

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO  
BACHARELADO EM DESIGN**

**Ana Caroline Bastos**

**MEU CARO EU: O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE  
INFORMAÇÃO SOBRE TRANSTORNOS PSICOLÓGICOS COM FOCO NA  
ADOLESCÊNCIA**

**Trabalho de Conclusão de Curso**

**Maceió**

**2020**

**ANA CAROLINE BASTOS**

**MEU CARO EU: O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE  
INFORMAÇÃO SOBRE TRANSTORNOS PSICOLÓGICOS COM FOCO NA  
ADOLESCÊNCIA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito para obtenção do título de  
bacharel em Design pela Universidade Federal  
de Alagoas.

Orientadora: Danielly Amatte Lopes

**Maceió**

**2020**

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

B327m Bastos, Ana Caroline.

Meu caro eu : o *design* gráfico como ferramenta de informação sobre transtornos psicológicos com foco na adolescência / Ana Caroline Bastos. – 2021. 154 f. : il. color.

Orientadora: Danielly Amatte Lopes.

Monografia (Trabalho de conclusão de curso em Design) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Maceió, 2020.

Bibliografia: f. 124-130.

Apêndices: f. 131-143.

Anexos: f. 144-154.

1. Saúde mental. 2. *Design* social. 3. Informação. 4. *Design* gráfico. I. Título.

CDU: 7.05:159.922.8

## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe pela compreensão e por sempre me incentivar a continuar.

Ao meu melhor amigo e namorado por toda a ajuda e apoio oferecidos.

À minha orientadora por toda dedicação, incentivo e paciência com a qual me guiou durante todo esse processo.

Aos meus professores por todo o conhecimento compartilhado durante a graduação.

Às professoras que compuseram a banca de avaliação e colaboraram com recomendações para este trabalho.

À instituição de ensino participante do projeto, pelo fornecimento de dados que foram fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa deste trabalho.

Aos meus amigos de faculdade pelo companheirismo e por sempre me apoiarem durante o curso, tornando esses anos de graduação mais incríveis e inesquecíveis.

Aos amigos de longa data por sempre estarem presentes e acreditarem em mim.

A todos aqueles que me incentivaram e contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho.

Muito obrigada.

## RESUMO

O Design pode atuar como ferramenta de transformação social, abordando temas ainda pouco discutidos como a Saúde mental, por exemplo. Ao abordá-los, o design cumpre parte do seu papel social buscando melhorar a experiência e o bem-estar humano a partir dos meios disponíveis que lhes são característicos. Contemporaneamente observa-se, mesmo que empiricamente, um aumento nos índices relativos aos transtornos psicológicos entre adultos e jovens. Sabe-se que a saúde mental é indispensável para o bem-estar geral de um indivíduo e abordá-la, por meio do design gráfico, pode tornar-se mais uma ferramenta para a desconstrução do estigma entorno dessas questões. Sendo assim, falar sobre esse tema desde as primeiras idades ajuda a conscientizar e reduzir o estigma negativo atribuído aos transtornos, além de promover bem-estar aos jovens. Buscando contribuir com esta questão, este trabalho tem como objetivo desenvolver um artefato gráfico destinado ao público adolescente que enuncie e contribua na compreensão de transtornos psicológicos. Para isso, faz-se necessário investigar o design como elemento emancipador e comunicacional, localizar as publicações contemporâneas que abordam os transtornos psicológicos no público adolescente identificando as principais abordagens adotadas para tratar o assunto. Paralelo a isso, construir uma metodologia híbrida que, entre outras ações, busca compreender o tema e o usuário além de realizar uma análise do problema, observando similares existentes com linguagens distintas (vídeos, ilustrações, aplicativos) que buscam informar e conscientizar o público sobre o assunto, para então definir os requisitos necessários para o desenvolvimento do projeto. O levantamento de dados realizado com o público busca identificar o melhor meio em que o artefato a ser produzido será inserido/distribuído e contribui na definição de requisitos importantes para a etapa criativa do projeto.

## **ABSTRACT**

Design can act as a tool of social transformation, addressing topics that have not yet been discussed as mental health, for example. By addressing them, design fulfills part of its social role in seeking to improve human experience and well-being from the means available to them. At the same time, there is an increase, even if empirically, in the indexes related to psychological disorders among adults and young people. It is known that mental health is indispensable for an individual's general well-being and addressing it, through graphic design, can become another tool for deconstructing the stigma surrounding these topics. Therefore, talking about this topic from an early age helps to raise awareness and reduce the negative stigma attributed to disorders, in addition to promoting well-being for young people. To contribute to this issue, this work aims to develop a graphic artifact for the adolescent public that enunciates and contributes to the understanding of psychological disorders. For this, it is necessary to investigate design as an emancipatory and communicational element, to locate contemporary publications that address psychological disorders in adolescent audiences, identifying the main approaches adopted to address the issue. Parallel to this, building a hybrid methodology that, among other actions, seeks to understand the theme and the user, in addition to carrying out an analysis of the problem, observing similar ones with different languages (videos, illustrations, applications) that seek to inform and raise public awareness about the subject, to then define the requirements for the development of the project. The data survey carried out with the public seeks to identify the best way in which the artifact to be produced will be inserted/distributed and contributes to the definition of important requirements for the creative stage of the project.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Alunos participam de roda para compartilhar experiências dentro do Projeto Cuidado.....	29
Figura 2: Resultado Parcial do Questionário Preliminar: Quais transtornos mentais você já ouviu falar.....	51
Figura 3: Infográfico relacionando ação desejada e possibilidade de interação em cada rede social pontuada.....	52
Figura 4: Análise perfis de ilustração.....	56
Figura 5: Análise perfis de psicologia.....	57
Figura 6: Frames de vídeo similar focado na história de um personagem.....	58
Figura 7: Frames de vídeo similar que retrata tema através de formas geométricas...	59
Figura 8: Análise de frames do vídeo Caique Moretto.....	60
Figura 9: Análise de frames do vídeo Depression- Child Mind Institute (CMI).....	62
Figura 10: Algumas ilustrações da série “Real Monsters”.....	64
Figura 11: Cartazes minimalistas de Nick Barclay.....	65
Figura 12: Resultado Parcial do Questionário Preliminar: Quais das opções abaixo seriam úteis/relevantes para você e seus amigos?.....	68
Figura 13: Resultado Parcial do Questionário Preliminar: O quanto você se sente à vontade para falar desses assuntos?.....	68
Figura 14: Processo de Naming: painel de Palavras-chave e geração de nomes.....	70
Figura 15: Perfis intagram: Indisponibilidade de alguns nomes gerados a priori.....	71
Figura 16: Meu caro eu: Disponibilidade na plataforma instagram do naming selecionado.....	72
Figura 17: Painel de inspiração marcas similares.....	73
Figura 18: Geração de Alternativas: logotipo.....	74
Figura 19: Logotipo: aplicação sobre fundo colorido.....	75
Figura 20: estilos de ilustrações contemporâneos.....	77
Figura 21: Ilustrações apresentadas em questionário.....	78
Figura 22: Características do flat e material design.....	79
Figura 23: Painel de estilo visual: ampliando a seleção feita pelo usuário.....	80
Figura 24: Painel de estilo de visual: foco no trabalho da autora.....	81
Figura 25: Construindo a Paleta de cores.....	82
Figura 26: Alfabeto institucional.....	83
Figura 27: Ícones desenvolvidos: highlights.....	84
Figura 28: Highlights- Teste de cores.....	84
Figura 29: Resultados do questionário: quais informações você gostaria de ter acesso sobre saúde mental e transtornos mentais?.....	88
Figura 30: Depoimentos: Estrutura postagem.....	90
Figura 31: Depoimentos: exemplo da estrutura aplicada.....	91
Figura 32: Dados Relevantes: Estrutura postagem.....	91
Figura 33: Dados Relevantes: exemplo da estrutura aplicada.....	92
Figura 34: Frases Motivacionais: Estrutura postagem.....	93
Figura 35: Interação Caixa de Perguntas: Estrutura Stories.....	94
Figura 36: Esboço das ilustrações realizando a técnica de Brain Dumping Visual.....	97
Figura 37: Esboços digitais dos personagens.....	98
Figura 38: Guia Visual Depoimentos: “vida real”. Ilustrações dos cenários escolhidos para cada transtorno.....	99
Figura 39: Guia Visual Depoimentos: “vida do instagram”.....	100
Figura 40: Guia Visual Depoimentos – informação tipográfica.....	101

Figura 41: Guia Visual Depoimentos – Cores utilizadas.....	102
Figura 42: Uso de cores nas ilustrações de depoimentos. ....	103
Figura 43: Guia Visual Dados Relevantes.....	104
Figura 44: Guia Visual – Frases Motivacionais curtas. Variação cromática.....	105
Figura 45: Guia Visual – Frases Motivacionais curtas. Orientações de layout .....	106
Figura 46: Guia Visual – Frases Motivacionais longas. Orientações de layout.....	107
Figura 47: Guia Visual Stories para interação “Caixa de perguntas”.....	108
Figura 48:Ficha postagens: depoimento .....	110
Figura 49: Ficha postagens: depoimento .....	111
Figura 50: Ficha postagens: depoimento .....	112
Figura 51:Ficha postagens: depoimento .....	113
Figura 52: Ficha postagens: depoimento .....	114
Figura 53: Ficha postagens: dados relevantes.....	115
Figura 54:Ficha postagens: dados relevantes.....	116
Figura 55: Ficha postagens: stories .....	117
Figura 56: Simulação da conta no instagram .....	118
Figura 57: Simulação do feed do perfil @meucaroeu .....	119
Figura 58: Imagem do feed ampliada.....	120

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Tipos de transtorno mais comuns na adolescência a serem abordados neste trabalho.....	19
Quadro 2: Transtornos trabalhados e sua descrição segundo o DSM-5. ....	26
Quadro 3: Resumo das metodologias levantadas.....	42
Quadro 4: Estrutura analítica do projeto (EAP). ....	44
Quadro 5: Lista de Requisitos do Projeto.....	67
Quadro 6: requisitos relativos a personalidade da marca.....	69
Quadro 7: requisitos relativos a personalidade da marca.....	72
Quadro 8: Definição do logotipo: Matriz de posicionamento .....	75
Quadro 9: Estrutura e frequência das postagens. ....	89

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
<b>PARTE 1 – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>16</b>
2. Saúde Mental e Adolescência.....	16
2.1 Principais Transtornos Diagnosticados na Adolescência.....	18
2.1.1 Transtorno de ansiedade .....	19
2.1.1.1 Transtorno de Ansiedade Social.....	20
2.1.1.2 Transtorno de Ansiedade Generalizada .....	21
2.1.2 Transtornos depressivos.....	21
2.1.2.1 Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor .....	22
2.1.2.2 Transtorno Depressivo Maior .....	22
2.1.3 Transtornos do neurodesenvolvimento .....	23
2.1.3.1 Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade (TDAH).....	23
2.1.4 Transtornos alimentares .....	23
2.1.4.1 Anorexia Nervosa.....	24
2.1.4.1 Bulimia Nervosa .....	24
2.1.5 Transtorno Obsessivo-compulsivo (TOC) .....	25
2.2. Ambiente Escolar: Estratégias de Abordagem do tema .....	27
3. O Design e Seu Papel Social.....	30
4. Design Gráfico Centrado No Usuário: Comunicação E Linguagem.....	33
4.1 Tecnologias de informação e comunicação: possibilidades de veiculação .....	35
5. Desenvolvimento do Artefato: Estratégias Metodológicas.....	39
5.1. Construindo uma Metodologia Híbrida .....	39
5.2. Estrutura Analítica de projeto .....	43
<b>PARTE 2 – DESENVOLVIMENTO DE PROJETO .....</b>	<b>47</b>
6. MACRO-FASE 1: PROBLEMATIZAÇÃO .....	47
6.1. Etapa I: Compreensão do tema e usuário .....	47
6.1.1. Revisão bibliográfica.....	47
6.1.2. Usuário Padrão: Definindo grupo de controle.....	47
6.1.2.1. Primeiro contato: a escola .....	48
6.1.2.2. Questionário preliminar .....	50
6.1.2.3. Alguns resultados obtidos e conclusões a partir disso.....	50

6.1.2.4. Roda de Conversa.....	54
6.2. Etapa 02: Análise do Problema.....	54
6.2.1. Análises de Similares.....	54
6.2.1.1. Instagram: mapeando a plataforma .....	55
6.2.1.2 Vídeos .....	58
6.2.1.3. Ilustrações.....	63
6.2.2. Lista de Requisitos.....	66
7. MACRO FASE 2: DESENVOLVIMENTO DE PROJETO .....	69
7.1. Etapa 03 Geração de Alternativas: Naming.....	69
7.2. Etapa 03 Geração de Alternativas: Identidade Visual.....	72
7.3. Etapa 03 <i>Geração de Alternativas: Postagens</i> .....	76
7.3.1. Design das Postagens: estilo visual .....	76
7.3.2. Design das Postagens: conteúdo e interação .....	85
7.3.2.1. Informações sobre os transtornos .....	89
7.3.2.2. Depoimentos .....	89
7.3.2.3. Dados Relevantes .....	91
7.3.2.4. Frases Motivacionais.....	92
7.3.2.5. Interação: caixa de perguntas .....	94
7.4. Alternativas geradas: encaminhamento para o refinamento.....	95
8. Etapa 04: Desenvolvimento Gráfico dos Elementos Variáveis .....	95
8.1. Guia Visual: ilustrações.....	96
8.2. Guia Visual: Informações sobre os transtornos e Depoimentos .....	98
8.3. Guia Visual: postagens com dados relevantes.....	103
8.4. Guia Visual: Stories com Frases Motivacionais.....	104
8.4.1. Frases Motivacionais Curtas .....	105
8.4.2. Frase Motivacional Longa .....	106
8.5. Guia Visual: Stories para interação “Caixa de perguntas” .....	108
8.6. Guia Visual: Ficha de Postagem .....	109
9. MACRO FASE 03: APRESENTANDO O PROJETO.....	118
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	124
APÊNDICE A – Questionário Coordenadora (SOE).....	131
APÊNDICE B – Questionário Preliminar .....	132
APÊNDICE C –Questionário Preliminar: tabulação de dados .....	134

APÊNDICE D – Roda de Conversa: guia da mediação.....	139
APÊNDICE E - Roda de conversa: transcrições. ....	141
ANEXO A – Transtornos Mentais: Definições, Critérios de Diagnóstico e prevalência .....	144

## 1. INTRODUÇÃO

Sabe-se que a saúde mental é indispensável para o bem-estar geral de um indivíduo. No entanto, segundo a Organização Mundial Da Saúde (OMS, 2001), cerca de 450 milhões de pessoas sofrem de perturbações mentais ou comportamentais, das quais apenas uma minoria tem tratamento. Embora haja neste início do século XXI um número expressivo de profissionais ligados ao tratamento desse tipo de transtorno, o acesso é precarizado, seja por questões sociais e financeiras, seja pelo estigma entorno da questão.

O processo histórico ao longo do qual a pesquisa sobre a saúde mental evoluiu não foi fácil. Com a ausência do conhecimento científico na Antiguidade, buscavam-se diferentes explicações divinas para os transtornos psicológicos. Segundo o Ministério da Saúde (2003), na Grécia Antiga procurou-se a origem dos transtornos em causas somáticas. A melancolia, por exemplo, era descrita por Hipócrates, o pai da medicina, como um quadro de tristeza causado pela “bílis negra” do fígado. Também neste modelo surge, pela primeira vez, a descrição da histeria que curiosamente era atribuída ao deslocamento do útero (histero) por falta de atividades sexuais. Já na idade média, os sofredores desses transtornos eram vistos como ameaça pela população que os julgavam agressivos e perigosos. Diante disso, eles eram isolados dos espaços urbanos e trancafiados em manicômios.

No século 18 a teoria da “bílis negra” foi descartada. Philippe Pinel, pioneiro no tratamento de doentes mentais e um dos precursores da psiquiatria moderna, defendeu a humanização dos manicômios. Carloni (2011) afirma que por volta do século 19 as doenças nervosas não eram respeitadas pelos médicos, pois os aspectos psíquicos não eram considerados científicos, mas apenas o que era mensurável ou passível de algum tipo de comprovação material. Diante disso, o médico austríaco Sigmund Freud, se dedicou às investigações do psiquismo desenvolvendo a teoria da Psicanálise, que revolucionou o pensamento sobre o ser humano no século XX.

Outro nome importante na criação da Psicanálise é o do psiquiatra, psicólogo e escritor suíço Carl Gustav Jung, que chegou a ser anunciado publicamente por Freud como seu “sucessor”. No entanto, eles seguiram seus

próprios caminhos e Jung formou sua própria corrente dentro da psicologia analítica, conhecida como psicologia junguiana. Ainda assim, por mais que a psicologia desde Freud tenha conseguido avanços relevantes em relação ao imaginário sobre os “loucos”, ainda há um estigma sobre doenças de origem psicológica. Isso fica visível na resistência por parte de pessoas que precisam buscar ajuda, e quando o fazem, possuem medo de serem julgadas e discriminadas por seus próprios amigos e familiares.

Da mesma forma, é visível certa negligência em relação às questões de saúde mental por parte dos órgãos estatais. No Brasil, a rede de atendimento público ainda é insuficiente mesmo com os altos números de indivíduos que sofrem com transtornos. Segundo a OMS (2002) embora os problemas de saúde mental correspondam a 12% do peso mundial de doenças, os orçamentos destinados a eles representam, na maioria dos países, menos de 1% dos seus gastos totais com a saúde. Além disso, mais de 90% dos países não têm políticas de saúde mental que incluam crianças e adolescentes.

Diante da ausência de ações efetivas por parte do Estado, cresce a importância do acesso à informação sobre o assunto. Percebe-se que ao ampliar o acesso as informações sobre os transtornos, sintomas, tratamentos, rede de profissionais, é possível contribuir para que a busca por tratamento e ajuda profissional se dê de forma mais eficaz. Ao ampliar o fluxo de acesso a esses conteúdos, os estigmas construídos pela desinformação vão sendo desconstruídos e, dessa forma, é possível estabelecer uma ressignificação do que são os transtornos, como é sofrer com eles e, sobretudo, como alcançar ajuda e dar apoio aos que se encontram nessa situação.

Sendo assim, a necessidade de conscientizar e reduzir o estigma negativo atribuído aos transtornos impulsiona a criação de um artefato gráfico que contribua na compreensão do problema em questão. Dentre as múltiplas possibilidades de veiculação desses conteúdos, o design gráfico por meio de uma metodologia que construa o projeto tendo o usuário como ponto central, tem um conjunto de ferramentas e conhecimentos aplicados que podem contribuir para uma geração de solução eficaz. O tratamento adequado do conteúdo, fazendo uso da linguagem gráfica como elemento de conexão com o usuário é capaz de gerar interesse e engajamento por parte do público que, ao replicar o conteúdo, se torna

multiplicador do mesmo. Isso permite ao artefato ser tanto o portador do conteúdo em si, como um incentivador de ampliação dessa rede de informações que contribuam para a quebra de paradigma sobre a saúde mental.

Buscando um recorte de público, já que essa delimitação potencializa a eficiência na geração do produto, o artefato a ser gerado terá como público os adolescentes, visto que essa é a fase onde algumas construções são feitas e muitas mudanças acontecem, deixando-os apreensivos. A escolha do público se justifica por duas questões essenciais: é tácito que durante a adolescência um turbilhão de mudanças e sentimentos são vivenciados. Esses sentimentos, quando ignorados e não gerenciados, podem levar a transtornos mentais. Dessa forma, ter acesso a informações sobre saúde mental pode ajudar o indivíduo a se reconhecer nesse processo, a perceber o papel da ajuda profissional e também se sentir confortável para buscá-la.

Essa busca por ajuda profissional esbarra no medo de julgamentos e até mesmo em ideias pré-concebidas que associam transtornos psicológicos a “frescuras” e a “loucura”. Sendo assim, a quebra do paradigma em torno da saúde mental pode ter, nesse público, um agente significativo. O conhecimento se torna arma importante nesse processo. Buscando contribuir na resiliência mental dos jovens, deve-se investir em informações destinadas a eles visto que o conhecimento dos transtornos mentais e de seus respectivos sinais são de grande importância no processo da prevenção. Falar sobre saúde mental desde as primeiras idades ajuda a diminuir o preconceito existente com relação ao tema, além de promover bem-estar aos jovens para que estes possam lidar de forma adequada com futuras adversidades.

O cenário aqui apresentado nos leva a construir um projeto cujo objetivo geral é desenvolver um artefato gráfico destinado ao público adolescente que enuncie e contribua na compreensão de transtornos psicológicos. Para tanto, busca-se:

- Analisar a falta de informação sobre saúde mental destinada ao público adolescente.

- Mapear, por meio de revisão bibliográfica, abordagens sobre transtornos mentais na adolescência e abordagens psicológicas voltadas para esse público;
- Investigar o design como elemento emancipador e comunicacional
- Identificar conteúdos relativos a linguagem gráfica, aspectos comunicacionais do design que possam contribuir para o desenvolvimento do artefato;
- Investigar metodologias projetuais que possam ser aplicadas ao desenvolvimento do artefato, modelando suas fases de forma a construir uma metodologia híbrida adaptada ao projeto definido;
- Pesquisar artefatos gráficos existentes destinados ao público, a fim de estabelecer parâmetros relativos ao padrão gráfico, as preferências do público e ao tratamento da informação.
- Definir, após pesquisa exploratória, o meio em que o artefato será inserido/ distribuído.
- Validar parâmetros definidos junto ao público, buscando estabelecer escolha que permitam estimular a conscientização do público definido através do artefato gerado.

A fim de cumprir os objetivos aqui listados, o presente trabalho está estruturado em duas partes distintas. A primeira delas se constitui numa revisão bibliográfica que aborda o tema da saúde mental e adolescência, o papel social do design, o design gráfico centrado no usuário e as estratégias metodológicas a serem adotadas, culminando em uma Estrutura Analítica de Projeto (EAP).

Na sequência, a segunda parte se dedica ao desenvolvimento do artefato propriamente dito, mostrando o percurso de construção e as apresentações dos resultados. Após seu desenvolvimento, apresentamos as considerações finais sobre tais resultados e o processo em si.

## **PARTE 1 – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Como movimento inicial da pesquisa, alguns temas foram examinados para que fosse possível compreender os assuntos que seriam abordados pelo artefato gráfico em si. Aqui os temas estão apresentados em capítulos distintos a fim de melhor organizar o encadeamento de ideias, mas isso não significa uma hierarquia entre os assuntos.

### **2. Saúde Mental e Adolescência**

Segundo o Ministério da Saúde (2003), a adolescência caracteriza-se por alterações biológicas, psicológicas, sociais e culturais, e pode ter duração variada, dependendo do indivíduo. Esse período, que molda as pessoas para a vida adulta, é importante para que hábitos adequados sejam desenvolvidos a fim de preservar a saúde física e mental do indivíduo. O desejo por autonomia, associado a outros fatores como a necessidade de tomar decisões relevantes, contribui para o estresse nesse momento da vida, tornando-o extremamente suscetível a diferentes transtornos psicológicos, como a ansiedade ou a depressão.

Vivendo em um tempo que oferece um grande número de opções, seja de cursos na faculdade ou de futuros parceiros em aplicativos de relacionamentos, esses adolescentes se inserem em um contexto ainda maior de instabilidade emocional. Isso se dá, uma vez que esse grande número de escolhas que enfrentam no mundo moderno os deixam ansiosos e nos mostra a dificuldade que temos em fazer escolhas sábias, afinal escolher é uma lição difícil que aprendemos durante nossa história evolutiva.

Segundo o psicólogo americano Barry Schwartz (2004), depois que experimentamos os resultados de uma escolha, surge o arrependimento pós-decisão, por vezes referido como "remorso do comprador". A insegurança e a dúvida surgem, nos convencendo que as alternativas rejeitadas eram realmente melhores e deveriam ter sido exploradas. Ele ainda relata que existe o arrependimento antecipado, que dificulta ainda mais o momento de tomar decisões.

À medida que a variedade de escolhas aumenta, como tem acontecido em nossa cultura de consumo, a autonomia, o controle e a libertação que essa variedade traz são poderosos e positivos. No entanto, na medida em que a quantidade de escolhas continua crescendo, começam a aparecer os aspectos negativos de haver um número infinito de opções. À medida que a quantidade de escolhas cresce, seus aspectos negativos aumentam gradativamente até nos sufocar. Quando isso acontece, a escolha deixa de ser fonte de libertação e passa a ser fonte de fraqueza. Pode-se dizer, até, que ela passa a nos oprimir. (SCHWARTZ, 2004, p. 16)

Percebe-se, então, que quanto mais alternativas, maiores serão as expectativas e indecisões, resultando em mais ansiedade. Além disso, o exacerbado acesso e uso das tecnologias podem ser considerados fatores de impacto na saúde mental dos adolescentes. Segundo dados da OPAS/OMS (2018), estima-se que 10% a 20% dos adolescentes em todo o mundo vivenciem problemas de saúde mental, mas permanecem diagnosticados e tratados de forma inadequada. Além disso, os sinais de transtornos mentais podem ser negligenciados por conta da falta de conhecimento sobre questões da saúde mental ou pelo estigma que os impede de procurar ajuda. Isso por sua vez, evidencia a importância de ações como as propostas aqui. Ações que tragam o foco para a disseminação de informação e desconstrução de estigmas negativos sobre o assunto.

Outra estatística preocupante da OMS (2018), aponta que a cada 40 segundos, uma pessoa se suicida no mundo, sendo o suicídio a segunda principal causa de morte entre jovens com idade entre 15 e 29 anos. Um estudo de Bertolote e colaboradores, publicado em 2005 na Revista Brasileira de Psiquiatria, afirma ter ocorrido um aumento de dez vezes na mortalidade por suicídio em jovens de 15 a 24 anos entre 1980 e 2000. Os dados da OMS (2006) confirmam o estudo, mostrando que embora as taxas de suicídio variem de acordo com categorias demográficas, elas aumentaram aproximadamente 60% nos últimos 50 anos.

Com base em uma revisão sistemática realizada por Thiengo, Cavalcante e Lovisi (2013) com o objetivo de identificar os transtornos mais prevalentes na infância e adolescência tem-se a depressão, transtornos de ansiedade e transtorno de déficit de atenção como os três transtornos mais

frequentes, respectivamente. Além desses, pode-se citar ainda os transtornos alimentares que comumente surgem durante a adolescência e a juventude, segundo a Folha Informativa da OMS (2018).

Percebe-se que é possível identificar, examinando a literatura a respeito, um conjunto de transtornos mais comuns junto ao público adolescente. As informações sobre esse conteúdo serão a base para a construção do artefato gráfico objeto deste trabalho. Para melhor compreender o tema, construiu-se um levantamento a respeito desses principais transtornos, sua sintomatologia e processo de diagnóstico.

## **2.1 Principais Transtornos Diagnosticados na Adolescência**

Buscando um maior aprofundamento da temática dos transtornos psicológicos, iniciou-se pesquisas que apresentassem conceitos importantes para o projeto. Fez-se uso, então, do **Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-5)** que traz o que há de mais atual em termos de classificação e diagnóstico na área da saúde mental, resultado de mais de 10 anos de trabalho de especialistas de todo o mundo. Sobre a definição de “transtorno”, o manual diz que:

Um transtorno mental é uma síndrome caracterizada por perturbação clinicamente significativa na cognição, na regulação emocional ou no comportamento de um indivíduo que reflete uma disfunção nos processos psicológicos, biológicos ou de desenvolvimento subjacentes ao funcionamento mental. Transtornos mentais estão frequentemente associados a sofrimento ou incapacidade significativos que afetam atividades sociais, profissionais ou outras atividades importantes. Uma resposta esperada ou aprovada culturalmente a um estressor ou perda comum, como a morte de um ente querido, não constitui transtorno mental. (DSM-5, 2014 p.20)

A partir dessa definição e tendo como guia a Folha Informativa da OMS (2018) sobre saúde mental e adolescência, selecionou-se alguns transtornos principais que se tornarão a base para as etapas futuras de análise e desenvolvimento do projeto gráfico do artefato a ser desenvolvido. Nessa seleção adota-se a mesma classificação do DSM-5, onde os transtornos elencados se dividem em: transtornos de ansiedade, transtornos depressivos, os

do Neurodesenvolvimento (como transtorno de déficit de atenção/hiperatividade), transtornos os alimentares (como anorexia e bulimia) e o transtorno obsessivo-compulsivo. Na Quadro 01 abaixo é possível visualizar os tipos de transtorno abordados aqui e a listagem de transtornos a serem examinados em detalhe.

*Quadro 1: Tipos de transtorno mais comuns na adolescência a serem abordados neste trabalho.*

<b>Ansiedade</b>	Transtorno de Ansiedade Social
	Transtorno de Ansiedade generalizada
<b>Depressivo</b>	Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor
	Transtorno Depressivo Maior
<b>Neurodesenvolvimento</b>	Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade
<b>Alimentares</b>	Anorexia Nervosa
	Bulimia Nervosa
<b>Obsessivo-compulsivo</b>	Transtorno Obsessivo-compulsivo (TOC)

*Fonte: DSM-5, 2014, adaptação da autora.*

A seguir, descrevemos as características principais de cada tipo de transtorno e, dentro dessa classificação, as especificidades dos transtornos propriamente ditos. O manual DSM-5 ainda fornece, para além da definição do transtorno, um rol de critérios para diagnóstico e também a prevalência do transtorno. Esses itens relativos aos transtornos objeto da presente revisão, podem ser encontrados no Anexo A, ao final deste trabalho.

### *2.1.1 Transtorno de ansiedade*

Os transtornos de ansiedade incluem transtornos que compartilham características de medo e ansiedade excessivos e perturbações comportamentais relacionados. Medo é a resposta emocional a ameaça iminente real ou percebida, enquanto ansiedade é a antecipação de ameaça futura. Obviamente, esses dois estados se sobrepõem, mas também se diferenciam, com o medo sendo com mais frequência associado a períodos de excitabilidade

autônoma aumentada, necessária para luta ou fuga, pensamentos de perigo imediato e comportamentos de fuga, e a ansiedade sendo mais frequentemente associada a tensão muscular e vigilância em preparação para perigo futuro e comportamentos de cautela ou esquiva. Dentre os transtornos presentes nesse espectro são mais presentes na adolescência, segundo a OMS, o transtorno de Ansiedade Social e o transtorno de Ansiedade Generalizada.

#### *2.1.1.1 Transtorno de Ansiedade Social*

A característica essencial do transtorno de ansiedade social é um medo ou ansiedade acentuados ou intensos de situações sociais nas quais o indivíduo pode ser avaliado pelos outros. Em crianças, o medo ou ansiedade deve ocorrer em contextos com os pares, e não apenas durante interações com adultos. Quando exposto a essas situações sociais, o indivíduo tem medo de ser avaliado negativamente. Ele tem a preocupação de que será julgado como ansioso, débil, maluco, estúpido, enfadonho, amedrontado, sujo ou desagradável. O indivíduo teme agir ou aparecer de certa forma ou demonstrar sintomas de ansiedade, tais como ruborizar, tremer, transpirar, tropeçar nas palavras, que serão avaliados negativamente pelos demais

O medo ou ansiedade é julgado desproporcional ao risco real de ser avaliado negativamente ou às consequências dessa avaliação negativa. Às vezes, a ansiedade pode não ser julgada excessiva porque está relacionada a um perigo real (p. ex., ser alvo de bullying ou atormentado pelos outros). No entanto, os indivíduos com transtorno de ansiedade social com frequência superestimam as consequências negativas das situações sociais, e, assim, o julgamento quanto a ser desproporcional é feito pelo clínico. A duração do transtorno é geralmente de pelo menos seis meses. Esse limiar de duração ajuda a diferenciar o transtorno dos medos sociais transitórios comuns, particularmente entre crianças e na comunidade. Contudo, o critério de duração deve ser usado como um guia geral, com a possibilidade de algum grau de flexibilidade.

### *2.1.1.2 Transtorno de Ansiedade Generalizada*

As características essenciais do transtorno de ansiedade generalizada são ansiedade e preocupação excessivas acerca de diversos eventos ou atividades. A intensidade, duração ou frequência da ansiedade e preocupação é desproporcional à probabilidade real ou ao impacto do evento antecipado. Os indivíduos com transtorno de ansiedade generalizada relatam sofrimento subjetivo devido à preocupação constante e prejuízo relacionado ao funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes de sua vida.

Em crianças e adolescentes com transtorno de ansiedade generalizada, as ansiedades e preocupações frequentemente envolvem a qualidade de seu desempenho ou competência na escola ou em eventos esportivos, mesmo quando seu desempenho não está sendo avaliado por outros. Pode haver preocupação excessiva com a pontualidade. Também podem preocupar-se com eventos catastróficos, como terremotos ou guerra nuclear. As crianças com o transtorno podem ser excessivamente conformistas, perfeccionistas e inseguras, apresentando tendência a refazer tarefas em razão de excessiva insatisfação com um desempenho menos que perfeito.

O transtorno de ansiedade generalizada pode ser superdiagnosticado em crianças. Por exemplo, uma criança com transtorno de ansiedade social pode preocupar-se com seu desempenho escolar devido ao medo de humilhação. As preocupações com a saúde também podem ser mais bem explicadas pelo transtorno de ansiedade de separação ou pelo transtorno obsessivo-compulsivo.

### *2.1.2 Transtornos depressivos*

Os transtornos depressivos incluem transtorno disruptivo da desregulação do humor, transtorno depressivo maior (incluindo episódio depressivo maior), transtorno depressivo persistente (distímia), transtorno disfórico pré-menstrual, transtorno depressivo induzido por substância/medicamento, transtorno depressivo devido a outra condição médica, outro transtorno depressivo especificado e transtorno depressivo não especificado. A característica comum desses transtornos é a presença de humor triste, vazio ou irritável, acompanhado de alterações somáticas e cognitivas que

afetam significativamente a capacidade de funcionamento do indivíduo. O que difere entre eles são os aspectos de duração, momento ou etiologia presumida. No período da adolescência é mais comum do diagnóstico do incluem Transtorno Disruptivo Da Desregulação Do Humor e do Transtorno Depressivo Maior.

#### *2.1.2.1 Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor*

A característica central do Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor (TDDH) é a irritabilidade crônica grave. O diagnóstico é desconsiderado antes dos 6 anos ou após os 18 anos de idade. Essa irritabilidade apresenta duas manifestações clínicas proeminentes, sendo a primeira as frequentes explosões de raiva. Tipicamente, essas explosões ocorrem em resposta à frustração e podem ser verbais ou comportamentais (na forma de agressão contra propriedade, si mesmo ou outros). A segunda manifestação de irritabilidade grave consiste em humor persistentemente irritável ou zangado, presente entre as explosões de raiva. Esse humor deve ser característico da criança, estando presente na maior parte do dia.

#### *2.1.2.2 Transtorno Depressivo Maior*

Humor deprimido deve estar presente na maior parte do dia, além de estar presente quase todos os dias. Insônia ou fadiga frequentemente são a queixa principal apresentada, e a falha em detectar sintomas depressivos associados resultará em sub-diagnóstico. A tristeza pode ser negada inicialmente, mas pode ser revelada por meio de entrevista ou inferida pela expressão facial e por atitudes. A característica essencial de um episódio depressivo maior é um período de pelo menos duas semanas durante as quais há um humor depressivo ou perda de interesse ou prazer em quase todas as atividades. Em crianças e adolescentes, o humor pode ser irritável em vez de triste. O indivíduo também deve experimentar pelo menos quatro sintomas adicionais, extraídos de uma lista que inclui mudanças no apetite ou peso, no sono e na atividade psicomotora; diminuição de energia; sentimentos de desvalia ou culpa; dificuldade para pensar, concentrar-se ou tomar decisões; ou

pensamentos recorrentes de morte ou ideação suicida, planos ou tentativas de suicídio.

### *2.1.3 Transtornos do neurodesenvolvimento*

Os transtornos do neurodesenvolvimento são um grupo de condições com início no período do desenvolvimento. Os transtornos tipicamente se manifestam cedo no desenvolvimento, em geral antes de a criança ingressar na escola, sendo caracterizados por déficits no desenvolvimento que acarretam prejuízos no funcionamento pessoal, social, acadêmico ou profissional. Os déficits de desenvolvimento variam desde limitações muito específicas na aprendizagem ou no controle de funções executivas até prejuízos globais em habilidades sociais ou inteligência.

#### *2.1.3.1 Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade (TDAH)*

A característica essencial do transtorno de déficit de atenção/hiperatividade é um padrão persistente de desatenção e/ou hiperatividade-impulsividade que interfere no funcionamento ou no desenvolvimento. A desatenção manifesta-se comportamentalmente no TDAH como divagação em tarefas, falta de persistência, dificuldade de manter o foco e desorganização – e não constitui consequência de desafio ou falta de compreensão. A hiperatividade refere-se a atividade motora excessiva (como uma criança que corre por tudo) quando não apropriado ou remexer, batucar ou conversar em excesso. O TDAH começa na infância. A exigência de que vários sintomas estejam presentes antes dos 12 anos de idade exprime a importância de uma apresentação clínica substancial durante a infância.

