 2007, p. 14).

Para além da cultura, os costumes sociais e a localização geográfica, as conotações atribuídas às cores também variam consoante a idade, e o género do indivíduo (Resende, 2010, p. 16).

3.1.4. A cor e a idade

Do mesmo modo que a diferentes idades se associam diferentes atitudes e comportamentos, a faixa etária de um indivíduo pode igualmente determinar o gosto por diferentes cores. Assim, para demonstrar a tendência de preferência por certa cor em função da idade, o psicólogo Bamz, criou uma associação entre a cor e a idade. Daí resultou o seguinte:

Vermelho: de 01 a 10 anos - idade da espontaneidade e da efervescência;

Laranja: de 10 a 20 anos - idade da aventura, excitação, imaginação;

Amarelo: de 20 a 30 anos - idade da arrogância, força, potência;

Verde: de 30 a 40 anos - idade da diminuição do fogo juvenil;

Azul: de 40 a 50 anos - idade da inteligência e do pensamento;

Lilás: de 50 a 60 anos - idade da lei, do juízo, do misticismo;

Roxo: além dos 60 anos - idade da benevolência, do saber, da experiência” (Bamz, citado por Freitas, 2007, p. 5).

Também para Pastoureau (1997), a preferência por uma cor depende da faixa etária, sendo que as crianças demonstram uma tendência para cores quentes, enquanto que os adultos preferem as cores frias. O mesmo autor, afirma que, segundo vários estudos desenvolvidos após a segunda guerra mundial, tem-se concluído que a cor favorita da maioria dos adultos ocidentais é o azul, seguido do verde e do vermelho (Pastoureau, 1997, citado por Ribeiro, 2007, p. 44).

Também os mais idosos demonstram uma preferência pela cor azul, tal foi constatado através das compras que fazem em supermercados. Estas revelam uma maior escolha de produtos contidos em embalagens onde predomina a cor azul (Farina et al., 2006, p. 90). Tal ocorrência é justificada por estudos científicos que revelam que o cristalino do olho humano se vai gradualmente tornando amarelo com o passar dos anos. Assim, um idoso absorve cerca de 57% da luz azul, enquanto uma criança absorve apenas 10% (Freitas, 2007, p. 5).

3.1.5. As crianças e a cor

No caso específico das crianças, verifica-se, na nossa cultura, uma associação de certas cores ao mundo infantil. Estas são geralmente cores suaves, de tons pastel. No entanto, apesar do constante estímulo dos pais ao uso destas cores, Resende (2010) afirma que as crianças pequenas geralmente se sentem mais atraídas por cores vivas (p. 16).

Além da associação das cores pastel aos mais novos, também se verifica, frequentemente, uma diferenciação entre as cores associadas às meninas e aquelas que são consideradas mais indicadas para meninos. Por exemplo, no Ocidente é muito comum associar o cor-de-rosa ao universo feminino¹⁰ e a cor azul ao universo masculino.¹¹ Isto verifica-se tanto através do vestuário, como da mobília, brinquedos e outros objetos dirigidos às crianças. Ou seja, é algo imposto tanto pelos pais e familiares, como pela sociedade em geral e pelos meios de comunicação social (Ribeiro, 2007, p. 45). Isto poderá, de algum modo, determinar o gosto por essas cores, em detrimento de outras. Também Pereira (2006) defende que a preferência das crianças em relação à cor é influenciada pelo ambiente sociocultural em que ela vive (p. 3). Apesar disso, as cores vermelho e laranja aparentam ser aquelas que mais despertam a atenção dos mais novos, tanto das meninas como dos meninos. Um exemplo concreto



10 - Quarto cor-de-rosa
Mobiliário e decoração do quarto de uma bebé menina.



11 - Quarto azul
Mobiliário e decoração do quarto de um bebé menino.

é exposto por Freitas (2007). A autora afirma que substituindo as cores das embalagens de brinquedos para crianças por cores como vermelho e laranja, a reação às vendas torna-se praticamente imediata, já que estas são as cores que mais chamam a atenção dos mais novos, despertando neles a “espontaneidade, efervescência e imaginação” (p. 17).

3.2. Ilustração para a infância

Com o objetivo de compreender melhor o conceito de ilustração para a infância e analisar algumas estratégias visuais de ilustração mais adequadas às crianças, será levado a cabo um estudo teórico sobre o tema.

3.2.1. Contextualização

Num momento em que a sociedade não fazia diferenciação entre adultos e crianças, o mesmo se manifestou na área da ilustração sendo que, inicialmente, esta era direcionada a qualquer idade, sem distinção (Necyk, 2007, p. 19).

Só em finais do século XIX, com o crescente reconhecimento da importância da criança na formação do indivíduo adulto, se começou a diferenciar os papéis de cada faixa etária na sociedade (Fang, 1996, p. 130). Deste modo, passaram a desenvolver-se, em grande escala, produtos especificamente dirigidos aos mais novos, entre eles, o livro infantil ilustrado (Silva, 2011, p. xii).

Em Portugal, por volta de 1866, ainda pouco se sabia sobre literatura para a infância e o pouco que se lia deste género eram sobretudo traduções (Castro, 2005, p. 5). Mais para o final do século XIX, a literatura portuguesa dirigida às crianças começa a surgir, mas é a partir de 1974 que se verifica no nosso país, um grande progresso na edição de livros ilustrados para a infância (Silva, 2011, p. xii).

A ilustração, que até então era pouco valorizada comparativamente com o texto, começa a assumir um papel cada vez mais relevante na literatura. Da mesma forma, a imagem e a ilustração passam também a ser consideradas para fins educativos, lúdicos, estéticos, etc (Silva, 2011). Assim, ao longo do tempo, a ilustração foi-se expandindo e conquistando valor, deixando de ser uma mera explicação e ornamento do texto. Até que, atualmente, encontramos com frequência a ilustração a assumir o papel principal na redação da história,



12 - Trocoscópio

Capa e páginas do interior do livro "Trocoscópio" da editora Planeta Tangerina

ou mesmo como único elemento narrativo, como acontece no livro "Trocoscópio" da editora Planeta Tangerina.¹² Nestes casos, o texto é apenas utilizado para indicar informações sobre o livro, por exemplo, o título, nome do autor, sinopse, etc (Necyk, 2007, p. 26).

Atualmente, conclui-se que a função da ilustração é mais do que decorar e auxiliar a compreensão da informação escrita através da arte. Ela é um meio de transmissão de ideias, abdicando de barreiras linguísticas e facilitando, dessa forma, a compreensão da mensagem (Castro, 2005, p. 17).

A maior visibilidade da ilustração permitiu a alguns artistas a sua utilização como exercício de experimentação e expressividade (Silva, 2011). Nos últimos anos, os meios informáticos de que dispomos, trouxeram consigo ainda mais possibilidades de "criação, mistura e transformação de imagens" (Castro, 2005, p. 25).

3.2.2. Linguagem e técnicas utilizadas

A linguagem visual utilizada pelo ilustrador deve, primeiramente, deter um significado, procurando estar adaptada ao contexto e de acordo com a mensagem que se pretende transmitir (Necyk, 2007, p. 113). Por outro lado, a ilustração é produto da cultura, estando inevitavelmente relacionada com os assuntos de uma época, assim como com a estética e conjunto de convenções gráficas vigentes nessa sociedade (Castro, 2005, p. 27). Portanto, a estratégia visual apresentada por uma ilustração é influenciada pela linguagem pessoal do ilustrador, mas também pelo tempo e espaço onde foi gerada (Necyk, 2007, p. 114). Na mesma linha de pensamento, Silva (2011) afirma que a Ilustração tem apresentado um desenvolvimento paralelo à Grande Arte (p. 2).

Para Necyk (2007), atualmente, a variedade de linguagens visuais utilizadas no campo da ilustração, reflete a época de expressão múltipla e fragmentada em que vivemos (p. 121). Segundo a opinião de Silva (2011), esta variedade de linguagens, constitui um alargamento de campo, conferindo uma identidade cada vez mais afirmada, "sobretudo se pensarmos que essa essência nunca esteve rigorosamente definida." (p.1).

Entre as várias técnicas de ilustração utilizadas, destacam-se a pintura a óleo, aguarela, pastel, carvão, ou ainda a fotografia e a pintura digital. São até empregadas técnicas mistas, que reúnem várias delas, tais como o recorte e a colagem ou o uso de texturas e padrões (Florindo, 2012, p. 40).

Segundo Charréu (2012, p. 15), estas técnicas mistas facilitam a abordagem dos significados, assim como a passagem das emoções e sentimentos desejados para quem contempla a imagem. Também para Santos (2011, p. 22), o uso de elementos como relevo e texturas ou elementos referentes à realidade, permitem à criança um maior envolvimento com o contexto ou história abordada pela ilustração.

Como estratégia visual utilizada para contar uma história, presenciamos ainda, em alguns casos, a utilização de diferentes linguagens visuais ao longo de um único livro. Um exemplo da aplicação desta estratégia é o livro infantil “Griso, o unicórnio” de Roger Mello¹³ (Necyk, 2007, p. 118).

3.2.3. Ilustração e a criança

A imagem é o primeiro elemento de atração do olhar (Necyk, 2007, p. 34), especialmente nas crianças mais novas, ainda incapazes de decodificar o texto.

Quando uma ilustração é visualizada, ela chama a atenção da criança, desencadeando nela um efeito psicológico (Schwarcz, 1982, citado por Charréu, 2012, p. 15). Por esse motivo, tem-se verificado que a quantidade de ilustrações presentes nos livros está relacionada com a idade do leitor. Assim, quanto menor a idade do leitor, mais ilustração e menos texto o livro apresenta (Castro, 2005, p. 27).

O livro ilustrado infantil é atualmente utilizado como objeto de ensino e de entretenimento. Necyk (2007, p. 82) afirma que o livro com ênfase visual e texto reduzido é o mais adequado às crianças em fase de alfabetização, cultivando-lhes o apreço pelo livro e o interesse pela literatura.

A ilustração presente no livro infantil traz consigo vários benefícios associados. Ela ajuda na extensão do vocabulário, na prática da escrita e da fala (Fang, 1996, p. 140). Através dos elementos representados nas ilustrações, a criança interroga o adulto acerca desses



13 - Griso, o unicórnio
 Páginas do interior do livro que indicam a utilização de diferentes linguagens visuais

objetos para ela desconhecidos, tornando assim o seu conhecimento e vocabulário mais rico e abrangente.

