



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI – UNIVATES
CURSO DE *DESIGN*

***DESIGN* E PSICOLOGIA: DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS
TERAPÊUTICOS A PARTIR DA ESTÉTICA DE LEAGUE OF
LEGENDS**

Gabriel Klaus

Lajeado, novembro de 2021

Gabriel Klaus

***DESIGN* E PSICOLOGIA: DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS
TERAPÊUTICOS A PARTIR DA ESTÉTICA DE LEAGUE OF
LEGENDS**

Monografia apresentada no componente curricular Trabalho de Conclusão de Curso II, do curso de *Design*, da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em *Design*.

Orientadora: Profa. Ma. Raquel Barcelos de Souza

Lajeado, novembro de 2021

Gabriel Klaus

***DESIGN* E PSICOLOGIA: DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS
TERAPÊUTICOS A PARTIR DA ESTÉTICA DE LEAGUE OF
LEGENDS**

A banca examinadora abaixo aprova a monografia apresentada no componente curricular de Trabalho de Conclusão II, do curso de *Design*, da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para obtenção do grau de Bacharel em *Design*:

Profa. Ma. Raquel Barcelos de Souza - orientadora
Universidade do Vale do Taquari - Univates

Prof. Me. Bruno Souto Rosselli
Universidade do Vale do Taquari - Univates

Prof. Me. Rodrigo de Azambuja Brod
Universidade do Vale do Taquari - Univates

Lajeado, 2 de dezembro de 2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família pelo constante apoio e motivação para a execução deste trabalho, por me acompanharem e me motivarem a continuar na realização da minha primeira graduação.

Agradeço também a todos os meus professores, meus mestres, que são meus exemplos de bons profissionais. Obrigado por me acompanharem em todos esses anos, oportunizando situações que culminaram em meu crescimento, tanto pessoal quanto profissional.

Um agradecimento especial à minha orientadora, pela paciência e pela dedicação, por sempre estar disposta a me ajudar e mostrar que sempre se pode fazer melhor.

Muito obrigado, ainda, aos meus colegas e amigos do curso e do Diretório Acadêmico do *Design* pelos diversos incentivos e falas motivacionais quando necessário.

Por fim, meu agradecimento a todos que dispuseram de tempo para participar das pesquisas para a realização plena deste trabalho.

RESUMO

Problemas psicológicos, como depressão e ansiedade, são doenças sérias, que cada vez mais atingem a população em geral. Grande parte das pessoas não sabe como lidar com esses problemas e, muitas vezes, acaba procurando meios alternativos de amenizar a angústia e a tristeza, que podem ser manifestadas de formas diversas, como vícios. Pensando nisso, uma das ideias desta pesquisa é estabelecer um diálogo entre o panorama proposto na frase anterior e o *design*, que funcionaria como uma ferramenta interdisciplinar que propõe soluções aos problemas da sociedade. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo principal o desenvolvimento de um objeto terapêutico para possíveis momentos de crise de seus usuários. Para que isso seja possível, estudar-se-á a influência dos jogos digitais, com foco na Geração Z, e de que maneiras seria possível desenvolver um projeto a partir da estética de um personagem de um dos jogos mais populares do mundo atualmente: League Of Legends. A metodologia utilizada na pesquisa foi o HCD (*Human Centered Design*, ou *Design Centrado no Humano*), que tem total foco nas necessidades e desejos das pessoas. Para obter a participação do público, foram aplicadas pesquisas qualitativas via Google Forms, levando em consideração dados reais sobre o tema de forma clara e eficiente. Com isso, se desenvolveu alternativas de projetos e alternativas de design a partir de análise de similares, junto com a construção de sua paleta de cores para o projeto. Em relação à construção visual, desenvolveu-se a proposta e a prototipação em 3D do projeto, seguidos pela definição de aspectos do projeto gráfico, como a construção de um card, o qual facilitará o entendimento dos recursos do acessório. Por fim, fez-se a estimativa de valores de custo e de venda de um projeto que futuramente poderá auxiliar as pessoas que sofrem com transtornos psicológicos variados.

Palavras-chave: *Design*. Problemas psicológicos. Geração Z. Jogos.

ABSTRACT

Psychological problems such as depression and anxiety are serious illnesses that are increasingly affecting the general population. Most people do not know how to deal with these issues and often end up looking for alternative ways to alleviate anguish and sadness, which can be manifested in different ways, such as addictions. With this in mind, one of the ideas of this research is to establish a dialogue between the panorama proposed in the previous sentence and design, which would work as an interdisciplinary tool that proposes solutions to society's difficulties. Thus, this work has as its main objective the development of a therapeutic object for possible moments of crisis for its users. To make this possible, the influence of digital games will be studied, with a focus on Generation Z, and how it would be possible to develop a project based on the aesthetics of a character in one of the most popular games in the world today: League of Legends. The methodology used in the research was the HCD (Human Centered Design, or Human-Centered Design), which is fully focused on people's needs and desires. To obtain public participation in the survey, qualitative surveys were applied via Google Forms, taking into account real data on the topic in a clear and efficient manner. Thus, design alternatives were developed, design alternatives from similar analysis, along with the construction of its color palette for the project. Regarding the visual construction, the proposal and 3D prototyping of the project were developed, followed by the definition of graphic design aspects such as the construction of a card, which will facilitate the understanding of the accessory's features. Finally, the estimation of costs and sales of a project that will be able to help people who suffer from various psychological disorders in the future.