### *2.1.4 Transtornos alimentares*

Segundo o Manual de transtornos mentais da DSM-5 (2014), os transtornos alimentares são caracterizados por uma perturbação persistente na alimentação ou no comportamento relacionado à alimentação que resulta no consumo ou na absorção alterada de alimentos e que compromete

significativamente a saúde física ou o funcionamento psicossocial. A Folha informativa da OMS (2018) cita a anorexia nervosa, bulimia nervosa e transtorno de compulsão alimentar como exemplos desses transtornos e afirma que os mesmos frequentemente coexistem com a depressão, ansiedade e/ou abuso de substâncias.

#### *2.1.4.1 Anorexia Nervosa*

A restrição da ingesta calórica em relação às necessidades levando a um peso corporal significativamente baixo é um aspecto central da anorexia nervosa, dessa forma o indivíduo mantém um peso corporal abaixo daquele minimamente normal para idade, gênero, trajetória do desenvolvimento e saúde física. Entretanto, indivíduos com anorexia nervosa também exibem medo de ganhar peso ou de ficar gordos ou comportamentos persistentes que interferem no ganho de peso. Esse medo intenso de engordar não costuma ser aliviado pela perda de peso. Na verdade, a preocupação acerca do peso pode aumentar até mesmo se o peso diminuir. Indivíduos mais jovens com anorexia nervosa, bem como alguns adultos, podem não reconhecer ou perceber medo de ganhar peso, portanto é raro uma pessoa com anorexia nervosa queixar-se da perda de peso por si só. Na verdade, indivíduos com anorexia nervosa com frequência negam ter o problema. É, portanto, importante obter informações de familiares ou de outras fontes para avaliar a história da perda de peso e outros aspectos da doença.

#### *2.1.4.1 Bulimia Nervosa*

A bulimia nervosa começa na adolescência ou na idade adulta jovem. A manifestação inicial antes da puberdade ou depois dos 40 anos é incomum. A compulsão alimentar com frequência começa durante ou depois de um episódio de dieta para perder peso. A vivência de múltiplos eventos estressantes na vida também pode precipitar o aparecimento de bulimia nervosa.

Indivíduos com bulimia nervosa exibem episódios recorrentes de compulsão alimentar, adotam comportamento indevido para evitar o ganho de peso (p. ex., vômitos autoinduzidos) e preocupam-se excessivamente com a

forma e o peso corporais. Para se qualificar ao diagnóstico, a compulsão alimentar e os comportamentos compensatórios inapropriados devem ocorrer, em média, no mínimo uma vez por semana por três meses.

#### *2.1.5 Transtorno Obsessivo-compulsivo (TOC)*

O sintoma característico do TOC é a presença de obsessões e compulsões. Obsessões são pensamentos repetitivos e persistentes, imagens (p. ex., de cenas violentas) ou impulsos (p. ex., apunhalar alguém). É importante observar que as obsessões não são prazerosas ou experimentadas como voluntárias: são intrusivas e indesejadas e causam acentuado sofrimento ou ansiedade na maioria das pessoas. O indivíduo tenta ignorá-las, suprimi-las ou neutralizá-las com outro pensamento ou ação. O TOC está associado a uma qualidade de vida reduzida, assim como a altos níveis de prejuízo social e profissional. O prejuízo ocorre em muitos domínios diferentes da vida e está associado à gravidade do sintoma.

Percebe-se aqui a complexidade dos temas trabalhados e a necessidade de produzir meios para que a informação básica circule, evidenciando que ao se reconhecer a sintomatologia listada, a busca por um profissional capacitado é de suma importância. Cabe salientar que o artefato gráfico a ser gerado se insere nessa etapa do processo, do reconhecimento a busca por tratamento. As pretensões do presente projeto são de colaborar com a disseminação da informação e na desconstrução de um estigma negativo relativo a esses transtornos. Esse conteúdo é complexo e não pode ser banalizado. Para fins dessa pesquisa e com o objetivo de sintetizar todas as informações obtidas, criou-se um quadro (quadro 02) com as principais características dos transtornos. O resultado pode ser encontrado abaixo:

Quadro 2: Transtornos trabalhados e sua descrição segundo o DSM-5.

<b>TRANSTORNOS</b>	
<b>Ansiedade</b>	<p><b>Transtorno de Ansiedade Social</b></p> <p>O indivíduo é temeroso, ansioso ou se esquia de interações e situações sociais que envolvem a possibilidade de ser avaliado. Estão inclusas situações sociais como encontrar-se com pessoas que não são familiares, situações em que o indivíduo pode ser observado comendo ou bebendo e situações de desempenho diante de outras pessoas. A ideação cognitiva associada é a de ser avaliado negativamente pelos demais, ficar embaraçado, ser humilhado ou rejeitado ou ofender os outros</p>
	<p><b>Transtorno de Ansiedade generalizada</b></p> <p>As características principais do transtorno de ansiedade generalizada são ansiedade e preocupação persistentes e excessivas acerca de vários domínios, incluindo desempenho no trabalho e escolar, que o indivíduo encontra dificuldade em controlar. Além disso, são experimentados sintomas físicos, incluindo inquietação ou sensação de “nervos à flor da pele”; fadigabilidade; dificuldade de concentração ou “ter brancos”; irritabilidade; tensão muscular; e perturbação do sono</p>
<b>Depressivos</b>	<p><b>Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor</b></p> <p>A característica central é a irritabilidade crônica grave. Essa irritabilidade grave apresenta duas manifestações clínicas proeminentes, sendo a primeira as frequentes explosões de raiva. Essas explosões tipicamente ocorrem em resposta à frustração e podem ser verbais ou comportamentais. A segunda manifestação de irritabilidade grave consiste em humor persistente irritável ou zangado que está presente entre as explosões de raiva. O diagnóstico é desconsiderado antes dos 6 anos ou após os 18 anos de idade. É comum entre as crianças que se apresentam nas clínicas pediátricas de saúde mental.</p>
	<p><b>Transtorno Depressivo Maior</b></p> <p>A característica essencial de um episódio depressivo maior é um período de pelo menos duas semanas durante as quais há um humor depressivo ou perda de interesse ou prazer em quase todas as atividades. Em crianças e adolescentes, o humor pode ser irritável em vez de triste. Os sintomas devem estar presentes quase todos os dias para serem considerados presentes, com exceção de alteração do peso e ideação suicida. Humor deprimido deve estar presente na maior parte do dia, além de estar presente quase todos os dias. Insônia ou fadiga frequentemente são a queixa principal apresentada.</p>
<b>Neurodesenvolvimento</b>	<p><b>Transtorno de Déficit de Atenção/ Hiperatividade</b></p> <p>transtorno do neurodesenvolvimento definido por níveis prejudiciais de desatenção, desorganização e/ou hiperatividade-impulsividade. Desatenção e desorganização envolvem incapacidade de permanecer em uma tarefa, aparência de não ouvir e perda de materiais em níveis inconsistentes com a idade ou o nível de desenvolvimento. Hiperatividade-impulsividade implicam atividade excessiva, inquietação, incapacidade de permanecer sentado, intromissão em atividades de outros e incapacidade de aguardar – sintomas que são excessivos para a idade ou o nível de desenvolvimento. O TDAH costuma persistir na vida adulta, resultando em prejuízos no funcionamento social, acadêmico e profissional.</p>

Alimentares	<b>Anorexia Nervosa</b>	A restrição da ingestão calórica em relação às necessidades levando a um peso corporal significativamente baixo é um aspecto central da anorexia nervosa. Dessa forma, o indivíduo mantém um peso corporal abaixo daquele minimamente normal para idade, gênero, trajetória do desenvolvimento e saúde física. Indivíduos com anorexia nervosa também exibem medo de ganhar peso ou de ficar gordos ou comportamentos persistentes que interferem no ganho de peso. Esse medo intenso de engordar não costuma ser aliviado pela perda de peso. Na verdade, a preocupação acerca do peso pode aumentar até mesmo se o peso diminuir.
	<b>Bulimia Nervosa</b>	A bulimia nervosa começa na adolescência ou na idade adulta jovem. A compulsão alimentar com frequência começa durante ou depois de um episódio de dieta para perder peso. A vivência de múltiplos eventos estressantes na vida também pode precipitar o aparecimento de bulimia nervosa. Indivíduos com bulimia nervosa exibem episódios recorrentes de compulsão alimentar, adotam comportamento indevido para evitar o ganho de peso (p. ex., vômitos autoinduzidos) e preocupam-se excessivamente com a forma e o peso corporais.
Obsessivo-compulsivo	<b>Transtorno Obsessivo-compulsivo (TOC)</b>	O TOC é caracterizado pela presença de obsessões e/ou compulsões. Obsessões são pensamentos, impulsos ou imagens recorrentes e persistentes que são vivenciados como intrusivos e indesejados, enquanto compulsões são comportamentos repetitivos ou atos mentais que um indivíduo se sente compelido a executar em resposta a uma obsessão ou de acordo com regras que devem ser aplicadas rigidamente. certas dimensões dos sintomas são comuns no TOC, incluindo as de limpeza (obsessões por contaminação e compulsões por limpeza); simetria (obsessões por simetria e compulsões de repetição, organização e contagem); pensamentos proibidos ou tabus (p. ex., obsessões agressivas, sexuais e religiosas e compulsões relacionadas); e ferimentos (p. ex., medo de ferir a si mesmo ou aos outros e compulsões de verificação relacionadas).

Fonte: DSM-5, adaptação da autora.

## 2.2. Ambiente Escolar: Estratégias de Abordagem do tema

A base da prevenção é a informação. Dessa forma, a promoção de atividades que abordem a saúde mental para crianças e adolescentes deve ser algo permanente dentro do espaço escolar, uma vez que a escola desempenha um importante papel educacional e norteador na formação desses indivíduos. A discussão desse tema pode ter direcionamentos e abordagens diferentes, sendo realizada através de rodas de conversas ou de palestras com profissionais da área da saúde mental, por exemplo.

Como exemplo do tipo de iniciativa viável dentro do ambiente escolar, há o projeto *Quero na Escola*, que surgiu em setembro de 2015. *Quero na Escola* usa a tecnologia para ouvir as demandas dos estudantes por aprendizados além do currículo obrigatório e conectar com voluntários que possam atendê-los dentro das próprias escolas públicas. Os assuntos pedidos pelos jovens na plataforma variavam entre artesanato, cerâmica, fotografia, mágica e palestras contra o racismo, machismo e a homofobia, por exemplo. No entanto, segundo uma reportagem realizada para o Centro de Referências em Educação Integral, a idealizadora do projeto Cinthia Rodrigues afirmou ter percebido um aumento significativo na demanda por ações relacionadas a saúde mental nas escolas.

Os estudantes começaram pedindo por atividades sobre psicologia e bullying, e logo isso foi virando pedidos sobre ansiedade, depressão, automutilação. E todo mundo com quem a gente conversa conhece alguém que sofre com essas questões. (RODRIGUES, 2019)

Já o *Projeto Cuidado*, desenvolvido em 2018 na cidade do Gama (DF) pela Escola Estadual Gesner Teixeira em parceria com a Secretaria de Educação e a Secretaria de Saúde do município, é uma ação no ambiente escolar que busca incluir estratégias de cuidado emocional, mediação de conflitos e terapias comunitárias gratuitas para alunos de 13 a 17 anos (Figura 1). As atividades ocorrem em uma sala na biblioteca denominada *Espaço Convida* e são coordenadas pela médica Norma Esther Calpineiro, pela psicóloga Doralice Oliveira Gomes e também por outros profissionais da área formados em Práticas Integrativas de Saúde.

Figura 1: Alunos participam de roda para compartilhar experiências dentro do Projeto Cuidado.



Fonte: Nova Escola, 2019. <sup>1</sup>

Estes Projetos são alguns exemplos de como a saúde mental pode ser discutida e abordada dentro do ambiente escolar, de forma a reduzir o estigma negativo atribuído aos transtornos e facilitar o acesso à informação, aumentando dessa forma as chances de prevenção. Nesse sentido, também é necessário que a escola esteja preparada para reconhecer os principais sintomas e mudanças de comportamento em crianças e jovens com problemas, uma vez que estes permanecem no ambiente escolar durante períodos prolongados. Dessa forma, professores e profissionais da equipe escolar poderão realizar uma abordagem adequada, intervindo precocemente e realizando um acompanhamento constante para garantir um resultado positivo nos diferentes casos.

O design pode se inserir nessas ações, tornando-se um elemento transformador que sensibiliza e leva conhecimento ao público sobre assuntos ainda pouco discutidos. Nesse âmbito, ele pode atuar como um amplificador trazendo para outras plataformas as ações existentes no ambiente escolar. No capítulo seguinte o design será investigado como elemento emancipador e comunicacional de forma mais aprofundada.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/16717/projeto-de-saude-mental-afasta-violencia-com-ambiente-de-troca-e-confianca-na-escola>, Acesso em dez. 2019.

### 3. O Design e Seu Papel Social

Segundo Fontoura (2011), há uma implícita vocação interdisciplinar no Design, que se trata de uma área propícia para o trabalho conjunto com outras áreas de conhecimento. Portanto, o designer pode se inserir em ambientes diversos, por vezes distantes do seu âmbito corriqueiro de discussões, gerando soluções pertinentes através das ferramentas utilizadas, dos artefatos gerados e, sobretudo, das discussões teóricas ocorridas dentro do campo do design. A questão projetual no design é alimentada por outras áreas, passando pela comunicação, psicologia entre outras. A construção de um projeto amplia sua eficácia se considera a dimensão do usuário como central, incorpora aspectos teóricos trabalhados nesses diversos campos, fundamentam suas diretrizes projetuais em resultados de pesquisas e testes.

O desenvolvimento de projetos e as atividades de Design também podem ser caracterizados como processos geradores de conhecimentos, pois frequentemente fazem uso da pesquisa como instrumento de ação. (FONTOURA, 2011, p. 92)

Segundo Pazmino (2007) o design para a sociedade consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades reais específicas de cidadãos menos favorecidos, social, cultural e economicamente. Com base nisso, Yamamoto (2014) defende que o apontamento para um modelo de design social pressupõe a existência de um modelo que não seja social, definido por alguns autores como “modelo de mercado”. Neste último, o foco permanece no desenvolvimento de produtos físicos e digitais para venda, visando o lucro. De modo contrário, o modelo social do Design o torna capaz de comunicar ideias, gerar reflexões e transformar o meio em que se insere por meio da satisfação das necessidades humanas, sem necessariamente visar o lucro imediato ou diretamente ligado ao artefato/produto gerado. Dessa forma, o design pode atuar como ferramenta de transformação social, buscando melhorar a experiência e o bem-estar humano a partir dos meios disponíveis.

Design social é uma abordagem de projeto que implica tanto metodologias participativas como motivações projetuais e consequências sociais do processo de design. É possível afirmar ainda que o design social também promove valores como sustentabilidade e desenvolvimento sociocultural. (LIMA e MARTINS apud BRAGA, 2011, p.115)

Papanek (1985), forte defensor do Design Social, declarou que “há profissões mais prejudiciais do que o design industrial, mas muito poucas” em seu livro *Design for the Real World*. Nele, o autor realiza críticas à cultura do consumismo e ao uso indiscriminado dos recursos naturais, fazendo forte apelo ao design responsável por parte dos profissionais.

O design deve se tornar uma ferramenta inovadora, altamente criativa e multidisciplinar, que responda às reais necessidades do homem. Deve ser mais orientada por pesquisas (sendo que) temos a obrigação de parar de encher a terra com objetos e estruturas mal projetados. (PAPANEK, 1985)

Para Ono (2004) é preciso buscar-se desenvolver um “design para todos”, de forma que o designer desempenhe um papel fundamental sintetizando ideias e trazendo então reais benefícios em termos de qualidade de vida para a sociedade.

O designer pode atuar tanto como agente reproduzidor das desigualdades sociais e econômicas existentes entre indivíduos e grupos sociais, quanto como agente emancipador, considerando-se que assume um papel determinante, na tradução das características, necessidades e anseios das pessoas, no processo de desenvolvimento de produtos. (ONO, 2004, p. 61)

Sendo uma disciplina flexível, o design pode então disseminar conhecimento e levantar discussões a respeito de temas pouco abordados, mas importantes no âmbito social, como o da saúde mental. De acordo com Fontoura (2011), o ensino e a aprendizagem tornam-se significativos quando inseridos no projeto de vida daquele que aprende. Buscando entender como o designer pode ser útil em um projeto social, pode-se fazer uso de métodos como a pesquisa participativa, na qual o designer se insere nos locais onde existem problemas sociais com o intuito de desenvolver soluções adequadas. Dessa forma, seria possível promover impacto social, disseminando um entendimento maior sobre o assunto e auxiliando as pessoas a lidarem com suas dificuldades emocionais, angústias e inseguranças, como é o caso do projeto em questão.

Aprende-se quando se está envolvido emocionalmente e racionalmente com o processo de reprodução, produção, recreação e criação do conhecimento. A biografia daquele que aprende é, portanto, a base do seu projeto de vida e de aquisição do conhecimento e de novas atitudes. (FONTOURA, 2011, p. 92)

Com base nessa constatação, pode-se abordar o design de informação, tendo em mente que transmitir a mensagem ao público por meio do artefato a ser desenvolvido também é importante. Essa vertente do design, busca coletar, selecionar e organizar informações de forma a transmitir o conteúdo, ou conhecimento, para o usuário. Frascara (1989 *apud* Yamamoto, 2014) afirma que para atuar significativamente, os profissionais [do design gráfico] devem preocupar-se não só com a maneira de comunicar, mas também com o conteúdo de suas comunicações. Já Fronza (2014) aponta o papel que o design gráfico e o design da informação desempenham ao auxiliar na compreensão desses conteúdos. Segundo o autor:

A informação é um elemento fundamental para que uma sociedade progrida e, portanto, é preciso garantir a possibilidade de que todos possam ter acesso às tecnologias de informação e comunicação. Neste sentido, devido à grande quantidade de informações nas mais variadas mídias, tornaram-se imprescindíveis a organização e a estruturação destas informações antes de serem apresentadas ao receptor para que possam tornar-se compreensíveis. (FRONZA, 2014 p. 51)

Bonsiepe (1999 *apud* Quintão e Triska, 2013) destaca a amplitude do design de informação, ao elencar algumas de suas possíveis áreas de atuação: projeto de interfaces, imagens médicas, diagramas e manuais, mapas e planos de orientação digitais, design de informação para crianças, design de informação para televisão, gerenciamento de informações, entre outros. Tendo, então, o objetivo de potencializar a captação da mensagem pelo receptor, o design da informação pode utilizar linguagem distintas como textos, imagens, ilustrações, vídeos, sites, aplicativos. Entre esse grande número de possibilidades, deve-se escolher a alternativa que melhor transmita a informação de maneira clara e objetiva, levando em consideração o público em questão. Complementando esta afirmação podemos utilizar a definição da Sociedade Brasileira de Design da Informação (SBDI):

Design da informação é uma área do design gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação por meio da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao público-alvo. O princípio básico é otimizar o processo de aquisição de informação efetivado nos sistemas de comunicação analógicos e digitais (SBDI *apud* OLIVEIRA e JORENTE, 2015).

Conclui-se que a natureza interdisciplinar do design é capaz de transformá-lo em uma ferramenta promotora de mudanças na sociedade, uma vez que este muitas vezes se conecta com outras áreas de conhecimento. Sendo assim, o designer pode se voltar para questões que vão além de seu escopo, beneficiando-as com sua forma de pensar. Dessa forma, fica evidente que o design pode atuar como um agente de transformação social, abordando temas ainda pouco discutidos como a Saúde mental, por exemplo, e propondo soluções que possibilitem mudanças significativas. A atuação do designer se dará então, por meio dos artefatos gerados. Esses artefatos podem ser projetados utilizando diferentes metodologias, diferentes ferramentas e premissas diversas. Uma dessas premissas pode ser centrar o design no usuário e em suas experiências. Sobre isso, discorreremos a seguir.

#### **4. Design Gráfico Centrado No Usuário: Comunicação E Linguagem**

Para Lanter e Essinger (2017 apud PAGNAN et. al., 2019), o Design Centrado no Usuário (DCU) é uma metodologia e filosofia de projeto em que as necessidades, metas e sucesso do usuário final são consideradas. Tem-se então como objetivo principal a satisfação dos clientes por meio de sistemas acessíveis e que evitem os efeitos negativos a respeito da segurança e desempenho. Dessa forma, essa metodologia pode ser aplicada à diversos projetos que sejam destinados ao uso humano e que visem a satisfação do usuário, uma vez que o sucesso do projeto é medido pela experiência vivenciadas e feedback positivos dados. Santa Rosa e Moraes apontam que:

A abordagem do Design Centrado no Usuário (DCU) envolveria o usuário no desenvolvimento do projeto para um levantamento de suas necessidades e outros requisitos funcionais, a fim de diminuir os riscos e erros de interpretação pelos desenvolvedores. (SANTA ROSA; MORAES apud PEREIRA, 2016, p.15).

Segundo Sesso (2018), esse processo é frequentemente caracterizado por 4 etapas: observação, geração de ideia, prototipação e teste.

Durante a etapa de observação busca-se entender o contexto de uso do produto sendo desenvolvido através de entrevistas, enquetes, observação, etc. Durante a fase de geração de ideia busca-se expandir inúmeras soluções, geralmente fazendo um brainstorming, e a partir de

então tenta-se chegar a um conceito. Na fase de prototipação busca-se construir um protótipo rápido e barato do conceito elaborado na etapa anterior para ser testado e avaliado durante a fase de teste. (SESSO, 2018, p.5)

Portanto, fica claro que para boas soluções de design surgirem é necessário a centralidade no sujeito ao qual o projeto se destina. Sendo assim, os usuários podem ter envolvimento tanto na etapa inicial – quando os designers precisam entender os requisitos – quanto nas etapas finais, de testes de usabilidade (Abras, Maloney-Krichmar E Preece, 2004 apud PAGNAN et al., 2019). No entanto, para Ladner (apud PAGNAN et al., 2019), nem sempre as mesmas pessoas devem ser envolvidas em todas as fases do projeto. Dessa forma, um usuário que participou das etapas de levantamento de dados, auxiliando na escolha de uma solução, pode não ser a pessoa indicada para testar o produto final, uma vez que esta já tem uma ideia a respeito do resultado em mente.

Chaves (2016) afirma que a partir de uma simples compreensão do processo de aprendizagem, podemos nos comunicar melhor com o público-alvo. Deve-se levar em conta também que a grande maioria dos usuários que buscam informações estarão usando este conteúdo para alcançar um objetivo pessoal, como responder uma dúvida ou completar uma tarefa (Redish apud Chaves, 2016). Tendo em mente que o público ao qual esse projeto se destina são jovens que convivem atualmente com um grande número de informações e estímulos, julga-se que o conteúdo a ser produzido deve chegar até eles de forma rápida e clara. No entanto, se faz necessário ter um conhecimento mais aprofundado a respeito do público e seus hábitos atuais, para então realizar a melhor escolha sobre a forma que o artefato gráfico será produzido e veiculado.

É dado início então à etapa de observação onde o perfil do usuário será traçado, com o intuito de responder questões a respeito da forma e condições que eles farão uso do artefato gerado. Esse contexto de uso do produto será explorado através de questionários ou rodas de conversas, permitindo um contato maior com o público. Como objetivo, busca-se desenvolver um artefato que se adeque as necessidades de transmitir

informação sobre a saúde mental, aumentando a consciência sobre a frequência dos transtornos e impulsionando a busca por tratamentos e apoio.

#### **4.1 Tecnologias de informação e comunicação: possibilidades de veiculação**

Segundo Rogers, Sharp e Preece (2013 apud PAVAN, 2017), a forma como ocorre a comunicação pode variar de acordo com a cultura das pessoas, custo e tipo de tecnologia do momento. Com base na pesquisa de Baptista (2015) é possível perceber que as características ditas próprias da sociedade contemporânea na verdade não são nada novas. Segundo o autor, o sociólogo norte-americano Charles Cooley já falava em 1909 sobre o excesso de informação, a instantaneidade, a superficialidade e a desintegração das relações tradicionais. Na frase abaixo, por exemplo, o objeto em questão não era o smartphone atual, mas o jornal, tido como responsável pelo fim da conversa segundo Charles.

Que prática estranha, quando você pensa que um homem deve se sentar à mesa para seu café da manhã e, em lugar de conversar com sua mulher e filhos, segura diante de seu rosto uma espécie de tela em que está inscrita uma fofoca mundial. (COOLEY apud BAPTISTA, 2015, p.8)

O surgimento do jornal, rádio e outras tecnologias dividiu opiniões causando desconfiança e julgamentos por parte das pessoas que acreditavam que esses meios de comunicação provocariam mudanças desagradáveis. Da mesma forma, atualmente o uso das redes sociais passa por diversos debates, gerando opiniões diversas a respeito do impacto que possuem principalmente na saúde mental dos jovens. Pode-se dizer, então, que assim como o jornal, a presença da internet no cotidiano mudou de vez o comportamento humano.

Presente nas casas de cerca de 67% da população brasileira segundo a pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros (TIC domicílios<sup>2</sup> 2018), a internet possibilitou a evolução da comunicação, mudando a forma como as pessoas

---

<sup>2</sup> Pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) anualmente desde 2005 com o objetivo de mapear o acesso à infraestrutura TIC nos domicílios urbanos e rurais do país.

entram em contato umas com as outras. As mensagens instantâneas, chats online e redes sociais ganharam espaços permitindo que os novos usuários desfrutassem cada vez mais do mundo virtual, permanecendo sempre conectados com a tecnologia. Dessa forma, apesar de importantes, as conversas cara a cara começaram a ser realizadas com menos frequência. Em entrevista ao UOL, Claudio César Montoto (apud Gonçalves S/D<sup>3</sup>), psicanalista e professor da Especialização em Semiótica Psicanalítica da PUC/SP, destaca nossa dificuldade em viver sem estímulos tecnológicos.

Nós escapamos do silêncio como se fosse um inimigo mortal. Chegamos em casa e ligamos a televisão, entramos no carro e ligamos a música, vamos ao museu e queremos tirar um monte de fotografias em vez de entrar em contato com as sensações e lembranças que a arte produz. Ou seja: a gente se afastou da gente mesmo. (MONTOTO apud GONÇALVES S/D)

Prensky (2001) afirma que a chegada e rápida difusão da tecnologia digital nas últimas décadas do século XX causou mudanças nos jovens tornando-os diferentes das gerações anteriores. O autor utiliza, então, o termo “nativo digital” para descrever as pessoas que já nasceram em uma época com grande volume de interação com a tecnologia. Esses jovens que cresceram cercados por smartphones, jogos de computador, internet e mensagens instantâneas, acabaram possuindo características que os tornaram diferentes de gerações mais antigas, como a capacidade de realizar muitas tarefas ao mesmo tempo ou de receber muita informação rapidamente. Segundo Baptista (2015), ao mesmo tempo em que as mudanças na comunicação social geram uma vida sobrecarregada de informações e estímulos superficiais, também promovem uma sociabilidade ampla e comunal.

No entanto, Jean M. Twenge (2017), professora de psicologia na San Diego State University, afirma que a chegada do smartphone mudou radicalmente todos os aspectos da vida dos adolescentes, desde a natureza de suas interações sociais até a saúde mental, não sendo exagero descrevê-los como estando à beira da pior crise de saúde mental em décadas. Outro ponto relevante diz respeito às telas dos games que, de acordo com os dados do estudo de Passarelli *et al.* (2014), estão presentes em 78,7% dos lares das

---

<sup>3</sup> A reportagem não informa a data da publicação.

crianças e em 62,4% dos adolescentes. Esse fato reforça a importância do lúdico no cotidiano deste público, que acaba priorizando as experiências interativas que esses aparelhos lhe proporcionam. Consequência disso, é a redução no número de vezes que os jovens se encontram pessoalmente com seus amigos uma vez que os pontos de encontros como shoppings, praças públicas ou campos de futebol, foram substituídos por espaços virtuais, como os aplicativos e sites da web.

Pesquisas recentes sugerem ainda que o tempo dedicado ao uso de mídias sociais causa infelicidade. A Royal Society for Public Health (*RSPH*) em conjunto com o Young Health Movement (*YHM*) publicou o relatório *#StatusOfMind*<sup>4</sup> (2017) com o objetivo de examinar os efeitos positivos e negativos das mídias sociais na saúde dos jovens. A pesquisa foi realizada em 2017 com 1.500 jovens britânicos com idade entre 14 e 24 anos, dos quais a maioria afirmou acreditar que o uso de Facebook, Instagram e outras redes fazem mal a seu bem-estar, mesmo também contribuindo positivamente em seu cotidiano. Com base nas classificações dos participantes, conclui-se que o Instagram era a rede social mais prejudicial para a saúde mental e o bem-estar dos jovens. Segundo Shirley Cramer, diretora da RSPH:

A mídia social tem sido descrita como mais viciante do que cigarros e álcool, e agora está tão arraigada na vida dos jovens que não é mais possível ignorá-la quando se fala de jovens com problemas de saúde mental. Através do nosso Young Health Movement, os jovens nos disseram que as mídias sociais tiveram um impacto positivo e negativo em sua saúde mental. É interessante ver o ranking do Instagram e do Snapchat como o pior para a saúde mental e o bem-estar - ambas as plataformas são muito focadas na imagem e parece que elas podem estar gerando sentimentos de inadequação e ansiedade nos jovens. (CRAMER, 2017)

Apesar de prejudicial, a rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos é uma das que mais vem crescendo nos últimos tempos. Carolyn Everson vice-Presidente de soluções de marketing do Facebook, anunciou em setembro de 2017 na Advertising Week que o Instagram tem 800 milhões de usuários ativos por mês, com 500 milhões acessando o aplicativo todos os dias

---

<sup>4</sup> Disponível em: < <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf> > Acesso em: 26 fev. 2020.

(Lima, 2017). Segundo Paula e Garcia (2014), o sujeito contemporâneo tem em suas mãos as ferramentas necessárias para criar histórias audiovisuais, por meio de fotografias e vídeos e torná-las públicas quando desejar em busca de “ser percebido”, uma vez que quem não é notado, curtido e compartilhado, “não é”. Sendo assim, o usuário torna-se transmissor de si por meio das tecnologias atuais. Fontcuberta afirma que:

Definitivamente, as fotos não servem para tanto para armazenar lembranças, nem são feitas para serem guardadas. Servem como exclamações da vitalidade, como extensões de certas vivências, que se transmitem, compartilham e desaparecem, mental ou fisicamente. (...) Transmitir e compartilhar fotos funciona então como novo sistema de comunicação social, de etiqueta e cortesia. Entre estas normas, a primeira estabelece que o fluxo de imagens é um indicador de energia vital, o que nos devolve ao argumento ontológico inicial do “fotógrafo, logo existo” (FONTCUBERTA apud PAULA; GARCIA, 2014, p. 06).

Observa-se então uma atual compulsão por se destacar e estar sempre online nas mídias sociais, para então se sentir inseridos e pertencentes à sociedade. Segundo uma pesquisa realizada pela Pew Research Center (2015) com adolescentes americanos, 92% deles estavam online diariamente e, entre esses, 24% estavam online quase que constantemente. No entanto, é necessário buscar de forma mais aprofundada as motivações das pessoas que utilizam essas redes de compartilhamento de fotos, especialmente o público desse projeto.

Logo, para a construção de um produto efetivo com o impacto desejado, é essencial que o designer contemple uma grande empatia e profundo entendimento dos sujeitos com quem trabalhará; contudo, compreendê-los não somente no que eles desejam, mas nos seus problemas, limitações, motivações e valores (BROWN apud PEREIRA, 2016). Tendo então adquirido conhecimento a respeito do público denominado de “nativos digitais”, se faz necessário investigar as diversas plataformas de comunicação existentes com o intuito de escolher a ideal para veiculação do projeto.

Sabendo que o público adolescente já possui grande interação com as tecnologia, dispositivos eletrônicos e ferramentas digitais em seu cotidiano, decidiu-se transmitir as informações a respeito do tema e veicular o projeto por meio das mídias digitais. Entre as vantagens existentes no uso desses canais de

comunicação online, podemos citar a capacidade de construir um relacionamento marcante com o público de forma que se envolvam com o projeto, compartilhando-o e gerando engajamento. Para que isso seja possível, o projeto deve focar nas necessidades das pessoas que estarão envolvidas com o seu desenvolvimento.

Portanto, uma vez que o projeto é centrado no usuário se torna importante a presença de um grupo de controle para futura validação. Percebe-se então o ambiente escolar como local ideal para realizar contato com o público, uma vez que uma mediação e relação de confiança já são existentes. Tendo o apoio de uma instituição de ensino disposta a colaborar com o projeto será possível estabelecer um contato com o público e aplicar ferramentas que permitam definir requisitos norteadores de etapas posteriores.

## **5. Desenvolvimento do Artefato: Estratégias Metodológicas**

Como dito na introdução deste trabalho, o objetivo geral se vincula a construção de um artefato gráfico, destinado ao público adolescente, capaz de contribuir para a compreensão de transtornos psicológicos. No campo do design, o desenvolvimento de qualquer artefato pressupõe a construção de um processo metodológico que guie suas ações, elenque ferramentas e estruture o processo de construção projetual. Tendo em vistas as diversas metodologias e autores que tratam o tema, associada a revisão bibliográfica apresentada até aqui, nesse capítulo discorre-se sobre a estruturação das estratégias metodológicas aplicadas ao desenvolvimento do projeto gráfico do artefato proposto nos objetivos.

### **5.1. Construindo uma Metodologia Híbrida**

Após um levantamento preliminar de possíveis autores e suas metodologias, definiu-se que o caminho mais eficiente passaria por um processo de hibridação das etapas e ferramentas propostas por três autores pré-estabelecidos. Esse projeto se baseia então, em uma metodologia híbrida construída por meio da mescla e reordenamento das características e etapas propostas por Bonsiepe, Peón e Simlinger. Em resumo, a metodologia projetual

desses autores fornece uma orientação para o processo projetual de produtos industriais, gráficos e de informação, respectivamente. Mesclar essas diferentes propostas tem o objetivo de capturar de cada uma delas ferramentas e processos que aumentem a assertividade do artefato gerado, tendo o usuário final no centro do projeto e dando especial atenção ao contexto onde será veiculado.

Segundo Freitas, Coutinho e Waechter (2013) no processo de desenvolvimento de produtos industriais, ambiente para o qual Bonsiepe concebeu sua proposta metodológica, é comum suas metodologias darem ênfase ao processo de criação do produto em si, mesmo a informação exercendo também um papel essencial nesse objetivo. No caso do autor escolhido, embora o mesmo tenha um sólido trabalho teórico a respeito do papel social do design, sua metodologia projetual ainda é bastante focado no artefato e seu contexto. A proposta de Bonsiepe traz um rol de análises que, se bem aplicadas, podem ajudar a compreender a experiência do usuário e assim, desenvolver um artefato onde este usuário esteja no centro da ação projetual.

Observando agora as contribuições de Peón (2009) e Simlinger (2007), autores da área de design gráfico, identificamos que em seu processo de desenvolvimento de produtos, é possível perceber uma preocupação com o “cliente” do projeto e com o tratamento visual das informações a serem passadas. Peón, em sua proposição de uma metodologia para o desenvolvimento de Sistemas de Identidade Visual, menciona em muitos momentos termos como “público-alvo”, “estudo de perfil” e “estudo de similares”. Freitas (2013), ao analisar os processos projetuais do design gráfico, afirma que é por meio desses elementos que o usuário e o contexto da experiência fazem-se presentes nessas metodologias.

Já as metodologias do Design da Informação, como é o caso da proposta de Simlinger, são essencialmente voltadas para o processo de construção visual da informação em si. Freitas pontua que:

Os autores do Design da Informação, são os únicos a darem ênfase na questão dos elementos visuais que compõe o projeto, tais como: tipografia, layout, cores, linguagem, estrutura da página, estilos e elementos pictóricos [...] Em suma, as metodologias de Infodesign são designadas para projeção de artefatos informacionais com objetivos de facilitar o processo de aquisição da informação em um determinado

contexto, efetivado nos sistemas de comunicação em diferentes suportes. (FREITAS, 2013. P. 12)

Ou seja, a partir das metodologias específicas da área de design gráfico e design da informação, a metodologia adotada aqui contará com momentos específicos para trabalhar a estrutura da informação e sua construção visual, considerando não só o processo perceptivo do usuário, mas também como sua percepção e suas expectativas estão moldadas por projetos similares com os quais eles convivem. Pontuado isso, apresentamos a seguir (quadro 03) os métodos de cada autor, suas macrofases e as etapas e ferramentas que as compõem.

Quadro 3: Resumo das metodologias levantadas.

