

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS DA NATUREZA E DE TECNOLOGIA**  
**BACHARELADO DE DESIGN**

**JANAÍNE ARIOLI**

**CELÍ: O DESIGN LÚDICO AJUDANDO A LIDAR COM A DOENÇA CELÍACA**

**BENTO GONÇALVES**

**2021**

**JANAÍNE ARIOLI**

**CELÍ: O DESIGN LÚDICO AJUDANDO A LIDAR COM A DOENÇA CELÍACA**

Monografia apresentada como requisito para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, do curso de Design, na Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharelado em Design.

Orientador: Prof. Me. Aline Valéria Fagundes da Silva.

**BENTO GONÇALVES**

**2021**

**JANAÍNE ARIOLI**

**CELÍ: O DESIGN LÚDICO AJUDANDO A LIDAR COM A DOENÇA CELÍACA**

Monografia apresentada como requisito para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso, do curso de Design, na Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharelado em Design.

Orientador: Prof. Me. Aline Valéria Fagundes da Silva.

**Aprovada em: 14/07/2021**

**Banca Examinadora**

---

Prof. Me. Aline Valéria Fagundes da Silva  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof. Dr. Mateus Zanatta  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof. Dr. Júlio César Colbeich Trajano  
Universidade de Caxias do Sul

---

Prof. Me. Pâmela Antoniazzi dos Santos  
Universidade de Caxias do Sul

*"I have a hard time  
distinguishing play from design.  
In a lot of ways, what we do in  
design IS play."*

**Cas Holman**

## PRÓLOGO

Eu me lembro que foram seis meses passando mal diariamente. Eu não sabia o que eu tinha, mas havia perdido 10 kg e me sentia muito fraca. Eu consultava diversos médicos, mas nenhum deles investigava o que eu tinha. Eles apenas receitavam remédios para sintomas específicos e, particularmente, desnecessários.

Essa situação continuou acontecendo até certo dia, quando comentei sobre os sintomas com uma amiga da minha mãe. Ela foi a pessoa que sugeriu que eu poderia ter a doença celíaca. Eu nunca havia ouvido falar desse mal antes, mas aquela era minha única pista naquele momento. Pesquisei sobre ela na internet e percebi que os sintomas condiziam com o que eu estava sentindo. Então, marquei gastroenterologista e nutricionista, fazendo também os exames necessários. Após os resultados, aos dezoito anos, recebi o diagnóstico da doença celíaca.

A partir dessa descoberta, iniciei uma jornada árdua para conseguir entender e me adaptar a todas as exigências requeridas para ter uma vida saudável. Precisei entender sobre contaminação cruzada, lavagem tripla, perigos de ter uma recaída e comer algo com glúten julgando que não faria mal ao meu corpo. Descobri que a maioria das pessoas não entende essa doença até que tenha algum caso próximo de si e que amigos podem ser perdidos, pois não conseguem entender que, muitas vezes, participar de jantares em pizzarias ou determinados restaurantes não é uma possibilidade, afinal, esses são locais que não fornecem uma alimentação segura para uma pessoa que possui a doença celíaca. Portanto, a paranoia e a frase que muitas vezes ouvi: “um pedacinho não fará mal” são reais. Para mim, até mesmo um pedacinho faz muito mal.

Atualmente, seis anos depois, ainda lido diariamente com essa doença. Ela não tem cura ainda, mas confio muito na ciência. Hoje, no Brasil, a doença celíaca é um desafio para muitos médicos, pois é difícil identificá-la entre todas as possíveis doenças que possuem sintomas parecidos.

Em meio a tudo isso, sempre me fazem a seguinte pergunta: “o que você mais sente falta de comer?” e a minha resposta é: atualmente, eu não sinto falta de nenhum prato específico, mas sinto saudades da liberdade de poder comer o que eu quisesse e onde quisesse. Afinal de contas, para a doença celíaca, tudo vira planejamento. Se viajarei, preciso pesquisar se há restaurantes que tenham, no mínimo, uma opção

segura. É preciso conversar com o chef de determinado hotel e verificar se ele pode elaborar um prato especialmente para você para que não haja contaminação cruzada, sempre levar lanches na bolsa e até mesmo o pão para o café da manhã.

Essa rotina e organização é cansativa, mas gosto de dizer que recebi uma “injeção de vida” após o diagnóstico, assim como quando vamos ao hospital receber soro quando nosso corpo não está se sentindo bem. Esse sentimento e essa qualidade de vida não têm preço.

Resumidamente, minha motivação para a elaboração deste trabalho veio após reconhecer que muitas mães, constantemente desesperadas, não compreendiam o que poderiam fazer após receberem o diagnóstico da doença celíaca em seus filhos. Para mim, é difícil imaginar o quão difícil é para as crianças conviverem com a doença, já que recebi o diagnóstico aos dezoito anos e, com essa idade, já conseguia entender e coordenar minha rotina, diferentemente do que uma criança faria. Portanto, a ideia deste projeto é tornar a vida dessas famílias mais leve através do Design, uma área que decidi estudar e que tanto amo.

## RESUMO

Este projeto consiste em apresentar uma solução acerca da obtenção de informações sobre a doença celíaca por tutores e crianças. Na primeira parte, há uma extensa pesquisa sobre assuntos importantes que colaboraram no desenvolvimento da solução retratada, envolvendo dados relevantes sobre a doença celíaca, comportamento alimentar infantil, a utilização do lúdico na aprendizagem e o design multissensorial. Entrevistas com o público-alvo e profissionais relevantes ao tema foram essenciais na aquisição de informações fundamentais ao projeto e, junto à cocriação, direcionar este projeto para a elaboração de um produto final que atendesse às necessidades propostas. O resultado alcançado foi um projeto que une identidade visual, produto e serviço.

**Palavras-chave:** Design. Doença celíaca. Educação. Lúdico. Crianças.

## **ABSTRACT**

This project consists of presenting a solution for tutors and children to obtain information about celiac disease. In the first part, there is extensive research on important issues that collaborated in the development of the solution portrayed, involving relevant data on celiac disease, children's eating behavior, the use of playfulness in learning, and multisensory design. Interviewing the target audience and professionals relevant to the theme were essential in acquiring fundamental information for the project and, along with co-creation, directing this project towards the elaboration of a final product that would meet the proposed needs. The result achieved was a project that unites visual identity, product, and service.

**Keywords:** Design. Celiac disease. Education. Playful learning. Children.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Embalagem contendo a inscrição “contém glúten” .....	24
Figura 2 – Embalagem contendo a inscrição “não contém glúten” .....	24
Figura 3 – <i>Storyboard</i> do jogo 1, elaborado no <i>workshop</i> .....	32
Figura 4 – Processo de <i>Human Centered Design</i> .....	40
Figura 5 – Desejabilidade no design de serviços .....	41
Figura 6 – Instrumentos inclusos no conjunto de utensílios <i>Nico Cooks</i> .....	44
Figura 7 – Instrumentos inclusos no conjunto de utensílios <i>Nico Tastes</i> .....	44
Figura 8 – Instrumentos inclusos no conjunto de utensílios <i>Nico Tastes</i> .....	45
Figura 9 – Caixa <i>Little Friends of Tomorrow</i> .....	46
Figura 10 – Boneco e livro da caixa <i>Little Friends of Tomorrow</i> .....	46
Figura 11 – Guia de missões da caixa <i>Little Friends of Tomorrow</i> .....	47
Figura 12 – Persona 1 .....	55
Figura 13 – Persona 2 .....	55
Figura 14 – Persona 3.....	56
Figura 15 – Persona 4.....	56
Figura 16 – Persona 5.....	57
Figura 17 – Mapa de Empatia da Persona 1 .....	58
Figura 18 – Mapa de Empatia da Persona 2.....	59
Figura 19 – Mapa de Empatia da Persona 3.....	59
Figura 20 – Mapa de Empatia da Persona 4.....	60
Figura 21 – Mapa de Empatia da Persona 5.....	60
Figura 22 – Matriz de marca.....	61
Figura 23 – <i>Moodboard</i> Tintaleo! .....	64
Figura 24 – <i>Moodboard</i> Lovevery.....	64
Figura 25 – Caixa de conjunto de blocos de madeira da <i>Lovevery</i> .....	65
Figura 26 – Bandeja <i>Dinner Winner</i> da <i>Genuine Fred</i> .....	66
Figura 27 – Moldes Pop da <i>Zoku</i> .....	67
Figura 28 – <i>Journey down the belly</i> da <i>Me and Mine</i> .....	67
Figura 29 – <i>Business Model Canvas</i> da <i>Strategyzer</i> .....	69
Figura 30 – <i>Bologna Children’s Book Fair</i> .....	70
Figura 31 – Canvas de modelo de negócios da <i>Bologna Children’s Book Fair</i> .....	71

Figura 32 – <i>World Edition</i> da <i>Little Passports</i> .....	72
Figura 33 – Canvas de modelo de negócios da <i>Little Passports</i> .....	72
Figura 34 – Página inicial do site <i>Design Club</i> .....	73
Figura 35 – Exemplo da etapa “definir” do <i>Design Club</i> .....	73
Figura 36 – Material do projeto de aplicativo do <i>Design Club</i> .....	74
Figura 37 – Instruções do projeto de aplicativo do <i>Design Club</i> .....	74
Figura 38 – Caixa com produtos do <i>Design Club Kit</i> .....	75
Figura 39 – Produtos do <i>Design Club Kit</i> .....	76
Figura 40 – Canvas de modelo de negócios do <i>Design Club</i> .....	76
Figura 41 – Principais <i>insights</i> – Entrevistas com especialistas.....	81
Figura 42 – Principais <i>insights</i> – Entrevistas com tutores .....	82
Figura 43 – Temas encontrados – Comportamento das crianças .....	82
Figura 44 – Temas encontrados – Desinformação.....	83
Figura 45 – Temas encontrados – Busca por conhecimento .....	83
Figura 46 – Mapa Mental da marca.....	86
Figura 47 – Mapa Mental das mensagens da marca .....	87
Figura 48 – Consulta para Celí.....	89
Figura 49 – Personagem Celí.....	91
Figura 50 – <i>Moodboard</i> de referências tipográficas .....	93
Figura 51 – Estudo de formas – Tipografia Celí .....	93
Figura 52 – Guias da construção da marca .....	94
Figura 53 – Gêneros de bactérias presentes no intestino .....	95
Figura 54 – Vilosidades do intestino – Exemplos da escala de Marsh para diagnóstico da doença celíaca .....	96
Figura 55 – Estudo de formas para o <i>pattern</i> .....	96
Figura 56 – <i>Pattern</i> final .....	97
Figura 57 – Paleta de cores da marca .....	97
Figura 58 – Cores aplicadas na marca.....	98
Figura 59 – Exemplos de modelagem com massinha de modelar .....	100
Figura 60 – Esboços do prato .....	101
Figura 61 – Vistas dos pratos.....	101
Figura 62 – Exemplo de aplicação no saco de tecido .....	103

Figura 63 – Cartas com perguntas .....	103
Figura 64 – Capa e páginas do livro.....	110
Figura 65 – Carteirinhas do celíaco disponíveis hoje .....	111
Figura 66 – Carteirinha do celíaco – Vista frontal e posterior.....	112
Figura 67 – Carteirinha do celíaco – Exemplo de uso como crachá .....	113
Figura 68 – Exemplo de aplicação do caderno de anotações .....	114
Figura 69 – Exemplo de aplicação dos adesivos .....	114
Figura 70 – Exemplo de aplicação dos <i>bottons</i> .....	115
Figura 71 – Exemplo de aplicação do avental.....	115
Figura 72 – Exemplo de aplicação da arte na caixa.....	117
Figura 73 – Mapa de Expectativas .....	119
Figura 74 – <i>Blueprint</i> do serviço.....	120
Figura 75 – <i>Canvas</i> do modelo de negócios .....	120
Figura 76 – Rascunhos do site.....	122
Figura 77 – Aplicação da marca – Papelaria .....	123
Figura 78 – Aplicação da marca – Vestuário .....	124
Figura 79 – Aplicação da marca – Avental e caderno .....	124
Figura 80 – Aplicação da marca – Embalagem .....	125
Figura 81 – Protótipo do produto final .....	126
Figura 82 – Site .....	126
Figura 83 – Redes sociais .....	127

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Processo de execução do projeto .....	41
Quadro 2 – Análise geral dos produtos .....	68
Quadro 3 – Opções de <i>naming</i> para a marca .....	88
Quadro 4 – Opções de <i>tagline</i> para a marca Celí .....	92
Quadro 5 – Materiais e processos.....	118

## LISTA DE SIGLAS

ACELBRA	Associação dos Celíacos do Brasil
BPA	<i>Free</i> Livre de Bisfenol A
CDEICS	Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços
CONSEA	Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
CRN	Conselho Regional de Nutricionistas
ESPGAN	<i>European Society for Paediatric Gastroenterology Hepatology and Nutrition</i>
EVA	Etileno Acetato de Vinila
FENACELBRA	Federação Nacional das Associações de Celíacos do Brasil
HCD	<i>Human Centered Design</i>
OMS	Organização Mundial da Saúde
PCDT	Protocolos Clínicos e Diretrizes Terapêuticas
PDF	<i>Portable Document Format</i>
RCNEI	Referencial Curricular Nacional Para Educação Infantil
RDC	Resolução da Diretoria Colegiada
STEAM	<i>Science, Technology, Engineering, Arts and Mathematics</i>
WGSN	<i>Worth Global Style Network</i>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	17
1.1 TEMA .....	18
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA .....	18
1.3 OBJETIVO GERAL .....	18
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	18
<b>2 JUSTIFICATIVA</b> .....	19
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	21
3.1 DOENÇA CELÍACA.....	21
<b>3.1.1 Sintomas, diagnóstico e tratamento</b> .....	22
<b>3.1.2 Situação no Brasil</b> .....	23
3.2 COMPORTAMENTO ALIMENTAR INFANTIL .....	26
3.3 LÚDICO NA APRENDIZAGEM .....	27
<b>3.3.1 Classificação de jogos e brinquedos</b> .....	33
3.4 DESIGN SENSORIAL .....	34
<b>3.4.1 Visão</b> .....	36
<b>3.4.2 Tato</b> .....	37
<b>3.4.3 Olfato e paladar</b> .....	38
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	40
<b>5 OUVIR</b> .....	43
5.1 ESTUDOS DE CASO .....	43
<b>5.1.1 Nico Eats</b> .....	43
<b>5.1.2 Little Friends of Tomorrow</b> .....	45
5.2 ENTREVISTAS COM ESPECIALISTAS E TUTORES .....	48
<b>5.2.1 Entrevista com nutricionista</b> .....	48
<b>5.2.2 Entrevista com nutricionista escolar</b> .....	50
<b>5.2.3 Entrevista com representante da ACELBRA</b> .....	51
<b>5.2.4 Entrevistas com tutores</b> .....	53
5.3 PERSONAS .....	54
5.4 MAPA DE EMPATIA .....	57
5.5 PESQUISA VISUAL .....	61
<b>5.5.1 Marca</b> .....	61

5.5.2 Produto.....	65
5.5.3 Serviço .....	69
5.6 TENDÊNCIAS .....	77
5.6.1 Estabilizadores .....	77
5.6.2 Comunitários .....	77
5.6.3 Novos otimistas.....	78
5.6.4 <i>Reports</i> de estilo de vida e culinária .....	78
6 DEFINIR .....	79
6.1 <i>BRIEFING</i> .....	79
6.1.1 O quê? .....	79
6.1.2 Por quê?.....	79
6.1.3 Como? .....	79
6.1.4 Para quem?.....	79
7 CRIAR .....	80
7.1 IDENTIFICAÇÃO DE PADRÕES E CRIAÇÃO DE ÁREAS DE OPORTUNIDADE .....	80
7.1.1 Extrair os principais <i>insights</i> .....	80
7.1.2 Encontrar temas .....	82
7.1.3 Identificação de áreas de oportunidade.....	84
7.1.4 Cocriação .....	84
7.2 DESIGN DE MARCA.....	85
7.2.1 <i>Naming</i> .....	86
7.2.2 <i>Storytelling</i> .....	89
7.2.2.1 <i>Celí</i> .....	90
7.2.3 <i>Tagline</i> .....	91
7.2.4 Criação de formas .....	92
7.2.5 Cromia .....	92
7.3 DESIGN DE PRODUTO.....	98
7.3.1 A brincadeira .....	99
7.3.2 Saco de perguntas .....	101
7.3.3 Livro.....	103
7.3.4 Carteirinha do celíaco .....	110
7.3.5 Materiais complementares .....	113
7.3.6 Inmetro .....	116

<b>7.3.7 Embalagem</b> .....	116
<b>7.3.8 Materiais e processos</b> .....	117
<b>7.4 DESIGN DE SERVIÇO</b> .....	118
<b>8 ENTREGAR</b> .....	123
8.1 APLICAÇÕES DE MARCA.....	123
8.2 PRODUTO .....	125
8.3 SITE E REDES SOCIAIS .....	126
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	128
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	129
ANEXO A – ENTREVISTA COM NUTRICIONISTA.....	135
ANEXO B – ENTREVISTA COM NUTRICIONISTA ESCOLAR.....	136
ANEXO C – ENTREVISTA COM VICE-PRESIDENTE DA ACELBRA .....	137
ANEXO D – ENTREVISTA COM TUTORES .....	138
APÊNDICE A – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL .....	139
APÊNDICE B – DESENHO TÉCNICO DOS PRATOS .....	148
APÊNDICE C – LIVRO.....	149
APÊNDICE D – ARTE DA CAIXA .....	156
APÊNDICE E – DESENHO TÉCNICO DA CAIXA .....	157
APÊNDICE F – TELAS DOS SITE.....	158

## 1 INTRODUÇÃO

A doença celíaca é uma enfermidade autoimune crônica que afeta o intestino delgado de indivíduos geneticamente predispostos e é desencadeada pela ingestão de alimentos que contêm glúten. Atualmente, não há definição exata do número de celíacos no Brasil, portanto, trabalha-se apenas com a estimativa da OMS (Organização Mundial da Saúde) que prevê que 1% da população mundial seja celíaca. O crescente acesso ao diagnóstico possibilita a identificação da doença com antecedência, evitando consequências severas que podem ocorrer caso o diagnóstico seja tardio.

Crianças portadoras da doença celíaca com idades entre quatro e seis anos estão em fase ideal para iniciar o contato com a alimentação saudável, especialmente as que dependem de uma dieta restritiva e requerem apoio de seus tutores para mantê-la. Esse processo inicia com uma adaptação, tanto para as crianças quanto para seus responsáveis, para uma dieta sem glúten, atentando-se à contaminação cruzada e aos diversos produtos que têm potencial para serem prejudiciais à sua saúde.

Presentemente, materiais relacionados à doença estão disponíveis na internet – em lojas *online*, *blogs*, *e-books* e grupos de redes sociais digitais, assim como em livros físicos –, contudo, não são ao mesmo tempo interativos, lúdicos, educativos ou associados ao design multissensorial. Por esta razão, este projeto pretende servir como solução à dificuldade anteriormente mencionada, em uma proposta aliada ao Design, e que promova um momento de aprendizado de maneira mais divertida, leve e clara para crianças e tutores.

O planejamento da presente solução foi elaborado tendo como foco as crianças. Desta forma, o lúdico se torna uma ferramenta útil e efetiva, sendo um recurso para uma abordagem de forma descontraída e divertida de tratar diferentes assuntos. Através dele, é possível criar estratégias de aprendizado, estimulando o pensamento crítico, resolução de problemas e desenvolvimento da autonomia. Conjuntamente, o Design Multissensorial aparece para auxiliar o processo, estimulando os sentidos e os utilizando para expandir o acesso à informação.

Segundo Ellen Lupton e Andrea Lipps, no livro *The Senses: Design Beyond Vision* (2018, p. 15), a respeito do Design Sensorial, “lida não apenas com o formato das coisas, mas como elas nos moldam”. Consequentemente, o uso de cores, formas

e texturas são recursos usados por designers para expressar apelo e valor aos produtos, pois amplificam as sensações ao unir os cinco sentidos em um só, criando experiências únicas e verdadeiras.

### 1.1 TEMA

Design e a educação lúdica e multissensorial sobre a doença celíaca.

### 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Como o design multissensorial, aliado ao lúdico, pode auxiliar na educação sobre a doença celíaca para crianças e seus tutores?

### 1.3 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um projeto de produto, marca e serviço para crianças entre 4 e 6 anos de idade e seus tutores, explorando aspectos multissensoriais e lúdicos voltados à educação sobre a doença celíaca.

### 1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Pesquisar a doença celíaca e sua complexidade para o público infantil.
- b) Entender o contexto da introdução de alimentos na dieta das crianças.
- c) Ouvir a experiência de tutores com crianças no ensino e adaptação de dietas restritivas com foco na doença celíaca.
- d) Ouvir profissionais da área da saúde, como nutricionistas, para entender como são as relações das crianças com os alimentos, dietas e implicações da situação.
- e) Entender como o design multissensorial e o lúdico podem contribuir para os processos de aprendizagem e adaptação na dieta celíaca.
- f) Analisar materiais educativos já existentes no mercado explorando aspectos multissensoriais e lúdicos, para identificar oportunidades de projeto.

## 2 JUSTIFICATIVA

O Design pode ser um grande aliado na educação, principalmente quando há falta de materiais lúdicos e interativos focados na conscientização sobre a doença celíaca em crianças. Essa informação vai ao encontro do fato de que poucos dados sobre o assunto são amplamente divulgados, encontrando-se – em grande maioria – restritos às pessoas diagnosticadas.

A doença celíaca é uma doença crônica do intestino delgado causada pela exposição ao glúten em indivíduos geneticamente predispostos (Ludvigsson et al., 2011). Atualmente, não há estatística que defina precisamente o número de celíacos no Brasil, devido à falta de pesquisa que, igualmente, afeta o atendimento que poderia ser ofertado pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Mirian Francisca, membro do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA), afirma que, hoje em dia, trabalha com a estimativa publicada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), na qual há a definição de que, no mínimo, 1% da população mundial seja celíaca. A taxa reduzida desse dado ocorre devido à dificuldade em seguir um protocolo clínico para o diagnóstico preciso e a falta de informações entre profissionais da saúde.

Na atualidade, além do apoio de profissionais da saúde inteirados com o assunto, os celíacos brasileiros possuem o suporte das associações de conscientização quanto à doença, que estão espalhadas pelo país. Essas entidades atuam na divulgação de informações e na promoção da inclusão dos celíacos na sociedade, realizando encontros, compartilhando experiências e difundindo conhecimento. No ambiente virtual, encontram-se *e-books* e *PDFs (Portable Document Format)* para consulta, contendo diretrizes que auxiliam profissionais – tais como professores – a compreenderem as limitações dos celíacos, amparando-os quanto às suas dietas; materiais de apoio para familiares de portadores da doença celíaca; *podcasts*, vídeos e livros infantis que, em muitos dos casos, são elaborados por celíacos. Contudo, mesmo entre todas as opções mencionadas acima, o âmbito lúdico é limitado por atividades realizadas em formato de oficinas ou encontros, mas sem serem provenientes de um produto específico voltado para a educação de crianças celíacas.

O Referencial Curricular Nacional Para Educação Infantil (RCNEI, 1998, p.28) elenca que:

As brincadeiras de faz-de-conta, os jogos de construção e aqueles que possuem regras, como os jogos de sociedade (também chamados de jogos de tabuleiro), jogos tradicionais, didáticos, corporais etc., propiciam a ampliação dos conhecimentos infantis por meio da atividade lúdica.

É também mencionado que, através dessas brincadeiras, os “Professores podem observar e constituir uma visão dos processos de desenvolvimento das crianças em conjunto e de cada uma em particular.” (RCNEI, 1998, p.28).

A idade propícia para as crianças começarem a ter contato com a alimentação saudável, especialmente as que dependem de uma dieta restritiva e que – por isso – requerem o auxílio de seus tutores para entenderem o contexto em que se encontram, é entre quatro e seis anos. Conforme documento elaborado pela OMS intitulado Cuidados de Criação para o Desenvolvimento na Primeira Infância: Plano Global para Ação e Resultados, publicado em 2018, “as habilidades de aprendizagem e as competências pessoais e sociais básicas são adquiridas bem cedo, e as competências subsequentes dependem desse alicerce.” Portanto, conclui-se que o que é feito nos primeiros anos de vida define o desenrolar dos anos posteriores, tanto no âmbito pessoal, quanto social e motor. O Design surge neste momento como um aliado ao aprendizado, por meio de materiais interativos que transmitem de forma clara e divertida informações complexas.

Em estudo conduzido por Bras e Reis (2012) é realizada a comprovação de que o uso de recursos lúdicos – neste caso, utilizando a dramatização de história com o uso de fantoches – como um instrumento pedagógico possui grande contribuição para o desenvolvimento socioafetivo das crianças:

... as crianças vêm-se envolvidas em processos criativos que implicam o raciocínio e a imaginação, o que facilita a expressão de sentimentos, a resolução de conflitos emocionais, a percepção e interiorização da dicotomia entre o bem e o mal, assim como a assimilação de uma grande diversidade de valores (BRAS; REIS, 2012, p. 141, tradução da autora).

Baseando-se na literatura existente, a união do Design com o lúdico e o multissensorial é capaz de produzir experiências únicas e cativantes para as crianças celiacas que se encontram em idade pré-escolar. Isso ocorre, principalmente, porque esta é uma fase de muita experimentação e curiosidade, o que corrobora com o fato de que a capacidade de aprendizado neste momento da infância é expressiva.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 DOENÇA CELÍACA

A doença celíaca é uma doença crônica do intestino delgado causada pela exposição ao glúten em indivíduos geneticamente predispostos (LUDVIGSSON *et al.*, 2011). Conseqüentemente, ela é desencadeada pelo consumo de glúten, uma proteína presente nos cereais do grupo *Triticeae*: trigo, centeio e cevada (SALDIVAR, 2015).

Segundo Dowd e Walker-Smith (1974), foi o médico inglês Samuel Gee, em 1887, o primeiro a alertar sobre a doença. Gee a descrevia como “um tipo de indigestão crônica que acontece em pessoas de variadas idades” (2021, tradução da autora). Em 1952, um estudo realizado pela Universidade de Birmingham comprovou a melhora em pacientes que tiveram o trigo e o centeio excluídos de suas dietas (ANDERSON *et al.*, 1952). Em 1969, durante conferência realizada em Interlaken, na Suíça, a *European Society for Paediatric Gastroenterology Hepatology and Nutrition* (ESPGAN) publicou os primeiros critérios para diagnóstico e tratamento da doença e, atualmente, atualiza as informações periodicamente conforme haja atualizações.

Durante pesquisas para o desenvolvimento do presente trabalho, notou-se - em fontes distintas - a afirmação de que a aveia é um grão que também deve ser evitado por celíacos. Contudo, de acordo com estudos de Størsrud *et al.* (2003), a ingestão desse alimento não causa malefícios e também pode ser uma fonte de benefícios, tais como: saciedade, regularização do intestino e aumento de energia. Em segundo estudo, desta vez realizado por Lundin *et al.* (2003), a incerteza sobre a ingestão de aveia por celíacos também se fez presente. Foi apontado que é necessária atenção no consumo do alimento, devido a reações adversas obtidas por alguns pacientes. Malanchen *et al.* (2019) analisou os estudos de Størsrud *et al.* (2003) e Lundin *et al.* (2003) junto a diferentes fontes e concluiu que as reações negativas dependem do grau de intolerância de cada indivíduo. Portanto, é de suma importância que haja uma quantidade maior de estudos sobre este tópico em específico.

Os autores citados anteriormente também realizaram estudos sobre o cuidado fundamental que é preciso ter com a contaminação cruzada; evento que pode acontecer tanto com a aveia quanto com outros alimentos que possuem glúten em seu processamento. Em referência a este tópico, Cardoso *et al.* (2021) recomenda a

exclusão da aveia de forma preventiva da dieta dos celíacos. Sua afirmação é baseada no fato de que o protocolo de pureza da aveia, atualmente, é somente aplicado de forma rígida nos Estados Unidos e Canadá (ALLRED *et al.*, 2017).

### 3.1.1 Sintomas, diagnóstico e tratamento

Os sintomas da doença celíaca variam de indivíduo para indivíduo, porém, os mais comuns e clássicos – referentes à má absorção – são: diarreia, anemia, perda de peso e alterações no crescimento. A *World Gastroenterology Organisation Global Guidelines* publicou, em 2016, um guia com definições sobre a doença celíaca que inclui como sintomas clássicos da doença em adultos: diarreia crônica, perda de peso, anemia ferropriva, distensão abdominal por inchaço, mal-estar, fadiga, edema e osteoporose. Já para crianças, define como principais sintomas: atraso no desenvolvimento, perda de peso, atraso no crescimento, vômitos, diarreia crônica, distensão abdominal por inchaço, anemia ferropriva, perda muscular, edema, irritabilidade e desconforto. O estudo também pontua que é possível ter sintomas não clássicos, que incluiriam sintomas fora do trato intestinal, como: falta de energia, enxaqueca crônica e manifestações dermatológicas. É importante salientar que a doença celíaca também se manifesta de forma assintomática, ocorrendo quando há lesões intestinais não visíveis e sem outros indicativos. Para todos os casos citados acima, a realização de uma dieta sem glúten promove a melhora na qualidade de vida do paciente.

Um dos pontos mais delicados da doença é seu diagnóstico, pois os sintomas são comuns aos de outras doenças, requerendo ao médico responsável um olhar mais crítico e uma investigação mais cuidadosa sobre todas as possibilidades. Presentemente, o diagnóstico ocorre pela presença de anticorpos específicos da doença celíaca em conjunto com uma endoscopia com biópsia intestinal. É essencial destacar que é necessário estar consumindo glúten para realização dos exames, pois pode acontecer um “falso negativo”, resultando em um diagnóstico inconclusivo.

O não diagnóstico da doença celíaca pode levar a complicações futuras. Como explicado no *World Gastroenterology Organisation Global Guidelines* (2016), pacientes com doença celíaca não tratada, a longo prazo, podem desenvolver: câncer (de maior risco), linfomas malignos, tumores orofaríngeos, crescimento dos ossos prejudicados e maior risco de mortalidade.

A velocidade de recuperação de cada paciente após diagnóstico e início do tratamento varia, sendo – em alguns casos – a necessidade de hospitalização, reposição de líquidos e vitaminas. Atualmente, não existem medicamentos ou vacinas que possam alterar ou amenizar as reações adversas da ingestão da proteína. Desse modo, o único tratamento disponível é uma dieta livre de glúten, cuja durabilidade deve suceder durante toda a vida do indivíduo. Para isso, e devido à complexidade da dieta, é fundamental que seja realizada consulta com nutricionistas.

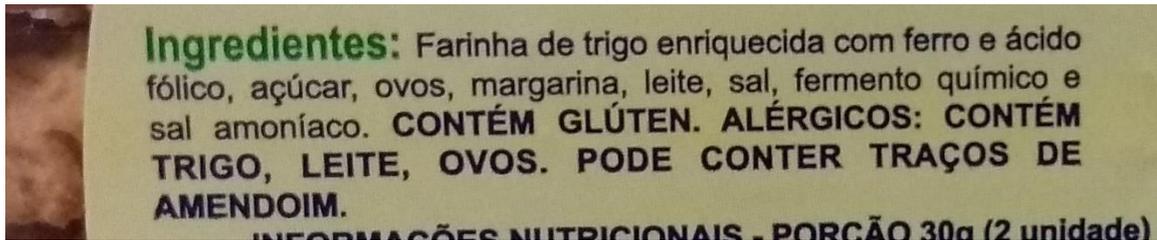
Há estudos, como o de Catassi e Fasano (2014) que recomendam testagem sorológica da população em geral para melhor detecção, pois não existem medidas preventivas contra a doença. Os autores citam como exemplo a República de San Marino, que tem população de 33.785 habitantes (Banco Mundial, 2018), e que desde 1993, com a aprovação da população, realiza testes para a doença celíaca em crianças a partir dos seis anos de idade com custo acessível.

### **3.1.2 Situação no Brasil**

Nos dias atuais, o Brasil carece de pesquisas sobre a doença celíaca, tanto que não há dados assertivos a respeito da quantidade de pessoas que portam a doença. As poucas pesquisas realizadas em solo nacional se concentram em tópicos técnicos e investigativos acerca de pontos e casos específicos e regionais. Os PCDT (Protocolos Clínicos e Diretrizes Terapêuticas) trabalham apenas com estimativas de números. Segundo a FENACELBRA (Federação Nacional das Associações de Celíacos do Brasil), estima-se que 2 milhões de brasileiros possuam a doença celíaca, resultado que tem como base a subtração do 1% da população mundial estimado pela OMS, total de 220 milhões de habitantes no Brasil, pelo 1% da população mundial.

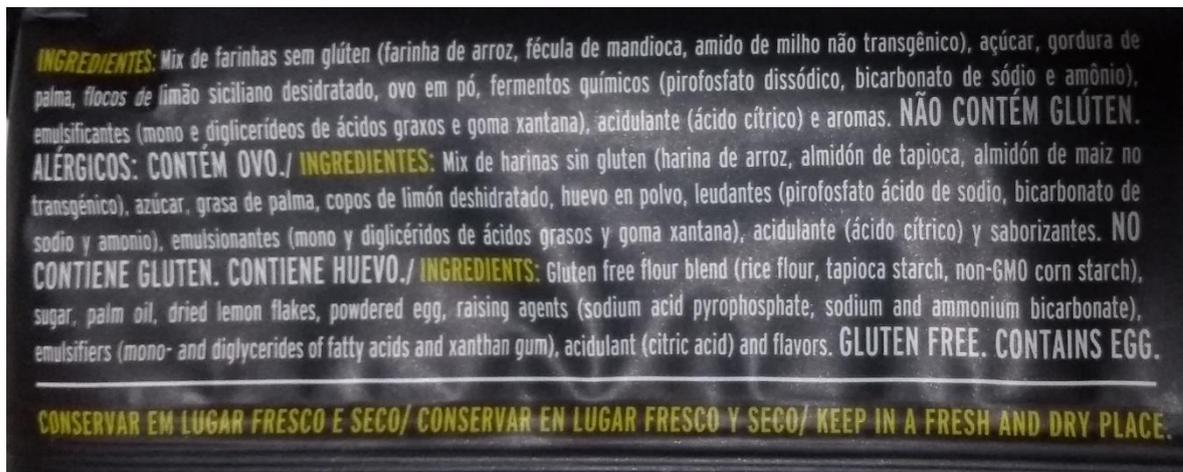
Presentemente, os celíacos brasileiros são amparados pela Lei Federal Nº 10.674, de 16 de maio de 2003, que dispõe que todos produtos alimentícios comercializados informem a presença de glúten ou não em sua composição e a Resolução Federal – RDC Nº 137, de 20 de maio de 2003 garante a informação nos fármacos. Ambas as informações estão ilustradas ao final da lista de ingredientes ou componentes, como ilustrado nas Figuras 1 e 2 abaixo.

Figura 1 – Embalagem contendo a inscrição “contém glúten”



Fonte: a autora (2021).

Figura 2 – Embalagem contendo a inscrição “não contém glúten”



Fonte: a autora (2021).

Referente ao mesmo tópico citado acima, ainda há a existência da Lei Federal Nº 10.674, publicada em 16 de maio de 2003, que “obriga a que os produtos alimentícios comercializados informem sobre a presença de glúten, como medida preventiva e de controle da doença celíaca”. Contudo, ela ainda é falha no país, pois não cumpre com a verificação correta de procedência de todos os insumos, prejudicando a sua rotulagem. Afinal, é indispensável compreender que, mesmo alimentos que, naturalmente, não contenham glúten, mas que em algum ponto de sua produção, transporte ou manejo tiveram contato com alguma matéria-prima que possua o derivado, devem ser cotados como contendo glúten.

A nível estadual e municipal, existem diferentes Leis que promovem a assistência aos celíacos. Em 2019, houve a apresentação do Projeto de Lei 487/19 que “torna obrigatória as inscrições “contém glúten” ou “não contém glúten” em todos os rótulos de produtos industrializados e de alimentos comercializados no país”. A proposta altera a Lei 10.674/03 que atualmente prevê a obrigatoriedade das inscrições apenas em alimentos industrializados.” A Lei 10.674 de 16 de maio de 2003 está

ilustrada na Figura 3 abaixo. Este PL se encontra aguardando votação na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços (CDEICS). Sua importância diz respeito à obrigatoriedade da inclusão da inscrição em produtos como massinha de modelar e tinta guache que podem levar glúten em sua composição, sendo assim um risco aos celíacos.

A maior parte do conteúdo que é disseminado, principalmente por redes sociais digitais e encontros regionais, são originários de organizações como a FENACELBRA, que atua sem fins lucrativos e auxilia na divulgação sobre a doença no país. Ela reúne diversos materiais informativos, tais como cartilhas para educadores e familiares sobre segurança alimentar, assim como realizam a tradução para o português de materiais estrangeiros que possuem informações relevantes sobre a doença. Como exemplo, há o Programa de Treinamento em Saúde Mental: Doença Celíaca e Distúrbios Relacionados ao Glúten, publicado em primeiro momento pela *Celiac Disease Foundation*.

A instituição também realiza encontros mensais e anuais entre associações locais, que acontecem comumente em grandes cidades e dependem da organização de pessoas da comunidade que são portadoras da doença e se reúnem para discutir assuntos pertinentes, igualmente criando redes de apoio. Nas redes sociais digitais, encontram-se – principalmente no Facebook – grupos para troca de receitas, difusão de informações sobre mudanças nos rótulos de produtos e suporte para qualquer dúvida que possa surgir sobre os cuidados necessários.

### 3.2 COMPORTAMENTO ALIMENTAR INFANTIL

O comportamento infantil em relação à comida é determinado pelo meio no qual a criança está inserida. Além de terem gostos e desejos próprios, elas também são influenciadas pelo que presenciam de seus responsáveis. Ramos e Stein (2000, *online*) confirmam que “as estratégias que os pais utilizam na hora da refeição, para ensinar as crianças sobre o quê e o quanto comer, desempenham papel preponderante no desenvolvimento do comportamento alimentar infantil.”.

Para aumentar o repertório alimentar das crianças e sendo uma maneira efetiva de introduzir alimentos em suas dietas, Sullivan e Birch (1990) indicam a familiaridade com cores, sabores e texturas por exposição e repetição. A associação com o prazer ao ingerir uma comida diferente é outra sugestão. No *livro Why We Eat What We Eat: The Psychology of Eating*, editado por Elizabeth D. Capaldi (1996), comenta-se sobre como os humanos têm melhor aceitação a um alimento quando associado a um doce.

Neste tópico, é entendido que as receitas elaboradas com ingredientes que não são “os originais” - como por exemplo, trocar farinha de trigo por farinha de arroz ao preparar um bolo - resultará em texturas e sabores diferentes, podendo causar estranheza ao paladar. Destaca-se aqui que é possível fazer receitas que se aproximem dos sabores e texturas “originais”, mas, como cada ingrediente possui suas particularidades, é necessária prática no seu manejo.

A mudança entre os alimentos pode ser fácil ou difícil, dependendo da idade em que a criança recebe o diagnóstico. Conforme estudo de Ramos e Stein (2000), os pais são os grandes responsáveis por fazer essa introdução de forma adequada e o apoio de nutricionistas é fundamental para fazer as correspondências nutricionais e oferecer à criança uma alimentação de qualidade. Ao mesmo tempo, é preciso que esse processo seja prazeroso, evitando o que é chamado de neofobia alimentar que, segundo Benton (2004), é a tendência a evitar alimentos novos e diferentes dos habituais.

Como as preferências alimentares têm um papel importante na determinação da seleção de alimentos e qualidade da dieta, um melhor entendimento sobre o desenvolvimento dessas preferências poderia contribuir para o desenvolvimento de estratégias de intervenção que promovessem dietas saudáveis. Como as preferências alimentares são adquiridas, elas são passíveis de serem modificadas - portanto é possível que crianças aprendam a gostar de alimentos que sejam benéficos para elas, desde que sejam precocemente educadas para isto (MOURA, 2010, p. 120).

Inicialmente, pode-se encontrar resistência na adaptação, porém, conforme apontam estudos de Stanek, Abbott e Cramer (1990), o ambiente emocional familiar é fundamental para definir a percepção da criança em relação à comida desde idade tenra.