Keywords: Design. Psychological problems. Z generation. Games.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Jogo Rainy Day	22
Figura 2 – Jogo Life is strange.....	23
Figura 3 – Jinx, o gatilho desenfreado	30
Figura 4 – O Vazio.....	31
Figura 5 – Kai’sa, a filha do vazio	32
Figura 6 – Hand Spinner, brinquedo terapia	34
Figura 7 – Brinquedos Pop It	35
Figura 8 – Cubo para concentração.....	36
Figura 9 – Jogo Ludo.....	37
Figura 10 – Human Centered Design.....	42
Figura 11 – Gráfico sobre pensamento no HCD	44
Figura 12 – Lillia: o Florir Receoso.....	48
Figura 13 – Região de Ionia, presente no universo de Runeterra, em League of Legends ..	48
Figura 14 – Região de Ionia [2].....	49
Figura 15 – Brainstorming.....	56
Figura 16 – Seleção da ideia do projeto.....	57
Figura 17 – Análise de similares	58
Figura 18 – Geração de alternativas	60
Figura 19 – Seleção a partir de critérios.....	61
Figura 20 – Alternativas escolhidas	64
Figura 21 – Alternativa escolhida.....	66
Figura 22 – Moodboard de paleta de cores.....	67
Figura 23 – Paleta de cores.....	68
Figura 24 – Ilustração da proposta do projeto	69
Figura 25 – Processo FDM	71
Figura 26 – Processo Stereolithography e DLP	71
Figura 27 – Processo Selective Laser Sintering.....	72
Figura 28 – Acrilonitrilo Butadieno Estireno (ABS)	73
Figura 29 – Rolos de PLA.....	73
Figura 30 – Barras de Nylon	74
Figura 31 – Raio X do projeto	76
Figura 32 – Medidas da luminária.....	77

Figura 33 – Modelo 3D do projeto.....	78
Figura 34 – Naming do projeto.....	80
Figura 35 – Proposta de Lettering.....	82
Figura 36 – Fontes do projeto	83
Figura 37 – Adaptação da fonte.....	83
Figura 38 – Detalhamento de alterações	84
Figura 39 – Folhas de papel Couchê	84
Figura 40 – Paleta de cores do card	85
Figura 41– Arte do card	85
Figura 42 – Medidas de margens do card.....	86
Figura 43 – Análise de card impresso.....	88
Figura 44 – Pesquisa de mercado sobre lâmpadas	91
Figura 45 – Tabela de valores	93

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gráfico sobre gênero.....	26
Gráfico 2 – Gráfico sobre faixa etária.....	27
Gráfico 3 – Você joga LOL?.....	27
Gráfico 4 – Problemas psicológicos	28
Gráfico 5 – LOL já ajudou em algum momento?	28
Gráfico 6 – Pesquisa quantitativa.....	65

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

OMS	Organização Mundial da Saúde
SKT T1	South Korean Telecom Team #1
LOL	League of Legends
MMORPG	Massively Multiplayer Online Role-Playing Game
GFD	Gamers Fighting Depression

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Problematização	13
1.2	Objetivo geral	15
1.2.1	Objetivos específicos	15
1.3	Justificativa	15
2	REVISÃO TEÓRICA	18
2.1	Depressão: visão clínica	18
2.1.1	Depressão e Geração Z	19
2.2	Quadros depressivos e jogos digitais	20
2.3	A influência positiva de League of Legends no tratamento de transtornos psicológicos	24
2.3.1	Depressão em League of Legends	29
2.4	Os acessórios terapêuticos na luta contra transtornos psicológicos	32
2.5	O <i>design</i> emocional	38
2.5.1	<i>Design</i> visceral	39
2.5.2	<i>Design</i> comportamental	39
2.5.3	<i>Design</i> reflexivo	39
2.6	A psicologia das cores	40
3	METODOLOGIA	41
3.1	Etapas metodológicas	44
3.1.1	Hear – Ouvir	44
3.1.2	Create – Criar	46
3.1.3	Deliver – Implementar	46
4	DESENVOLVIMENTO PRELIMINAR	47
5	LEVANTAMENTO DE DADOS	53

5.1	Questionário sobre a personagem	53
6	CRIATIVIDADE	55
6.1	Seleção da ideia do projeto	55
6.1	Análise de similares	57
6.2	Geração de alternativas	59
6.3	Escolha final do projeto	61
6.4	Paleta de cores	66
6.5	Desenho do projeto	68
7	ASPECTOS TÉCNICOS E MATERIALIDADE	70
7.1	Processos e materialidade	70
7.2	Medidas	76
7.3	Modelo 3D	77
7.4	<i>Naming</i> do projeto	80
7.5	Instruções de uso e dicas	81
7.5.1	Desenvolvimento gráfico	81
8	IMPLEMENTAÇÃO	90
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
	REFERÊNCIAS	98

1 INTRODUÇÃO

A saúde mental nunca foi tratada como prioridade no mundo. É possível afirmar isso porque segundo Passos (2019), dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) demonstram que, só no Brasil, são cerca de 9,3% da população que sofre de ansiedade. Segundo a mesma autora, em 2019, 86% dos brasileiros sofriam de algum transtorno psicológico. A OMS afirma que a depressão é a principal causa de incapacidade no mundo e contribui de forma considerável para a carga global de doenças (DEPRESSÃO, 2021).

Com a descoberta de um novo vírus letal em 2020, tornaram-se necessárias medidas de cuidado para sua não propagação, sendo uma delas conhecida como *lockdown* ou isolamento social. A Covid-19 é uma doença extremamente contagiosa, pois o vírus pode se propagar através de tosse ou espirros de alguém contaminado. O fator pandêmico acabou por agravar quadros de depressão e ansiedade. Segundo pesquisas realizadas pela Universidade de São Paulo (USP), de onze países, o Brasil lidera casos de depressão e ansiedade durante a pandemia do novo vírus (BRASIL, 2021). Em segundo lugar encontra-se a Irlanda, com 61% das pessoas com quadros ansiosos e 57% depressivos, e os Estados Unidos, com 60% e 55%.

