



## OBESIDADE INFANTIL<sup>1</sup>

André Luiz FRANCISCO<sup>2</sup>  
William MATTOS<sup>3</sup>  
Fabio RAMOS<sup>4</sup>

Centro Universitário Adventista de São Paulo, Engenheiro Coelho, SP

### RESUMO

O presente trabalho consiste em desenvolver uma campanha publicitária de conscientização dos perigos que as crianças correm ao ingerir alimentos pouco nutritivos e hipercalóricos, por meio de cartazes como meio de comunicação comum a todas as pessoas e classes sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** publicidade; cartaz; obesidade infantil.

### Introdução

Em Novembro de 2008, durante um debate em sala de aula no Centro Universitário Adventista de São Paulo, campus Engenheiro Coelho sobre os malefícios da obesidade e pesquisa junto a revistas semanais como a *Época* de 15 de setembro de 2008, constatou-se que o Brasil passa por um período em que as crianças estão engordando e enfrentando inúmeros problemas de saúde e psicológicos.

Segundo a revista, o Brasil possui mais pessoas acima do peso e obesas do que pessoas passando fome. Hoje, 44 milhões de cidadãos passam fome, 70 milhões de brasileiros estão obesos ou acima do peso e 76 milhões estão no peso ideal.

A obesidade atinge principalmente a classe baixa, pessoas pobres que moram em lugares precários e que sobrevivem com um salário mínimo ou menos. Isso ocorre pelo fato de essas pessoas só poderem comprar carboidratos como batata, arroz e mandioca.

Nos últimos 20 anos a obesidade infanto-juvenil cresceu 66% nos E.U.A e 239% no Brasil, gerando mais de 30 doenças, fazendo com que os postos de saúde e hospitais fiquem sempre lotados gerando despesas para o governo e ainda é responsável por 30% das mortes no país e mata mais que o câncer.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade, modalidade cartaz.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: andrelsalmeida@terra.com.br

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: williammattos@gmail.com

<sup>4</sup> Professor Orientador, email: fabio.ramos@unasp.edu.br



Segundo a revista *Época* de 10 de Novembro de 2008, a principal causa desse aumento elevado de pessoas obesas é a tecnologia aliada ao sedentarismo e o um dado importante é que os jovens são influenciados a comerem inutilidades, principalmente por filmes americanos.

### **Objetivo**

Pensando nisso, foi desenvolvida uma campanha com fins acadêmicos para conscientizar os pais que seus filhos podem estar engordando por pura negligência. A problemática constatada foi que os pais acreditam que criança gorda é sinônimo de saúde e a comunicação devia resolver essa forma ilusória e inocente de pensar.

### **Justificativa**

Com menos crianças obesas, o Brasil educa o cidadão a se alimentar de forma correta e saudável, prevenindo no futuro adultos complexados com o corpo e doentes, que geram grandes despesas para os cofres públicos. Esse dinheiro que hoje é destinado aos doentes da obesidade, pode ser desviado para outras áreas, como educação, por exemplo.

A obesidade infantil ocorre devido ao fato de os pais permitirem que os filhos comam guloseimas em demasia, mas seria imprudente deixar claro nas peças publicitárias que a grande culpa é dos pais; foi pensando nisso a idéia foi “culpar” alguns alimentos e dessa forma alertar os pais para o fato de que o perigo mora nos pequenos pacotes.

A escolha do cartaz e não de outra mídia, foi pelo fato de que os alvos são pais pertencentes a classes sociais baixas, que tem pouca escolaridade, mas sabem ler. Essas pessoas freqüentam farmácias, pequenos mercados e postos de saúde, que serão os locais de divulgação.

### **Métodos e técnicas**

O conceito de comunicação é: a obesidade infantil começa em alguns alimentos e termina atingindo seus filhos. Baseado nesse conceito pensou-se na idéia criativa ou linha de campanha mostrando que alguns alimentos são na verdade armas disfarçadas e que a qualquer momento elas podem atingir os filhos.



Tipografia – Foi usada a fonte *Myriad Pro*, pois é uma fonte séria e limpa e também oferece várias configurações da mesma família. Isso foi fundamental na construção das peças, pois algumas informações seriam destacadas e outras nem tanto.