	<b>BONSIEPE (1984)</b>	<b>SIMLINGER (2007)</b>	<b>PEÓN (2009)</b>
<b>PROBLEMATIZAÇÃO</b>	<b>1. Problematização</b> 1.1 Descobrir a necessidade 1.2 Fomulação geral do problema 1.3 Formulação específica do problema 1.4 Fracionamento do problema 1.5 Hiarquização do problema	<b>1. Compreensão do tema e seu valor para o usuário</b>	<b>1. Problematização</b> 1.1 Briefing 1.2 Análise do perfil do cliente 1.3 Análise do público-alvo 1.4 Seleção de conceitos 1.5 Estudo de similares 1.6 Requisitos e restrições
	<b>2. Análise</b> 2.1 Lista de Verificação 2.2 Análise do produto com relação ao Uso 2.3 Análise Diacrônica 2.4 Análise Sincrônica 2.5 Análise Estrutural 2.6 Análise Funcional 2.7 Análise Morfológica	<b>2. Compreender os usuários</b> 2.1 Definir os usuários através de métodos apropriados, como observação , entrevista...	_____
<b>CONCEPÇÃO</b>	<b>3. Definição do problema</b> 3.1 Lista de requisitos do projeto 3.2 Hierarquização dos requisitos 3.3 Lista de requisitos e parâmetros	<b>3. Proposta ou Estratégia</b>	_____
	<b>4. Anteprojeto</b> 4.1 Brainstorming 4.2 Método 635 4.3 Método de analogia 4.4 Caixa morfológica 4.5 Desenhos e esboços 4.6 Maquete/pré-modelo/modelo	<b>4. Projeto</b> 4.1 Definição, planejamento e modelação do conteúdo da mensagem e dos ambientes em que ele será apresentado.	<b>2. Concepção</b> 2.1 Geração de alternativas 2.2 validações 2.3 Solução preliminar 2.4 Validações 2.5 Soluções
	<b>5. Projeto</b> 5.1 Detalhamento do projeto 5.2 Documento escrito	<b>5. Avaliação</b> 2.1 Teste de conceito, grupo focal, teste de usabilidade, design participativo e teste de design.	_____
	_____	<b>6. Refinamento e Implementação da informação</b>	3. Especificação 3.1 Detalhamento técnico 3.2 Seleção das aplicações 3.3 Implantação do sistema

Fonte: Elaborada pelo autor com base na pesquisa realizada, 2019.

Como mostra o quadro 03, muitas etapas possuem correlações em sua estrutura geral e nas ferramentas que propõem. Após essa análise da contribuição dos autores, já é possível definir uma Estrutura Analítica de Projeto (EAP) para o desenvolvimento do artefato gráfico. Sobre isso, discorre-se a seguir.

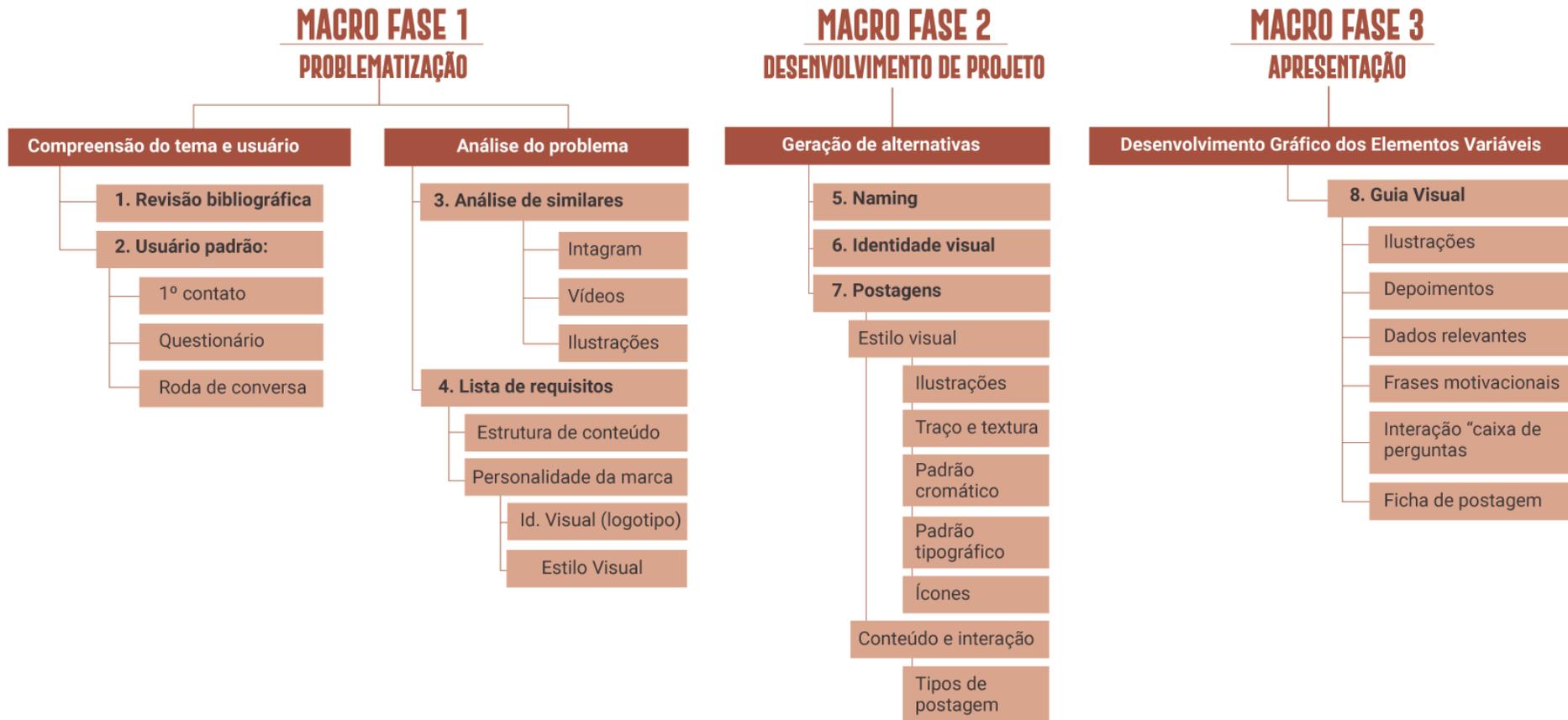
Cabe enfatizar que o processo de modelagem de uma metodologia, onde são adaptadas as fases e etapas deve ser uma prática habitual do designer. A contribuição dos autores é valiosa, mas cada contexto projetual, seja temporal ou na perspectiva da problemática enfrentada, é único e, portanto, precisará adequar o método e as ferramentas para garantir mais eficiência. O designer precisa estar atento pois é nesse ponto que teoria e prática se encontram. Um referencial teórico bem fundamentado, bem como uma leitura dos cânones do campo de pesquisa, permite escolhas mais acertadas nesse momento de hibridação.

Para o artefato desenvolvido nessa pesquisa, além da contribuição dos três autores supracitados, há também espaço para um enfoque na experiência do usuário e a premissa que o design pode e deve cumprir seu papel social. A estrutura metodológica descrita a seguir tem como princípio essas duas bases.

## **5.2. Estrutura Analítica de projeto**

A Estrutura Analítica do Projeto (EAP) que pode ser observada no quadro 04, abaixo, apresenta cada fase que será executada, bem como as ferramentas a serem utilizadas. Ela está estruturada em três Macro fases: Problematização, Desenvolvimento de Projeto e Apresentação. Cada Macro fase possui etapas e sub-etapas, como mostrado no quadro a seguir.

Quadro 4: Estrutura analítica do projeto (EAP).



Fonte: Elaborada pelo autor com base na pesquisa realizada, 2019.

A macro fase “Problematização” tem o objetivo de entender o problema, chegando a uma síntese de estratégias e ações para o desenvolvimento do artefato. Formada por 02 etapas, ela prevê:

A) Na etapa de **Compreensão do Tema e Usuário**, o objetivo preencher as lacunas existentes a respeito do assunto abordado e do grupo de controle. Para a compreensão do tema, realizou-se uma (1) revisão bibliográfica apresentada na primeira parte deste trabalho. A partir dessa revisão foi possível compreender a temática da saúde mental na adolescência e as possibilidades oferecidas pelo design contemporâneo enquanto campo de pesquisa. Essa investigação possibilitou definir algumas premissas, como por exemplo a veiculação por meio digital do material a ser gerado e a utilização de um grupo de controle.

Levando em conta o escopo do trabalho e as questões éticas em lidar com o público alvo escolhido, optou-se por buscar apoio junto a uma instituição de ensino. E assim, partindo da relação de respeito e responsabilidade construída por essa instituição, formar um (2) grupo de controle. Junto a esse grupo serão aplicados questionários e realizadas rodas de conversa buscando entender e conseguir informações fundamentais para montar o perfil do usuário.

B) Na etapa **Análise do Problema** será realizada a (3) análise de similares que é um importante processo de obtenção de informações sobre projetos com linguagem distintas, mas com a mesma temática, bem como os fatores que podem impactar no sucesso ou fracasso desse projeto. Essas análises deverão mapear tanto as referências visuais, quanto a abordagem de conteúdos em diversas plataformas, culminando em um processo de (4) definição do problema. Essa etapa se dará evidenciando aspectos que não deverão ser perdidos de vista ao longo das próximas etapas do desenvolvimento do projeto, gerando por fim

uma lista de requisitos e parâmetros que são a guia do desenvolvimento do projeto.

Isso nos leva a macro fase 2 “Desenvolvimento de Projeto”. É nessa macro fase que o artefato toma forma passando pelos processo de (6) Geração de Alternativas (7) Seleção de alternativas e (8) Refinamento da proposta. Trata-se do processo criativo onde será desenvolvida a identidade visual do projeto, composta por sua Marca (Identidade Visual) e pelas definições de como o conteúdo será apresentado graficamente. Também serão utilizados os painéis semânticos, que irão servir de inspiração para a geração de alternativas que ocorrerão associadas ao uso de técnicas como o Brain Dumping Visual. Posteriormente, as opções poderão ser avaliadas por meio de uma Matriz de Posicionamento, de forma a definir qual das alternativas atende o maior número de requisitos e será refinada. Essa ferramenta tem como objetivo apoiar o processo de decisão de modo que as ideias mais estratégicas sejam selecionadas para serem projetadas. Por fim, serão desenvolvidos mockups para uma melhor visualização do projeto.

A etapa final desse processo é a “Apresentação do Projeto” onde são definidas as formas como o projeto será exposto ao público e também a criação de meios que permitam a compreensão de seu processo de forma a permitir sua continuidade. Definido toda a estrutura projetual, apresenta-se agora a segunda etapa deste trabalho: Desenvolvimento do projeto

## PARTE 2 – DESENVOLVIMENTO DE PROJETO

### 6. MACRO-FASE 1: PROBLEMATIZAÇÃO

A função dessa macro fase é compreender em profundidade o usuário e o contexto do projeto, a fim de gerar uma lista de requisitos e parâmetros para guiar o projeto. Ela está dividida em duas etapas maiores, apresentadas a seguir.

#### 6.1. Etapa I: Compreensão do tema e usuário

##### 6.1.1. *Revisão bibliográfica*

Essa etapa foi cumprida anteriormente, construindo a Parte1 do presente trabalho. Ao examinar temáticas relativas a saúde mental na adolescência e também questões relativas ao design contemporâneo como o papel social do design e um processo projetual onde o usuário é colocado no centro, foi possível estabelecer algumas premissas:

A primeira delas diz respeito a meio digital como elemento de veiculação do conteúdo, criando a necessidade de analisar as características visuais e de tratamento da informação presente nesse meio. Outra premissa, diz respeito a seleção de conteúdo a ser abordado. Esse conteúdo foi selecionado levando em consideração tanto as abordagens do assunto no ambiente escolar, quanto os principais transtornos diagnosticados nessa faixa etária.

Serão abordados, portanto, os seguintes transtornos: Depressivos, Alimentares, Obsessivo-compulsivo, de Ansiedade e de Déficit de Atenção/Hiperatividade. Definidos os conteúdos e suas fontes é preciso definir como esses conteúdos podem ser abordados. Isso só é possível a partir da compreensão do usuário

##### 6.1.2. *Usuário Padrão: Definindo grupo de controle*

Desde a proposta inicial do projeto, o público alvo corresponde ao adolescente. No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei 8.069, de 1990, considera criança a pessoa até 12 anos de idade incompletos e define

a adolescência como a faixa etária de 12 a 18 anos de idade (artigo 2º). Por entender ser uma faixa vulnerável, optou-se pelo ambiente escolar como locus do grupo de controle, colocando nosso usuário como um adolescente que frequenta a escola, mais especificamente o ensino médio.

Tendo isso em mente que para compreender as necessidades do público definido era necessário ir à campo para realizar registros e observações, iniciou-se a busca por uma instituição de ensino que estivesse disposta a colaborar com o projeto. A primeira instituição com a qual o contato foi realizado demonstrou um grande interesse com o tema proposto e se manteve aberta para participar do projeto, permitindo que o mesmo fosse explicado claramente antes de realizar a primeira reunião. Definiu-se, então, que esse contato maior com o público iria ocorrer através de questionários e participação em rodas de conversa que abordassem o tema.

#### *6.1.2.1. Primeiro contato: a escola*

A escola que aceitou a proposta de apresentar o material deste projeto aos alunos é uma instituição de ensino básico particular com princípios cristãos, localizada em Maceió, que atende aos alunos da Educação Infantil ao Ensino Médio. Segundo dados da plataforma QEd<sup>5</sup> de 2018, a escola em questão conta com cerca de 120 alunos matriculados do 1º ao 5º ano, 135 do 6º ao 9º ano e 95 do ensino médio. Quanto sua estrutura, a escola oferece um amplo espaço de convivência, quadra de esportes, parque infantil, laboratórios, biblioteca, sala de mídias e capela.

O primeiro contato com a escola foi realizado por telefone em junho de 2019. A secretaria informou os melhores horários para conversar com a coordenação, sendo possível marcar a data da primeira reunião. A coordenadora responsável pelo Serviço de Orientação Pedagógica<sup>6</sup> (SOP) foi muito receptiva e demonstrou bastante interesse no assunto, confirmando a demanda para falar sobre o mesmo. No entanto, informou que por conta da proximidade das festas

---

<sup>5</sup> O QEd é a maior plataforma de informações educacionais do Brasil, com os dados mais importantes do ensino básico.

<sup>6</sup> A coordenação pedagógica é responsável pela assessoria permanente e continuada ao trabalho docente e da comunidade escolar

juninas e do fim do semestre só poderia realmente conversar de forma mais aprofundada sobre o tema na primeira semana de volta às aulas, informando a data da próxima reunião.

Buscando compreender a visão da coordenação da escola sobre a saúde mental e a forma como ela estava sendo abordada com os alunos até então, realizou-se uma entrevista com a coordenadora responsável pelo Serviço de Orientação Pedagógica. Durante a entrevista, o interesse pelo assunto era notório por parte da mesma, que posteriormente relatou alguns casos recentes relacionados à ansiedade e depressão que ocorreram no ambiente escolar. Também comentou que apesar de alguns alunos passarem por problemas, poucos realmente se sentiam à vontade para admitir e conversar sobre o que estavam passando, corroborando a hipótese inicial da pesquisa de que há interesse pelo assunto e espaço para a produção desse tipo de conteúdo.

Quando questionada sobre a existência de algum programa que abordasse a saúde mental (como palestras e rodas de conversa) ela afirmou que os próprios alunos sentiram a necessidade de falar sobre o assunto entre eles. O objetivo era realizarem rodas de conversas no horário do intervalo com os alunos que se sentissem confortáveis e interessados em participar. No entanto, pela diferença de idade entre as turmas a ideia acabou não gerando grandes resultados nem permanecendo em prática.

Em um segundo momento, nosso contato foi com a coordenadora responsável pelo Serviço de Orientação Educacional<sup>7</sup> (SOE), que não estava presente durante a primeira entrevista. Um questionário<sup>8</sup> com 6 perguntas (disponível em apêndice junto com as respostas) foi lançado e, por meio dele, ela confirmou a ausência de um programa específico que abordasse saúde mental mesmo já tendo levado profissionais da área para palestrar algumas vezes no ambiente escolar. Afirmou também que os alunos demonstram sentir falta de ter mais conhecimento sobre o tema e que a saúde mental tem grande impacto nos estudantes que ela tem contato: “Eles apresentam sintomas

---

<sup>7</sup> Responsável pela orientação e acompanhamento do educando e tem como objetivo proporcionar a integração do educando à Escola, auxiliando sua adaptação no processo de convivência escolar

<sup>8</sup> Questionário aplicado e as respostas obtidas, podem ser vistos no apêndice A

diversos e com isso sofrem impacto no seu rendimento escolar e nas relações sociais vivenciadas dentro da sala”, afirmou a coordenadora do SOE.

Diante da receptividade da instituição e a disponibilidade das coordenadoras em mediar a interação do projeto com o grupo de alunos, algumas estratégias foram estabelecidas. Foram propostas duas ferramentas para a compreensão desse usuário: um questionário preliminar, com abordagem quantitativa e qualitativa, focando em delimitar o perfil do grupo; e uma roda de conversa, com enfoque mais qualitativo, voltado para o tema e maneiras de abordá-lo.

#### *6.1.2.2. Questionário preliminar*

Com o objetivo de conhecer melhor o público alvo deste projeto desenvolveu-se um questionário<sup>9</sup> com perguntas tanto quantitativas quanto qualitativas, com a finalidade de descobrir as necessidades e as preferências com relação aos meios que acessam, bem como o perfil sociodemográfico do grupo de controle. Nessa etapa do processo, o questionário foi levado até a coordenação da escola para validação, podendo ser alterado caso fosse necessário.

Definiu-se que o questionário seria impresso e aplicado pela escola entre os dias 22 e 29 de agosto de 2019, tendo possibilidade de atingir cerca de 90 alunos do ensino médio. O questionário, composto por 11 perguntas das quais apenas uma era aberta, abordava tópicos com relação ao nível de conhecimento sobre o assunto e a preferência do público entre os meios de acesso às informações sobre saúde mental. No final, o questionário atingiu 79 alunos dos quais 15 eram do 1º ano, 36 do 2º e 28 do 3º ano.

#### *6.1.2.3. Alguns resultados obtidos e conclusões a partir disso*

O Questionário desenvolvido atingiu 79 alunos com idade entre 14 e 18 anos. A análise dos resultados identificou um grupo formado majoritariamente

---

<sup>9</sup> O questionário aplicado e os resultados obtidos podem ser vistos nos apêndices B e C respectivamente

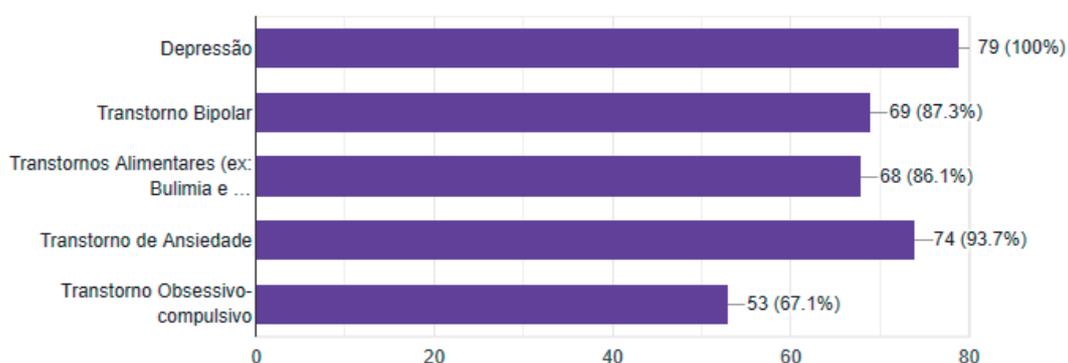
(33 alunos) por indivíduos de 17 anos. Do total de respostas encontrou-se 50 são jovens do sexo feminino e 29 são do sexo masculino, que se descrevem como pessoas alegres em sua maioria (55 alunos).

Buscando mapear sua relação com o assunto, ao serem questionados sobre a existência de um estigma negativo ligado aos transtornos de origem psicológica, 68 alunos afirmaram acreditar que sim, esse estigma existe. Na questão seguinte, foi possível ter noção de quais transtornos o público já tinha ouvido falar, sendo a depressão e o transtorno de ansiedade os mais conhecidos, respectivamente (figura 2).

Figura 2: Resultado Parcial do Questionário Preliminar: Quais transtornos mentais você já ouviu falar

### Quais Transtornos Mentais você já ouviu falar?

79 responses



Fonte: a autora (2019)

Quando perguntados sobre seu acesso a informação, as redes sociais aparecem com larga vantagem. Nas respostas seguintes, tem-se o Instagram, Whatsapp e Youtube como mídias/redes sociais mais utilizadas para acesso às informações com 70, 59 e 54 usuários respectivamente. Eles também responderam quais meios gostariam de usar para ter acesso às informações sobre saúde mental, deixando em primeiro lugar as redes sociais e profissionais da saúde, empatados com 54 votos, seguidos das plataformas de vídeos, como o Youtube, com 52 votos.

Ter conhecimento dos interesses do público nas plataformas que utilizam também foi de grande importância. Entre as opções mais relevantes temos que 58 deles querem desabafar e dar apoio a quem precisa e 48 pretendem buscar por profissionais da área da saúde. Isso mostra que muitos

deles se sentem à vontade em debater o assunto (39 alunos segundo o questionário) e apesar de relutarem em expressar seus sentimentos, há momentos em que percebem a necessidade de desabafar, falar e ser ouvido.

Com base nesses dados em que se identificou os interesses e possibilidades de engajamento preferidos pelo grupo de controle, foi possível realizar uma análise a respeito de qual mídia/rede social seria a mais apropriada para transmitir informações ao público adolescente. Essa análise contrapôs a ação (o que eles querem fazer) as possibilidades que cada uma das três redes que mais pontuaram no questionário oferecem. Assim foi possível identificar por meios de quais formas essas informações devem chegar até eles, correspondendo as suas expectativas. O resultado pode ser encontrado com o infográfico abaixo (figura 3).

Figura 3: Infográfico relacionando ação desejada e possibilidade de interação em cada rede social pontuada

## PERFIL

Adolescentes do ensino médio com idade entre 14 e 18 anos

### O QUE QUEREM?





Fonte: a autora (2019)

O meio pelo qual o material chegará até o público é de grande importância. Com base na análise realizada, conclui-se que o **Instagram** seria a rede social mais completa para abordar o tema com o público, uma vez que possui diversas ferramentas que acabam suprimindo e realizando as mesmas funções das redes sociais concorrentes. Além disso, em termos de engajamento por usuário, o Instagram sai em disparada. Os dados da Socialbakers<sup>10</sup> de 2019 apontam que, embora o Instagram tenha um público total menor em comparação ao Facebook, por exemplo, os usuários de sua rede são muito mais ativos. Sendo assim, a interação com o público e a divulgação de conteúdo poderá ser ainda maior utilizando essa rede social.

<sup>10</sup> Plataforma de análise e desempenho de marketing digital e mídias sociais.

#### *6.1.2.4. Roda de Conversa*

Em um segundo momento, a coordenação da escola novamente demonstrou interesse em abordar o tema com os alunos e fez a proposta de realizar rodas de conversas com as turmas do ensino médio separadamente, em três dias distintos. A roda de conversa, também conduzida pela escola, teve o intuito de debater as questões presentes no questionário de forma mais aprofundada e incentivá-los a se expressar sem medo de serem julgados por amigos, familiares ou profissionais. Para a condução da roda de conversa elaboramos o Guia (disponível no apêndice 6) que permitisse ao mediador conduzir a discussão, deixando o espaço de fala para os alunos, mas mantendo o foco nos pontos importantes para o desenvolvimento do projeto.

Observou-se que inicialmente os alunos pareciam não estar totalmente à vontade, demonstrando certo receio em responder as perguntas feitas pelo mediador. No entanto, à medida que uma ou duas pessoas decidiam contar suas experiências e opiniões, o resto da turma dava início aos comentários e complementações. Foi notório também a diferença nas respostas entre as três turmas participantes, uma vez que os relatos dos alunos do 3º ano do ensino médio eram marcados por maiores tormentos e inseguranças quando questionados sobre o que afetava sua saúde mental.

## **6.2. Etapa 02: Análise do Problema**

Identificadas as características principais do público por meio do grupo de controle, bem como ampliada a compreensão em torno dos temas que circundam o projeto, passa-se agora as análises que contribuirão para a definição do problema.

### *6.2.1. Análises de Similares*

Se fez necessário realizar uma breve análise de similares para uma melhor compreensão de como o tema pode ser retratado. A seleção dos similares a serem analisados se deu através de referências e indicações de conteúdo em sites de saúde mental e buscas em sites de compartilhamento de

vídeo. Dessa forma, foi possível encontrar diferentes projetos produzidos utilizando linguagens distintas trazendo então um grande número de possibilidades para a abordagem do problema deste trabalho. Dentre as linguagens observadas, decidiu-se selecionar vídeos, ilustrações e contas no instagram, levando em consideração as respostas dos alunos no questionário aplicado. Preferiu-se apresentar a análise em tópicos, de acordo com as características de cada conjunto de artefatos ali reunidos.

#### *6.2.1.1. Instagram: mapeando a plataforma*

Selecionou-se perfis no instagram que abordassem as temáticas de saúde mental, positividade e autoestima. Tendo percebido que esses temas muitas vezes são abordados por profissionais da área da saúde e também ilustradores, foi possível selecionar 2 contas de cada grupo que se destacaram pelo estilo de ilustração, estética do feed, uso de cores e forma de interação com o público. As contas selecionadas foram analisadas com base na forma que a temática era retratada: seja com foco na informação ou na parte visual da postagem. A análise de conteúdo e conteúdo imagético pode ser encontrada nas figuras abaixo.

Figura 4: Análise perfis de ilustração

<b>ILUSTRAÇÃO</b>	
<b>CONTEÚDO IMAGÉTICO</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>@stacieswift</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>@mari.vidailustrada</b></p> </div> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Perfil em Inglês focado na positividade, auto-cuidado e bem-estar mental.</li> <li>● As ilustrações carregam mensagens positivas</li> <li>● Bom uso de cores nas artes</li> </ul>
<b>CONTEÚDO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Combinação de desenhos e tipografias</li> <li>● Pequenos textos nas legendas das postagens</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin: 10px 0;"> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Uso de stories para comunicação com público</li> <li>● Dicas de autocuidado</li> <li>● Disponibiliza template/wallpaper gratuito</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Separação de desenhos e frases por meio de caixas flutuantes brancas</li> <li>● Legenda das postagens apenas complementam as artes que já falam por si só</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin: 10px 0;"> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Uso de stories para comunicação com público</li> <li>● Dicas diversas</li> <li>● Disponibiliza template/wallpaper gratuito</li> </ul>

Fonte: a autora (2019)

Figura 5: Análise perfis de psicologia.

<b>PSICOLOGIA</b>	
<b>CONTEÚDO IMAGÉTICO</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;"> <p style="text-align: center;"><b>@_cuidandodasaudemental</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Perfil de psicóloga focado em trazer informações e reflexões</li> <li>● Fundo da postagem geralmente possui apenas 1 cor sólida</li> <li>● Uso de ilustrações de estilos distintos para compor a postagem</li> </ul> </div> <div style="width: 45%;"> <p style="text-align: center;"><b>@psico.mirellanobre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Perfil de psicóloga focado em lidar com as constantes mudanças da adolescência</li> <li>● Fundo da postagem sempre possui 1 ou 2 cores sólidas</li> <li>● Uso de ilustrações de estilos distintos para compor a postagem</li> </ul> </div> </div>
<b>CONTEÚDO</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Combinação de pequenas frases/textos com ilustrações</li> <li>● Legenda apenas complementa as frases/textos das postagens</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Uso de stories para comunicação com público</li> <li>● Dicas de autocuidado e reflexões</li> <li>● Sugestão de livros</li> </ul> </div> <div style="width: 45%;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Combinação de pequenas frases/perguntas com ilustrações</li> <li>● Postagens geralmente informam apenas o tema/assunto/pergunta</li> <li>● Textos nas legendas das postagens referente ao assunto</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Uso de stories para comunicação com público</li> <li>● Perguntas e respostas</li> <li>● Sugestão de filmes, séries e livros</li> </ul> </div> </div>

Fonte: a autora (2019)

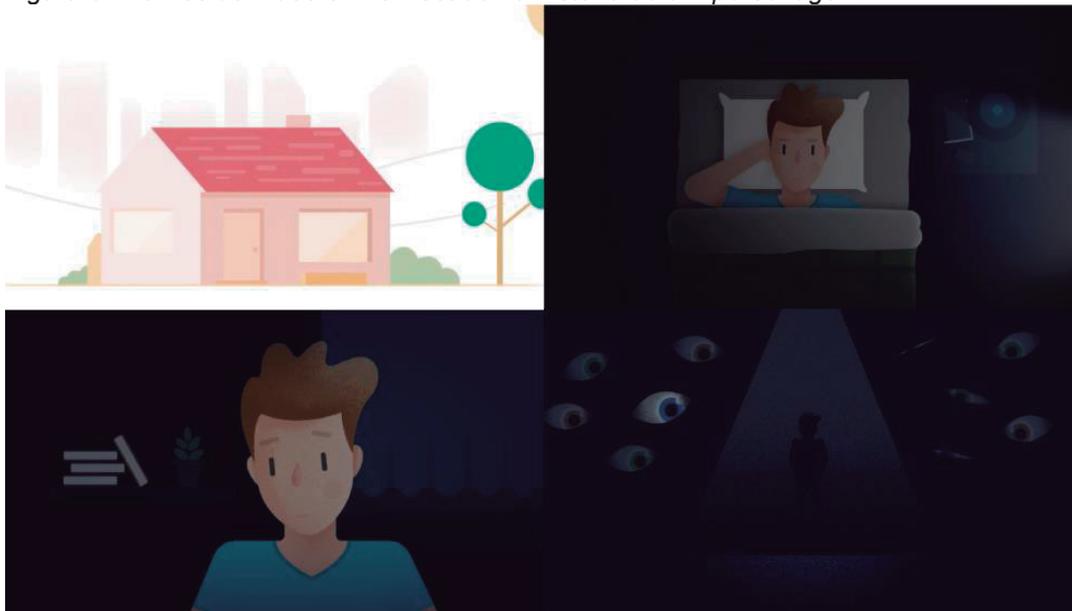
Observa-se que os perfis de ilustração são mais atrativos por conta do bom uso de cores e da unidade presente nas postagens, tornando o feed mais harmônico e organizado. Já os perfis de psicologia demonstram não possuir esse cuidado na organização do feed. Com isso, apesar de utilizar alguns desenhos nas postagens o estilo da ilustração sempre varia, mantendo o foco nas informações a serem abordadas. É notória também em todos os perfis a

presença de pequenas frases/textos na legenda complementando o conteúdo da postagem e o uso de stories para comunicação com público.

### 6.2.1.2 Vídeos

Durante a pesquisa foi possível encontrar alguns vídeos que abordavam a saúde mental, depressão e ansiedade e, portanto, buscavam sensibilizar e conscientizar os espectadores. O tema da saúde mental é retratado de maneira individual em cada um dos vídeos, seja focando na história de apenas um personagem (figura 6) ou retratando o conteúdo através de formas geométricas (figura 7). Com base nisso, fez-se a escolha de dois vídeos que mais se destacaram pelo roteiro e visual estético, para uma análise mais aprofundada.

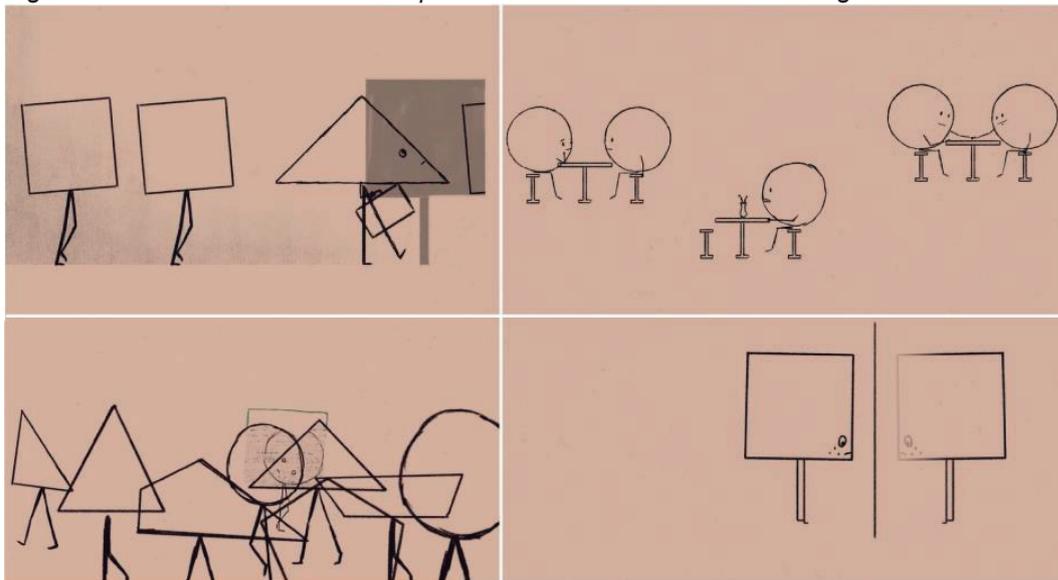
Figura 6: Frames de vídeo similar focado na história de um personagem.



Fonte: Eelco Viel, 2017.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Disponível em: [vimeo.com/234659176](https://vimeo.com/234659176), Acesso em: 26 fev. 2020.

Figura 7: Frames de vídeo similar que retrata tema através de formas geométricas.



Fonte: Dylar Carter, 2015.<sup>12</sup>

### Vídeo 1- Ansiedade

disponível em: <<https://tinyurl.com/tsy9bv9>>

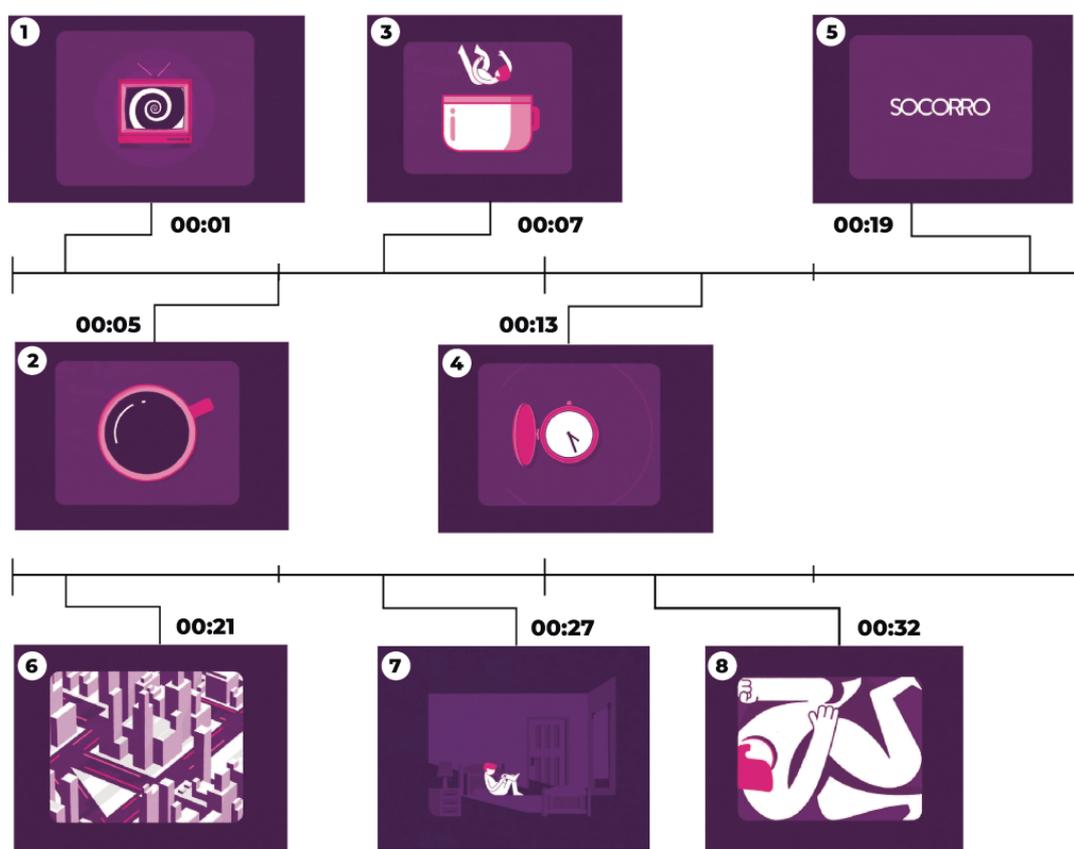
O primeiro vídeo analisado foi desenvolvido Caique Moretto, Motion Designer da cidade de São Paulo. O vídeo retrata a Ansiedade por meio de elementos que nos provoca um turbilhão de pensamentos. A batida repetida do som escolhido, associada ao “tic tac” do relógio, às vozes de fundo e outros elementos, fazem com que o vídeo prossiga de forma a fazer com que o próprio espectador sinta o que é estar ansioso. Além disso, mostra como atualmente tudo está passando mais rápido e como as pessoas se sentem presas, como se não houvesse tempo suficiente para realizar tudo. No entanto, a narrativa pode ter uma interpretação individual. O visual é bem atrativo, com uma paleta de cores bem definida.