De acordo com Boyd e Bee (2011), crianças entre 4 e 6 anos estão na segunda infância, época considerada ideal para ensiná-las sobre hábitos saudáveis. Esta também é uma idade na qual as habilidades motoras, visuais e sensoriais estão em desenvolvimento. Isso quer dizer que as crianças ainda estão em processo de aprendizado, portanto, é recomendado que tenham o máximo de contato possível com diferentes tipos de atividades que possam auxiliar no refinamento de suas habilidades (RULE; STEWART, 2002).

Nesta fase também ocorre a rejeição a certos alimentos. Nos anos iniciais, os tutores são os responsáveis pela comida que estará nos pratos das crianças, mas, com o crescimento do controle e da autonomia dos pequenos, suas respostas emocionais também mudam. Afinal, o ato de comer também pode produzir reações positivas e negativas (BIRCH; FISHER, 1996). Nota-se que é fundamental estar atento quanto à forma como as crianças reagem aos alimentos, porque isto pode moldar a relação delas com o ato de comer.

Quando a inserção de alimentos e troca de dieta envolve uma criança que recebeu o diagnóstico da doença celíaca, o assunto é delicado, devido à limitação quanto aos tipos de alimentos que pode ingerir. Sendo assim, essa criança se torna ainda mais dependente da orientação de tutores até o momento em que compreenda - de forma clara - o que é seguro para elas ou não.

Birch e Fisher mencionam no livro *Why We Eat What We Eat* (1996) que “quando o consumo de uma comida é seguido de consequências gastrointestinais negativas, como náusea e vômito, e a comida está associada a estas consequências, o resultado é uma aversão a ela” (2021, tradução da autora). Este trecho é importante para compreender como ocorrerá a relação das crianças com determinados alimentos. No contexto da doença celíaca, dependendo da idade na qual os sintomas começam a se manifestar, o ato de comer pode se tornar uma atividade negativa. Aqui, destaca-se a importância de um diagnóstico rápido e preciso para evitar futuras complicações, tanto físicas quanto psicológicas.

### 3.3 LÚDICO NA APRENDIZAGEM

O presente trabalho busca abordar uma maneira lúdica de ensino acerca da restrição alimentar causada pela doença celíaca. Portanto, faz-se necessário entender como o brincar e a educação estão conectados.

Primeiramente, é importante entender que a palavra “lúdico” faz alusão a tudo, desde jogos a brinquedos, que têm o divertimento como principal propósito. Atividades lúdicas auxiliam no desenvolvimento de habilidades fundamentais para o crescimento humano, sendo relevante para a autonomia, memória, atenção, imaginação e encontro de identidade própria. Seu uso em ambientes de aprendizagem é benéfico pois promove, de modo divertido, leve e de fácil compreensão, a aquisição de novos conhecimentos.

A criança ao brincar e jogar de forma lúdica, se envolve tanto que coloca na ação da brincadeira o seu sentimento e emoção. Podemos até afirmar que a atividade lúdica funciona de uma forma integrativa entre os aspectos motores, cognitivos, afetivos e sociais, portanto a partir do brincar, desenvolve-se a capacidade, facilidade para à aprendizagem, aflora o desenvolvimento social, cultural e individual, contribuindo para uma vida saudável, física e mental (RODRIGUES, 2016, p.6-7).

A educação está intimamente ligada ao brincar. A variedade de experiências que fazem parte do desenvolvimento da criança é fundamental para sua moldagem como ser humano. Dessa forma, a existência de materiais que dão suporte ao aprendizado oferece o meio necessário para também aperfeiçoar suas relações com outras crianças e adultos. Os jogos são mais que atividades simples de distração, pois, através deles, há a criação de estratégias para estimulação do pensamento crítico, resolução de problemas e potencialização da autonomia.

Para Smidt (2011), a exploração dos símbolos é essencial para o aprendizado das crianças, afinal elas podem usar objetos ao redor dela, de acordo com suas necessidades, para conduzir sua imaginação. É por meio do lúdico que os pequenos exploram sua habilidade de criação, seus sentimentos e relações.

As crianças precisam de uma experiência considerável de conceitos cotidianos - de ter experiências em primeira mão de coisas que façam sentido para elas e cujo propósito seja claro para elas antes de se esperar que lidem com coisas mais abstratas envolvendo signos e símbolos - coisas como ler e escrever (SMIDT, 2011, p. 35, tradução da autora).

As crianças dão sentido à sua própria vida através de objetos e da sua memória com experiências prévias. Conforme exemplo trazido por Smidt (2011),

numa situação onde a criança está fingindo ser uma professora, ela aplica regras que são provenientes de sua própria experiência ao observar como uma professora age e fala. Ou seja, ela reproduz um comportamento já visto anteriormente, sem regras a serem seguidas ou instruídas por alguém. É através da criatividade, usando elementos familiares, que elas criam algo novo e diferente (SMIDT, 2011), portanto, quando os tutores proporcionam essas oportunidades de criação às crianças, sua capacidade de se expressar é ampliada.

Lucindo Júnior e Jorge (2013, p.2) comentam sobre a perspectiva da criança sobre o brincar, na qual o prazer é a principal sensação pela qual se realiza a atividade. Os autores dizem: “objetivos, meios e resultados tornam-se indissociáveis e enredam a criança em uma atividade gostosa por si mesma.” No desenvolvimento de brincadeiras e jogos, é preciso considerar a diferença entre as duas atividades: a primeira não requer regras, é um passatempo, enquanto a segunda conta com delimitações e organização.

Macedo, Petty e Passos (2005) apresentam cinco indicadores que norteiam o lúdico na aprendizagem, sendo eles: prazer funcional, desafio, criação de possibilidades, dimensão simbólica e expressão de modo construtivo ou racional. Os designers precisam estar atentos a esses detalhes para construir objetos que sejam divertidos e, ao mesmo tempo, tragam em sua essência uma funcionalidade. Eles precisam despertar no participante o prazer em utilizá-lo. Dessa forma, pode-se acrescentar que o Design não é apenas visual, ele lida também com a experiência do usuário. Quando é falado em buscar prazer em participar, seu conteúdo precisa ser apresentado de forma que desperte interesse no usuário.

Uma tarefa interessante para a criança é clara, simples e direta (precisa). É realizável nos seus tempos (interno, externo), desafiadora (envolvente), constante (regular) na forma e variável no conteúdo, além de ser surpreendente e lúdica. O fato é que muitas tarefas escolares, do modo como são propostas, são desagradáveis para as crianças. Algumas razões para isso é que o tempo de sua realização é excessivo ou insuficiente. As instruções ou orientações para seu fazer são pouco claras, as tarefas são complicadas, formuladas de forma indireta e confusa. Além disso, os conteúdos são repetitivos e a formulação é irregular e sem sentido para a criança. Sua realização ou demanda é demasiadamente previsível, dependendo de recursos (procedimentos, materiais, etc.) não disponíveis. São fáceis ou difíceis demais, ou seja, não condizem com o nível e o interesse das crianças. Finalmente, e mais do que tudo, são claramente justificadas por um interesse educacional, que só faz sentido para os adultos, ainda que realizado para o “bem” das crianças (MACEDO *et al.*, 2005, p. 18).

No livro *Playing to Learn: The role of play in the early years*, de Sandra Smidt, a autora analisa diversos pensadores sobre o assunto e menciona Jerome Burner (1915-2016), que se interessava pela brincadeira como uma forma de aprender e se referia a ela como “a memória em ação”. Smidt comenta que o que ele quis dizer com esta última frase é que “as crianças brincam de forma a lembrar e pensar sobre eventos e experiências nas suas vidas que não estão mais presentes nela e a fim de dar sentido a elas” (2021, p. 3, tradução da autora).

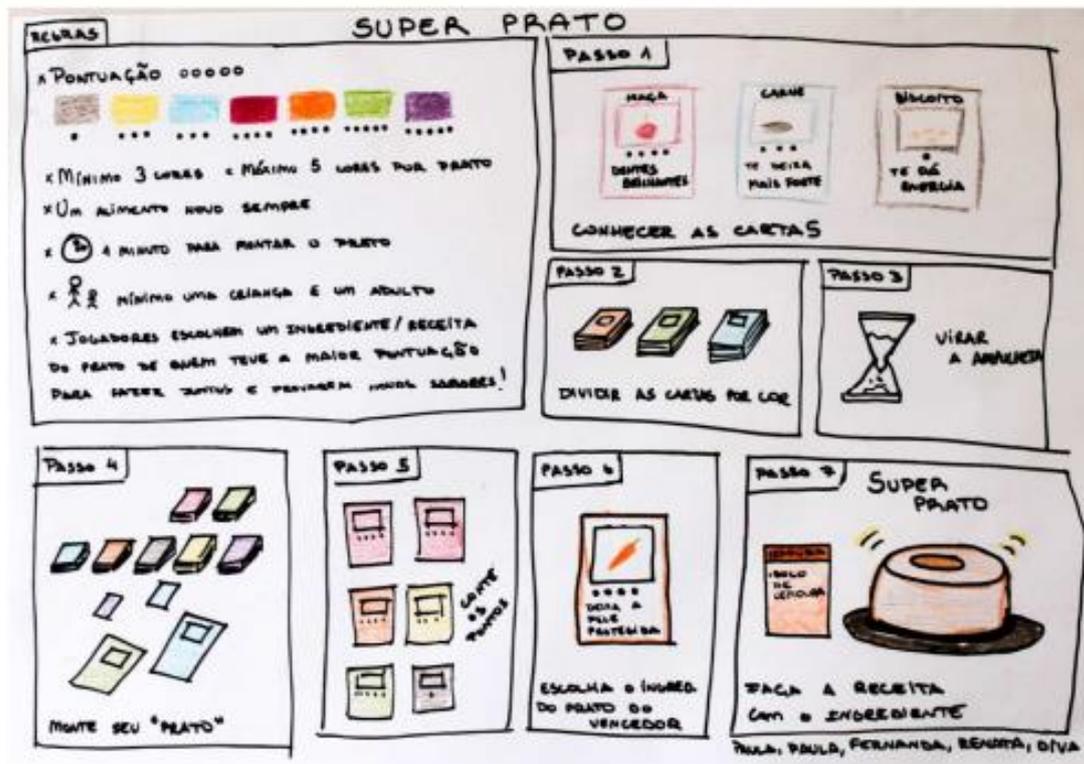
Ao longo dos anos, o Design adquiriu a necessidade de consistência em sua linguagem, sendo assim visto como uma forma de comunicação e não como uma área que visa somente o estético. Portanto, os designers são também comunicadores e têm como objetivo dar sentido a algo, por meio de ideias e soluções, sejam elas por meio do tangível ou não.

Como estudo de caso no qual o lúdico foi usado como ferramenta de ensino na escola sobre alimentação saudável, há o estudo conduzido por Vale e Oliveira (2016), na qual houve a elaboração de uma cartilha com indicações para professores desenvolverem atividades em sala de aula. Ele foi realizado com 9 professores e 178 alunos, sendo que cada faixa etária - que ia de 5 a 15 anos - tinha uma atividade específica, como por exemplo, para as crianças entre 5 e 6 anos, foi proposta a elaboração de máscaras de vegetais para colorir e recortar. Ao final da atividade, foi percebido que o interesse dos alunos sobre o assunto aumentou pela realização das atividades associadas ao lúdico, que é um formato que não encontram no dia a dia da sala de aula. Além disso, os professores relataram que não costumam trabalhar desta forma por falta de tempo pois “o ano letivo passa muito rápido e acaba não dando tempo de trabalhar os temas transversais”. Com esta fala, percebe-se a importância de se ter em currículo assuntos referentes à alimentação saudável, seja ela para celíacos ou não, tendo-a como parte da aprendizagem padrão, já que é algo que a criança vai levar para toda a vida.

Na pesquisa realizada por Mota (2017) associando o Design para mudança de comportamento orientado à alimentação infantil, foram desenvolvidos 4 jogos em um *workshop* realizado com a participação de mães de crianças entre 2 e 6 anos e designers. O jogo número 1 era focado em “ensinar a criança sobre os benefícios da comida saudável” (p.104); o jogo número 2 era “um conjunto de dinâmicas de interação a serem realizadas ao longo da semana, envolvendo crianças, pais e alimentos saudáveis”(p. 104-105); o jogo número 3 era um baralho de cartas que

envolve pontuação, um tabuleiro e tem um placar que “torna visível o seu desempenho em relação às escolhas alimentares” (p.110); e o último jogo envolvia uma pirâmide alimentar e cartas, nas quais a criança tem acesso a informações sobre alimentos saudáveis. Neste jogo número 4, “a proposta é proporcionar experiências divertidas e criativas” (p.114). Nas análises feitas posteriormente sobre o que foi criado no *workshop*, concluiu-se que todas as equipes obtiveram sucesso na criação de dinâmicas atreladas ao design multissensorial, cada qual dentro da abordagem escolhida, tendo ênfase nas relações afetivas entre pais e filhos.

Figura 3 - Storyboard do jogo 01, elaborado no workshop



Fonte: Juliana Gonçalves Mota (2017).

A criação de contextos positivos no ato de comer está ligada ao aprendizado, e este aprendizado acontece a partir da experiência de repetição associada às sensações que a comida e o efeito do contexto social promovem psicologicamente no ato de comer (BIRCH; FISHER, 1996). Na pesquisa realizada por Horst, Ferrage e Rytz (2014), foi comprovado que a preparação de refeições em família é uma forma eficaz de estratégia de aprendizagem nutricional por proporcionar uma experiência positiva à criança. As sensações sentidas nesta atividade realizada em conjunto com os pais são respostas satisfatórias que ela associa não apenas ao momento, mas também aos alimentos.

Outro tópico interessante a ser compreendido é que segundo Ortega, Souza e De Jesus (2016), crianças só passam a compreender o valor dos jogos e brincadeiras a partir dos 4 anos, sendo assim capazes de interpretar e seguir regras.

As crianças até os três anos de idade, quando jogam, não percebem nessa ação qualquer diferença com o que os adultos consideram um trabalho. Vivem a fase que Piaget chamava de anomia e, dessa forma, não podem compreender regras. Assim adoram ajudar a mãe a varrer a casa ou fazer bolos, não porque exista valor ou utilidade nessas ações, mas porque são

essas as atividades interessantes e divertidas. Essa forma de pensar, entretanto, modifica-se, e já a partir dos quatros a cinco anos é que buscam benefícios através do jogo, mesmo que estes sejam o elogio da sua ação (ANTUNES, 2017, p. 22).

Antunes (2017) também menciona que é dos 4 aos 5 anos que as crianças passam a buscar benefícios através do jogo, o que propicia o estímulo do desenvolvimento da reflexão sobre a forma como é jogado. É também pontuada a importância do educador infantil ser uma ponte entre a brincadeira e as análises decorrentes dela.

### 3.1.1 Classificação de jogos e brinquedos

Em texto elaborado por Altman (2018), a ABRINQ (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos) traz a Classificação ICCP, elaborada pelo *Centre National d'Information sur le Jouet* (CNIJ) e pelo *International Council of Children's Play* (ICCP) em 1981, como forma de avaliar psicologicamente os valores de jogos e brinquedos em:

- a. Valor funcional: são as qualidades intrínsecas do brinquedo, ou seja, sua adaptação ao usuário, como objetos que são adaptados ao tamanho total da criança, não somente ao tamanho de sua mão.
- b. Valor experimental: diz respeito àquilo que a criança pode fazer ou aprender com seu brinquedo, como manipulações sensório-motoras, construções e experiências científicas, didáticas ou culturais, e criatividade.
- c. Valor de estruturação: diz respeito a tudo que compete à elaboração da área afetiva, voltado ao desenvolvimento da personalidade da criança, suas sensações e emoções.
- d. Valor de relação: diz respeito à contribuição do brinquedo na relação com outras crianças e adultos, através do estabelecimento de regras de comportamentos.

Cada jogo e brinquedo também está classificado dentro de famílias. Sendo elas:

- a. Atividades sensório-motoras (ex: chocalhos, brinquedos para banho, pelúcias, cubos para empilhar e caixas de música).
- b. Atividades físicas (ex: veículos com pedais, patins, bicicletas e pipas).

- c. Atividades intelectuais (ex: brinquedos de construção por encaixe de peças, caixas de experiências e jogos de perguntas e respostas).
- d. Representação do mundo técnico (ex: veículos e máquinas simples, telefones e aparelhos domésticos com função imitando o real).
- e. Desenvolvimento afetivo (ex: bonecos, personagens articulados e acessórios e tapetes de jogo).
- f. Atividades criativas (ex: carimbos, maquetes, caixas de pintura e modelagem manual e moldagem com moldes).
- g. Relações sociais (ex: jogos de cartas, jogos de simulação e palavras cruzadas).

### 3.4 DESIGN SENSORIAL

De acordo com Lupton (2017, p.142), “o design multissensorial incorpora a gama completa de experiências corporais” (2021, tradução da autora). Ele é uma área em que o Design tradicional atinge outro patamar, brincando com as inúmeras sensações que um produto, ambiente ou experiência podem trazer.

O design sensorial ativa o toque, o som, cheiro, sabor e a sabedoria do corpo. O design sensorial apoia o de toda oportunidade de receber informações, explorar o mundo, e experimentar alegria, maravilha, e conexões sociais, independentemente de nossas habilidades sensoriais (LUPTON; LIPPS, 2018, p. 9, tradução da autora).

O Design trabalha, principalmente, com a visão. Portanto, todas as criações dos designers são, primariamente, visuais. Apesar desse conceito, todos os sentidos acabam por captar informações sobre determinado produto ou lugar. Quando algo é projetado, é pensado para satisfazer uma necessidade, comunicar algo ou fazer sentir, e quando se desenha pensando em múltiplos sentidos, o designer está abrangendo a diversidade das pessoas que farão uso dele.

Uma experiência multissensorial atua como uma ferramenta social. O tato, como dito em *The Senses: Design Beyond Vision* (2018), escrito por Ellen Lupton e Andrea Lipps, é a primeira língua humana, “nós sabemos pela neurociência que o toque humano muda nossa experiência de maneiras profundas” (p. 22), e é este ponto que ajuda os indivíduos a criar uma conexão, tanto com pessoas quanto com objetos. O toque pode transmitir calma, dor, conforto, desconforto, alertando ou conectando.

No Design, por exemplo, objetos desenhados para atividades específicas precisam ser confortáveis e expressarem prazer durante o uso, gerando satisfação. O toque humano também atua no conforto, como quando - por exemplo - uma pessoa A está aprendendo uma atividade manual e uma pessoa B coloca a mão em cima da sua para direcionar um movimento. Esse toque transmite o sentimento de tranquilidade e segurança.

Quanto ao paladar, há a ativação de todos os sentidos. No exemplo citado por Ellen Lupton (2018), uma simples mordida em um sanduíche mobiliza não só a língua, que capta os sabores, mas também a textura, o aroma, a temperatura, a aparência, a linguagem e a memória, criando assim a experiência complexa que é o paladar. Relacionando o tema à doença celíaca, é sabido que as texturas, sabores e aparências dos alimentos permitidos não são iguais aos dos demais alimentos que podem levar trigo na composição, portanto, a experiência será diferente da que já é conhecida - aqui, trabalha-se com a ideia de que a pessoa em questão tenha descoberto a doença após já ter tido contato com o glúten. Dessa forma, chegar a sabores próximos é um dos maiores desafios da culinária sem glúten, afinal, a proteína é responsável por garantir a textura e a flexibilidade dos alimentos (ZANIN, 2020). O paladar transmite às pessoas mensagens sobre o que estão comendo, portanto, ter experiências positivas com esse processo é crucial para uma relação satisfatória com o ato de comer.

Designers trabalham com as superfícies e cores para aguçar o paladar porque ele também pode ser trabalhado no visual das embalagens. Porém, conforme mencionado por Campinho, Andrade e Santos Filho (2020, p. 130), “o investimento na comunicação visual, devido às vantagens e o retorno, é tamanho que a qualidade dos alimentos, muitas vezes, é associada a suas características visuais. O problema, no entanto, ocorre quando as informações ou os recursos utilizados passam a sugerir características inexistentes”. Este ponto entra em contradição com algo que é comumente defendido por muitos celíacos: a alimentação saudável.

Os alimentos naturais, sem processamento, com suas verdadeiras cores e formas não têm grande visual como os alimentos que fazem uso de corantes, conservantes e outros químicos. Neste ponto, o paladar é enganado. Quando há referência à comida sem glúten, uma preocupação constante é encontrar as mesmas texturas e sabores existentes nos alimentos com glúten, mas isso não é 100% possível. Com técnica, pode-se chegar a características parecidas, porém, é um

constante reaprendizado. Este tópico é relevante porque, durante a fase de entendimento sobre a doença celíaca, há muitos erros e acertos ao cozinhar e experimentar novos produtos. Como mencionado no capítulo 3.3 LÚDICO NA APRENDIZAGEM, associar momentos positivos ao aprendizado é fundamental para seu sucesso, incluindo situações onde ocorre o ato de comer.

Como menciona Lindstorm (2012, p. 13), “experimentamos praticamente toda a nossa compreensão do mundo através dos sentidos. São nossa ligação com a memória. Tocam nossas emoções, passadas e presentes”. Trabalhar este vínculo é uma forma satisfatória de conectar um usuário com um propósito. Tendo todos esses conceitos em vista, para o presente projeto, o foco está na visão, tato, olfato e paladar.

### 3.4.1 Visão

Como dito por Schiffman (2001), a visão é o sentido humano dominante e é através dela que o indivíduo percebe cores, formas e movimentos. Quando há a menção do impacto visual que um produto pode ter sobre alguém, deve-se levar em consideração a influência desse sentido nas tomadas de decisão dos indivíduos. Desse modo, pode-se dizer que a percepção de qualidade está associada à marca, informações gráficas e materiais sem indicações verbais. É possível complementar também dizendo que os estímulos visuais podem ser mais efetivos porque são apreendidos com maior rapidez e lembrados por mais tempo (HENDERSON *et al.*, 2003). Com isso, pode-se concluir que o cérebro é influenciado pela visão e cria memórias a partir dela.

O sentido da visão é o que nos permite saber o que é e onde é, sendo que estas funções no cérebro são chamadas de via central e via dorsal, respectivamente. O cérebro processa características visuais, tais como cor, orientação, movimento e textura com profundidade tridimensional (ALMEIDA, 2019 *apud* RUPINI; NANDAGOPAL, 2015, p. 29).

Lindstrom (2012) menciona que, para qualquer marca ter sucesso, é necessário que ela se infiltre no sobrecarregado cérebro dos indivíduos e toque em sua emoção por meio dos sentidos. O autor também comenta que se a mensagem que deseja ser passada pelo sentido visual for trabalhada em sua totalidade, é

possível sim influenciar através deste sentido porque não é somente sobre o que se vê, mas como.

As cores são percebidas através da visão. A cor é definida por Farina, Perez e Bastos (2006, p. 7) como “uma onda luminosa, um raio de luz branca que atravessa nossos olhos.” Com isso em mente, os autores chamam os olhos de máquina fotográfica, que produz uma espécie de filme no cérebro. As cores são capazes de afetar os indivíduos fisiologicamente e psicologicamente, causando reações sensoriais e atuando como estimuladoras ou depressoras. A linguagem visual está intimamente ligada com qual cor é usada na comunicação, pois elas são fundamentais na construção de significados.

Sobre o indivíduo que recebe a comunicação visual, a cor exerce uma ação tríplice: a de impressionar, a de expressar e a de construir. A cor é vista: impressiona a retina. E sentida: provoca uma emoção. E é construtiva, pois, tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem própria que comunique uma ideia (FARINA *et al.*, 2006, p. 13).

Tudo que é captado pelos olhos é enviado para o cérebro, onde será analisado e interpretado. Afinal, cada cor usada no Design possui uma finalidade. O branco, por exemplo, que é usado no ocidente associado à limpeza, pureza, alma e otimismo (FARINA *et al.*, 2006), é encontrado nos vestidos de noiva, em toalhas e acessórios para banheiro. O azul, como segundo exemplo, é associado à serenidade, intelectualidade e meditação, portanto, pode ser encontrado em tons claros nas paredes de hospitais, justamente por passar a sensação de tranquilidade.

Na comunicação, a cor busca causar impacto. Um estudo prévio sobre o que é relevante para o consumidor e o que se pretende atingir com tal produto ou peça gráfica é fundamental para o sucesso correto desse elemento, afinal, a aparência de algo é o primeiro ponto notado por quem usa a visão como sentido principal.

### **3.4.2 Tato**

Segundo Lupton e Lipps (2018, p. 22, tradução da autora), o toque é a primeira linguagem humana. De acordo com as autoras, “ele é a nossa interface silenciosa com o mundo material”. Um exemplo que elas trazem é a colher de madeira elaborada pelo designer Jinhyun Jeon, cujo toque informa o peso e o comprimento. Dessa forma,

quem a toca sentirá a textura do material do qual ela é feita e entenderá se é fria ou quente, áspera ou suave. Isso ocorre porque os dedos podem andar pelas formas, identificando todas nuances do objeto.

Através da pele, é possível também identificar impressões. Em segundo exemplo, mencionado por Lupton e Lipps (2018), as moedas foram feitas para serem identificadas pelas pontas dos dedos, pois com eles é possível distinguir seu tamanho, espessura e bordas. É importante salientar que é impossível identificá-las com a pele do cotovelo, por exemplo.

Através de experiências prévias, é possível também prever como será o toque de algo usando a visão. Neste caso, Lupton e Lipps (2018) comentam que quando os indivíduos olham para algo, conseguem identificar se é pegajoso ou escorregadio, áspero ou liso, afiado ou cego.

O toque também está presente dentro dos humanos. Lupton e Lipps (2018) citam o exemplo do trato gastrointestinal, o qual possui receptores de sentidos que trabalham no apetite e na digestão. Eles alertam o cérebro quando o estômago está cheio e indicam quais nutrientes precisam ser decompostos e absorvidos no intestino.

### **3.4.3 Olfato e paladar**

O olfato é um sentido que está intimamente relacionado à memória e à emoção. Segundo Lupton e Lipps (2018), ele está conectado com o inconsciente em aspecto mais primitivo que os demais sentidos, portanto, oferece uma maneira de pensar que é mais intuitiva do que conceitual.

Por outro lado, o paladar permite mobilizar mais do que a língua quando os indivíduos comem algo. Textura, aroma, temperatura e aparência contribuem para a experiência de sentir um sabor (LUPTON; LIPPS, 2018). Isso só é possível porque, na língua, existem cinco receptores: doce, salgado, azedo, amargo e o umami, sendo cada um responsável por proporcionar uma sensação diferente. As duas sensações estão colocadas aqui juntas pois são complementares.

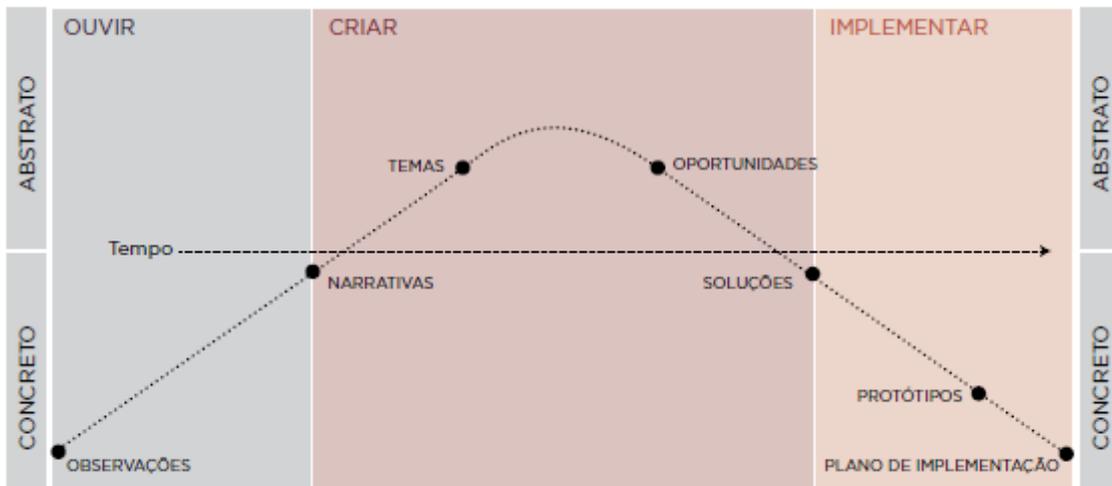
O processo de mastigar o alimento e misturá-lo à saliva libera compostos voláteis, banhando a língua e a boca com matéria aromática. O ar que sai do corpo carrega moléculas de aroma para o receptor localizado no topo da cavidade nasal, e é onde algumas de nossas mensagens mais poderosas sobre os alimentos nascem (LUPTON; LIPPS, 2018, p. 67, tradução da autora).

Quando o indivíduo liga os receptores à comida, a experiência ocorre. O ato de comer inclui a visão – que desperta o interesse –, o olfato – que abre o apetite – e o paladar – que dirá se o resultado é satisfatório ou não.

## 4 METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentadas as metodologias utilizadas para desenvolver o projeto deste trabalho. Goldenberg (2009, p. 51) afirma que “a totalidade de qualquer objeto de estudo é uma construção do pesquisador, definida em termos do que lhe parece mais útil para responder ao seu problema de pesquisa”, portanto, aqui há ideias de grandes autores sobre a metodologia do *Human Centered Design* (HCD), estabelecida pela IDEO em 2009; o processo de estratégia focado no ser humano – dos livros *Graphic Design Thinking*, de Lupton (2013) – para suporte na prática do design gráfico; e de *Isto É Design Thinking de Serviços*, de Stickdorn e Schneider (2014) – para projeção com visão holística pensando no processo de Design. Dessa forma, é preciso primeiro compreender que o processo do HCD consiste em três pontos: Ouvir, Criar e Implementar, tais quais descritos na Figura 5 abaixo.

Figura 4 – Processo de *Human Centered Design*



Fonte: IDEO (2009).

O processo inicia com o indivíduo ouvindo, analisando e entendendo as necessidades, expectativas e dores das partes interessadas através de métodos qualitativos. Estes métodos, segundo Goldenberg (2009, p. 63), possuem valor para “estudar questões difíceis de quantificar, como sentimentos, motivações, crenças e atitudes individuais”.

Métodos qualitativos de pesquisa permitem à equipe de projeto desenvolver empatia pelas pessoas para as quais

o projeto está sendo desenvolvido, além de permitir que a equipe questione suposições e inspire novas soluções. No início do processo, a pesquisa é generativa — usada para estimular a imaginação e informar a intuição sobre novas oportunidades e ideias (IDEO, 2009, p. 21).

Para Lupton (2013), o método de pensamento exige que o indivíduo transforme ideias em algo tangível. Pela metodologia do HCD (2009), através das análises feitas na primeira etapa, pode-se identificar oportunidades entre os dados que irão guiar o profissional à solução do problema. Conforme definido por Stickdorn e Schneider (2014), o processo de Design é complexo e requer uma visão holística. Assim sendo, para ter sucesso no serviço, é necessário um alinhamento com a perspectiva do usuário, trabalhando com a desejabilidade, que é a usabilidade + agradabilidade + utilidade, adequada para o projeto, como ilustrado na Figura 6 abaixo.

A apresentação visual de design iterativo desempenha um papel importante de três maneiras. Ela antecipa o processo do serviço em si e controla as expectativas do cliente. A aparência pode evocar uma atmosfera predominantemente positiva, ou até mesmo viabilizar a usabilidade do serviço, por meio de orientações visuais. Por fim, a aparência visual opera como uma âncora que liga o usuário à experiência positiva (STICKDORN; SCHNEIDER, 2014, p. 119).

Figura 5 – Desejabilidade no design de serviços.



Fonte: Stickdorn e Schneider (2014).

Como suporte teórico para a metodologia principal (HCD), foi utilizado o livro *Design is Storytelling* (2017), de Ellen Lupton, que explora as conexões entre *storytelling* e Design. Essa escolha se deve ao fato de histórias estimularem a curiosidade e, em acordo com o objetivo do presente projeto, que é trabalhar com a comunicação sensorial e lúdica voltadas à educação, a ferramenta pode ser de grande utilidade por explorar a percepção humana através de emoção, sentimento e personalidade, explorando a ação criativa. Abaixo, no Quadro 1, apresenta-se o processo de execução deste projeto.

Quadro 1 – Processo de execução do projeto

1º: OUVIR	2º: DEFINIR	3º: CRIAR	4º: ENTREGAR
<b>Estudos de caso</b> Análise  <b>Entrevistas</b> Especialistas Tutores  <b>Personas</b> Mapa de empatia  <b>Pesquisa visual</b> Marca Produto Serviço  <b>Tendências</b>	<b>Briefing</b> O quê Por quê Como Para quem	<b>Design de marca</b> Mapa mental <i>Naming</i> Cromia Mascote  <b>Design de produto</b> Embalagem Material de apoio Definições de produto  <b>Design de serviço</b> Mapa de expectativas Blueprint de serviço Canvas do modelo de negócios	<b>Design de marca</b> Manual de identidade visual Pontos de contato  <b>Design de produto</b> Aplicações Protótipo  <b>Design de serviço</b> Modelo de negócios Site

Fonte: autora (2021).

## 5 OUVIR

### 5.1 ESTUDOS DE CASO

Nesta etapa serão analisados trabalhos de assuntos semelhantes. Em suma, fazer um estudo de caso também possui a finalidade de reunir, de forma detalhada, informações que sejam relevantes para o desenvolvimento do presente projeto.

#### 5.1.1 Nico *Eats*

Criado por Florence Sepulveda, estudante do programa de mestrado em Design de Inovação Global do *Royal College of Arts* no Reino Unido, o Nico *Eats* é um conjunto de utensílios criativos que estimula as crianças a atizar a curiosidade sobre novos alimentos e sabores.

A história gira em torno de Nico, um inventor de comidas, que – em um livreto que acompanha o kit – orienta as crianças no preparo de refeições. O conjunto é dividido em dois momentos: o Nico *Cooks*, que inclui utensílios para simular o ato de cozinhar de forma lúdica, utilizando formas marcantes e tons pastel que são mais acessíveis e atraentes ao público em questão, e o Nico *Tastes*, que engloba utensílios voltados à experimentação e análise da comida usando seus sentidos.

A finalidade do Nico *Eats* é expor as crianças ao contato com a comida, deixando-as investigar e atizar sua curiosidade sobre o alimento. A sua utilização é dependente da figura dos tutores, pois são eles quem irão definir os alimentos a serem analisados, o que pode ocasionar situações onde as crianças não chegam a experimentar certos alimentos pois estão condicionadas às escolhas de terceiros. Contudo, este é um comportamento normal e esperado dos responsáveis.

Conforme afirmado pela criadora do produto, “as diferentes formas trazem novidade à experiência, ao mesmo tempo que os (crianças) fazem pensar na ferramenta mais adequada para cada coisa que experimentam”, ainda referente ao tópico, ela acrescenta: “é fundamental que essas ferramentas sejam divertidas, mas que também sejam funcionais para permitir que as crianças sejam proficientes na cozinha” (2021, tradução da autora).

Figura 6 – Instrumentos inclusos no conjunto de utensílios Nico Cooks



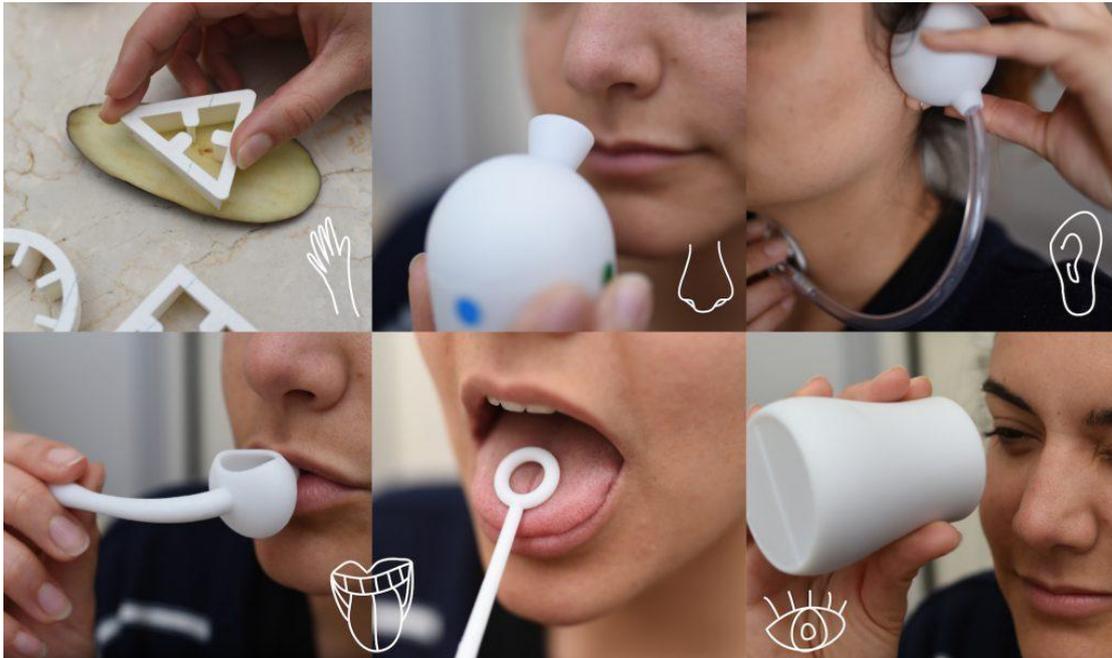
Fonte: Dezeen (2017).

Figura 7 – Instrumentos inclusos no conjunto de utensílios Nico Tastes



Fonte: Dezeen (2017).

Figura 8 – Instrumentos inclusos no conjunto de utensílios Nico Tastes



Fonte: *This is Mold* (2017).

### 5.1.2 *Little Friends of Tomorrow*

Desenvolvido pela Aerolito, um laboratório brasileiro de exploração de cenários futuros, o *Little Friends of Tomorrow* é uma caixa temática na qual crianças, entre 3 e 9 anos e com a supervisão de um adulto, exploram de forma sutil e lúdica habilidades do futuro. É definido como um “processo educacional desconstruído que junta aprendizagem, futuro e diversão” (Aerolito, *online*). O produto foi desenvolvido por um time que possuiu supervisão pedagógica e psicológica, além da equipe de gestão e arte.

O produto surgiu de um curso chamado *Friends of Tomorrow* que era ministrado para adultos entenderem melhor o futuro e foi adaptado para uma caixa que traduzia o conteúdo do curso, mas focado no público infantil. Ele inclui: 1 caixa contendo 1 livro infantil, 1 guia de missões, 1 boneco, 3 lanternas, 3 lupas, 3 canetas hidrocor, 4 *tags* em papel semente, 1 jogo de cartas e 1 certificado.

A brincadeira é conduzida por três personagens: Passadim, Presentim e Futurim. O primeiro é a criança que conhece todos os jogos e não queria brincar de nada novo; o segundo é a que vive intensamente o presente; e o terceiro é a criança que sempre possui ideias novas. Certo dia, elas encontram o sábio Senhor do Tempo – representado pelo boneco que está incluso na caixa – e ele lhes dá uma missão: em

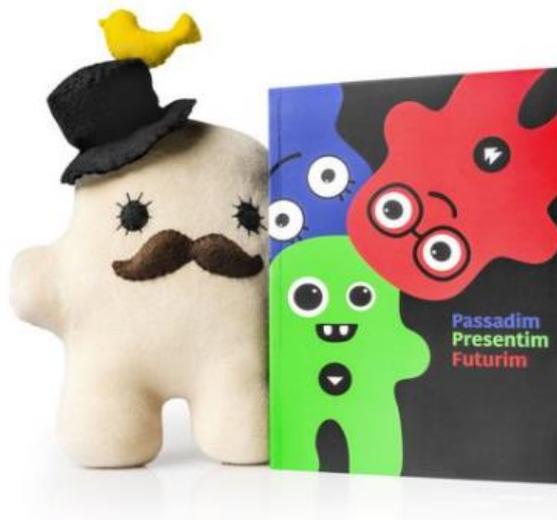
conjunto, as crianças precisam plantar, germinar e fazer crescer uma planta. Quando elas completassem o desafio, o sábio lhes contaria qual é o nome da planta em questão. O sábio então lhes pergunta quem tinha comandado a brincadeira e elas respondem que todos tinham trabalhado juntos para fazer a planta crescer. Em conclusão, o sábio fica satisfeito com esta resposta pois agora elas estavam conseguindo brincar em harmonia. Então lhes conta que o nome da árvore é Felicidade (PRESTEFELIPPE, 2021).

Figura 9 – Caixa *Little Friends of Tomorrow*



Fonte: Aerolito (2021).