O levantamento feito pela Vittude (PASSOS, 2019), uma plataforma on-line brasileira voltada à saúde mental, entre os anos de 2016 e 2019, apontou que 37% dos entrevistados sofrem transtorno de estresse extremamente severo, enquanto 59% sofrem com um estado agravado de depressão, também conhecido como melancolia. Também há aqueles que sofrem de ansiedade em um nível extremo, que são cerca de 63%.

A depressão é uma doença crônica, que acarreta a falta de interesse em coisas básicas do nosso dia a dia, gerando uma tristeza profunda que pode chegar ao

extremo: o suicídio. Já a ansiedade age de uma forma diferente, gerando angústia, preocupação intensa, medo das situações cotidianas, embora a ansiedade também possa constar entre os indicativos da depressão. Seus sintomas vão desde batimentos cardíacos acelerados e intensos, até falta de ar, podendo levar a um colapso nervoso. Dito isso, vamos passar a uma explicação de como as redes digitais interferem no comportamento humano com relação aos transtornos psicológicos.

Com o advento da globalização, a internet tornou-se um mundo à parte para as pessoas com transtornos psicológicos. A utilização da internet tem aumentado principalmente por parte dos adolescentes, o que pode ser explicado pelo fato de que nesse ambiente eles podem se expressar anonimamente, o que resulta atraente para jovens que estão lidando com o desenvolvimento de sua identidade (MARTINS, 2013). Segundo Butcher (2020), a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2019, divulgada em 2020, revelou que cerca de 89% das crianças brasileiras são usuárias da internet ou já tiveram alguma experiência envolvendo a rede. Pessoas dessa faixa etária, pela época em que nasceram, podem ser atualmente classificadas como Geração Z (que reúne os nascidos entre os anos de 1995 e 2010). Os indivíduos dessa geração são os chamados nativos digitais e são os mais propensos a desenvolverem transtornos como os comentados anteriormente.

O cenário se arma quando o acesso às redes se torna facilitado e os problemas pessoais aumentam, de modo que se cria uma tendência de recorrer às redes e/ou a comunidades on-line para conversas/aconselhamento. Dessa maneira, essas comunidades/redes tendem a funcionar como algo que gera alívio de estresse ou até mesmo de outros problemas.

Considerando o dito até aqui, afirma-se que a temática desta pesquisa envolve um jogo atualmente bastante conhecido: League of Legends (de agora em diante LOL), que vem crescendo há anos, cativando cada vez mais o público. Com seus mais de 150 personagens, o jogo acabou por se popularizar rapidamente, formando uma comunidade gigantesca e conectando pessoas de todo o mundo. Junto de seu lançamento, nasceram os chamados “campeonatos”, nos quais vários times competem por vagas para outros campeonatos, até chegar no mundial do jogo.

Contudo, por trás de toda a emoção promovida pelo game nos competidores, surgem outras demandas, como o compromisso com seus colegas, a sede de vitória e a dedicação ao time. Por causa disso, experiências negativas tornam-se cada vez

mais comuns, e alguns problemas psicológicos (latentes ou não) ganham protagonismo porque o indivíduo, muitas vezes, se dedica de forma integral ao universo do LOL. Os problemas psicológicos também são retratados dentro do jogo, uma vez que, em sua trama, existem alguns personagens que possuem alguns desses distúrbios, retratando a realidade.

LOL é um jogo do gênero MOBA (Massive Online Battle Arena), que foi desenvolvido e lançado pela empresa Riot Games, em 2009, sediada nos EUA. A jogabilidade de LOL consiste na escolha de um personagem, que possui uma função específica para cada rota: topo, meio, selva, atirador e suporte. Além disso, o jogo conta com um sistema que permite que o usuário convide jogadores para fazer parte de sua equipe em cada partida. Esse sistema também permite a comunicação entre membros via áudio, o que dá um ar mais real e dinamiza a partida, tornando-a, muitas vezes, mais divertida e intensa.

Como todo jogo, LOL também possui pontos negativos. O anonimato se torna algo fatal quando se fala em violência verbal ou psicológica: jogadores exaltados diversas vezes usam desse artifício para subjugar seus colegas de equipe, que muitas vezes acabam por se sentirem frustrados e desmotivados em relação ao jogo. Em alguns casos, eles levam a discussão para o lado real, o que afeta a psique do jogador, podendo lhe prejudicar em seu dia a dia e reforçando a ideia de que toda a comunidade possui um comportamento odioso e desordenado.

1.1 Problematização

A partir de dados informados pela OMS, demonstrados no início da introdução, muitas pessoas de todas as faixas etárias sofrem de depressão, doença que mais causa problemas no mundo, dentre outros distúrbios psicológicos (neste estudo daremos mais enfoque à depressão, visto que a ansiedade, como já dito, pode, em muitos casos, andar de mãos dadas com a depressão, embora suas sintomatologias sejam diferentes). A depressão se tornou um transtorno comum, porém, é algo muito sério, podendo causar problemas graves que interferem na vida cotidiana das pessoas, como dormir, estudar, trabalhar, comer e até aproveitar a vida (DEPRESSÃO, 2021).

Diversas vezes, a depressão pode ser confundida com tristeza, ou com um mal-estar, o que é algo comum para pessoas que não possuem conhecimento sobre ela. De certa forma, isso instiga o depressivo a entender que o que está acontecendo não é algo importante, ao que considera seus sentimentos como algo banal, o que pode levá-lo ao suicídio. Para conhecimento, a nível mundial, cerca de 800 mil pessoas morrem por conta do suicídio por ano, de modo que essa é a segunda maior causa de morte de pessoas entre as idades de 15 e 29 anos (CERCA, 2019).

A depressão se manifesta de diversas formas, sendo elas: falta de interesse, desânimo, compulsão, vícios e tristeza profunda. Quando não tratada, ela pode gerar graves consequências físicas, mentais, emocionais e comportamentais, podendo aumentar a probabilidade de comportamentos de risco, predisposição para o consumo de drogas e álcool, de problemas de saúde etc. Ou seja, esse transtorno acaba afetando desde as esferas mais básicas da vida do indivíduo, como a maneira com que se alimenta e dorme, afetando também as relações intra e interpessoais.