O contacto com diferentes linguagens visuais é também fonte de criatividade e familiarização com a arte. O sentido estético e espírito crítico de apreciação e avaliação da arte, são também desenvolvidos através da observação frequente de ilustrações (Fang, 1996, p. 139). Deste modo, o contacto das crianças com estas formas visuais, constitui uma forma de educação estética visual (Charréu, 2012, p. 1).

Uma característica comum neste tipo de livros é a ilustração conter algo mais que não está escrito no texto, isto alimenta a imaginação da criança, que procura interpretar e atribuir significado à união do texto com a imagem (Necyk, 2007, p. 121).

No passado, era frequente encontrar livros para a infância com ilustrações tendencialmente realistas, não sendo necessário por parte dos leitores um grande esforço para reconhecer o que a imagem descrevia, já que esta possuía grande semelhança com a realidade. Na ilustração contemporânea que observamos nos livros produzidos durante as últimas décadas, percebemos que a semelhança não é um requisito essencial para a representação (Necyk, 2007, p. 120). A ilustração da atualidade é essencialmente figurativa, acrescentando algo mais do que a simples representação fiel do referente (Necyk, 2007, p. 120).

Charréu (2012) considera que as ilustrações contemporâneas de maior qualidade se encontram dentro do tipo de ilustração figurativa, que evita enfoques miméticos sobre a realidade e reproduções profundamente realistas. O autor acredita no grande impacto psicológico deste tipo de ilustração perante as crianças (p. 15). De um modo geral, verifica-se que as crianças gostam daquilo com que se identificam. Elas "são atraídas por ilustrações sobre coisas das quais gostam, tendendo a desinteressar-se pelo que consideram desagradável, pelo que acham feio, pelo que as amedronta." (Ribeiro, 2007, p. 53). Portanto, as crianças julgam uma ilustração consoante o seu interesse pelo que ela representa.

Também Martins defende esta perspetiva, mas direccionada para o livro para a infância em geral, afirmando que a criança desenvolve interesse na leitura de livros com os quais se identifica, faz desco-

bertas e reconhece as suas experiências pessoais (Martins, citado por Necyk, 2007, p. 30).

Perante a análise do livro “Ninus e seu Pompom”, Necyk (2007) concluiu que neste livro, tal como em muitos dos livros produzidos para os mais novos, existem algumas características visuais frequentes nas suas ilustrações, tais como, a presença de elementos com dimensões menores que o seu referente real, não sendo estas necessariamente semelhantes à realidade. Outra característica observada por Necyk é que as cores utilizadas na ilustração são geralmente uma síntese das cores do referente, no entanto, estas nem sempre apresentam compromisso com a realidade (p. 126). Por outro lado, é usual a ilustração ser executada em plano bidimensional e sem existência de sombras, dando a impressão que as figuras estão a flutuar no espaço. Em alguns casos, os elementos são cortados pelo limite da página. É também frequente o uso da linha de contorno para evidenciar mais claramente a separação entre a figura e o fundo (Necyk, 2007, p. 126-127).

Para Charréu (2012), ilustrar para crianças constitui uma das tarefas mais desafiantes e criativas (p. 3). Também Castro (2005) afirma que a ilustração dedicada à infância é uma área muito especial. Ela defende que o profissional de ilustração deve, em qualquer trabalho, entrar na mente do recetor, sendo que a criança constitui um caso especialmente complexo, já que nos seus desenhos ela recorre mais à fantasia, para além de olhar os seus desenhos de uma forma diferente dos adultos (p. 25).

PARTE III

Estado da Arte

CAPÍTULO 4. Iniciativas de combate à obesidade infantil em Portugal na área da educação

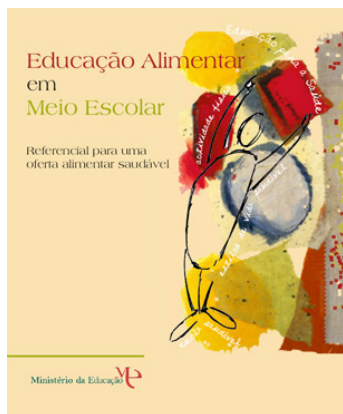
Segundo Owen et al. (1997), os hábitos alimentares desenvolvidos na infância tem tendência a prolongar-se pela vida adulta, tornando-se assim essencial inculcar desde cedo uma atitude positiva perante os alimentos saudáveis em detrimento dos alimentos processados. (Owen et al., 1997, citado por Pereira, 2009, p. 4)

O caminho mais fácil e eficaz é, naturalmente, a prevenção, que se deve fazer acompanhar por políticas de sensibilização para uma alimentação saudável e para a prática de exercício físico.

No público infantil, para além da influência dos pais, Rito (2003) afirma que a escola desempenha um papel essencial na aprendizagem de comportamentos saudáveis, já que é aqui que as crianças passam a maior parte do dia e este é, para elas, um local de aprendizagem (Rito, 2003, citado por Silva e Silva, 2010, p. 160). Segundo a mesma autora, em escolas portuguesas, professores, pais e alunos já têm sido envolvidos em programas de educação para a saúde, que abordam questões ligadas à alimentação (idem). Embora ainda haja muito a fazer, existem já quatro principais campanhas a nível nacional dirigidas às crianças, com vista à minimização deste problema, são elas:

4.1. Programas de promoção da educação para a saúde

Consiste num acordo entre o Ministério da Educação e o Ministério da Saúde que coloca à disposição das escolas um responsável da equipa de saúde escolar com a função de auxiliar no desenvolvimento de atividades e projetos na área da saúde. Para além disto, o Ministério da Educação definiu a obrigatoriedade da inclusão de temas na área da saúde nos programas de ensino. Os quatro principais temas "são a alimentação e estilos de vida saudáveis, a violência e saúde mental, a prevenção do consumo de substâncias psicoativas e a educação sexual, sem prejuízo de outras temáticas abordadas" (Silva e Silva, 2010, p. 162).



14 - Capa do livro "Educação alimentar em meio escolar"



15 - Logótipo do programa educativo "Apetece-me"



16 - Logótipo da iniciativa "Heróis da Fruta"

4.2. Referencial para uma oferta alimentar saudável

"Educação alimentar em meio escolar – referencial para uma oferta alimentar saudável"¹⁴ é um livro lançado pelo Ministério da Educação que "define quais os alimentos que devem, ou não, ser fornecidos aos alunos nas escolas" (Silva e Silva, 2010, p. 163). Este reforça que as refeições deverão ser equilibradas e apelativas para os alunos. O projeto visa promover a saúde dos mais jovens, investindo na prevenção de doenças relacionadas com a obesidade e fornecendo aos mais carenciados uma alimentação saudável e rica em nutrientes (idem).

4.3. Programa "Apetece-me"

O programa educativo "Apetece-me"¹⁵ foi lançado pela Nestlé Portugal com o apoio da Direção Geral de Inovação e de Desenvolvimento Curricular do Ministério da Educação. O principal objetivo é sensibilizar os alunos para a prática de uma alimentação saudável, fornecendo materiais pedagógicos que auxiliem os professores do 1º e 2º ciclos do ensino básico na abordagem de temas como a alimentação, nutrição e saúde/bem-estar (Silva e Silva, 2010, p. 163).

4.4. Projeto "Heróis da Fruta – Lanche escolar saudável"

A APCOI (Associação Portuguesa Contra a Obesidade Infantil), é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2010. Esta preocupa-se sobretudo com a saúde infantil, procurando combater a má nutrição, o sedentarismo e a obesidade, através da promoção de "programas e campanhas de prevenção, formação e investigação que valorizem a saúde das crianças." (APCOI).

O Projeto "Heróis da Fruta – Lanche escolar saudável"¹⁶ é uma das iniciativas da APCOI, implementada nas escolas um pouco por todo o país e que abrange crianças até aos 10 anos de idade.

Esta iniciativa foi pela primeira vez implementada no ano letivo 2011/2012, e desde então, tem motivando 63.348 alunos de 1.332 jardins de infância e escolas básicas do 1º ciclo, ao consumo diário de fruta. Este incentivo é feito através de um quadro presente na sala de aula, o "Quadro de Mérito – Hoje comi fruta", onde as crianças devem pintar uma estrela de mérito em frente ao seu nome de cada vez que comerem uma peça de fruta diariamente. Outras

atividades foram sugeridas aos professores no âmbito desta causa, tais como fichas de trabalho, jogos educativos e visitas de estudo (Heróis da Fruta).

A segunda etapa consiste num concurso de criação de um “Hino da fruta”, no qual os alunos, com a ajuda dos educadores e professores de cada escola participante, criam a letra de uma música que reflita a importância da fruta. Por fim, realiza-se uma votação pública para selecionar as escolas vencedoras, que recebem como prémio a APCOI para uma peça de teatro interativa sobre alimentação saudável¹⁷ (Heróis da Fruta).

Como resultado da primeira edição, já se conseguiu um aumento de 26% de consumo de fruta diário comparativamente com a quantidade consumida pelas crianças até ao momento (APCOI).

Como se observou, as iniciativas levadas a cabo em Portugal procuram, sobretudo, alertar os jovens para o problema da obesidade, tentando implementar políticas nas escolas, que levem os alunos a alimentarem-se melhor.

Atualmente, verifica-se que muitas crianças já sabem quais os alimentos mais benéficos para a saúde, tal como comprova o estudo de Rodrigues e Cruz, em 2012. Este solicitou a 130 crianças da região centro de Portugal que fizessem um desenho sobre o tema “estilos de vida saudáveis”. Dos resultados, observou-se que 50% do total das crianças em estudo referiu a importância da fruta e 33,1% desenhou vegetais. Já 31,5% considera os laticínios importantes e 26,2% refere a água (Rodrigues e Cruz, 2012). No entanto, apesar do atual conhecimento sobre o tema, não se verificam ainda melhorias significativas na alimentação das crianças (Silva e Silva, 2010). Isto poderá demonstrar a necessidade de implementação de outro tipo de iniciativas.



17 - Visita às escolas

Mascotes da iniciativa “Heróis da Fruta” na sua visita às escolas vencedoras do concurso “Hino da Fruta”.

CAPÍTULO 5. Estudos de caso: O Design e a Ilustração como promotores de uma alimentação saudável nas crianças

5.1. Em Portugal

No sentido de contrariar o problema dos maus hábitos alimentares nas crianças, para além das iniciativas desenvolvidas na área da educação, foram também aparecendo em Portugal, projetos que pretendem influenciar práticas alimentares saudáveis através do visual.