Figura 10 – Boneco e livro da caixa *Little Friends of Tomorrow*



Fonte: Aerolito (2021).

Figura 11 – Guia de missões da caixa *Little Friends of Tomorrow*



Fonte: Instagram<sup>1</sup>. Compilação da autora.

<sup>1</sup> Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/CEt0kT\\_AQn7/](https://www.instagram.com/p/CEt0kT_AQn7/)>.

## 5.2 ENTREVISTAS COM ESPECIALISTAS E TUTORES

Para dar início ao projeto seguindo as diretrizes do *Human Centered Design*, houve a realização de entrevistas qualitativas e informais com especialistas na área e tutores. Em decorrência das recomendações de isolamento social devido à pandemia do Covid-19, em vigor durante a realização deste trabalho, os dados foram colhidos de forma *online*, através de e-mails, mensagens de texto, áudios e vídeos.

Os direcionamentos das entrevistas foram baseados na coleta de histórias e entendimento amplo das necessidades, dores, desejos e expectativas dos entrevistados. Esta etapa teve como suporte a estrutura sugerida por Goldenberg (2009), na qual a entrevista é feita de forma aberta e o entrevistado pode dar respostas livres, sem limitação de alternativas. Por meio do HCD, a entrevista com especialistas também permite absorver grande gama de informações em um curto período de tempo.

Os profissionais escolhidos foram duas nutricionistas, uma que inclusive é celíaca e outra com experiência no meio escolar, e uma representante da Associação dos Celíacos do Brasil (ACELBRA). Dentro de suas áreas, esses profissionais foram consultados para auxiliar no entendimento da relação das crianças com a doença celíaca e atividades lúdicas, assim como para entender a atuação atual de entidades na divulgação e realização de eventos relacionados à doença celíaca.

### 5.2.1 Entrevista com nutricionista

A primeira entrevistada foi nutricionista celíaca, que trabalha com nutrição funcional e é também palestrante e celíaca. Seu foco sempre foi trabalhar com pacientes celíacos e alérgicos, e – a respeito do assunto – comentou: “uma experiência rica e complexa, requer grande atenção, estudo constante, uma visão holística e muita individualidade na conduta do tratamento”. Em sua cidade, é a única nutricionista que realiza uma vez ao ano uma palestra com tutores e crianças celíacas.

Antes da pandemia, ela participava do maior evento de celíacos de Pernambuco. No último encontro em que se fez presente, enquanto palestrava, montou uma equipe para cuidar das crianças e desenvolver atividades voltadas exclusivamente para o entendimento da doença celíaca. Atualmente, ela ministra um curso *online* que ajuda celíacos, familiares ou pessoas que querem entender mais

sobre a doença a melhorarem o cuidado com quem necessita de atenção por causa da doença celíaca.

A respeito do seu trabalho, ela comenta que ele requer que ela esteja preparada para muito acolhimento e escuta, abrangendo não só o paciente, mas sua família também. A nutricionista completa sua reflexão dizendo que a maioria de seus pacientes chega até ela com suspeita da doença e, portanto, estão em sofrimento devido ao desconhecimento quanto a o que fazer para conseguir um diagnóstico correto.

Sobre os pontos nutricionais, é trabalhado com os pacientes formas que possam ser usadas para ajudar na modulação intestinal, sempre de acordo com as faltas e sintomas de cada um. Ela conta que preza pela comida “de verdade”, ou seja, que é rica nutricionalmente e também acessível. Quando questionada sobre as substituições, por exemplo: “já que o trigo não faz parte da dieta por conter glúten, é necessário substituí-lo? Pelo quê?”, ela diz que – nutricionalmente – ele não fará falta. Quanto a cultura alimentar brasileira, que possui muitos pães, bolos e massas com glúten, ela menciona que as receitas podem ser adaptadas usando farinhas seguras aos celíacos, como a de coco, de castanha, de arroz, entre outras. Contudo, em sua abordagem, procura ensinar substituições usando alimentos mais ricos em nutrientes. Cita, também como exemplo, uma coxinha de frango, que pode ser preparada usando mandioca e frango, na qual você preza a qualidade funcional, aparência, textura, gosto e acessibilidade, sem precisar usar farinha.

Em termos nutricionais, ela diz que celíacos precisam entender que, quanto mais variado for seu cardápio diário, mais facilmente diminuirá suas faltas nutricionais. Além disso, complementa que o celíaco deve se atentar a nutrientes como ferro, vitamina B12, vitamina D, cobre, zinco, potássio, magnésio e cálcio, que são comuns estarem em falta entre adultos e crianças, e que também deve estar atento a todos os outros nutrientes envolvidos na saúde da tireoide, dos ossos e músculos.

Quando perguntada se as crianças têm aceitação fácil a dieta, ela responde que sim, mas o processo depende dos adultos que a cercam e estão envolvidos nos seus cuidados. Segundo ela, as crianças costumam comentar com ela caso algo não lhes agrade, fazendo assim com que possam criar juntos novas versões das receitas que sejam mais prazerosas a elas.

Sobre o papel dos tutores na dieta da criança, a nutricionista diz que existem duas situações que chegam até ela: a primeira é quando a criança porta vários

sintomas e, angustiados, os pais buscam ajuda para conseguir ter um diagnóstico. A segunda é a das crianças já diagnosticadas com tutores que estão divididos entre querer aprender e achar que a contaminação cruzada é um exagero. Nesta segunda situação, ela diz que é conflitante para a criança, pois ela fica dividida nos cuidados, podendo sofrer complicações psicológicas, como falta de aceitação, ansiedade, depressão e insegurança.

Ela comenta que as maiores dúvidas que chegam até ela são em relação à segurança e quantidade que pode ser consumida de alimentos industrializados. Isso inclui como organizar refeições feitas em ambientes diferentes da casa do portador de doença celíaca; lanches para a escola; e armazenamento de alimentos.

### **5.2.2 Entrevista com nutricionista escolar**

A segunda entrevistada foi a nutricionista escolar. Junto a ela, foram compreendidos pontos relacionados ao trabalho direto com crianças em um âmbito lúdico e escolar. A nutricionista conta que trabalha com nutrição escolar pois acredita que o gosto pela alimentação saudável inicia na infância. Nas escolas, ela atua com as particularidades de cada instituição, que vão desde o investimento no cardápio até o planejamento da educação nutricional, trabalhando para agradar a todos sem deixar em falta os princípios nutricionais.

As atividades que ela realiza com as crianças iniciam com a elaboração de um cronograma junto ao responsável pela escola e a coordenação pedagógica. Neste momento, eles definem as datas e atividades de cada visita, juntando com datas festivas que podem ser aliadas à nutrição.

Ela comenta que crianças maiores de 3 anos respondem bem às atividades lúdicas, tanto aos materiais que são “construídos” quanto com os próprios alimentos. Contudo, ela percebe que, nas escolas que não tinham este tipo de acompanhamento, existe um número maior de crianças seletivas. Porém, ao longo das atividades, a evolução e a diferença nas respostas dos pequenos são notáveis, assim como a motivação da equipe escolar com a alimentação saudável.

Algumas das atividades realizadas são: *stop* das frutas, saladômetro, caixa misteriosa, desvendando o mistério das frutas, histórias e fantasias. Ela conta que, em alguns dias, veste-se de Branca de Neve para falar sobre os benefícios da maçã e de Lady Bug para fazer um suco *detox* de beterraba. Segundo a nutricionista, essas

dinâmicas trabalham muito o sensorial. Sobre a atividade chamada “desvendando o mistério das frutas”, ela venda os olhos das crianças e elas devem usar o paladar, tato e olfato para descobrir qual é o alimento em sua frente; e na “caixa misteriosa”, os alimentos são colocados dentro de uma caixa e eles usam apenas o tato para descobrir o que é. Para as crianças menores de 2 anos, ela gosta de passar nas salas e entregar frutas ou verduras para eles terem contato, cheirarem e conhecerem. Ela comenta que a atividade que mais deixa as crianças animadas é a culinária, onde elas têm participação principal no preparo de determinadas receitas.

Para finalizar a entrevista, a doutora comenta que realiza três avaliações nutricionais durante o ano, nas quais leva os seus “animais saudáveis” para interagirem com as crianças, que é uma fita métrica em EVA (etileno acetato de vinila) com animais – girafa, elefante e macaco. Nesta fita para acompanhar o crescimento, as crianças entendem que os animais, por comerem alimentos saudáveis, são grandes e fortes.

### **5.2.3 Entrevista com representante da ACELBRA**

Para entender melhor a atuação da ACELBRA no Brasil e as reuniões que a associação promove no Hospital da Criança Conceição, em Porto Alegre - RS, foi realizada uma breve entrevista com uma representante da ACELBRA. Primeiramente, é importante entender que a associação tem como missão a divulgação da doença celíaca, o acolhimento dos novos diagnosticados e a melhoria na adesão do tratamento ensinando técnicas culinárias e educação celíaca. A instituição atua nas redes sociais digitais, realiza ações, seminários, palestras, cursos e panfletagem em locais de grande circulação. Devido à importância de seu trabalho, é procurada para falar sobre o assunto em programas de rádio, televisão e jornais impressos.

Quando questionada sobre os pontos falhos na divulgação sobre a doença celíaca, ela menciona que tudo começa com os profissionais de saúde que acham que compreender completamente a patologia, considerando a doença celíaca uma doença rara da infância, quando não é. Ela comenta que, no Brasil, muitos indivíduos conhecem a expressão “contém glúten” e “não contém glúten” por causa da rotulagem de alimentos, mas não sabem o porquê de ela estar ali. Ela fala sobre o fato de muitas pessoas conhecerem a dieta sem glúten por causa das celebridades que usaram para finalidade de emagrecimento, sem saber mais detalhes sobre a patologia que a cerca. Em uma sugestão para melhorar esse cenário, ela menciona que campanhas de

divulgação sobre a doença celíaca entre profissionais da saúde seria o ideal a ser feito.

A ACELBRA faz parte da FENACELBRA, que tem uma conselheira no Conselho Nacional de Saúde e também participava da extinta CONSEA. Menciona que a ACELBRA-RS faz parte do Conselho Municipal de Segurança Alimentar de Canoas e participa ativamente da busca por políticas públicas que possam aliviar os sintomas, melhorando a qualidade de vida dos celíacos. A nível municipal, A ACELBRA está envolvida em um projeto de lei que cria o selo “sem glúten” para produtos e estabelecimentos e estão atuando para que o Programa de Assistência ao Celíaco seja efetivo.

Sobre seu trabalho no Hospital da Criança Conceição, onde a ACELBRA é parceira na realização de atividades com o grupo de Gastropediatria com pais e pacientes pediátricos celíacos de até 14 anos, ela participa na realização de oficinas. Antes da pandemia, este grupo se reunia uma vez ao mês por duas ou três horas para ouvir palestras com médicos, nutricionistas e psicólogos, assim como duas ou três vezes ao ano eram oferecidas oficinas de culinária sem glúten para pais e crianças.

As atividades culinárias com as crianças envolviam contação de histórias, educação nutricional através de jogos e vídeos e dinâmicas de preparação de bolos, biscoitos e pizzas. Para os adultos, eram oferecidas técnicas de panificação, de massa fresca, bolos e salgados e também era conversado sobre a contaminação cruzada, junto a estratégias de melhorias na adesão ao tratamento. O pretexto destas atividades sempre foram as conversas informais, baseadas na “experiência da doença”. Ela também menciona que a dinâmica na cozinha entre tutores e crianças só tem grande impacto na educação celíaca se for planejada e executada com organização e que, como dificuldade, cita que sentia falta do acompanhamento de psicólogos nesses momentos, devido às situações de ansiedade que as crianças levavam às sessões.

Por fim, comenta que uma das piores e mais impactantes partes da atividade é ouvir as histórias das crianças, como – por exemplo – quando elas explicam a doença celíaca e a dieta aos colegas e acabam sofrendo episódios de *bullying*. Contudo, ela e a equipe do Hospital se sentem encantados ao ver a alegria das crianças ao comerem a refeição que foi preparada por elas mesmas.

#### 5.2.4 Entrevistas com tutores

Para auxiliar neste projeto, também foram entrevistadas três mães de crianças celíacas com idades entre 4 e 6 anos que receberam o diagnóstico aos 4, 3 e 1 ano de idade. Em primeiro momento, elas relataram brevemente suas experiências antes e após o diagnóstico e, em todos os casos, foi constatado que não havia conhecimento prévio sobre a doença. Em apenas um caso a mãe conseguiu o diagnóstico para a filha após passar por apenas dois médicos, porém, as outras duas mencionaram que tiveram que consultar “inúmeros” profissionais.

Foi de consenso entre todas as mães que as crianças tiveram problemas com o leite, sendo este o primeiro alimento a ser retirado de suas dietas pelos pediatras. Neste ponto, pode-se entender a dificuldade em diagnosticar a doença celíaca, já que os sintomas da doença celíaca podem vir a serem confundidos com os da intolerância à lactose. É importante salientar que o dano na mucosa intestinal pode também levar a casos onde o corpo temporariamente – ou definitivamente – não consegue mais produzir a enzima necessária para quebrar a lactose.

As mães mencionaram que conseguiram informações iniciais com os respectivos médicos dos filhos, mas grande parte do conhecimento que adquiriram veio da internet, de sites como o da FENACELBRA, que reúne informações sobre a doença celíaca, e de cursos feitos com o passar do tempo, principalmente no que diz respeito às técnicas de cocção de alimentos sem glúten. Uma delas comentou que é difícil encontrar material que indique os primeiros passos a serem tomados quando a doença é descoberta e, quando questionada sobre sua busca por conhecimento, falou que existe muita desinformação no meio médico também, pois acabou encontrando profissionais que negaram a existência da doença celíaca e acabaram tratando apenas sintomas, sem avaliar o quadro completo do paciente.

A respeito da preparação das refeições, todas as mães relataram que cozinham junto com as crianças. Uma inclusive elaborou mais sua resposta dizendo que a filha é participativa, pedindo para quebrar os ovos quando fazem bolos, pesar os alimentos, provar para ver se falta algum tempero, entre outros.

As crianças das mães entrevistadas já entendem a complexidade da doença celíaca e pedem para os pais lerem os rótulos, no caso das não-alfabetizadas, ou procuram pela escrita “não contém glúten”, no caso das alfabetizadas, perguntando também a eles se é seguro ingerir determinado alimento, quando oferecido por outras

pessoas. Sendo assim, demonstram entendimento sobre ser necessário ter cuidado antes de ingerir algum alimento que não lhes é dado dentro do ambiente familiar.

Uma das mães mencionou que, aos 4 anos, sua filha, que foi diagnosticada quando tinha 1 ano de idade, já conseguia identificar os sintomas em ocasionais contaminações e dizia “mamãe, eu não sei se comi glúten porque a barriga tá doendo” e as pessoas ficavam impressionadas com a naturalidade com que a menina abordava a doença. Segundo a mãe, a filha não vê isso como um problema e ela mesma acaba aprendendo muito com a menina. Complementando, a mãe ainda diz que a menina vê a doença celíaca apenas como uma condição, algo que “é dela”, no sentido de “sou celíaca e é isso, é uma coisa minha.” Ainda sobre a conscientização das crianças sobre a doença, uma mãe cita que a filha brinca com bichos de pelúcia, onde conversa com eles sobre a doença celíaca.

Quando questionadas sobre quais materiais usaram para passar conhecimento para os filhos, uma mãe mencionou o livro *Como ser uma criança celíaca feliz?* (20--), publicado pelas irmãs Valentina e Maria Clara, e outra citou a história da Turma da Mônica, criada por Sabrina Saraiva no site Máquina de Quadrinhos da Editora Maurício de Souza.

### 5.3 PERSONAS

Segundo Lupton (2017), personas são usadas para imaginar como será a experiência das pessoas, cada qual com suas particularidades, com um produto ou serviço. Elas são mais úteis quando são baseadas em pessoas reais que, no caso deste projeto, foram elaboradas com base nas entrevistas realizadas anteriormente. Lupton ainda menciona que as personas são arquétipos que representam diferentes necessidades, habilidades e níveis de interesse, portanto, fazê-las com características reais ajuda designers a pensarem além de suas próprias preferências e ideias dentro de um determinado assunto.

## Figura 12 – Persona 1



Fonte: autora (2021).

**Nome:** Juliana Alves

**Descrição:** caseira, curiosa e parceira

**Quem é:** tem 33 anos, é biomédica formada há 9 anos, trabalha em um laboratório particular e mora com a esposa e a filha em um apartamento de médio padrão em um bairro próximo ao centro da cidade.

**Cenário:** recentemente sua filha foi diagnosticada com a doença celíaca e ela ainda está perdida no que diz respeito aos cuidados que deve tomar daqui em diante. Teve alguns redirecionamentos dos médicos mas na prática notou que não lhe falaram tudo a respeito da doença. Hoje, junto a esposa, passa os finais de semana testando e adaptando receitas para poder oferecer refeições de qualidade a filha. Agora se transformou numa ávida leitora de rótulos, atividade que não fazia anteriormente, para poder encontrar produtos seguros sem glúten. Por ser profissional da área da saúde, ela está lendo diversos artigos sobre a doença para entender melhor a situação, mas sente falta de materiais mais simples que apenas lhe digam “por onde começar”. Está feliz que conseguiu acertar a receita do bolo de cenoura que a filha tanto gosta de comer e encontrou macarrão sem glúten para comprar no mercado.

## Figura 13 – Persona 2



Fonte: autora (2021).

**Nome:** Maria Clara Rodrigues Alves

**Descrição:** inquieta, curiosa e carismática

**Quem é:** a filha de Juliana e Alice tem 5 anos, é uma criança ativa, querida por toda família e muito curiosa com tudo que é novo.

**Cenário:** foi diagnosticada com a doença celíaca após alguns meses tendo sintomas que muitos médicos confundiam com outras doenças. Ela sempre se sentia mal ao comer suas comidas favoritas, o bolo de cenoura com brigadeiro e a massa com molho de tomate que suas mães faziam. Quando elas falaram para Maria que ela não ia mais poder comer as mesmas coisas que estava comendo antes ela ficou muito triste, mas não entendia o porquê. Ela sempre foi uma criança participativa na hora das refeições, sempre pedia para ajudar a quebrar os ovos e a medir a quantidade de alimentos para o preparo dos bolos. Depois do diagnóstico ela notou que as mães tiveram que mudar algumas coisas na cozinha de casa, trocaram os utensílios e tiveram que lavar algumas coisas diversas vezes. Suas mães lhe explicaram rapidamente o que acontecia com o corpo dela quando ela comia o tal do glúten, que é o que faz ela passar mal. Ela ainda tem dúvidas sobre tudo isso mas está feliz que as mães conseguiram fazer com que suas comidas favoritas não fizessem ela passar mal de novo.

### Figura 14 – Persona 3



**Nome:** Elizabete Magalhães

**Descrição:** ativa, carinhosa e "mãezona"

**Quem é:** tem 53 anos, trabalha como professora/coordenadora em uma escola para crianças de 0 a 7 anos, é vista como uma figura materna pelas crianças, sendo não apenas uma educadora, mas também uma amiga.

**Cenário:** seus quase 30 anos como professora da educação infantil lhe deram uma vasta experiência no trabalho com crianças. Recentemente uma de suas alunas foi diagnosticada com a doença celíaca, doença a qual ela nunca tinha ouvido falar. As mães da criança vieram conversar com a direção e os professores para explicar a situação e informar sobre os cuidados que deveriam ser tomados dali em diante com aquela aluna. Em reunião, a coordenação foi receosa quanto a permanência da aluna na escola, pois julgavam que não iriam poder dar suporte para a criança, mas Elizabete, que também integra a coordenação pedagógica e sempre busca pelo bem-estar de seus alunos, pediu calma e propôs que fosse feito um treinamento com a equipe para poderem entender melhor a situação. Em breve todos funcionários participarão de um workshop com uma nutricionista e uma representante da associação de celíacos da cidade.

Fonte: autora (2021).

### Figura 15 – Persona 4



**Nome:** Leonardo Facchini

**Descrição:** tímido, curioso e fã de super-heróis

**Quem é:** tem 6 anos e estuda na mesma escola que Maria Clara. Eles se encontram nos intervalos das aulas e são vizinhos. Ele também gosta de ajudar na cozinha e de fazer biscoitos em formatos divertidos com sua mãe.

**Cenário:** desde que a Maria Clara foi diagnosticada com a doença celíaca ela não pôde mais passar as tardes de sábado na casa dele fazendo biscoitos em formatos de animais. A mamãe dela comentou que ela agora é celíaca, e que por isso ela não podia comer as mesmas coisas que o Leo come por causa do glúten. O Leo entendeu que esse tal do glúten faz mal para a Maria e questionou sua mãe se eles podiam fazer uma receita diferente onde ele não estivesse presente assim ela poderia continuar vindo visitar ele. Sua mãe disse que ia conversar com as mães da Maria para ver o que podiam fazer. Na escola, ele notou que a colega começou a levar o lanche separado, não comia mais junto com todo mundo, apesar dele ter achado estranho porque a comida que ela levava era a "mesma" que ele e os demais colegas comiam na cantina da escola.

Fonte: autora (2021).

Figura 16 – Persona 5



**Nome:** Viviane Moreira

**Descrição:** extrovertida, ávida leitora e carismática

**Quem é:** tem 28 anos e atua como nutricionista há 4. Desde sua formatura vem atendendo pacientes em seu consultório particular e também presta consultoria volta a nutrição escolar.

**Cenário:** na sua curta vida profissional Viviane já encontrou diversos tipos de pacientes, cada qual com seus objetivos. Recentemente ela recebeu a visita de uma família onde a filha havia sido diagnosticada com a doença celíaca e ela lembrou de casos que estudou durante a faculdade. Ela passou o melhor redirecionamento que pôde para as mães, mas sentiu que podia ter feito mais. Por se tratar de uma criança, ela sentiu falta de um material menos massante que pudesse ajudar os tutores a entender melhor a situação e que fosse prazeroso para a criança. Ela passou uma lista de receitas e viu que estas já animaram as mães nessa nova fase que enfrentarão pois tiveram feedback positivo da filha. Viviane está comprometida a estudar mais sobre como trazer a nutrição de uma forma divertida para seus pacientes infantis.

Fonte: autora (2021).

#### 5.4 MAPA DE EMPATIA

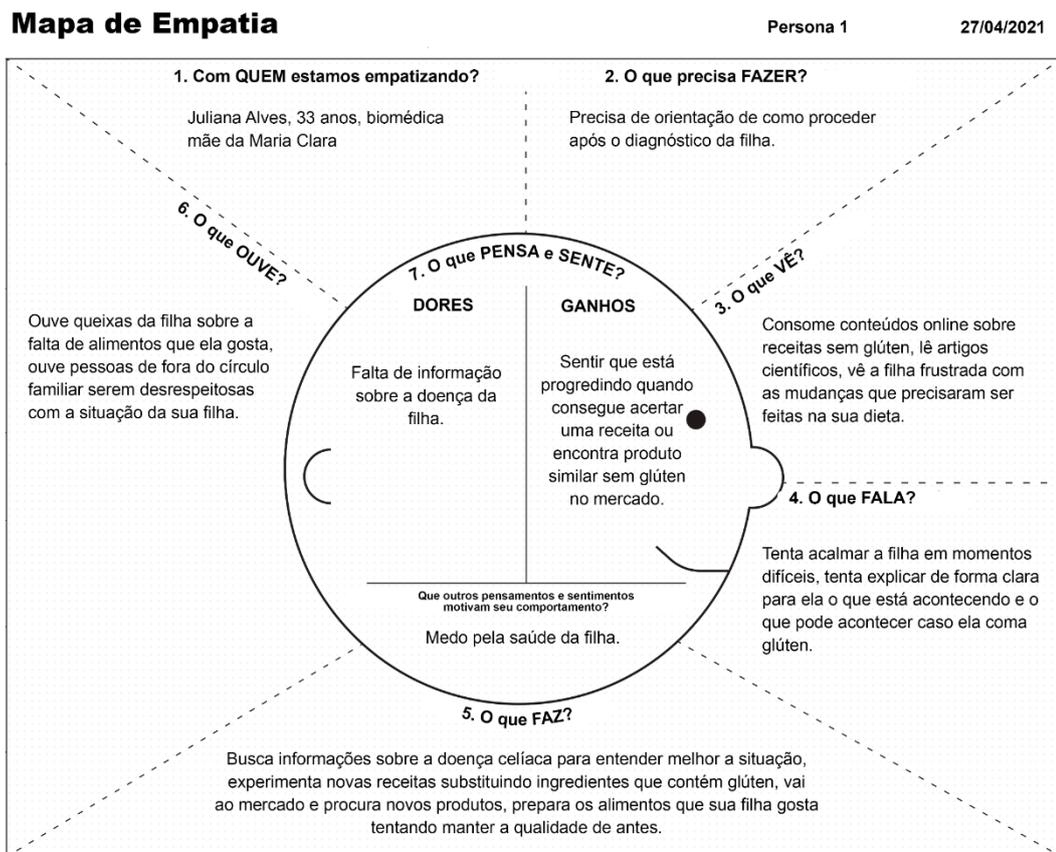
Para realização do Mapa de Empatia foi usado como base o modelo desenvolvido pela XPLANE, consultoria pioneira no mapeamento de empatia, que combina experiência estratégica com o poder criativo do Design, oferecendo soluções para seus clientes. Esta é uma ferramenta que permite projetar, de forma centrada no usuário, necessidades e perspectivas assertivas. Dessa forma, o mapa deve responder às seguintes sete perguntas:

- 1) “Com quem estamos sendo empáticos?”: quem é preciso entender, em que situação ele está e qual seu papel na situação.
- 2) “O que nós queremos que ele faça?”: quais decisões ele precisa tomar, o que ele precisa fazer de diferente e como há a compreensão pelos designers de que ele vai ser bem sucedido.
- 3) “O que ele vê?”: o que ele está vendo e lendo, o que vê os outros fazendo, o que vê no seu ambiente e no mercado.
- 4) “O que ele está dizendo?”: o que é entendido pelo que ele diz e o que é imaginado.
- 5) “O que ele faz?”: o que ele fará hoje, que tipo de comportamento é observado e o que é imaginado que ele esteja fazendo.

6) “O que ele ouve?”: o que ele ouve os outros dizerem e o que ouve de amigos e colegas.

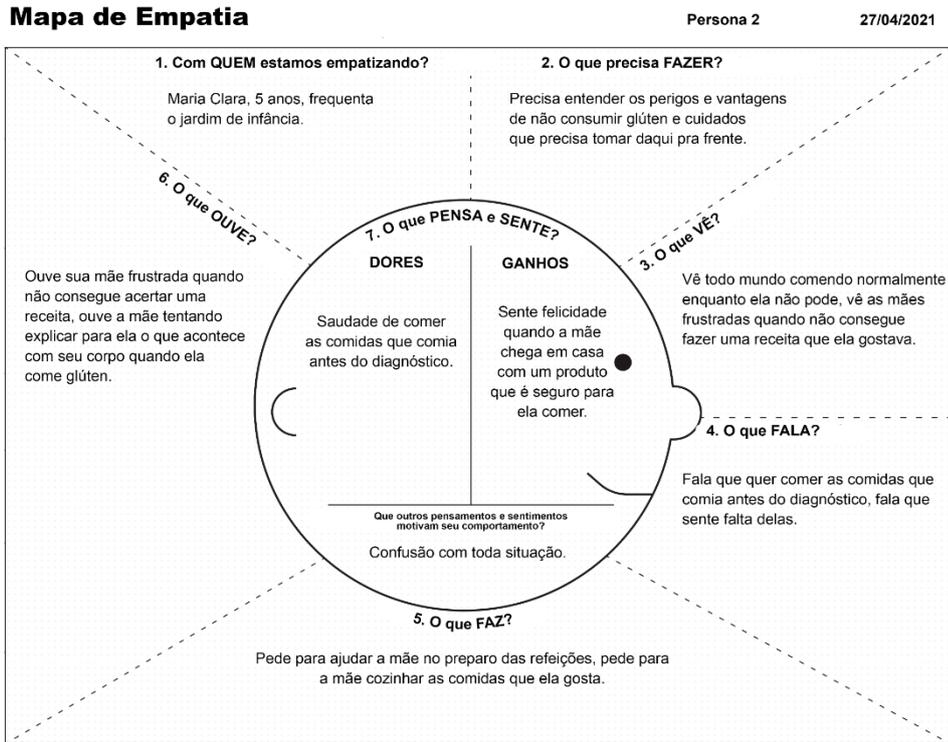
7) “O que ele pensa e sente?”: suas dores, tais como: medos, frustrações e ansiedades, e seus ganhos, tais como: o que almeja, necessidades, esperanças e sonhos.

Figura 17 – Mapa de Empatia da Persona 1



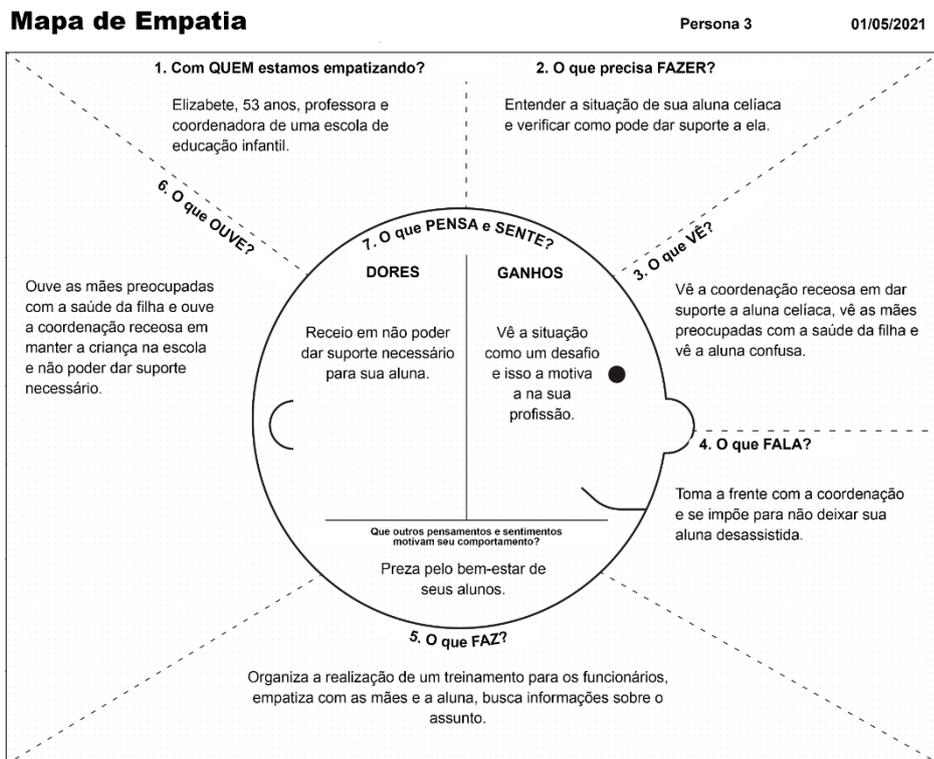
Fonte: autora (2021).

Figura 18 – Mapa de Empatia da Persona 2



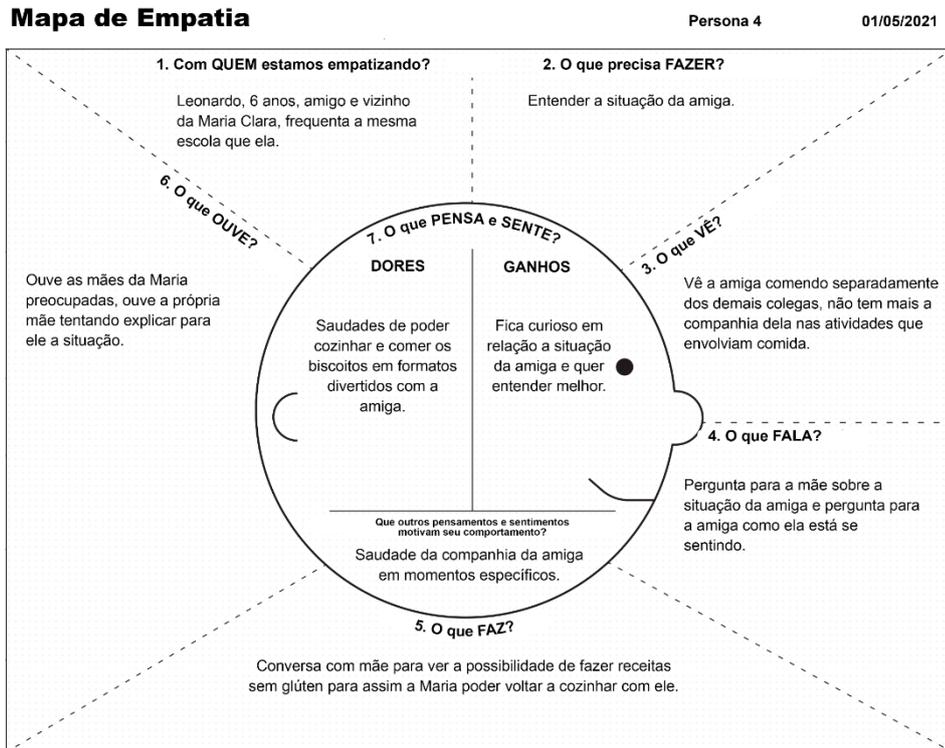
Fonte: autora (2021).

Figura 19 – Mapa de Empatia da Persona 3



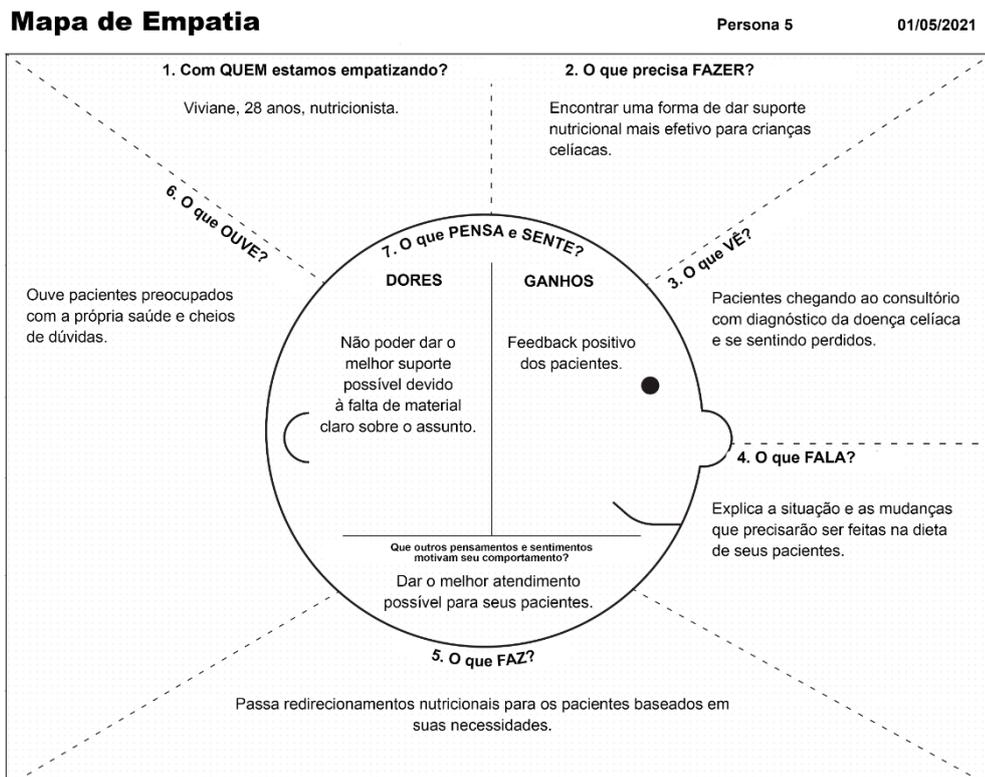
Fonte: autora (2021).

Figura 20 – Mapa de Empatia da Persona 4



Fonte: autora (2021).

Figura 21 - Mapa de Empatia da Persona 5



Fonte: autora (2021).

## 5.5 PESQUISA VISUAL

Segundo Lupton (2013), uma pesquisa visual serve para identificar padrões repetitivos e tendências. Ela é um formato de estudo auxilia na elaboração de logotipos, estratégias de *naming*, linguagem, cores e demais aspectos da marca, produto ou serviço. Através dela, é realizada uma análise que permite visualizar pontos nos quais é possível inovar e ser diferente dos demais concorrentes. Imagens referentes a marcas, produtos e serviços podem ser visualizadas abaixo.

### 5.5.1 Marca

Para análise das marcas, foi realizada uma matriz, ferramenta proposta por Lupton (2013), na qual se usa um eixo x/y para verificar onde as marcas estão situadas. Para montá-la, são necessários três passos:

- 1) Investigar e fazer uma lista: neste caso, foram selecionadas marcas de brinquedos, jogos, produtos e demais materiais e serviços voltados ao público infantil.
- 2) Encontrar pares opostos: com os logos em mãos, identifica-se as polaridades entre eles.
- 3) Ligar pontos: marcas são posicionadas na matriz de acordo com seus padrões significativos e a análise só é iniciada a partir desse momento.

Figura 22 – Matriz de marca



Fonte: autora (2021).

Os eixos da matriz foram divididos entre eixo x, com cores vibrantes e pastéis, e eixo y, tipografias sérias e *lettering*. Notou-se que, nas marcas, preza-se pela clareza, mesmo nas que utilizam recursos, como tipografias feitas à mão, ou brincam com a orientação e formato dos caracteres.

Percebe-se que cada tipografia corresponde visualmente ao tipo de jogo, produto ou serviço que a marca comunica. Por exemplo, o *Talk*, presente no quadrante inferior direito, é referente a um aplicativo de mensagens para crianças, e ele brinca com o desenho da letra A, como se estivesse falando, assim como utiliza cores complementares vivas. Sendo assim, transmite que é uma marca divertida e direcionada para o público infantil e usa cores. A *Tintaleo!* – também no quadrante inferior direito – representa uma livraria para crianças bilíngues e brinca com a posição das letras.

A *Campy Creatures*, posicionada no quadrante inferior esquerdo, é uma marca de jogos de cartas voltados para crianças a partir de 10 anos. Ela é elaborada com uma fonte feita à mão que representa a estética do jogo, no qual os participantes são criaturas sombrias. Esse tópico está sendo mostrado pelas cores amarelo e verde, que representam o anti-humano (HELLER, 2013).

A *Kinside*, localizada no quadrante superior direito, é uma marca mais séria e usa fonte com serifa porque representa um serviço de busca de pré-escolas. Ela é direcionada a pais que procuram um serviço confiável e seguro, portanto, ao mesmo tempo que possui foco nas crianças, também precisa transmitir segurança e seriedade. Nesta marca, a cor verde atua como calmante. A *Lovevery*, posicionada no quadrante superior esquerdo, também deve expressar uma ideia parecida com a *Kinside* pois, apesar de comercializar produtos para bebês entre 0 e 36 meses, é direcionada aos tutores.

Resumidamente, quanto à cromia, percebe-se que o uso de cores vibrantes é predominante, sendo as principais: o amarelo, presente em 11 das 16 marcas analisadas; azul e verde, que estão em 7 marcas; e vermelho, presente em 6 marcas. Segundo Heller (2013), o amarelo é a cor que mais se associa ao lúdico, à jovialidade e ao otimismo. O azul remete à harmonia e, apesar de ser uma cor fria, não tem predominância em sentimentos negativos. O vermelho é a cor da alegria e do material e o verde atua como uma cor intermediária, tendo uma temperatura agradável e representando a tranquilidade.

Como uma informação relevante ao trabalho, 5 das 11 marcas analisadas utilizam ícones em conjunto com a tipografia. O exemplo está no quadrante superior esquerdo, a *Make a Drone*. Essa empresa fabrica peças de drones e deixa a montagem por conta das crianças. O símbolo representa mãos que, quando postas em conjunto, simulam o formato de hélices.

Em relação ao *naming* há diversas classificações, sendo definidas por Rodrigues (2011) após análises bibliográficas dos autores Per Mollerup, Norberto Chaves e Adrian Room, como: nomes patronímicos, descritivos, toponímicos, metafóricos, encontrados, artificiais, abreviações e nomes de status. Analisando as marcas estudadas acima, há as seguintes classificações:

a) Nomes descritivos (descrevem a natureza do negócio): *Make a Drone, Uno, Kliker, Learn to Play, Campy Creatures, Lovevery, Tintaleo!, Minha vida de Monstro, Talk n' Express, Talk, Fast Track*.

b) Nomes metafóricos (revelam indiretamente a natureza do negócio): *Little Giants*.