Deve-se ressaltar, além disso, que a depressão pode acometer pessoas de todas as faixas etárias e que é comprovado que ela está relacionada às respostas fisiológicas do ser humano, tal que o desânimo interminável sentido por uma pessoa depressiva pode ser dado pelo resultado de desequilíbrios na bioquímica cerebral, como a diminuição na oferta de neurotransmissores como a serotonina, responsável pela sensação de bem-estar e de felicidade dos seres humanos.

Retomando o dito anteriormente, a Geração Z, composta por pessoas nascidas entre os anos de 1995 e 2010 e inteiramente ligada aos meios digitais, acaba por ver a internet como uma válvula de escape de seus problemas. A esse respeito, sabe-se que o jogo LOL possui uma comunidade gigantesca, da qual grande porcentagem é de pessoas de 12 a 30 anos. Em pesquisa feita pelo site UOL, Azevedo (2015) atrela o vício – um dos sintomas da depressão – ao jogo, sendo possível identificar esse componente indicativo de problemas psicológicos em relatos de diversos jogadores.

Constata-se, a partir do apresentado, que os jogos podem ser uma forma de “fuga da realidade” para seus usuários. Nesse sentido, entende-se que a depressão precisa ser reconhecida nesses tipos de comportamento, como manifestação por meio do vício e do isolamento social. O debate do vício em jogos vem de tempos e tem ganhado mais espaço de fala a partir da ampliação do cenário dos jogos na atualidade. O debate sobre esses problemas se torna mais relevante a partir do fato de que se

pode utilizar o vício para identificar algo ainda maior – como a depressão. Para Cristiano Nabuco (*apud* RIBEIRO, 2019, texto digital), grande parte dos usuários de jogos sofrem de depressão, mas, quando se “analisa o paciente talvez ele tenha problemas familiares ou vulnerabilidades. O vício em jogos faz parte de um quadro maior. Sabemos que a depressão é presente, mas não é determinante”.

A partir disso, na busca de unir os segmentos dos jogos digitais e do auxílio a transtornos psicológicos, tendo como foco atingir o público *gamer* e, de alguma forma, impactar positivamente a busca de tratamentos eficazes contra esses males, questiona-se: é possível que o *design* ajude os indivíduos do público *gamer* com quadro de depressão valendo-se da estética do jogo League of Legends?

1.2 Objetivo geral

Desenvolver, por meio do *design*, acessórios terapêuticos a partir da estética de League of Legends, de modo a ajudar pessoas com quadros depressivos.

1.2.1 Objetivos específicos

- Pesquisar dados sobre depressão no mundo e no Brasil, tendo como foco a Geração Z;
- Entender como jogos virtuais podem ser utilizados para identificar quadros depressivos;
- Compreender como o jogo League of Legends pode ser um fator positivo na luta contra transtornos psicológicos;
- Pesquisar como acessórios terapêuticos podem ajudar pessoas com depressão;
- Desenvolver uma solução de *design* junto da estética de League of Legends, tendo em vista o ato de proporcionar alívio ao indivíduo depressivo.

1.3 Justificativa

Tendo em vista a depressão como uma das doenças que mais mata – direta ou indiretamente – em todo o mundo, a necessidade de identificar esses quadros em

seus mais diversos aspectos é uma necessidade iminente. Por isso, é preciso propagar o conhecimento sobre ela e a conscientização acerca de sua gravidade, uma vez que ela se manifesta de diversas formas e seus sintomas nem sempre são tão facilmente reconhecíveis.

Além disso, ao estabelecer uma relação entre transtornos psicológicos e o cenário dos games, temática que interessa o autor deste estudo, chega-se a uma das maiores comunidades on-line da atualidade: a do jogo League of Legends, que poderia servir como plataforma de auxílio a muitas pessoas. Nesse viés, considera-se o fato de que ela cativa seus jogadores e estimula muitos a interagirem em diversos momentos.

Outro fato que proporcionou considerar a plataforma de LOL e a criação de soluções de *design* referentes a ela foi a difusão de brinquedos e acessórios já existentes que visam auxiliar quadros diversos de problemas psicológicos e que vêm ganhando espaço há alguns anos. O último produto – que ganhou milhares de usuários por todo o mundo – foi o *hand spinner* ou *fidget spinner*, que ajuda crianças a lidarem com ansiedade. O brinquedo foi desenvolvido por Catherine Hettinger, em 1993, com a pretensão de combater o transtorno do déficit de atenção e hiperatividade. Seu *design* simples faz com que ele gire e gere um efeito hipnótico que acalma o usuário (FIDGET, 2017).

O *design*, por ser uma área de natureza interdisciplinar, permite que as mais diferentes áreas do conhecimento possam ser trabalhadas em conjunto, tendo em vista as necessidades das pessoas. Dessa forma, acredita-se que, por meio do *design* e da psicologia, seja possível desenvolver um projeto que auxilie os usuários de LOL a lidarem com problemas psicológicos a partir de uma outra perspectiva.

Para tal, esta pesquisa busca primeiramente entender a depressão em um âmbito geral, tendo como base dados quantitativos em escala mundial e nacional com foco na Geração Z (seção 2.1 e subseção 2.1.1). Na sequência, debate-se a relação dos jogos virtuais e dos problemas psicológicos, pensando sobre como eles podem auxiliar em um quadro depressivo (seção 2.2). Também se faz necessário entender como o jogo LOL pode representar um fator positivo na luta contra os transtornos psicológicos (seção 2.3) e como o universo de LOL faz alusão a esses transtornos.