<sup>12</sup> Disponível em: [vimeo.com/120778193](https://vimeo.com/120778193), Acesso em: 26 fev. 2020

Figura 8: Análise de frames do vídeo Caique Moretto.

## Ansiedade (Anxiety) Caique Moretto

O vídeo retrata a Ansiedade por meio de elementos que nos provoca um turbilhão de pensamentos. A batida repetida do som escolhido, associada ao “tic tac” do relógio, às vozes de fundo e outros elementos, fazem com que o vídeo prossiga de forma a fazer com que o próprio expectador sinta o que é estar ansioso. Além disso, mostra como atualmente tudo está passando mais rápido e como as pessoas se sentem presas, como se não houvesse tempo suficiente para realizar tudo. No entanto, a narrativa pode ter uma interpretação individual. O visual é bem atrativo, com uma paleta de cores bem definida.



**Frame 1-** Hipnose da televisão, representando talvez o excesso de tempo que se passa em frente à esses aparelhos. Esse hábito nos induz a passividade e drena toda a nossa energia.

**Frame 2 e 3-** O personagem aparece caindo em uma xícara de café bem maior que ele. A cafeína, bastante ingerida pelas pessoas, causa ansiedade e até ataques de pânico.

**Frame 4, 5 e 6-** As horas passando em um relógio e a rápida movimentação de carros pela cidade nos mostra como atualmente temos a impressão de que 24 horas passam em um “pisar de olhos”.

**Frame 7 e 8-** O personagem aparece utilizando o celular na cama por um bom tempo e quando finalmente deixa o aparelho de lado para dormir acaba se sentindo aprisionado em um cubículo em que mal lhe cabe.

Fonte: a autora (2019).

## **Vídeo 2- Depression**

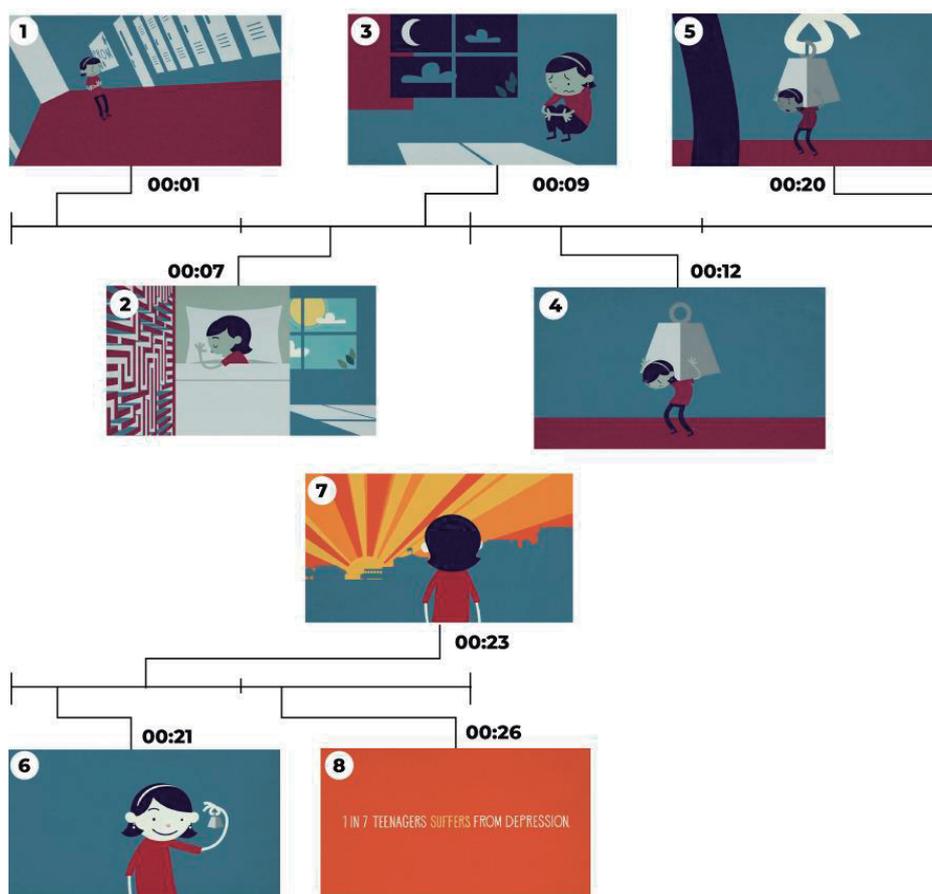
*disponível em: <<https://vimeo.com/41820139>>*

O segundo vídeo analisado foi desenvolvido pela Child Mind Institute (CMI), uma organização nacional independente, dedicada a transformar a vida de crianças e famílias que lutam contra problemas de saúde mental e de aprendizagem. Sendo assim, nesse vídeo, eles retratam o exemplo de uma criança com depressão, por meio de uma narrativa com locução dividida entre “mãe e filha”, mostrando como a criança se sentia e a forma que a mãe percebeu as mudanças na filha. No final, a afirmação da criança que narra de que “os pais lhe deram o tratamento necessário e os sentimentos ruins foram embora” associada à alguns dados, terminam de apresentar o serviço oferecido pela CMI. Este vídeo possui um tom mais sóbrio, com uma paleta de cores bem definida e que se altera um pouco apenas no final da narrativa, com o uso de cores mais vibrantes.

Figura 9: Análise de frames do vídeo *Depression- Child Mind Institute (CMI)*

## Depression (Depressão) Child Mind Institute (CMI)

A CMI é uma organização nacional independente, dedicada a transformar a vida de crianças e famílias que lutam contra problemas de saúde mental e de aprendizagem. Sendo assim, nesse vídeo, eles retratam o exemplo de uma criança com depressão, por meio de uma narrativa com locução dividida entre “mãe e filha”, mostrando como a criança se sentia e a forma que a mãe percebeu as mudanças na filha. No final, a afirmação da criança que narra de que “os pais lhe deram o tratamento necessário e os sentimentos ruins foram embora” associada à alguns dados, terminam de apresentar o serviço oferecido pela CMI. Este vídeo possui um tom mais sóbrio, com uma paleta de cores bem definida e que se altera um pouco apenas no final da narrativa, com o uso de cores mais vibrantes.



**Frame 1-** A personagem aparece andando sozinha e triste em um corredor.

**Frame 2 e 3-** A personagem aparece dormindo durante o dia e acordada chorando durante a noite.

**Frame 4-** A personagem aparece carregando um peso maior que ela em seus ombros, demonstrando ser muito difícil segurá-lo.

**Frame 5 e 6-** A narração informa que os pais levaram a criança para ter um tratamento adequado e só assim os pensamentos ruins foram embora. O frame mostra, então, uma mão retirando o peso das costas da personagem. Ela segura e observa o peso, agora bem menor que ela, enquanto sorri aliviada.

**Frame 7-** A personagem aparece admirando um pôr do sol. Nesse frame os tons quentes aparecem, se contrapondo com o restante do vídeo em que o azul predominava representando a tristeza.

**Frame 8-** Apresentação de informações sobre a depressão e posteriormente dados sobre o instituto.

Fonte: a autora (2019)

Com base na análise dos dois vídeos selecionados foi possível observar as diferenças na forma que informação é transmitida para o espectador. Enquanto o primeiro retrata a sensação de ansiedade por meio dos elementos presentes na narrativa, o segundo foca na história de uma criança que passa por problemas de saúde mental. Nesse último, o roteiro conta com a introdução da personagem, expondo o problema pelo qual passa; a apresentação da solução; e por fim dados sobre a depressão e sobre o instituto CMI.

Outro ponto interessante diz respeito à duração relativamente curta dos vídeos, de 30 a 45 segundos no total. Essa característica pode ser levada em conta durante o desenvolvimento de vídeos sobre o tema, caso necessário, buscando transmitir o conteúdo de forma clara e gerando interesse no espectador. A curta duração dos vídeos confirma a busca pelo público por consumir informações online de forma rápida.

#### 6.2.1.3. *Ilustrações*

Através de uma pesquisa de ilustrações que abordassem a saúde mental, foi possível selecionar dois projetos que se destacaram pela forma escolhida para retratar o assunto. O primeiro, pelo visual lúdico utilizado para representar os transtornos e o segundo, pela criatividade e minimalismo nas ilustrações.

- “Real Monsters”

A série “Real Monsters” (monstros reais) do ilustrador Toby Allen ficou bastante conhecida por retratar vários transtornos mentais em forma de monstros. Cada ilustração busca esclarecer o transtorno abordado, inclusive os menos conhecidos, de forma lúdica e didática. As informações são dispostas em um ‘artboard’ no formato paisagem sempre da mesma forma: ilustração dos monstros ficam no lado esquerdo e o nome do transtorno seguido de uma pequena descrição permanecem no lado direito.

Figura 10: Algumas ilustrações da série “Real Monsters”.



Fonte: adaptado pela autora a partir de compilação de material online.

- Cartazes minimalistas

O designer e diretor de arte Nick Barclay abordou a depressão em um de seus trabalhos, representando os sentimentos trazidos pela depressão através de sua arte abstrata. A série de cartazes minimalistas, produzida com uma paleta de cores limitada de verde, preto e branco, tem como objetivo ilustrar através de formas geométricas simples seis dos sintomas da depressão: isolamento, afastamento, temor, falta de esperança e de clareza, e confusão.

Figura 11: Cartazes minimalistas de Nick Barclay.



Fonte: Barclay [s.d.] adaptado pela autora (2019).

Durante a análise foi possível observar uma consistência em ambas as séries de ilustrações. Na primeira, a disposição dos elementos e o fundo são sempre iguais, possuindo também uma paleta de cores bem definida presente nas ilustrações dos diversos transtornos. Já na segunda, o verde, branco e preto sempre são associados às formas geométricas para gerar o resultado esperado. Com base nisso, a consistência das cores na conta do Instagram do projeto se torna um elemento importante, sendo usada com o intuito de criar um feed mais harmônico e padronizado.

Baseado nas análises realizadas e na escolha do Instagram como meio pelo qual o material chegará até o público, define-se que a conta a ser desenvolvida deve levar em consideração os pontos positivos observados. O bom uso de cores associado às ilustrações que seguem um caminho visual definido pelo público através do questionário, são formas interessantes de abordar o conteúdo. Também é interessante a presença de frases e textos a respeito do tema complementando a linguagem gráfica que será utilizada, como também o uso de stories para aprofundar a comunicação com o público. Observa-se ainda que a linguagem videográfica pode ser utilizada em um

período posterior ao desse trabalho, aumentando a eficácia e a divulgação do conteúdo gerado.

Conclui-se que o levantamento de dados aliado à análise de similares auxiliou na definição de possíveis requisitos norteadores da futura etapa criativa do trabalho, onde serão desenvolvidos moodboards para inspiração e a identidade visual do projeto. O questionário aplicado mostra que o conteúdo a ser produzido deve abranger os tratamentos adequados e sintomas de transtornos como ansiedade e depressão, além de depoimentos relacionados ao tema. Essas informações devem ser passadas de forma simples e clara, a fim de transmitir o conhecimento necessário para o público.

### *6.2.2. Lista de Requisitos*

Após a realização das análises, foram definidos critérios norteadores para a etapa criativa do trabalho. Esses critérios buscam evidenciar aspectos que não devem ser perdidos de vista ao longo das próximas etapas do desenvolvimento do projeto. De acordo com Garrett (2011), ter requisitos claramente definidos fornece uma boa estrutura para avaliar as ideias à medida que elas aparecem, ajudando a definir como (ou se) elas se encaixariam no projeto.

Dessa forma, as necessidades dos usuários foram transformadas em requisitos específicos de conteúdos e funcionalidades e estão organizadas e apresentadas no quadro 05 abaixo. O quadro em questão parametriza os requisitos relativo a estrutura e conteúdo da postagem.

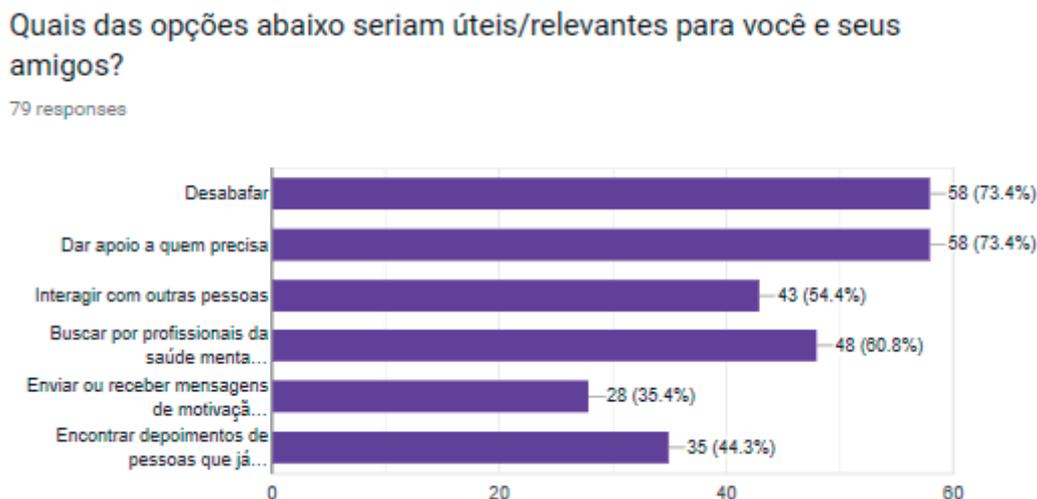
Quadro 5: Lista de Requisitos do Projeto.

<b>NECESSIDADES</b>	<b>REQUISITOS DE CONTEÚDO</b>	<b>REQUISITOS DE FUNCIONALIDADE</b>	<b>EXPERIÊNCIA</b>
<b>Interação com outros usuários</b>	Espaço para conversas e desabafos	Recurso de chat nos stories	Participação e Interação
	Espaço para dúvidas	Recurso de perguntas nos stories	Participação
<b>Buscar profissionais da área da saúde</b>	Permitir acesso aos dados de profissionais	Recurso de stories fixos no perfil com profissionais parceiros	Suporte
<b>Acesso ao conteúdo de forma fácil e rápida</b>	Informar de forma direta	Uso de elementos esquemáticos, ícones, ilustrações	Rápido entendimento
	Permitir encontrar serviços/livros/filmes sobre o tema	Recurso de stories fixos no perfil com dicas	Suporte
<b>Estar engajado com o perfil do instagram</b>	Promover compartilhamento de conteúdo	Recurso de compartilhamento na plataforma	Participação e Engajamento
	Permitir questionamentos sobre o projeto	Recurso de perguntas nos stories e/ou direct	Participação

Fonte: a autora (2019)

A lista de necessidades foi gerada e hierarquizada com base nos resultados obtidos nos questionários e na roda de conversa. A busca por interação com outros usuários é visível, sendo a necessidade principal uma vez que 58 deles querem desabar e dar apoio a quem precisa (figura 12). Além disso, segundo as respostas, a maioria dos alunos se sente à vontade em falar sobre o tema da saúde mental, enquanto parte deles afirma que um ambiente anônimo traria mais conforto (figura 13). Dessa forma, o uso do recurso de perguntas no stories facilitaria esse processo, visto que os usuários poderiam realizar desabafos parcialmente anônimos na plataforma. Em seguida, temos a busca por profissionais da área da saúde acompanhada do acesso ao conteúdo e do engajamento na plataforma.

Figura 12: Resultado Parcial do Questionário Preliminar: Quais das opções abaixo seriam úteis/relevantes para você e seus amigos?



Fonte: a autora (2019)

Figura 13: Resultado Parcial do Questionário Preliminar: O quanto você se sente à vontade para falar desses assuntos?



Fonte: a autora (2019)

Com relação à identidade de Marca, considera-se importante que o projeto possua uma personalidade única e facilmente identificável pelo público. Segundo Wheeler (2012) a identidade de marca alimenta o reconhecimento, amplia a diferenciação e torna grandes ideias e significados acessíveis. Essas características seriam traduzidas na estrutura do feed ou até mesmo no uso consistente da paleta de cores, permitindo o acesso às informações de forma clara. Além disso, tinha-se em mente que a conta de instagram a ser criada

deveria transmitir jovialidade, seguindo uma linha mais moderna de forma que o público se identificasse com os personagens ilustrados e possuísse uma experiência positiva com a marca. Os requisitos relativos à personalidade da marca são apresentados no quadro abaixo.

Quadro 6: requisitos relativos a personalidade da marca.

<b>REQUISITOS IDENTIDADE DE MARCA</b>
<b>Personalidade única</b>
<b>Fácil identificação pelo público</b>
<b>Uso consistente de paleta de cores</b>
<b>Transmitir jovialidade</b>

Fonte: a autora (2019)

## **7. MACRO FASE 2: DESENVOLVIMENTO DE PROJETO**

Com os requisitos e plataforma de veiculação definidos, pode-se passar para a etapa criativa do projeto. Como demandas tinha-se a necessidade de gerar (a) um nome para o projeto, (b) uma Identidade Visual para o perfil (c) um estilo visual a ser seguido nas postagens, bem como definição de sua estrutura e estilo de cada postagem.

Esse conjunto de estratégias, reflete a proposição de Dieter Rams (apud WATKINSON, 2013, p.75) que afirma que “Um bom design é planejado até o último detalhe. Nada deve ser arbitrário ou deixado de lado. Cuidado e precisão no processo de design mostra respeito ao consumidor”. O processo criativo e de geração de alternativas não ocorre, via de regra, de forma linear. No entanto, para fins de apresentação, optou-se por trazer as alternativas de acordo com o produto gerado.

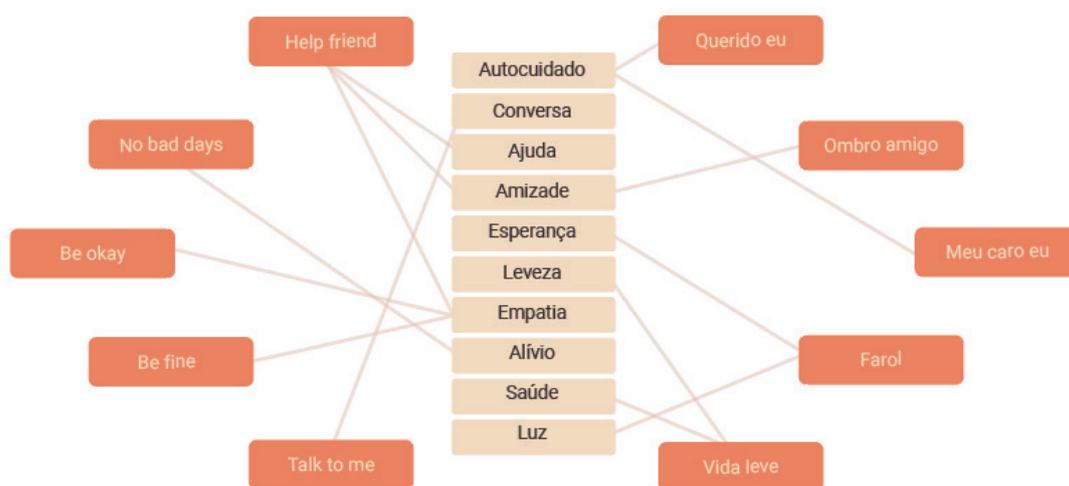
### **7.1. Etapa 03 Geração de Alternativas: Naming**

Inicialmente, a etapa realizada foi a de naming, que consiste no processo de escolha do nome para uma marca. Tinha-se em mente que o nome

do projeto deveria manifestar sua personalidade e proposta, sendo único e gerando simpatia com o público. A escolha do naming foi realizada com uso de métodos que estimulassem a criatividade e contribuíssem nesse processo.

Segundo Wheeler (2012), o nome de uma marca deve comunicar algo sobre sua essência, além de ser fácil de pronunciar e lembrar. Tendo foco na simplicidade e clareza, foram listadas algumas palavras-chaves que definem a proposta do projeto. Estas foram obtidas por meio de um brainstorming realizado e posteriormente utilizadas como referência na etapa de geração de alternativas do projeto, como demonstrado abaixo.

Figura 14: Processo de Naming: painel de Palavras-chave e geração de nomes.

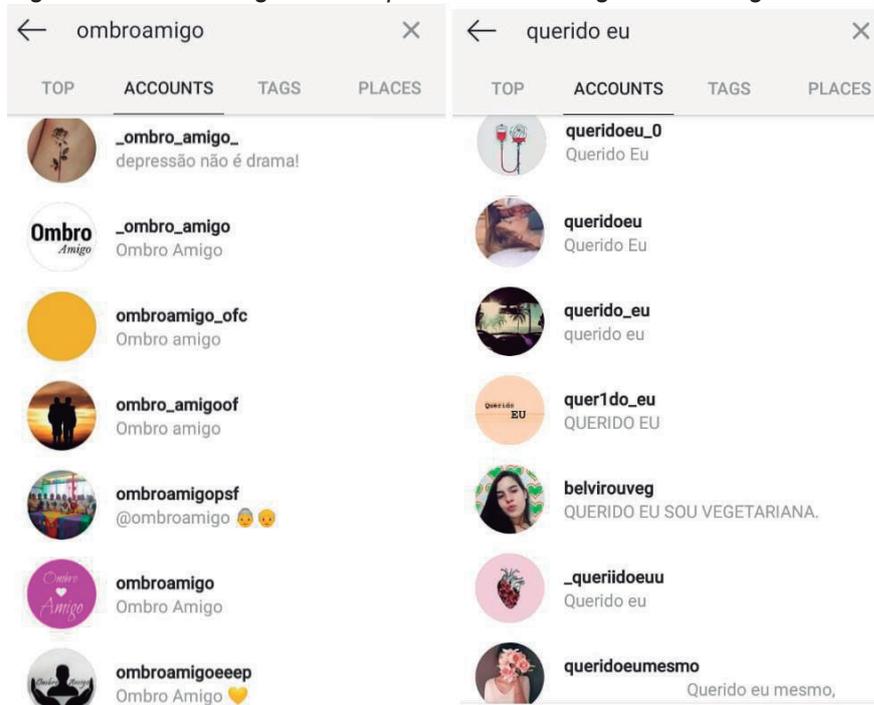


Fonte: a autora (2019)

Com as alternativas geradas, deu-se início à filtragem das ideias levando em consideração alguns requisitos como: a disponibilidade para a criação da conta no instagram, facilidade de pronúncia e memorização e o significado que o nome traz ao público. Iniciou-se com a pesquisa acerca da disponibilidade dos nomes para criação da conta no instagram, onde foi possível perceber que para a maioria das alternativas seria necessário adicionar pontos, números ou sublinhados para então se tornarem um nome de usuário ainda não utilizado, visto que o nome original já possuía um perfil ativo. Como vê-se na figura 13, alternativas como “querido eu”, “ombro amigo”, “help friend”, “farol” e

“vida leve” foram descartadas, tendo em mente que o usuário poderia acabar entrando em outros perfis por engano ou erro de digitação.

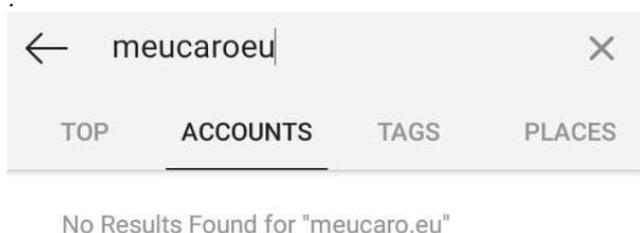
Figura 15: Perfis intagram: Indisponibilidade de alguns nomes gerados a priori.



Fonte: captura de tela do aplicativo instagram. (Novembro de 2019)

Diante desse levantamento e das limitações que a plataforma instagram impôs ao projeto, o naming selecionado foi o “meu caro eu” pela sua disponibilidade sem necessidade de alteração com adição de elementos no nome. Como mostra a figura 16 (abaixo) o nome de perfil encontra-se disponível, sem necessidade de adição de outros elementos e sem a presença de muitos perfis de nome similar. Conceitualmente o nome reúne características que atendem bem ao o objetivo da conta a ser criada, que além de informar o público sobre os transtornos existentes busca promover a reflexão acerca do autocuidado em saúde mental. O nome escolhido também remete à saudação inicial presente nas cartas escritas em tempos ainda analógicos. Para Martins (2016), escrever cartas até certo tempo atrás era uma forma de pôr em ação as relações sociais, de cultivar a si mesmo e intensificar as relações com o outro, conceitos também priorizados nesse projeto.

Figura 16: Meu caro eu: Disponibilidade na plataforma instagram do naming selecionado



Fonte: captura de tela do aplicativo instagram. (novembro de 2019)

## 7.2. Etapa 03 Geração de Alternativas: Identidade Visual

Segundo Peón (2009) a Identidade Visual é aquele componente de singularização visual que é formado por um sistema expressamente enunciado, realizando voluntariamente, planejado e integrado por elementos visuais de aplicação coordenada. Dessa forma, uma boa identidade visual inclui além da marca a paleta de cores, layouts e diretrizes de uso de cada elemento, buscando manter coerência. A fim de orientar a construção de nosso sistema, resgatamos abaixo o quadro 6 apresentado anteriormente, apresentado anteriormente, onde foram apresentados os requisitos projetuais relativos ao que chamamos de “Personalidade da Marca”

Quadro 6: requisitos relativos a personalidade da marca.

<b>REQUISITOS IDENTIDADE DE MARCA</b>
<b>Personalidade única</b>
<b>Fácil identificação pelo público</b>
<b>Uso consistente de paleta de cores</b>
<b>Transmitir jovialidade</b>

Fonte: a autora (2019)

Os requisitos definidos serão traduzidos em qualidades gráficas como o uso de cores vibrantes, coerência no uso de ilustração para postagens, feed do insta harmônico. Além disso, para o desenvolvimento da marca, deve-se levar em consideração algumas características técnicas como a legibilidade e o suporte de redução. Buscando compreender melhor como marcas existentes se apresentam e analisar cores, símbolos e tipografias utilizadas, desenvolveu-se um painel de inspiração com logos de sites e aplicativos similares (figura 17).

Figura 17: Painel de inspiração marcas similares.



Fonte: (1) <https://eureka.me/> (2) <https://www.vitalk.com.br/> (3) <https://apps.apple.com/us/app/personal-zen/id689013447> (4) <https://www.queridaansiedade.com.br/> (5) <https://zenklub.com.br/> (6) <https://www.vittude.com/> (7) <https://psyberguide.org/apps/koko/> (8) <https://www.talkspace.com/>

Observando o painel, percebeu-se que as marcas apresentadas em sua maioria utilizam fontes sem serifa, característica a ser mantida no desenvolvimento da marca do projeto. Optou-se também por desenvolver uma identidade visual sem uso de símbolos, sendo então apenas tipográfica. Em seguida, partiu-se para a geração de alternativas de marca tendo em mente um estilo de tipografia mais manual com formas mais orgânicas e fluidas, mais uma vez remetendo a escrita de uma carta feita à mão. Selecionou-se então, um conjunto de seis exemplos de fontes tipográficas (Figura 18) com essas características. Essas fontes foram testadas grafando o naming do projeto, buscando uma proporção onde a diferença de dimensão entre altura e largura fosse a menor possível, haja visto que a imagem de perfil da plataforma escolhida se dá sobre um círculo.

Figura 18: Geração de Alternativas: logotipo.

Tipografias utilizadas (1) Aloja Extended (2) Better Together Script (3) Bonsay Script Regular (4) Bunch Blossoms (5) SWIsop1 (6) Cardenio Modern Bold.



Fonte: a autora (2019)

Para avaliar qual seria a versão de logotipo mais adequada, foi elaborada uma matriz de posicionamento. Essa ferramenta auxilia na reflexão e escolha das ideias mais aptas ao projeto com base nos requisitos (ver quadro 05). Entre eles temos a estética, que diz respeito à forma das letras e aos detalhes presentes nas fontes, deixando-as mais atrativas ou não. Vale lembrar que todas as alternativas devem ter os itens da matriz pontuados de 1 a 3. A partir da pontuação total obtida, chega-se a alternativa que melhor atente a lista de requisitos gerada. O resultado da aplicação desta ferramenta levando em conta as alternativas de logotipo geradas, pode ser verificada no quadro 07 abaixo.

Quadro 7: Definição do logotipo: Matriz de posicionamento

	meu cgr eu	meu cgr eu	meu cgr eu	meu cgr eu	meu cgr eu	MEU CARO EU
	1	2	3	4	5	6
<b>LEGIBILIDADE</b>	3	1	1	3	3	3
<b>ESTÉTICA</b>	3	2	2	2	1	1
<b>SUPORTA REDUÇÃO</b>	3	1	1	3	3	3
<b>CONCEITO DO PROJETO</b>	3	2	2	3	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

Fonte: a autora (2019)

Com base na matriz a fonte escolhida foi a Aloja Extended disponível no Envato, um Market place de recursos digitais, com licença para uso comercial. Definiu-se, então que a marca deve ser utilizada na cor mais adequada -dentro do padrão cromático estabelecido-, garantindo uma boa legibilidade e contraste com o fundo. Se necessário, recomenda-se utilizar a versão branca quando a cor de fundo for mais escura e preta quando a cor de fundo for mais clara (figura 19).

Figura 19: Logotipo: aplicação sobre fundo colorido



Fonte: a autora (2019)

### **7.3. Etapa 03 Geração de Alternativas: Postagens**

Decidida a identidade Visual do Projeto, outro importante elemento do sistema de Identidade a ser gerado diz respeito a estrutura padrão das postagens. Essa definição abarca pelo menos 03 dimensões: visual, estrutural e de interação. A dimensão Visual diz respeito as escolhas dos elementos gráficos e de sua relação entre si na configuração das imagens e textos veiculados pelo perfil do instagram. As dimensões estrutural e de interação precisam ser concebidas de forma associada pois fazem a correlação entre conteúdo – ferramentas de interação do sistema – experiência do usuário.

É importante salientar que a dimensão estrutural - formada pelas limitações, padrões e exigências da plataforma instagram – também terão papel definidor na dimensão visual a ser concebida. Trata-se de um sistema onde essas 03 dimensões estão intimamente ligadas, hora em maior ou menor grau. A fim de tornar mais claro para o leitor o processo projetual, optou-se por dividir o processo de Geração de Alternativas relacionados às postagens em “estilo visual” e “conteúdo e interação”

#### *7.3.1. Design das Postagens: estilo visual*

Diversos estilos podem ser utilizados na produção de um sistema de identidade. Esse estilo pode estar relacionado a ilustração, (como flat art, Doodle art e outros) como também pode ser formado definindo paleta cromática, universo tipográfico, traço, texturas, etc. Segundo FABRES (2011), é evidente que o avanço tecnológico colabora com a composição de uma nova linguagem na criação artística. Sendo assim, atualmente podemos citar o flat design, doodle art e material design como estilos de ilustrações contemporâneos utilizados por diversos artistas.

Representações formais híbridas e com técnicas heterogêneas, alto grau de informação visual no espaço gráfico, desconstrução tipográfica, historicismo e expressões retrós, e a crítica e a reflexão como discurso do trabalho gráfico, são alguns exemplos de classificações da estética contemporânea. (FABRES, 2011, p. 19),

Figura 20: estilos de ilustrações contemporâneos.



Fonte: Baubauhaus, [s.d.]<sup>13</sup>

No entanto, o estilo de ilustração da designer responsável pelo desenvolvimento do projeto deve ser levado em conta para a produção do material. Será feito uso, então, da ilustração vetorial associada à diferentes cores, gradientes, texturas ou textos. O designer Rafic Farah acredita que a criação depende muito do repertório do profissional e de seu conhecimento histórico do contexto onde está inserido (Yonamine apud Assis, 2011).

É evidente que, além de saber o que faz, o artista tem que 'saber fazer'. Ele tem que conhecer sua linguagem [...], portanto, só vai poder fazer uma poesia em chinês quem souber o chinês; só vai dar um concerto de violino quem souber tocar violino; só vai fazer gravura, quem dominar o artesanato da gravura; só vai poder criar em pintura quem souber pintar. (OSTROWER apud ASSIS, 2011, p.26).

Outro ponto fundamental é lembrar-se que há um usuário e que este deve ser considerado nas definições de projeto. Tendo isso em mente, se fez necessário ter conhecimento da opinião do público alvo sobre os diferentes estilos visuais possíveis. Isso se deu por meio do questionário aplicado anteriormente (disponível no apêndice B e resultados disponíveis no apêndice

<sup>13</sup> Disponível em: [baubauhaus.com/illustration](http://baubauhaus.com/illustration). Acesso em: 26 jun. 2020

C). Nesse questionário foram apresentados seis exemplos (figura 21), para que os alunos votassem na opção favorita, podendo inclusive escolher mais de uma opção. As seis imagens presentes no questionário seriam avaliadas posteriormente com relação às características presentes nas ilustrações para então estabelecer qual tendência e estilo gráfico seria utilizado no projeto. Como resultado, tem-se as opções 2, 1 e 6 como as que mais chamaram atenção visualmente com 27, 24 e 19 votos, respectivamente.

Figura 21: Ilustrações apresentadas em questionário.



Fonte: (1) <http://mrchillustrator.com/> (2) [https://mel.fm/detskaya\\_psikhologiya/3120497-collaborative\\_partnership](https://mel.fm/detskaya_psikhologiya/3120497-collaborative_partnership) (3) <https://dribbble.com/shots/5430738-Work-Office-Illustrations> (4) <https://dribbble.com/shots/6015844-swimsuit> (5) <http://mrchillustrator.com/> (6) <https://dribbble.com/shots/6340320-Old-Alvin-s-Toy>

Analisando os 3 estilos de ilustrações escolhidos, é possível observar que uma delas segue a tendência do flat design (opção 1), não sendo necessária uma grande quantidade de sombras, texturas e gradientes para tornar o visual atrativo. Segundo ABREU (2016), esse estilo gráfico preza muito em entregar, de forma clara, a mensagem para seu público alvo. Já as outras duas ilustrações (opções 2 e 6) seguem a tendência do Material Design, que apesar de continuar na linhagem do flat busca incrementar fatores como a profundidade por meio de luz e sombras.

Esses dois estilos gráficos, flat e material design, aparecem como duas fortes tendências na ilustração e no design contemporâneo (figura 22). Segundo ESTEVES e MÜLLING (2016), o Flat Design possui uma estética

característica, possuindo um grande apelo para a utilização de formas puras e cores sólidas, resultando em um layout alegre, vibrante e atrativo. Essa tendência busca a simplicidade por meio do minimalismo, reduzindo os elementos ao essencial sem uso de efeitos como sombras, texturas ou gradientes, características que se encontram presente no Material design.

Figura 22: Características do flat e material design.



Fonte: Alura, 2017.

Ainda sobre as 03 imagens melhor cotadas no questionário aplicado no grupo de controle, observa-se as seguintes características marcantes: presença humana marcante na composição, boa paleta de cores e estilo de ilustração não tão realista. Esta última acaba dando maior liberdade com relação ao desenvolvimento de futuros personagens, não sendo necessário a preocupação com proporções realistas. Tendo então essa lista de características em mente, criou-se um painel de estilo visual (figura 23) com o objetivo de auxiliar no processo de construção de conceitos, reunindo outras ilustrações que trouxessem algumas das características identificadas.

Figura 23: Painel de estilo visual: ampliando a seleção feita pelo usuário.



Fontes: (1) <https://www.howdoyoudoagency.com/miquel-bustos/> (2) <https://dribbble.com/shots/6871165-Dream> (3) [https://graphicriver.net/item/little-girl-watches-cartoons-on-a-tablet/23853679?s\\_rank=259](https://graphicriver.net/item/little-girl-watches-cartoons-on-a-tablet/23853679?s_rank=259) (4) <https://www.istockphoto.com/de/vektor/die-zughand-vermittelt-gm1058843188-283004777> (5) <https://dribbble.com/shots/4785140-Bearded-man-is-drawing> (6) <https://dribbble.com/shots/8331912-Working-character> (7) <https://dribbble.com/shots/4712453-The-Botanist> (8) <https://www.dreamstime.com/basic-rgb-image137819761> (9) <https://www.behance.net/gallery/74576201/Peach-Illustration> (10) <https://dribbble.com/shots/6340320-Old-Alvin-s-Toy> (11) <http://mrchillustrator.com/> (12) <https://dribbble.com/shots/4712433-Jungle-Sword> (13) <https://br.depositphotos.com/242961384/stock-illustration-big-happy-family-together-character.html> (14) <https://dribbble.com/shots/4775775-My-colorful-dream-trip> (15) <https://dribbble.com/shots/6274856-Schoolboy>

Em seguida, desenvolveu-se também um segundo painel imagético que levava em consideração o estilo de ilustração da designer responsável pelo desenvolvimento do projeto (figura 24), uma vez que seus traços e limitações por não devem ser ignorados para a produção do material.