5.1.1. The Influence of animation on functional food intake in children de Helena Speier Paulino Pereira (2009)

Este projeto procurou influenciar a correta alimentação infantil diretamente no momento de consumo dos alimentos, explorando a forma como a decoração/disposição dos ingredientes no prato pode influenciar o gosto por determinados alimentos. Para isso, foi avaliada a reação das crianças de uma escola perante uma refeição com o prato sem animação¹⁸ e outra com o prato "animado".¹⁹ No final da sua experiência, Pereira (2009) concluiu que, perante um prato com "animação", as crianças desenvolvem uma atitude positiva face aos alimentos apresentados, vendo os ingredientes como um todo e não separadamente. (p. 11) Outra conclusão é que, a perceção de um prato "animado", provoca mais rapidamente uma sensação de saciamento, diminuindo a quantidade de alimentos ingerida.

5.1.2. Junk Food Packaging on Healthy Food de Carla Sofia Gomes Pires (2010)

Neste estudo, Pires (2010), procurou perceber de que forma o packaging pode influenciar a atitude das crianças na escolha de alimentos saudáveis. Para isso, foi transportado o típico grafismo das embalagens de doces que as crianças tanto gostam, para uma embalagem de maçã fatiada²⁰ (Pires, 2010, p. 3).



18 - Prato sem animação



19 - Prato "animado"



20 - Aspeto da nova embalagem de maçã fatiada

Esta nova embalagem adquiriu um visual colorido e ilustrado. No final, foi feita uma comparação entre uma embalagem de maçã fatiada comum (sem ilustrações) e a nova. Os inquiridos foram 408 crianças portuguesas, com idades compreendidas entre os 10 e os 14 anos. Tal como previsto, elas escolheram a nova embalagem, o que comprovou o sucesso do trabalho. Confirmou-se, desta forma, a influência do packaging na escolha alimentar dos mais novos.

5.1.3. Design participativo na educação: Contributos para a melhoria dos comportamentos alimentares do público infantil de Sara Manuela Carvalho Gonçalves (2011)

Também Gonçalves demonstrou a sua preocupação com a alimentação levada a cabo pelas crianças habitantes de alguns bairros sociais da região de Aveiro, tal se refletiu no seu projeto final de mestrado. Este pretende, em colaboração com algumas escolas, educar as crianças de forma divertida, envolvendo professores, auxiliares e alunos.

Um dos objetos produzidos no projeto foi um diário alimentar²¹, onde os alunos podiam aprender boas práticas de saúde e de higiene. Numa das secções do diário, teriam de anotar, através da colagem de autocolantes, o que comeram em cada refeição durante 12 semanas. Este funcionou como uma espécie de jogo já que, semanalmente, cada aluno somava os pontos obtidos.

Para além do diário do aluno, o projeto envolveu também a criação de uma tabela de turma²² onde cada aluno anotou os seus resultados e um diário para o professor com a mesma função de registo dos dados.

Esta foi uma possível solução que une design editorial e ilustração no sentido de estimular o interesse das crianças pela higiene e pela prática de uma alimentação saudável.

5.2. A nível Internacional

De um ponto de vista internacional também se encontraram alguns casos relevantes que procuram, através do visual, cativar as crianças para a realização de uma refeição saudável.



21 - Diário alimentar



22 - Tabela de turma



23 - Caixas Bento



5.2.1. Caixas Bento no Japão

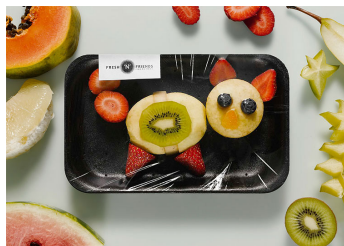
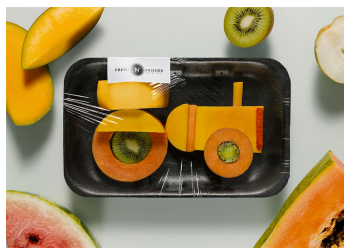
As caixas Bento são lancheiras de plástico ou madeira utilizadas no Japão para transportar as refeições já prontas para o trabalho ou para a escola. Estas são, geralmente, bastante cuidadas a nível visual, podendo apresentar ilustrações na parte exterior e no interior compartimentos que dividem os vários tipos de alimentos.

Nas caixas Bento dirigidas às crianças é comum encontrar no seu interior, alimentos moldados fazendo lembrar personagens conhecidas e queridas das crianças.²³ Esta pode ser encarada como uma forma de influenciar os mais novos a alimentarem-se melhor, utilizando a própria comida como forma de entretenimento e incentivo. Outro aspeto a ter em consideração é a qualidade nutricional dos alimentos transportados nas caixas Bento. Para além do arroz, encontramos vegetais e fruta na composição da refeição.

5.2.2. Fresh 'n' Friends de Scholz & Friends

Este trabalho foi desenvolvido pela agência de publicidade Scholz & Friends, em Berlim, que em vez de investir em mais uma campanha de sensibilização, decidiu conceber uma nova embalagem para fruta fresca.²⁴ Nesta embalagem, a fruta foi organizada de maneira a criar formas de animais, pretendendo transformá-la de algo aborrecido para imagens divertidas e tão atraentes para as crianças como os doces. O objetivo é incentivar os mais novos ao consumo de cinco tipos de fruta por dia.

Com vista a envolver as crianças neste projeto, foi também promovido um concurso de criação de uma figura de frutos que poderia ser desenvolvida no website Fresh 'n' Fruits ou através dos autocolantes fornecidos nas embalagens. A figura mais votada foi adicionada à gama de produtos para venda (Scholz & Friends).



24 - Embalagens de fruta fresca fatiada

5.2.3. Snack Monsters de Angus Nicholls

Um trabalho desenvolvido por Angus Nicholls que visa criar embalagens individuais para três tipos de fruta, cada um deles representado por um monstinho com a forma do fruto.²⁵ Este produto é dirigido às crianças em idade escolar, por esse motivo, foi aproveitada a popularidade da marca de doces "The Natural Confectionery Co." entre os mais novos, para associar esta nova submarca dedicada à fruta (Nicholls).



25 - Embalagens de fruta individuais

PARTE IV

Projeto

CAPÍTULO 6. Enquadramento do Projeto

6.1. Apresentação

Apesar das várias iniciativas que têm vindo a ser desenvolvidas em resposta à constante expansão da obesidade infantil, não se verificam ainda melhorias significativas para este preocupante problema da atualidade. Assim, o presente projeto, recorrendo às áreas do design e da ilustração, propõe uma nova alternativa que procura minimizar o impacto da obesidade infantil através da implementação de hábitos alimentares mais saudáveis. Neste contexto, põe-se a seguinte questão:

De que forma o design gráfico e a ilustração poderão contribuir na implementação de hábitos alimentares saudáveis nas crianças?

Como tentativa de resposta a esta questão surge o projeto “Nhami! - Alimenta a imaginação”, que, em vez de atuar ao nível da educação e sensibilização para a escolha de alimentos mais saudáveis, como grande parte dos trabalhos já existentes neste campo, pretende intervir diretamente, e de forma discreta, no momento de consumo desses alimentos. Desta forma, o projeto visa influenciar as crianças no consumo de alimentos mais saudáveis, através da sua disponibilização dentro de lancheiras ilustradas e compostas por jogos e atividades. As lancheiras surgem com intuito de despertar a atenção e o interesse das crianças, através da cor, da forma, da ilustração e dos jogos, persuadindo-as a desejar a lancheira e, conseqüentemente, a consumir os alimentos presentes no seu interior.

Atualmente, esta estratégia de marketing é já explorada no sector alimentar, em embalagens de produtos dirigidos aos mais novos. No entanto, é nos alimentos pouco saudáveis que presenciamos isto com frequência, permitindo que tenham um elevado sucesso perante os jovens consumidores. Alguns exemplos destes produtos são os refrigerantes, as batatas fritas, as bolachas e os cereais de pequeno-almoço. Assim, com vista a contrariar essa tendência e porque os alimentos saudáveis não têm manifestado este tipo de preocupação ao nível do marketing e design, propõe-se a adaptação destas estratégias a alimentos mais adequados à dieta infantil, através da criação das referidas lancheiras. Estas pretendem ser distribuídas nas escolas à hora do lanche, a todas as crianças com idades com-

preendidas entre os 6 e os 7 anos. Deste modo, elas serão naturalmente influenciadas a tomar opções mais saudáveis mesmo sem terem consciência de que estão a ser educadas nesse sentido.

Assim, o desenvolvimento do presente projeto assenta nos seguintes objetivos:

- Analisar qual a linguagem visual e as temáticas que mais agradam às crianças;
- Desenvolver ilustrações adequadas ao universo infantil;
- Influenciar boas práticas alimentares nos mais novos através do artefacto final produzido;
- Comprovar a eficácia do design e da ilustração como meios de cativar e influenciar comportamentos positivos nas crianças.

6.2. Definição do público-alvo

Durante as últimas décadas, a obesidade tem alcançado um elevado número de afetados em todas as faixas etárias. No entanto, em muitos casos, é na infância que este problema tem origem, em consequência da aquisição de hábitos pouco saudáveis que tendem a permanecer na vida adulta, trazendo consigo graves consequência físicas e psíquicas para o indivíduo. Assim, revela-se essencial contrariar esta tendência, incutindo desde cedo o interesse por um estilo de vida saudável. Até porque, tal como refere Gonçalves (2011):

“As crianças, além de constituírem uma das principais faixas populacionais afectadas pelos distúrbios alimentares e de representarem a população activa de ‘amanhã’, são também os indivíduos mais receptivos a nova informação e à aquisição de novos comportamentos, por se encontrarem numa fase privilegiada para a aprendizagem e, ainda, pelos seus hábitos não estarem tão enraizados quanto os dos adultos” (p. 84).

Uma vez que a infância é, tipicamente, uma fase de constante mudança e aprendizagem, procurou definir-se uma estreita faixa etária, para que todas as crianças abrangidas apresentassem um estado de desenvolvimento semelhante em termos comportamentais e de conhecimento.