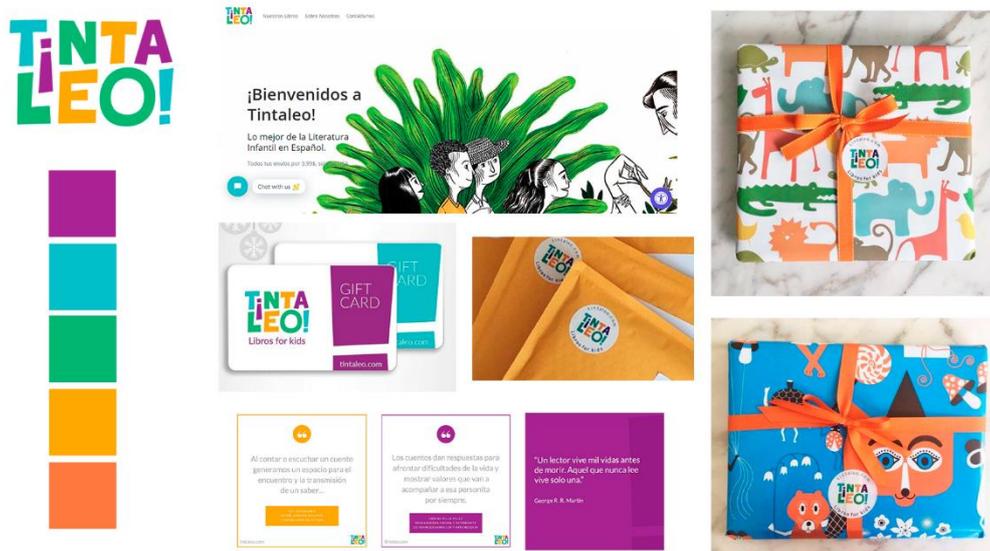
c) Nomes encontrados (palavra já conhecida que não possui relação com o que o serviço ou produto representa): *Firefly*

d) Nomes artificiais (neologismos oriundos de palavras novas que não fazem parte do léxico): *Zizuka*

e) Abreviações (suspensão de parte do nome ou de letra): *Lego e Kinside*.

Quanto às aplicações, tendo como exemplo a *Tintaleo!* e a *Lovevery*, ambas têm como público-alvo crianças e seus pais. Na primeira, há o uso de cores vibrantes, aplicadas na marca e na comunicação. Devido a ser uma livraria, não há produtos além de cartões-presente e embalagens. Nesses materiais, nota-se a presença de estampas com ilustrações infantis, além de adesivo com a marca. A comunicação no site e nas redes sociais digitais se limita a fundo branco com breves aplicações de cor.

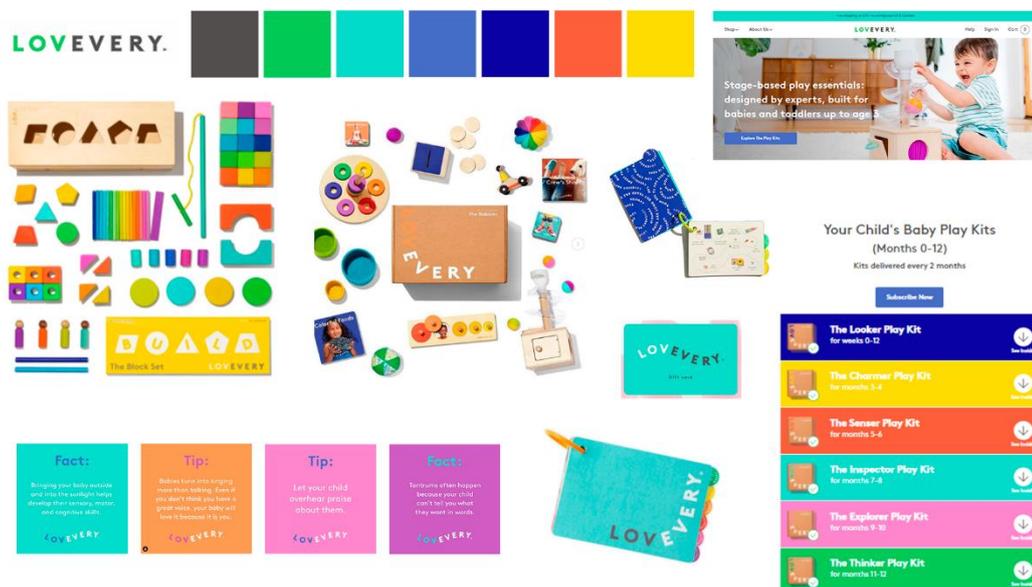
Figura 23 – Moodboard Tintaleo!



Fonte: autora (2021).

Na *Lovevery*, há brinquedos destinados ao público infantil e, em cada caixa de papelão, é notável uma cor diferente no “lov”, enquanto o “every” permanece em branco, como uma forma de distinguir cada uma. No interior, são encontrados produtos que também contam com a presença da marca, com leve distinção de opacidade.

Figura 24 – Moodboard Lovevery



Fonte: autora (2021).

Figura 25 – Caixa de conjunto de blocos de madeira da *Lovevery*



Fonte: *Lovevery*<sup>2</sup> (20--).

Nas redes sociais digitais da *Lovevery*, usa-se expressivamente as cores da sua paleta, sempre intercaladas com imagens de crianças brincando com seus produtos. No site, o branco é predominante com aplicações de cor em pontos-chave, direcionando facilmente o olhar de quem o acessa.

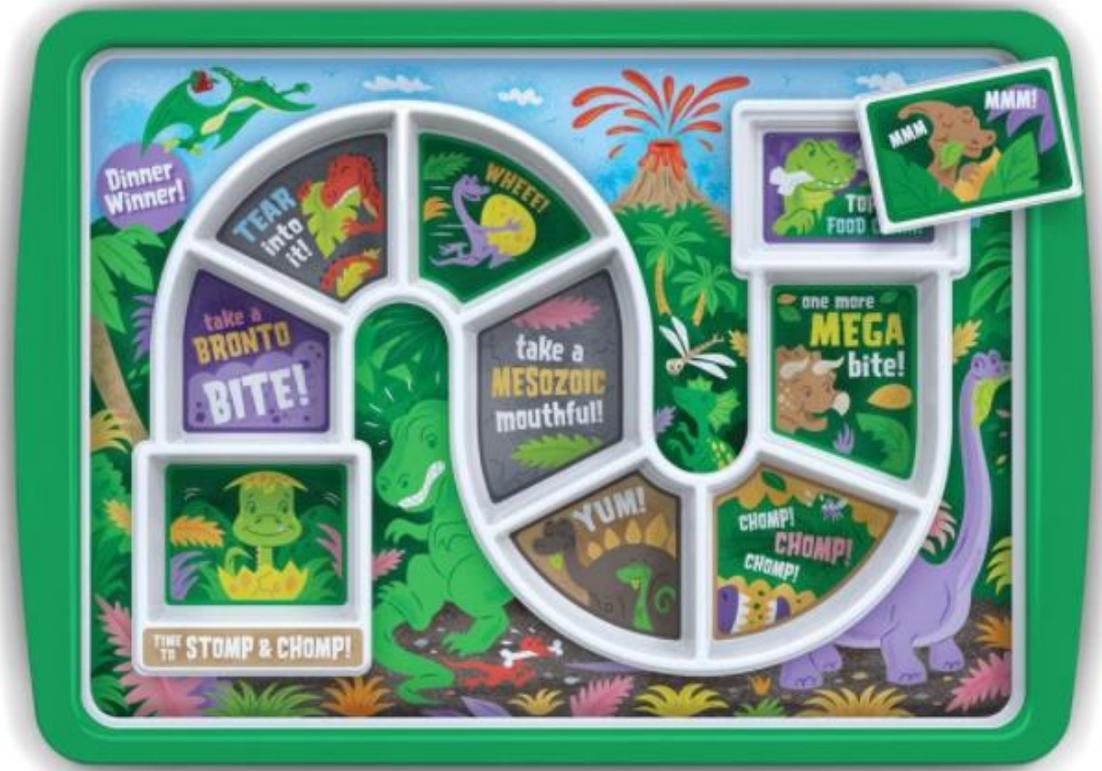
### 5.5.2 Produto

Segundo Löbach (2001, p. 144), “só quando se conhecem todos os detalhes pode-se examinar o produto e elaborar os pontos de partida para sua melhora”. Dessa forma, para esta parte do projeto, foram analisados produtos existentes no mercado que possuem relação com o tema desta pesquisa.

---

<sup>2</sup> Disponível em <<https://lovevery.com/products/the-block-set>>.

Figura 26 – Bandeja *Dinner Winner* da *Genuine Fred*



Fonte: *Genuine Fred* (20--).

A bandeja de jantar da *Genuine Fred*, intitulada *Dinner Winner*, é feita em melamina e é livre de Bisfenol A – componente comumente usado na comunicação de produtos como “*BPA Free*”. O produto conta com ilustrações que incentivam a criança a comer, no formato de um jogo de tabuleiro, em ordem para conseguir chegar ao final. Ela está disponível com ilustrações de dinossauros, floresta, espaço, piratas, super-heróis e uma genérica.

Figura 27 – Moldes Pop da Zoku



Fonte: Zoku (20--).

Os moldes Pop da Zoku são feitos de silicone, sendo *BPA Free*, e têm a base feita em polipropileno. Com eles, é possível fazer picolés e doces com formatos divertidos, como naves espaciais, peixes e dinossauros. Para deixar a refeição mais interessante, conforme a criança vai comendo o picolé, o esqueleto do personagem vai se revelando no interior do produto. Eles são fáceis de usar e limpar, além de sua base evitar gotejamento.

Figura 28 – *Journey down the belly* da Me and Mine



Fonte: Me and Mine (20--).

A *Journey down to the belly* é uma caixa interativa com a qual crianças entre 4 e 7 anos descobrem o que acontece com a comida no corpo durante a digestão. O kit inclui um livro que ensina como o sistema digestivo funciona; 3 projetos STEAM<sup>3</sup> que possibilitam à criança a realização de experimentos – exploração de diferentes tipos de comida e nutrientes, elaboração de suco gástrico e criação do coco –; e o *My Plate Matching Game*, um jogo que as ajudam a desenvolver hábitos saudáveis através do lúdico. Ao realizar os experimentos, a criança acompanha a história do Enzyme, um personagem que vive dentro do corpo, e está sempre ocupado fazendo experimentações com a comida ingerida.

Quadro 2 – Análise geral dos produtos

	PRODUTO	MATERIAIS	DIMENSÕES	PREÇO	IDADE
<b>DINNER WINNER</b>	Bandeja de jantar com ilustrações	Melamina	29cm (L) 21,59 (C) 2,54 (A)  Peso: 300g	U\$\$20 (aprox. R\$108,77)	Não especificado
<b>MOLDES POP</b>	Moldes para fazer sorvetes e doces em formatos divertidos	Silicone  Livre de BPA e de Ftalatos	Capacidade 47mL  Peso: 300g (6 moldes + bandeja)  Tamanho forma: 24cm (L) 14cm (C) 8cm (A)	média de U\$\$19 (aprox. R\$103)	Não especificado
<b>JOURNEY DOWN TO THE BELLY</b>	Caixa interativa para explorar o que acontece no corpo quando o indivíduo come	Não especificado.  Livre de bórax.	Tamanho da caixa: 27,9cm (L) 25,4cm (C) 5,7cm (A)  Peso: 780g	U\$\$29,99 (aprox. R\$162,10)	4 a 7 anos

Fonte: compilação da autora (2021).

<sup>3</sup> STEAM é uma abordagem com pontos de acesso para orientar a investigação, o diálogo e o pensamento crítico. Disponível em: <<https://artsintegration.com/what-is-steam-education-in-k-12-schools/>>.

### 5.5.3 Serviço

Os serviços escolhidos para análise são focados na educação, criatividade e compartilhamento de ideias e conhecimento. Para realizar a análise, optou-se por usar o *Business Model Canvas*, elaborado por Alexander Osterwalder. Segundo Stickdorn e Schneider (2014, p. 214), este é um recurso cuja principal vantagem é “trazer clareza para os objetivos centrais de uma empresa, identificando suas forças, fraquezas e prioridades.”. Neste caso, é usado para que haja um entendimento do negócio que está sendo analisado.

Figura 29 – *Business Model Canvas* da Strategyzer

The Business Model Canvas

Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_ Version: \_\_\_\_\_

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer  
strategyzer.com

Fonte: Strategyzer (2021).

As categorias analisadas são:

- a) parceiros chave
- b) atividades chave
- c) recursos chave
- d) propostas de valor
- e) relação com o consumidor
- f) canais

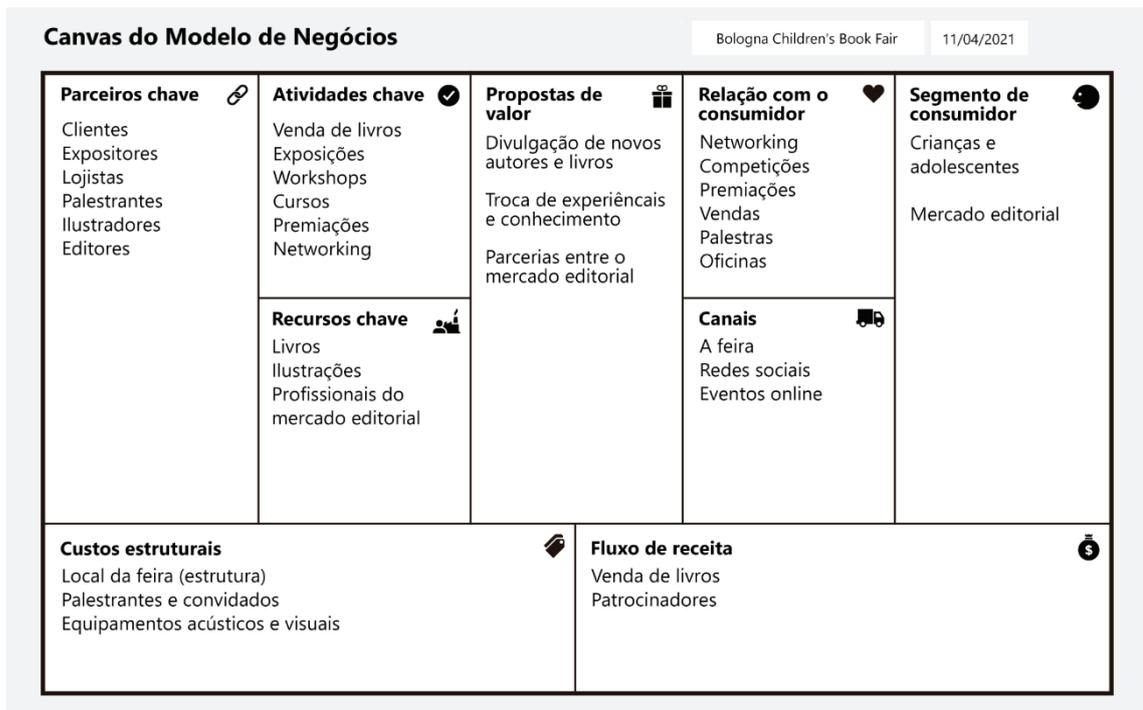
- g) segmento de clientes
- h) custos estruturais
- i) fluxo de receita

O primeiro serviço analisado é a *Bologna Children's Book Fair*, da Itália. Ela acontece há mais de 50 anos e é referência para os profissionais que trabalham com conteúdo voltado para crianças e adolescentes. Ela promove a integração de profissionais do mundo editorial e recebe em torno de 30 mil visitantes anualmente. Ela conta também com uma iniciativa paralela à feira, chamada *BolognaBookPlus*, que é uma conferência sobre as mudanças e desafios do mundo dos livros, cuja função é promover cursos, *workshops*, reuniões com editoras, exposições e oportunidades de negócios.

Figura 30 – *Bologna Children's Book Fair*



Fonte: *Bologna Children's Book Fair* (2019). Compilação da autora (2021).

Figura 31 – Canvas de modelo de negócios da *Bologna Children's Book Fair*

Fonte: autora (2021).

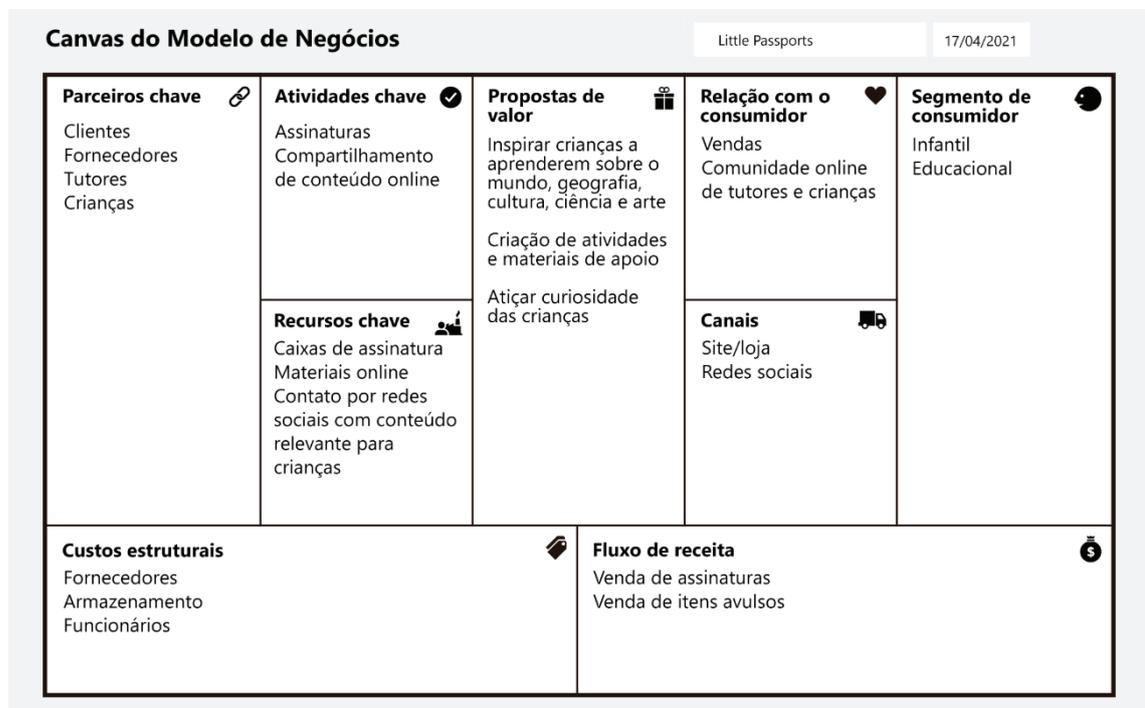
O segundo serviço analisado é o *Little Passports*, um serviço por assinatura que inspira crianças a aprenderem sobre o mundo. Ele funciona da seguinte maneira: primeiro, escolhe-se a modalidade que deseja e, após, há o recebimento de uma caixa contendo atividades, produtos educacionais e *souvenirs* voltados à idade da criança e ao tema previamente escolhido. O primeiro mês inclui um pacote de iniciação e os posteriores são temáticos. Como exemplo, pode-se citar o *World Edition*, o qual é recebido um passaporte para um país, uma maleta, um mapa *mundi*, um livreto, um *souvenir*, uma moeda e acesso *online* a um conteúdo exclusivo relacionado ao país em questão. No site, ao se cadastrar, é liberado o acesso a descontos, conteúdo especial, uma biblioteca de atividades para crianças e um código para um mês grátis na próxima inscrição, sendo dentro do período de 6 ou 12 meses. Alguns itens podem também ser comprados separadamente na loja virtual.

Figura 32 – World Edition da Little Passports



Fonte: Little Passports (20--). Compilação da autora (2021).

Figura 33 – Canvas de modelo de negócios da Little Passports

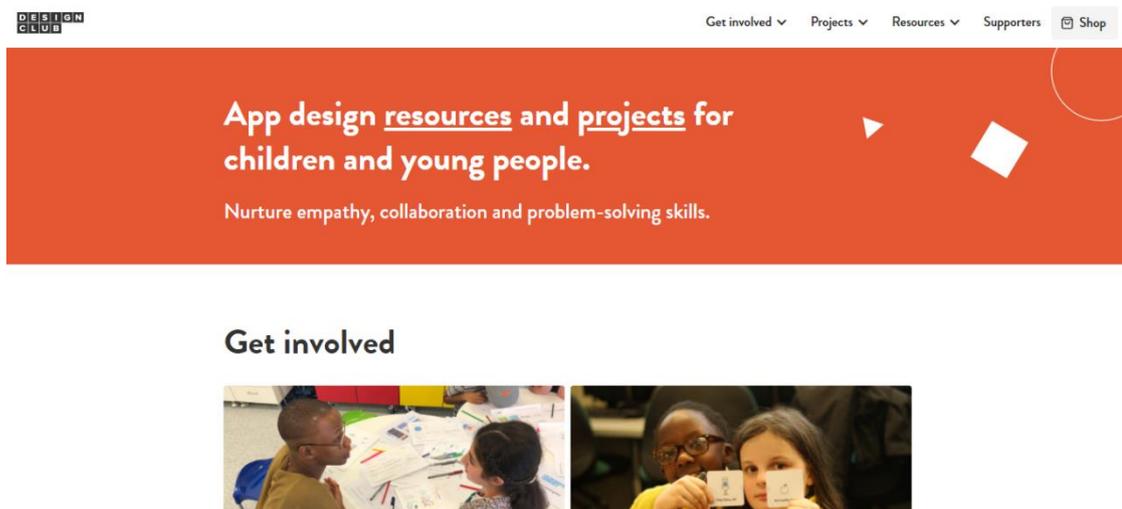


Fonte: autora (2021).

O terceiro serviço analisado é o *Design Club*, uma organização sem fins lucrativos que oferece recursos gratuitos para incentivar voluntários, professores,

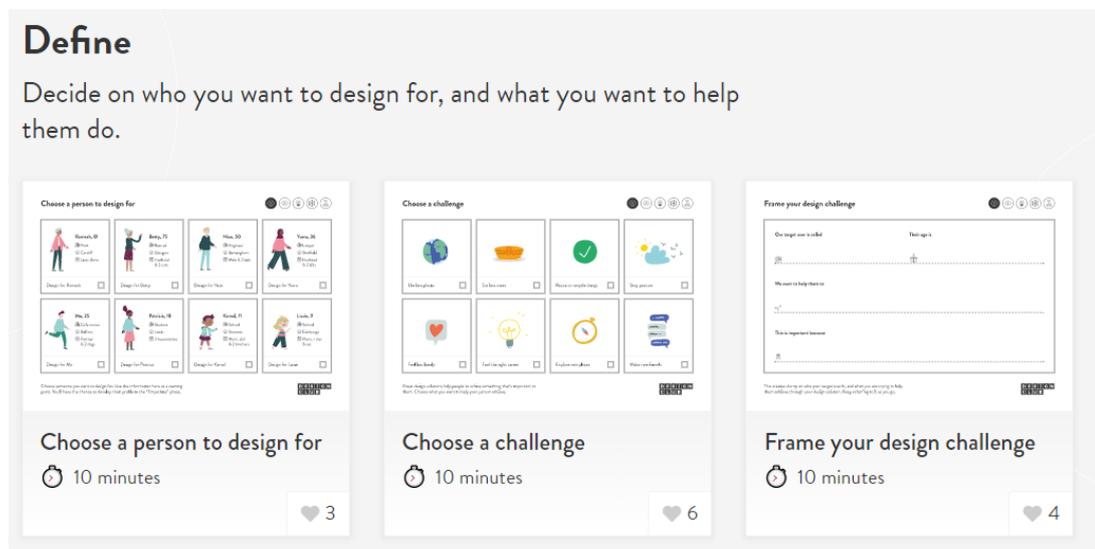
tutores e empresas a realizarem *workshops* sobre *Design Thinking* com crianças e jovens. Sua finalidade é ensiná-los a nutrir empatia, colaboração e habilidades para solução de problemas. No site, encontram-se fichas de trabalho que seguem 5 etapas de um projeto de Design: configurar, definir, simpatizar, idealizar, *prototipar* e testar (2021, tradução da autora), cada uma com ferramentas adequadas à etapa e seus objetivos. Estes materiais podem ser impressos e as crianças e jovens podem escrever em cada etapa as definições para seu projeto.

Figura 34 – Página inicial do site *Design Club*



Fonte: *Design Club* (20--).

Figura 35 – Exemplo da etapa “definir” do *Design Club*



Fonte: *Design Club* (20--).

O site também apresenta uma sugestão de projeto para um aplicativo. Nesta modalidade, em uma única tela, são mostradas todas as etapas do projeto, com tempo necessário para realização de cada atividade e instruções a serem seguidas.

Figura 36 – Material do projeto de aplicativo do *Design Club*

The screenshot shows a worksheet titled "Choose a person to design for" with a 10-minute timer. On the left, a sidebar lists 17 worksheet steps, with "Choose a person to design for" selected. The main content area has two tabs: "Worksheet" (active) and "Instructions". The "Worksheet" tab displays a grid of eight user profiles, each with an illustration, name, age, and characteristics. Below each profile is a checkbox labeled "Design for [Name]".

Name	Age	Characteristics
Ramesh	81	Poet, Cardiff, Lives alone
Betty	75	Retired, Glasgow, Husband & 2 cats
Nico	50	Engineer, Birmingham, Wife & 3 kids
Yusra	36	Lawyer, Sheffield, Husband & 2 kids
Mo	25	
Patricia	18	
Kamal	11	
Lizzie	9	

Fonte: *Design Club* (20--).

Figura 37 – Instruções do projeto de aplicativo do *Design Club*

The screenshot shows the "Instructions" tab of the worksheet. It contains a "Welcome" section with a list of bullet points and an "Activity" section with a list of bullet points.

**Welcome**

- Thanks for joining Design Club :)
- We'll be designing and prototyping mobile apps.
- When you've prototyped your app, you'll get a certificate.
- You'll need: printouts of these worksheets, some scrap paper + a pen
- Optional: coloured pencils/ pens; old magazines; sticky notes

**Activity**

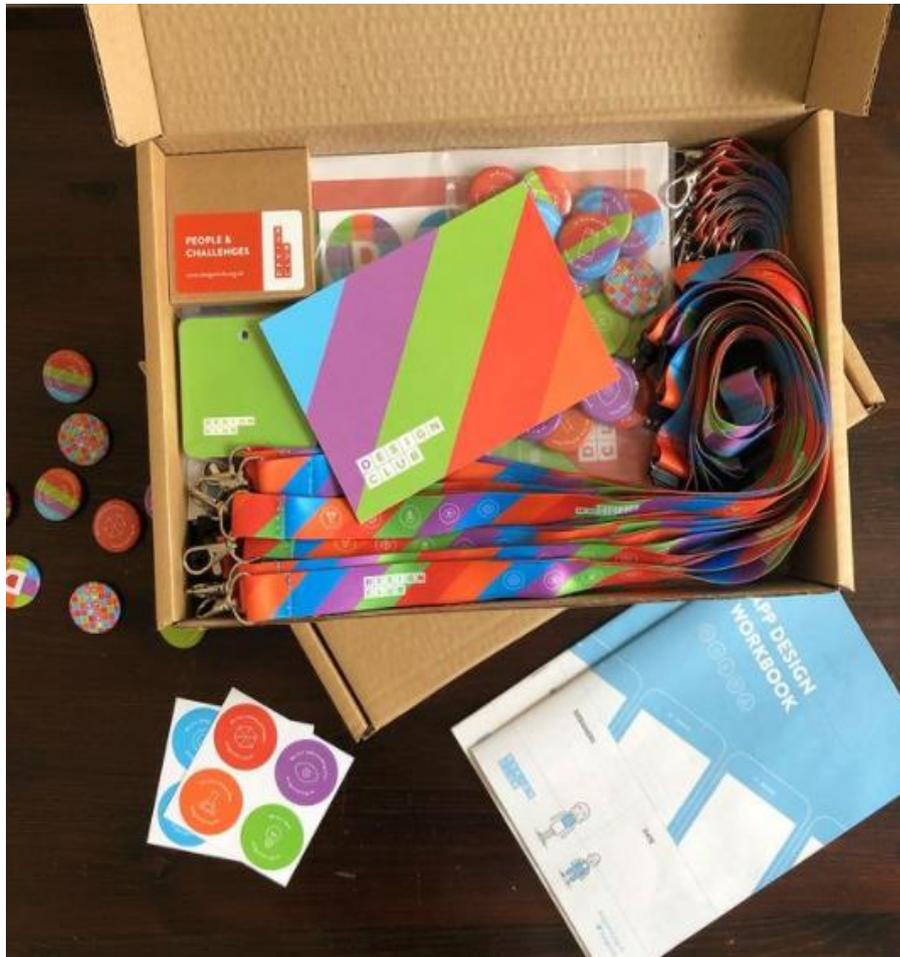
- Fill in this cover sheet with your name and today's date.
- Have you done any design before? What did you design?
- What's your favourite app and why?

Fonte: *Design Club* (20--).

Além disso, eles têm uma loja onde são vendidos o que chamam de *Design Club Kit*, que inclui um livro com todas as etapas informadas acima, cartas que

auxiliam na definição do projeto, *badges* e crachás. Como a atividade proposta por eles costuma ser realizada em grupos, as compras são em maior quantidade.

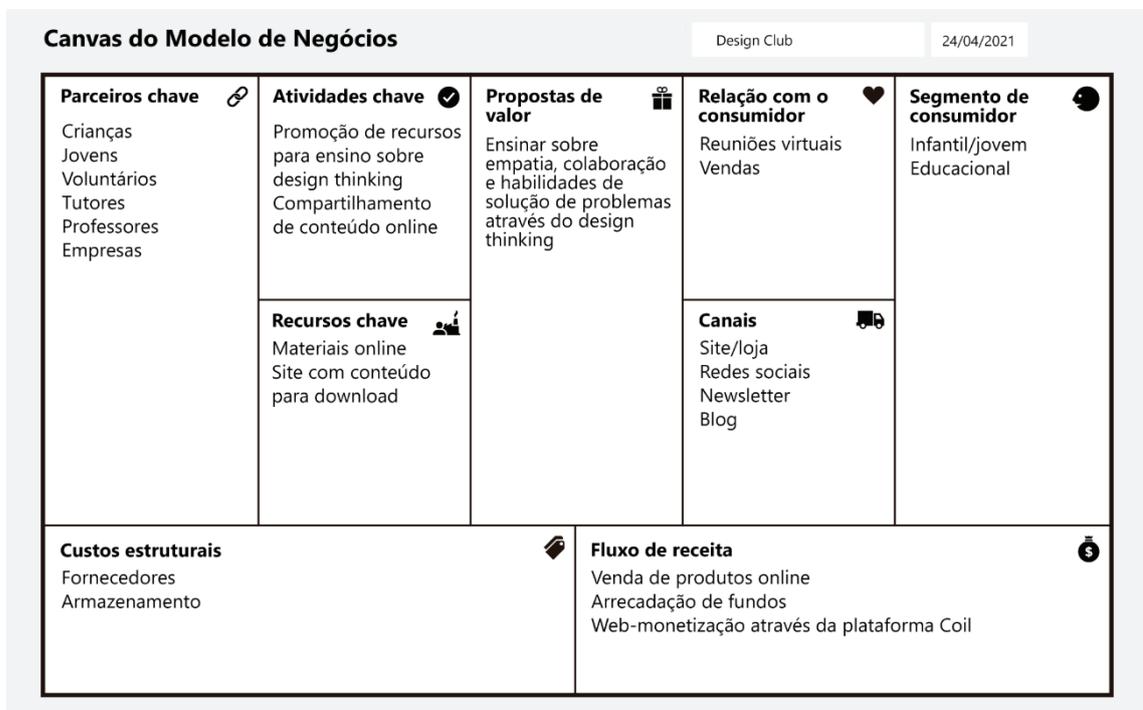
Figura 38 – Caixa com produtos do *Design Club Kit*



Fonte: *Design Club* (20--).

Figura 39 – Produtos do *Design Club Kit*

Fonte: *Design Club* (20--). Compilação da autora (2021).

Figura 40 – Canvas de modelo de negócios da *Design Club*

Fonte: autora (2021).

## 5.6 TENDÊNCIAS

Anualmente, a *Worth Global Style Network* (WGSN) elabora relatórios de tendências que atendem às necessidades da indústria criativa. Eles ajudam consumidores e empresas a se adaptarem às mudanças do mercado pensando sempre no futuro.

Neste projeto, usa-se como referência a análise sobre o Consumidor do Futuro 2022. Nela é analisado o comportamento das pessoas, como irão pensar, sentir e se comportar em um futuro próximo. Eles definem que é o “nosso anseio pela conexão humana que verdadeiramente moldará as nossas vidas” (WGSN, 2021, p. 2). Desta forma, os consumidores do futuro são divididos em: estabilizadores, comunitários e novos otimistas.

### 5.6.1 Estabilizadores

“Composto principalmente de Millennials e Geração X – priorizam a estabilidade em todos os aspectos da vida – uma reação à falta de sincronia e a um sentimento de incerteza crônica.” (WGSN, 2021, p. 19). Segundo a consultoria, em 2022, os consumidores irão experimentar a vida como ela é e irão identificar o que vale seu esforço, pois irão querer o que lhes faça sentir bem. Para atender a este grupo, as estratégias-chave serão: simplicidade, na qual o excesso é visto como um desestimulante e busca-se economia na jornada; comércio calmo, no qual produtos e serviços são pensados nos sentimentos e bem-estar dos indivíduos; e comércio unificado, no qual precisa haver equilíbrio na comunicação, adoção do lema “menos é mais” e segmentação de público no varejo para a obtenção de retornos positivos.

### 5.6.2 Comunitários

“Esse grupo quer fincar raízes em suas comunidades, mas não em suas carreiras, inaugurando uma nova era do localismo.” (WGSN, 2021, p. 28). Esta parte inclui o consumidor que não vê a quantidade de horas trabalhadas e as noites de sono perdidas como sinal de produtividade. Ele quer limites entre a vida pessoal e profissional, investindo na própria comunidade. As estratégias-chave são: revisão de arquivos, na qual as pessoas se interessam pelo comunitário e sustentável em vez de adquirir novidades; comércio social hiper local, no qual marcas tradicionais irão perder mercado para o que é local e voltado às comunidades; e valorização das cidades do

interior, na qual os novos centros urbanos estão causando impacto econômico relevante.

### 5.6.3 Novos otimistas

Segundo a WGSN (2021), este é formado por diversos grupos que têm em comum o “apetite voraz pela felicidade” (p. 38) e “estão redefinindo os conceitos em relação a quem consideram como modelos de vida, desafiando o culto à juventude” (p. 39). Eles buscam inclusão e conectividade. As estratégias-chaves são: comércio em *livestream*, no qual as pessoas buscam no ao vivo promoções e produtos limitados; compras em realidade RA/RV, nas quais eles veem lojas físicas como algo custoso e preferem a comodidade da conveniência; evolução dos serviços sob demanda, cuja a regra é “quanto menos etapas, mais vendas” (p. 45); e poder e renda do coletivo, nos quais quem são valorizadas são as comemorações.

### 5.6.4 Reports de estilo de vida e culinária

A WGSN também publicou dois *reports* em seu site nos quais comenta sobre tendências voltadas ao estilo de vida e culinária. No primeiro, publicado por Dickinson (2021), nota-se o aumento da expressão pessoal quando se trata do Design. Segundo a empresa, “os consumidores estão criando interiores escapistas alegres por meio dessa direção lúdica e que melhora o humor” (DICKINSON, 2021). Eles elencam três pontos importantes:

a) A evolução do design expressivo: os consumidores buscam criar espaços únicos. Assim, a estética exuberante está encorajando abordagens mais livres quanto ao gosto pessoal, levando ao despertar da alegria.

b) Projetando para a felicidade: o tema felicidade é a chave. Percebe-se, portanto, que o Design precisará atender o otimismo dos consumidores.

c) A nova estética ondulada: curvas fluidas, linhas onduladas e bolhas de forma livre, nas quais as curvas suaves dão sensação de segurança e as formas circulares podem ser associadas aos tópicos anteriores.

No *report* cujo tema é a culinária, notou-se a presença da tendência “restaurante em casa”. Esse novo conceito destaca a conexão feita entre restaurantes, chefs e consumidores através refeições feitas em casa, oferecendo uma experiência nova e única ao cozinhar.

## **6 DEFINIR**

### **6.1 BRIEFING**

Lupton (2013) define o *briefing* como um “ponto de inspeção para avaliar o trabalho durante o processo”. Ela menciona que, para a realização de um *briefing* ideal, é necessário se atentar a pontos que ajudarão a ter melhor compreensão do público-alvo, suas expectativas e demais diretrizes que possam ser úteis para definir a essência do projeto. Através de perguntas-chave, é possível ter um *briefing* claro e alinhado.

#### **6.1.1 O quê?**

Desenvolvimento de uma caixa com materiais de apoio que ajude na educação acerca da doença celíaca para crianças e seus tutores.

#### **6.1.2 Por quê?**

Pela necessidade de materiais informativos sobre a doença celíaca para o público infantil. Especificamente, projetos que exploram a ludicidade e a interação por meio de brincadeiras, promovendo – de forma leve e educativa – informações que, atualmente, são limitadas a poucos livros infantis ou recursos *online*.

#### **6.1.3 Como?**

Através do desenvolvimento de um projeto que une o que foi estudado na construção do capítulo 3, intitulado Fundamentação Teórica, em conjunto com as metodologias de Design estudadas durante o curso da presente monografia: *Human Centered Design*, da IDEO; *Graphic Design Thinking* e *Design is Storytelling*, de Ellen Lupton; e *Isto É Design Thinking de Serviços*, de Stickdorn e Schneider. Também há o suporte das entrevistas realizadas previamente com profissionais e tutores.

#### **6.1.4 Para quem?**

Para tutores e crianças entre 4 e 6 anos que tenham sido diagnosticadas com a doença celíaca antes ou durante a idade mencionada.

## 7 CRIAR

Segundo o HCD, nesta etapa as pesquisas realizadas previamente irão resultar em algo real. Este é o momento de entendimento quanto aos dados coletados, identificação de oportunidades de projeto e criação de soluções. O presente projeto está dividido em 3 partes: design de marca, design de produto e design de serviço, cada qual contando com suporte de demais metodologias pertinentes dentro da sua área.