Dito isso, e considerando o relato prévio sobre acessórios de diversas naturezas que auxiliam indivíduos com transtornos psicológicos, o que se quer é

entender como seria possível estabelecer uma interface entre o *design*, os acessórios terapêuticos e a temática de LOL, tendo em vista o bem-estar do indivíduo depressivo.

2 REVISÃO TEÓRICA

Neste capítulo são apresentados conceitos importantes para o desenvolvimento deste projeto, dentre eles, o entendimento do que é a depressão, sua conexão com a Geração Z, ligações entre os quadros depressivos e os jogos digitais, como o *design* pode inserir-se nessa problemática e de que maneira o desenvolvimento de acessórios terapêuticos auxilia no tratamento de transtornos.

2.1 Depressão: visão clínica

A depressão, em um âmbito geral, é caracterizada pela falta de interesse em atividades do dia a dia, das mais simples às mais complexas. Por especialistas, o conceito da depressão se constrói pela perda de ânimo, mudança drástica de comportamentos (ansiedade, automutilação, irritabilidade, crises de choro). Segundo estatísticas levantadas pela OMS, entre os anos de 2005 e 2015, o número de pessoas que vivem com depressão aumentou cerca de 18%, se tornando um número em ascensão até se obter dados mais atuais e precisos.

Dados da OMS apontam que, no Brasil, 5,8% da população tem depressão - convertendo o dado em números reais, isso se apresenta como mais de 11 milhões de brasileiros (DEPRESSÃO, 2017). O índice é o maior da América Latina e, nas Américas como um todo, fica apenas atrás dos Estados Unidos, que apresentam 5,9% de sua população com esse transtorno, isto é, há cerca de 17,4 milhões de casos registrados (LABOISSIÈRE, 2017).

A depressão é uma doença que pode ser desencadeada por pequenas ou grandes frustrações, experiências pós-traumáticas, estresse excessivo, entre outros.

Tendo como base autores citados anteriormente, o não tratamento e/ou a banalização desse transtorno pode gerar consequências irreversíveis aos que sofrem dela e, em alguns casos, eles podem cometer suicídio. Além disso, muitas vezes o depressivo busca meios alternativos para centralizar a dor, conseqüentemente desenvolvendo vícios.

Alguns estudos indicaram que a utilização problemática dos celulares também tem efeitos negativos, como dores musculares pela sobrecarga nos braços e ombros, podendo levar a inflamações; tendinite pela sobrecarga das mãos e punhos em função dos movimentos repetitivos; problemas de visão - a exposição frequente à luz azul pode causar a “síndrome do olho seco”, bem como fadiga ocular, visão turva, miopia e degeneração macular; transtornos psíquicos como depressão e ansiedade; e insônia, pois a luz do aparelho deixa o cérebro em estado de alerta, causando dificuldade na hora do sono (5 PROBLEMAS, 2017). Segundo Ha *et al.* (*apud* PATRIOTA, 2015, p. 24), “o grupo que faz uso desse recurso de forma problemática sofre mais por sintomas relacionados à depressão, ansiedade, baixa autoestima, além de sentirem maior dificuldade em expressar emoções, quando comparados ao outro grupo”. Esse fator acaba por determinar que o foco dessas pessoas em atividades ou artifícios não terapêuticos dificulte a ajuda externa em relação ao tratamento do problema, pois o uso do celular é algo que acontece em âmbito privado e ao qual, muitas vezes, o terapeuta não tem acesso.

2.1.1 Depressão e Geração Z

Composta pelos nascidos entre 1995 e 2010, a Geração Z é o grupo etário mais suscetível à ansiedade e à depressão.

“Eles cresceram sob essa redoma em que tudo é muito rápido, tem-se acesso a tudo e vê-se a todos em tempo real”, explica Luiz Arruda, diretor da divisão de consultoria WGSN Mindset. “Isso gera uma série de padrões de beleza e de sucesso a serem perseguidos (OS NOVOS, 2018, texto digital).

Essa busca incansável por reconhecimento acaba por atrapalhar outras funções essenciais, como a aprendizagem. “No que se refere ao desenvolvimento cognitivo, os sujeitos poderão enfrentar vários problemas, como incapacidade de se

concentrar na escrita e na leitura e falta de memória”¹ (ISSA; ISAIAS, 2016, texto digital). O uso excessivo da internet também causa alguns problemas relacionados ao desenvolvimento social, como problemas de saúde, estresse, depressão e isolamento (ISSA; ISSAIAS, 2016; SABAITYTE; DAVIDAVIČIUS, 2017; GUERIN; PRIOTTO; MOURA, 2018).

A esse respeito, devido à ampla gama de redes sociais que permitem que os indivíduos se expressem de uma forma muito mais transparente, tendo garantia do anonimato, a internet torna-se um abrigo para as pessoas com depressão. Esse público, em sua maioria, é composto pelos nativos digitais – termo cunhado e popularizado pelo consultor educacional Marc Prensky (2001) para referir-se aos integrantes da Geração Z – que já têm como uma das maiores prioridades do dia a dia o celular e a internet (PATRIOTA, 2015).

A depressão acabou por se tornar algo bastante comum, que atinge qualquer pessoa em qualquer idade, sendo que as manifestações mais comuns são sintomas físicos, como dores, tontura, fadiga etc. Muitas das queixas subsequentes são apresentadas com sintomas de transtorno de ansiedade, como dito anteriormente, o qual pode ser diagnosticado a partir de fobias, agitação excessiva, hiperatividade, déficit de atenção, diminuição de apetite, entre outros sintomas, que atrapalham no desenvolvimento da criança e, muitas vezes, causam sequelas futuras que podem afetar o comportamento do indivíduo em sociedade.