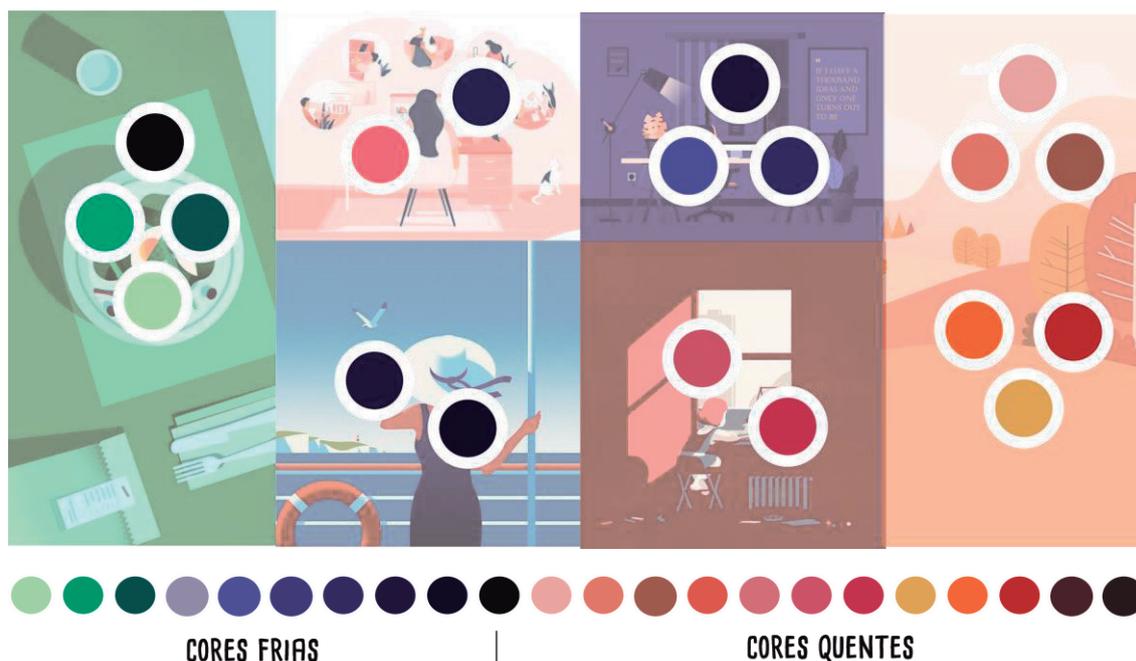
Figura 24: Painel de estilo de visual: foco no trabalho da autora.



Fonte: (1) <https://www.mayastepien.nl/googlecalendar.html>  
(2) <https://dribbble.com/shots/3536575-Upcoming-Interior-Design-Animation>  
(3) <https://dribbble.com/shots/5773410-Hello-Dribbble> (4) <https://www.everypixel.com/image-15789769225851889458> (5) <https://thomasdanthony.com/El-Corte-Ingles> (6) <https://www.designerd.com.br/o-ilustrador-tom-haugomat-mostra-que-simplicidade-e-tudo/>

Analisados os dois painéis fica estabelecido que as ilustrações deverão apresentar as seguintes características: presença da figura humana na cena, paleta de cores bem definida, uso de sombras, texturas ou gradientes, simulação de profundidade nos ambientes. Partindo do painel que tem como foco a referência autoral da desenvolvedora do projeto, estabeleceu-se um conjunto de cores que serão utilizadas posteriormente em toda a identidade visual do projeto. A paleta final é composta por cores quentes e frias, permitindo um maior número de possíveis combinações entre elas (figura 25). Segundo Farina, Perez e Bastos (2013) as cores quentes são estimulantes e nos dão sensação de proximidade e calor. Por outro lado, as cores frias são tranquilizantes, parecendo distantes e leves.

Figura 25: Construindo a Paleta de cores.



Fonte: a autora (2019)

Definido o estilo de traçado e textura a serem adotados nas ilustrações e a paleta de cores passou-se a definição das fontes tipográficas que seriam utilizadas nas postagens, um elemento fundamental para a consolidação de qualquer sistema de identidade visual. Para isso, levou-se em consideração que as mesmas deveriam possuir uma boa legibilidade e adequação ao conceito do projeto. Peón (2009) chama essa seleção de fontes tipográficas a serem utilizadas no contexto do sistema de “alfabeto institucional”.

O alfabeto institucional é utilizado para normatizar os textos incluídos nas aplicações, juntamente com os elementos primários. Ele é composto por uma família tipográfica preferencialmente de fácil disponibilidade e aquisição, incluindo suas variações de peso (itálico e negrito, ao menos). (PEÓN, 2009, p. 34).

Tendo em mente uma melhor compreensão dos textos a serem utilizados nas postagens, priorizou-se o conceito de legibilidade buscando como fonte primária uma com formas mais simples e sem serifa, uma vez que estas são as mais indicadas na utilização em textos digitais. Escolheu-se então uma fonte sem serifa para textos no geral e uma fonte com serifa para títulos e destaque de números ou frases específicas.

Como fonte primária temos a Roboto Bold e como secundária a Alfa Slab One Regular. Já como fontes especiais temos a Roboto Light que será utilizada para destacar referências de dados ou informações relevantes e a Patrick Hand para ocasiões em que se faça necessário trazer o efeito de caligrafia. Todas as fontes selecionadas são gratuitas e foram retiradas do Google Fonts, site que fornece fontes gratuitas para download.

Figura 26: Alfabeto institucional.

PRIMÁRIA Roboto Bold	SECUNDÁRIA Alfa Slab One Regular	ESPECIAL Roboto Light	ESPECIAL Roboto Light
<b>ABCDEFGHIJKLM</b> <b>NOPQRSTUVWXYZ</b> <b>abcdefghijklm</b> <b>nopqrstuvwxyz</b> <b>1234567890</b>	<b>ABCDEFGHIJKLM</b> <b>NOPQRSTUVWXYZ</b> <b>abcdefghijklm</b> <b>nopqrstuvwxyz</b> <b>1234567890</b>	ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm nopqrstuvwxyz 1234567890	ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm nopqrstuvwxyz 1234567890

Fonte: Google Fonts.

Definidos estilo de traçado e textura a serem adotados nas ilustrações, a paleta de cores e alfabeto institucionais do Sistema de Identidade Visual, é possível gerar alguns elementos gráficos diretamente ligados a estrutura da plataforma. O Instagram, tem duas formas de postagem padrão: o feed de notícias (postagem permanente, estruturada em forma de linha do tempo) e os Stories (postagens temporárias, com duração de 24h na plataforma). Essa segunda modalidade pode, posteriormente, ser fixada no feed do perfil, organizados em grupos que o próprio gerente do perfil determina, conhecidos como “highlights”.

Com os elementos de identidade visual definidos até aqui, foram desenvolvidos os ícones que serão utilizadas como capa para os stories fixos do perfil no Instagram. Personalizá-los é algo fundamental para gerar estilo e coerência de marca, fortalecendo o estilo visual do sistema de identidade visual criado. Para isso, foram desenvolvidos símbolos de fácil compreensão que identificassem de maneira clara os tópicos que seriam tratados em cada highlight. Dessa forma, os ícones se relacionam com o tema: mensagens

motivacionais são representadas por uma carta, depoimentos por um balão de fala, FAQ<sup>14</sup> por uma interrogação e dicas por uma lâmpada (Figura 27).

Figura 27: Ícones desenvolvidos: highlights.



Fonte: a autora (2019)

Definidos os ícones, foram realizados alguns testes de contraste variando as cores do fundo dos elementos gráficos, buscando mais destaque (Figura 28). O melhor resultado entre as opções testadas apresenta os elementos sempre na cor branca sobrepostos em fundos coloridos que usam as cores da paleta definida.

Figura 28: Highlights- Teste de cores.

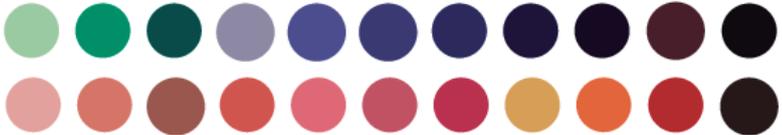


Fonte: a autora (2019)

<sup>14</sup> Sigla em inglês que corresponde a expressão Frequently Asked Questions, que em português significa Perguntas Mais Frequentes.

Até aqui foi possível definir elementos com base na tendência de ilustração, indicando então padrão cromático, ícones e alfabeto institucional para compor o estilo visual das postagens. Estes elementos quando utilizados em conjunto, serão responsáveis por comunicar o assunto em questão da melhor maneira ao público, simbolizando ideias e expressando emoções necessárias. O quadro 8 abaixo busca resumir as características visuais escolhidas para o projeto.

Quadro 8: Design das postagens- estilo visual.

ESTILO DE ILUSTRAÇÃO	Material Design			
PADRÃO CROMÁTICO				
ALFABETO INSTITUCIONAL	<b>PRIMÁRIA</b> Roboto Bold	<b>SECUNDÁRIA</b> <b>Alfa Slab One Regular</b>	<b>ESPECIAL</b> Roboto Light	<b>ESPECIAL</b> Roboto Light
ÍCONES				

Fonte: a autora (2019)

### 7.3.2. Design das Postagens: conteúdo e interação

A experiência do usuário proposta nesse projeto se dará entre a mediação do conteúdo e as limitações e possibilidades oferecidos pela plataforma escolhida. No Instagram, rede social criada em outubro de 2010 pela dupla Kevin Systrom e Yosyp Shvab, os usuários podem postar vídeos e fotos utilizando algum dos efeitos disponíveis na própria plataforma (ROCKCONTENT, 2018). Também é possível seguir diversas pessoas da rede e interagir com as publicações que aparecem na timeline através de curtidas e comentários. As publicações pessoais compartilhadas ficam visíveis no perfil de cada usuário junto com a quantidade de pessoas que segue e de seguidores que possui.

Além das características citadas, o Instagram possui uma série de recursos que buscam contribuir para a experiência do usuário no aplicativo. Temos atualmente as hashtags, Mensagens Diretas e os stories. As hashtags servem como um mecanismo de busca das publicações permitindo que outros usuários encontrem suas imagens e vídeos através delas. As mensagens diretas, também conhecidas como direct, conectam usuários que se conhecem ou não através de um chat onde é possível enviar fotos, gifs e mensagens de voz. Os stories possuem um formato mais dinâmico, permitindo criar uma relação mais intimista com os seguidores através do compartilhamento em tempo real de imagens e vídeos que desaparecem após 24 horas, tendo a possibilidade de adicionar gifs, stickers, desenhos e textos nas publicações e também ter acesso a quem as visualizou.

Essa possibilidade de interação, vai de encontro a algumas colocações obtidas na roda de conversa e no questionário aplicado. Nesses instrumentos o público evidenciou que sente necessidade não só da informação em si, mas de um espaço para falar sobre o assunto. Associado a isso, temos também a informação de que a rede é uma das mais populares entre o grupo de controle, validando dessa forma, nossa escolha da plataforma.

Com foco voltado ao conteúdo visual e com uma história de muito sucesso e rápido crescimento, a relação com a plataforma criou nessas primeiras décadas do século XXI uma cultura da imagem. Um dos assuntos debatidos na roda de conversa realizada na escola onde está o grupo de controle, foi a justamente a influência que as redes sociais tinham no bem-estar de um indivíduo. Diante de depoimentos dos próprios alunos que afirmaram já terem tido vontade de dar um tempo nas redes ou até mesmo ter parado de usá-las em determinado momento, fica evidente a necessidade de mesmo adotando a plataforma, problematizar o seu uso e seu impacto na saúde mental do público alvo deste projeto.

Entre os relatos obtidos na roda de conversa, muitos adolescentes já afirmaram querer se afastar das redes por se sentirem inferiores, se comparar fisicamente com outras pessoas ou até mesmo desejar ter a vida/família/relacionamento que são vistos online. Foi possível perceber a necessidade de reforçar que a ideia de “vida perfeita”, promovida principalmente

em redes de compartilhamento de foto e vídeo como o instagram, é completamente falsa. Reforçar que o que a rede mostra não representa o que a pessoa é ou sente, será uma das propostas de postagem ilustradas do perfil “meu caro eu”.

Ainda sobre o processo de “maquiagem” da vida tão comumente encontrado no instagram Tozzato (2019) afirma que para ganhar likes, seguidores ou apenas por simples diversão vale tudo, até fingir a realidade nas redes sociais. Um feed com diversas fotos de viagens, corpos perfeitos e rostos sempre sorridentes tornou-se comum, muitas vezes gerando sensação de insuficiência nos usuários que consomem o conteúdo. Segundo Jean Baudrillard, sociólogo e filósofo francês, vivemos em uma era cujos símbolos têm mais peso e mais força do que a própria realidade. Pode-se dizer então que a imagem não constitui o objeto em si, mas sua representação: o simulacro. Este se trata de uma simulação do real que, contraditoriamente, é mais atraente ao espectador do que o próprio objeto reproduzido. Baudrillard (1991) escreveu distinguindo entre dissimulação e simulação:

Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência. Mas é mais complicado, pois simular não é fingir: ‘Aquele que finge uma doença pode simplesmente meter-se na cama e fazer crer que está doente. Aquele que simula uma doença determina em si próprio alguns dos respectivos sintomas.’ (Littre.) Logo, fingir ou dissimular, deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, está apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do “verdadeiro” e do “falso”, do “real” e do “imaginário”. O simulador está ou não doente, se produz “verdadeiros” sintomas? Objetivamente não se pode tratá-lo nem como doente nem como não-doente. (BAUDRILLARD, 1991, páginas 9-10)

Além da comparação e do perfeccionismo em relação às próprias fotos, soma-se a necessidade de mostrar-se ao outro o tempo todo. Esse processo de tornar a narrativa mais interessante que o fato em si, a representação melhor que o objeto representado o se aproxima dos conceitos trabalhados por Guy Debord na segunda metade do século XX. O pensador francês introduz a discussão sobre o que ele chamou de “sociedade do espetáculo. Para ele “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD apud CARVALHO, 2013, p. 591).

Dessa forma as relações entre as pessoas não são mais autênticas, elas são de aparência. O que se vê é que o mundo se transformou em imagem, não existindo dissociado dela. As imagens constituem o mundo.

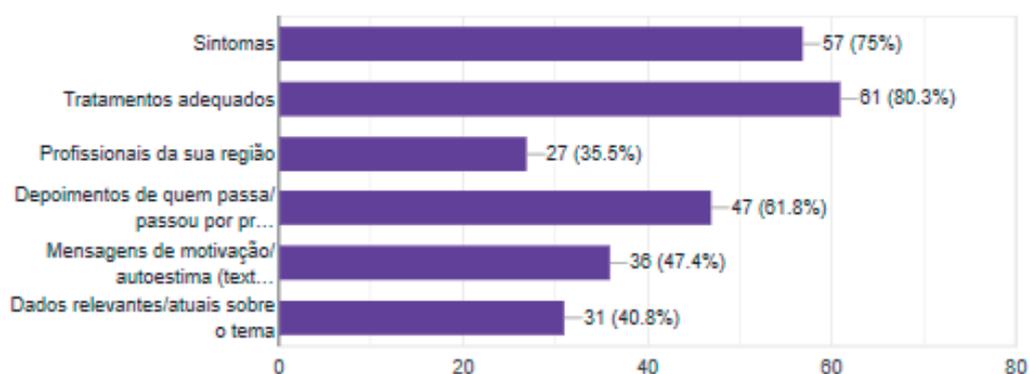
Segundo Gutfreind e Silva (2007), o homem da sociedade do espetáculo contemplava o herói na tela da televisão e do cinema, abdicando do seu papel de protagonista para tornar-se espectador. No hiperespetáculo, outro conceito de Debord, a contemplação continua. No entanto, segundo os autores, é uma contemplação de si mesmo num outro, em princípio, plenamente alcançável, semelhante ou igual ao contemplador. O homem torna-se protagonista, podendo se imaginar no lugar de um famoso ou pessoa de sua admiração. Sendo assim, a fama parece estar ao alcance de qualquer um e todos tem direito ao sucesso.

Abordada a questão de uma diferença entre o apresentado nas redes e a realidade, outros temas a serem abordados foram obtidos ao examinar os resultados do questionário aplicado. A figura 29 apresenta alguns temas relativos a saúde mental que poderiam ser trabalhados.

Figura 29: Resultados do questionário: quais informações você gostaria de ter acesso sobre saúde mental e transtornos mentais?

### Quais informações você gostaria de ter acesso sobre saúde mental e transtornos mentais?

76 responses



Fonte: a autora (2019)

Dentre os assuntos do questionário, elencou-se os quatro mais relevantes, indicando como cada um deles será apresentado no Instagram: seja

em postagens no feed, na função stories do perfil ou nas legendas, definindo os recursos a serem associados. O quadro 09, abaixo, apresentam também com que frequências essas informações serão publicadas e uma breve justificativa dessa escolha baseando-se na complexidade de execução da postagem, por exemplo.

Quadro 9: Estrutura e frequência das postagens.

	<b>ESTRUTURA</b>	<b>FREQUÊNCIA</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>
<b>DEPOIMENTOS + INFORMAÇÕES SOBRE OS TRANSTORNOS</b>	ilustração e tipografia + pequenos textos na legenda das postagens <b>feed instagram</b>	1 vez na semana	As ilustrações dos depoimentos possuem alta complexidade gráfica e portanto demanda mais tempo para ser desenvolvida.
<b>DADOS RELEVANTES</b>	tipografia <b>feed instagram</b>	1 vez na semana	Contribuir na conscientização a respeito do tema abordado.
<b>FRASES MOTIVACIONAIS</b>	ilustração+tipografia <b>stories instagram</b>	2/3 vezes na semana	Possuem baixa complexidade gráfica e portanto demanda menos tempo para serem desenvolvidas.
<b>INTERAÇÃO</b>	ilustração+sticker de pergunta <b>stories instagram</b>	2/3 vezes na semana	

Fonte: a autora (2019)

### 7.3.2.1. Informações sobre os transtornos

As informações sobre os transtornos aparecem na legenda das postagens de depoimentos com o intuito de complementar e contextualizar as ilustrações. Dessa forma, conteúdos como sintomas e formas de tratamento serão apresentados por meio de pequenas frases ou texto, com o objetivo de gerar engajamento e transmitir informações de forma clara. Apesar do limite ser de 2.200 caracteres para as legendas do instagram, deve-se pensar no público ao qual o conteúdo se destina, que por sua vez não seriam atraídos por textos extensos que exigissem muita concentração.

### 7.3.2.2. Depoimentos

Nesse tipo de postagem é que será trabalhada a problematização da vida “simulada” tão discutida quando se trata das redes sociais. Os depoimentos serão compostos basicamente por uma ilustração com a “máscara” do instagram, mostrando uma realidade simulada, um depoimento baseado em

histórias reais e uma ilustração da vida real que serão dispostos na linha do feed do instagram como exemplificado na Figura 30.

Figura 30: Depoimentos: Estrutura postagem.



Fonte: a autora (2019)

Na primeira ilustração, a fim de evidenciar estar-se diante de um recorte da realidade e vinculado à rede social, teremos a emulação de uma moldura igual a do instagram, centralizada no artboard. Busca-se assim demonstrar que esta primeira imagem retrata como as pessoas querem se mostrar para o mundo nas redes sociais: sempre felizes. A segunda imagem da linha do feed da postagem traz a síntese do depoimento em si, será uma construção apenas tipográfico usando o alfabeto institucional do sistema, pontuada pelo uso de um balão de fala e de aspas para realçar o texto. As informações presentes nos depoimentos serão escritas a partir de pesquisas a respeito dos transtornos já aprofundados nas etapas anteriores.

Com base nas informações e relatos obtidos, será feito um depoimento próprio que engloba características importantes. Por fim, a terceira e última ilustração representa o que há por de trás da máscara, simbolizando a “vida real”. Isso é representado pela retirada da moldura do instagram, que some revelando o que já havia por trás da primeira ilustração. Como indicado no tópico anterior, é na legenda da postagem que estarão contidas as informações a respeito do transtorno objeto da postagem. Na figura 31 abaixo, temos um exemplo das diretrizes aplicadas

Figura 31: Depoimentos: exemplo da estrutura aplicada.

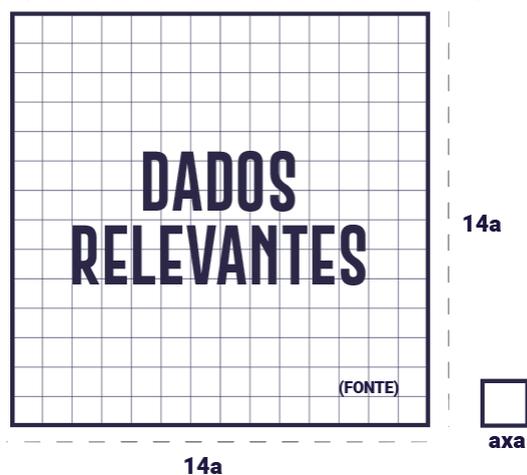


Fonte: a autora (2019)

### 7.3.2.3. Dados Relevantes

Os dados relevantes dizem respeito às informações que contribuem na conscientização a respeito do tema abordado e que merecem destaque por conta de sua importância. Essa estrutura de postagem pode conter dados quantitativos obtidos através de pesquisas de organizações como a OMS ou frases para sensibilizar as pessoas sobre a saúde mental, por exemplo. Essas postagens serão apenas tipográficas, tendo a possibilidade de usar elementos esquemáticos nas cores da paleta e criar arranjos com fontes para evidenciar partes das informações. Para facilitar a criação dessa estrutura de postagem e garantir uma unidade, desenvolveu-se um padrão gráfico utilizando o grid abaixo (figura 32).

Figura 32: Dados Relevantes: Estrutura postagem.

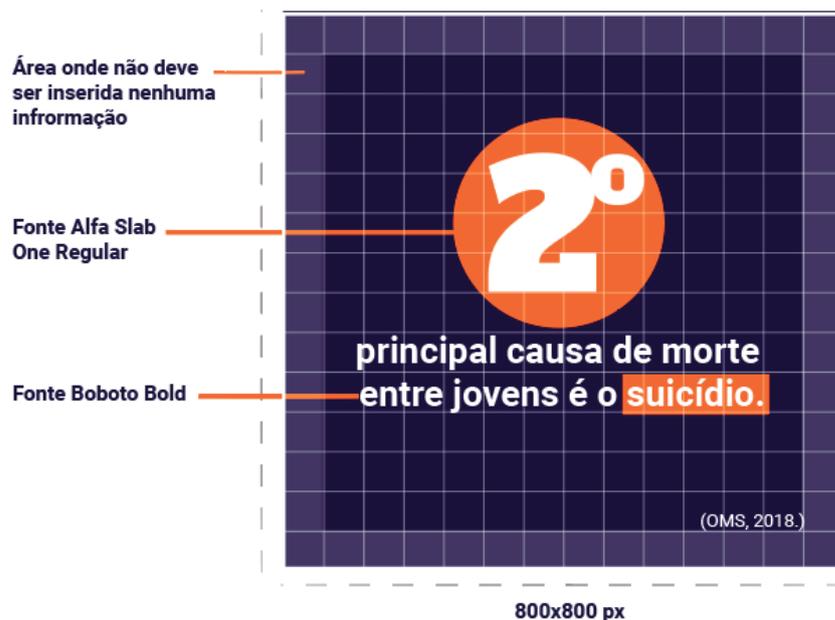


Fonte: a autora (2019)

Nele, as informações e a fonte tipográfica dos dados são dispostas obedecendo distanciamentos ditados por meio dos módulos quadrados que servem de orientação. Dessa forma, as informações devem ser centralizadas no artboard, em geral com alinhamento centralizado, e a fonte da informação deve estar posicionada no lado direito da postagem na parte inferior, mantendo sempre uma distância de um quadrado das margens.

Ainda obedecendo ao estilo visual delimitado anteriormente, a postagem deverá utilizar as fontes Roboto Bold e Alfa Slab One Regular, variando em peso e corpo conforme a necessidade de composição da informação, sempre mantendo as informações dentro da área permitida. Na figura 33 abaixo, temos um exemplo das diretrizes aplicadas.

Figura 33: Dados Relevantes: exemplo da estrutura aplicada.



Fonte: a autora (2019)

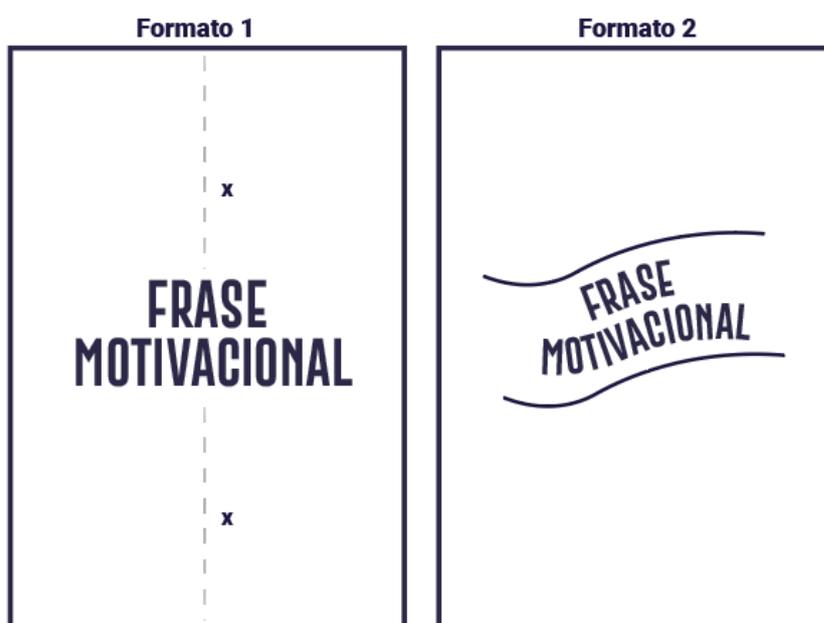
#### 7.3.2.4. Frases Motivacionais

Durante o levantamento feito por meio de questionários, foi pontuado pelo grupo de controle que frases motivacionais era uma forma desejável de conteúdo. Essas frases têm como objetivo propagar mensagens inspiradoras e de conforto que passem esperança e motivação, uma vez que nos momentos difíceis as pessoas precisam de estímulo para continuar. As mensagens escritas serão então construídas com frases entre 10 e 105 caracteres com tamanho da

fonte utilizada variando de acordo com a necessidade, mas sempre garantindo a legibilidade do texto.

As postagens com frases motivacionais, aparecendo sempre em forma de stories, terão 2 formatos: uma para as frases mais longas e uma para as mais curtas, ambas fazendo uso de tipografia associada com ilustrações. No primeiro formato, as frases devem ser centralizadas no artboard com alinhamento centralizado, possuindo entre 50 e 105 caracteres. Já o segundo formato, vinculado a frases mais curtas com até 50 caracteres, devem ser colocadas dentro de uma *moldura de texto* a ser definida, como esquematiza a figura 34 abaixo.

Figura 34: Frases Motivacionais: Estrutura postagem



Fonte: a autora (2019).

Para ambos os formatos, se tem a possibilidade de utilizar duas ou mais cores da paleta para criação das ilustrações, além de fazer uso de elementos esquemáticos para compor a postagem. As frases aparecerão tendo ilustrações ao fundo que deverão ser pensadas de maneira que ajudem a valorizar e dar importância a frase em questão.

### 7.3.2.5. Interação: caixa de perguntas

Um aspecto importante identificado junto aos resultados da compreensão do usuário foi a necessidade de estabelecer um diálogo, de se fazer ouvir. A fim de atender essa demanda por interação, a própria plataforma apresenta algumas possibilidades como a criação de enquetes, caixa de perguntas, testes, bate-papos. Entre todas essas possibilidades, escolheu-se a caixa de perguntas como uma primeira ferramenta para estabelecer uma conexão mais direta e individual com o usuário.

A interação com os seguidores no Instagram irá acontecer por meio do sticker "Faça uma pergunta", disponível na própria plataforma, que permite criar uma seção de questões e respostas no stories. Dessa forma, será criada uma ilustração que passe a ideia de que essa ferramenta faz parte da própria composição, devendo estar no centro da artboard (figura 35).

*Figura 35: Interação Caixa de Perguntas: Estrutura Stories. À esquerda, imagem do sticker "faça uma pergunta", à direita a indicação para o posicionamento do sticker.*



Fonte: a autora (2019)

#### **7.4. Alternativas geradas: encaminhamento para o refinamento**

Durante a geração de alternativas, deu-se início à definição do estilo visual e dos conteúdos a serem abordados no projeto. Tendo definido o material design como tendência de ilustração a ser seguida, indicou-se também padrão cromático, ícones e alfabeto institucional ideais para comunicar o tema da melhor maneira ao público. Com base nisso, foi possível desenvolver as postagens e elementos interativos (stories) levando em consideração os requisitos necessários e as características visuais escolhidas para o projeto. Delimitadas as regras e a estrutura, o projeto pode ser finalmente apresentado e refinado no macro fase a seguir.

Com o estilo visual definido e com os painéis semânticos prontos, além da estruturação esquemática e de conteúdo das postagens, foi possível iniciar a construção gráfica propriamente dita. Como salientado anteriormente o processo projetual não ocorre de forma linear, há momentos em que após definida uma diretriz, a criação da estrutura visual ocorria em paralelo ao estudo para a finalização da diretriz de outro tópico. No entanto, optou-se por uma organização linear do documento, a fim de facilitar o entendimento do leitor. Sendo assim, o desenvolvimento gráfico dos elementos variáveis presentes no projeto será apresentado subdividindo o capítulo de acordo com esses elementos.

### **8. MACRO FASE 3: APRESENTAÇÃO DO PROJETO**

#### **8.1 Etapa 04: Desenvolvimento Gráfico dos Elementos Variáveis**

O projeto objeto deste trabalho foi elaborado para orientar a continuação do mesmo por um tempo que vai além do processo de finalização de curso da autora. Como foi possível acompanhar na etapa 03 (Geração de alternativas), construiu-se uma estrutura a fim de orientar sobre o gerenciamento do perfil posteriormente. Definiu-se o tipo de postagem, sua organização textual indicando os objetivos que deveria cumprir, resgatando parte da lista de requisitos definidos. Sendo essas postagens diversas e seguindo para um tempo além do da realização dessa pesquisa, são o que chamamos de “elementos variáveis”.

Mesmo variando ao longo do tempo, esses elementos precisam manter a identidade visual do sistema, obedecendo ao estilo visual proposto. Para isso, apresentaremos aqui um guia para essa construção de elementos que, mesmo variando em forma, se repetirão ao longo do projeto. São eles (1) a ilustração (2) a postagem com depoimentos e tipos de transtornos (3) postagens com dados relevantes (4) stories com frases motivacionais e (5) stories para interação “caixa de perguntas”

### **8.1.1 Guia Visual: ilustrações**

Após as definições de estilo visual do projeto, passou-se ao desenvolvimento e pesquisa de um estilo que caracterizasse as ilustrações nele apresentadas. Como definições principais consideradas na construção da ilustração temos a presença da figura humana mais estilizada, uso de linhas para detalhes em roupas e cabelos dos personagens, uso da Ilustração vetorial e do o estilo “material design” como referência na construção dos efeitos de profundidade, luz e sombra que serão realizados através de formas sólidas com cores únicas.

Deu-se início então, à realização dos esboços das ilustrações que vão compor as postagens. Para o desenvolvimento das primeiras alternativas utilizou-se a técnica de Brain Dumping Visual, descrita como um processo onde se criam diversos tratamentos e ideias visuais, agrupando-os para tentar encontrar as melhores formas para o projeto em questão (LUPTON apud CHAVES, 2016, p. 92). Com uso de lápis e papel, foi estabelecido o limite de 20 minutos para realização dos esboços e o resultado pode ser encontrado na figura 36.

Figura 36: Esboço das ilustrações realizando a técnica de Brain Dumping Visual.



Fonte: a autora (2019)

Os esboços foram transformados em desenho digital e refinados com o uso de um software de ilustrações vetoriais. Durante esse processo, alterações foram feitas e algumas características foram definidas como linhas editoriais da ilustração. São elas: uso de paleta de cor definida como padrão cromático do projeto; elementos esquemáticos, profundidade, luz e sombra elaborados seguindo a tendência do Material Design já citada anteriormente. A figura 37 abaixo, apresenta um dos primeiros esboços digitais utilizando as características citadas.

Figura 37: Esboços digitais dos personagens.



Fonte: a autora (2019)

Definidos como seria a visualidade dos personagens, prosseguiu-se desenvolvendo os outros elementos que comporiam as postagens que classificamos como “depoimentos”.

### 8.1.2. Guia Visual: Informações sobre os transtornos e Depoimentos

Como explicitado na etapa de geração de alternativas, as postagens “depoimentos” está associada as “Informações sobre os Transtornos”, sendo essa última configurada em um texto na legenda de cada postagem depoimento, seguindo o padrão da plataforma. Para os depoimentos, temos uma estrutura de três imagens (ver figura 32) que mesclam a apresentação dos personagens e um cenário que chamamos de “ilustração vida real”.

Definido o estilo visual dos personagens ilustrados, passou-se as outras ilustrações que iriam representar essa “vida real”. Embora essa seja a terceira imagem da estrutura das postagens do tipo “depoimentos”, é sobre ela que é colocada a versão “ilustração vida do instagram”. Como esse primeiro conjunto de ilustrações é baseado nos depoimentos colhidos junto ao grupo de

controle, os cenários ilustrados precisam se conectar com os transtornos selecionados. Essa associação resultou no: quarto para depressão e ansiedade; escola para o TDAH; cozinha para o TOC e uma mesa de refeições vista de cima para a anorexia (figura 38).

Figura 38: Guia Visual Depoimentos: “vida real”. Ilustrações dos cenários escolhidos para cada transtorno.



Fonte: a autora (2019)

Definida a ilustração “vida real”, os personagens já desenvolvidos foram inseridos na estrutura definida para o que chamamos de “ilustração vida do instagram” como mostra a figura 39, abaixo.

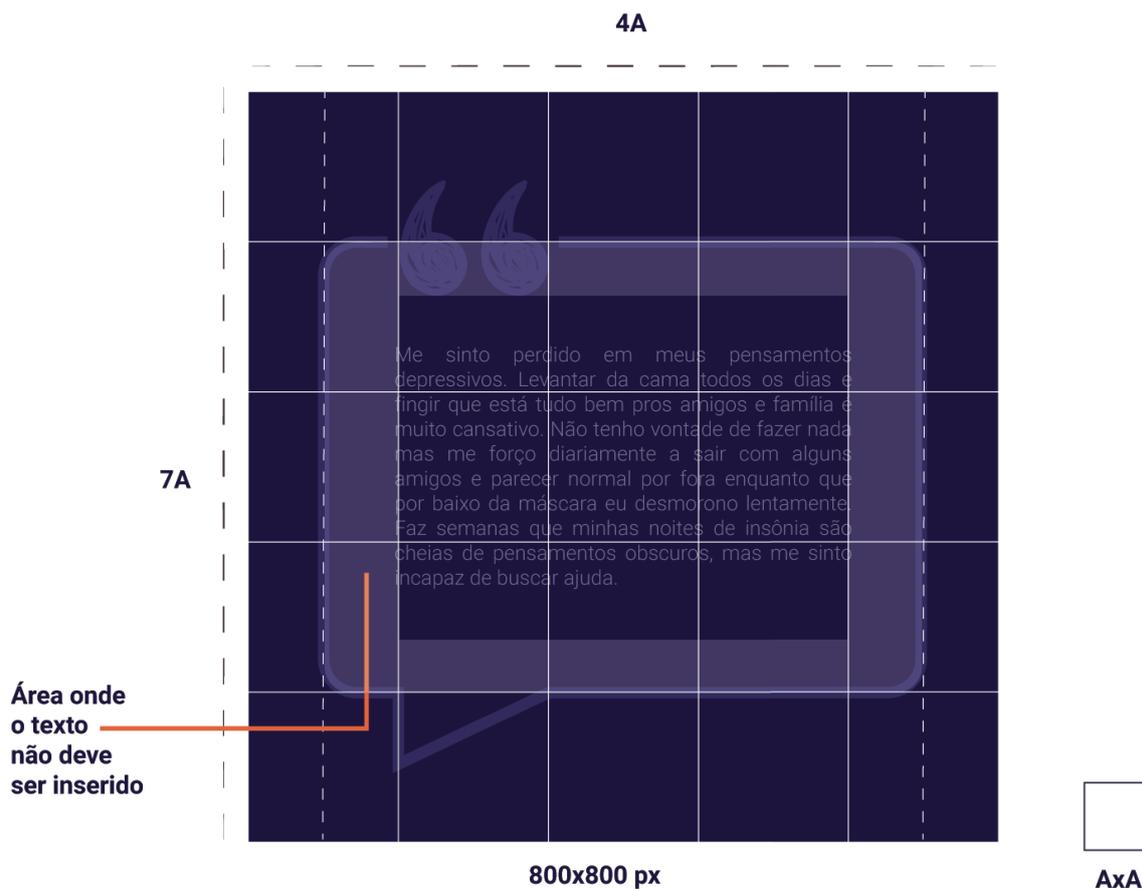
Figura 39: Guia Visual Depoimentos: “vida do instagram”.