### 7.1 IDENTIFICAÇÃO DE PADRÕES E CRIAÇÃO DE ÁREAS DE OPORTUNIDADE

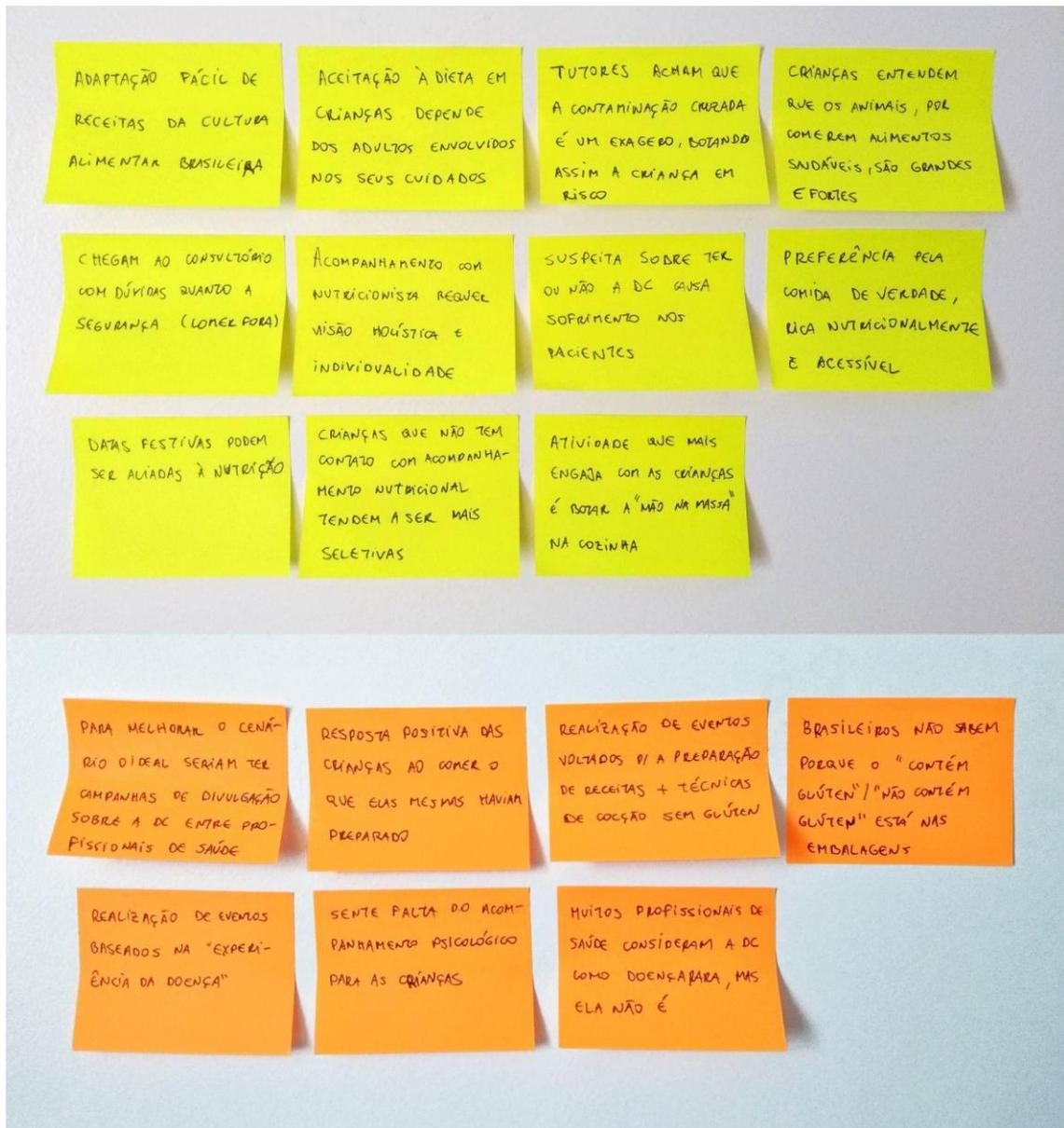
“Extrair sentido da pesquisa se faz através da observação de padrões, temas e macro relações entre a informação” (IDEO, 2011, p. 64). Nesta etapa, adaptada da metodologia do HCD, ocorre:

- a) Extração dos principais *insights*: eliminação de detalhes não importantes e escolha de informações relevantes a serem seguidas.
- b) Encontro de temas: agrupamento de pontos semelhantes.
- c) Identificação de áreas de oportunidade: rearticulação dos problemas ou necessidades encontradas de forma a inspirar a geração de novas ideias.

#### 7.1.1 Extrair os principais *insights*

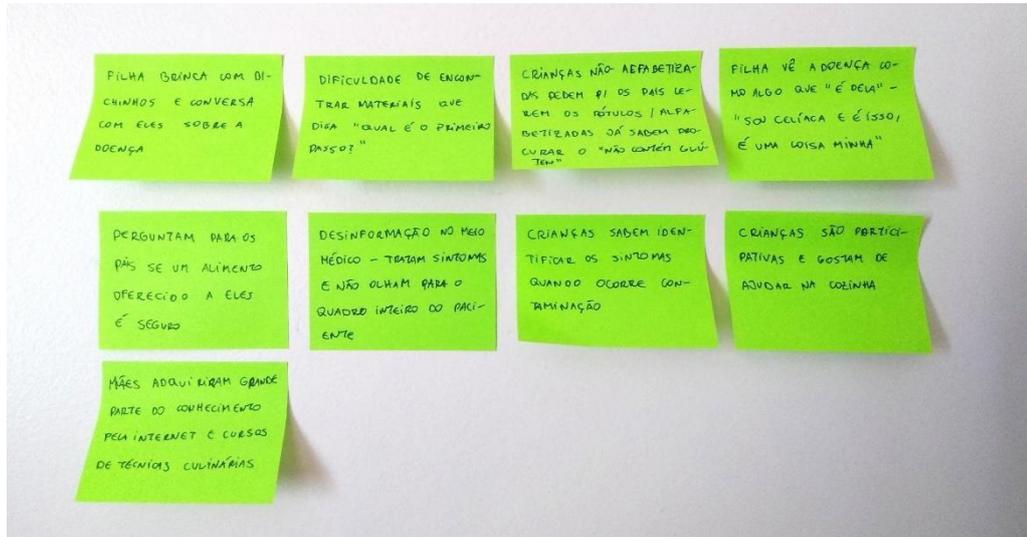
Nesta etapa, foram selecionados os pontos mais importantes coletados durante as entrevistas realizadas com especialistas, tais como: *post-its* amarelos para nutricionistas e laranjas para a representante da ACELBRA, e tutores, sendo eles: *post-its* verdes.

Figura 41 – Principais *insights* - Entrevistas com especialistas



Fonte: autora (2021).

Figura 42 – Principais *insights* - Entrevistas com tutores

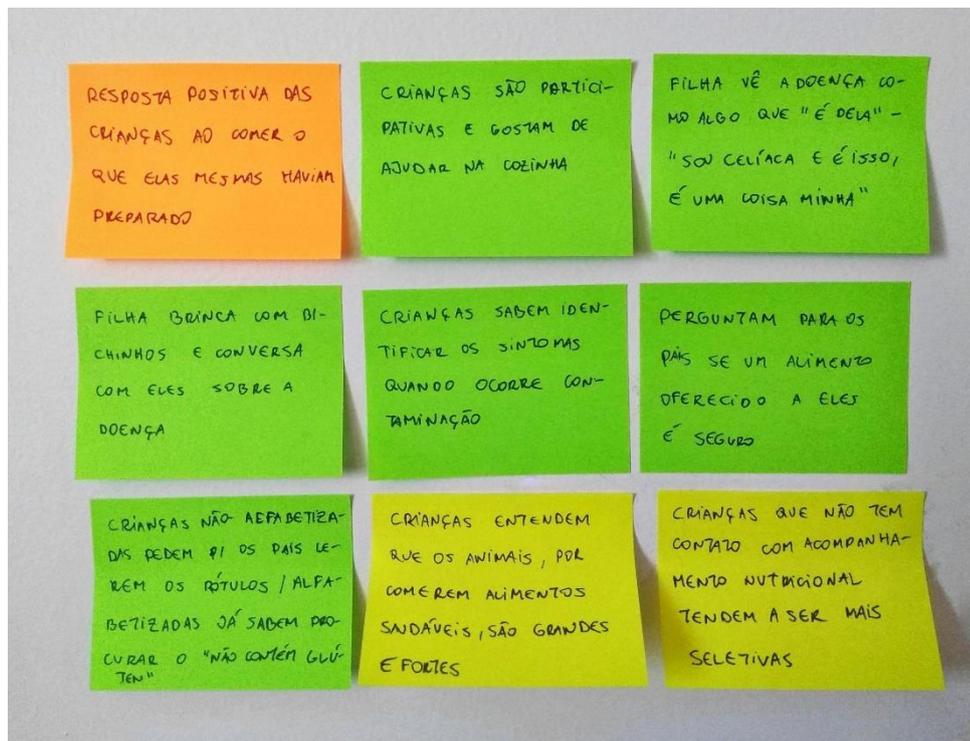


Fonte: autora (2021).

### 7.1.2 Encontrar temas

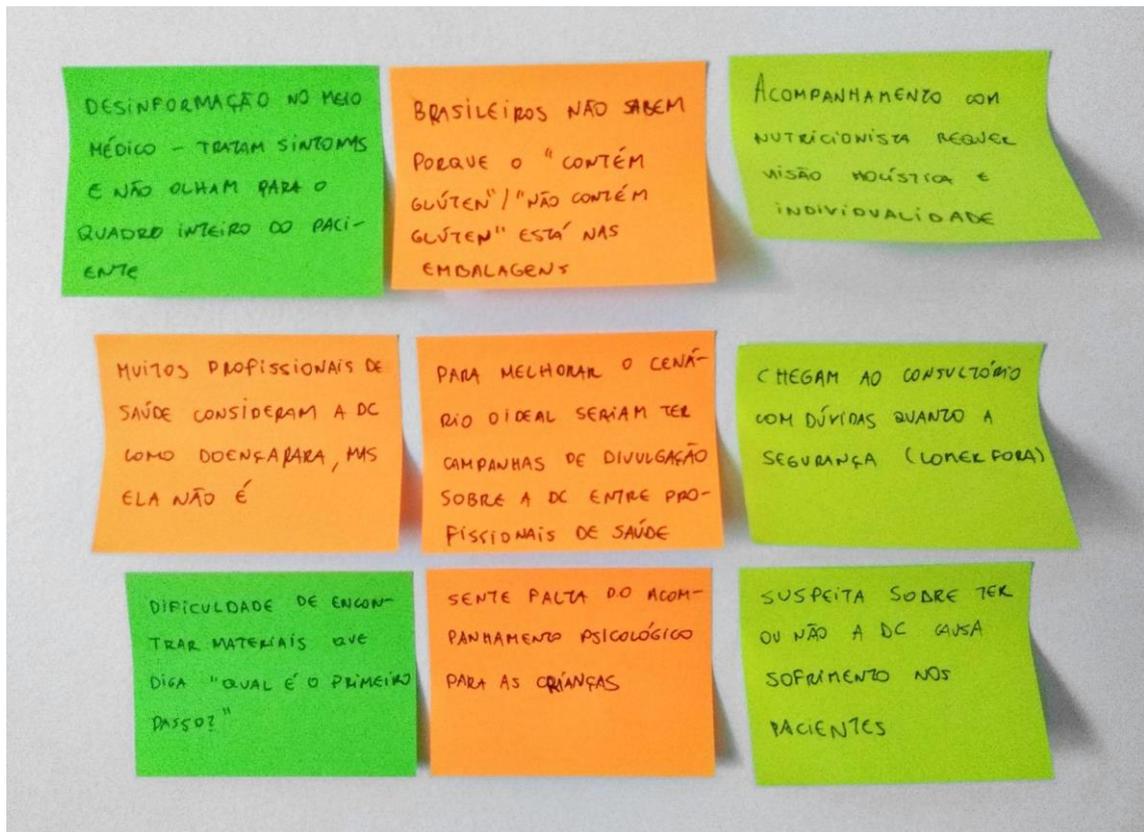
Nesta etapa, os *insights* extraídos anteriormente estão organizados de forma que seja possível identificar semelhanças entre os relatos.

Figura 43 – Temas encontrados - Comportamento das crianças



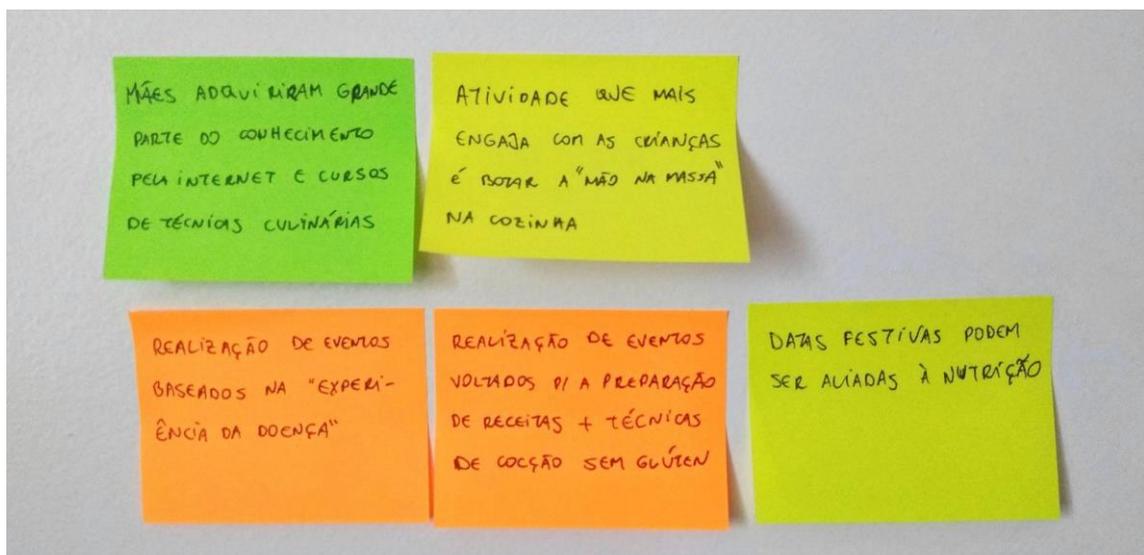
Fonte: autora (2021).

Figura 44 – Temas encontrados - Desinformação



Fonte: autora (2021).

Figura 45 – Temas encontrados - Busca por conhecimento



Fonte: autora (2021).

### 7.1.3 Identificação de áreas de oportunidade

Nesta etapa, foram encontradas as áreas de oportunidade que guiarão o projeto na fase de criação em busca de uma solução. A base para o desenvolvimento é o que foi identificado nos temas do tópico anterior em conjunto com o que foi estudado durante a fundamentação teórica.

A primeira área de oportunidade é explorar o comportamento das crianças em relação à doença celíaca. Conforme relatado nas entrevistas, elas entendem que um produto não deve conter glúten para ser considerado seguro para elas consumirem, ou pedem suporte dos pais para saber se é, portanto, pode ser trabalhado aqui um reforço educacional de questões envolvendo a doença.

A segunda área de oportunidade é a desinformação. Notou-se que este assunto inicia ainda no consultório médico e, posteriormente, aflora através da necessidade de materiais disponíveis *online* ou pela realização de cursos. É sabido pelas informações passadas pela representante da ACELBRA, entrevistada anteriormente, que este é um ponto no qual há falhas e depende de ações em conjunto com entidades para maior e melhor difusão de informações. No âmbito familiar, muitas mães sentem que o suporte dado pelos médicos não é suficiente para lidar com a doença celíaca no dia a dia de seus filhos.

A terceira área de oportunidade é a busca por conhecimento que as mães fazem. Um exemplo é a realização de eventos voltados à culinária, na qual as mães aprendem técnicas de cocção e as crianças participam ativamente. Percebe-se que há espaço para explorar este ponto justamente pelo fato da segunda área de oportunidade ser falha e depender de ações e tempo maiores para ser efetiva.

### 7.1.4 Cocriação

Para realização deste projeto, sentiu-se a necessidade de realizar uma sessão de cocriação com profissional que entendesse tanto sobre nutrição voltada à doença celíaca quanto sobre a parte educacional focada em crianças. Essa necessidade surgiu devido á fala da IDEO (2015) que inclui a cocriação como uma importante etapa da sua fase de ideação, pois é a partir desta troca entre pessoas relevantes para o projeto que afloram mais soluções.

Optou-se, dessa forma, por trazer uma profissional da nutrição que possui experiência com crianças em âmbito educacional para a realização da atividade em vez do público-alvo por se tratar de um projeto cuja finalidade é de caráter informativo.

Portanto, a melhor fonte é aquela que detém o conhecimento do que se deseja comunicar, mas também tendo como base também o que foi previamente descoberto durante as entrevistas com tutores e nutricionistas.

Por estes motivos, foi realizado, de forma virtual devido à pandemia do Covid-19, uma conversa com a nutricionista escolar, que foi entrevistada previamente na seção “Ouvir” do presente projeto.

Inicialmente, foi apresentada a ela uma ideia inicial sobre um jogo desenvolvido para fazer parte da caixa de materiais, cujos recursos incluiriam perguntas e desafios. Porém, foi constatado que esta não era a melhor alternativa para o público-alvo por se tratar de uma atividade muito complexa e que, talvez, não despertasse o interesse de crianças entre 4 e 6 anos. Assim, foi pensado no desenvolvimento de uma atividade que envolvesse a questão motora da criança, buscando maior envolvimento dela na brincadeira.

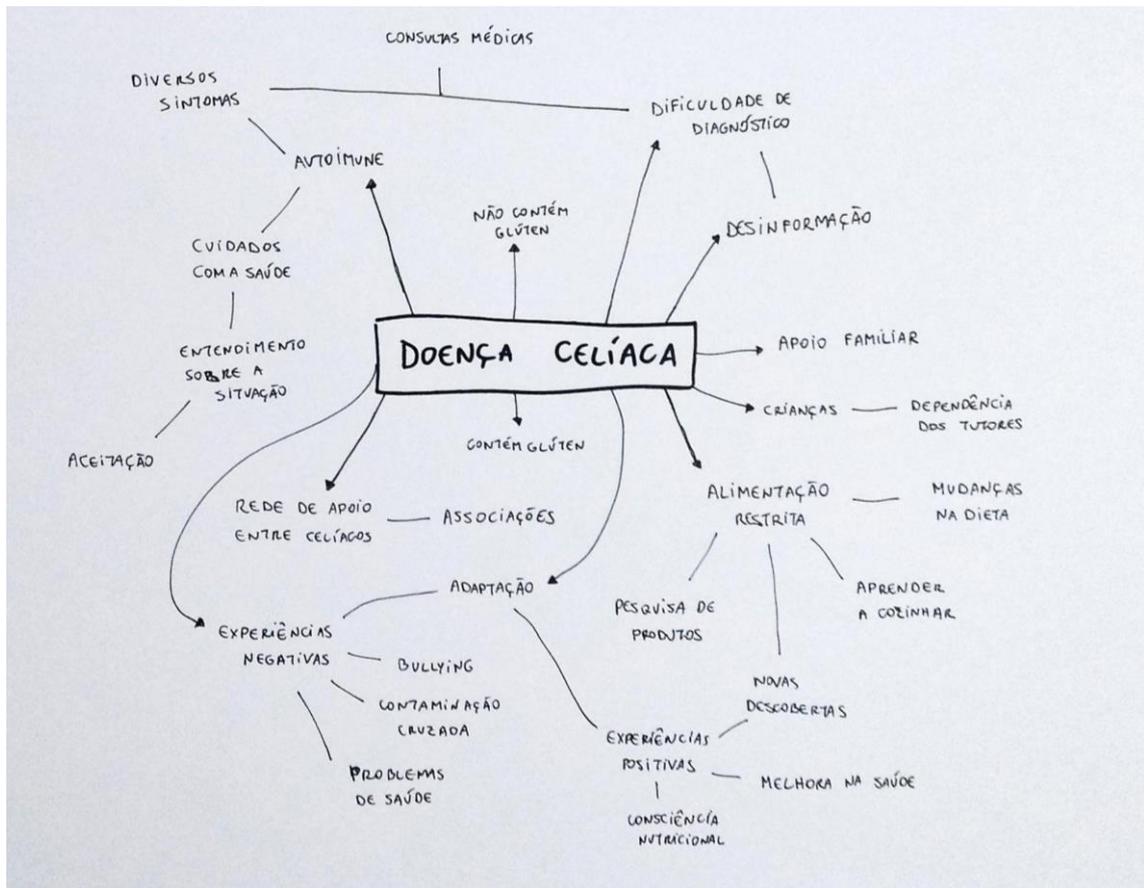
Em mesmo momento, foi mencionada a necessidade de se ter itens atrativos e que estimulem a reeducação. Como o presente projeto é pensado para se dar em cenário que envolva os tutores, foi discutida a possibilidade de uma atividade onde eles ensinem a criança e, após, ela realiza a atividade sozinha para verificar se conseguiu decorar e compreender o que foi passado.

Por meio da última colocação, surgiu a ideia de elaborar uma brincadeira que simulasse uma compra para que as crianças identifiquem os produtos com glúten e sem glúten corretamente. Um dos objetivos é inserir uma atividade corriqueira na vida cotidiana de tutores e das crianças pós-diagnosticadas. Desta forma, a atividade entra como um reforço educacional. Após a finalização da cocriação, partiu-se para o desenvolvimento do projeto.

## 7.2 DESIGN DE MARCA

Para desenvolvimento da marca, inicia-se com a realização de um Mapa Mental onde, segundo Lupton (2013), parte-se de um tema central – colocado no centro de uma página – e cria-se ramificações e subdivisões nele. Este é um processo que permite uma exploração rápida em determinado assunto.

Figura 46 – Mapa Mental da marca



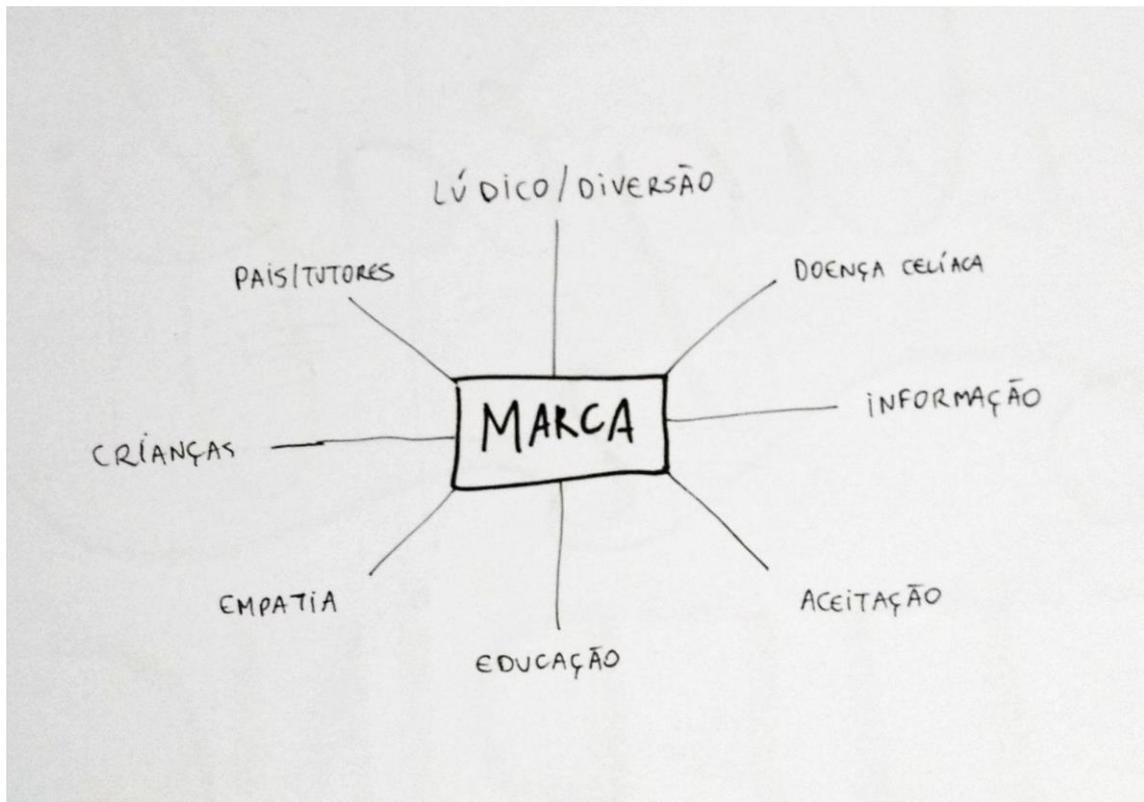
Fonte: autora (2021).

### 7.2.1 Naming

*Naming* é, segundo Refatti *et al.* (2014), o processo de criação do nome de uma marca. Wheeler (2018, p. 26, tradução da autora) define o nome como sendo “atemporal, incansável, fácil de dizer e lembrar, representa algo e facilita as extensões da marca.”

A criação de um *naming* precisa levar em consideração algumas qualidades para se chegar a um nome efetivo: significativo, distinto, orientado para o futuro, modular, *protegível*, positivo e visual (WHEELER, 2018). Ele é capaz, assim, de se conectar com as pessoas com quem se deseja conversar, de forma clara, criativa e estratégica. Dessa forma, para iniciar o processo de criação, foi elaborado um Mapa Mental, no qual foi elencado as mensagens que a marca do presente projeto deseja transmitir.

Figura 47 – Mapa Mental das mensagens da marca



Fonte: autora (2021).

A forma como a marca se apresentará precisa estar interligada com a mensagem que ela deseja transmitir. Na Figura 48, há o uso das palavras lúdico/diversão que fazem referência ao que motiva e desperta interesse em crianças para a educação. Há também as palavras empatia e aceitação, dois pontos que devem ser trabalhados pós-diagnóstico da doença celíaca, em conjunto com a participação dos tutores, que são os responsáveis por levar informações acerca da doença para as crianças, agindo como mediadores.

Como o presente projeto pretende atuar com educação ligada à diversão para crianças diagnosticadas com a doença celíaca e seus respectivos tutores, foram elaboradas opções de *naming* para a marca que condizem com este objetivo.

Quadro 3 – Opções de *namings* para a marca

<b>Kit de sobrevivência do celíaco</b>	Descritivo. Mostra exatamente o que é o produto e deixa claro o que é possível encontrar no kit.
<b>Kit do celíaco</b>	Também descritivo, mas mais curto que a opção anterior. Deixa em aberto o que pode conter dentro do kit, sendo como primeiro pensamento produtos alimentícios seguros.
<b>Celiquinhos</b>	Faz alusão aos portadores da doença, mas como é referente ao público infantil, encontra-se no diminutivo. Esta também é uma forma de chamar as crianças celíacas que foi vista em grupos de apoio no Facebook.
<b>Esquadrão celíaco</b>	Associado a existência de um grupo de personagens onde todos são celíacos. Remete à diversão, grupo de apoio.
<b>Celíacos x glúten</b>	Colocado como uma rivalidade, onde os celíacos são os mocinhos e o glúten é o vilão.
<b>Sou celíaco, e agora?</b>	Pergunta. Sugere que o produto poderá dar um norte para quem acabou de descobrir a doença. Direto ao ponto.
<b>Caixa dos celiquinhos</b>	Descritivo, mostra o que esperar do produto. Dá a entender que esta caixa possui produtos que são relevantes aos “celiquinhos”.
<b>Celí</b>	Nome mais lúdico, remetendo a ideia de uma mascote, fácil de pronunciar, junta as duas primeiras sílabas da palavra celíaca.

Fonte: autora (2021).

Dentre as alternativas de *namings*, foi escolhida a opção Celí por ser a mais lúdica, estando assim de acordo com a temática do presente projeto, também sendo escolhida por ser de fácil pronúncia e lembrança. Esta opção pega as primeiras duas sílabas da palavra celíaca e as transforma em algo mais fácil de ser pronunciado, principalmente por crianças que estão em idade escolar. É entendido, por meio das entrevistas realizadas previamente, que nem sempre os pequenos têm situações positivas após o diagnóstico, afinal, é uma doença e com ela surge também toda a carga relacionada à preocupação com a saúde. Este nome se manifesta como uma forma divertida de atrair um público que precisa entender a gravidade da DC, mas – ao mesmo tempo – não pode encará-la como algo negativo.

Antes desenvolver as formas, foi pesquisado se a opção escolhida estava disponível para registro de marca no site do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), entidade responsável por garantir os direitos sobre marcas e patentes no Brasil.

Figura 48 – Consulta para Celí

The screenshot shows the INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'BRASIL', 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. Below this is the INPI logo and the text 'Instituto Nacional da Propriedade Industrial - Ministério da Economia'. The main heading is 'Consulta à Base de Dados do INPI' with a link for '[ Início | Ajuda? ]'. The search results section shows: '» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura ]', 'RESULTADO DA PESQUISA (27/05/2021 às 20:05:21)', 'Marca: Celí', and 'Classificação de Nice - NCL: 28'. A message states: '- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.' Below this is an 'AVISO' (Warning) regarding the search process. At the bottom, it says 'Dados atualizados até 25/05/2021 - Nº da Revista:' and provides the address 'Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910' along with the 'Fale conosco' logo.

Fonte: INPI (2021).

### 7.2.2 Storytelling

O nome Celí acompanha um *storytelling* que, segundo Lupton (2017), é uma forma de fisgar a imaginação do usuário, ajudar a estimular a curiosidade, ilustrar ideias e chamar para a ação. Lupton (2017, p. 36, tradução da autora) também define a história como “o processo de responder questões e resolver a incerteza” que, no caso da doença celíaca, são muitas. Assim, a autora elenca cinco tópicos que compõem uma história, são eles:

- a) Arco: começo, meio e fim. Temos o diagnóstico, a jornada de conhecimento e o entendimento sobre a doença.
- b) Mudança: a ação que transforma o personagem. Através da jornada por conhecimento, a criança entenderá o que acontece com seu corpo caso coma glúten e os motivos pelos quais deve ficar sem.
- c) Tema: a ação que está ligada a um propósito, definido como a busca por entendimento da doença celíaca.
- d) Coerência: a ação se baseia em detalhes concretos e relevantes. Através das pesquisas e entrevistas feitas previamente, justifica-se a realização de um projeto voltado à informação.

e) Plausibilidade: a ação é crível. A criança, através da conexão estabelecida com sua própria realidade pelo *storytelling*, entenderá como proceder nas diversas situações que podem aparecer em sua vida pós-diagnóstico.

Por meio da criação deste *storytelling*, pretende-se estabelecer uma conexão com a criança através de uma história que tem ligação direta com o contexto vivido por ela atualmente. Após o diagnóstico da doença celíaca, tanto a criança quanto seus tutores, iniciam uma jornada de descobertas. Este caminho percorrido para obter informações e entendimento claros sobre a doença faz parte do arco narrativo que se pretende construir através da realização deste projeto.

#### 7.2.2.1 Celí

Celí é a personagem que acompanha a criança nesta jornada de descobertas pós-diagnóstico da doença celíaca. Ela é uma bactéria que vive no intestino delgado e precisa da ajuda da criança para se manter forte e saudável. No intestino, ela comanda a digestão dos alimentos, quebrando-os em mil pedacinhos e absorvendo os nutrientes. Quando a criança come alimentos com glúten, a Celí fica doente e sem forças para realizar as atividades que deveria, acabando por deixar a criança fraca e com os sintomas que a fazem se sentir mal, como dor de barriga, diarreia, vômito, perda de peso, entre outros. A criança precisa manter uma dieta saudável, longe do glúten para que ela e a Celí possam ficar fortes e com muita energia.

A Celí gosta de estimular a criança, com perguntas e desafios, que a fazem exercitar sua capacidade de aprendizado e a ajuda a entender o que está acontecendo com seu corpo. Além disso, é uma forma de auxiliá-la a lidar com situações que irá enfrentar posteriormente. A bactéria age como uma amiga da criança, ajuda a entender todas as mudanças que vão ser necessárias na vida dela.

Figura 49 – Personagem Celí



Fonte: autora (2021).

### 7.2.3 Tagline

Para dar suporte à marca Celí, notou-se a necessidade de ter uma *tagline* que, segundo Wheeler (2018, p.28, tradução da autora), é definida como “uma frase curta que capta a essência, personalidade e posicionamento da marca.”. A autora também define as características essenciais para a *tagline* ideal:

- a) Curta
- b) Diferente dos concorrentes
- c) Única
- d) Captura a essência e o posicionamento da marca
- e) Fácil de falar e de lembrar
- f) Sem conotações negativas
- g) Exibida em fonte pequena

- h) Pode ser protegida e registrada
- i) Evoca resposta emocional
- j) Difícil de criar

Baseado nessas características essenciais, foram criadas opções para acompanhar a marca que refletissem o que é a Celí.

Quadro 4 – Opções de *tagline* para a marca Celí

Caixa de curiosidades
Caixa das descobertas
Começando minha vida celíaca
Descobrimo a doença celíaca
Explorando a doença celíaca
Lidando com a doença celíaca / Lidando com a celíaca
Caixa do celíaco
Aprendendo sobre a doença celíaca

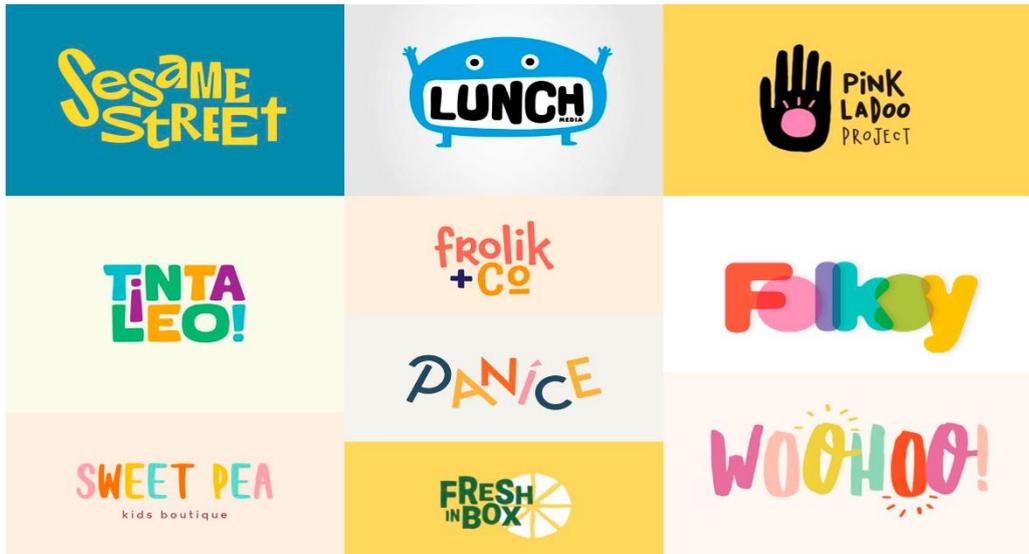
Fonte: autora (2021).

Foi escolhida a opção “descobrimo a doença celíaca” por dar suporte à marca principal, Celí, e ser a alternativa que mais deixa claro o que esperar ao comprar o produto.

#### 7.2.4 Criação de formas

A criação de formas, segundo Lupton (2013), é quando uma ideia será expressada visualmente. Portanto, com base na opção selecionada durante a criação do *namimg*, foi elaborado um *moodboard* com referências tipográficas. As escolhas refletem às tendências pesquisadas previamente e o que se deseja transmitir com a marca.

Figura 50 – Moodboard de referências tipográficas



Fonte: compilação da autora (2021).

Figura 51 – Estudo de formas - Tipografia Celi



Fonte: autora (2021).

Figura 52 – Guias da construção da marca



Fonte: autora (2021).

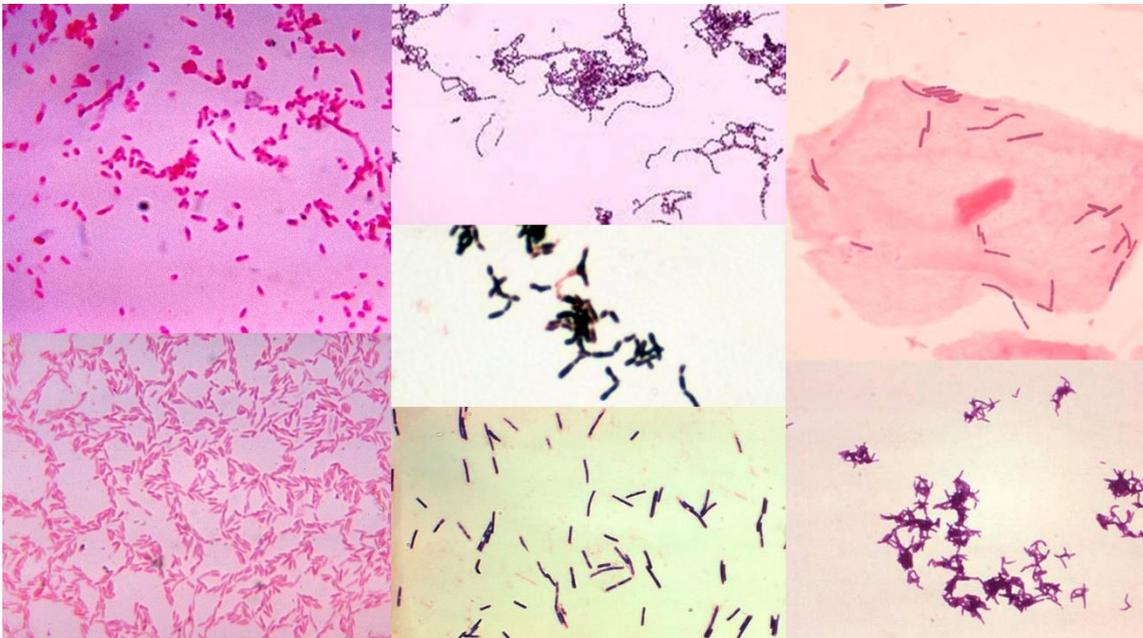
Como fonte complementar, foi usada a Montserrat Regular em caixa alta. Esta fonte e suas variações de peso também serão aplicadas no material adicional. Houve também a ideia de criação de um *pattern* baseado nas bactérias presentes no intestino humano e no formato do órgão. Como o tema do projeto é a doença celíaca e, conforme comentado na fundamentação teórica, a DC é uma doença relacionada ao sistema imunológico, optou-se por um *pattern* que faça alusão ao próprio trato intestinal e às bactérias que têm ligação com a microbiota intestinal, que “desempenha um papel fundamental na indução, treinamento e função do sistema imunológico do sistema hospedeiro” (BELKAID; HAND, 2014, p. 1, tradução da autora).

O trato gastrointestinal abriga a maior população de organismos comensais no corpo humano e, como tal, é lar de um conjunto único de mecanismos imunorreguladores que evitam a ativação desnecessária do sistema imunológico contra antígenos inócuos, incluindo aqueles expressos pela microbiota. (BELKAID; HAND, 2014, p. 17, tradução da autora).

Segundo Guarner (2006, p. 6, tradução da autora), “o habitat intestinal de um indivíduo adulto contém 300–500 espécies diferentes de bactérias” sendo os gêneros dominantes *Bacteroides*, *Bifidobacterium*, *Eubacterium*, *Clostridium*, *Lactobacillus*,

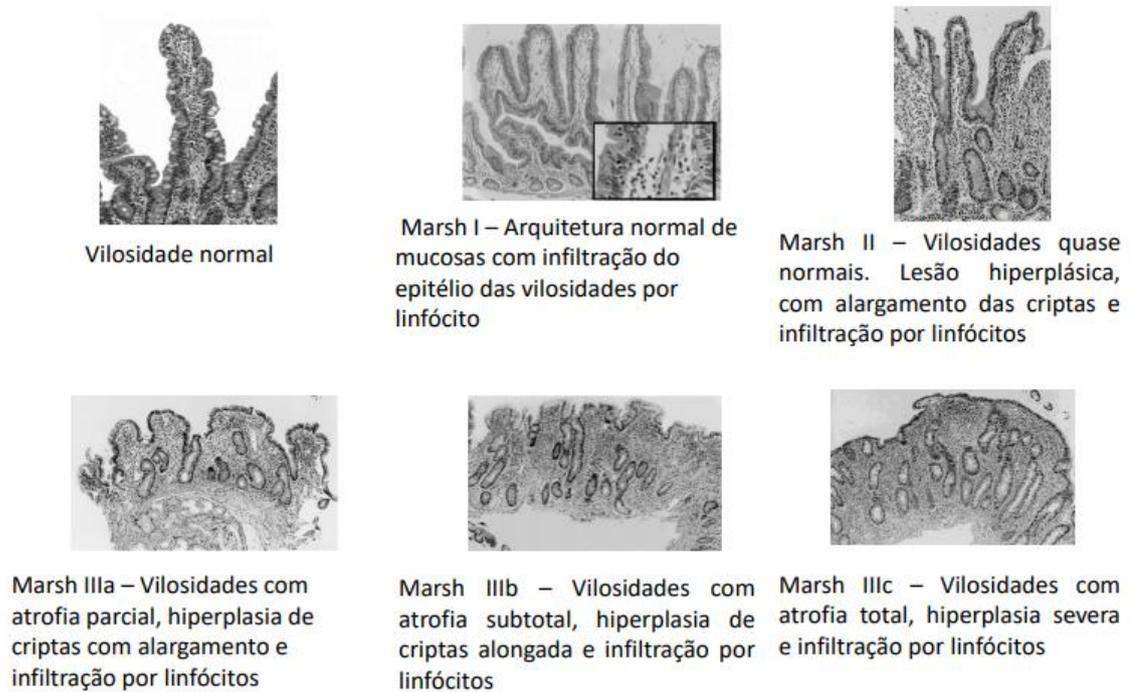
*Fusobacterium* e vários cocos Gram-positivos anaeróbios. O autor comenta que a interação entre um hospedeiro e suas bactérias é uma relação simbiótica, portanto, sendo benéfica para ambos, na qual o hospedeiro fornece um habitat rico em nutrientes e as bactérias o retribuem com benefícios para a saúde dele. Esse trecho faz ligação com o *storytelling* já definido para o presente projeto, no qual diz que as bactérias, lideradas pela Celí e com o suporte da criança, ajudam na manutenção da saúde. Dessa forma, para a criação do *pattern*, a referência foi o formato dos gêneros de bactérias mencionados no parágrafo anterior e a arquitetura das vilosidades do intestino.