Entretanto, é necessário destacar que a maioria dos autores na área dos transtornos depressivos na infância e na adolescência citam que os sintomas variam com a idade, enfatizando a importância do processo de maturação das diferentes fases do desenvolvimento dos sinais e comportamentos depressivos, existindo uma caracterização sintomatológica predominante por faixa etária. Já o quadro em adolescentes e adultos, quando adoecidos é semelhante, o quadro se apresenta com níveis altos de irritação e instabilidade, ao invés de se queixarem ou demonstrarem a tristeza, podendo ocorrer crises de forma frequente, de explosões de raiva (BAHLS; BAHLS, 2002, p. 51).

2.2 Quadros depressivos e jogos digitais

Com o passar dos anos, os jogos digitais ganham cada vez mais espaço a nível mundial. No Brasil, a partir de um levantamento de dados realizado pelo segundo

¹ In respect to cognitive development, individuals will face several problems, such as inability to concentrate in writing and reading, inability to remember [...]

Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais, identificou-se uma expansão de 182% nas vendas de jogos desde 2014, época da realização do primeiro censo (BRASIL, 2018). Com esse crescimento significativo, o fator vício acaba por se tornar um termo de extrema relevância.

A dependência dos MMORPGs (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*) é específica devido à presença virtual do jogador em uma comunidade, e também devido ao relacionamento com o personagem virtual, mas aparentemente não é especial no que se refere aos princípios e procedimentos terapêuticos. A nossa recomendação aos terapeutas de possíveis dependentes dos MMORPGs é que usem os procedimentos comprovados que costumam usar para outros tipos de dependência ou problema e, possivelmente, combiná-los com as opções fornecidas pelo mundo virtual (BLINKA; SMAHEL, 2011).

A fuga para a “realidade virtual” torna-se uma alternativa para amenizar os problemas reais, pois na virtualidade encontram-se espaços de aceitação, em que se é capaz de alcançar conquistas que geram sensações como prazer e realização. Para Crawford,

Um jogo cria uma representação subjetiva e deliberadamente simplificada da realidade emocional. Um jogo não é uma representação objetivamente precisa da realidade; a precisão objetiva é necessária apenas na medida do necessário para apoiar a fantasia do jogador. A fantasia do jogador é a agente chave para tornar o jogo psicologicamente real (CROWFORD *apud* SALEN; ZIMMERMAN, 2012, p. 93).

Mas até que ponto a frequência de uso desses jogos pode ser um pedido de ajuda? Atualmente, muitos jogos desenvolvem personagens com profundidade e com histórias complexas que focam na temática dos transtornos psicológicos, sendo de grande relevância para a construção do enredo. O uso desses personagens com emoções e vivências que podem ser comparadas à realidade acaba por criar vínculos afetivos com o usuário, fazendo com que, de alguma forma, decisões tomadas no jogo possam despertar algum tipo de influência na vida cotidiana dos jogadores. Acima de tudo, é perceptível que esse gênero de jogo com narrativa tem total cuidado com a elaboração de diálogos durante as histórias, para que, de alguma forma, evoque uma experiência de jogo muito mais profunda e real. Dessa forma, jogos desse gênero vem abordando assuntos de extrema relevância como depressão e ansiedade.

A tendência dessa classe de jogos é de gerar compaixão, buscando compreender os sentimentos daqueles que sofrem com essas angústias de forma

diária, por entender que quadros depressivos aumentam o tempo todo. A partir desse cenário, vivido por muitas pessoas, a *designer* de jogos Thais Weiller – uma das fundadoras da empresa Joy Masher – desenvolveu o jogo *Rainy Day* (FIGURA 1), lançado em 2016.

Figura 1 – Jogo *Rainy Day*



Fonte: Bergamo (2018).

De acordo com Bergamo (2018), o jogo em forma de narrativa interativa demonstra a incapacidade física e mental de se preparar para mais um dia de trabalho a partir da perspectiva de um indivíduo deprimido. A jogabilidade consiste na tomada de decisões durante o dia, que sempre são retratadas de forma embaçada, nunca clara. Quanto mais o usuário insistir em fazer alguma ação, mais embaçada a ação se torna, dificultando a leitura, de modo a transmitir a ideia de sufocamento e incapacidade que é vivida pela personagem. Ao final do jogo, apresenta-se a mensagem de que ansiedade e depressão são problemas sérios e de que se o usuário se identificou com a vivência do personagem, deveria procurar algum tipo de ajuda.

Segundo a criadora, o desenvolvimento do jogo surgiu a partir de experiências pessoais vividas por ela. Por conta disso, ela resolveu expor esses problemas, de forma que outros usuários pudessem identificar-se e criar uma comunidade de apoio

a partir do game. Com o cenário *gamer* em crescente evidência, torna-se interessante lançar um olhar clínico sobre a situação da saúde mental no Brasil e o aumento exponencial de jogadores de diversas plataformas, no sentido de analisar a motivação desse engajamento com o mundo dos jogos. Mengel (2014) divulga que já foram realizados diversos estudos com a finalidade de analisar esse grupo de pessoas e a possível ocorrência de transtornos psicológicos em seu meio, ao que se constatou uma variedade de ligações entre os jogos e o comportamento social do indivíduo.

Outro exemplo de jogo que entra na mesma temática que o anterior, conforme Ferreira e Silva (2019), é o *Life is strange* (FIGURA 2). Desenvolvido pelo estúdio francês Dontnod e publicado pela Square Enix, foi lançado em janeiro de 2015. O jogo foi vencedor de diversos prêmios renomados no mundo dos games, como o British Academy Games Awards na categoria de melhor história, em 2016. Além do entretenimento, ele aborda diversas temáticas importantes e complexas como: drama familiar, drogas, bullying, depressão e suicídio. No decorrer do jogo, as escolhas que o jogador faz influenciam no enredo futuro e, em um momento importante do jogo, é possível ajudar um amigo que sofre bullying e pretende cometer suicídio, de modo que suas escolhas poderão ou não impedir que o personagem tire a própria vida.

Figura 2 – Jogo *Life is strange*



Fonte: Barreto (2016).