Slogan – O slogan é na verdade uma assinatura que resolve a problemática e foi moldado em torno de um retângulo vazado que reforça de forma inconsciente a idéia de “aviso”, ficando assim: “Criança gorda não é sinal de saúde, é sinal de: Ajude!” O slogan foi escrito de forma a advertir as pessoas, nos moldes de avisos de tabaco: “O Ministério da Saúde Adverte: Fumar causa isso e aquilo...”

A primeira etapa foi reunir informações relevantes que comprovassem que a obesidade infanto-juvenil vem crescendo de forma preocupante. O segundo passo foi reunir essas informações e adaptá-las para uma linguagem publicitária, o que foi contemplado através do conceito: “A obesidade infantil começa em alguns alimentos e termina atingindo seus filhos.”

Após a definição do conceito, pensou-se na linha de campanha chegando a um conjunto de cartazes uniformes com imagens de impacto imediato.

### **Descrição do produto**

Cartaz granada (ver anexo 1) – O bombom ou chocolate é um dos alimentos que mais proporcionam a obesidade, pois são extremamente saborosos e calóricos. Pensando nisso resolvemos mostrar que quando consumido em grandes quantidades, o “bombom” pode causar “ferimentos” irreparáveis no estado psicológico da criança que provavelmente será discriminada na escola.

As cores quentes usadas servem para atrair e despertar o interesse pelo cartaz e pelo chocolate, mas a sacada é dar um banho de água fria logo que a pessoa leia os dizeres pequenos do cartaz, que entre outras coisas diz: “Você sabia que a obesidade mata mais que o câncer no Brasil? E que ela é responsável por mais de 30 doenças?”

Cartaz cigarro (ver anexo 2) – O cigarro é um mal que mata aos poucos. O mesmo pode-se dizer da gordura trans. E um dos símbolos de alimento rico em gordura trans é a batata frita, freqüentemente consumida por pessoas de todas as idades e classes sociais e pedido certo em grandes redes de fast-food. A ideia, portanto, foi associar a batata com o cigarro, dizendo aos pais que eles podem estar drogando os filhos aos poucos.

As cores quentes servem para atrair e despertar o interesse pelo cartaz e pela batata, mas a sacada é dar um banho de água fria logo que a pessoa ler os dizeres pequenos do



cartaz, que entre outras coisas diz: “Você sabia que a obesidade causa Diabetes Tipo II, Asma e Colesterol?”

Cartaz refrigerante (ver anexo 3) – O refrigerante é outro veneno moderno, que aflige as crianças e adultos de todas as idades e classes sociais.

As cores neutras utilizadas servem para destacar o refrigerante e seu líquido. O líquido laranja foi escolhido de propósito para despertar e atrair o interesse pelo cartaz e pelo refrigerante, mas a sacada é dar um banho de água fria logo que a pessoa leia os dizeres pequenos do cartaz, que entre outras coisas diz: “Você sabia que a obesidade causa Hipertensão e disfunções respiratórias?”

Cartaz revólver (ver anexo 4) – As balas, gomas de mascar e afins são uma praga, são deliciosas e irresistíveis, mas além de causarem cáries se consumidas em demasia, também possuem grandes quantidades de calorias, engordando as crianças.

A ideia de utilizar um revólver é que ele reforça a ideia de que as balas é que matam e não a arma em si.

As cores neutras utilizadas servem para destacar as balas coloridas, que por sua vez despertam o interesse e atraem os pais até o cartaz. Mas a ideia é dar um banho de água fria logo que a pessoa leia os dizeres pequenos, que entre outras coisas diz: “Criança gorda não é sinal de saúde, é sinal de ajude!”

## **Considerações**

O trabalho não foi veiculado, pois foi feito com fins acadêmicos podendo facilmente ser aplicado à realidade. Não foi medida a eficácia da campanha junto ao alvo, mas o resultado junto a uma banca de professores foi satisfatório e os comentários e críticas foram positivos.

## **Referências bibliográficas**

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, J.C. *Novos Fundamentos do Design*. 1. ed. São Paulo: Cosacnaify, 2008.

CESAR, Newton. *Direção de Arte em Propaganda*. 8. Ed. Brasília: Senac, 2006.

BARRETO, R.M. *O Copy Criativo: 177 magníficos textos de propaganda*. 1.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

FIGUEIREDO, Celso. *Sedução pela Palavra*. 1. ed. São Paulo: Thompson, 2005.