Figura 53 – Gêneros de bactérias presentes no intestino



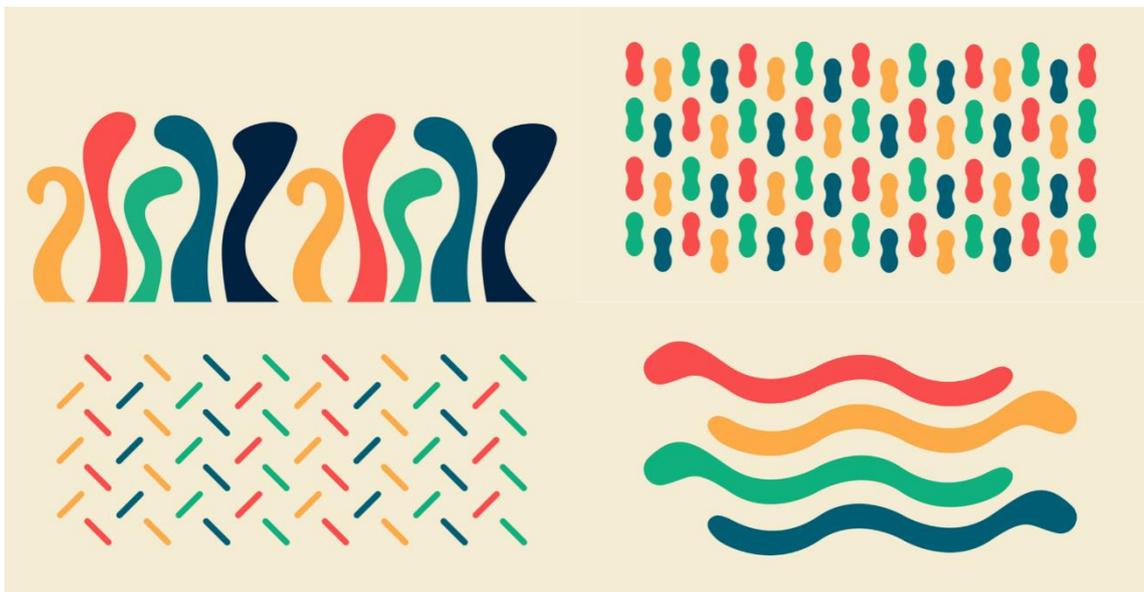
Fonte: compilação da autora (2021).

Figura 54 – Vilosidades do intestino - Exemplos da escala de Marsh para diagnóstico da doença celíaca



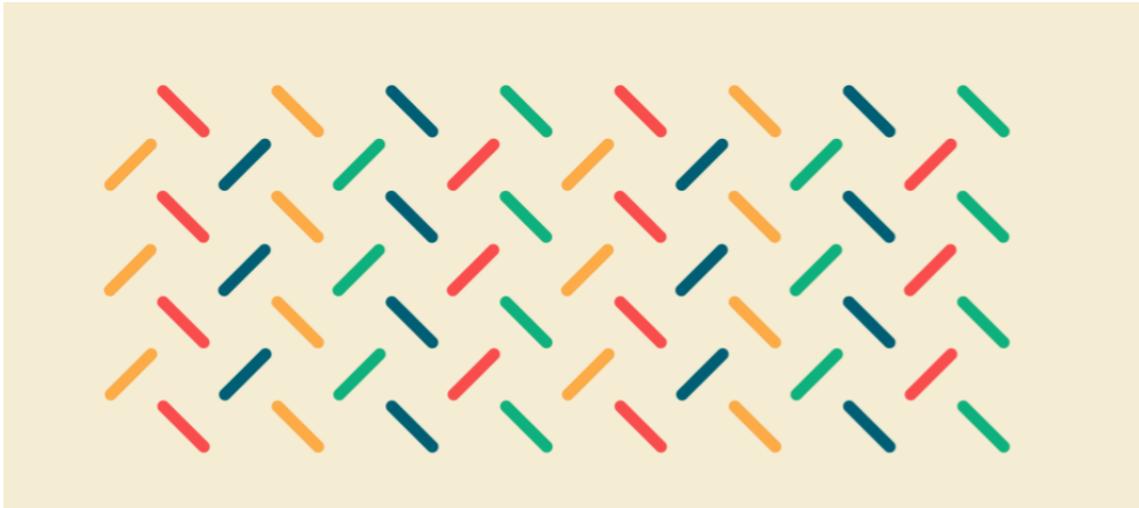
Fonte: Prof. Dr. Erasmo Benicio Santos de Moraes Trindade <sup>4</sup> (20--).

Figura 55 – Estudo de formas para o *pattern*



Fonte: autora (2021).

<sup>4</sup> Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/187306>>.

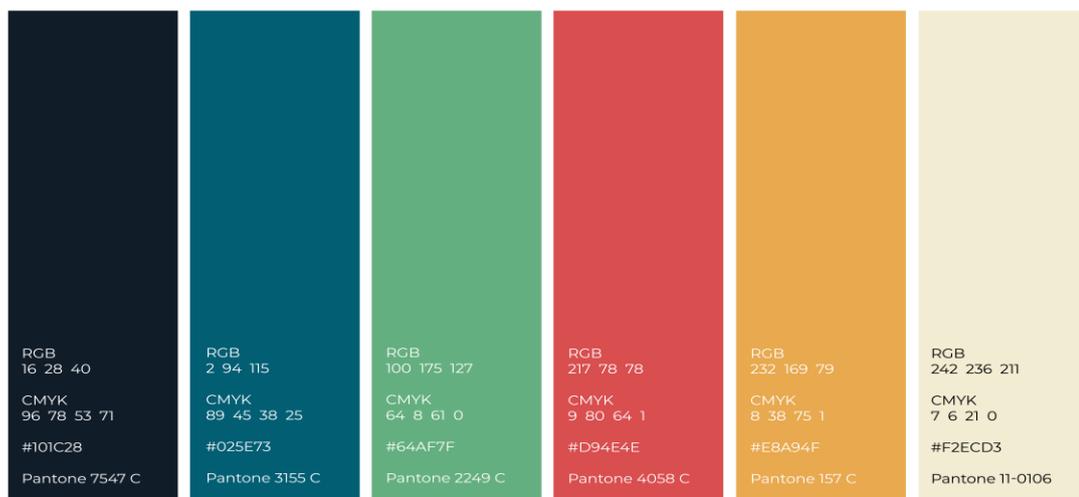
Figura 56 – *Pattern final*

Fonte: autora (2021).

### 7.2.5 Cromia

A cromia da marca foi baseada nas pesquisas visuais realizadas previamente, nas quais nota-se uma variedade de cores nos produtos voltados ao público infantil, fugindo do monocromático. Abaixo, na Figura 58, há as cores escolhidas.

Figura 57 – Paleta de cores da marca



Fonte: autora (2021).

Figura 58 – Cores aplicadas na marca



Fonte: autora (2021).

### 7.3 DESIGN DE PRODUTO

Sendo parte do objetivo geral deste projeto o desenvolvimento de um produto, o qual compartilhe informações referentes à doença celíaca para crianças de forma lúdica, simples e clara, foi pensada a elaboração de uma caixa contendo materiais que visam promover o ganho de conhecimento e reforçar a necessidade de identidade da criança com o próprio diagnóstico. O material que faz parte da Celí inclui:

- a) Uma brincadeira com massinha de modelar, a qual a criança precisa modelar alimentos e depois separá-los em pratos entre com glúten e sem glúten.
- b) Um saco de perguntas, com o qual o tutor sorteia uma pergunta para fazer à criança.
- c) Um livro com informações sobre a doença celíaca, receitas e dicas de onde encontrar informações seguras e atualizadas sobre a doença na internet, para acompanhamento dos tutores.
- d) Um caderno para anotações, no qual a criança pode criar seu próprio livro de receitas em conjunto com os tutores.
- e) A carteirinha do celíaco, na qual constam informações sobre a criança e uma breve explicação sobre os cuidados necessários referentes à preparação de alimentos seguros.

- f) Adesivos “sem glúten”, que podem ser colados nos produtos para fácil identificação da criança.
- g) *Bottons* com o desenho da personagem Celí.
- h) Um avental de cozinheiro para a criança auxiliar os tutores no preparo das refeições.

### 7.3.1 A brincadeira

Com o objetivo de unir uma atividade motora, lúdica e educativa para as crianças, foi elaborada uma brincadeira que contém 2 pacotes de massinha de modelar; pratos identificados como sendo um com glúten e outro sem glúten. Na atividade, a criança deve modelar alimentos sugeridos e depois separá-los corretamente nos pratos.

As orientações para a realização da brincadeira estão descritas abaixo e estarão presentes também no livro que acompanha o projeto.

*Recomendamos a participação de um adulto que possa ajudar a criança na realização desta atividade.*

*Esta brincadeira foi feita para ajudar as crianças a memorizarem quais são as comidas seguras a elas. Para realizá-la, você vai precisar de:*

*Massinha de modelar*

*2 pratinhos*

*(Material incluso dentro da caixa).*

*Para começar a brincadeira, você, adulto, deverá seguir as sugestões de alimentos a serem modelados abaixo, mas pode também sugerir outras opções, de acordo com o que você sabe que a criança conhece e gosta. Há também a opção de deixá-la criar livremente diversos alimentos. Aqui quem manda é a criatividade!*

*Nossa sugestão é ela modelar os seguintes alimentos: cenoura, banana, brócolis, milho, laranja, pacote de bolacha recheada, biscoito, maçã, pão feito com trigo e pão feito com batata (sugira usar cores diferentes para diferenciá-los), carne (pode ser um bife) e um prato com massa. Você pode sugerir pratos que ela já conheça para deixar ainda mais fácil a memorização.*

*Depois de modelar cada um, você precisa pedir a ela para separar nos pratos corretamente, colocando os que são sem glúten no prato “sem glúten” e os com glúten no prato “com glúten.”. Esta atividade vai ajudá-la a memorizar de uma forma divertida*

*quais são os alimentos naturalmente sem glúten e que ela pode consumir e os que não são.*

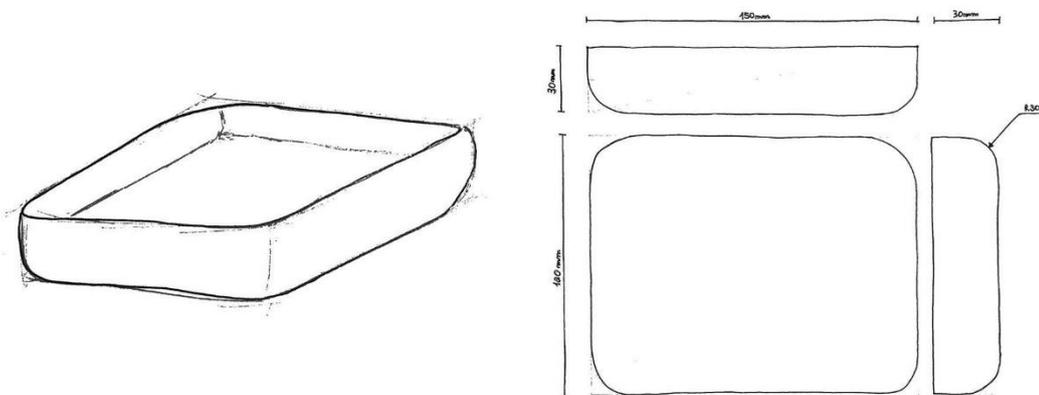
Figura 59 – Exemplos de modelagem com massinha de modelar



Fonte: autora (2021).

Para esta brincadeira, também há dois pratos. Abaixo, há o esboço deles – que são iguais, sendo diferentes apenas na cor e no adesivo. No apêndice deste projeto, encontram-se os desenhos técnicos.

Figura 60 – Esboços do prato



Fonte: autora (2021).

Figura 61 – Vistas dos pratos



Fonte: autora (2021).

### 7.3.2 Saco de perguntas

No presente trabalho, também incluída uma caixa de perguntas. O tutor pode pescar aleatoriamente uma pergunta do material e lê-la à criança, que deve respondê-la. Sua finalidade é trabalhar a memória da criança, podendo ser realizada quantas vezes forem desejadas e necessárias.

Abaixo, há as perguntas presentes em cada carta, bem como as respostas, que estarão indicadas na própria carta, mas na parte inferior e de cabeça para baixo. Cada uma delas terá 5,5 centímetros de largura por 8,5 centímetros de altura e cantos arredondados. Estas cartas também virão acompanhadas de um saco de tecido para armazenamento. Perguntas e respostas abaixo:

- 1) O nome do alimento que celíacos não podem comer se chama \_\_\_\_ (glúten).
- 2) O glúten pode ser encontrado em produtos que são feitos de \_\_\_\_, \_\_\_\_, \_\_\_\_ e \_\_\_\_ (trigo, centeio, cevada e aveia).
- 3) O glúten também pode estar presente nas \_\_\_\_, \_\_\_\_ e \_\_\_\_ (tintas, massinha de modelar e balões). Portanto, eu preciso sempre confirmar com os papais ou professores se eles são seguros para eu usar na escola.
- 4) Quando alguém me oferecer comida, qual a primeira coisa que preciso dizer para esta pessoa? (Algo próximo de: “preciso pedir para meus pais se essa comida é segura para mim”).
- 5) Se algum colega oferecer comida para mim, o que eu digo para ele? (Algo próximo de: “desculpa colega, mas sou celíaco e não posso comer porque não sei se é seguro para mim”).
- 6) Que frase eu devo procurar nos pacotes de comida para saber se ele é seguro para mim ou não? (Não contém glúten).
- 7) Dentre os alimentos que naturalmente são sem glúten nós temos as \_\_\_\_ e \_\_\_\_ (frutas e verduras).
- 8) Se eu sentir dor de barriga, vontade de vomitar ou vontade de sair correndo para o banheiro pode ser um sinal que eu \_\_\_\_\_ (comi glúten).
- 9) Se alguém me falar que se eu comer só um pouquinho não vai fazer mal eu devo responder que \_\_\_\_\_ (algo próximo de: até mesmo um pouquinho pode me fazer mal).
- 10) Se alguém fizer piadas comigo por ser celíaco, posso responder a esta pessoa? (Algo próximo de: não tem graça fazer piada com a condição de outra pessoa. Tenho muito orgulho em ser celíaco e cuidar da minha saúde).

Figura 62 – Exemplo de aplicação no saco de tecido



Fonte: autora (2021).

Figura 63 – Cartas com perguntas

<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>O nome do alimento que celíacos <b>não podem comer</b> se chama _____</p> <p>Resposta: glúten</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>O glúten pode ser encontrado em produtos que são feitos de _____ e _____</p> <p>Resposta: trigo, centeio, cevada e aveia</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>O glúten também pode estar presente nas _____ e _____ portanto eu preciso sempre confirmar com os papais ou professores se eles são seguros de usar na escola.</p> <p>Resposta: tintas, massinha de modelar e calças</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Quando alguém me <b>oferecer comida</b>, qual a primeira coisa que preciso dizer para esta pessoa?</p> <p>Resposta: "preciso pedir para meus pais se essa comida é segura para mim"</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Se algum <b>colega</b> oferecer comida para mim, o que eu digo para ele?</p> <p>Resposta: "desculpa colega, mas sou celíaco e não posso comer essa comida porque não sei se é segura"</p>
<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Que <b>frase</b> eu devo procurar nos <b>pacotes de comida</b> para saber se ele é seguro para mim ou não?</p> <p>Resposta: não contém glúten</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Dentre os alimentos que <b>naturalmente são sem glúten</b> nós temos as _____ e _____</p> <p>Resposta: frutas e verduras</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Se eu sentir dor de barriga, vontade de vomitar ou vontade de sair correndo para o banheiro pode ser um sinal de que eu _____</p> <p>Resposta: cont glúten</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Se alguém me falar que se eu "<b>comer só um pouquinho não vai fazer mal</b>" eu devo responder que _____</p> <p>Resposta: "se mesmo um pouquinho pode me fazer mal"</p>	<p><b>PERGUNTA</b></p> <p>Se alguém fizer <b>piadas</b> com você por ser celíaco, como você pode responder esta pessoa?</p> <p>Resposta: "ela tem graça fazer piadas com a condição de outra pessoa, tanto muito orgulho quanto para cuidar da minha saúde"</p>

Fonte: autora (2021).

### 7.3.3 Livro

O livro foi criado partindo da necessidade de se ter uma fonte segura de informações sobre a doença e de um material que comunique claramente sobre o diagnóstico que a criança recebeu. Ele inclui informações gerais sobre a doença, receitas simples de serem feitas pelos tutores – e que agradam as crianças – e dicas de perfis de redes sociais digitais e grupos, nos quais podem ser encontradas mais informações e serem feitas trocas de experiências entre outros tutores e celíacos. Além disso, ele também inclui o manual de instruções da brincadeira. A escrita é pensada para ser lida pelo tutor, que tem como papel passar as informações à criança. É possível que a criança também leia junto ao tutor caso seja alfabetizada. Abaixo o texto presente no livro:

*Olá! Eu sou a Celí. Eu sou uma bactéria que vive no intestino delgado dos celíacos e preciso da sua ajuda para manter tanto eu quanto você fortes e saudáveis. Aqui no intestino, eu comando a digestão dos alimentos, quebrando-os em mil pedacinhos e absorvendo os nutrientes. Quando um celíaco come alimentos com glúten, eu fico doente e sem forças para realizar as atividades que deveria, o que acaba deixando-o fraco também e com todos aqueles sintomas que o faz se sentir mal, como dor de barriga, diarreia, vômito, perda de peso, entre outros. Por isso, quem é celíaco, precisa manter uma dieta saudável, longe do glúten para que assim a gente possa ficar forte e com muita energia. Agora, vamos juntos para a jornada da descoberta da doença celíaca?*

*Você sabe o que é a doença celíaca?*

*Ela é uma doença que acontece principalmente no intestino e faz com que muitos de seus portadores tenham dor de barriga, perda de peso, não sintam fome, tenham dificuldade de crescimento e todos nós sabemos que isso é muito ruim para o nosso corpo.*

*Hoje, nós não temos cura para a doença celíaca, mas tem uma coisa que você pode fazer que vai te ajudar a ficar forte e saudável e não ter todos aqueles sintomas ruins: ficar longe do glúten!*

*O que é o glúten?*

*O glúten é uma proteína que está presente no trigo, cevada, centeio e aveia. Ele é quem fazia você passar mal depois de comer pão e está presente em diversos alimentos, como bolachas recheadas, massas, bolos, entre outros. Mas não se preocupe, estes pratos podem ser feitos com ingredientes sem glúten.*

*Abaixo, nós temos uma tabela, na qual mostramos quais são os alimentos naturalmente sem glúten e os que você deve ficar atento!*

*COM GLÚTEN: pães e bolos feitos com trigo, centeio e aveia; bolachas recheadas; coxinhas, pastéis e salgados com massa de farinha de trigo; produtos industrializados (fique atento ao rótulo!); chocolates e doces tipo Tortuguita e Fini (estes produtos às vezes não contém glúten na composição, mas são manipulados em ambiente ou maquinário que tem, então estão rotulados como “contém glúten”);*

*SEM GLÚTEN: frutas; verduras; carne; arroz, milho, mandioca, batata; castanhas, amendoim e nozes (fique atento a procedência desses alimentos. Na dúvida, fale com o gerente do local);*

*Uma dica é sempre prestar atenção à farinha de trigo, já que ela é a que mais aparece nos rótulos das embalagens. As sem glúten costumam levar farinha de arroz, mandioca, milho, soja, amido de milho ou fécula de batata, que são ótimas opções para substituir a de trigo, ainda sendo saborosas.*

*Quem recebeu o diagnóstico da doença celíaca precisará fazer algumas mudanças em sua alimentação e em sua vida.*

*CUIDADOS: primeiro, você precisará tirar todo glúten dos alimentos da casa, assim você deixará seu lar seguro para um celíaco. Para fazer isso, você precisa parar de comprar produtos que contenham glúten. Isso é fácil pois, atualmente, quando você compra um produto, a embalagem dele já possui a informação sobre conter ou não glúten. É só procurar por: NÃO CONTÉM GLÚTEN*

*Se na embalagem não estiver escrito “não contém glúten”, não arrisque! Esse erro pode fazer mal à sua saúde.*

*Ao comprar produtos, você precisa estar atento à lista de ingredientes. Por isso, abaixo, temos uma lista com as nomenclaturas que podem aparecer para ajudar você. É sempre bom ter uma colinha por perto até você decorar.*

*(Tabela com as nomenclaturas) Português: trigo, aveia, centeio, cevada. Inglês: wheat, oat, barley, rye. Latim: triticum vulgare, avena sativa, hordeum vulgare, secale cereale. A versão em Latim geralmente é a que vem escrita nos produtos de beleza, como shampoos e sabonetes. Você também precisa estar atento a estes produtos!*

*EXERCÍCIO: você pode fazer um exercício para treinar em casa com as crianças. Vá até a despensa e pegue um pacote da primeira comida que você encontrar. Nela, você vai precisar identificar se contém ou não glúten procurando pela*

frase **NÃO CONTÉM GLÚTEN/CONTÉM GLÚTEN**. Se você encontrou a primeira, isso significa que é um alimento seguro para celíacos.

Pode acontecer de alguma marca não rotular corretamente (mesmo sendo Lei!). Fique atento caso esteja escrito “não contém glúten”, mas na lista de ingredientes você veja um “pode conter trigo, cevada, centeio e aveia”. Se está escrito que “pode conter”, significa que o produto não é seguro, pois até mesmo um pouquinho pode fazer mal para um celíaco.

**TRIPLA LAVAGEM<sup>5</sup>**: você vai precisar limpar seus utensílios domésticos também!

O glúten, infelizmente, fica “grudado” nos utensílios, portanto, para torná-los seguros aos celíacos, é necessário realizar uma lavagem tripla neles.

**COMO FAZER:**

1. Faça uma mistura com detergente, vinagre e uma colher de sopa de bicarbonato de sódio.
2. Lave com água morna e junto à mistura feita no item 1 todos os utensílios (vasilhas, copos, pratos, talheres, fogão, forno, potes, superfícies e armários).
3. Enxágue e jogue a esponja utilizada no lixo.
4. Repita o processo usando outra esponja!
5. Enxague tudo, e repita novamente. Ao final, jogue todas as esponjas fora e passe álcool 70°.

**E OS ELETRODOMÉSTICOS?** Calma! Você não precisa trocar tudo! Faça a limpeza sugerida acima e, se necessário, leve a uma assistência técnica para fazer limpeza interna (por exemplo, das batedeiras). Num primeiro momento, você pode usar alumínio para proteger e esquentar os alimentos ou até mesmo embalagens próprias para isso.

**NA ESCOLA:** além da comida, você precisa olhar se as massinhas de modelar, tintas e balões que são usados contêm ou não glúten. Por incrível que pareça, eles também podem ser um risco para os celíacos!

Procure nos ingredientes por “carboidrato de cereal ou amido”. Eles **PODEM** ser feitos de trigo. Na dúvida, envie uma mensagem ao SAC da marca usada e solicite mais informações. É importante que os responsáveis conversem com a coordenação

---

<sup>5</sup> Orientações referentes à tripla lavagem disponíveis em: <<https://www.naocontemgluten.org/tripla-lavagem-como-limpar-o-gluten/>>.

da escola para garantir que a criança terá um espaço seguro para poder realizar as atividades.

Se algum colega da criança oferecer o lanche dele, ela não deve aceitar, pois não sabe se é seguro ou não. A criança pode, educadamente, recusar dizendo “desculpa colega, mas sou celíaco e não posso comer sua comida porque não sei se é segura, mas agradeço que você me ofereceu.”. Com certeza, ele irá entender!

Pode acontecer também de algum colega fazer piada com um celíaco por não poder comer a mesma comida que ele. Nesses casos, é preciso manter a calma e apenas dizer “não tem graça fazer piada com a condição de outra pessoa, isso é falta de respeito. Tenho muito orgulho em ser celíaco e cuidar da minha saúde.”

NA COZINHA: se a criança já costuma ajudar seus pais ou responsáveis no preparo das refeições, ótimo! Se não tem o costume, pegue o avental que veio na caixa, coloque na criança e vamos botar a mão na massa! Nós temos duas receitas fáceis<sup>6</sup> e deliciosas para você fazer com a ajuda dela.

#### *Bolo de abacaxi caramelado*

*Ingredientes: 1 ½ xícara de mix de farinha sem glúten (recomendamos a marca Beladri), ¾ xícara de açúcar cristal para o bolo e 4 colheres para a calda, 2 ovos, 50mL de óleo de soja ou o de sua preferência, 120mL de água, 1 colher de sopa de fermento em pó e rodela de abacaxi (suficiente para cobrir a base da sua forma, pode ser cortada em tirinhas).*

*Modo de preparo: misture primeiro os ingredientes líquidos e depois os ingredientes secos até formar uma massa homogênea. Acrescente o fermento em pó e mexa bem.*

*Na forma com a qual for assar (recomendamos o uso de uma redonda de 20cm), você fará o caramelo usando 4 colheres de açúcar. Para isso, coloque a forma com o açúcar em cima da boca do fogão em fogo baixo e movimente-a até o açúcar chegar ao ponto (dissolvido e de cor dourada). Nesta etapa, tome cuidado pois é muito fácil de ocorrerem queimaduras.*

*Caramelo feito, você irá dispor o abacaxi no fundo da forma e despejar a massa por cima. Coloque no forno pré-aquecido a 180°C por aproximadamente 40 minutos ou até dourar.*

---

<sup>6</sup> Receitas elaboradas pela autora.

*Desenforme logo após tirar do forno pois assim o caramelo e o abacaxi vão desgrudar facilmente da forma.*

### *Crepioca*

*Ingredientes: 1 ovo, 3 colheres de tapioca, sal e demais temperos a gosto.*

*Modo de fazer: em uma vasilha, bata o ovo com a tapioca e o sal até ter uma massa homogênea. Em uma frigideira pré-aquecida com 1 fio de azeite (ou sem, caso seja antiaderente) despeje o conteúdo da vasilha. Deixe dourar em fogo baixo de um lado e do outro. Recheie com o que preferir.*

*Sugestão de recheio: frango desfiado com cenoura ralada, mix de vegetais com queijo, carne moída com brócolis, queijo e batata-palha.*

*Dica: para deixar mais saborosa! Acrescente orégano (ou outro tempero de sua preferência) e algum grão, como gergelim ou linhaça na massa.*

*Dentro da caixa, você encontrará um caderno de anotação. Ele foi feito para você e a criança anotarem tudo que acharem curioso sobre a doença celíaca e as comidas novas que experimentarem. Nele, vocês podem anotar o que comeram, dar uma nota para a comida, fazer desenhos, guardar rótulos de produtos sem glúten que gostaram e, principalmente, criar suas próprias receitas! Nessa nova fase da sua vida, você e as crianças vão precisar usar a imaginação também para criar e adaptar o que já conhecem, então, sintam-se livres para criar.*

### *SACO DE PERGUNTAS*

*Na caixa, você encontrará um saco com perguntas sobre a doença celíaca. Depois de ter lido esse livro e passado as informações para a criança, você sorteará uma carta e fará a pergunta para verificar se ela já está craque quando o assunto é a doença celíaca. A finalidade delas é ajudar a fixar o conteúdo do livro.*

### *HORA DE BRINCAR*

*Recomendamos a participação de um adulto que possa ajudar a criança na realização desta atividade.*

*Ela foi elaborada para ajudar as crianças a memorizarem quais são os alimentos seguros a elas, sem glúten, quais não são, com glúten. Para realizá-la, você precisará de: massinha de modelar e 2 pratinhos (material incluso na caixa).*

*Para começar a brincadeira, você, adulto, deverá seguir as sugestões de comidas a serem modeladas abaixo, mas pode também sugerir outras opções, de*

*acordo com o que você sabe que a criança conhece e gosta, ou deixá-la criar livremente diversos alimentos. Aqui quem manda é a criatividade!*

*Nossa sugestão é ela modelar os seguintes alimentos: cenoura, banana, brócolis, laranja, bolacha, biscoito, maçã, tomate, pão de trigo e pão de batata, bife e massa. Você pode sugerir pratos que ela já conheça para deixar ainda mais fácil a memorização.*

*Depois de modelar cada um, você precisa pedir para que ela separe nos pratos corretamente, colocando os que são sem glúten no prato “sem glúten” e os com glúten no prato “com glúten.”. Esta atividade ajudará a criança a memorizar, de forma divertida, quais são os alimentos naturalmente sem glúten e que ela pode consumir.*

*PARA FICAR ATUALIZADO: aqui temos uma lista de perfis, grupos e sites onde é possível encontrar informações sobre a doença e trocar experiências.*

*Site: <https://www.riosemgluten.com.br/>*

*Instagram: @glutenfreetrips / @rio\_sem\_gluten / @fernandovaleriomedico / @nutrimichelinemedeiros / @poenorotulo / @johnny.gourmet.glutenfree / @chefcarlamaia / @meusegredinho / @naocontemglutendoc*

*Facebook: Viva Sem Glúten / Criança Celíaca / Cosméticos e Alimentos Sem Glúten*

*A Celí também é uma comunidade de celíacos! Em nosso site, você encontra um fórum com discussões sobre assuntos relacionados à doença celíaca, assim como nossa loja e uma página, na qual pode encontrar profissionais especialistas na doença.*

*Acesse: [celi.com.br](http://celi.com.br)*

Figura 64 – Capa e páginas do livro



Fonte: autora (2021).

O conteúdo completo do livro se encontra nos anexos deste projeto.

#### 7.3.4 Carteirinha do celíaco

A carteirinha do celíaco já é algo conhecido pelos portadores da doença. No site da Rio Sem Glúten são disponibilizadas algumas variações dela para serem impressas, conforme é mostrado na Figura 65 abaixo:

Figura 65 – Carteirinhas do celíaco disponíveis hoje

**SOU CELÍAC@**  
TENHO ALERGIA PERMANENTE AO GLÚTEN

NÃO POSSO ENTRAR EM CONTATO COM GLÚTEN:  
TRIGO, AVEIA, CEVADA, CENTEIO, MALTE E SEUS DERIVADOS

Posso ingerir apenas produtos que tenham no rótulo a inscrição: **NÃO CONTÉM GLÚTEN**

Contatos em caso de urgência:

Meu médico  Tel

Meus pais

Telefone  Telefone

Meu plano de saúde é:

Nome

Ender.

**SOU CELÍACA**  
TENHO ALERGIA PERMANENTE AO GLÚTEN

NÃO POSSO ENTRAR EM CONTATO COM GLÚTEN:  
TRIGO, AVEIA, CEVADA, CENTEIO, MALTE E SEUS DERIVADOS

Apenas posso ingerir produtos que tenham no rótulo a inscrição: **NÃO CONTÉM GLÚTEN**

Contatos em caso de urgência:

Meu médico  Tel

Parentes

Telefone  Telefone

Meu plano de saúde é:

Nome

Ender.

**SOU CELÍACO**  
TENHO ALERGIA PERMANENTE AO GLÚTEN

NÃO POSSO ENTRAR EM CONTATO COM GLÚTEN:  
TRIGO, AVEIA, CEVADA, CENTEIO, MALTE E SEUS DERIVADOS

Apenas posso ingerir produtos que tenham no rótulo a inscrição: **NÃO CONTÉM GLÚTEN**

Contatos em caso de urgência:

Meu médico  Tel

Parentes

Telefone  Telefone

Meu plano de saúde é:

Nome

Ender.

Escola

Nome

Foto 3 x 4

Fonte: Rio Sem Glúten (20--).

Para o presente projeto, foi elaborada uma nova versão dela, mais convidativa ao olhar das crianças e que ainda assim possa transmitir o redirecionamento necessário para quem não conhece a doença e precisa ter uma breve noção de como proceder com a criança. Nela, podem ser preenchidos os campos: nome da criança, nome dos responsáveis, telefone para contato, plano de saúde, nome do médico, telefone do médico. Há também informações sobre a DC, com o seguinte texto:

*Tenho a doença celíaca, isso significa que não posso entrar em contato com o glúten que está presente em alimentos feitos com trigo, cevada, centeio e aveia. É necessário que esteja escrito “não contém glúten” na embalagem de cada produto usado no preparo das refeições (a autora, 2021).*

Figura 66 – Carteirinha do celíaco - Vista frontal e posterior

The image shows two views of a celiac disease identification card. The front view (left) has a light beige background with a decorative border of colorful diagonal lines at the bottom. It features the title "SOU CELÍACO!" in bold red letters. Below the title, there is a paragraph explaining that the cardholder cannot consume gluten and lists wheat, barley, and rye as sources. It also states that products must be labeled "sem glúten" (gluten-free). A large white rectangular area is provided for a photo or signature. The back view (right) has a green background and contains six white input fields for personal information: Name, Responsible Person, Telephone, Health Plan, Doctor's Name, and Doctor's Telephone.

**SOU CELÍACO!**

Isso significa que não posso entrar em contato com o glúten que está presente em alimentos feitos com **trigo, cevada, centeio e aveia.**

É necessário que esteja escrito **"sem glúten"** na embalagem de cada produto usado no preparo das refeições.

NOME

RESPONSÁVEL

TELEFONE

PLANO DE SAÚDE

NOME DO MÉDICO

TELEFONE DO MÉDICO

Fonte: autora (2021).

A carteirinha é impressa em papel, permitindo que o responsável escreva nela.

Figura 67 – Carteirinha do celíaco - Exemplo de uso como crachá



Fonte: autora (2021).

### 7.3.5 Materiais complementares

Para acompanhar o jogo e o livro, foram incluídos materiais complementares como um caderno de anotações, adesivos, *bottons* e um avental para a criança. Todos eles personalizados com a marca e a personagem Celí. O caderno de anotações é feito em tamanho A5 (14,8 x 21 cm) e contém 40 folhas tipo offset 80g/m<sup>2</sup> sem pauta no miolo. Sua capa é feita em gramatura 250g/m<sup>2</sup> couché brilho.

Figura 68 – Exemplo de aplicação do caderno de anotações



Fonte: autora (2021).

Os adesivos são impressos em uma cartela de vinil brilho. Seu tamanho é de 5 x 5 centímetros.

Figura 69 – Exemplo de aplicação dos adesivos



Fonte: autora (2021).

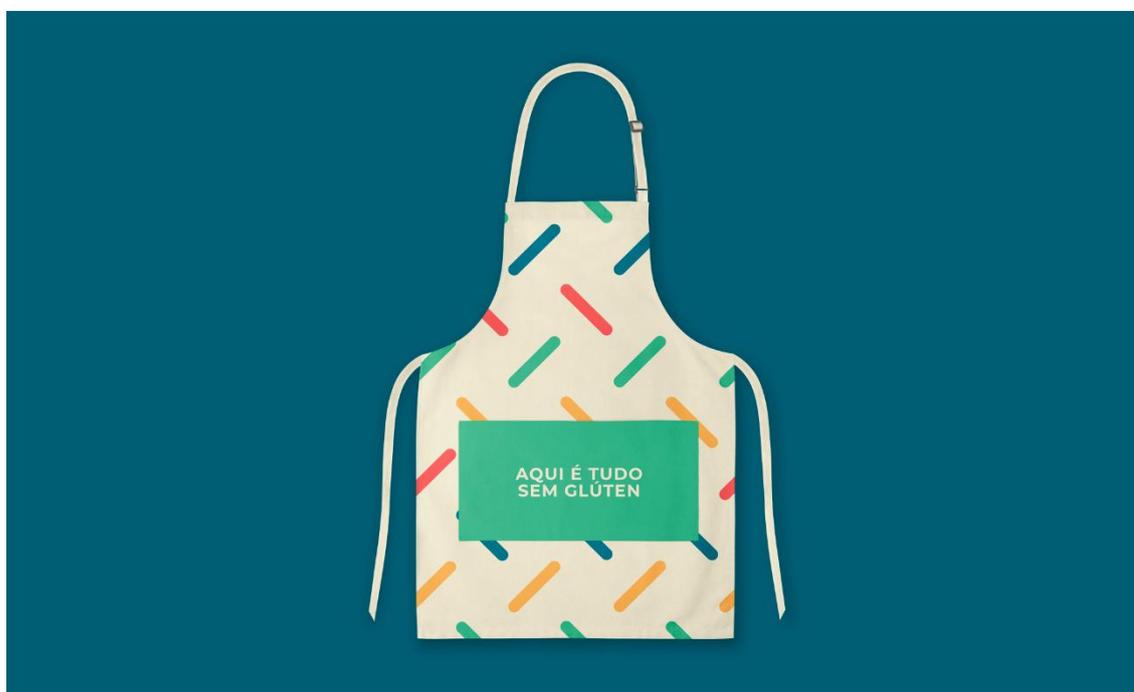
Os *bottons* são feitos de acrílico no tamanho 5 x 5 centímetros.

Figura 70 – Exemplo de aplicação dos *bottons*

Fonte: autora (2021).

Para o avental, considera-se a média de altura para crianças entre 4 e 6 anos que, segundo a Unimed (2010), é de no mínimo 92,5 cm de altura para meninas de 4 anos e de no máximo 126,2 cm de altura para meninos de 6 anos. Levando em conta o material presente no mercado hoje e que o avental precisa proteger a parte frontal do corpo da criança, do peito até a altura dos joelhos, evitando que se suje realizando as atividades, considera-se uma altura de 48 cm e uma largura de 38 cm.

Figura 71 – Exemplo de aplicação do avental



Fonte: autora (2021).

### 7.3.6 Inmetro

O Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) é o órgão responsável pela certificação de brinquedos. Conforme publicado na Portaria nº 563, de 29 de dezembro de 2016, cada brinquedo precisa estar de acordo com normas que garantem a segurança das crianças durante seu uso e requer certificação para sua comercialização.

Para os materiais presentes no produto deste projeto, destacam-se os requisitos técnicos presentes na Portaria nº 563 que diz “os brinquedos não podem ser tóxicos” (p. 5), “todos os brinquedos devem ser projetados e construídos de forma que reduzam ao mínimo os riscos de acidentes provocados pela movimentação de suas partes” (p. 7) e

O grau de risco presente durante o uso adequado dos brinquedos, especialmente em relação às suas funções, dimensões e características, deve estar em proporção à capacidade dos usuários e, neste caso, de seus responsáveis, conforme acontece com os brinquedos destinados ao uso por crianças menores de 36 meses (p. 4).

Segundo o Anexo A da Portaria Inmetro nº 563/2016 (p. 59), massa de modelar é considerada brinquedo quando acompanhada de outro brinquedo cuja função seja criar com a massa de modelar – no caso deste projeto, com os moldes. Quando comercializada individualmente, é considerada artigo escolar. Para o presente projeto, por se tratar de um estudo, não há necessidade de buscar essa certificação, mas – se isso se fizesse necessário – precisaria estar de acordo com o regulamento técnico estabelecido.

### 7.3.7 Embalagem

Para carregar e abrigar todos os materiais deste projeto, foi elaborada uma caixa. Abaixo, há um *mockup* com exemplo de aplicação. Nos apêndices é possível visualizar a arte completa e a faca de corte. Ela é feita de papelão com espessura de 3mm e suas medidas são 29 x 19 x 6 cm.

Figura 72 – Exemplo de aplicação da arte na caixa



Fonte: autora (2021).

### 7.3.8 Materiais e processos

Para a construção deste projeto, tornou-se necessário definir as dimensões, materiais e processos de cada produto que o compõe. Abaixo, há uma tabela com as definições.

Quadro 5 – Materiais e processos

PRODUTO	DIMENSÕES	MATERIAL	PROCESSOS
Carteirinha do celíaco	5,5 x 8,5 cm	Papel couchê fosco 250g/m <sup>2</sup>	Impressão digital
Cartas	5,5 x 8,5 cm	Papel couchê brilho 250g/m <sup>2</sup>	Impressão digital
Massinha de modelar	6 cores / 90 g	Amido de milho, água, sódio, corantes e aromatizantes	-
Saco das cartas	21 x 12,5 cm	Algodão/cordão	Costura e impressão UV
Livro	14,8 X 21 cm (A5)	Capa couchê 250g/m <sup>2</sup> e miolo 80g/m <sup>2</sup> offset, grampo	Impressão digital
Caderno de anotações	14,8 X 21 cm (A5)	Capa couchê 250g/m <sup>2</sup> e miolo 80g/m <sup>2</sup> offset, grampo	Impressão digital
Adesivos	5 cm de diâmetro	Vinil brilho	Impressão digital
Bottons	5 x 3 cm	Acrílico	Impressão UV
Avental	48 x 38 cm + alças da 40 cm cada	50% policloreto de vinila, 50% polipropileno	Impressão UV
Caixa	29 x 19 x 6 cm	Papelão 3mm	Impressão UV

Fonte: autora (2021).