Assim, define-se que o público-alvo do projeto abrange crianças com idades compreendidas entre os 6 e os 7 anos, correspondente aos alunos do primeiro ano do ensino primário. Nesta fase, geralmente,

as crianças são ainda incapazes de optar autonomamente por uma alimentação saudável, já que os alimentos ricos em açúcar e sal são, por norma, os mais agradáveis ao seu paladar. Deste modo, o papel dos pais e da escola torna-se muito relevante na seleção dos alimentos que lhes são administrados. Sendo a escola o local onde as crianças passam a maior parte do dia, esta deve assegurar refeições equilibradas, garantindo assim, que parte do problema dos maus hábitos alimentares na infância estará solucionado. Rapidamente estas crianças começarão a ter maior poder de decisão nas compras feitas pelos pais e tornar-se-ão consumidores ativos, sendo que hábitos alimentares saudáveis inculcados desde tenra idade, certamente irão contribuir para escolhas futuras mais acertadas ao nível dos produtos alimentares.

O investimento em crianças saudáveis poderá mudar as estatísticas num futuro próximo, gerando adultos mais saudáveis, com uma esperança de vida mais alargada e com maior qualidade de vida.

6.3. Metodologia

O presente projeto desenvolve-se segundo uma metodologia de investigação-ação, já que visa combater um problema social da atualidade, recorrendo, para isso, à participação do público abrangido pelo problema, neste caso, as crianças. Para Elliot (2000), a metodologia de investigação-ação pode ser definida como “o estudo de uma situação social para melhorar a qualidade de ação da mesma” (Elliot, 2000, citado por Coutinho et al., 2009, p. 360). Esta é geralmente desenvolvida dentro de um pequeno grupo, no entanto tem a capacidade de se alastrar a grupos mais extensos.

Após a fase de investigação teórica desenvolvida no sentido de contextualizar a temática envolvente do projeto, passamos agora para a componente prática. Em primeiro lugar, decorre uma fase de recolha de dados, depois passa-se à produção da lancheira e, para finalizar, realizam-se os testes da lancheira junto do público-alvo ao qual se dirige.

Assim, a fase inicial, começa com a preparação de um exercício de desenho para um grupo de crianças com idades compreendidas entre os 6 e os 7 anos a fim de recolher dados acerca das cores e temas representados pelas crianças.

Depois, com base na investigação teórica e nos dados recolhidos, inicia-se a elaboração das novas lancheiras, recorrendo à experimentação de várias linguagens visuais no sentido de encontrar aquela que mais se adequa ao contexto e ao público-alvo selecionado.

Por fim, para compreender os aspetos positivos e negativos do projeto, leva-se a cabo um teste das lancheiras junto do mesmo grupo de crianças que realizou o exercício de desenho. Pretende-se, sobretudo, analisar a atitude delas perante a apresentação das lancheiras, avaliar a realização das atividades que nela são propostas e recolher opiniões através de uma série de questões previamente formuladas. Posteriormente, conforme os resultados obtidos, são efetuadas as alterações necessárias.

CAPÍTULO 7. Recolha de dados

7.1. Exercício de desenho;

7.1.1. Descrição da atividade

Com vista a compreender o que cativa as crianças a nível visual, formulou-se um exercício no qual foi pedido a um pequeno grupo de alunos para imaginar que dispunham de uma lancheira para guardar o seu lanche escolar. Propôs-se, assim, que refletissem e transpusessem para o papel o aspeto exterior que gostariam que a sua lancheira apresentasse, não sendo colocado qualquer condicionamento ao nível das cores, técnica ou tema do desenho. O aspeto da lancheira ficou inteiramente ao critério de cada aluno. A única imposição feita é que o desenho deveria ser realizado dentro dos contornos da lancheira esboçada no enunciado do exercício. **(Anexo 1)**

Cada criança utilizou os seus materiais de desenho, compostos maioritariamente por lápis de cor, lápis de cera e marcadores.

Como agradecimento pelo desenvolvimento da atividade, cada aluno foi presenteado com um lápis colorido e uma borracha, cujo desenho remete para alimentação saudável ou prática desportiva.²⁶



26 - Brindes

7.1.2. Justificação da escolha da atividade

Para além de constituir uma forma de recolha de dados acerca das cores e materiais utilizados pelas crianças, o desenho é uma maneira eficaz de conhecer os assuntos pelos quais os mais novos se interessam. Segundo os autores Rodrigues e Cruz (2012), este constitui uma forma de extensão do pensamento, transpondo a representação mental para uma representação física (p. 355). O desenho é um meio privilegiado de expressão das crianças mais novas, que ainda não dominam na totalidade a capacidade de escrita.

Para Rodrigues e Cruz (2012), é através deste meio que elas transmitem ideias, pensamentos, sentimentos, estados de espírito e experiências, tornando-se, inevitavelmente, "um instrumento de comunicação mediada entre adulto / criança e criança / cultura" (p. 355).

Também Geraldo (2010) solicita a elaboração de desenhos junto das crianças, com vista à recolha de dados para o seu estudo, justificando-o ao afirmar que as crianças, quando possuem liberdade para tal, desenharam aquilo que valorizam, omitindo o que para elas não tem relevância (p. 73). Desta afirmação deduz-se, no âmbito do presente projeto, a importância de não colocar restrições ao desenho das crianças, deixando que a imaginação as leve a desenhar aquilo pelo que realmente se interessam²⁷ e que, por esse motivo se torna potencialmente capaz de deter a sua atenção.



27 - Crianças a desenhar/pintar as suas lancheiras

7.1.3. Amostra

O exercício de desenho foi proposto a uma turma²⁸ de 26 alunos do primeiro ano da Escola Básica Visconde de Salreu. Todas as crianças apresentavam idades compreendidas entre os 6 e os 7 anos. A turma era composta por 14 meninos e 12 meninas, nenhum apresentando necessidades especiais de ensino, nem problemas visuais significativos.



28 - Turma do 1º ano de escolaridade que compôs a amostra

7.1.4. Resultados

Depois de reunidos os desenhos das 26 crianças, procedeu-se à análise do seu conteúdo. Desta forma, foi possível verificar, numa primeira observação, que todas as lancheiras criadas pelas crianças eram ricas em cor, sendo, no mínimo, utilizadas quatro cores diferentes. Numa análise mais cuidada, concluiu-se que as cores mais utilizadas foram o azul (23 crianças) e o verde (23 crianças), sendo o amarelo (21 crianças), o laranja (20 crianças) e o vermelho (18 crianças) também muito utilizados. Assim, deduz-se que as crianças apreciam o uso destas cinco cores neste contexto específico. Por outro lado, o rosa, o castanho, o roxo e o preto também foram utilizados, embora com menor frequência.

Azul - 23

Verde - 23

Amarelo - 21

Laranja - 20

Vermelho - 18

Rosa - 15

Castanho - 10

Roxo - 10

Preto - 7

Já analisando o conteúdo temático dos desenhos, tal como esperado, houve bastante diversidade de temas e assuntos retratados, o que é natural, sendo que cada criança conta com diferentes experiências pessoais e interessa-se por assuntos diversos.

De um modo geral, verificou-se com alguma frequência o autorretrato dos próprios alunos nos seus desenhos (6 crianças), por vezes acompanhados pela família²⁹ ou a praticar algum desporto.³⁰ As suas casas também apareceram, assim como os seus animais de estimação e jardins repletos de flores³¹. Como era de esperar, algumas crianças acabaram por ser influenciadas pela função da lancheira, desenhando comida, tal como fruta, pacotes de leite, água, pão e bolachas. Houve ainda alguns alunos que apenas optaram por colorir a sua lancheira.

Os três desenhos que ressaltaram pelos elementos inesperados e distintos dos restantes colegas, representam unicórnios a voar, um avião e um touro.



29 - Família da aluna



30 - Aluno a jogar futebol com o irmão



31 - Jardim com flores

7.1.5. Interpretação dos resultados

Tal como havia sido constatado no enquadramento teórico, a realização deste exercício veio fortalecer a ideia de preferência das crianças na utilização de cores fortes³² em detrimento de cores claras.

Analisando especificamente cada cor que constitui os desenhos, conclui-se que, coincidem, em parte, com as expectativas iniciais, que apontam para a preferência pelas cores laranja e vermelho neste tipo de embalagem, despertando-lhes o interesse e desejo de aquisição, tal como defende Freitas (2007, p. 10). Na realidade, os alunos recorreram bastante a estas cores, no entanto, inesperadamente, foram utilizadas com mais frequência ainda, as cores azul, verde e amarelo, supondo-se portanto, que estas também fazem parte das cores que as crianças gostariam de ver na sua lancheira, logo, são cores que deverão também ser integradas nas novas lancheiras produzidas.



32 - Lancheira pintada com cores fortes



33 - Desenho de alimentos saudáveis

Relativamente aos temas retratados, analisando o seu conteúdo, acredita-se que sejam relativos àquilo que realmente tem valor para cada criança, tal como afirma Geraldo (2010, p. 73). Daí o retrato da família, dos desportos que mais gostam, atividades que praticam no seu dia-a-dia, etc. Supõe-se que estes temas, pela familiaridade e valor que têm para as crianças, sejam alvo da sua atração e preferência.

O retrato de alimentos como fruta, água, leite e pão³³ poderá indicar que as crianças já foram sensibilizadas para os benefícios do consumo destes alimentos durante o lanche, o que é indispensável. No entanto, para além da sensibilização é necessário fazer um controlo da sua alimentação e influenciá-las, subtilmente, a integrar estes alimentos na sua dieta.

CAPÍTULO 8. Resultado Final

8.1. Apresentação das lancheiras

A investigação teórica desenvolvida, aliada ao estudo prático realizado com as crianças, resultou numa possível solução para um conjunto de seis lancheiras ilustradas destinadas à distribuição nas escolas primárias aos alunos do primeiro ano de escolaridade. A finalidade destas lancheiras, para além de armazenar o lanche tornando mais fácil a sua distribuição, é entreter as crianças enquanto lancham, possibilitando brincadeiras e um momento de diversão com os colegas. O objetivo é utilizar esta estratégia de entretenimento como forma de influenciar os mais novos a consumir o lanche saudável que as lancheiras lhes apresentam. Tal como refere Freitas (2007), “O lúdico pode ser uma estratégia de Marketing e Comunicação para chegar a esse pequeno consumidor (...)” (p. 16).

Também Capitão (2013) defende que estratégias de entretenimento podem constituir uma boa forma de inculcar bons hábitos nas crianças, referindo que “[o]s autores Fontoura e Pereira dão destaque à aprendizagem brincando, considerando que são as brincadeiras que permitem às crianças observar e aprender a viver no mundo, tornando-se capazes de estimular a memória e criar hábitos” (p. 35).