Fonte: a autora (2019)

Com relação às informações presentes nos depoimentos, foi possível desenvolver um pequeno texto para cada um dos transtornos abordados baseando-se nos relatos dados durante a roda de conversa e nas informações obtidas através das pesquisas nas etapas anteriores. Como resultado, tem-se um depoimento próprio que contém características importantes e uma maneira específica de ser apresentado na conta do instagram: utilizar a fonte Roboto Light corpo 22 pt para o texto que deve estar justificado com a última linha alinhada à esquerda como demonstrado na figura 40.

Figura 40: Guia Visual Depoimentos – informação tipográfica.



Fonte: a autora (2019)

Para essa parte dos depoimentos, faz-se uso de dois tons de azul presentes na paleta definida: um para o fundo e o outro para os elementos (balão e aspas). O texto presente na postagem sempre permanece na cor branca, enquanto as cores do fundo e dos outros elementos podem se inverter como demonstrado na figura 41.

Figura 41: Guia Visual Depoimentos – Cores utilizadas.



Fonte: a autora (2019)

Por fim, buscando deixar claro como manter uma unidade visual do projeto, criou-se diretrizes que devem ser seguidas para as ilustrações futuras de depoimentos:

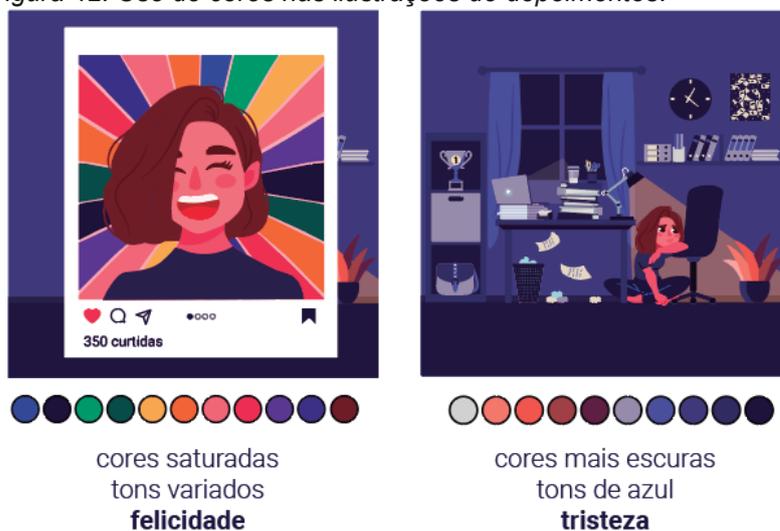
Quadro 10: Guia Visual Depoimentos- Diretrizes para as ilustrações.

1.	2.	3.	4.
<p>Ilustração vetorial com formas sólidas em cor única, sem uso de gradientes;</p>	<p>Os gradientes serão utilizados apenas na representação de luz nos ambientes (luz de uma luminária, por exemplo);</p>	<p>No geral, a ilustração não possui lineart. No entanto, pode-se fazer uso de linhas para detalhes em roupas e cabelos. As linhas devem possuir uma única cor, sem uso de gradientes.</p>	<p>Caso possua texto na ilustração utilizar a fonte primária Roboto Bold ou a especial Roboto Light;</p>

Fonte: a autora (2019)

Quanto a estrutura da postagem, as ilustrações criadas para os depoimentos devem repetir um padrão, a fim de criar identidade ao perfil. Propôs-se a construção de sentido a partir da vinculação entre cores e sensações. Composta por uma paleta de cores saturadas, as postagens “depoimentos” devem introduzir um contraste entre as duas imagens ilustradas que compõem cada conjunto de imagens ligadas a um mesmo transtorno. A paleta utilizada na ilustração “vida real” deve sempre apresentar cores mais escuras, focando em diversos tons de azul, uma cor fria que transmite, de acordo com o senso comum, principalmente a sensação de tristeza (figura 42, imagem à direita). Para contrapor essa sensação, indicando que o instagram funciona como uma espécie de filtro, a ilustração “vida do instagram” acrescenta a paleta de cores da imagem anterior algumas cores quentes como o laranja e o rosa (figura 42, imagem à esquerda). A proposta é evidenciar o contraste de sensações entre as duas imagens, mas mantendo a conexão por meio do uso de cores saturadas.

Figura 42: Uso de cores nas ilustrações de depoimentos.



Fonte: a autora (2019)

### 8.1.3 Guia Visual: postagens com dados relevantes

Nas postagens de dados relevantes, faz-se uso de uma paleta composta pelas cores branca, azul e laranja. Estas duas últimas estão em lados opostos no círculo cromático (Figura 43), portanto são complementares e apresentam um contraste vibrante entre si. Sendo assim, o laranja e o azul

permanecem sempre no fundo da postagem, além de estarem presentes nos textos e nos elementos esquemáticos, igual a cor branca.

Conforme o esquema apresentado anteriormente (ver figura 34), a diagramação do texto deve seguir os afastamentos indicado pelo grid. A composição do texto deve ser dinâmica, fazendo uso do tamanho do corpo, peso da fonte, cor utilizada e distribuição dos elementos para estabelecer uma hierarquia de informação. Na figura abaixo, apresentamos dois exemplos que retratam, graficamente, as indicações mencionadas aqui.

Figura 43: Guia Visual Dados Relevantes.

(1) disco cromático indicando a complementaridade das cores definidas para uso (2 e 3) exemplos de diagramação do texto conforme diretrizes



Fonte: a autora (2019)

#### 8.1.4 Guia Visual: Stories com Frases Motivacionais.

As postagens com frases motivacionais deverão ao longo do tempo variar sua imagem de fundo. A diretriz básica é dar destaque a frase. Indica-se o uso também do contraste das cores complementares para compor as ilustrações, reforçando assim o padrão cromático e a identidade visual do projeto. Para esse momento do projeto construiu-se duas ilustrações, uma para frases longas e outra para frases curtas. Essas variações permitirão que apenas a frase seja trocada, tornando o dia a dia de gerenciamento da conta mais organizado. A proposta do projeto é que de tempos em tempos essas imagens de fundo sejam reelaboradas.

Para a primeira fase do projeto, buscou-se diversos oráculos como referência para as postagens veiculadas por meio de stories, uma vez que essas ferramentas são utilizadas atualmente por pessoas que buscam auxílio e orientação a fim de trazer efeitos positivos para sua vida. Dessa forma, os oráculos são vistos muitas vezes como conselheiros, apontando direções e mostrando possibilidades para quem os utilizam.

Para as ilustrações das frases motivacionais foi pensado em elementos que buscassem transmitir mensagens e impulsionar a sorte pessoal. Escolheu-se, então, o famoso biscoito da sorte, que possui em seu interior provérbios ou previsões, e a carta de tarot, utilizada como uma forma de orientação para aqueles que buscam respostas sobre suas vidas.

#### 8.1.4.1. Frases Motivacionais Curtas

O oráculo relacionado com as frases motivacionais curtas foi o biscoito da sorte. A ilustração de fundo obedece às mesmas diretrizes das ilustrações anteriormente descritas, preservando a saturação de cor e o estilo de traço. Esse estilo de postagem poderá usar uma liberdade maior com relação à escolha da cor que será utilizada para o fundo das ilustrações, sendo possível alterá-la para alguma outra que esteja na paleta do projeto (figura 44).

Figura 44: Guia Visual – Frases Motivacionais curtas. Variação cromática.

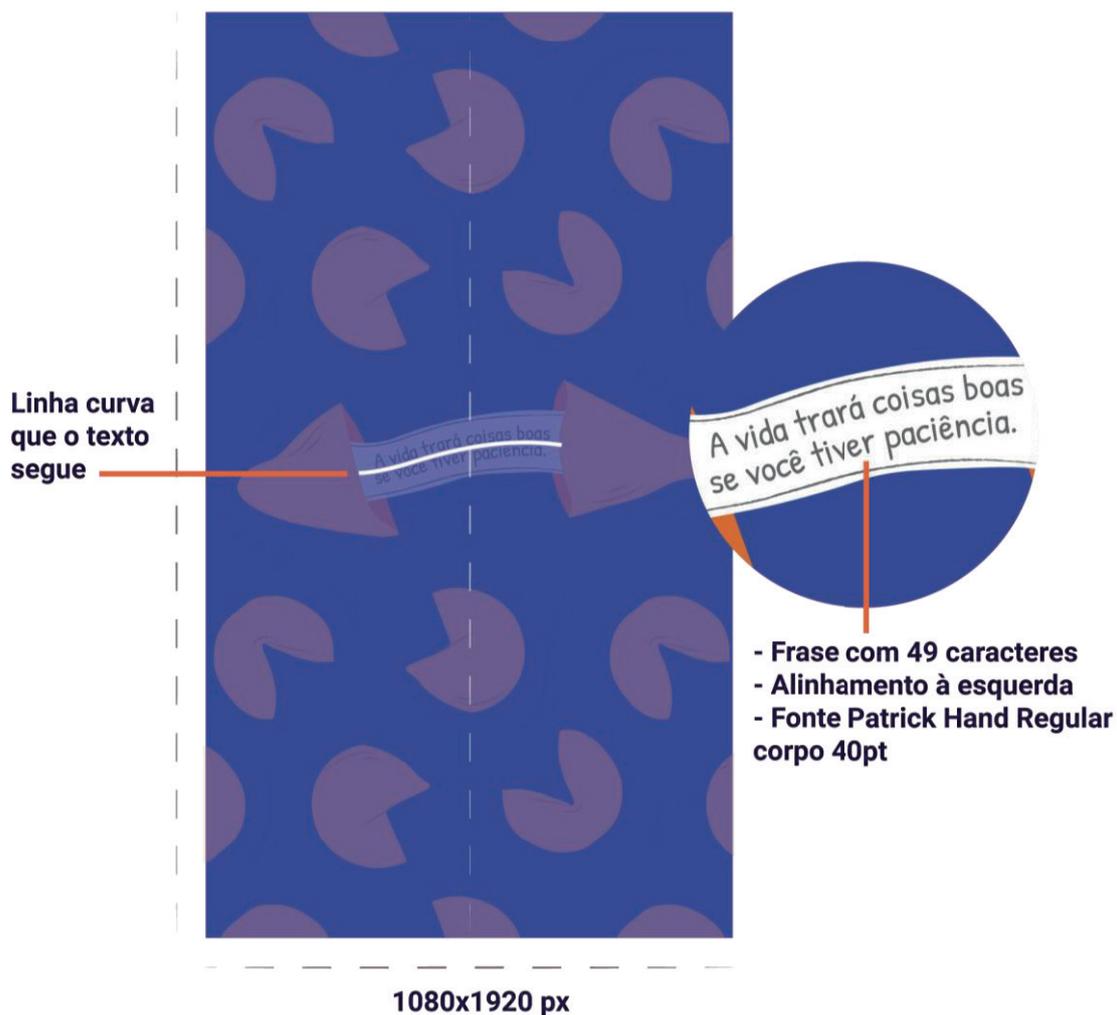


Fonte: a autora (2019)

A frase dentro do biscoito aberto deverá utilizar a fonte Patrick Hand com corpo 40 pt quando ocupar duas linhas, sendo possível aumentar para até 50 pt quando o texto ocupar apenas uma linha, buscando sempre manter a legibilidade. Para o texto é permitido o uso de até 50 caracteres que devem

aparecer seguindo uma linha curva (figura 45) e utilizar o alinhamento à esquerda centralizado ao artboard. A caixa de texto por sua vez, aparece centralizada em relação a largura e a altura do elemento de cor branca que busca representar o papel contido dentro do biscoito da sorte.

Figura 45: Guia Visual – Frases Motivacionais curtas. Orientações de layout



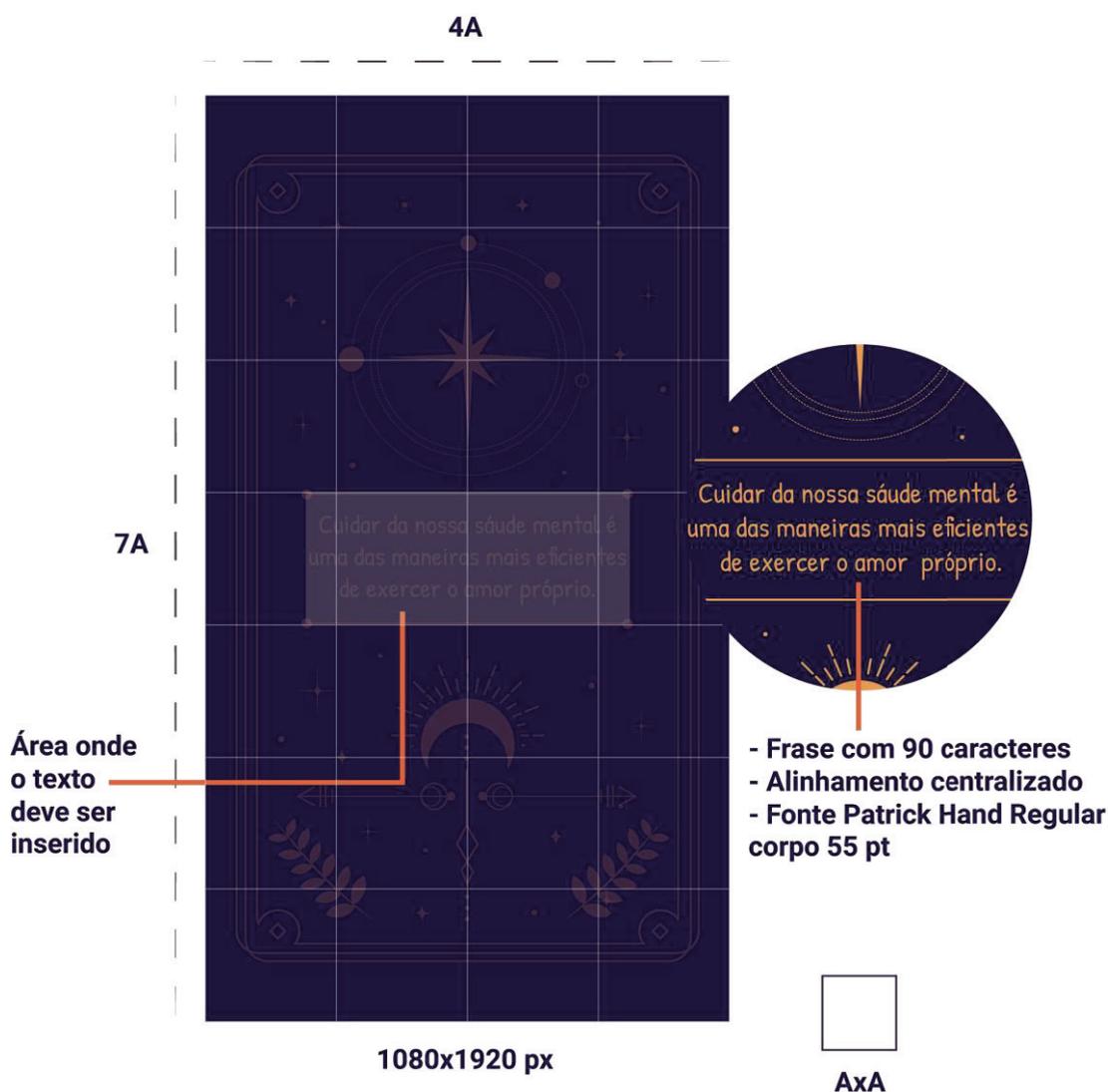
Fonte: a autora (2019)

#### 8.1.4.2. Frase Motivacional Longa

Ainda seguindo a ideia de utilizar elementos que transmitem mensagens e impulsionam a sorte pessoal, para as frases motivacionais longas, optou-se pela carta de tarot, utilizada como uma forma de orientação para aqueles que buscam respostas sobre suas vidas. Assim como para as frases curtas, a ideia é manter o layout da ilustração de fundo, alterando a frase de acordo com a postagem.

Aqui, ao contrário do layout que usa os biscoitos da sorte que variam em cor, decidiu-se que a carta não variaria cromaticamente, permanecendo o contraste entre o azul e o laranja (figura 46). Para o formato de frases mais longas recomenda-se textos de até 105 caracteres utilizando a fonte Patrick Hand no tamanho 55 pt, sendo possível alterar o posicionamento ou reduzir a proporção dos elementos da ilustração caso necessário. O texto deve possuir alinhamento centralizado e ser posicionado na quarta linha do grid desenvolvido, sendo inserido dentro da área permitida como demonstrado na figura 46.

Figura 46: Guia Visual – Frases Motivacionais longas. Orientações de layout.



Fonte: a autora (2019)

### 8.1.5 Guia Visual: Stories para interação “Caixa de perguntas”

A plataforma instagram oferece uma série de mecanismos que promovem interação com o usuário, gerando um engajamento maior desse usuário com o perfil. Foi preciso então criar um padrão que permitisse facilmente personalizar essa ferramenta, a fim de manter o estilo visual proposto para o projeto. Para a composição da postagem que permitirá que os seguidores tirem dúvidas e realizem desabafos no stories do instagram, criou-se uma ilustração a ser aplicada ao fundo, permitindo o encaixe da caixa de perguntas padrão na posição desejada, conforme ilustra a figura 36 (ver página 95).

Seguindo o mesmo princípio das frases motivacionais que associam as postagens via stories à oráculos, foi ilustrada uma bola de cristal, instrumento que tem a capacidade de adivinhar ou prever acontecimentos. Na figura 47 abaixo é possível ver a ilustração finalizada informando a área em que deve ser posicionado o sticker de pergunta e o teste de aplicação da ferramenta, que deve sempre ser utilizada na cor preta, na composição. Já o fundo da ilustração poderá variar cromaticamente, utilizando as cores definidas para o projeto.

Figura 47: Guia Visual Stories para interação “Caixa de perguntas”.



Fonte: a autora (2019)

### **8.1.6 Guia Visual: Ficha de Postagem**

A fim de tornar mais fácil que qualquer designer dê continuidade do trabalho, foi construída uma ficha para cada tipo de postagem. As figuras de 48 a 55 nas páginas a seguir apresentam todas as postagens organizadas em tabela com informações como: paleta de cores, tipografia e elementos esquemáticos utilizados, além das fontes dos dados e depoimentos que serviram como referência para o desenvolvimento das ilustrações e composições

Figura 48: Ficha postagens: depoimento

<input type="checkbox"/> dados relevantes <input checked="" type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories		POSTAGENS		DEPOIMENTOS
				<p>"Entrei em depressão fazendo cursinho para entrar em medicina. Desenvolvi sintomas iniciais durante o ano, com toda a pressão que temos de enfrentar para conseguir uma vaga. Alimentava-me mal, dormia mal, morava longe dos meus pais. Durante um mês, tive vestibulares todos os fins de semana e nos últimos chorei muito depois de terminar a prova. Eu não estava aguentando mais, meu desgaste psicológico era imenso."</p>
Paleta de cor				<p>(Catraca Livre disponível em: &lt;<a href="https://catracalivre.com.br/educacao/por-que-universidade-esta-deixando-os-estudantes-doentes/">https://catracalivre.com.br/educacao/por-que-universidade-esta-deixando-os-estudantes-doentes/</a>&gt;)</p>
Tipografia	Roboto Bold	Roboto Light	_____	
Tipo de ilustração	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	texto na cor branca e cores sólidas para o fundo e outros elementos	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	
Elementos esquemáticos		aspas e balão de fala	_____	
			_____	

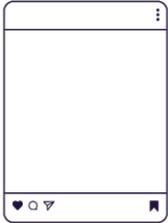
Fonte: a autora (2019)

Figura 48: Ficha postagens: depoimento

		<input type="checkbox"/> dados relevantes <input checked="" type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories		POSTAGENS	DEPOIMENTOS
					<p><b>"A depressão me engole, me consome, me mata aos poucos. Viver é quase um fardo. As vezes, levantar da cama e fingir que está tudo bem é muito cansativo."</b> – Natália Contesini</p> <p>(Disponível em: &lt;<a href="https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/25/mas-voce-nao-parece-estar-deprimido-22-relatos-sobre-o-que-na_a_21693884/">https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/25/mas-voce-nao-parece-estar-deprimido-22-relatos-sobre-o-que-na_a_21693884/</a>&gt;)</p>
<b>Paleta de cor</b>					
<b>Tipografia</b>	Roboto Bold	Roboto Light	_____		<p><b>"A exaustão absoluta de chegar em casa depois de um dia normal do trabalho, em que você disfarça a depressão para o mundo."</b> – Phil Robinson</p>
<b>Tipo de ilustração</b>	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	texto na cor branca e cores sólidas para o fundo e outros elementos	_____	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	<p><b>"eu me sentindo morta por dentro e sem sentir as emoções, mas ainda rindo e fazendo piadas para parecer normal por fora"</b> – Sowandarya</p> <p><b>"noites de insônia com pensamentos obscuros, ansiedade, choro, tremedeira e a incapacidade de buscar ajuda"</b> – Merete Dalby</p> <p>(Disponível em: &lt;<a href="https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/25/mas-voce-nao-parece-estar-deprimido-22-relatos-sobre-o-que-na_a_21693884/">https://www.huffpostbrasil.com/2016/04/25/mas-voce-nao-parece-estar-deprimido-22-relatos-sobre-o-que-na_a_21693884/</a>&gt;)</p>
<b>Elementos esquemáticos</b>		aspas e balão de fala	_____	_____	
			_____	_____	

Fonte: a autora (2019)

Figura 49: Ficha postagens: depoimento

		<input type="checkbox"/> dados relevantes <input checked="" type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories		POSTAGENS	DEPOIMENTOS
					<p>"Eu me odiava. <b>Eu me sentia nojenta, gorda.</b> Odiava o modo como eu parecia e, por isso, não gostava de sair de casa",</p> <p>"Ele <b>praticamente parou de comer.</b> Chegou a pesar 35 kg. Precisou ser internada. Quase morreu."</p> <p>" Com o passar do tempo, ela <b>diminuiu a frequência com que comia [...]</b>"</p> <p>(Disponível em: &lt;<a href="https://www.otempo.com.br/interessa/estudante-conta-como-venceu-a-anorexia-apos-quase-morrer-1.1187703">https://www.otempo.com.br/interessa/estudante-conta-como-venceu-a-anorexia-apos-quase-morrer-1.1187703</a>&gt;)</p>
<b>Paleta de cor</b>	●●●●●●●●●●	○●●●	○●●●●●●●●●●		
<b>Tipografia</b>	<b>Roboto Bold</b>	Roboto Light	<b>Roboto Bold</b> e Roboto Light		
<b>Tipo de ilustração</b>	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	texto na cor branca e cores sólidas para o fundo e outros elementos	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.		<p>"Achava que para ser bonita tinha que ser magra. Em busca disso, decidi emagrecer."</p> <p>"<b>Eu tinha uma meta diária de perder 300 gramas. Quando não a alcançava, me punia me exercitando em excesso.</b>"</p> <p>(Disponível em: &lt;<a href="https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/10/04/-com-anorexia-ela-chegou-a-pesar-29-kg-se-recuperou-e-hoje-e-nutricionista.htm">https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/10/04/-com-anorexia-ela-chegou-a-pesar-29-kg-se-recuperou-e-hoje-e-nutricionista.htm</a>&gt;)</p>
<b>Elementos esquemáticos</b>		aspas e balão de fala  	  		

Fonte: a autora (2019)

Figura 50:Ficha postagens: depoimento

		<input type="checkbox"/> dados relevantes <input checked="" type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories		
		POSTAGENS	DEPOIMENTOS	
				 <p>"Sempre fui muito tímida e tirava só nota baixa. Ninguém queria andar comigo"                  "Ninguém queria andar perto de mim. Diziam que a burrice era contagiosa"</p> <p>(Vanessa Bencz. Disponível em: &lt;<a href="http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/10/chamada-de-burra-nos-tempos-de-escola-jovem-lanca-hq-so-bre-bullying.html">http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/10/chamada-de-burra-nos-tempos-de-escola-jovem-lanca-hq-so-bre-bullying.html</a>&gt;)</p>
Paleta de cor				
Tipografia	Roboto Bold	Roboto Light	_____	
Tipo de ilustração	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	texto na cor branca e cores sólidas para o fundo e outros elementos	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.	
Elementos esquemáticos		aspas e balão de fala	_____	
				

Fonte: a autora (2019)

Figura 51: Ficha postagens: depoimento

		<input type="checkbox"/> dados relevantes <input checked="" type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories		POSTAGENS	DEPOIMENTOS
					<p>"Eu sempre <b>achei que era uma mania</b>, depois aquilo foi mudando meu comportamento até que eu <b>dedicava horas do meu dia</b> para fazer atividades, como <b>limpar aos mãos, a casa.</b>"</p> <p>(Disponível em: &lt;<a href="https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2014/08/veja-relatos-de-pessoas-que-se-tornaram-refens-da-s-doencas-modernas-cj5vp2kjc0n8ixbj093w903s4.html">https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2014/08/veja-relatos-de-pessoas-que-se-tornaram-refens-da-s-doencas-modernas-cj5vp2kjc0n8ixbj093w903s4.html</a>&gt;)</p>
Paleta de cor					
Tipografia	Roboto Bold	Roboto Light	_____		<p>"Uma das minhas <b>piores crises</b> foi uma vez que minha mãe tinha acabado de fazer faxina no meu quarto e eu reclamei que estava sujo e imundo e decidi limpar tudo de novo. <b>Fiquei 12 horas seguidas limpando.</b>"</p> <p>(Disponível em: &lt;<a href="https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/02/16/-fazia-rituais-repetitivos-de-oracoes-diz-portador-a-de-toc-religioso.htm">https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/02/16/-fazia-rituais-repetitivos-de-oracoes-diz-portador-a-de-toc-religioso.htm</a>&gt;)</p>
Tipo de ilustração	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos,	texto na cor branca e cores sólidas para o fundo e outros elementos	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos.		
Elementos esquemáticos		aspas e balão de fala	_____		
			_____		

Fonte: a autora (2019)

Figura 52: Ficha postagens: dados relevantes

	<input checked="" type="checkbox"/> dados relevantes <input type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories			
	<b>POSTAGENS</b>			<b>FONTE DOS DADOS</b>
				<p>OMS. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Folha informativa: Suicídio. Brasília, DF, Brasil, 2018.</p> <p>OMS. Organização Mundial de Saúde. Relatório Mundial da Saúde: Saúde mental: nova concepção, nova esperança. Genebra: OMS, 2002.</p> <p>WHO. WORLD HEALTH ORGANIZATION. <i>Sucide: one person dies every 40 seconds.</i> [S. l.], 9 set. 2019.</p>
<b>Paleta de cor</b>				
<b>Tipografia</b>	<b>Alfa Slab One Regular</b> <b>Roboto Bold</b>	<b>Alfa Slab One Regular</b>	<b>Alfa Slab One Regular</b> <b>Roboto Bold</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar fonte Alfa Slab one para os números e fonte Bahnschrift para o resto da informação.</li> <li>- Possibilidade de criar um arranjo com as fontes para expor os dados.</li> </ul>
<b>Elementos verbais</b>	<p>Quando a informação for maior e informar porcentagem: destacar uma ou mais informações na frase com um box colorido.</p> <p>-Fazer uso do círculo (elemento esquemático) quando falar de porcentagem.</p>	<p>- Quando a informação for maior e não informar porcentagem: criar um arranjo com as fontes para expor os dados.</p> <p>- Fazer uso de elementos esquemáticos nas cores da paleta</p>	<p>- Quando a informação for curta: destacar uma ou mais informações na frase com um box colorido.</p> <p>-Fazer uso do círculo (elemento esquemático) para destacar um número.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informações centralizadas no artboard com alinhamento centralizado.</li> <li>- Fazer uso de elementos esquemáticos nas cores da paleta</li> </ul>
<b>Elementos esquemáticos</b>	círculo destacando símbolo; box colorido destacando palavra	linha colorida complementando o arranjo da frase.	círculo destacando número; box colorido destacando palavra	

Fonte: a autora (2019)

Figura 53: Ficha postagens: dados relevantes

	<input checked="" type="checkbox"/> dados relevantes <input type="checkbox"/> depoimentos <input type="checkbox"/> stories			
	<h2>POSTAGENS</h2>			<h2>FONTE DOS DADOS</h2>
				<p>OMS. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Folha informativa: Suicídio. Brasília, DF, Brasil, 2018.</p> <p><a href="https://www.setembroamarelo.org.br/prevencao/">https://www.setembroamarelo.org.br/prevencao/</a></p>
<b>Paleta de cor</b>				<p>- Utilizar fonte Alfa Slab one para os números e fonte Bahnschrift para o resto da informação.</p> <p>- Dados: centralizadas no artboard com alinhamento centralizado.</p> <p>- Fazer uso de elementos esquemáticos nas cores da paleta</p> <p>*exceção: utilizar em frases</p>
<b>Tipografia</b>	<b>Alfa Slab One Regular</b> <b>Roboto Bold</b>	<b>Alfa Slab One Regular</b>	<b>Alfa Slab One Regular</b> <b>Roboto Bold</b>	
<b>Elementos verbais</b>	<p>- Quando a informação for curta: destacar uma ou mais informações na frase com um box colorido.</p> <p>-Fazer uso do círculo (elemento esquemático) para destacar um número.</p>	<p>- Quando a informação for uma frase relacionada ao tema: fazer uso da fonte <b>Alfa Slab One Regular</b></p> <p>- Fazer uso de elementos esquemáticos nas cores da paleta</p>	<p>Quando a informação for curta e informar porcentagem: destacar uma ou mais informações na frase com um box colorido.</p> <p>-Fazer uso do círculo (elemento esquemático) quando falar de porcentagem.</p>	
<b>Elementos esquemáticos</b>	círculo destacando símbolo; box colorido destacando palavra	linha colorida complementando o arranjo da frase.	círculo destacando número; box colorido destacando palavra	
				

Fonte: a autora (2019)

Figura 54: Ficha postagens: stories

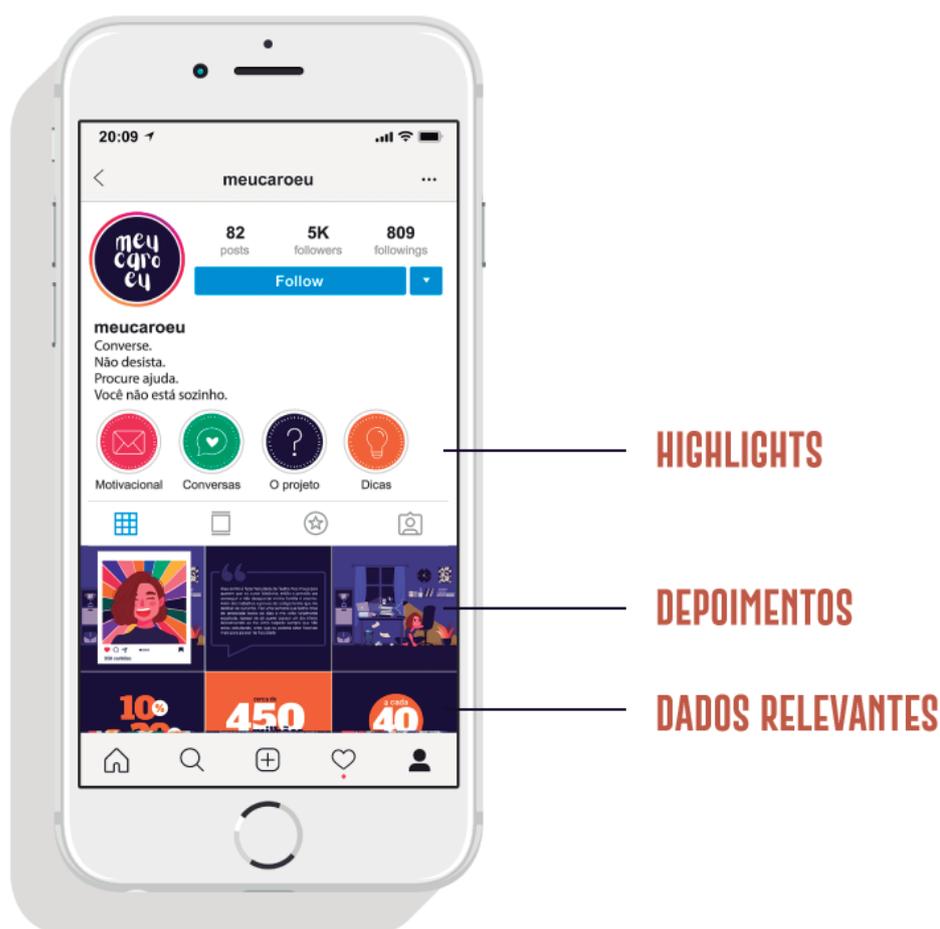
	<input type="checkbox"/> dados relevantes <input type="checkbox"/> depoimentos <input checked="" type="checkbox"/> stories			
	<h2 style="text-align: center;">POSTAGENS</h2>			<h2 style="text-align: center;">FRASES</h2>
				<p>"Cuidar da nossa saúde mental é uma das maneiras mais eficientes de exercer o amor próprio."</p> <p>"A vida trará coisas boas se você tiver paciência."</p>
<b>Paleta de cor</b>				<p><b>STORIES CAIXA DE PERGUNTAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionar o sticker "Faça uma pergunta", disponível no instagram centralizado no artboard de forma que esta ferramenta pareça fazer parte da composição.</li> </ul> <p><b>STORIES FRASES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilizar fonte Yahosch Bold para as frases.</li> <li>- Informações centralizadas no artboard com alinhamento centralizado.</li> <li>- Fazer uso de elementos esquemáticos nas cores da paleta.</li> <li>- Combinar 2 ou mais cores da paleta para criação das ilustrações.</li> </ul>
<b>Tipografia</b>	—	<b>Yahosch Bold</b>	<b>Yahosch Bold</b>	
<b>Elementos verbais</b>	minimalista, uso de sombras indicando profundidade de elementos,	frase mais longa inserida na ilustração	frase curta inserida na ilustração	
<b>Elementos esquemáticos</b>		—		

Fonte: a autora (2019)

## 9. MACRO FASE 03: APRESENTANDO O PROJETO

Para uma melhor visualização de como ficaria a conta no Instagram do projeto *Meu caro eu*, foram desenvolvidos mockups das telas utilizando o software Photoshop. Na primeira tela (figura 56) temos a visão geral do perfil, com a aplicação da logo e das capas dos highlights produzidos, além da demonstração de como seriam organizadas as postagens desenvolvidas: fileiras horizontais de depoimentos intercaladas por fileiras com postagens de dados relevantes.

Figura 55: Simulação da conta no Instagram.



Fonte: a autora (2019)

Na figura 57 a seguir, é possível visualizar melhor como seria feita a disposição das postagens no feed do perfil, sendo aconselhado postar uma fileira de dados relevantes a cada 2 fileiras de depoimentos.



Ao clicar em uma das publicações do feed o usuário será redirecionado, de maneira a ver a postagem clicada ocupando toda a tela, como demonstrado na figura 58, abaixo. Conforme simulado será possível visualizar a ilustração/composição em maior resolução e ter acesso às informações que estarão presentes na legenda.

Figura 57: Imagem do feed ampliada



Fonte: a autora (2019)

Cabe dizer que, a fim de reunir todas as orientações para o gerenciamento do perfil, foi desenvolvido um livreto que deve funcionar como um guia de ações. Esse material é parte integrante do presente projeto e pode ser conferido ao acessar o link: <https://bit.ly/3peLNQu>

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal o desenvolvimento de um artefato gráfico destinado ao público adolescente buscando contribuir na compreensão de transtornos psicológicos. Tendo em mente que quanto mais cedo atitudes forem tomadas, melhores serão os resultados do tratamento, é indispensável educar o público mais jovem para que adquiram um entendimento melhor e sejam capazes de identificar transtornos, desvendando-os e buscando apoio quando necessário. Dessa forma, a importância da pesquisa realizada se dá na contribuição do conhecimento de problemas de saúde mental e na conscientização do público sobre a frequência dos transtornos, impulsionando a busca por tratamentos e apoio. Além do desenvolvimento de artefato gráfico, este trabalho apresentou uma análise a respeito da falta de informação sobre o tema destinada ao público adolescente, investigando também o design como elemento emancipador e comunicacional.