ZORZANELLI, Marcelo. Fumo, bebida e batata frita. Revista Época, Brasil, 15 de Setembro de 2008, Saúde e Bem-Estar, página 105 a 110.

CLEMENTE, Isabel; BAHÉ, Marco; SANCHES, Mariana; MENDONÇA, Martha; MENDONÇA, Ricardo, AQUINO, Ruth. Os Dilemas da Inclusão Social. Revista Época, Brasil, 10 de Novembro de 2008, Época Debate, página 71 a 87.



## Anexo 1

### **A OBESIDADE INFANTIL COMEÇA EM ALGUNS ALIMENTOS E TERMINA ATINGINDO SEUS FILHOS.**



Você sabia que a obesidade mata mais que o câncer no Brasil?  
E que quase metade de nossas crianças está acima do peso ou obesa?

A obesidade é responsável por mais de 30 doenças, entre elas:  
Diabetes tipo II, Hipertensão Arterial, Colesterol, Asma, Distúrbios respiratórios, etc.

Bombons e chocolates em geral quando consumidos em excesso funcionam como verdadeiras armas contra o organismo. As calorias e gorduras ruins contidas em uma porção prejudicam a sua saúde e a de seu filho. Pense nisso.

**CRIANÇA GORDA NÃO É SINAL DE SAÚDE, É SINAL DE: AJUDE!**

Ministério  
da Saúde **BRASIL**  
UM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL



## Anexo 2

**A OBESIDADE INFANTIL  
COMEÇA EM  
ALGUNS ALIMENTOS E  
TERMINA ATINGINDO  
SEUS FILHOS.**



Você sabia que a obesidade mata mais que o câncer no Brasil?  
E que quase metade de nossas crianças está acima do peso ou obesa?

A obesidade é responsável por mais de 30 doenças, entre elas:  
Diabetes tipo II, Hipertensão, Arterial, Colesterol,  
Aster, Distúrbios respiratórios, etc.

Fritura e sal em excesso funcionam como  
drogas contra o organismo.  
As calorias e gorduras mais contidas em uma porção  
prejudicam a sua saúde e a de seu filho. Pense nisso.

CRIANÇA GORDA NÃO É SINAL DE SAÚDE. É SINAL DE: AJUDE!

Ministério da Saúde   
UM PAÍS DE TODOS  
GOVERNO FEDERAL



### Anexo 3

**A OBESIDADE INFANTIL  
COMEÇA EM  
ALGUNS ALIMENTOS E  
TERMINA ATINGINDO  
SEUS FILHOS.**

Você sabia que a obesidade mata mais que o câncer no Brasil?  
E que quase metade de nossas crianças está acima do peso ou obesa?

A obesidade é responsável por mais de 30 doenças, entre elas:  
Diabetes Tipo II, Hipertensão Arterial, Colesterol, Asma, Distúrbios respiratórios, etc.

Refrigerantes quando consumidos em excesso funcionam  
como verdadeiras armas contra o organismo. As calorias e  
gorduras ruins contidas em uma garrafa prejudicam a sua  
saúde e a de seu filho. Pense nisso.



**CRIANÇA GORDA NÃO É SINAL DE SAÚDE, É SINAL DE AJUDE!**

Ministério da Saúde 





## Anexo 4

### **A OBESIDADE INFANTIL COMEÇA EM ALGUNS ALIMENTOS E TERMINA ATINGINDO SEUS FILHOS.**



Você sabia que a obesidade mata mais que o câncer no Brasil?  
E que quase metade de nossas crianças está acima do peso ou obesa?

A obesidade é responsável por mais de 30 doenças, entre elas:  
Diabetes Tipo II, Hipertensão Arterial, Colesterol, Asma, Distúrbios respiratórios, etc.

Balas e doces em geral quando consumidos em excesso funcionam como  
verdadeiras armas contra o organismo. As calorias e gorduras ruins contidas em  
pequenas porções prejudicam a sua saúde e a de seu filho. Pense nisso.

**CRIANÇA GORDA NÃO É SINAL DE SAÚDE, É SINAL DE AJUDE!**

Ministério  
da Saúde   
**UM PAÍS DE TODOS**  
GOVERNO FEDERAL