Neste caso, escolheu-se como tema principal da ilustração “A cidade”, sendo que a imagem geral constitui um mapa onde as crianças poderão desvendar os vários locais da cidade, desde as casas, a floresta, as fábricas, a escola, o castelo, os jardins, etc.³⁴

Na escolha do tema da ilustração, teve-se em consideração os vários elementos retratados pelas crianças no exercício de desenho das lancheiras. Procurou-se, assim, incluir grande parte desses elementos, tais como os campos desportivos, as casas e os jardins coloridos compostos por árvores e flores.



34 - Mapa completo da cidade

Esta variedade de elementos retratados irá despertar o espírito de descoberta e desafio na criança, convidando-a a explorar e analisar a ilustração ao detalhe. Segundo Fang (1996), esta é uma das características que os mais novos apreciam nas ilustrações que lhes são destinadas. Nas suas palavras, “[a]s crianças adoram brincar ao esconde-esconde com as ilustrações, procurando objetos escondidos na imagem” (p. 137).

A ilustração presente no topo de cada lancheira constitui um pedacinho do mapa completo da cidade, funcionando como a peça de um puzzle. **(Anexo 2)** Cada lancheira terá continuidade com outras lancheiras, pretendendo a interação das crianças com os seus colegas no sentido de construir o puzzle de forma colaborativa. Por outro lado, cada criança poderá também, individualmente, colecionar as várias lancheiras. Assim, estas não se restringem apenas à utilização durante a hora do lanche, como também pretendem ser reutilizadas para colecionar e brincar em casa.

Nas imagens ao lado é possível observar o puzzle completo construído, visto em perspetiva³⁵ e de cima.³⁶



35 - Puzzle completo (Perspetiva)



36 - Puzzle completo (Visto de cima)

Para que as crianças possam brincar sobre o mapa da cidade, é fornecida, no interior da lancheira (**Anexo 3**), uma folha de formato quadrangular com a ilustração de várias personagens e objetos que deverão ser pintados ao gosto da criança e recortados para, posteriormente, colá-los ou brincar com eles por cima da ilustração. Neste último caso, depois de brincar, os elementos poderão ser guardados no interior da lancheira para não se perderem, dada a sua pequena dimensão. Em alternativa, as crianças poderão também criar e utilizar as suas próprias personagens e objetos.

Inicialmente, foram criadas duas versões para a folha, uma apenas com o contorno dos elementos e outra com manchas de cor, sendo que nesta segunda hipótese, as crianças não têm uma linha de corte, mas sim, toda uma área por onde poderão recortar os elementos.³⁷



37 - Hipóteses para a folha de personagens e objetos

Apesar da primeira ser a opção mais apelativa, optou-se pela segunda alternativa, uma vez que o público-alvo escolhido é muito jovem e por isso, possui ainda pouca precisão no corte. Deste modo, têm maior liberdade ao recortar, desde que seja dentro da área colorida.

Para testar a adequação desta opção de corte, pediu-se a uma criança de sete anos para pintar e recortar os vários elementos da folha.³⁸

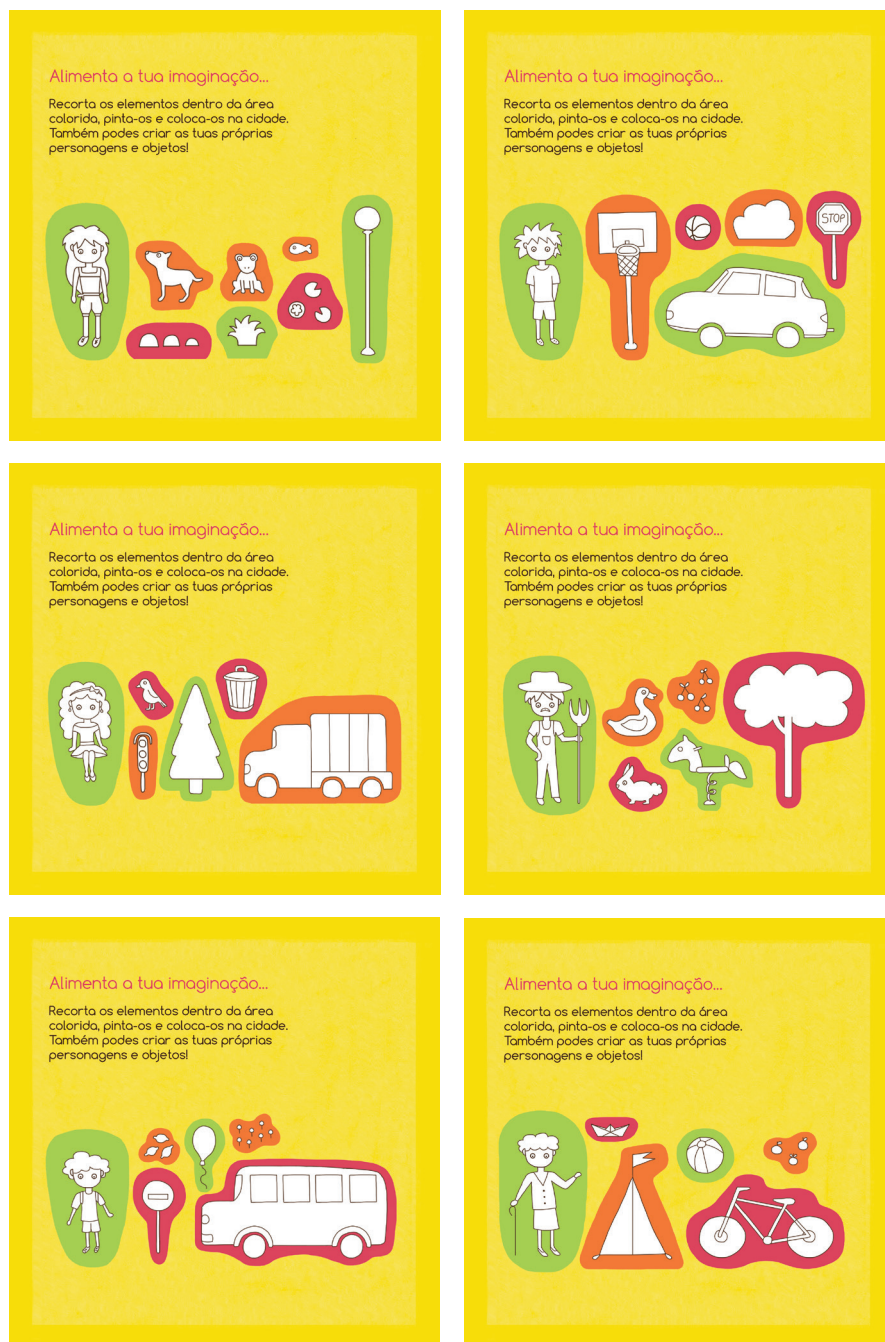


38 - Experiência de recorte na folha de personagens e objetos

Nesta experiência verificou-se que os vários elementos ficaram convenientemente recortados, no entanto, observou-se que a criança procurou cortar pelo extremo da área onde começa a mancha de cor, deixando um pouco de margem a amarelo.


Para que se entenda mais facilmente que o objetivo é recortar dentro da área colorida, o mesmo será adicionado na explicação da atividade presente no canto superior esquerdo da folha.


Após os ajustes necessários, foram desenvolvidas seis folhas de personagens e objetos, adaptados à ilustração presente em cada lancheira. **39**





39 - Folha de personagens e objetos criada para cada uma das seis lancheiras


Cada lancheira possui, do lado esquerdo, três perguntas relacionadas com a ilustração presente no topo da lancheira.⁴⁰ As questões abrangem as áreas da matemática, ciências, história, sendo algumas perguntas apenas de entretenimento. Os conteúdos procuram ser adaptados à idade e conhecimento do público-alvo. **(Anexo 4)**


Quantos  cor-de-rosa estão no lago? _____


Quem habitava antigamente os ? _____


Como se designa um pedaço de terra rodeado por água? () _____


Onde está escondida a ? _____

Quantas  tem o prédio mais baixo? _____

O que é que faz as eólicas produzirem eletricidade e o  voar? _____

Qual a forma geométrica do lago? () _____

Quantas  amarelas há na floresta? _____

A mala de primeiros socorros desapareceu do . Consegues encontrá-la? Onde? _____

Como se designa a vedação que rodeia um terreno e é feita de estacas de madeira? () _____

Quantos grãos de  come cada galinha? _____


Como se designa este veículo? () _____

Que hora indica o relógio da ? _____

Quantas  há na árvore ao lado da loja? _____

Qual a cor do  que obriga a parar? _____

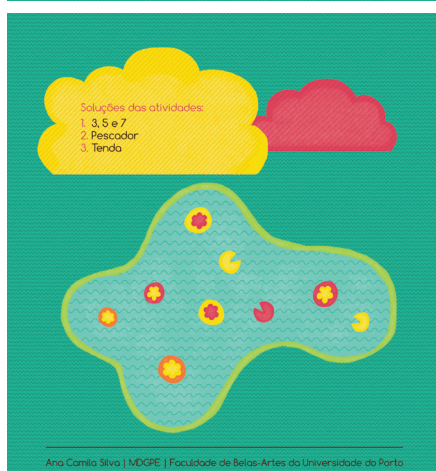
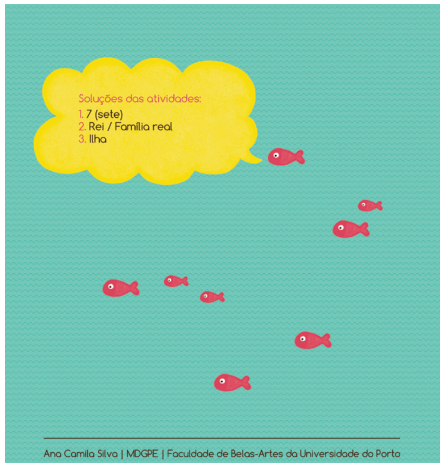
Quais os números que faltam no ? _____

Como se designa a profissão de alguém que utiliza a  para apanhar peixe? _____

Qual o nome desta estrutura? () _____

40 - Lado esquerdo de cada uma das seis lancheiras (Atividades)

As soluções são fornecidas na parte de baixo da lancheira para que as crianças possam confirmar as suas respostas.⁴¹



41 - Face inferior de cada uma das seis lancheiras (Soluções das atividades)

No lado direito da lancheira, está presente a informação ilustrativa dos alimentos que se encontram no seu interior, para que numa visualização rápida se saiba o que contém sem precisar de a abrir. **(Anexo 5)** Foram escolhidos dois lanches distintos, o Lanche 1 (pão com fiambre, leite e maçã)⁴² foi incluído em três lancheiras e o Lanche 2 (pão com manteiga, leite e pera)⁴³, foi incluído nas outras três lancheiras.