A partir dos jogos citados pode-se perceber que assuntos sérios como transtornos psicológicos também são temáticas relevantes para esse tipo de mídia. Nesse sentido, a grande visibilidade dos jogos é um fator positivo para a luta contra essas questões, pois introduz de forma dinâmica e sensível as barreiras de muitas pessoas. Contudo, ainda é importante lembrar que esse tipo de assunto precisa ser abordado com o máximo de sensibilidade, uma vez que se constitui enquanto um problema sério que atinge uma grande parte da população.

2.3 A influência positiva de League of Legends no tratamento de transtornos psicológicos

O número de grupos de jogadores que oferecem suporte psicológico uns aos outros vem crescendo, à medida que o debate sobre depressão ganha espaço dentro da comunidade. Nesse tipo de ambiente, a troca de experiências e a liberdade de expressar suas angústias, problemas e medos é o que torna esses nichos tão importantes para os jogadores. Diante de experiências negativas, essas comunidades tornam-se um porto seguro, garantindo um suporte inquestionável com vistas à manutenção da estabilidade emocional. Para Câmara (2019), psicóloga, a rede de apoio é de extrema importância para todas as pessoas que estão em algum tipo de tratamento, pois além do profissional, essas pessoas também estarão acompanhando o progresso do indivíduo e ajudando na retomada de atividades.

Plataformas como a Steam, muito além de oferecer apenas jogos, também disponibilizam serviços de streaming de vídeos e redes sociais, dispondo de áreas destinadas a essa comunidade de jogadores. Nesse sentido, essa plataforma também permite a criação de grupos, sendo alguns deles relacionados à depressão. Ao procurar grupos desse gênero, encontra-se o Gamers Fighting Depression (GFD), fundado em abril de 2015, também presente em outras redes como Reddit, Facebook, Twitter e Discord². De acordo com Ferreira e Silva (2019), a GFD é uma organização voluntária que forma uma comunidade de apoio, fornecendo apoio psicológico aos

² Facebook: rede social que permite conversar com amigos e compartilhar mensagens, links, vídeos e fotografias. Twitter: rede social que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos. Reddit: rede social que funciona como um agregador de notícias e postagens, de forma similar a um fórum. Discord: um aplicativo de comunicação instantânea, em que você pode trocar mensagens de áudio, texto e vídeo, bem como criar e participar de servidores, que reúnem pessoas com um assunto em comum.

jogadores que sofrem com algum transtorno. O grupo deixa claro, em suas regras, que é proibido promover atos racistas, sexistas, homofóbicos, bullying ou qualquer ato discriminatório entre os membros. Os administradores também esclarecem que não são um grupo formado por profissionais, de modo que não dão diagnósticos ou quaisquer sugestões de tratamento, e que o espaço é apenas para o compartilhamento de experiências e vivências na comunidade dos jogos.

Ariane Lima Pedroso é um exemplo de como League of Legends pode ter um efeito positivo na luta contra esses transtornos. Em entrevista à revista START, da UOL, Pedroso (2016) relata que 2016 foi o pior ano de sua vida, porque a perda da mãe gerou grande instabilidade em sua vida pessoal, e ela acabou por desenvolver problemas como depressão, ansiedade e insônia. Ela afirma que o game a ajudou a recomeçar sua vida. Ao começar a frequentar o psicólogo, Ariane também começou a jogar partidas “ranqueadas” (partidas dentro do jogo que valem pontos, em que ganhando uma determinada quantidade de vezes é possível subir de ranque, que definem o nível do jogador). Depois de um tempo, a jogadora interrompeu seu tratamento, porém ainda seguiu fazendo o uso de suas medicações. Ariane afirma que ter conseguido subir de ranque deu a ela uma outra perspectiva de vida, superando as derrotas dentro e fora do jogo. Ela afirma que

Dentro do jogo, as derrotas me ensinaram a tirar algo de bom de uma situação ruim. Até os campeões do “Lolzinho” me auxiliaram: tem uma frase do Braum em que ele diz que “a visão é a chave da vitória”. Me ajudou e ajuda até hoje. A jogadora conta que o que a salvou disso foi ter um objetivo – chegar ao elo prata, a ajudando a tentar prosseguir, e é o que a motiva até hoje, afirma. A entrevista se encerra com Ariane deixando uma mensagem: “Se fosse para deixar uma mensagem eu diria às pessoas que nunca desistam de continuar. Nós nunca perdemos alguém de verdade, essa pessoa sempre estará viva em nossos corações. Vocês não estão sozinhos! Nunca desistam dos seus sonhos, lutem por eles e pelas pessoas que perderam. É possível continuar e recomeçar (PEDROSO, 2016, texto digital).