Dessa forma, esse processo se baseou em uma metodologia híbrida construída por meio da mesclagem e reordenamento das características e etapas propostas por Bonsiepe, Peón e Simlinger. Na macrofase 1 da problematização foi possível compreender o tema e o usuário além de realizar uma análise do problema, observando similares existentes. Nesse processo, foi fundamental ir a campo para compreender em profundidade o usuário e o contexto do projeto. Tendo o apoio de uma instituição de ensino disposta a colaborar, foi possível entrar em contato com o público por meio da aplicação de questionário e participação em rodas de conversa. O resultado do questionário aplicado com o público foi de grande importância para obter informações a respeito de seus interesses e necessidades, aspectos considerados durante a escolha da forma que o artefato gráfico seria produzido e veiculado. Tendo como público os “nativos digitais”, decidiu-se transmitir as informações a respeito do tema do projeto por meio das mídias digitais, muito utilizadas pelos adolescentes segundo o questionário realizado. Definiu-se, então, que Instagram seria o meio pelo qual o material chegaria até o público, uma vez que esta rede social é bastante completa com o grande número de ferramentas que possui.

A análise de similares também trouxe pontos interessantes a respeito da forma que o conteúdo deveria ser abordado. Por meio dela, analisou-se

artefatos gráficos existentes de linguagens distintas, observando a forma como a informação era tratada e quais padrões gráficos eram utilizados. Dessa forma, definiu-se a ilustração como linguagem que seria utilizada para o projeto, se baseando nas preferências do público e algumas características que deveriam ser mantidas com o intuito de criar um feed mais harmônico e padronizado. Observou-se ainda que a linguagem videográfica poderia ser utilizada em um período posterior ao desse trabalho, aumentando a eficácia e a divulgação do conteúdo gerado.

Essa etapa de análise associada ao levantamento de dados auxiliou na definição de possíveis requisitos que serviram de guia para a macro fase 2: Desenvolvimento de Projeto. Durante esse processo criativo desenvolveu-se um nome e a identidade visual do projeto e o layout das postagens levando em consideração algumas qualidades gráficas como o uso de cores vibrantes, por exemplo. Como resultado, tem-se uma série de ilustrações vetoriais que buscam representar os diferentes transtornos analisados ao longo do trabalho. As ilustrações seguem o estilo “material design”, fazendo uso de profundidade, luz e sombra através de formas sólidas. A fim de proporcionar uma melhor visualização da conta no instagram do projeto *Meu caro eu*, foram desenvolvidos mockups das telas, sendo possível observar a aplicação da logo no perfil, as capas dos highlights produzidos e a organização das postagens em fileiras. Finaliza-se então a macro fase 3, responsável pela apresentação do projeto, permitindo a compreensão de seu processo e a possibilidade de sua continuidade.

Conclui-se que a natureza interdisciplinar do design é capaz de se conectar com outras áreas do conhecimento com o intuito de promover mudanças na sociedade. Dessa forma, o designer pode se envolver com temas ainda pouco discutidos e que a princípio não fazem parte de seu escopo, como a Saúde mental, por exemplo. Por fim, espera-se com este projeto estimule a conscientização do público definido através do artefato gerado. No entanto, ainda se faz necessário validar todo o conteúdo produzido junto ao grupo de controle, a fim de confirmar se os objetivos foram alcançados. Indicamos que essa validação é parte dos desdobramentos posteriores a esse projeto.

A partir dessa validação final, melhorias poderão ser aplicadas nas futuras postagens que serão desenvolvidas, uma vez que o projeto não se encerra neste trabalho. Buscando dar continuidade, é importante a elaboração de um cronograma de produção das futuras postagens que poderão abordar diferentes linguagens, como a videográfica por exemplo. Sugere-se ainda, a realização de um planejamento de divulgação do projeto em um período posterior ao desse trabalho, de forma que diferentes escolas, instituições de ensino e profissionais da área da saúde sejam selecionados e contatados para aumentar o acesso e visibilidade do material gerado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- #STATUSOFMIND:** Social media and young people's mental health and wellbeing. [S. /], maio 2017. Disponível em: <<https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>> Acesso em: 26 fev. 2020.
- ABREU, Diogo Costa Cavalcante. **Flat design: panorama dessa estética sob a ótica da internet brasileira.** 2016. 86 f. Dissertação (Mestrado em Mídias Digitais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: < <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/18204>> Acesso em: 17 jul. 2019
- AGUIAR, Adriana. Instagram: saiba tudo sobre esta rede social. **Rockcontent**, 2018. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>>. Acesso em: 12 out. 2019.
- ALLEN, Toby. **Real Monsters.** [S. /], 2013. Disponível em: <<https://zestydoesthings.tumblr.com/post/61131470551/the-real-monsters-are-reborn-upon-getting-so>>. Acesso em: 12 out. 2019.
- AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Manual diagnóstico e estatístico de transtornos mentais: DSM-5.** 5.ed. Porto Alegre: Artmed, 2014. Disponível em: < [http://www.clinicajorgejaber.com.br/2015/estudo\\_supervisionado/dsm.pdf](http://www.clinicajorgejaber.com.br/2015/estudo_supervisionado/dsm.pdf)>. Acesso em: 12 out. 2019.
- ASSIS, Simone Pereira De. **Práticas Criativas no Design Gráfico Contemporâneo.** 2011. 125 p. Dissertação de Mestrado (mestrado em design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011. Disponível em: <<https://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/65.pdf>>. Acesso em: 8 mar. 2020.
- BAPTISTA, Iuri Yudi Furukita. **A Comunicação em Charles Horton Cooley: Circunstâncias, Ideias E Discussão.** 2015. 127 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia, Universidade Católica do Rio Grande do Sul., Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/6058/2/469261%20Texto%20Completo.pdf>> Acesso em: 11 mar. 2020.
- BARCLAY, Nick. **Poster projects: Depression.** [S. /], 2015. Disponível em: <<http://www.nickbarclaydesigns.com/posterprojects>> Acesso em: 12 out. 2019.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulações.** Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BRAGA, M. C. (Org.). **O papel social do design gráfico. História, conceitos & atuação profissional.** São Paulo: Senac. 2011.

BRASIL. Lei 8.069, de 13 de Julho de 1990. Estatuto da Criança e do Adolescente. Brasília: Ministério da Justiça, 1990.

CARLONI, Paola. A história e a constituição da psicanálise: introdução aos principais conceitos freudianos para entender a subjetividade humana. **Revista Eletrônica de Educação da Faculdade Araguaia**, Goiânia, v.1, n.1, p.1-12, 2011. Disponível em: <<https://ria.ufrn.br/jspui/handle/123456789/763>>. Acesso em: 12 out. 2019.

CARVALHO, Alexandre Filordi de. Educação e imagens na sociedade do espetáculo: as pedagogias culturais em questão. **Educ. Real.**, Porto Alegre, v. 38, n. 2, p. 587-602, Junho 2013. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-62362013000200014&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-62362013000200014&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 12 out. 2019.

CETIC. **Pesquisa TIC Domicílios.** [S. l.], 2018. Disponível em: <<https://www.cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>. Acesso em: 6 dez. 2019.

CHAVES, André Fagundes. **Conscientização Sobre a Doença se Alzheimer Através do Motion Graphics.** Orientador: Mário Furtado Fontanive. 2016. 133 p. Trabalho de conclusão de curso (Design visual) - Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/148294>>. Acesso em: 28 fev. 2020.

COOLEY, Charles Horton. Social Organization: A Study of the Larger **Mind.** New York: C. Scribner's Sons, 1909.

D'AGOSTINI, Ana Carolina C. Projeto de saúde mental afasta violência com ambiente de troca e confiança na escola. **Nova Escola**, [s. l.], 3 abr. 2019. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/16717/projeto-de-saude-mental-afasta-violencia-com-ambiente-de-troca-e-confianca-na-escola#>>. Acesso em: 29 fev. 2020.

ESTEVES, Jéssica Rodrigues; MÜLLING, Tobias. Flat Design aplicado ao Design de Interfaces: uma análise acerca da estética visual e da usabilidade da tendência flat. In: 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Belo Horizonte, 2016. **Anais do Anais do 12º P&D 2016.** Belo Horizonte: UEMG, 04 a 07 de Outubro de 2016. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0427.pdf>> Acesso em: 29 fev. 2020.

FABRES, Paola. **O Design Gráfico Contemporâneo e Suas Linguagens Visuais**. Porto alegre: Uniritter, 2011. Disponível em: <[https://issuu.com/paolafabres/docs/paola\\_fabres](https://issuu.com/paolafabres/docs/paola_fabres)>. Acesso em: 2 mar. 2020.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 6<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Edgard Blusher Ltda., 2011. 192 p.

**Folha informativa: Saúde mental dos adolescentes**. OMS Brasília, DF, Brasil, 2018. Disponível em: <[https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5779:folha-informativa-saude-mental-dos-adolescentes&Itemid=839](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5779:folha-informativa-saude-mental-dos-adolescentes&Itemid=839)> Acesso em: 12 out. 2019

**Folha informativa: Suicídio**. OMS. Brasília, DF, Brasil, 2018. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/node/72968>> Acesso em: 12 out. 2019

FONTOURA, A. M. **A interdisciplinaridade e o ensino do design**. Londrina: Projética, 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/8855/9264>>. Acesso em: 17 jul. 2019

FREITAS, Ranielder Fábio de; COUTINHO, Solange Galvão; WAECHTER, Hans da Nóbrega. **Análise de Metodologias em Design**: a informação tratada por diferentes olhares. Estudos em Design, Rio de Janeiro, v. 21, p. 1-15, 2013. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/21785/21785.PDF> > Acesso em: 26 fev. 2020.

FRONZA, A. L.; BLÜM, A.; LIMA, Mary V. M. **Recomendações sobre design informacional aplicado em Motion Graphics**. Revista Infodesign v. 11 n. 1 - São Paulo 2014. Disponível em: <<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/231>> Acesso em: 21 maio 2019.

GARRETT, J. J. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond**. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

GONÇALVES, Maria Beatriz. **Ansiedade**.S/D. Disponível em <<https://tab.uol.com.br/ansiedade/>> Acesso em: 21 maio 2019.

GUTFREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado Da. **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto alegre: EDIPUCRS, 2007. 172 p.

INSTAGRAM ranked worst for young people's mental health. [S. l.]: **Royal Society for Public Health**, 2017. Disponível em:<<https://www.rsph.org.uk/about-us/news/instagram-ranked-worst-for-young-people-s-mental-health.html> > Acesso em: 26 fev. 2020.

LENHART, Amanda. Teens, Social Media & Technology Overview 2015. **Pew Research Center**, 2015. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>>. Acesso em: 23 nov. 2019.

LIMA, Fábio Prado. **Instagram atinge 800 milhões de usuários por mês**. Adresults. [S.l.] 2017. Disponível em: <<https://www.adresults.com.br/novidade-instagram-atinge-800-milhoes-de-usuarios-por-mes/>> Acesso em: 26 fev. 2020.

Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais: DSM-5 / [American Psychiatric Association; tradução: Maria Inês Corrêa Nascimento... et al.]; revisão técnica: Aristides Volpato Cordioli... [et al.]. – 5. ed. – Porto Alegre: Artmed, 2014.

MARTINS, Janaína da Mota. “Meu caro amigo”: considerações sobre correspondência e amizade em tempos virtuais. **Estud. psicanal.**, Belo Horizonte , n. 45, p. 65-70, jul. 2016 . Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-34372016000100006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-34372016000100006&lng=pt&nrm=iso) >. Acesso em: 26 fev. 2020.

MAYUMI, Leticia. Entendendo o Material Design. **Alura**, 2017. Disponível em: <<https://www.alura.com.br/artigos/entendendo-o-material-design>> Acesso em: 26 fev. 2020.

MONTOTO, Claudio César. **Ansiedade**. S/D. Entrevista concedida a Maria Beatriz Gonçalves. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/ansiedade/>> Acesso em: 26 fev. 2020.

OLIVEIRA, João Augusto Dias Barreira e; JORENTE, Maria José Vicentini. Design da informação e ciência da informação: uma aproximação possível. **ENANCIB 2015**: XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-Graduação em Ciência da Informação, João Pessoa, 2015. Disponível em: <<https://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/43876>>. Acesso em: 7 mar. 2020.

ONO, M. M. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. **Revista Design em Foco**, vol. I, núm. 1, julho-dezembro, 2004, pp. 53-66 Universidade do Estado da Bahia Bahia, Brasil. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/661/66110107.pdf>> Acesso em: 12 out. 2019

PAGNAN, Andréia Salvan *et al.* Design centrado no usuário e seus princípios éticos norteadores no ensino do design. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, p. 131 – 17, 2019. Disponível em: <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/viewFile/680/368>>. Acesso em: 9 mar. 2020.

PAPANÉK, Victor. **Design for the real world: human ecology and social change**. New York: Pantheon Book, 1985.

PASSARELLI, Brasilina *et al.* **Os nativos digitais no Brasil e seus comportamentos diante das telas**. Matrizes, São Paulo, v. 8, p. 159-178, 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143031143010>> Acesso em: 12 out. 2019

PAULA, Daniela Ferreira Lima de; GARCIA, Wilton. Comunicação, consumo e imagem no Instagram: estudos contemporâneos. In: 1º Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem (ENCOI), Londrina, 2014. **Anais do 1º ENCOI**. Londrina: PPGCOM/UDEL, 24 e 25 de novembro de 2014. Disponível em: <<http://www.uel.br/eventos/encoi/anais/TRABALHOS/GT7/COMUNICACAO%20%20CONSUMO%20E%20IMAGEM%20NO%20I.pdf>> Acesso em: 12 out. 2019

PAVAN, Marina. **Design e tecnologia: Criação de ferramenta de conscientização sobre depressão**. 2017. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Design) - Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade do Vale do Taquari, Lajeado, 2017. Disponível em: <<https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/1881/1/2017MarinaPavan.pdf>> Acesso em: 12 out. 2019

PAZMINO, Ana Verónica. Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável. In: International Symposium on Sustainable Design / Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. 1., Curitiba, 2007. **Anais do I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável**. Curitiba: UFPR, 2007. p. 1-10. Disponível em: <<http://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2012/03/PAZMINO2007-DSocial-EcoD-e-DSustentavel.pdf>> Acesso em: 9 mar. 2020.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistema de Identidade Visual**. 4 ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

PEREIRA, Gabriella Rebouças Freire. **Ombro Amigo: Design emocional como guia às pessoas envolvidas com transtorno de Depressão**. 2016. 55 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016. Disponível em: <<https://monografias.ufrn.br/jspui/handle/123456789/3920>>. Acesso em: 9 mar. 2020.

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. **On the horizon**, NBC University Press, v. 9, n. 5, p. 1-6, out. 2001. Disponível em: <<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20->

[%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf](#) > Acesso em: 12 out. 2019.

**Profissionalização de auxiliares de enfermagem: cadernos do aluno: saúde mental**, 2. ed. rev., 1ª reimpr. – Brasília: Ministério da Saúde Rio de Janeiro; Fiocruz, 2003

QUINTÃO, Fernanda S.; TRISKA, Ricardo. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **InfoDesign: Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 105 – 118, 2013. Disponível em: <<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/243>>. Acesso em: 7 mar. 2020.

**Relatório Mundial da Saúde: Saúde mental: nova concepção, nova esperança. Genebra:** OMS, 2002. Disponível em: <[https://www.who.int/whr/2001/en/whr01\\_po.pdf](https://www.who.int/whr/2001/en/whr01_po.pdf)> Acesso em: 12 out. 2019

RODRIGUES, Cinthia. A importância de debater saúde mental na escola. [Entrevista concedida a] Ingrid Matuoka. **Centro de Referências em Educação Integral**: 05 de jul. de 2019. Disponível em: ><https://educacaointegral.org.br/reportagens/saude-mental-na-escola/>> Acesso em: 7 mar. 2020.

SCHWARTZ, B. **O Paradoxo da Escolha: Por que Mais É Menos**. 1ª. ed. [S. l.]: A Girafa, 2004. 304 p.

SESSO, Bruno. **Design centrado no usuário no desenvolvimento de software**. 2018. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Ciência da Computação) - Instituto de Matemática e Estatística, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://linux.ime.usp.br/~bsesso/mac0499/Monografia.pdf>> Acesso em: 7 mar. 2020.

SIMLINGER, Peter. (2007). **Information Design: Core Competencies What information designers know and can do**. Disponível em: <<http://www.iiid.net/PDFs/idxPublication.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2019.

SOCIALBAKERS. **Most Important Social Media Trends to Remember in 2019**. [S. l.], 2019. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/social-media-content/studies/most-important-social-media-trends-to-remember-in-2019/>>. Acesso em: 24 set. 2019.

STRUNK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 3 ed. Rio de Janeiro: 2007, 160p.

**Sucide: one person dies every 40 seconds.** [S. l.], WHO. WORLD HEALTH ORGANIZATION. 9 set. 2019. Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/detail/09-09-2019-suicide-one-person-dies-every-40-seconds>>. Acesso em: 12 out. 2019.

THIENGO, Daianna Lima; CAVALCANTE, Maria Tavares; LOVISI, Giovanni Marcos. Prevalência de transtornos mentais entre crianças e adolescentes e fatores associados: uma revisão sistemática. **J. bras. psiquiatr.**, Rio de Janeiro, v. 63, n. 4, p. 360-372, Dec. 2014. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0047-20852014000400360&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852014000400360&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 29 set. 2019.

TONETTO, L. M., COSTA, X. C. F. Design Emocional: Conceitos, Abordagens e Perspectivas de Pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 4 (3), 2011.

TOZZATO, Luiza. **Instagram é a rede mais prejudicial à saúde mental do usuário, diz estudo.** [S. l.]: Liliane Nakagawa, 5 ago. 2019. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/instagram-e-a-rede-mais-prejudicial-a-saude-mental-do-usuario-diz-estudo/88738>> Acesso em: 29 set. 2019.

TWENGE, Jean Marie. **Have Smartphones Destroyed a Generation?.** [S. l.], 2017. Disponível em: <<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>>. Acesso em: 12 fev. 2020.

WATKINSON, Matt. **The Ten Principles Behind Great Customer experience.** 1ª. ed. [S. l.]: FT Press, 2013. 240 p..

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca:** guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

YAMAMOTO, Ricardo Kenji Kunitake. **Papel Social do Designer Gráfico:** Realidades e Premissas. 2014. 192 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Design) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://document.onl/documents/papel-social-do-designer-grafico-realidades-e-interpretacoes-e-sobre-qual.html>>. Acesso em: 29 fev. 2020.

## APÊNDICE A – Questionário Coordenadora (SOE)

Apresentação das perguntas e respostas obtidas através da aplicação do questionário com a Coordenadora da Escola participante.

1- A escola possui um programa que aborda a saúde mental? (Ex: palestras). Se a resposta for **não**: Em algum momento a Escola sentiu falta desse tipo de abordagem para com os alunos?

*“Específico não. Sempre. Em alguns momentos isolados trouxemos profissionais de áreas afins para palestrar.”*

2- Na sua opinião, existe um impacto muito grande das questões de saúde mental nos estudantes que você tem contato? Qual seria esse impacto?

*“Sim. Eles apresentam sintomas diversos e com isso sofrem impacto no seu rendimento escolar e nas relações sociais vivenciadas dentro da sala.”*

3- Você acredita que faz parte do papel da escola abordar esse tema (saúde mental)?

*“Com certeza.”*

4- Os alunos da escola demonstram sentir falta de ter mais conhecimento desse tema?

*“Sim.”*

5- Você, enquanto profissional, se sente preparada para abordar esse tema? Se a resposta for **não**: Do que você sente falta?

*“Não”*

6- Os professores da escola demonstram se sentirem preparados para abordar esse tema e lidar com os alunos que estão passando com possíveis transtornos?

*“Não. Às vezes são desinteressados.”*

## APÊNDICE B – Questionário Preliminar

Apresentação das perguntas presentes no questionário desenvolvido e aplicado aos alunos do ensino médio da Escola participante.

### PARTE 1- SOBRE VOCÊ

1- Idade: \_\_\_\_\_

2- Sexo: ( ) masculino ( ) feminino

3- \_\_\_° ano

4- Você se descreveria como uma pessoa:

- ( ) alegre ( ) triste ( ) tímida ( ) extrovertida  
( ) focada ( ) desconcentrada ( ) agitada ( ) desanimada

5- Quais mídias/redes sociais você mais usa para ter acesso às informações?

- ( ) Facebook ( ) Twitter ( ) Youtube  
( ) Instagram ( ) Whatsapp ( ) Outro: \_\_\_\_\_

6- O quanto você sabe sobre transtornos mentais?

- ( ) Transtornos? o que é isso?  
( ) Só sei o que são esses transtornos, e olhe lá!  
( ) Nem lá e nem cá. Sei de alguns, mas no geral não tenho muito conhecimento.  
( ) Sei um pouco, posso citar exemplos de alguns se quiser...  
( ) Muito, quase um psicólogo!

7- O quanto você se sente à vontade para falar desses assuntos?

- ( ) Não fico muito à vontade  
( ) Me sinto totalmente à vontade  
( ) Fico receoso e desconfortável  
( ) Me sentiria mais à vontade em um ambiente anônimo

### PARTE 2- SAÚDE MENTAL

8- Você acredita que ainda exista um estigma negativo ligado aos transtornos de origem psicológica?

- ( ) Sim ( ) Não

9- Quais **Transtornos Mentais** você já ouviu falar?

- ( ) Depressão ( ) Transtorno de Ansiedade  
( ) Transtorno Bipolar ( ) Transtorno Obsessivo-compulsivo  
( ) Transtornos Alimentares (ex: Bulimia e Anorexia)

10- Quais meios você gostaria de usar para ter acesso à informações sobre **saúde mental**?

- ( ) Sites e blogs ( ) Televisão ( ) Aplicativos  
( ) Jornais/revistas ( ) Redes sociais ( ) Plataforma de vídeos (ex: Youtube)  
( ) Escola ( ) Profissionais da área da saúde

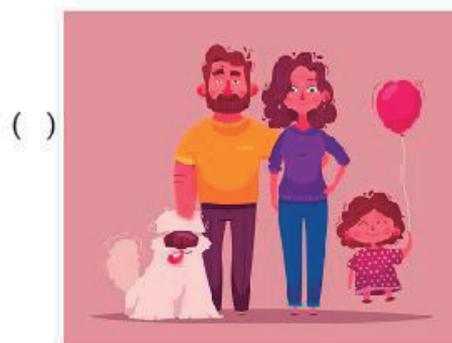
11- Quais informações você gostaria de ter acesso sobre **saúde mental e transtornos mentais**?

- ( ) Sintomas ( ) Depoimentos de quem passa/passou por problemas  
( ) Tratamentos adequados ( ) Mensagens de motivação/autoestima (texto e imagens)  
( ) Profissionais da sua região ( ) Dados relevantes/atuais sobre o tema

- 12- Quais das opções abaixo seriam úteis/relevantes para você e seus amigos?
- Desabafar
  - Dar apoio a quem precisa
  - Interagir com outras pessoas
  - Buscar por profissionais da saúde mental na região
  - Enviar ou receber mensagens de motivação (texto e imagem)
  - Encontrar depoimentos de pessoas que já passaram por problemas

### PARTE 3- ESTILO VISUAL

13- Quais destes estilos mais chama sua atenção?



14- Deixe sua sugestão a respeito de um artefato gráfico (ex: livro, ilustração,vídeo) que busca conscientizar pessoas sobre a **saúde mental**.

---



---



---

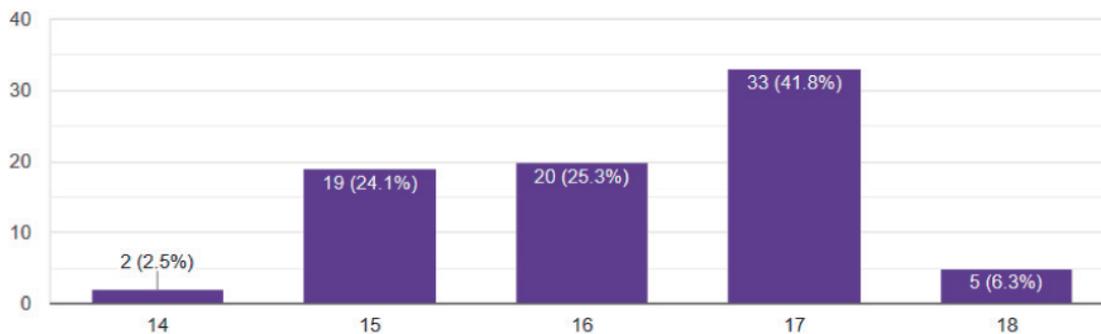


---

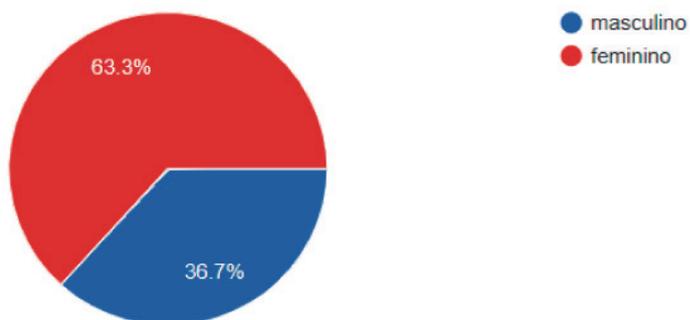
## APÊNDICE C –Questionário Preliminar: tabulação de dados

Apresentação das respostas obtidas no questionário desenvolvido e aplicado aos alunos do ensino médio da Escola participante.

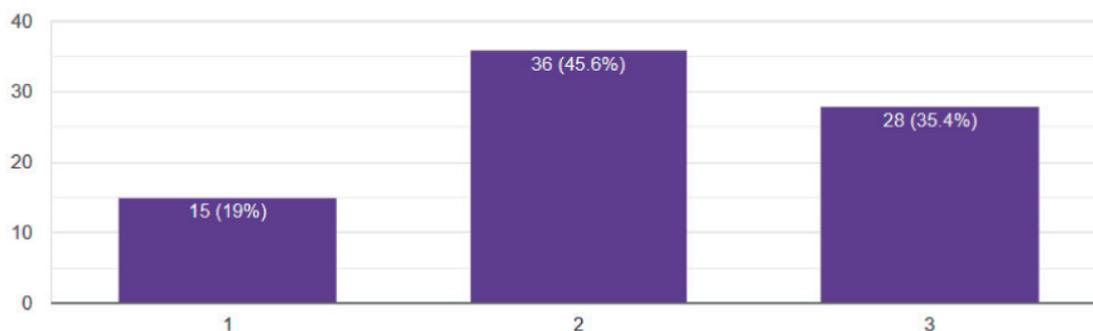
### ● Idade



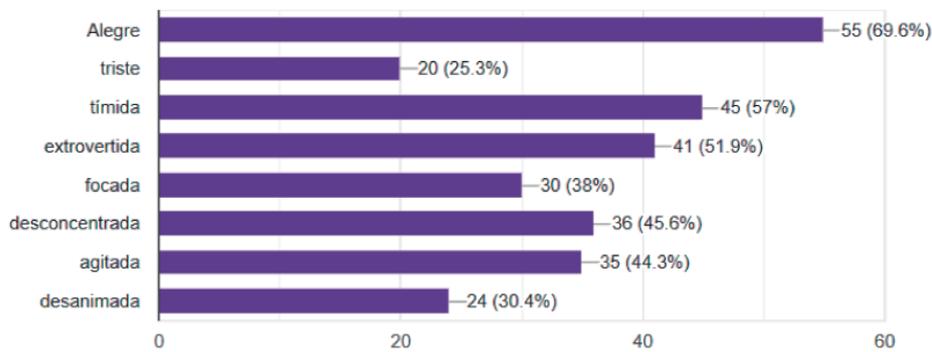
### ● Sexo



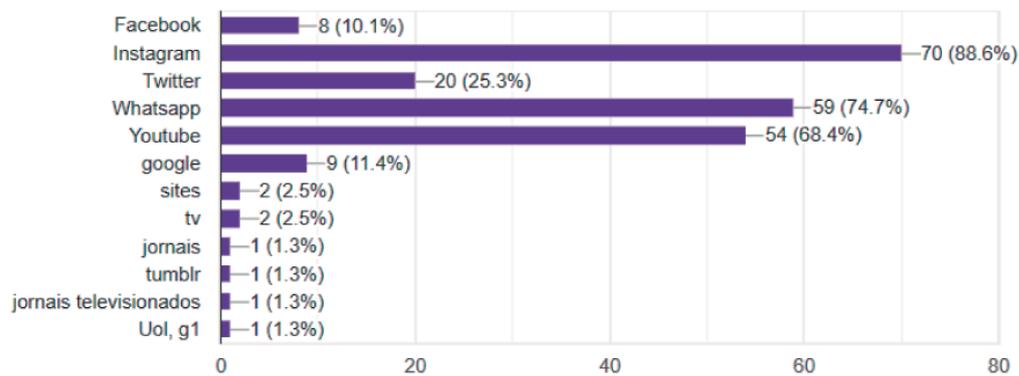
### ● Ano escolar



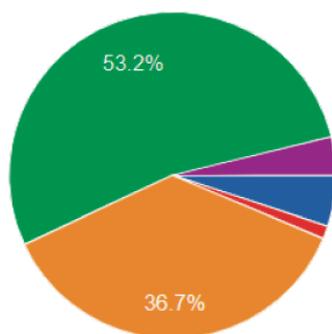
● **Você se descreveria como uma pessoa**



● **Quais mídias/redes sociais você mais usa para ter acesso às informações?**

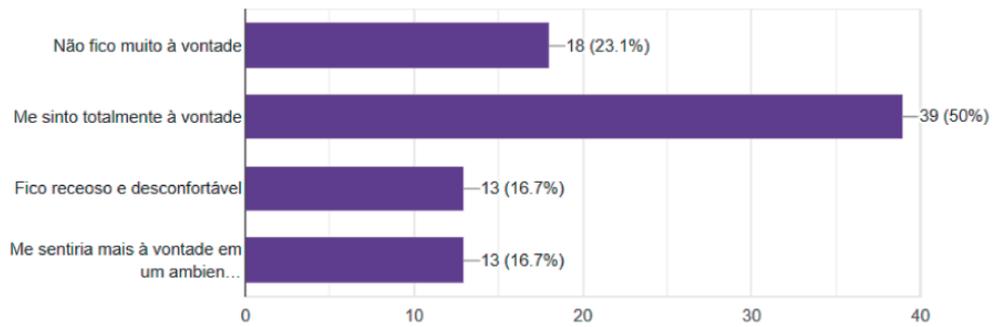


● **O quanto você sabe sobre transtornos mentais?**

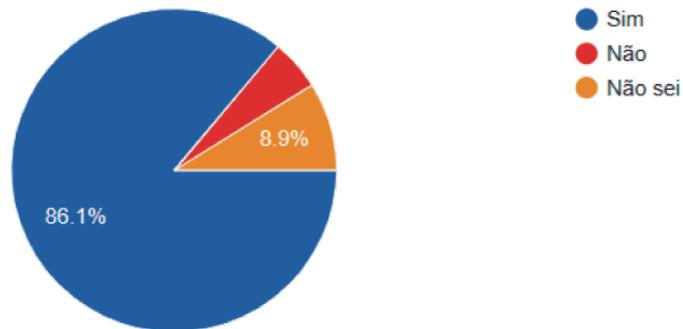


- Transtornos? o que é isso?
- Só sei o que são esses transtornos, e olhe lá!
- Nem lá e nem cá. Sei de alguns, mas no geral não tenho muito conhecimento.
- Sei um pouco, posso citar exemplos de alguns se quiser...
- Muito, quase um psicólogo!

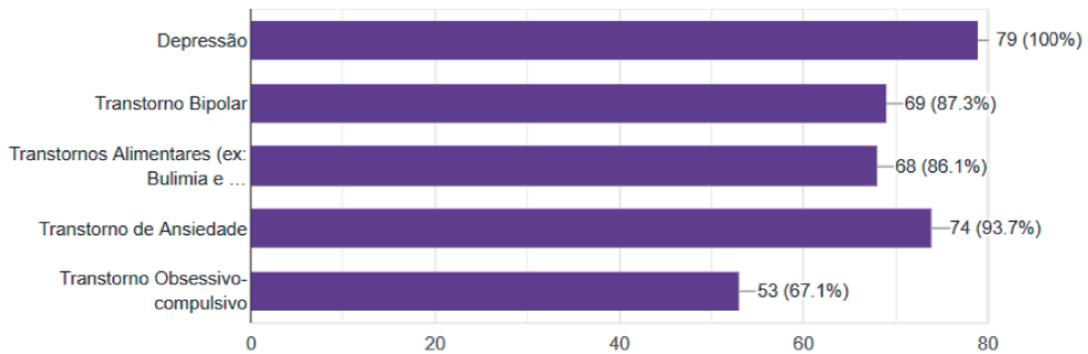
● **O quanto você se sente à vontade para falar desses assuntos?**



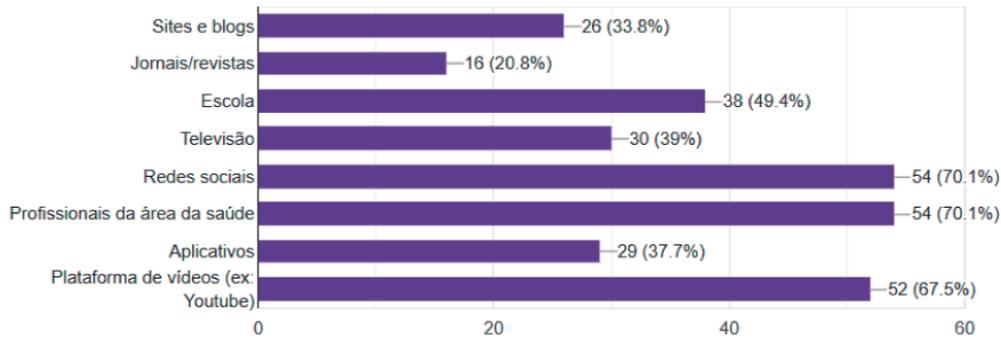
● **Você acredita que ainda exista um estigma negativo ligado aos transtornos de origem psicológica?**



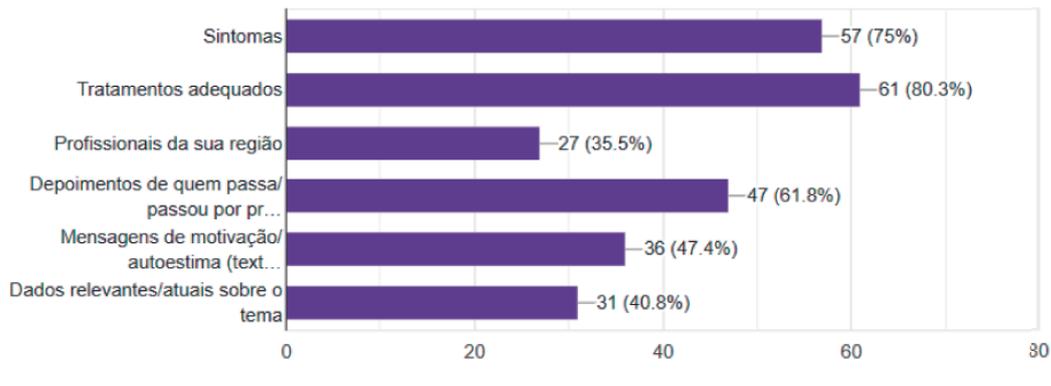
● **Quais Transtornos você já ouviu falar?**



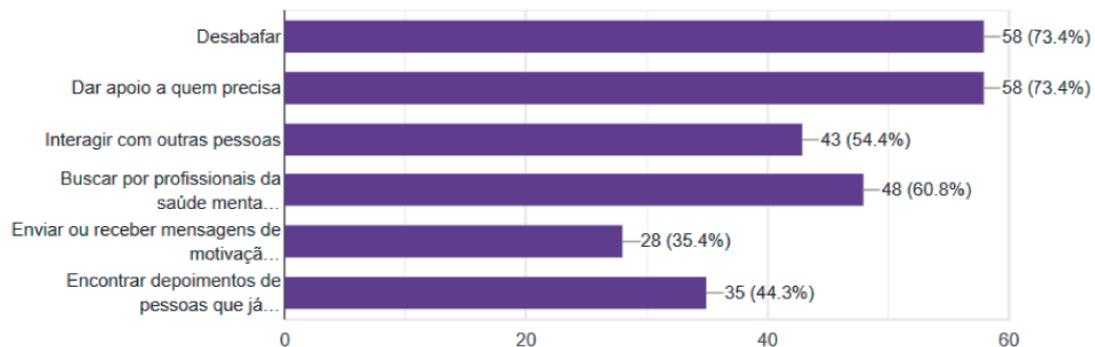
● **Quais meios você gostaria de usar para ter acesso à informações sobre saúde mental?**



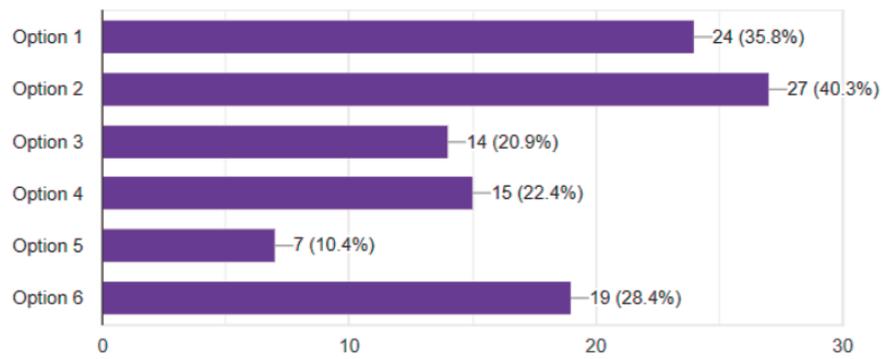
● **Quais informações você gostaria de ter acesso sobre saúde mental e transtornos mentais?**



● **Quais das opções abaixo seriam úteis/relevantes para você e seus amigos?**



● **Quais destes estilos mais chama sua atenção?**



## APÊNDICE D – Roda de Conversa: guia da mediação

Se faz necessário reunir o grupo em um espaço disponível que seja confortável, tornando esse momento ainda mais produtivo. Para organização do espaço disponibilizado, recomenda-se colocar as cadeiras em círculo de modo que todos possam manter contato visual sem dificuldade. Além disso, um banner sobre o projeto será levado nos dias referentes às rodas de conversas de modo que os alunos possam se aprofundar mais e realizarem perguntas, se necessário.