42 - Lado direito das lancheiras que contém o Lanche 1



43 - Lado direito das lancheiras que contém o Lanche 2

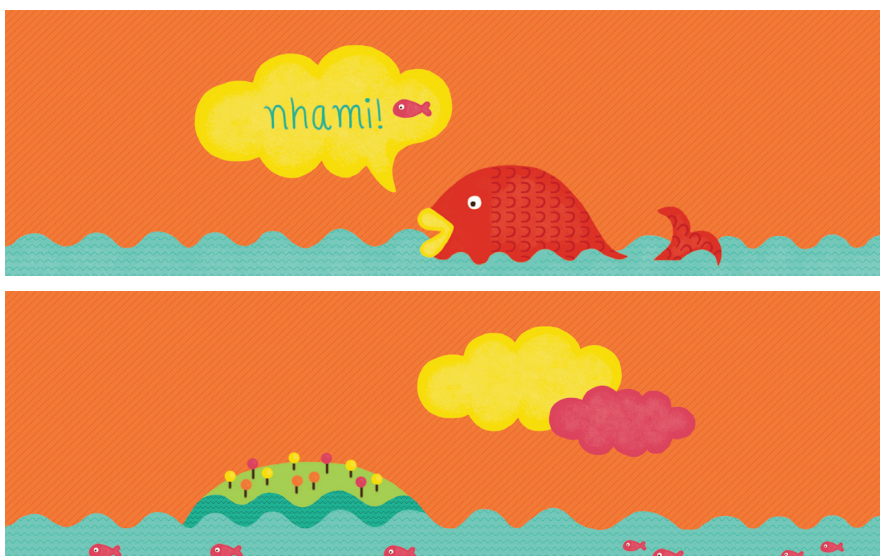
No interior da tampa encontra-se, de forma simples e colorida, a informação nutricional relativa a cada um dos lanches.⁴⁴ A sua disponibilização tem o intuito de familiarizar as crianças com este tipo de informação e demonstrar a relevância de uma alimentação equilibrada e controlada.



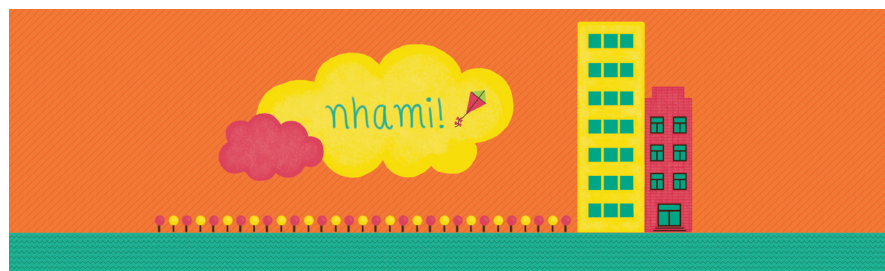
44 - Interior da lancheira (Informação nutricional)

Cada um dos dois lanches apresenta valores nutricionais distintos mas o grafismo mantém-se em ambos.

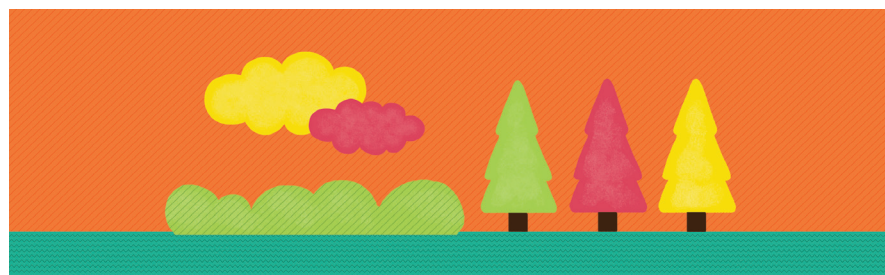
As partes da frente e de trás das lancheiras contém ilustrações relacionadas com a ilustração principal, presente no topo. Na parte da frente é identificado o nome do projeto "Nhami!".



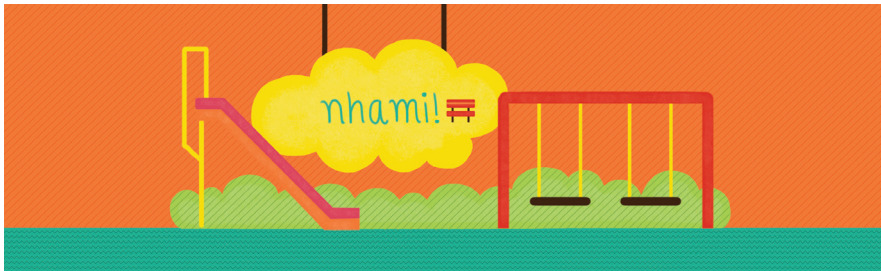
45 - Lado da frente e de trás da Lancheira 1, respetivamente.



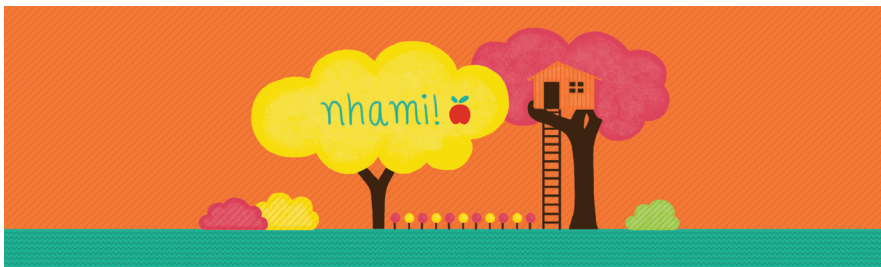
46 - Lado da frente e de trás da Lancheira 2, respectivamente.



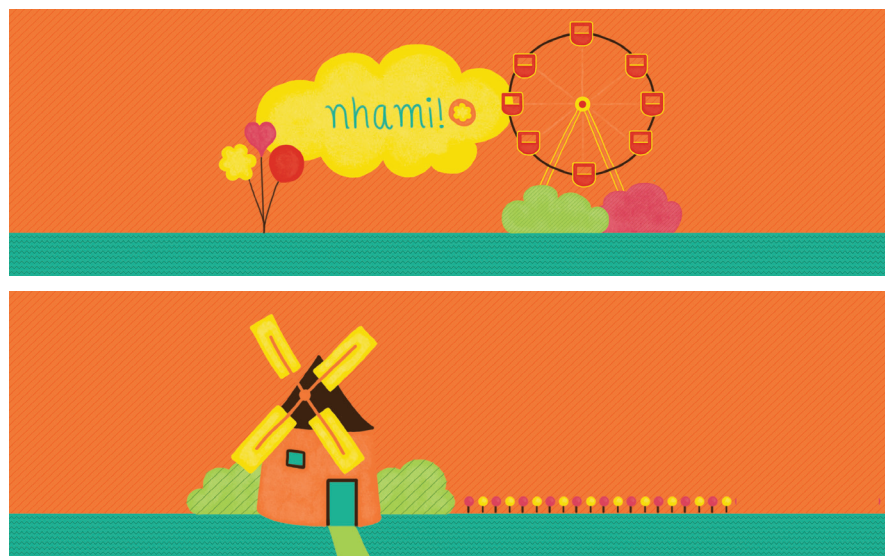
47 - Lado da frente e de trás da Lancheira 3, respectivamente.



48 - Lado da frente e de trás da Lancheira 4, respetivamente.



49 - Lado da frente e de trás da Lancheira 5, respetivamente.



50 - Lado da frente e de trás da Lancheira 6, respetivamente.

Ponderou-se ainda colocar uma alça na lancheira de modo a facilitar o seu transporte. Foram consideradas duas opções, uma com a alça feita de cordão e outra feita de papel.⁵¹

No entanto, chegou-se à conclusão que esta opção implicaria um maior gasto de papel, associado a um maior custo de produção. Tendo ainda em conta que esta alça dificultaria a junção das lancheiras na criação do puzzle, já que ocuparia algum espaço no topo da lancheira, associado ao facto de apenas ser transportada uma vez (desde a escola até casa), optou-se por não a incluir.



51 - Opções consideradas para a alça da lancheira

De um modo geral, a lancheira exerce a função de entretenimento, através da exploração da ilustração e da formação do puzzle, mas também a função educacional através das atividades, ao mesmo tempo que convida para o consumo do lanche saudável presente no seu interior.

8.2. Ilustração

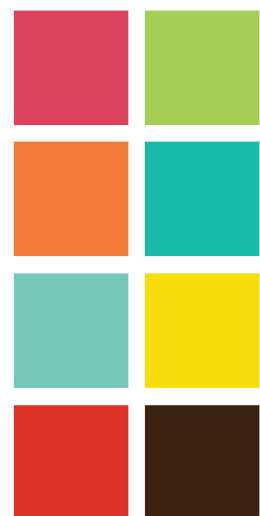
8.2.1. Cores utilizadas

Desde a fase de enquadramento teórico que se planeou a aplicação das cores laranja e vermelho à lancheira produzida, devido ao efeito psicológico que desencadeiam nos mais novos, quando presentes em embalagens de alimentos. Para Farina et al. (2006), “em geral, a cor que mais atrai é o laranja; a este segue-se o vermelho (...)”. Aplicadas à embalagem, essas cores resultam numa boa chamada de atenção para diferentes tipos de produtos especialmente para géneros alimentícios” (p. 135).

Posteriormente, com base nas cores utilizadas pelas crianças no exercício de desenho, definiram-se mais concretamente aquelas a ser aplicadas na ilustração. São estas o verde, azul, laranja, vermelho, amarelo, rosa e castanho.⁵² Pretendia-se, através delas, criar uma ilustração colorida e alegre, mas, simultaneamente, dispor de uma gama de cores restrita e bem definida, mantendo a coerência e procurando a harmonia. Dentro das cores utilizadas, selecionaram-se variantes fortes para a ilustração captar o interesse das crianças desde o primeiro momento de contacto visual, já que a cor é o primeiro elemento a ser percebido pela mente humana.