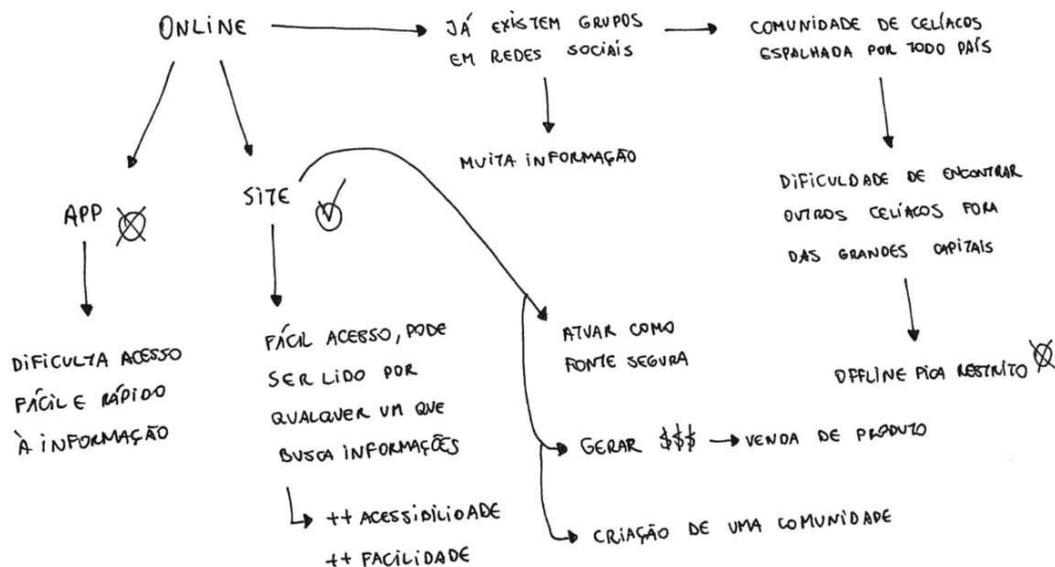
#### 7.4 DESIGN DE SERVIÇO

Com as pesquisas realizadas nas etapas iniciais da criação deste projeto, notou-se forte presença da conexão digital entre celíacos por todo o Brasil. Os grupos em redes sociais, nos quais há trocas de experiências, receitas e conversas sobre assuntos pertinentes, são o método mais popular e eficiente de relação entre celíacos.

O design de serviços ajuda a criar novos serviços ou a melhorar os já existentes, de modo a torná-los mais úteis, utilizáveis e desejáveis para os clientes, bem como eficientes e eficazes para as organizações. Trata-se de uma nova área de atuação do design que se caracteriza como holística, multidisciplinar e integradora (MORTIZ, 2005 apud STICKDORN; SCHNEIDER, 2014, p. 33).

Para dar início ao desenvolvimento do serviço, foi elaborado um Mapa de Expectativas que, segundo Stickdorn e Schneider (2014, p. 178), “são uma maneira útil de definir e rever aquelas áreas em que os clientes enfrentam problemas regularmente.”. Neste caso, o mapa foi feito com base nas entrevistas realizadas com tutores no Capítulo 5.2.

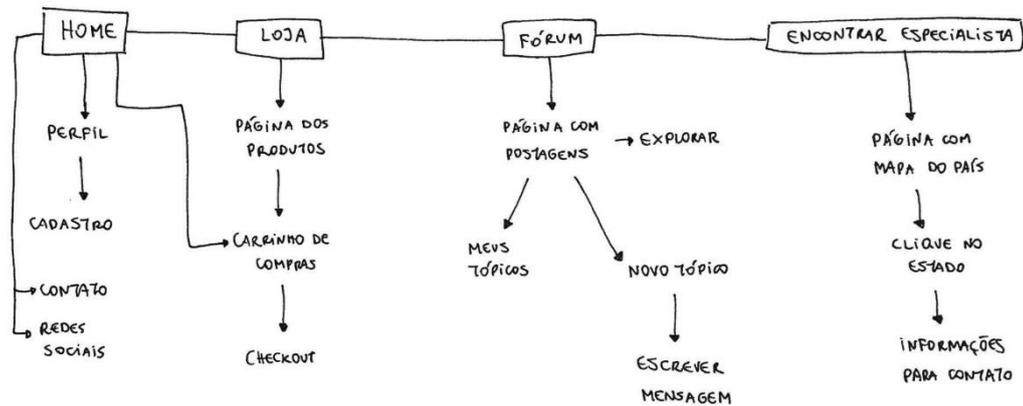
Figura 73 – Mapa de Expectativas



Fonte: autora (2021).

Exploradas as expectativas, partiu-se para a criação do *blueprint* do serviço que, segundo Stickdorn e Schneider (2014, p. 206), “são uma forma de especificar e detalhar cada aspecto individual de um serviço.”. Para o presente projeto, ele foi elaborado pensando na interação de um usuário com um site no qual, além de uma loja, onde será vendido o produto, há também um fórum para interação entre os clientes e uma aba onde encontram-se profissionais especialistas em doença celíaca.

Figura 74 – *Blueprint* do serviço



Fonte: autora (2021).

Para melhor compreensão de todas as partes envolvidas no serviço, elaborou-se um *canvas* do modelo de negócio.

Figura 75 – *Canvas* do modelo de negócio



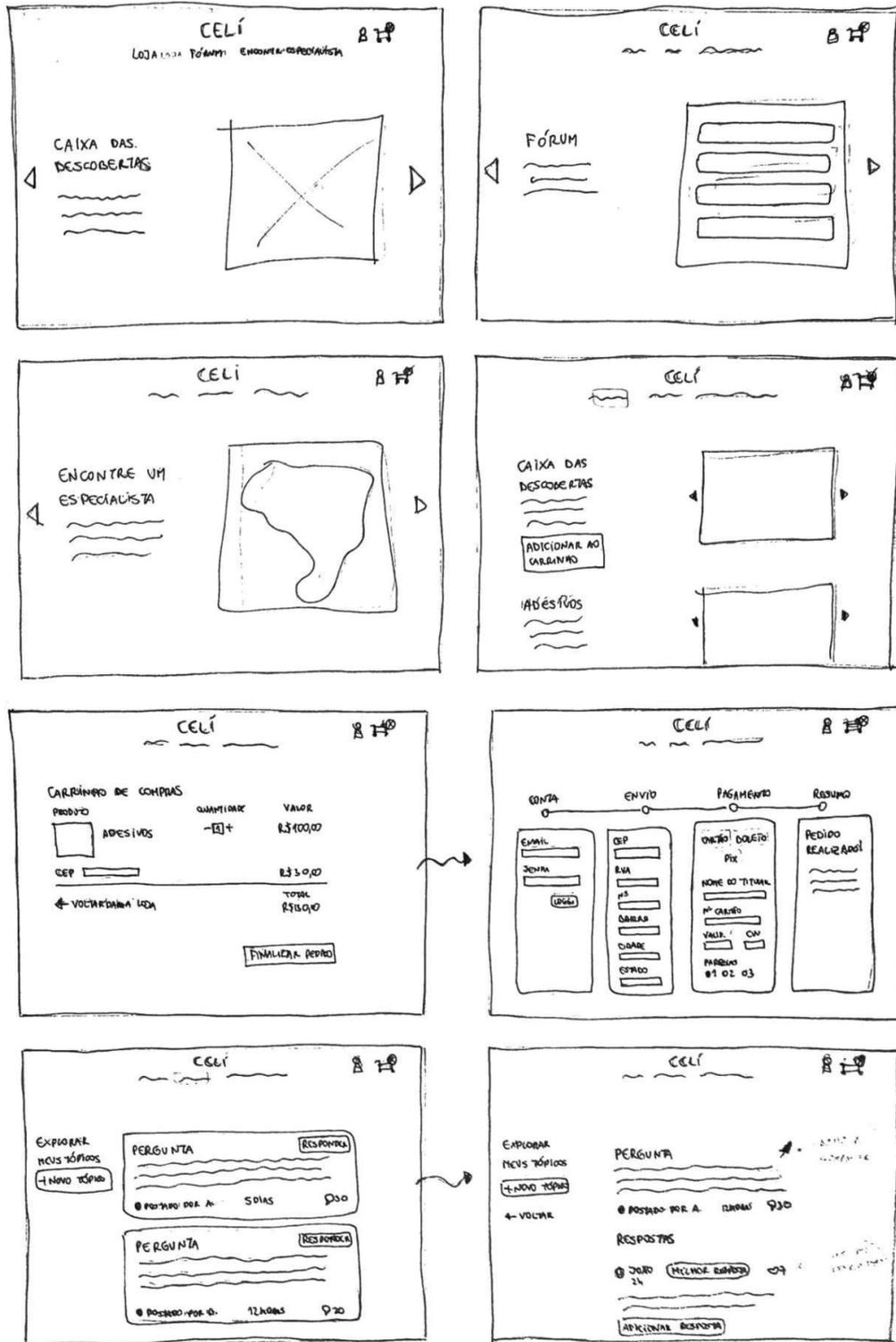
Fonte: autora (2021).

O modelo de negócio da Celí tem como atividades-chave o compartilhamento de informações entre a comunidade celíaca – sendo uma base de dados segura onde celíacos possam encontrar o contato de médicos e profissionais especialistas na

doença – e ter como fonte de receita uma loja própria – onde será vendido o produto apresentado neste projeto e demais materiais relevantes.

Esta união entre a comunidade celíaca e médica atuaria de forma a diminuir uma das maiores dificuldades enfrentadas pelos celíacos e suspeitos de serem celíacos: a desinformação. Conforme as pesquisas realizadas previamente, é entendido que, atualmente, há poucos profissionais com visão holística e entendimento profundo sobre a doença celíaca, o que faz com que muitos pacientes precisem passar por diversos consultórios e exames antes de conseguir um diagnóstico preciso. Este site atuaria de forma a facilitar esse encontro, colocando-os em contato com profissionais de todo o Brasil. Abaixo, há os rascunhos da criação e, no Capítulo seguinte, pode ser visto sua forma final.

Figura 76 – Rascunhos do site

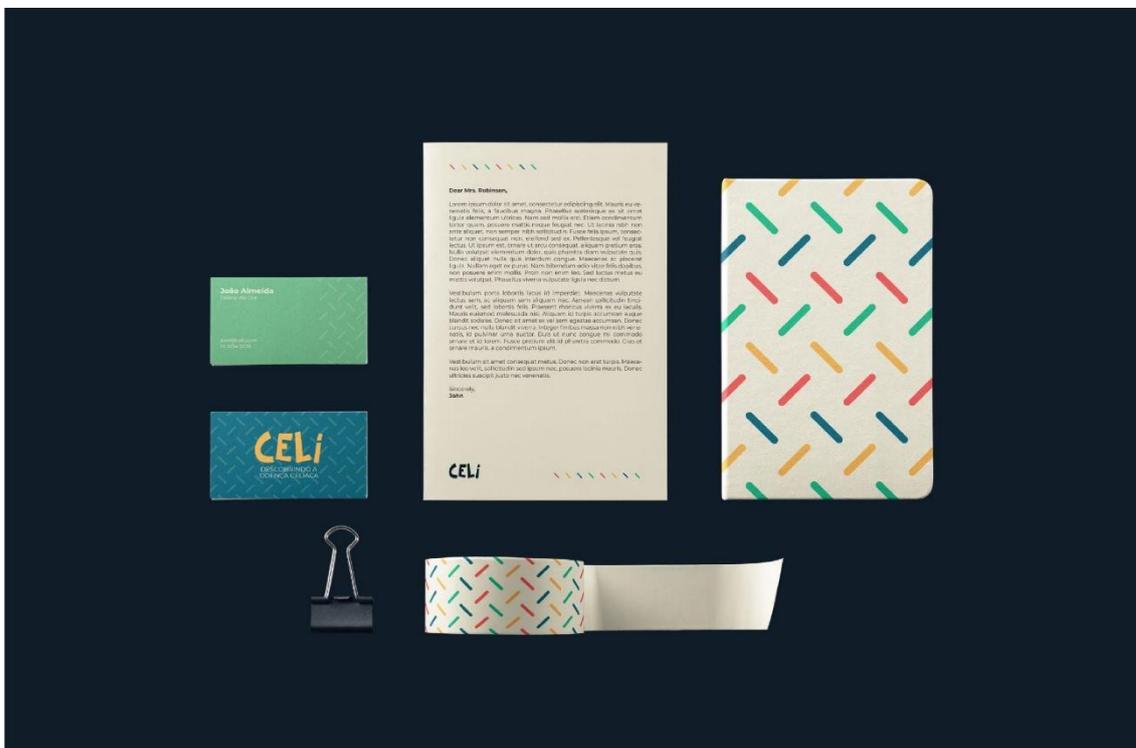


Fonte: autora (2021).

## 8 ENTREGAR

### 8.1 APLICAÇÕES DA MARCA

Figura 77 – Aplicação da marca - Papeleria



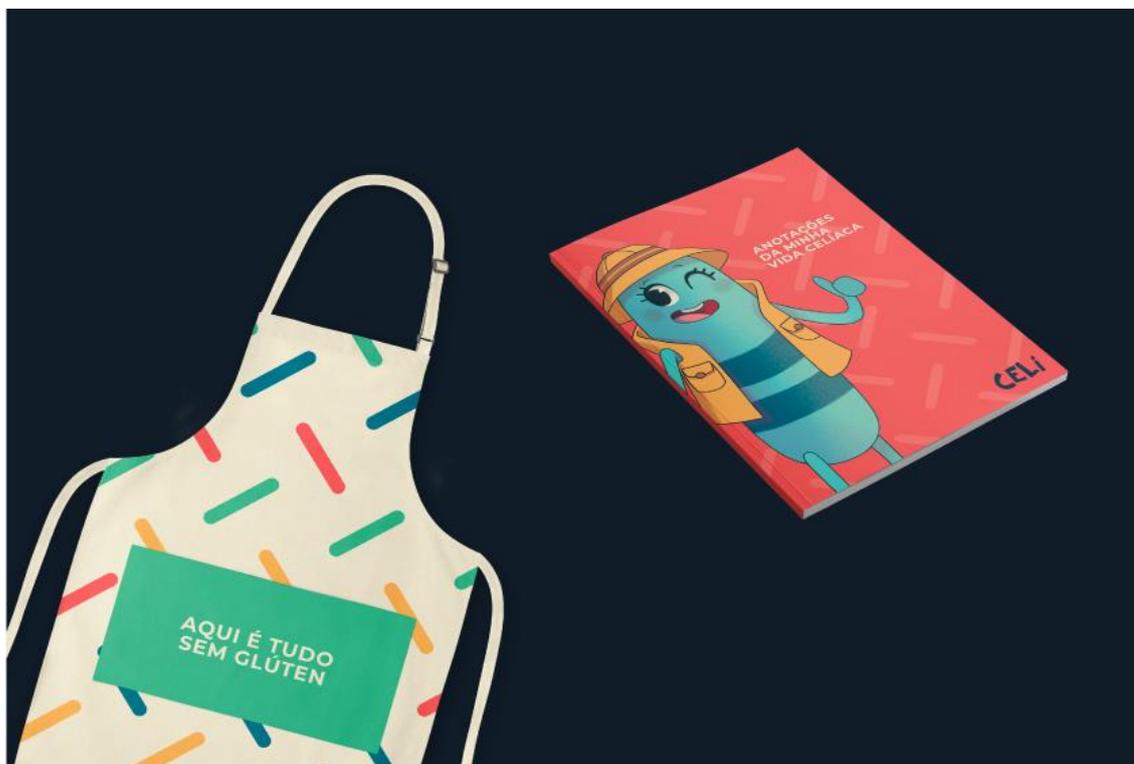
Fonte: autora (2021).

Figura 78 – Aplicação da marca - Vestuário



Fonte: autora (2021).

Figura 79 – Aplicação da marca - Avental e caderno



Fonte: autora (2021).

Figura 80 – Aplicação da marca - Embalagem



Fonte: autora (2021).

## 8.2 PRODUTO

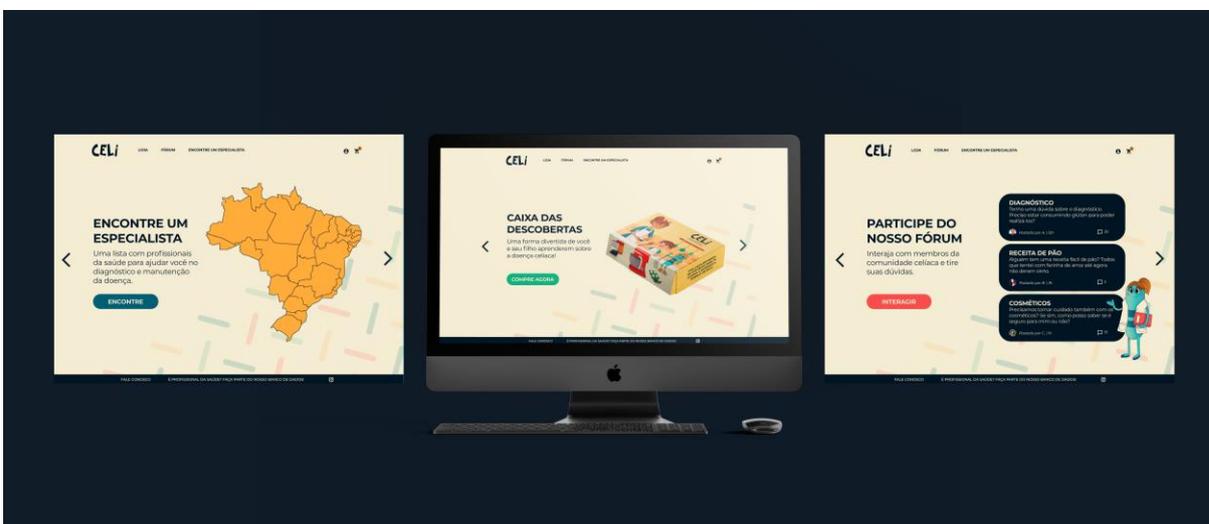
Figura 81 – Protótipo do produto final



Fonte: autora (2021).

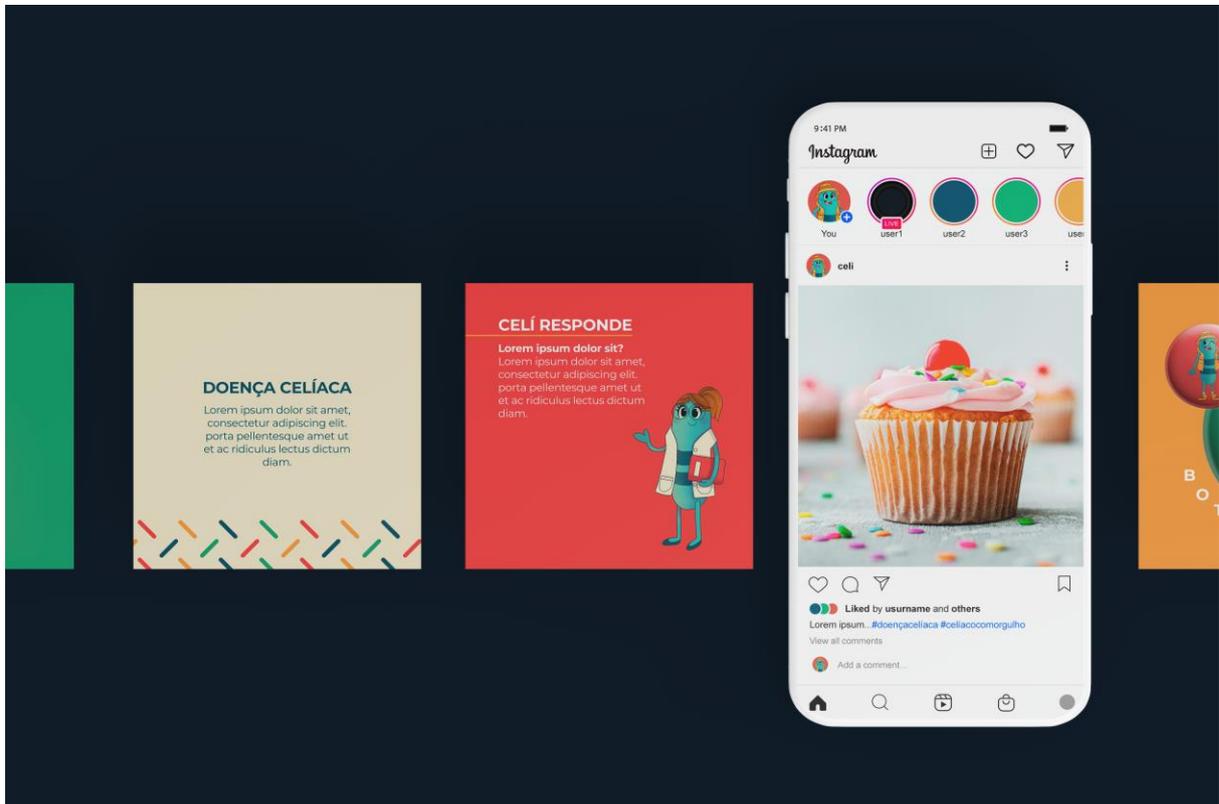
### 8.3 SITE E REDES SOCIAIS

Figura 82 – Site



Fonte: autora (2021).

Figura 83 – Redes sociais



Fonte: autora (2021).

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto surgiu da vontade de unir o Design à uma necessidade real dos recém diagnosticados com a doença celíaca, especificamente tutores e seus filhos. Hoje, infelizmente, devido à falta de pesquisas mais aprofundadas sobre o tema e participação de diferentes setores, portadores da doença celíaca enfrentam dificuldades sobre a busca de informações. Apesar da gama satisfatória de conteúdo *online*, que dão o suporte necessário, ainda faltam materiais focados na aprendizagem que tenham uma abordagem lúdica e que possibilitem que crianças entendam quais mudanças serão necessárias em sua alimentação.

Por meio de pesquisas sobre a doença celíaca, o comportamento alimentar infantil, o lúdico e o design multissensorial, pode-se compreender como estas áreas se conectam e podem dar origem a um projeto que tenha 100% de foco no usuário e traga uma solução para um problema real.

O *Human Centered Design* foi o norteador deste trabalho. Através dele, foi possível chegar a um produto final que atendesse às necessidades do público-alvo, entendendo o contexto onde ele está inserido, suas dores e seus desejos. As entrevistas realizadas possibilitaram uma imersão no tema, assim como a cocriação junto a uma profissional da Nutrição que trabalha, especificamente, com crianças, direcionaram o desenvolvimento satisfatório de soluções ao problema apresentado.

Este projeto atua como um reforço educacional, sendo uma ferramenta de suporte para agregar conhecimento a um assunto difícil e, em primeiro momento, confuso. Por meio de brincadeiras e materiais complementares, é possível informar de modo leve e divertido, fazendo com que todos os envolvidos aprendam com eles. Assim, chegou-se a uma solução que é efetiva, relevante e distinta, que atenda ao mercado que, atualmente, está em falta quanto à educação celíaca.

## REFERÊNCIAS

AEROLITO. **Little Friends of Tomorrow**. Disponível em: <<https://loja.aeroli.to/friends-of-tomorrow-online>>. Acesso em: 04 abr. 2021.

ALMEIDA, Monique Gasparello Bravo de. **5 sentidos da marca: branding multissensorial como ferramenta de gestão do design e comunicação: estudo de caso Nivea e Dove**. Orientador: Sara Gancho. 2019. Dissertação (Mestrado em Gestão do Design) – Universidade Europeia. Disponível em: <<http://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/31062>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

ALLRED, Laura K. *et al.* **Definition of the “Purity Protocol” for Producing Gluten-Free Oats. Views & Opinions**, v. 94, n. 3, 2017. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1094/CCHEM-01-17-0017-VO>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

ALTMAN, Rachel Zumbano. **Informações básicas para criação e design de brinquedos e jogos**. 2018. Disponível em: <<http://abrinq.hospedagemdesites.ws/wp-content/uploads/2018/10/Guia-do-Designer-revisado-em-08.2018.pdf>>. Acesso em 08 mai. 21.

ANDERSON, CM; FRENCH, JM *et al.* **Coeliac disease; gastrointestinal studies and the effect of dietary wheat flour**. Lancet, 1952.

ANTUNES, Celso. **O jogo e a educação infantil: falar e dizer, olhar e ver, escutar e ouvir**. Editora Vozes: RJ, 2017.

ASCOM/CONSEA. **Novos conselheiros: falta diagnóstico correto da doença celíaca no Brasil**. 2017. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/consea/comunicacao/noticias/2017/junho/novos-conselheiros-falta-diagnostico-correto-da-doenca-celiaca>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

BAI, J.; CIACCI, C.; CORAZZA, G. R. *et al.* **Doença Celíaca**. Disponível em: <<https://www.worldgastroenterology.org/guidelines/global-guidelines/celiac-disease/celiac-disease-portuguese>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

BRAS, Ana Teresa; REIS, Carlos Sousa. **As aptidões sociais das crianças em idade pré-escolar**. Facultad de Ciencias de la Educación, 2012. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4264630>>. Acesso em: 27 de mar 2021.

BELL, Andrea. **Consumidor do futuro 2022**. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/wp-content/uploads/el-consumidor-do-futuro-2022-WGSN-pt.pdf>>. Acesso em: 01 mai. 2021.

BELKAID Yasmine *et al.* **Role of the microbiota in immunity and inflammation**. Cell. 2014 Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4056765/>>. Acesso em: 22 mai. 21.

BENTON, D. **Role of Parents in the Determination of the Food Preferences of Children and the Development of Obesity**. 2004. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15170463/>>. Acesso em: 03 jul. 2021.  
**Bologna Children’s Book Fair**. Disponível em: <<https://www.bolognachildrenbookfair.com/>>. Acesso em: 10 abr. 2021.

BOYD; Denise; BEE, Helen. **A Criança em Crescimento**. ARTMED EDITORA S.A.: Porto Alegre, 2011. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=QBoaxPVhE6AC&oi=fnd&pg=PA8&dq=crian%C3%A7as+crescimento+d+desenvolvimento&ots=BGsN2Ng1b2&sig=mALDCKafLH00\\_ucL6ZcP-JMVuKI#v=onepage&q=crian%C3%A7as%20crescimento%20desenvolvimento&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=QBoaxPVhE6AC&oi=fnd&pg=PA8&dq=crian%C3%A7as+crescimento+d+desenvolvimento&ots=BGsN2Ng1b2&sig=mALDCKafLH00_ucL6ZcP-JMVuKI#v=onepage&q=crian%C3%A7as%20crescimento%20desenvolvimento&f=false)>. Acesso em: 13 de mar. 2021.

CAMPINHO, Maria Inês Santos; ANDRADE, Júlia Carvalho; SANTOS FILHO, Eudaldo Francisco dos. **A comunicação visual como atributo de percepção de qualidade dos alimentos**. Revista Informação em Pauta, Fortaleza, v. 5, n. especial 1, 2020. Disponível em: <<http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/50992>>. Acesso em: 20 mar. 2021.

CAPALDI, Elizabeth D. **Why we eat what we eat: the psychology of eating**. American Psychological Association, 1996.

CARDOSO, Louise Thomé; KOMEROSKI, Marina Rocha; HOMEM, Raísa Vieira *et al.* **Doença celíaca e a utilização de novos alimentos sem glúten**. Porto Alegre, 2021.

CATASSI, Carlo; FASANO, Alessio. **The debate on coeliac disease screening – are we there yet?** 2014. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25001972/>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

DICKINSON, Claire. *Lifestyle Trend: The Rise of Personal Expression*. **WGSN**. 2021. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/li/p/article/90750?lang=en&fsi=2lcQDdwA>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

**Dinner Winner – Dino Time**. Disponível em: <<https://www.genuinefred.com/collections/kids/products/dinner-winner-kids-tray-dinosaur-dino-time>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

DO VALE, Maria Lucimar Ramos; ALVES OLIVEIRA, Maria de Fátima. **Atividades lúdicas sobre educação nutricional como incentivo à alimentação saudável**. Revista Práxis, Rio de Janeiro, n. 1, v. 8, 2016. Disponível em: <<http://revistas.unifoa.edu.br/index.php/praxis/article/view/814>>. Acesso em: 13 de mar. 2021.

DOWD, B.; WALKER-SMITH, J. **Samuel Gee, Aretaeus, and the coeliac affection**. **BMJ**. n. 5909, v. 2, 1974. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1610148/?page=1>>. Acesso em: 18 abr. 2021.

**Early Explorers Subscription: Introduce your preschooler to the world!** Disponível em: <<https://www.littlepassports.com/subscription/early-explorers/>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

EUFRÂNIO, Lucindo Júnior; JORGE, Maria das Graças. **O lúdico na educação infantil: sua importância e seus benefícios**. Disponível em: <[http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2013/anais/arquivos/0031\\_0015\\_02.pdf](http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2013/anais/arquivos/0031_0015_02.pdf)>. Acesso em: 28 abr. 2021.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 5 ed., 2006.

**Fish Pop Molds**. Disponível em: <<https://www.zokuhome.com/products/fish-pop-molds?variant=32026889420915>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro, v. 39, 2004.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Gustavo Gili: São Paulo. 1 ed., 2013.

GUARNER, Francisco. **Enteric Flora in Health and Disease**. 2006. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/7279704\\_Enteric\\_Flora\\_in\\_Health\\_and\\_Disease](https://www.researchgate.net/publication/7279704_Enteric_Flora_in_Health_and_Disease)>. Acesso em: 22 mai. 2021.

HENDERSON, P. W., COTE, J. A., LEONG, S. M., & SCHMITT, B. **Building strong brands in Asia: Selecting the visual components of image to maximize brand strength**. International Journal of Research in Marketing, New York, 2001.

HILLER, Marcos. **Branding: a arte de construir marcas**. Trevisan Editora Universitária: São Paulo, 2012.

HORST, K.; FERRAGE, A.; RYTZ, A. **Involving children in meal preparation: effects on food intake**. Amsterdam: Appetite, 2014. v. 79, p. 18-24.

IDEO. **Human Centered Design: Kit de ferramentas**. 2 ed., 2011.

IDEO. **The Field Guide to Human-Centered Design**. 2015. Disponível em: <<https://www.designkit.org/resources/1>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

LEBWOHL, B.; LUDVIGSSON, J. F.; GREEN, P. H. R. **Celiac disease and non-celiac gluten sensitivity**. 2015. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4596973/>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

LEI Nº 10.674, DE 16 DE MAIO DE 2003. 2003. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.674.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.674.htm)>. Acesso em: 03 jul. 2021.

LENTZE, M. J.; AURICCHIO, S.; CADRANEL, S. *et al.* **ESPGHAN: 50 Years Memories—The Early Years**. Journal of Pediatric Gastroenterology & Nutrition, n. 1, v. 66, 2018. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29596162/>>. Acesso em: 18 abr. 2021.

LINDSTROM, M. **Brand sense: Segredos Sensoriais Por Trás Das Coisas Que Compramos**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman Editora.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Blucher, 2001.

LUNDIN, K.; NILSEN, E. M; SCOTT, H. G. *et al.* **Oats induced villous atrophy in coeliac disease Gut**. 2003. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/14570737/>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

LUPTON, Ellen. **Design is storytelling**. New York, NY: Cooper Hewitt, 2017.

LUPTON, Ellen. **Graphic Design Thinking: Intuição, Ação, Criação**. São Paulo: Editora G. Gilli, 4 ed., 2013.

LUPTON, Ellen. **Graphic Design Thinking: Intuição, Ação, Criação**. New York, 2015.

LUPTON, Ellen; LIPPS, Andrea. **The Senses: Design Beyond Vision**. Princeton Architectural Press, 2018.

MACEDO, Lino; PETTY, Ana Lúcia Sícoli; PASSOS, Norimar Chiste. **Os jogos e o lúdico na aprendizagem escolar**. ARTMED EDITORA S.A.: Porto Alegre, 2005.

MALANCHEN, Bruno Eduardo; DA SILVA, Flavio Aparecido; GOTTARDI, Thainara *et al.* **Composição e Propriedades Fisiológicas e Funcionais da Aveia**. FAG Journal of Health, n. 2, v. 1, 2019.

MATTOS, Tiago. **Instagram**. 2020. Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/CEt0kT\\_AQn7](https://www.instagram.com/p/CEt0kT_AQn7)>. Acesso em: 04 abr. 2021.

MIRANDA, Miguel. **História da doença celíaca**. Atlas da Saúde. Disponível em: <<https://www.atlasdasaude.pt/publico/content/historia-da-doenca-celiaca>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

MORANO-WILLIAMS, Emilia. *Kid-approved utensils for playing with your food*. **This is Mold**. 2017. Disponível em: <<https://thisismold.com/object/tableware/nico-eats-florence-sepulveda>>. Acesso em: 03 abr. 2021.

MOURA, Neila Camargo de. **Influência da mídia no comportamento alimentar de crianças e adolescentes**. Revista Segurança Alimentar e Nutricional, São Paulo, n. 1, v. 17, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8634805>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

MOTA, Juliana Gonçalves. **O processo de design para mudança de comportamento orientado à alimentação saudável infantil**. Orientador: Filipe Campelo Xavier da Costa. 2017. Dissertação (Mestrado em Design) – UNISINOS. Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/6484>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

ORTEGA, Luciana Vieira Nunes; SOUSA, Tiago Pires; DE JESUS, Anderson. **Jogos e brincadeiras no processo de ensino–aprendizagem na educação infantil**. Revista Gestão Universitária, 2016. Disponível em: <<http://www.gestaouniversitaria.com.br/artigos/jogos-e-brincadeiras-no-processo-de-ensino-aprendizagem-na-educacao-infantil>>. Acesso em: 8 mai. 2021.

**PORTARIA Nº 563, DE 29 DE DEZEMBRO DE 2016**. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/legislacao/rtac/pdf/RTAC002456.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

PRESTEFELIPPE, Fernanda. **Little Friends of Tomorrow: A Caixa do Futuro**. 2013. Disponível em: <<https://medium.com/aerolito/a-caixa-do-futuro-little-friends-of-tomorrow-dfe5b7262aec>>. Acesso em: 04 abr. 2021.

RAMOS, Maurem; STEIN, Lilian M. **Desenvolvimento do comportamento alimentar infantil**. Jornal de Pediatria, Rio de Janeiro, v. 76, 2000. Disponível em: <<http://www.jped.com.br/conteudo/00-76-s229/port.asp>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

**REFERENCIAL CURRICULAR NACIONAL PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL**. Brasília: MEC/SEF, v. 1, 1998. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/rcnei\\_vol1.pdf](http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/rcnei_vol1.pdf)>. Acesso em: 03 jul. 2021.

REFATTI, Michel *et al.* **Uso de mapas semânticos no processo de *naming* – uma abordagem estratégica em um estudo de caso aplicado.** Revista Brasileira de Design da Informação, 2014. Disponível em: <<https://www.semanticscholar.org/paper/Uso-de-mapas-semânticos-no-processo-de-naming---Uma-Refatti-Goulart/243f206a41cb4f12cbb292579b9bee735269c62e>>. Acesso em: 09 mai. 2021.

RODRIGUES, Carlos D. **Nomes de marca: uma classificação.** Disponível em: <[https://www.academia.edu/5528539/Nomes\\_de\\_marca\\_uma\\_classifica%C3%A7%C3%A3o](https://www.academia.edu/5528539/Nomes_de_marca_uma_classifica%C3%A7%C3%A3o)>. Acesso em: 17 abr. 2021.

RODRIGUES, Vania. **O lúdico na Psicopedagogia: os jogos como fator de desenvolvimento infantil.** Orientadora: Profa. Márcia Paiva de Oliveira. 2016. Artigo (Graduação em Psicopedagogia) – UFPB. João Pessoa. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/2643/1/VRS24112016.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

RULE, Audrey C.; STEWART, Roger A. **Effects of Practical Life Materials on Kindergartners' Fine Motor Skills.** Early Childhood Education Journal, n. 1, v. 30, 2002. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1016533729704>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

SMIDT, Sandra. **Playing to learn: the role of play in the early years.** Routledge, 1 ed., 2011.

SALDIVAR, S. O. **Sern. Cereals: Types and Composition.** Elsevier Ltd., 1 ed., 2015. *E-book*. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384947-2.00128-8>>. Acesso em: 03 jun. 2021.

STANEK, K.; ABBOTT, D.; CRAMER, S. **Diet Quality and the Eating Environment of Preschool Children.** n.11, v. 90, 1990. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/2229855/>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é Design Thinking de Serviços - Fundamento, Ferramentas, Casos.** São Paulo: 2014.

STØRSRUD, Stine; HULTHÉN, Lena R.; LENNER, Ragnhild A. **Beneficial effects of oats in the gluten-free diet of adults with special reference to nutrient status, symptoms and subjective experiences.** British Journal of Nutrition, v. 1, 2003. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/10676236\\_Beneficial\\_effects\\_of\\_oats\\_in\\_the\\_gluten-free\\_diet\\_of\\_adults\\_with\\_special\\_reference\\_to\\_nutrient\\_status\\_symptoms\\_and\\_subjective\\_experiences](https://www.researchgate.net/publication/10676236_Beneficial_effects_of_oats_in_the_gluten-free_diet_of_adults_with_special_reference_to_nutrient_status_symptoms_and_subjective_experiences)>. Acesso em: 03 jul. 2021.

SULLIVAN, S.; BIRCH, LL. **Pass the sugar, pass the salt: experience dictates preference.** Revista Develop Psych, 1990. Disponível em: <<https://psycnet.apa.org/record/1990-27964-001>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

TEAM, WGSN Food & Drink. **Cuisine & Flavour Forecast 2023. WGSN.** 2021. Disponível em: <[https://www.wgsn.com/fd/p/article/90769?lang=en&\\_fsi=2lcQDdwA](https://www.wgsn.com/fd/p/article/90769?lang=en&_fsi=2lcQDdwA)>. Acesso em: 03 jul. 2021.

TURKER, Emma. Nico Eats toolkit encourages children to be more adventurous with food. **Deezen**, 2017. Disponível em: <<https://www.deezen.com/2017/08/05/nico-eats->

[toolkit-encourages-children-be-more-adventurous-with-food-design-graduate/](#)>.

Acesso em: 03 abr. 2021.

WAGNER, Capitão (PROS-CE). Projeto de Lei PL 487/2019. **Câmara dos Deputados**. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2191207>>. Acesso em: 03 jul. 2021.

ZANIN, Tatiana. **Glúten: o que é, alimentos que contêm e outras dúvidas**. 2020. Disponível em: <<https://www.tuasaude.com/gluten/#:~:text=%E2%80%8B%20gl%C3%BAten%20%C3%A9%20um,flexibilidade%20e%20uma%20textura%20particular>>. Acesso em: 20 mar. 2021.

## ANEXO A – ENTREVISTA COM NUTRICIONISTA

1. Fale um pouco sobre seu trabalho como nutricionista de celíacos.
2. Quando os pacientes chegam no consultório, eles já têm o diagnóstico ou tem suspeita?
3. Quais são os pontos-chave nutricionais que você trabalha com os pacientes celíacos? (ex: como o trigo não faz parte da dieta, é necessário substituir?)
4. No que um celíaco precisa prestar atenção nutricionalmente após o diagnóstico?
5. Você percebe se as crianças têm aceitação fácil à dieta?
6. Elas costumam comentar algo, sobre se gostam ou não de algum alimento/receita que foi inserido na dieta ou são os pais mesmo que falam? Elas se expressam?
7. E os pais? Eles se mostram engajados em aprender sobre a doença mesmo se não tem o diagnóstico?
8. Quais são as maiores dúvidas sobre a dieta sem glúten que costumam fazer?
9. Não sei se é teu foco mas você já realizou alguma atividade/dinâmica em conjunto com pais e filhos voltado para o melhor entendimento da DC ou sobre alimentação saudável em geral?

**ANEXO B – ENTREVISTA COM NUTRICIONISTA ESCOLAR**

1. Fale um pouco sobre seu trabalho como nutricionista escolar.
2. Como você desenvolve as atividades que serão realizadas?
3. Você utiliza o lúdico ao criar e/ou adaptar estas atividades?
4. Você o considera uma ferramenta útil no aprendizado?
5. Em caso de resposta afirmativa à pergunta 4... você nota diferença na resposta das crianças ao usar ele em sala de aula?
6. Você pode dar um exemplo de atividade que foi realizada com elas?
7. Que tipos de atividades engajam mais as crianças?
8. Você já trabalhou também utilizando ferramentas sensoriais com as crianças?
9. Se sim, quais atividades foram realizadas? Pode descrever elas?