**SAÚDE MENTAL E ADOLESCÊNCIA**  
O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA DE INFORMAÇÃO SOBRE TRANSTORNOS PSICOLÓGICOS

Não é tristeza, estresse, preguiça, desânimo, mau humor, é depressão.

Ana Caroline Bastos  
Parâmetros do TCC  
Modalidade: Design Gráfico  
Universidade Federal de Alagoas- UFAL

Segundo o Ministério da Saúde (2003), a adolescência caracteriza-se por alterações biológicas, psicológicas, sociais e culturais, e pode ter duração variada, dependendo do indivíduo. Esse período que muda as posições para a vida adulta, é importante para que hábitos adequados sejam desenvolvidos a fim de preservar a saúde física e mental do indivíduo. O desejo por autonomia associado a outros fatores como a necessidade de tomar decisões relevantes, contribui para o estresse nesse momento da vida, tornando-o extremamente suscetível a diferentes transtornos psicológicos, como a ansiedade ou a depressão. No geral, nunca se teve tantas opções, seja de cursos na faculdade ou de futuras parcerias em aplicativos de relacionamentos. Esse grande número de escolhas que enfrentamos no mundo moderno nos deixa ansiosos e nos mostra a dificuldade que temos em fazer escolhas sábias, afinal escolher é uma tarefa difícil que aprendemos durante nossa história evolutiva.

10% a 20% dos adolescentes vivenciam problemas de saúde mental. (OMS, 2018)

3 em cada 40 segundos alguém comenta **suicídio**. (OMS, 2017)

Corça de 450 milhões em pessoas sofrendo de perturbações mentais ou comportamentais. (OMS, 2018)

3º principal escape de jovens com idade entre 15 e 29 anos é o **suicídio**. (OMS, 2018)

mais de 90% dos países não têm políticas de saúde mental que incluam adolescentes. (OMS, 2018)

**PONTO DE PARTIDA**

O DESIGN PODE ATUAR COMO FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL, BUSCANDO MELHORAR A EXPERIÊNCIA E O BEM-ESTAR HUMANO A PARTIR DOS MEIOS DISPONÍVEIS. (PAPANEK 1970)

**1. OBJETIVOS**

**GERAL**

- Desenvolver uma artefato gráfico destinado ao público adolescente que emana e contribui no conhecimento de transtornos psicológicos.

**ESPECÍFICOS**

- Analisar a falta de informação sobre saúde mental destinada ao público.
- Realizar uma revisão bibliográfica de temas como transtornos mentais na adolescência, emancipação por meio da informação, aspectos comunicacionais do design.
- Investigar metodologias projetuais que possam se adequar aos demais objetivos.
- Investigar o design como elemento emancipador e comunicacional.
- Pesquisar artefatos gráficos existentes destinados ao público.
- Definir o meio em que o artefato será inserido/distribuído.
- Estimular a conscientização do público definido através do artefato gerado.

**2. JUSTIFICATIVA**

A necessidade de conscientizar e reduzir o estigma negativo atribuído aos transtornos mentais na criação de um artefato gráfico que contribua na compreensão do problema em questão.

É indispensável educar o público mais jovem para que adquira um entendimento melhor e sejam capazes de identificar transtornos, desenvolvendo-os e buscado apoio quando necessário.

**3. METODOLOGIA E CRONOGRAMA**

MACRO FASE	MAI	JUN	JUL	AGO	SET
revisão bibliográfica					
compreensão do tema e levantamento de conteúdo					
análise do problema					
definição de problema/ proposta					
análise crítica e geração de alternativas					
avaliação, decisão e escolha					
representação gráfica proposta e desenvolvimento					

**SIMLINGER**  
+ **BONSCHE**  
+ **PIÓN**

**BIBLIOTECA**

A proposta é que o encontro possa ser focado nas seguintes etapas:

- Debater sobre as perguntas do questionário.

- Descobrir que informações o público gostaria de saber sobre o tema.
- Descobrir como eles gostariam de ter acesso à essas informações.
- Falar sobre o que o design gráfico pode fazer a respeito do tema.
- Espaço para compartilhamento de histórias, desabafos e debates sobre o assunto.

Para começar, o mediador deve se apresentar caso os alunos não o conheçam e apresentar a autora do projeto que fará parte da roda de conversa. Nesse momento será ressaltado que:

*“Essas informações sobre saúde mental existem e estão nos espaços que vocês frequentam e acessam. Então é possível fazer uma pesquisa no Google, ler artigos, ir atrás da coordenadora pedagógica de vocês, procurar terapia fora do ambiente escolar..., mas nós sabemos que essas informações nem sempre são tão fáceis e acessíveis. Então o meu objetivo aqui não é gerar essas informações para vocês, o meu objetivo é fazer com que as informações que vocês sentem mais falta cheguem até vocês da melhor forma, despertando esse olhar de que infelizmente tem muita gente mal e passando por problemas a respeito da saúde mental. ”*

O tempo de duração da roda de conversa pode variar conforme as condições da Escola e o horário estabelecido. Propomos que ela tenha no cerca de uma hora de duração, para que possa ser realizado o debate. Caso contrário, a roda de conversa pode se adaptar ao tempo disponibilizado pela Escola, abordando os itens mais relevantes citados anteriormente.

Para concluir a roda, podemos resgatar tudo que foi debatido e discutir: *Como podemos dar continuidade a esta roda de conversa e aprofundar o debate sobre o tema em ambientes fora da Escola?*

## **APÊNDICE E - Roda de conversa: transcrições.**

**- Transcrições da roda de conversa realizada com os 15 alunos do 1º ano ensino médio da Escola participante no dia 22 de julho de 2019 com duração de 30 min.**

Durante a roda de conversa realizada com os alunos do 1º ano do ensino médio, foi possível perceber que os alunos eram bem tímidos e estavam bem dispersos. Quando perguntas eram feitas, as respostas não surgiam impossibilitando a realização do debate. Dessa forma, a roda de conversa se transformou apenas na explanação do assunto, não havendo, portanto, transcrições dos relatos dos alunos. As transcrições das rodas de conversa realizadas com os alunos do 2º e 3º ano são apresentadas a seguir:

---

**- Transcrições da roda de conversa realizada com os 36 alunos do 2º ano ensino médio da Escola participante no dia 24 de julho de 2019 com duração de 40 min.**

Após breve discussão a respeito das perguntas presentes no questionário...

**Mediador:** *Vocês já se sentiram mal alguma vez utilizando as redes sociais, por exemplo?*

**Grande maioria:** *Sim.*

**Pessoa 1:** *O tempo todo (com um tom de frustração).*

**Mediador:** *Desenvolvam essa resposta, falem o que vocês acham sobre saúde mental...*

**Silêncio**

**Mediador:** *Vocês não precisam ter medo de responder, gente. Não tem certo ou errado aqui. Estamos todos aqui para compartilhar nossas opiniões, histórias...*

**Pessoa 2:** *“Bom... (meio tímida) Eu utilizava muito o twitter e aí eu comecei a perceber que muitas coisas que eu estava tendo acesso estavam sendo tóxicas para mim, e aí eu me questioneei sobre parar de usar as redes sociais. Então eu fiquei usando só o WhatsApp mesmo, para me comunicar, e eu percebi que esse tempo que eu dei foi muito bom, porque as redes sociais podem ser positivas, mas também podem fazer muito mal dependendo da forma que a gente usa elas.”*

**Pessoa 3:** *“Muitas vezes as pessoas também postam indiretas nas redes sociais, e por mais que sejam indiretas a gente sabe quando é para a gente, e isso acaba fazendo muito mal e as pessoas não percebem isso e não sabem o quanto fazem mal as coisas que elas falam para a gente, por que da mesma forma que atitudes machucam palavras também machucam. Então eu acho muito melhor as pessoas chegarem pessoalmente e conversar para ver se tem algum problema com você do que ficar postando indiretas em redes sociais. ”*

**Pessoa 4:** *“Muita gente aqui não sabe, mas eu gosto muito de escrever e tenho muitos textos guardados. Então eu costumo consumir muitos textos no instagram, mas esses textos estavam começando a me deixar triste. Eu acho que a gente tem que impor limites e ter um controle sobre o que a gente vê e o quanto a gente vê nas redes sociais. ”*

**Pessoa 6:** *“Eu acho que a gente tem que ter cuidado com as coisas que a gente posta principalmente se a gente tem certa influência nas redes sociais, porque a influência de uma pessoa com 500 seguidores é totalmente diferente da de uma pessoa que tem 13.000. Eu vi uma vez o caso de um cara que falou em uma live para mais ou menos 5.000 pessoas que a única forma de você superar a depressão era se matando e depois várias pessoas foram até o perfil dele no instagram para criticar ele e dizer que muitas pessoas acabaram realmente fazendo isso por culpa dele e que ele fez muita gente piorar. ”*

**Pessoa 8:** *“É e eu acho que muitas vezes o fanatismo religioso junto com a ignorância faz com que uma pessoa não melhore por não buscar ajuda sabe? Tem um senhor que está passando um tempo na minha casa e ele tem um filho que claramente possui algum transtorno, mas ele nega e acredita que isso é um dom divino, então todas as vezes que o filho tem alguma crise ele diz que é o diabo tomando controle dele. Em uma dessas crises eu e minha irmã ficamos trancadas no quarto com medo. O filho dele é mais velho que eu e tem a mesma mentalidade da minha irmã mais nova. ”*

**Pessoa 2:** *“Minha mãe tem Síndrome de Borderline e eu também tenho, sendo que a forma que ela buscou tratamento foi totalmente diferente da minha. Ela tomava vários remédios e não via necessidade de buscar ajuda psicológica. Então quando ela descobriu que eu também tinha essa síndrome ela simplesmente me passava todos os remédios que ela tomava, e só quando eu tomei 50 gotas de um remédio que ela tinha e não melhorei foi que ela realmente percebeu que eu precisava de ajuda. ”*

---

**-Transcrições da roda de conversa realizada com os 28 alunos do 3º ano ensino médio da Escola participante no dia 26 de julho de 2019 com duração de 40 min.**

Após breve discussão a respeito das perguntas presentes no questionário...

**Mediador:** *Como vocês têm se sentido atualmente? Gostariam de compartilhar alguma história sobre saúde mental com a gente?*

**Pessoa 1:** *“É...Muitas vezes os pais pensam que depressão é frescura ou que o filho deles é fraco e então não leva ele no psicólogo. Minha mãe esperou eu ter uma crise de ansiedade tão forte na escola que eu não conseguia me mover, para realmente levar essas coisas a sério. Minha psicóloga disse que quando nossa mente está muito cheia, pode acabar afetando nosso corpo, então na crise que eu tive eu cheguei a sentir dor quando as pessoas encostavam em mim. ”*

**Pessoa 2:** “As pessoas falam que a depressão é a doença do século sendo que eu acho que não é, a depressão sempre existiu, as pessoas só não falavam tanto sobre...”

**Pessoa 4:** “As únicas coisas que realmente me fazem vir pro colégio todos os dias são essas duas aqui” (fala apontando para as amigas sentadas do lado)

**Pessoa 5:** “Pois é, e tipo assim, eu moro sozinha então além de estudar, fazer trabalho, prova, eu tenho que cuidar da casa, sabe? Eu tô me esforçando muito pra entrar na faculdade de Medicina, mas a pressão é muito grande por parte da minha família. Então sempre que eu paro pra descansar, eu me sinto culpada, como se eu precisasse estar estudando” (começa a chorar)

**Pessoa 6:** “Eu queria muito fazer faculdade de teatro, mas pelos meus pais eu cursaria direito ou algo do tipo. Não sei nem como falar pra eles... provavelmente eles iriam dizer que ‘isso não daria dinheiro’...”

## **ANEXO A – Transtornos Mentais: Definições, Critérios de Diagnóstico e prevalência**

Seleção de definições, critérios de diagnóstico e prevalência relativos a uma seleção de transtornos mentais mais comuns na adolescência segundo a Folha Informativa da OMS (2018).

### **1 Transtorno de ansiedade**

Os transtornos de ansiedade incluem transtornos que compartilham características de medo e ansiedade excessivos e perturbações comportamentais relacionados. Medo é a resposta emocional a ameaça iminente real ou percebida, enquanto ansiedade é a antecipação de ameaça futura. Obviamente, esses dois estados se sobrepõem, mas também se diferenciam, com o medo sendo com mais frequência associado a períodos de excitabilidade autonômica aumentada, necessária para luta ou fuga, pensamentos de perigo imediato e comportamentos de fuga, e a ansiedade sendo mais frequentemente associada a tensão muscular e vigilância em preparação para perigo futuro e comportamentos de cautela ou esquiva.

#### **1.1 Transtorno de Ansiedade Social**

A característica essencial do transtorno de ansiedade social é um medo ou ansiedade acentuados ou intensos de situações sociais nas quais o indivíduo pode ser avaliado pelos outros. Em crianças, o medo ou ansiedade deve ocorrer em contextos com os pares, e não apenas durante interações com adultos. Quando exposto a essas situações sociais, o indivíduo tem medo de ser avaliado negativamente. Ele tem a preocupação de que será julgado como ansioso, débil, maluco, estúpido, enfadonho, amedrontado, sujo ou desagradável. O indivíduo teme agir ou aparecer de certa forma ou demonstrar sintomas de ansiedade, tais como ruborizar, tremer, transpirar, tropeçar nas palavras, que serão avaliados negativamente pelos demais.

O medo ou ansiedade é julgado desproporcional ao risco real de ser avaliado negativamente ou às consequências dessa avaliação negativa. Às vezes, a ansiedade pode não ser julgada excessiva porque está relacionada a um perigo real (p. ex., ser alvo de bullying ou atormentado pelos outros). No entanto, os indivíduos com transtorno de ansiedade social com frequência superestimam as consequências negativas das situações sociais, e, assim, o julgamento quanto a ser desproporcional é feito pelo clínico. A duração do transtorno é geralmente de pelo menos seis meses. Esse limiar de duração ajuda a diferenciar o transtorno dos medos sociais transitórios comuns, particularmente entre crianças e na comunidade. Contudo, o critério de duração deve ser usado como um guia geral, com a possibilidade de algum grau de flexibilidade.

### **Critérios Diagnósticos:**

- Medo ou ansiedade acentuados acerca de uma ou mais situações sociais em que o indivíduo é exposto a possível avaliação por outras pessoas. Exemplos incluem interações sociais (p. ex., manter uma conversa, encontrar pessoas que não são familiares), ser observado (p. ex., comendo ou bebendo) e situações de desempenho diante de outros (p. ex., proferir palestras).
- O indivíduo teme agir de forma a demonstrar sintomas de ansiedade que serão avaliados negativamente (i.e., será humilhante ou constrangedor; provocará a rejeição ou ofenderá a outros).
- As situações sociais quase sempre provocam medo ou ansiedade. Nota: Em crianças, o medo ou ansiedade pode ser expresso chorando, com ataques de raiva, imobilidade, comportamento de agarrar-se, encolhendo-se ou fracassando em falar em situações sociais.
- As situações sociais são evitadas ou suportadas com intenso medo ou ansiedade.
- O medo ou ansiedade é desproporcional à ameaça real apresentada pela situação social e o contexto sociocultural.
- O medo, ansiedade ou esquiva é persistente, geralmente durando mais de seis meses.
- O medo, ansiedade ou esquiva causa sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo.
- O medo, ansiedade ou esquiva não é consequência dos efeitos fisiológicos de uma substância (p. ex., droga de abuso, medicamento) ou de outra condição médica.
- Se outra condição médica (p. ex., doença de Parkinson, obesidade, desfiguração por queimaduras ou ferimentos) está presente, o medo, ansiedade ou esquiva é claramente não relacionado ou é excessivo.

### **Prevalência:**

A estimativa de prevalência de 12 meses do transtorno de ansiedade social nos Estados Unidos é de 7%. As estimativas de prevalência de menos de 12 meses são vistas em muitas partes do mundo utilizando-se o mesmo instrumento diagnóstico, agregando em torno de 0,5 a 2,0%; a prevalência média na Europa é de 2,3%. As taxas de prevalência de 12 meses em crianças e adolescentes são comparáveis às dos adultos e decrescem com a idade. A prevalência de 12 meses para adultos mais velhos varia de 2 a 5%. Em geral, são encontradas taxas mais altas de transtorno de ansiedade social em indivíduos do sexo

feminino do que nos do masculino na população em geral, e a diferença de gênero na prevalência é mais pronunciada em adolescentes e jovens adultos.

## **1.2 Transtorno de Ansiedade Generalizada**

As características essenciais do transtorno de ansiedade generalizada são ansiedade e preocupação excessivas acerca de diversos eventos ou atividades. A intensidade, duração ou frequência da ansiedade e preocupação é desproporcional à probabilidade real ou ao impacto do evento antecipado. Os indivíduos com transtorno de ansiedade generalizada relatam sofrimento subjetivo devido à preocupação constante e prejuízo relacionado ao funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes de sua vida.

Em crianças e adolescentes com transtorno de ansiedade generalizada, as ansiedades e preocupações frequentemente envolvem a qualidade de seu desempenho ou competência na escola ou em eventos esportivos, mesmo quando seu desempenho não está sendo avaliado por outros. Pode haver preocupação excessiva com a pontualidade. Também podem preocupar-se com eventos catastróficos, como terremotos ou guerra nuclear. As crianças com o transtorno podem ser excessivamente conformistas, perfeccionistas e inseguras, apresentando tendência a refazer tarefas em razão de excessiva insatisfação com um desempenho menos que perfeito.

O transtorno de ansiedade generalizada pode ser superdiagnosticado em crianças. Por exemplo, uma criança com transtorno de ansiedade social pode preocupar-se com seu desempenho escolar devido ao medo de humilhação. As preocupações com a saúde também podem ser mais bem explicadas pelo transtorno de ansiedade de separação ou pelo transtorno obsessivo-compulsivo.

### **Critérios Diagnósticos:**

- Ansiedade e preocupação excessivas (expectativa apreensiva), ocorrendo na maioria dos dias por pelo menos seis meses, com diversos eventos ou atividades (tais como desempenho escolar ou profissional).
- O indivíduo considera difícil controlar a preocupação.
- A ansiedade e a preocupação estão associadas com três (ou mais) dos seguintes seis sintomas (com pelo menos alguns deles presentes na maioria dos dias nos últimos seis meses). Nota: Apenas um item é exigido para crianças.
- Inquietação ou sensação de estar com os nervos à flor da pele.
- Fatigabilidade.
- Dificuldade em concentrar-se ou sensações de “branco” na mente.
- Irritabilidade.

- Tensão muscular.
- Perturbação do sono (dificuldade em conciliar ou manter o sono, ou sono insatisfatório e inquieto).
- A ansiedade, a preocupação ou os sintomas físicos causam sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo.
- A perturbação não se deve aos efeitos fisiológicos de uma substância (p. ex., droga de abuso, medicamento) ou a outra condição médica (p. ex., hipertireoidismo).

### **Prevalência:**

A prevalência de 12 meses do transtorno de ansiedade generalizada é de 0,9% entre adolescentes e de 2,9% entre adultos na comunidade em geral nos Estados Unidos. A prevalência de 12 meses para o transtorno em outros países varia de 0,4 a 3,6%. Indivíduos do sexo feminino têm duas vezes mais probabilidade do que os do masculino de experimentar transtorno de ansiedade generalizada. A prevalência do diagnóstico tem seu pico na meia-idade e declina ao longo dos últimos anos de vida.

## **2. Transtornos depressivos**

Os transtornos depressivos incluem transtorno disruptivo da desregulação do humor, transtorno depressivo maior (incluindo episódio depressivo maior), transtorno depressivo persistente (distímia), transtorno disfórico pré-menstrual, transtorno depressivo induzido por substância/medicamento, transtorno depressivo devido a outra condição médica, outro transtorno depressivo especificado e transtorno depressivo não especificado. A característica comum desses transtornos é a presença de humor triste, vazio ou irritável, acompanhado de alterações somáticas e cognitivas que afetam significativamente a capacidade de funcionamento do indivíduo. O que difere entre eles são os aspectos de duração, momento ou etiologia presumida.

### **2.1 Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor**

A característica central do Transtorno Disruptivo da Desregulação do Humor (TDDH) é a irritabilidade crônica grave. O diagnóstico é desconsiderado antes dos 6 anos ou após os 18 anos de idade. Essa irritabilidade apresenta duas manifestações clínicas proeminentes, sendo a primeira as frequentes explosões de raiva. Tipicamente, essas explosões ocorrem em resposta à frustração e podem ser verbais ou comportamentais (na forma de agressão contra propriedade, si mesmo ou outros). A segunda manifestação de irritabilidade grave consiste em humor persistentemente irritável ou zangado, presente entre

as explosões de raiva. Esse humor deve ser característico da criança, estando presente na maior parte do dia.

#### **Critérios Diagnósticos:**

- Explosões de raiva recorrentes e graves manifestadas pela linguagem (p. ex., violência verbal) e/ ou pelo comportamento (p. ex., agressão física a pessoas ou propriedade)
- As explosões de raiva são inconsistentes com o nível de desenvolvimento.
- As explosões de raiva ocorrem, em média, três ou mais vezes por semana.
- O humor entre as explosões de raiva é persistentemente irritável ou zangado na maior parte do dia, quase todos os dias, e é observável por outras pessoas.

#### **Prevalência:**

É comum entre as crianças que se apresentam nas clínicas pediátricas de saúde mental. As estimativas da prevalência do transtorno na comunidade não são claras. Com base nas taxas de irritabilidade persistente crônica e grave, que é a característica principal do transtorno, a prevalência geral de seis meses a um ano do transtorno disruptivo da desregulação do humor entre crianças e adolescentes provavelmente está dentro da variação de 2 a 5%. No entanto, são esperadas taxas mais elevadas em crianças do sexo masculino e em idade escolar do que no sexo feminino e em adolescentes. O TDDH é mais comum do que o transtorno bipolar antes da adolescência. E os sintomas da condição geralmente se tornam menos comuns quando as crianças se encaminham para a idade adulta.

## **2.2 Transtorno Depressivo Maior**

Humor deprimido deve estar presente na maior parte do dia, além de estar presente quase todos os dias. Insônia ou fadiga frequentemente são a queixa principal apresentada, e a falha em detectar sintomas depressivos associados resultará em subdiagnóstico. A tristeza pode ser negada inicialmente, mas pode ser revelada por meio de entrevista ou inferida pela expressão facial e por atitudes. A característica essencial de um episódio depressivo maior é um período de pelo menos duas semanas durante as quais há um humor depressivo ou perda de interesse ou prazer em quase todas as atividades (Critério A). Em crianças e adolescentes, o humor pode ser irritável em vez de triste. O indivíduo também deve experimentar pelo menos quatro sintomas adicionais, extraídos de uma lista que inclui mudanças no apetite ou peso, no sono e na atividade psicomotora; diminuição de energia; sentimentos de desvalia ou culpa;

dificuldade para pensar, concentrar-se ou tomar decisões; ou pensamentos recorrentes de morte ou ideação suicida, planos ou tentativas de suicídio.

### **Critérios Diagnósticos:**

Cinco (ou mais) dos seguintes sintomas estiveram presentes durante o mesmo período de duas semanas e representam uma mudança em relação ao funcionamento anterior; pelo menos um dos sintomas é (1) humor deprimido ou (2) perda de interesse ou prazer. Sintomas:

1. Humor deprimido na maior parte do dia, quase todos os dias, conforme indicado por relato subjetivo (p. ex., sente-se triste, vazio, sem esperança) ou por observação feita por outras pessoas (p. ex., parece choroso). (Nota: Em crianças e adolescentes, pode ser humor irritável.)
2. Acentuada diminuição do interesse ou prazer em todas ou quase todas as atividades na maior parte do dia, quase todos os dias (indicada por relato subjetivo ou observação feita por outras pessoas).
3. Perda ou ganho significativo de peso sem estar fazendo dieta (p. ex., uma alteração de mais de 5% do peso corporal em um mês), ou redução ou aumento do apetite quase todos os dias. (Nota: Em crianças, considerar o insucesso em obter o ganho de peso esperado.)
4. Insônia ou hipersonia quase todos os dias.
5. Agitação ou retardo psicomotor quase todos os dias (observáveis por outras pessoas, não meramente sensações subjetivas de inquietação ou de estar mais lento).
6. Fadiga ou perda de energia quase todos os dias.
7. Sentimentos de inutilidade ou culpa excessiva ou inapropriada (que podem ser delirantes) quase todos os dias (não meramente autorrecriminação ou culpa por estar doente).
8. Capacidade diminuída para pensar ou se concentrar, ou indecisão, quase todos os dias (por relato subjetivo ou observação feita por outras pessoas).
9. Pensamentos recorrentes de morte (não somente medo de morrer), ideação suicida recorrente sem um plano específico, uma tentativa de suicídio ou plano específico para cometer suicídio.

Os sintomas causam sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo.

O episódio não é atribuível aos efeitos fisiológicos de uma substância ou a outra condição médica

### **Prevalência:**

A prevalência de 12 meses do transtorno depressivo maior nos Estados Unidos é de aproximadamente 7%, com acentuadas diferenças por faixa etária, sendo que a prevalência em indivíduos de 18 a 29 anos é três vezes maior do que a prevalência em indivíduos acima dos 60 anos. Pessoas do sexo feminino experimentam índices 1,5 a 3 vezes mais altos do que as do masculino, começando no início da adolescência.

### **3. Transtornos do neurodesenvolvimento**

Os transtornos do neurodesenvolvimento são um grupo de condições com início no período do desenvolvimento. Os transtornos tipicamente se manifestam cedo no desenvolvimento, em geral antes de a criança ingressar na escola, sendo caracterizados por déficits no desenvolvimento que acarretam prejuízos no funcionamento pessoal, social, acadêmico ou profissional. Os déficits de desenvolvimento variam desde limitações muito específicas na aprendizagem ou no controle de funções executivas até prejuízos globais em habilidades sociais ou inteligência.

#### **3.1 Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade (TDAH)**

A característica essencial do transtorno de déficit de atenção/hiperatividade é um padrão persistente de desatenção e/ou hiperatividade-impulsividade que interfere no funcionamento ou no desenvolvimento. A desatenção manifesta-se comportamentalmente no TDAH como divagação em tarefas, falta de persistência, dificuldade de manter o foco e desorganização – e não constitui consequência de desafio ou falta de compreensão. A hiperatividade refere-se a atividade motora excessiva (como uma criança que corre por tudo) quando não apropriado ou remexer, batucar ou conversar em excesso. O TDAH começa na infância. A exigência de que vários sintomas estejam presentes antes dos 12 anos de idade exprime a importância de uma apresentação clínica substancial durante a infância

#### **Critérios Diagnósticos:**

Um padrão persistente de desatenção e/ou hiperatividade-impulsividade que interfere no funcionamento e no desenvolvimento, conforme caracterizado por:

- a. Frequentemente não presta atenção em detalhes ou comete erros por descuido em tarefas escolares, no trabalho ou durante outras atividades
- b. Frequentemente tem dificuldade de manter a atenção em tarefas ou atividades lúdicas
- c. Frequentemente parece não escutar quando alguém lhe dirige a palavra diretamente
- d. Frequentemente remexe ou batuca as mãos ou os pés ou se contorce na cadeira.

e. Frequentemente levanta da cadeira em situações em que se espera que permaneça sentado

f. Com frequência é incapaz de brincar ou se envolver em atividades de lazer calmamente

g. Frequentemente fala demais

Vários sintomas de desatenção ou hiperatividade-impulsividade estavam presentes antes dos 12 anos de idade.

Vários sintomas de desatenção ou hiperatividade-impulsividade estão presentes em dois ou mais ambientes (p. ex., em casa, na escola, no trabalho; com amigos ou parentes; em outras atividades).

Há evidências claras de que os sintomas interferem no funcionamento social, acadêmico ou profissional ou de que reduzem sua qualidade.

### **Prevalência**

Levantamentos populacionais sugerem que o TDAH ocorre na maioria das culturas em cerca de 5% das crianças e 2,5% dos adultos.

## **4. Transtornos alimentares**

Segundo o Manual de transtornos mentais da DSM (2014), os transtornos alimentares são caracterizados por uma perturbação persistente na alimentação ou no comportamento relacionado à alimentação que resulta no consumo ou na absorção alterada de alimentos e que compromete significativamente a saúde física ou o funcionamento psicossocial. A Folha informativa da OMS (2018) cita a anorexia nervosa, bulimia nervosa e transtorno de compulsão alimentar como exemplos desses transtornos e afirma que os mesmos frequentemente coexistem com a depressão, ansiedade e/ou abuso de substâncias.

### **4.1 Anorexia Nervosa**

A restrição da ingestão calórica em relação às necessidades levando a um peso corporal significativamente baixo é um aspecto central da anorexia nervosa, dessa forma o indivíduo mantém um peso corporal abaixo daquele minimamente normal para idade, gênero, trajetória do desenvolvimento e saúde física. Entretanto, indivíduos com anorexia nervosa também exibem medo de ganhar peso ou de ficar gordos ou comportamentos persistentes que interferem no ganho de peso. Esse medo intenso de engordar não costuma ser aliviado pela perda de peso. Na verdade, a preocupação acerca do peso pode aumentar até mesmo se o peso diminuir. Indivíduos mais jovens com anorexia nervosa, bem como alguns adultos, podem não reconhecer ou perceber medo de ganhar peso, portanto é raro uma pessoa com anorexia nervosa queixar-se da perda de peso por si só. Na verdade, indivíduos com anorexia nervosa com frequência negam ter o problema. É, portanto, importante obter informações de familiares ou de

outras fontes para avaliar a história da perda de peso e outros aspectos da doença.

### **Critérios Diagnósticos:**

- Restrição da ingesta calórica em relação às necessidades, levando a um peso corporal significativamente baixo no contexto de idade, gênero, trajetória do desenvolvimento e saúde física. Peso significativamente baixo é definido como um peso inferior ao peso mínimo normal ou, no caso de crianças e adolescentes, menor do que o minimamente esperado. Anorexia Nervosa 339
- Medo intenso de ganhar peso ou de engordar, ou comportamento persistente que interfere no ganho de peso, mesmo estando com peso significativamente baixo.
- Perturbação no modo como o próprio peso ou a forma corporal são vivenciados, influência indevida do peso ou da forma corporal na autoavaliação ou ausência persistente de reconhecimento da gravidade do baixo peso corporal atual.

### Prevalência:

A prevalência de 12 meses de anorexia nervosa entre jovens do sexo feminino é de aproximadamente 0,4%. Pouco se sabe a respeito da prevalência entre indivíduos do sexo masculino, mas o transtorno é bem menos comum no sexo masculino do que no feminino, com populações clínicas em geral refletindo uma proporção feminino-masculino de aproximadamente 10:1

## **4.2 Bulimia Nervosa**

A bulimia nervosa começa na adolescência ou na idade adulta jovem. A manifestação inicial antes da puberdade ou depois dos 40 anos é incomum. A compulsão alimentar com frequência começa durante ou depois de um episódio de dieta para perder peso. A vivência de múltiplos eventos estressantes na vida também pode precipitar o aparecimento de bulimia nervosa.

Indivíduos com bulimia nervosa exibem episódios recorrentes de compulsão alimentar, adotam comportamento indevido para evitar o ganho de peso (p. ex., vômitos autoinduzidos) e preocupam-se excessivamente com a forma e o peso corporais. Para se qualificar ao diagnóstico, a compulsão alimentar e os comportamentos compensatórios inapropriados devem ocorrer, em média, no mínimo uma vez por semana por três meses.

### **Critérios Diagnósticos:**

- Episódios recorrentes de compulsão alimentar. Um episódio de compulsão alimentar é caracterizado pelos seguintes aspectos:
- Ingestão, em um período de tempo determinado (p. ex., dentro de cada período de duas horas), de uma quantidade de alimento definitivamente maior do que a maioria dos indivíduos consumiria no mesmo período sob circunstâncias semelhantes.
- Sensação de falta de controle sobre a ingestão durante o episódio (p. ex., sentimento de não conseguir parar de comer ou controlar o que e o quanto se está ingerindo).
- Comportamentos compensatórios inapropriados recorrentes a fim de impedir o ganho de peso, como vômitos auto induzidos; uso indevido de laxantes, diuréticos ou outros medicamentos; jejum; ou exercício em excesso.
- A compulsão alimentar e os comportamentos compensatórios inapropriados ocorrem, em média, no mínimo uma vez por semana durante três meses.
- A auto avaliação é indevidamente influenciada pela forma e pelo peso corporal.
- A perturbação não ocorre exclusivamente durante episódios de anorexia nervosa.

### **Prevalência:**

A prevalência de 12 meses de bulimia nervosa entre jovens do sexo feminino é de 1 a 1,5%. A prevalência-ponto é maior entre adultos, já que o transtorno atinge seu pico no fim da adolescência e início da idade adulta. Pouco se sabe a respeito da prevalência-ponto de bulimia nervosa no sexo masculino, porém o transtorno é bem menos comum nestes, com uma proporção feminino- - masculino de aproximadamente 10:1.

### **5. Transtorno Obsessivo Compulsivo (TOC)**

O sintoma característico do TOC é a presença de obsessões e compulsões. Obsessões são pensamentos repetitivos e persistentes, imagens (p. ex., de cenas violentas) ou impulsos (p. ex., apunhalar alguém). É importante observar que as obsessões não são prazerosas ou experimentadas como voluntárias: são intrusivas e indesejadas e causam acentuado sofrimento ou ansiedade na maioria das pessoas. O indivíduo tenta ignorá-las, suprimi-las ou neutralizá-las com outro pensamento ou ação. O TOC está associado a uma qualidade de vida reduzida, assim como a altos níveis de prejuízo social e profissional. O prejuízo ocorre em muitos domínios diferentes da vida e está associado à gravidade do sintoma.

### **Crêterios Diagnósticos:**

- Presença de obsessões, compulsões ou ambas: Obsessões são definidas por (1) e (2):
- Pensamentos, impulsos ou imagens recorrentes e persistentes que, em algum momento durante a perturba o, são experimentados como intrusivos e indesejados e que, na maioria dos indivíduos, causam acentuada ansiedade ou sofrimento.
- O indivíduo tenta ignorar ou suprimir tais pensamentos, impulsos ou imagens ou neutralizá-los com algum outro pensamento ou a o.
- As compulsões são definidas por (1) e (2):
- Comportamentos repetitivos (p. ex., lavar as mãos, organizar, verificar) ou atos mentais (p. ex., orar, contar ou repetir palavras em silêncio) que o indivíduo se sente compelido a executar em resposta a uma obsessão ou de acordo com regras que devem ser rigidamente aplicadas.
- Os comportamentos ou os atos mentais visam prevenir ou reduzir a ansiedade ou o sofrimento ou evitar algum evento ou situa o temida; entretanto, esses comportamentos ou atos mentais não têm uma conexão realista com o que visam neutralizar ou evitar ou são claramente excessivos.
- As obsessões ou compulsões tomam tempo (p. ex., tomam mais de uma hora por dia) ou causam sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social, profissional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo.
- Os sintomas obsessivo-compulsivos não se devem aos efeitos fisiológicos de uma substância (p. ex., droga de abuso, medicamento) ou a outra condi o médica

### **Prevalência:**

A prevalência de 12 meses do TOC nos Estados Unidos   de 1,2%, com uma prevalência similar internacionalmente (1,1 a 1,8%). O sexo feminino é afetado em uma taxa um pouco mais alta do que o masculino na idade adulta, embora este seja mais comumente afetado na infância.