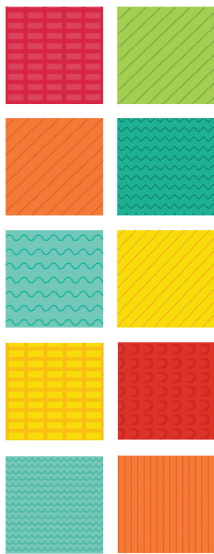
Outra questão a ter em consideração é o contraste entre cores. Assim, tentou-se manter um elevado contraste entre a figura e o fundo, que visa distinguir mais facilmente uns elementos dos outros, evidenciando as sobreposições entre eles. Isto torna a ilustração visualmente mais clara e compreensível para as crianças.

Na escolha da cor a atribuir aos vários elementos da imagem, procurou-se fugir ao real, empregando cores que nem sempre correspondem à realidade. Por exemplo, estradas amarelas, arbustos laranja e rosa. Isto visa captar a atenção e estimular a criatividade e imaginação das crianças.



52 - Cores utilizadas

Amostra das cores utilizadas na ilustração das lancheiras.



53 - Texturas utilizadas

Amostra das texturas aplicadas nas ilustrações e nas lancheiras.

8.2.2. Linguagem visual aplicada

A linguagem utilizada na ilustração foca-se essencialmente nas formas simples dos elementos, próximas das primeiras formas geométricas que as crianças aprendem no primeiro ano de escolaridade (círculo, quadrado, retângulo, triângulo). Pensa-se que esta abordagem esteja mais próxima das crianças com idade compreendida entre os 6 e os 7 anos. Por outro lado, uma vez que a ilustração contém bastantes elementos, procurou-se simplificar cada um deles para a tornar menos confusa.

Já a utilização de textura⁵³ procura distinguir os diferentes materiais constituintes dos elementos representados. Esta confere à imagem a sensação de relevo que, segundo, Santos (2011), permite às crianças um maior envolvimento na análise da ilustração (p. 22).

8.3. Design

8.3.1. Formato escolhido

O formato da lancheira foi escolhido a pensar, essencialmente, na construção do puzzle final através das ilustrações presentes no topo das lancheiras. Deste modo, a forma quadrada é uma das possibilidades que torna fácil a junção das várias lancheiras, permitindo que encostem convenientemente umas às outras. A escolha desta forma, também foi feita com base no espaço ocupado pelos vários alimentos a armazenar, garantindo-se com este formato, uma economia de espaço.

8.3.2. Materiais utilizados

Para a construção do protótipo da lancheira recorreu-se a cartolina de 315g⁵⁴, assim garante-se o suporte do conteúdo da lancheira e uma maior resistência ao manuseamento das crianças. Para assegurar a utilização de uma elevada espessura de papel a um custo mais acessível, optou-se por imprimir numa impressora convencional em vez de uma impressora plotter. Uma vez que a planificação (**Anexo 6**) apresenta grandes dimensões, foi necessário dividi-la em duas folhas de 31 x 45 cm, criando uma área destinada à união das duas partes da lancheira, utilizando cola.

As folhas de personagens também foram impressas no mesmo tipo de papel, mas com espessura de 160g.



54 - Folhas com a planificação das lancheiras

8.4. Alimentos fornecidos nas lancheiras

A fim de compreender quais os alimentos mais benéficos para as crianças e que devem ser integrados no lanche escolar, pediu-se a opinião a uma profissional da área da nutrição, Dra. Diana Rodrigues. De um modo geral, conclui-se que todos os alimentos que fazem parte dos grupos da roda dos alimentos devem ser incluídos na dieta das crianças, desde que não processados industrialmente e facultados em quantidades adequadas.

No caso específico do lanche, dada a necessidade de comodidade no consumo dos alimentos fornecidos, a nutricionista sugeriu a ingestão de pão de cereais/integral (com queijo/fiambre/manteiga), cereais de aveia/cevada/trigo, muesli, leite, iogurtes ou fruta. Assim, definiu-se que um pão com um dos acompanhantes acima referidos, um pacote de leite simples de 200 ml e uma peça de fruta poderá ser uma opção saudável e adequada para integrar nas lancheiras.⁵⁵ O acompanhante do pão e a peça de fruta podem variar ao longo da semana ou consoante intolerâncias alimentares ou necessidades de alimentação especiais de certos alunos.

8.5. Teste

8.5.1. Descrição do teste

No dia 11 de Junho de 2014, realizou-se a última visita à escola Visconde de Salreu, concretizada com o objetivo de apresentar o artefacto final às crianças e recolher as suas reações e opiniões. Esta teve uma duração de 45 minutos. O encontro começou com uma breve apresentação do projeto, apenas para relembrar e acrescentar informação que não fora transmitida no primeiro encontro. Foi também lembrado o exercício de desenho feito na primeira visita e exposta a nova lancheira. Depois de explicar as atividades de que dispõe na parte lateral, solicitou-se às crianças que resolvessem, em grupo, as atividades propostas em cada lancheira.

No final, fizeram-se algumas perguntas dirigidas à turma para perceber a opinião das crianças acerca da lancheira e das várias atividades que esta propõe.



55 - Lanche fornecido no interior de uma lancheira

As questões preparadas foram as seguintes:

- Gostam do aspeto final da lancheira?
- O que gostam mais? O que gostam menos?
- Acrescentariam ou modificariam alguma coisa?
- O que acham das atividades e desafios propostos?
- Gostariam de receber todos os dias uma lancheira na escola ou preferem trazer o vosso lanche preparado de casa?
- Ao receber esta lancheira, sentir-se-iam mais motivados para consumir os alimentos saudáveis presentes no seu interior?

8.5.2. Resultados

De um modo geral, a visita correu bastante bem. Os alunos ficaram atentos à explicação e mostraram-se muito interessados em colaborar na realização das atividades propostas.⁵⁶

Ao ser explicada a possibilidade de criação do puzzle com as várias lancheiras, as crianças demonstraram algum espanto, ouvindo-se entre a turma alguns “Uau!”, e de imediato pediram para ver o puzzle completo construído.

Foi também de notar que as crianças ficaram curiosas relativamente à forma como foram elaboradas as ilustrações, fazendo questões como:

- “O desenho foi feito à mão?”
- “Foi pintado com lápis de cor?”
- “Demorou muito tempo a fazer? Quanto?”

Quando se solicitou à turma a realização das atividades nas lancheiras, pediu-se a formação de vários grupos, de forma a cada grupo ficar com uma lancheira. De imediato, houve alguma desordem porque as crianças queriam formar grupo com os seus amigos mais próximos e também aconteceu um grupo querer trocar a sua lancheira com a que tinha sido atribuída a outro grupo. “Eu quero a lancheira que tem o campo de futebol!”, dizia uma das crianças. Depois de definidos os grupos e as respetivas lancheiras, as crianças mostraram-se entusiasmadas na realização dos exercícios, inclusive, alguns grupos pediram para realizar as atividades de todas as lancheiras, o que não foi possível, devido à limitação de tempo.



56 - Apresentação das lancheiras às crianças

A partir da observação das respostas dadas na realização das atividades, foi possível anotar alterações a fazer em algumas questões, para que se tornem mais compreensíveis para as crianças e não deem margem para dúvidas.

Outra questão relevante é a redução do tamanho das soluções que, embora sejam disponibilizadas na parte de baixo da lancheira, de imediato as crianças descobriram e consultaram durante a realização das atividades.

Relativamente às questões postas no final da realização das atividades, todos os alunos concordaram que tinham gostado do aspeto final da lancheira, afirmando que aquilo que mais gostaram foram as atividades e o puzzle. Apenas um aluno afirmou não gostar de um elemento, o “peixe gigante” presente na ilustração, porque “assusta os mais pequenos”. No entanto, as outras crianças contrariaram a sua opinião, demonstrando gostar da presença desse elemento.

Quando se perguntou se alterariam ou acrescentariam algo à lancheira, apenas um aluno se pronunciou, dizendo confiantemente que “falta um campo de basquetebol”. Posteriormente, foi acrescentada a ilustração de uma tabela de basquetebol numa das folhas de objetos e personagens.

Já questionando as crianças acerca dos exercícios realizados, todos concordaram que estes foram simples de resolver, “eu vi logo a bola atrás do prédio amarelo!”, disse um aluno.

De um modo geral, as crianças concordaram que gostariam de receber todos os dias uma lancheira como aquela à hora do lanche na sua escola, apenas uma criança referiu o contrário, afirmando que prefere trazer o seu lanche preparado de casa.

Todos os alunos confirmaram que ao receber aquela lancheira se sentiriam mais motivados para consumir comida saudável. No entanto, para certificar esta afirmação, o mais fiável seria a distribuição das lancheiras nas escolas durante um determinado período de tempo, observando o comportamento das crianças à hora do lanche e conversando com os pais acerca do seu comportamento em casa. Assim seria possível perceber se os corretos hábitos alimentares tinham ficado incutidos nas crianças, mesmo fora do ambiente escolar.

CONCLUSÃO

O presente projeto desenvolveu-se com intuito de encontrar resposta para a questão:

De que forma o design gráfico e a ilustração poderão contribuir na implementação de hábitos alimentares saudáveis nas crianças?

A investigação sobre este assunto, levou a uma solução que passou pela criação de várias lancheiras ilustradas contendo alimentos saudáveis, dirigida às crianças de 6 e 7 anos de idade. Esta aproveitou o conceito de muitas empresas alimentares que utilizam, nas suas embalagens, estratégias de diversão e entretenimento para captar a atenção das crianças, levando-as a adquirir e a consumir o alimento. No entanto, onde se tem observado este tipo de estratégias é em alimentos que, geralmente, já são apreciados pelos mais novos mas que são prejudiciais para a sua saúde quando consumidos em excesso. Comprovada a eficácia desta estratégia, pretendeu-se agora aplicá-la a alimentos saudáveis com o intuito de influenciar uma alimentação mais adequada no público infantil.

Depois de criada e testada a lancheira, pode concluir-se que, de um modo geral, o projeto correu conforme pretendido. Atingimos os objetivos inicialmente estabelecidos, ao criar seis protótipos das lancheiras, cada uma com atividades adaptadas à ilustração que contém.

No teste realizado, foi possível perceber a reação positiva das crianças em relação à ilustração e, especialmente, o seu entusiasmo na realização das atividades. Pôde ainda constatar-se que todos os alunos concordaram que se sentiriam mais motivados a consumir os alimentos saudáveis fornecidos naquela lancheira.