## **ANEXO C – ENTREVISTA COM VICE-PRESIDENTE DA ACELBRA**

1. Fale um pouco sobre seu trabalho na ACELBRA.
2. Sei que vocês atuam também com a divulgação de informações sobre a doença. Pode descrever melhor como é feito este trabalho? Que recursos vocês usam atualmente?
3. Sabe-se que grande parte da população ainda desconhece a doença, então queria te pedir quais são os pontos que você vê como falhos na divulgação sobre a doença celíaca. O que você acha que causa isso e o que poderia ser feito para educar melhor a população?
4. Sobre medidas a nível governamental, vocês também atuam neste setor? Buscando em conjunto com parlamentares colocar os projetos de lei em prática?
5. Tem algum Projeto de Lei ou medida que vocês estão envolvidos no momento?
6. Agora sobre seu trabalho com as crianças no Hospital, descreva um pouco sobre que tipo de atividades são realizadas com elas.
7. Sobre as atividades culinárias, descreva como elas aconteciam. Que tipos de receitas eram preparadas?
8. Estas atividades eram mais focadas na parte técnica do cozinhar sem glúten?
9. Um ponto que estou pesquisando para meu projeto é a interação entre tutores e crianças durante estas atividades, como cozinhar juntos. Você vê esta dinâmica como algo eficiente para o aprendizado, tanto para a criança quanto para os tutores?
10. Para finalizar, tem alguma história ou caso que aconteceu durante estas atividades que te marcou?

## ANEXO D – ENTREVISTA COM TUTORES

1. Conte um pouco sobre como foi a descoberta da doença celíaca no seu filho.
2. Qual foi a sua primeira reação? E a da criança?
3. Como foi sua jornada para buscar conhecimento sobre a doença? Você teve apoio de médicos, nutricionistas ou teve que procurar por conta?
4. Quando você já estava “educada” sobre a doença, como você fez para passar esse conhecimento para seu filho? Você usou alguma estratégia?
5. Você já usou algum recurso, tanto físico quanto online, que fosse educativo sobre a doença celíaca? Aqui me refiro a livros, aplicativos, jogos, etc.
6. E cozinhar juntos? Já tentaram?
7. Já inventou alguma brincadeira para ajudar seu filho a aprender sobre a doença?
8. Como seu filho reage hoje caso alguém pergunte para ele sobre a doença celíaca? Que palavras ele usa para descrever ou corrigir a pessoa, caso ela tenha falado algo de forma errada (ex: se falassem para seu filho que “um pedacinho só não faz mal”, como ele reage quando ouve isso?)
9. Ele entende que precisa ler o rótulo de todas embalagens para verificar se contém ou não glúten? Ou caso não seja alfabetizado ainda, pede para algum adulto ler para ele?
10. E na escola, como foi a relação tanto com a coordenação quanto com os colegas?
11. O seu filho tem alguma queixa frequente que seja relacionada a doença celíaca? Algo que preocupa ele ou que o deixe frustrado?
12. E sobre os dias em que ocorre contaminação, como vocês lidam?
13. Para finalizar, tem alguma história ou caso que você gostaria de compartilhar?

## APÊNDICE A – MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



### APRESENTAÇÃO

Eu sou a Celi. Eu sou uma bactéria que vive no seu intestino delgado e preciso da sua ajuda para manter tanto eu como você fortes e saudáveis.

Lá no intestino eu comando a digestão dos alimentos, quebrando eles em mil pedacinhos e absorvendo os nutrientes. Quando você come alimentos com glúten eu fico doente e sem forças para realizar as atividades que deveria, o que acaba deixando você fraco também e com todos aqueles sintomas que fazem você se sentir mal, como dor de barriga, diarreia, vômitos, perda de peso, etc.

Por isso, você amiguinho, precisa manter uma dieta saudável, longe do glúten para que assim a gente possa ficar forte e com muita energia.

Agora vamos juntos para a jornada da descoberta da doença celíaca?



 **SUMÁRIO**

1. Apresentação
2. Versões da marca
3. Construção da marca
3. Tipografias
4. Cores
5. Pattern
6. Mascote
7. Limitações
8. Versões cromáticas
9. Proibições
10. Aplicações

 **VERSÕES DA MARCA**

No desenvolvimento da marca optou-se por usar uma fonte feita à mão pela autora, que com seus cantos arredondados e disposição de formas possam evocar o lúdico e ser atrativa para o público infantil.



MARCA PRINCIPAL  
*sem tagline*



DESCOBRINDO A  
DOENÇA CELÍACA

MARCA PRINCIPAL  
*com tagline*



## CONSTRUÇÃO DA MARCA

Nas imagens abaixo podem ser vistas as linhas que guiam a posição dos elementos da marca.




## TIPOGRAFIAS

A marca principal foi elaborada a partir de formas exclusivas para ela, portanto para qualquer outra aplicação necessária usa-se a fonte Montserrat e as variações de peso definidas abaixo.

MONTERRAT LIGHT	Este é o manual de identidade visual da Celí
MONTERRAT REGULAR	Este é o manual de identidade visual da Celí
MONTERRAT ITALIC	<i>Este é o manual de identidade visual da Celí</i>
MONTERRAT SEMIBOLD	<b>Este é o manual de identidade visual da Celí</b>
MONTERRAT BOLD	<b>Este é o manual de identidade visual da Celí</b>



## CORES

As cores definidas para esta marca não devem ser alteradas de forma alguma. Elas garantem a sua caracterização na aplicação.

**VERDE BRÓCOLIS**

RGB 180 175 127  
 CMYK 64 8 61 0  
 Hexadecimal #64AF7F  
 Pantone 2249 C

**AMARELO ABACAXI**

RGB 232 169 79  
 CMYK 8 38 75 1  
 Hexadecimal #E8A94F  
 Pantone 157 C

**AZUL AMORA**

RGB 16 28 40  
 CMYK 96 78 53 71  
 Hexadecimal #101C28  
 Pantone 7547 C

**AZUL MIRTILO**

RGB 2 94 115  
 CMYK 89 45 38 25  
 Hexadecimal #025E73  
 Pantone 3155 C

**VERMELHO MAÇÃ**

RGB 217 78 78  
 CMYK 9 80 64 1  
 Hexadecimal #D94E4E  
 Pantone 4058 C

**BEGE POLPA**

RGB 242 236 211  
 CMYK 7 6 21 0  
 Hexadecimal #F2ECD3  
 Pantone 11-0106



## PATTERN

O padrão abaixo pode ser usado na composição de cenários, fundos e ser utilizado na apresentação da marca. Pode ser aplicado conforme necessidade mas não pode ser distorcido. Suas cores devem seguir as apresentadas na página anterior ou com opacidade reduzida para 15% para compor fundos. Os elementos podem ser tanto coloridos, como mostrado abaixo, ou apenas de uma das cores da marca.



## MASCOTE

A Celi é a mascote da marca. Ela pode ser usada para ilustrar situações nos diversos materiais da marca. Deve ser sempre usada nas cores definidas para seu corpo, podendo ter alterações nas roupas de acordo com a finalidade desejada (ex: professora, cientista, trabalhadora, etc).

O tamanho mínimo para aplicação depende da posição e dos acessórios da ilustração, portanto recomenda-se tomar como base o desenho padrão dela onde temos um mínimo de 17mm/49px de largura e 40mm/116px de altura.



EXEMPLOS DE VARIAÇÕES NA FORMA  
*mudança de posição/mudança de roupa*

## LIMITAÇÕES

A marca não deve ser aplicada com menos de 20mm/58px.

Sua versão com tagline não deve ser aplicada com menos de 60mm/174px.

A área mínima para evitar interferência visual deve ser de no mínimo 10mm/29px.



### VERSÕES CROMÁTICAS

A marca permite aplicações em diferentes cores com diferentes fundos. Deve sempre ser priorizada a legibilidade e contraste. Caso haja limitações técnicas, pode ser aplicada em preto e branco.



EXEMPLOS USANDO  
AS CORES DA MARCA



PRETO E BRANCO

### PROIBIÇÕES

A aplicação errada descaracteriza a marca e faz com que sua imagem fique prejudicada. Abaixo temos exemplos do que **não fazer** com a marca.

**CELi**

*Distorção da estrutura*

**CELÍ**

*descobrimo a doença celíaca*

*Alteração de tipografias*

**CELi**

DESCOBRINDO A DOENÇA CELÍACA

*Aplicação em cores não institucionais*

DESCOBRINDO A DOENÇA CELÍACA  
**CELi**

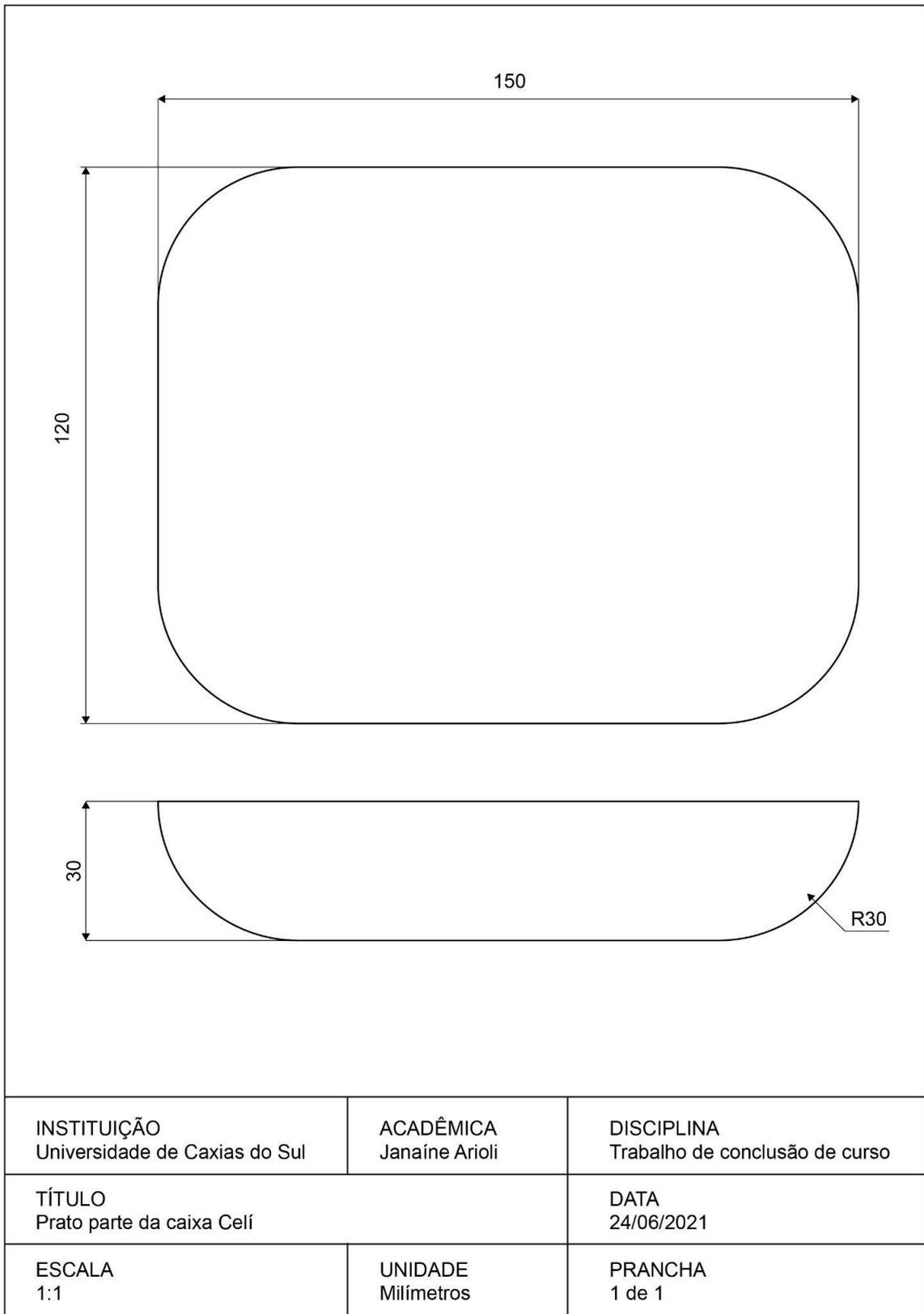
*Alteração na disposição de elementos*



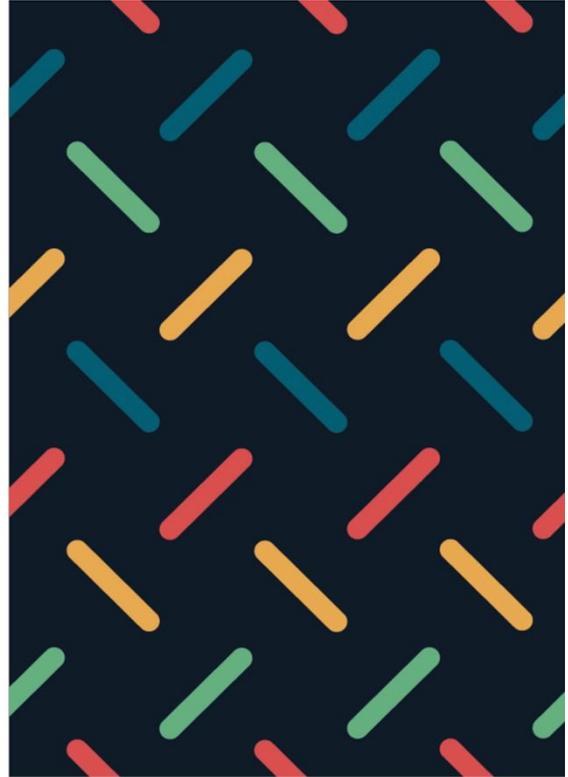
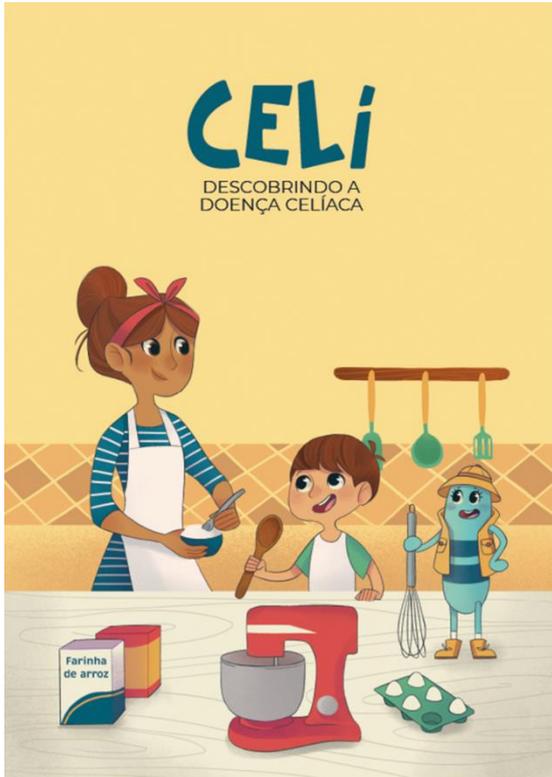




## APÊNDICE B – DESENHO TÉCNICO DOS PRATOS



## APÊNDICE C – LIVRO



Olá! **Eu sou a Celi.** Eu sou uma bactéria que vive no intestino delgado dos celíacos e preciso da sua ajuda para manter tanto eu como você fortes e saudáveis.

Lá no intestino eu comando a digestão dos alimentos, quebrando eles em mil pedacinhos e absorvendo os nutrientes. Quando um celíaco come alimentos com glúten eu fico doente e sem forças para realizar as atividades que deveria, o que acaba deixando ele fraco também e com todos aqueles sintomas que fazem eles se sentirem mal, como dor de barriga, diarreia, vômitos, perda de peso, etc.

Por isso, quem é celíaco, precisa manter uma dieta saudável, longe do glúten para que assim a gente possa ficar forte e com muita energia.



### VOCÊ SABE O QUE É A DOENÇA CELÍACA?

Ela é uma doença que acontece principalmente no **intestino** e faz com que muitos de seus portadores tenham dor de barriga, perda de peso, não sintam fome, tenham dificuldade de crescimento e **todos nós sabemos que isso é muito ruim para o nosso corpo.**

Hoje nós não temos uma cura para a doença celíaca, mas tem uma coisa que você pode fazer que vai te ajudar a ficar forte e saudável e não ter todos aqueles sintomas ruins:

**FICAR LONGE DO GLÚTEN!**

### O QUE É O GLÚTEN?

O glúten é uma proteína que está presente no trigo, na cevada, no centeio e na aveia. **Ele é quem fazia você passar mal depois de comer pão e está presente em diversas comidas** como bolachas recheadas, massas, bolos etc, mas não se preocupe, estes pratos podem ser feitos com ingredientes sem glúten.

Abaixo nós temos uma tabela onde mostramos quais são os alimentos naturalmente sem glúten e os que você deve ficar atento!

COM GLÚTEN	SEM GLÚTEN
Pães, bolos e massas feitos com trigo, centeio, cevada e aveia	Pães, bolos e massas feitos com farinhas que não são de trigo, centeio, cevada ou aveia
Bolachas recheadas	Frutas e verduras
Coxinhas, pastéis e salgados com massa de farinha de trigo	Carnes <i>(cuidado com embutidos!)</i>
Produtos industrializados <i>(fique atento ao rótulo)</i>	Arroz, milho, mandioca, batata, feijão e tapioca
Chocolates e doces tipo Tortuguita e Fini	Castanhas, amendoim, nozes e outros grãos <i>(fique atento a procedência)</i>

Pode acontecer de algum produto às vezes não conter glúten na composição mas como são manipulados em ambiente ou maquinário que tem, então estão rotulados corretamente como "contém glúten".

Uma dica é sempre prestar atenção à **farinha de trigo**, já que ela é a que mais aparece nos rótulos das embalagens.

As sem glúten costumam levar farinha de arroz, mandioca, milho, soja, amido de milho ou fécula de batata, que são ótimas opções para substituir a de trigo e são mais saborosas.



Quem recebeu o diagnóstico da doença celíaca precisará fazer algumas mudanças na sua alimentação e na sua vida.

**CUIDADOS:** Primeiro você vai precisar tirar todo glúten da casa, assim você vai poder deixar seu lar seguro para um celíaco.

Para fazer isso, você precisa em primeiro lugar parar de comprar produtos que contêm glúten. Isso é fácil pois hoje quando você compra um produto, vem escrito na embalagem dele se contém ou não glúten. É só procurar por:

**NÃO CONTÉM GLÚTEN**

Se na embalagem não estiver escrito "não contém glúten" não arrisque! Esse erro pode fazer mal para sua saúde.

Ao comprar produtos você precisa estar atento à lista de ingredientes, portanto abaixo nós temos uma lista com as nomenclaturas que podem aparecer para te ajudar. É sempre bom ter uma colinha dele por perto até você decorar.

PORTUGUÊS	INGLÊS	LATIM
TRIGO	WHEAT	TRITICUM VULGARE
AVEIA	OAT	AVENA SATIVA
CENTEIO	BARLEY	HORDEUM VULGARE
CEVADA	RYE	SECALE CEREALE

A versão em Latim geralmente é a que vem escrita nos produtos de beleza, como shampoos e sabonetes. Você também precisa estar atento a estes produtos!

## EXERCÍCIO: Você pode fazer um exercício para treinar em casa com as crianças.

Vá até a despensa e pegue um pacote da primeira comida que você encontrar. Nela você vai precisar identificar se contém ou não glúten procurando pela frase

### NÃO CONTÉM GLÚTEN/CONTÉM GLÚTEN.

Se você encontrou a primeira, isso significa que é uma comida segura para celíacos.

Pode acontecer de alguma marca não rotular corretamente (mesmo sendo lei!). Fique atento caso esteja escrito "não contém glúten" mas na lista de ingredientes você veja um "pode conter trigo, cevada, centeio e aveia".

**Se está escrito que "pode conter" isso significa que o produto não é seguro, pois até mesmo um pouquinho pode fazer mal para um celíaco.**



## TRIPLA LAVAGEM: Você vai precisar limpar seus utensílios domésticos também!

O glúten infelizmente fica "grudado" nos utensílios, portanto, para torná-los seguros para celíacos, é necessário realizar uma lavagem tripla neles.

### COMO FAZER:

1. Faça uma mistura com detergente, vinagre e uma colher de sopa de bicarbonato de sódio.
2. Lave com água morna e a mistura feita no item 1 todos os utensílios (vasilhas, copos, pratos, talheres, fogão, forno, potes, superfícies e armários).
3. Enxágue bem e jogue a esponja usada no passo 2 no lixo.
4. Repita o processo usando outra esponja!
5. Enxague tudo, e repita novamente. No final, jogue todas as esponjas fora e passe álcool 70°.

### E OS ELETRODOMÉSTICOS?

Calma! Você não precisa trocar tudo! Faça a limpeza sugerida acima e se necessário leve a uma assistência técnica para fazer limpeza interna (ex: batedeiras). Num primeiro momento você pode usar alumínio para proteger e esquentar os alimentos ou até mesmo embalagens próprias para isso.

## NA ESCOLA: Além da comida, você precisa olhar se as massinhas de modelar, tintas e balões que são usados na escola contém ou não glúten. Por incrível que pareça eles também podem ser um risco para os celíacos!

Procure nos ingredientes por "carboidrato de cereal ou amido". Eles PODEM ser feitos de trigo. Na dúvida envie uma mensagem ao SAC da marca usada e solicite mais informações.

É importante que os responsáveis conversem com a coordenação da escola para garantir que a criança vai ter um espaço seguro para poder realizar as atividades.

Se algum colega da criança oferecer o lanche dele, ela não deve aceitar porque não sabe se ele é seguro ou não.

João, você quer um pedaço do bolo que eu trouxe de lanche?



Desculpa colega, mas sou celíaco e não posso comer sua comida pois sei que não é segura para mim, mas fico feliz que você me ofereceu.

Pode acontecer também de algum colega fazer piada com um celíaco por não poder comer a mesma comida que ele.



Nesses casos, é preciso manter a calma e apenas dizer **"não tem graça fazer piada com a condição de outra pessoa, isso é falta de respeito. Tenho muito orgulho em ser celíaco e cuidar da minha saúde."**

**NA COZINHA:** Se a criança já costuma ajudar seus pais ou responsáveis no preparo das refeições, ótimo! Se não tem o costume, pegue o avental que veio na caixa, coloque na criança e vamos botar a mão na massa.



Nós temos duas receitas fáceis e deliciosas para você fazer com a ajuda deles.

## bolo de abacaxi caramelado

### INGREDIENTES

- 1 ½ xícara de mix de farinha sem glúten (recomendo a marca Beladri)
- 50mL de óleo (uso o de soja mas pode ser o de sua preferência)
- ¾ xícara de açúcar cristal para o bolo e 4 colheres para a calda
- 1 colher de sopa de fermento em pó
- 120mL de água
- Rodelas de abacaxi (suficiente para cobrir a base da sua forma, pode ser cortada em tirinhas)
- 2 ovos

### MODO DE PREPARO

1. Misture primeiro os ingredientes líquidos e depois os ingredientes secos até formar uma massa homogênea. Acrescente o fermento em pó e mexa bem.
2. Na forma onde for assar (costumo usar uma redonda de 20cm) você vai fazer o caramelo usando 4 colheres de açúcar. Para isso coloque a forma com o açúcar em cima da boca do fogão em fogo baixo e movimente ela até o açúcar chegar no ponto (dissolvido e de cor dourada) - nesta etapa tome cuidado pois é muito fácil de queimar.
3. Caramelo feito, você vai dispor o abacaxi no fundo da forma e vai despejar a massa por cima. Coloque no forno pré-aquecido a 180°C por aproximadamente 40 minutos ou até dourar.
4. Desenforme logo após tirar do forno pois assim o caramelo e o abacaxi vão desgrudar facilmente da forma.

## crepioca

**INGREDIENTES**

- 1 ovo
- 3 colheres de tapioca
- Sal e demais temperos a gosto

**MODO DE PREPARO**

1. Em uma vasilha bata o ovo com a tapioca e o sal até ter uma massa homogênea.
2. Em uma frigideira pré-aquecida com 1 fio de azeite (ou sem caso seja antiaderente) despeje o conteúdo da vasilha. Deixe dourar em fogo baixo de um lado e do outro.
3. Recheie com o que preferir.

Sugestão de recheio: frango desfiado com cenoura ralada, mix de vegetais com queijo, carne moída com brócolis, queijo e batata-palha.

*Dica: para deixar mais saborosa acrescente orégano (ou outro tempero de sua preferência) e algum grão como aveia ou linhaça na massa.*

Dentro da caixa você vai encontrar um **caderno de anotação.**

Ele foi feito para você e a criança anotarem tudo que acharem curioso sobre a doença celíaca e as comidas novas que experimentarem. Nele vocês podem anotar o que comeram, dar uma nota para a comida, fazer desenhos, guardar rótulos de produtos sem glúten que gostaram e principalmente criar suas próprias receitas!

Nessa nova fase da sua vida você e as crianças vão precisar usar a imaginação também para criar e adaptar o que já conhecem, então **sintam-se livres para criar.**

## SACO DE PERGUNTAS

Na caixa você vai encontrar um saco com perguntas sobre a doença celíaca. Depois de ter lido esse livro e passado as informações para a criança, você vai sortear uma carta e vai fazer a pergunta para verificar se ela já está craque quando o assunto é a doença celíaca.

A finalidade delas é ajudar a fixar o conteúdo deste livro.



## HORA DE BRINCAR

Recomendamos a participação de um adulto que possa ajudar a criança a realização desta atividade.

Esta brincadeira foi feita para ajudar as crianças a memorizarem quais são as comidas que são seguras para elas, portanto sem glúten, e as que não são.

Para realizar ela você vai precisar de: massinha de modelar e 2 pratinhos (todo este material está dentro da caixa).




Para começar a brincadeira você, adulto, deverá seguir as sugestões de comidas a serem modeladas abaixo, mas pode também sugerir outras opções, de acordo com o que você sabe que a criança conhece e gosta, ou deixar ela criar livremente diversos alimentos.

### AQUI QUEM MANDA É A CRIATIVIDADE!

#### Sugestões de alimentos:

cenoura	bife
banana	massa
brócolis	biscoito
laranja	bolacha
tomate	pão de trigo
maçã	pão de batata

Você pode sugerir pratos que ela já conheça para deixar ainda mais fácil a memorização.

Depois de modelar cada um você precisa pedir para ela separar nos pratos corretamente, colocando os que são sem glúten no prato sem glúten e os com glúten no prato com glúten.

Esta atividade vai ajudar ela a memorizar de uma forma divertida quais são os alimentos naturalmente sem glúten e que ela pode consumir e os que não são.

### PARA FICAR ATUALIZADO

Temos uma lista de perfis, grupos e sites onde é possível encontrar informações sobre a doença e trocar experiências.

 **Site**  
[riosemgluten.com.br](http://riosemgluten.com.br)  
[fenacelbra.com.br](http://fenacelbra.com.br)

 **Instagram**  
[@glutenfreetrips](https://www.instagram.com/glutenfreetrips)  
[@rio\\_sem\\_gluten](https://www.instagram.com/rio_sem_gluten)  
[@fernandovaleriomedico](https://www.instagram.com/fernandovaleriomedico)  
[@nutrimichelinmedeiros](https://www.instagram.com/nutrimichelinmedeiros)  
[@poenorotulo](https://www.instagram.com/poenorotulo)  
[@johnny.gourmet.glutenfree](https://www.instagram.com/johnny.gourmet.glutenfree)  
[@chefcarlamaia](https://www.instagram.com/chefcarlamaia)  
[@meusegredinho](https://www.instagram.com/meusegredinho)  
[@naocontemglutendoc](https://www.instagram.com/naocontemglutendoc)

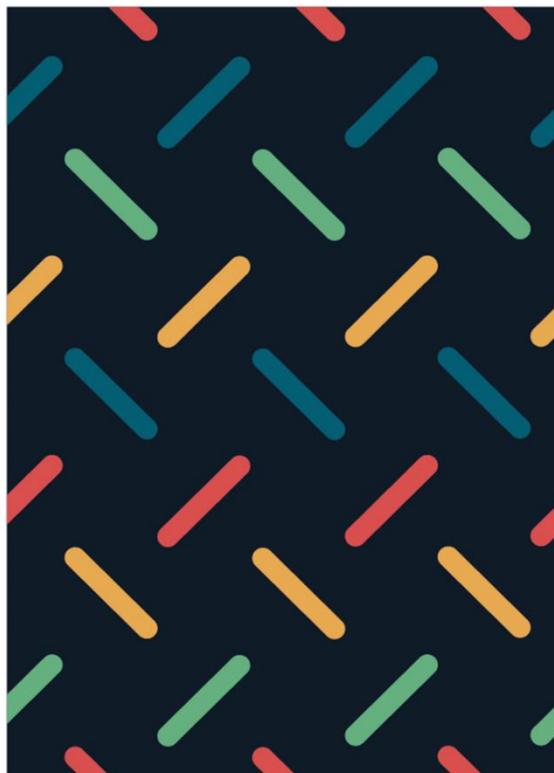
 **Facebook**  
 Viva Sem Glúten  
 Criança Celíaca  
 Cosméticos e Alimentos Sem Glúten

### PARA FICAR ATUALIZADO

A Celí também é uma comunidade de celíacos!

No nosso site você encontra um fórum com discussões sobre assuntos relacionados à doença celíaca, nossa loja e uma página onde pode encontrar profissionais especialistas na doença.

Acesse: [celi.com.br](http://celi.com.br)



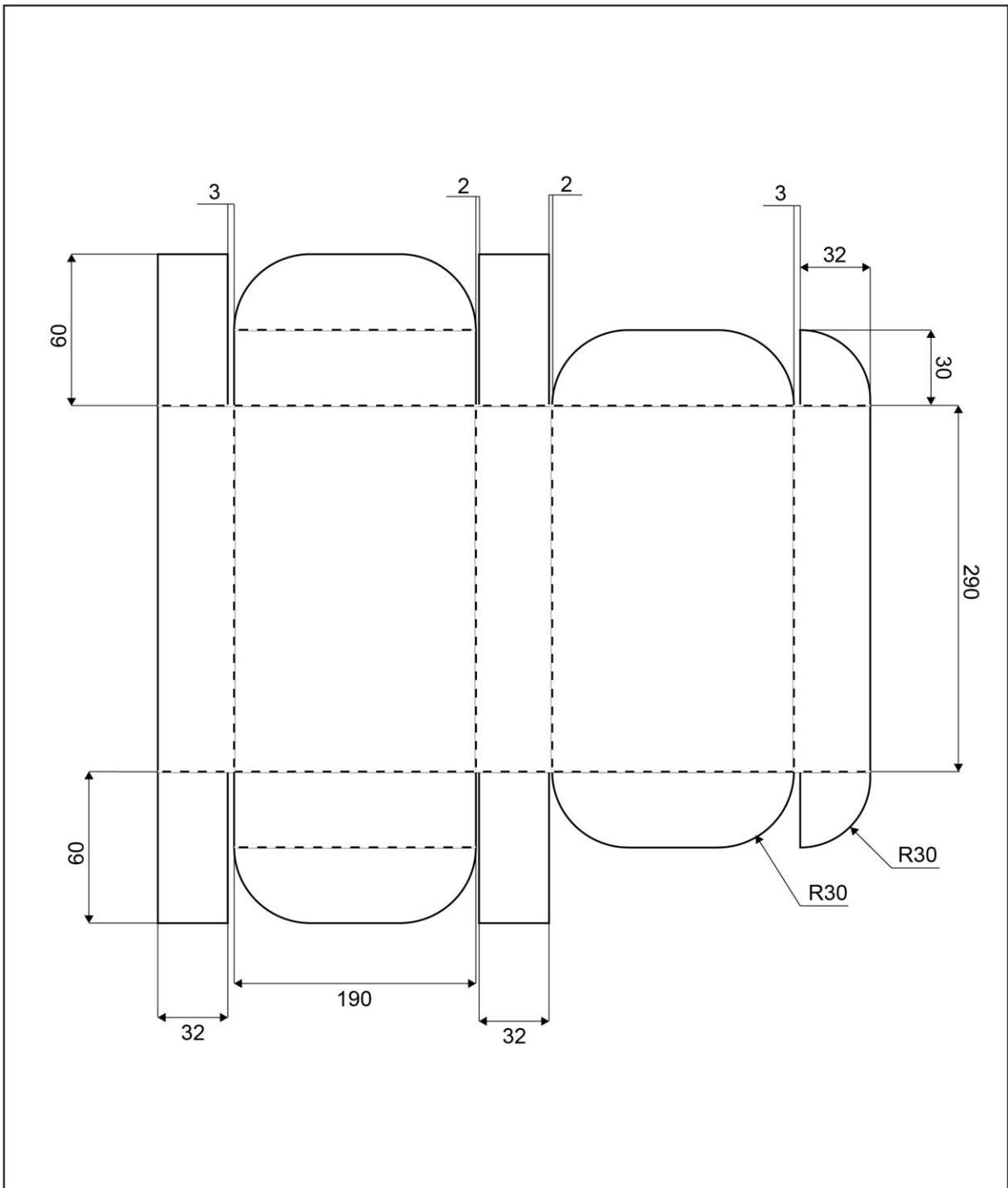
**DESENVOLVIDO POR**  
JANAÍNE ARIOLI

Este livro faz parte do trabalho de  
conclusão de curso em Design  
pela Universidade de Caxias do Sul.

# APÊNDICE D – ARTE DA CAIXA



## APÊNDICE E – DESENHO TÉCNICO DA CAIXA



<b>INSTITUIÇÃO</b> Universidade de Caxias do Sul	<b>ACADÊMICA</b> Janaíne Arioli	<b>DISCIPLINA</b> Trabalho de conclusão de curso
<b>TÍTULO</b> Caixa Celí		<b>DATA</b> 30/06/2021
<b>ESCALA</b> 1:25	<b>UNIDADE</b> Milímetros	<b>PRANCHA</b> 1 de 1

## APÊNDICE F – TELAS DO SITE

**CELi** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

**CAIXA DAS DESCOBERTAS**

Uma forma divertida de você e seu filho aprenderem sobre a doença celíaca!

**COMPRE AGORA**

UMA CAIXA RECHEADA DE CONTEÚDO PARA TE AJUDAR A ENTENDER A DOENÇA CELÍACA!

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!

**CELi** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

**CAIXA DAS DESCOBERTAS**

Uma forma divertida de você e seu filho aprenderem sobre a doença celíaca!

Inclui:

- Brincadeira com massinha de modelar
- Livro didático
- Um avental
- Jogo de cartas
- Carteirinha do celíaco
- Bottons e adesivos

**ADICIONAR AO CARRINHO**

UMA CAIXA RECHEADA DE CONTEÚDO PARA TE AJUDAR A ENTENDER A DOENÇA CELÍACA!

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA 

## BUTTONS DA CELÍ (2UN)

Dois bottons personalizados com a nossa mascote, Celí.  
- Tamanho 5x5cm



**ADICIONAR AO CARRINHO**

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS! 

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA 

### CARRINHO DE COMPRAS

PRODUTO	QUANTIDADE	VALOR
 <b>Bottom da Celí (2un)</b>	- <input type="text" value="1"/> +	R\$12,00
 <b>Caixa das descobertas</b>	- <input type="text" value="2"/> +	R\$100,00
<b>Calcule seu frete</b> Digite seu CEP <input type="text"/>		R\$0,00
<a href="#">← Voltar para a loja</a>		<b>TOTAL: R\$112,00</b>

**FINALIZAR PEDIDO**

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS! 

**CELi** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

🔍 🛒<sup>2</sup>

## CHECKOUT

CONTA ENVIO PAGAMENTO RESUMO

E-MAIL

SENHA

**ENTRAR**

**ENVIO**

CEP

ENDEREÇO

NÚMERO

BAIRRO

CIDADE

ESTADO

**ENVIO**

CARTÃO PIX

**BOLETO**

NOME DO TITULAR

NÚMERO DO CARTÃO

VALIDADE CVV

PARCELAS

**PAGAMENTO**

**FINALIZAR**

**PEDIDO REALIZADO!**

Seu pedido já está em nosso sistema. Em breve você receberá a confirmação por e-mail.

**PÁGINA INICIAL**

[← Voltar para o carrinho de compras](#)

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS! 📱

**CELi** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

🔍 🛒<sup>0</sup>

## PARTICIPE DO NOSSO FÓRUM

Interaja com membros da comunidade celíaca e tire suas dúvidas.

**INTERAGIR**

**DIAGNÓSTICO**

Tenho uma dúvida sobre o diagnóstico. Preciso estar consumindo glúten para poder realizá-los?

 Postado por A. | 12h 🗨️ 30

**RECEITA DE PÃO**

Alguém tem uma receita fácil de pão? Todos que tentei com farinha de arroz até agora não deram certo.

 Postado por B. | 3h 🗨️ 5

**COSMÉTICOS**

Precisamos tomar cuidado também com os cosméticos? Se sim, como posso saber se é seguro para mim ou não?

 Postado por C. | 1h 🗨️ 19



FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS! 📱

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA  

**FÓRUM**

EXPLORAR

MEUS TÓPICOS

[+ NOVO TÓPICO](#)

**DIAGNÓSTICO**  
Tenho uma dúvida sobre o diagnóstico. Preciso estar consumindo glúten para poder realizá-los?

 *Postado por A. | 12h*  30 [RESPONDER](#)

**RECEITA DE PÃO**  
Alguém tem uma receita fácil de pão? Todos que tentei com farinha de arroz até agora não deram certo.

 *Postado por B. | 3h*  5 [RESPONDER](#)

**COSMÉTICOS**  
Precisamos tomar cuidado também com os cosméticos? Se sim, como posso saber se é seguro para mim ou não?

 *Postado por C. | 1h*  19 [RESPONDER](#)

FALE CONOSCO [É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!](#) 

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA  

**FÓRUM**

EXPLORAR

MEUS TÓPICOS

[+ NOVO TÓPICO](#)

**DIAGNÓSTICO**  
Tenho uma dúvida sobre o diagnóstico. Preciso estar consumindo glúten para poder realizá-los?

 *Postado por A. | 12h*  5 [RESPONDER](#)

**RESPOSTAS**

Sim, você precisa estar consumindo glúten por pelo menos 3 meses antes de fazer a endoscopia com biópsia e os exames de sangue para verificar os anticorpos.

Se não estiver pode acontecer um falso-negativo.

 *Postado por E. | 30min*  87

FALE CONOSCO [É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!](#) 

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

**FÓRUM**

EXPLORAR

MEUS TÓPICOS

+ NOVO TÓPICO

**DIAGNÓSTICO**  
Tenho uma dúvida sobre o diagnóstico. Preciso estar consumindo glúten para poder realizá-los?

Postado por A. | 12h 5

RESPOSTAR

**SUA RESPOSTA**

Escreva aqui

Postado por R.

ENVIAR

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS! @

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

**ENCONTRE UM ESPECIALISTA**

Uma lista com profissionais da saúde para ajudar você no diagnóstico e manutenção da doença.

ENCONTRE

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS! @

**CELi**    LOJA    FÓRUM    ENCONTRE UM ESPECIALISTA     

## ENCONTRE UM ESPECIALISTA

Clique no Estado onde deseja encontrar um profissional.  
*É profissional da saúde e entende sobre a doença celíaca? Clique aqui.*



FALE CONOSCO    É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!    

**CELi**    LOJA    FÓRUM    ENCONTRE UM ESPECIALISTA     

## ENCONTRE UM ESPECIALISTA

Clique no Estado onde deseja encontrar um profissional.  
*É profissional da saúde e entende sobre a doença celíaca? Clique aqui.*

**RIO GRANDE DO SUL**

**DR. ALESSANDRO VIEIRA**  
*gastroenterologista*

**Atende em:** Porto Alegre e São Leopoldo

**Contato:**  
(12) 2345 6789  
alessandro@medico.com



FALE CONOSCO    É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!    

**CELI** LOJA FÓRUM ENCONTRE UM ESPECIALISTA

**BANCO DE DADOS DA CELÍ**

Se você é profissional da saúde e tem conhecimento sobre a doença celíaca, cadastre-se em nosso banco de dados!

Assim podemos colocar pacientes em contato com você.

NOME

FORMAÇÃO (insira especializações)

CIDADE(S)/ESTADO(S) DE ATUAÇÃO

TELEFONE

E-MAIL

ACEITA CONVÊNIOS? (Se sim, informe quais)

ENVIAR

FALE CONOSCO É PROFISSIONAL DA SAÚDE? FAÇA PARTE DO NOSSO BANCO DE DADOS!