Por fim, tendo em conta o que foi anteriormente mencionado, pensa-se que ilustração e design adequados aos mais novos poderão influenciar, em parte, o seu comportamento e, inclusivamente, levá-los a alimentarem-se melhor. No entanto, compreende-se que existe ainda um longo caminho a percorrer para fazer mudar atitudes e ações que estão na origem do problema.

O design e a ilustração poderão dar o seu contributo nesse sentido, no entanto, não se dispensa a contínua sensibilização dos pais, educadores e crianças. Segundo Rossi et al. (2008), os pais desempenham um papel fundamental na escolha alimentar dos seus filhos, não só através do controlo da quantidade e qualidade daquilo que os filhos consomem, mas também pelos seus próprios hábitos alimentares que em muito influenciam as escolhas e preferências das crianças (Rossi et al., 2008, citado por Geraldo, 2010, p. 14).

É, portanto, essencial a criação de iniciativas que sensibilizem os pais para a prática de uma alimentação saudável em suas casas, incentivando a educação dos seus filhos nesse sentido.

Desenvolvimentos Futuros

Concluído o projeto, reconhecem-se agora algumas limitações e melhoramentos que poderão enriquecer este trabalho.

Em primeiro lugar, tal como já foi referido, seria de grande pertinência a realização de um teste real às lancheiras, distribuindo-as em escolas primárias aos alunos do primeiro ano. Isto seria essencial para confirmar o consumo dos alimentos que estas fornecem, a satisfação das crianças e se estas começariam a adquirir hábitos alimentares saudáveis mesmo fora do contexto escolar. Isto mostrar-se-ia essencial para comprovar o sucesso do projeto e perceber qual a perspetiva futura para a sua aplicação no contexto real. Este teste não foi realizado porque implicaria elevados custos de produção das lancheiras e aquisição de alimentos ou, em opção, envolveria parcerias com entidades como câmaras municipais, escolas, associações ligadas à nutrição infantil, empresas alimentares, etc. Deste modo, seria essencial dispor de mais tempo para entrar em contacto com as entidades, aguardar a sua aprovação e implementação das lancheiras nas escolas.

Embora este trabalho específico seja dirigido às crianças de 6 e 7 anos, o projeto não dispensa da adaptação das lancheiras a crianças de outras idades, sendo para isso necessário adequar as ilustrações e atividades e até, possivelmente, os alimentos fornecidos à idade das crianças.

Quanto ao design da lancheira, existem também algumas melhorias que poderão ser realizadas no futuro, nomeadamente, a forma da

lancheira, que poderia idealmente dispor de saliências e cavidades, que permitissem encaixar umas nas outras, facilitando assim a união do puzzle. Outra adaptação relevante seria a construção da lancheira com material um pouco mais resistente ao uso dos mais novos, para assegurar uma maior durabilidade.

Por fim, no sentido de alastrar esta estratégia para outros produtos alimentares, seria indispensável a adaptação do conceito do projeto a embalagens de outros produtos saudáveis não apenas fornecidos nas escolas mas comercializados em supermercados, como garrafas de água, embalagens de leite, pão ou fruta, apelando aos sentidos das crianças e fazendo-as compreender os benefícios do consumo desses alimentos. Esta iniciativa deveria ser acompanhada pela implementação de políticas de controlo das estratégias de marketing levadas a cabo nas embalagens de alimentos que não são saudáveis para as crianças. Estas, que influenciam ao consumo desses alimentos e, muitas vezes, através do seu design ou informação criam uma ideia errada dos benefícios associados ao consumo do produto.

BIBLIOGRAFIA

- Capitão, M. R. (2013). *Design de informação Criação de um ambiente expositivo / informativo na Meltagus*. Instituto Politécnico de Castelo Branco.
- Castro, E. (2005). *Literatura infantil e ilustração: Imagens que falam*.
- Chapman, K., Nicholas, P., Banovic, D., & Supramaniam, R. (2006). The extent and nature of food promotion directed to children in Australian supermarkets. *Health Promotion International*, 21(4).
- Charréu, L. (2012). A arte visual contemporânea, ilustração e literatura para a infância: Fazendo conexões entre mundos criativos. *Revista Digital do LAV*, 5(9), 1-20.
- Coutinho, C. P., Sousa, A., Dias, A., Bessa, F., Ferreira, M. J., & Vieira, S. (2009). Investigação-acção: Metodologia preferencial nas práticas educativas. *Psicologia Educação E Cultura*, XIII(2).
- Cunha, A. C., Neto, C., & Júnior, A. (2006). Indicadores de obesidade e estilo de vida de dois grupos de mulheres submetidas à cirurgia bariátrica. *Fitness & Performance Journal*, 5(3), 146–154.
- Fang, Z. (1996). Illustrations, Text, and the Child Reader: What are Pictures in Childrens Storybooks for?. *Reading Horizons*, 37(2).
- Farina, M., Perez, C., & Bastos, D. (2006). *Psicodinâmica das cores em comunicação*. (5ª ed.). São Paulo: Editora Edgard Blucher.
- Florindo, C. (2012). *O álbum narrativo de potencial recepção infantil: uma nova forma de edição*. Universidade Nova de Lisboa.
- Freitas, A. (2007). *Influência das cores em comunicação*. ISCA Faculdades.
- Geraldo, A. P. G. (2010). *Avaliação de estratégias de comunicação e da memória visual na embalagem de alimentos processados dirigidos ao público infantil*. Universidade de São Paulo.
- Gonçalves, S. (2011). *Design Participativos na Educação: Contributos para a melhoria dos comportamentos alimentares do público infantil*. Universidade de Aveiro.

Grossman, R. P., & Wisenblit, J. Z. (1999). What we know about consumers' color choices. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 5(3), 78–88.

Guerreiro, S. (2008). *Obesidade infantil, o que as crianças sabem? Os meios de comunicação social como fontes de informação*. Universidade Técnica de Lisboa.

Hawkes, C. (2010). Food packaging: the medium is the message. *Public Health Nutrition*, 13(2), 297–9.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Princípios de Marketing*. São Paulo: Pearson Education.

Lida, I. (1990). *Ergonomia: Projeto e Produção*. São Paulo: Edgard Blucher Ltda.

Necyk, B. J. (2007). *Texto e Imagem : um olhar sobre o livro infantil contemporâneo*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Neto, W. D. de S. (2001). *Avaliação visual de rótulos de embalagens*. Universidade Federal de Santa Catarina.

Pereira, H. (2009). *The Influence of animation on functional food intake in children*. Universidade Nova de Lisboa.

Pires, C. S. G. (2010). *Junk Food Packaging on Healthy Food*. Universidade Nova de Lisboa.

Pontes, T. E., Costa, T. F., Marum, A. B. R. F., Brasil, A. L. D., & Taddei, J. (2009). Orientação nutricional de crianças e adolescentes e os novos padrões de consumo : propagandas, embalagens e rótulos. *Revista Paulista de Pediatria*, 27(1), 99–105.

Prendergast, G., & Pitt, L. (1996). Packaging, marketing, logistics and the environment: are there trade-offs? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 26(6).

Resende, C. (2010). *Design de interação centrado nas crianças : Estudo do caso biblon*. Universidade de Aveiro.

Ribeiro, T. (2007). *Cultura, contexto sócio-familiar e imaginação: Um estudo expositório sobre a cor na infância*. Universidade do estado de Santa Catarina

- Rodrigues, M. A., & Cruz, M. D. D. (2012). Children's health perception through creative drawing language. *Invest Educ Enferm.* 30(3), 353-361.
- Rumjanek, L., & Lessa, W. D. (2010). Pesquisas de opinião e preferência sobre tipografia para crianças. *Revista Brasileira de Design de Informação*, 7(1), 22-32.
- Santos, C. (2011). *Leituras Iluminadas - A promoção da leitura através da ilustração*. Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti
- Seiders, K., & Petty, R. D. (2007). Taming the obesity beast: Children Marketing, and public policy considerations. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(2), 236-242.
- Silva, J., & Silva, C. (2010). Programas de Prevenção da Obesidade Infantil. *Cadernos de Estudos Mediáticos*, 155-167.
- Silva, S. M. S. L. (2011). *A Ilustração Portuguesa para a Infância no Século XX e Movimentos Artísticos: Influências Mútuas , Convergências Estéticas*. Universidade do Minho.
- Soares, L. D., & Petroski, E. L. (2003). Prevalência, fatores etiológicos e tratamento da obesidade infantil. *Revista Brasileira de Cineantropometria & Desempenho Humano*, 5(1), 63-74.
- Varela, A. P. G. (2006). Você tem fome de quê?. *Psicologia Ciência E Profissão*, 26(1), 82-93.

WEBGRAFIA

APCOI. Disponível em: <http://www.apcoi.pt/projectos/> [Acedido em 17 de Maio de 2014]

Heróis da Fruta. Disponível em: <http://www.heroisdafruta.com/> [Acedido em 17 de Maio de 2014]

Nicholls. Disponível em: <http://angusnicholls.com/#naturalis-works> [Acedido em de 17 Maio de 2014]

Scholz & Friends. Disponível em:
http://www.s-f.com/berlin/en/creation/cases/fresh_n_friends/ [Acedido em 17 de Maio de 2014]

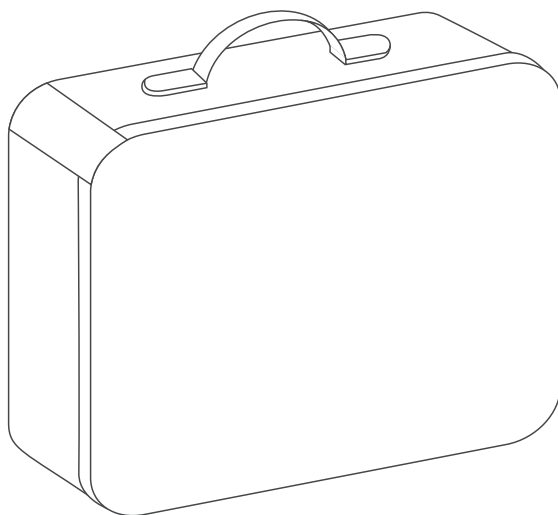
ANEXO 1



Exercício de desenho para crianças entre 6 e 7 anos

Proposta de desenho

Olá! Este exercício propõe que desenes uma lancheira ao teu gosto. Os desenhos devem ser feitos no interior dos contornos da lancheira. Obrigada pela colaboração!



ANEXO 2



ANEXO 3



ANEXO 4



ANEXO 5