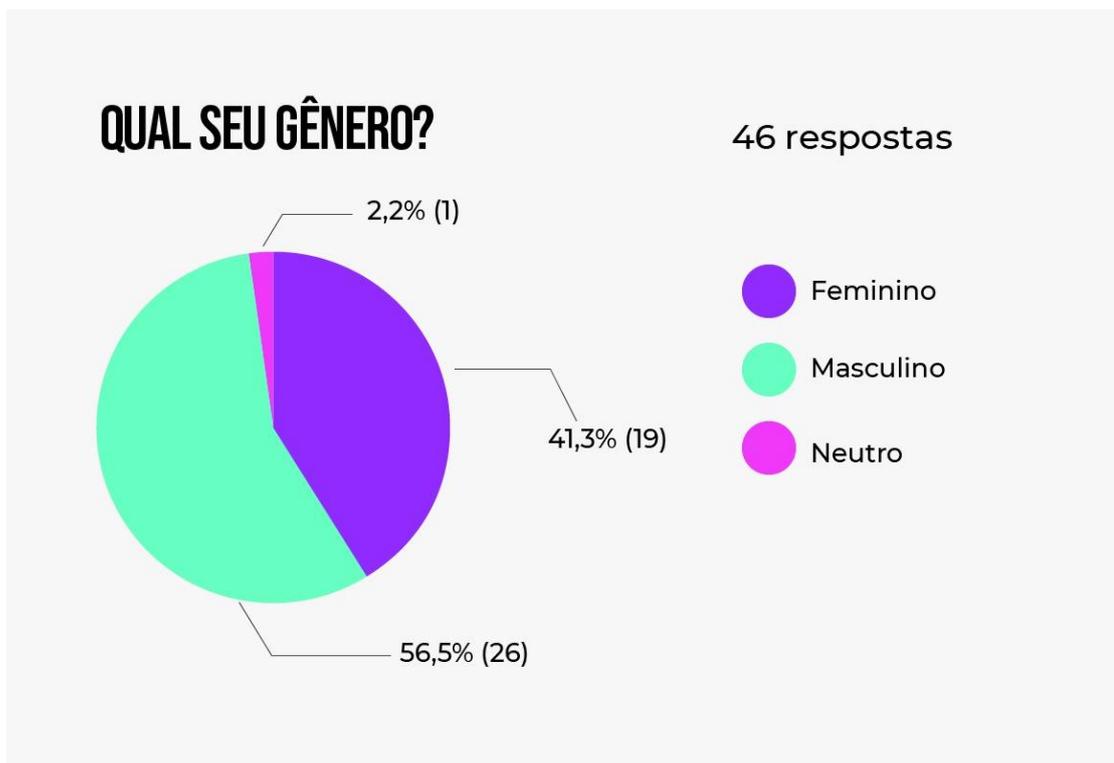
Uma vítima marcada pela depressão muito conhecida no E-SPORTS é Jaewan, conhecido como “Wolf”, jogador de LOL que atuava no time Sul-Coreano SKT T1 (bicampeão mundial nos anos de 2015 e 2016), na rota de suporte (considerado um dos melhores do mundo). Em entrevista, o jogador contou sobre a vivência com a doença, expondo acontecimentos como crises de pânico, vômito etc. Segundo Wolf, ele nem imaginava o que poderia estar acontecendo, até receber seu diagnóstico.

Eu tenho quatro distúrbios mentais. Inicialmente, eu não conseguia nem imaginar que tinha. Primeiro, tenho depressão, mas hoje em dia muitas pessoas lidam com isso, então não me preocupo muito. Também tenho transtorno de adaptação, de ansiedade e de pânico. Descobri em 2017, faz um tempo (LEAGUE, 2019, texto digital).

O jogador anunciou sua aposentadoria em 2019, após alguns acontecimentos. Ele afirma estar fazendo tratamento com um profissional de forma semanal desde que atuava na equipe.

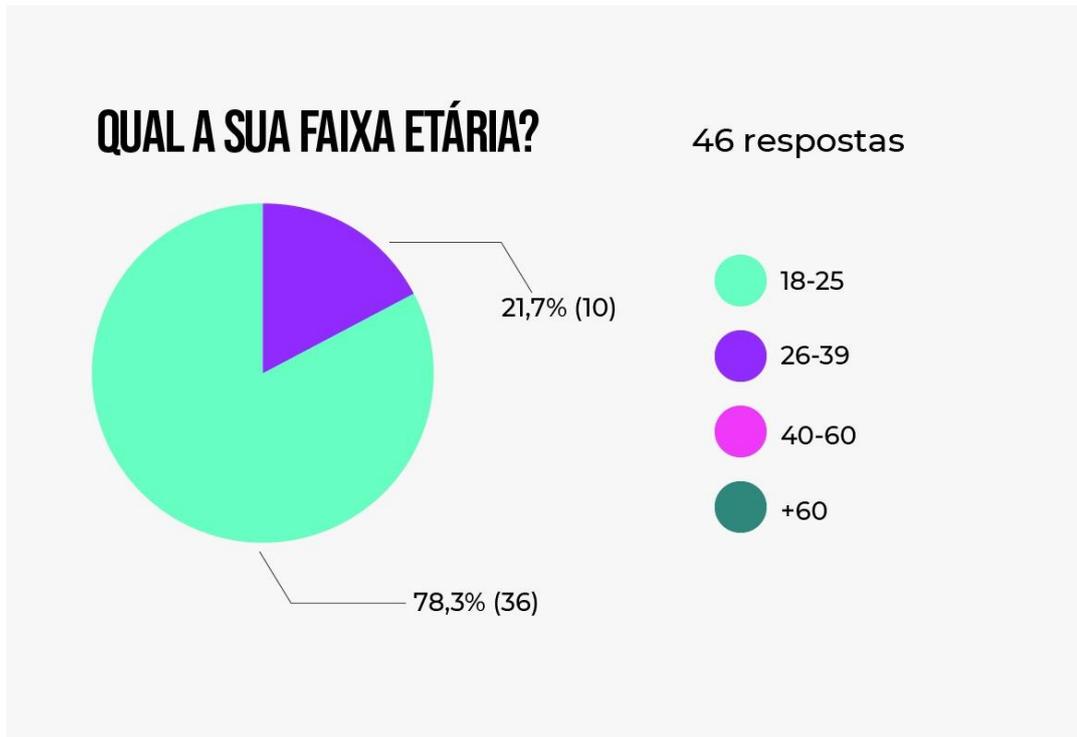
Para fim de resultados maiores em relação a como LOL tem um efeito positivo na vida de seus usuários, foi desenvolvido um pequeno formulário na plataforma Google Forms, enviado a grupos de amigos e colegas, com perguntas pontuais, a fim de levantar dados para a pesquisa em relação à problemática que está sendo trabalhada: a relação de League of Legends com quadros depressivos. As respostas estão dispostas nos gráficos a seguir. Os dados foram levantados de forma qualitativa para análise posterior.

Gráfico 1 – Gráfico sobre gênero



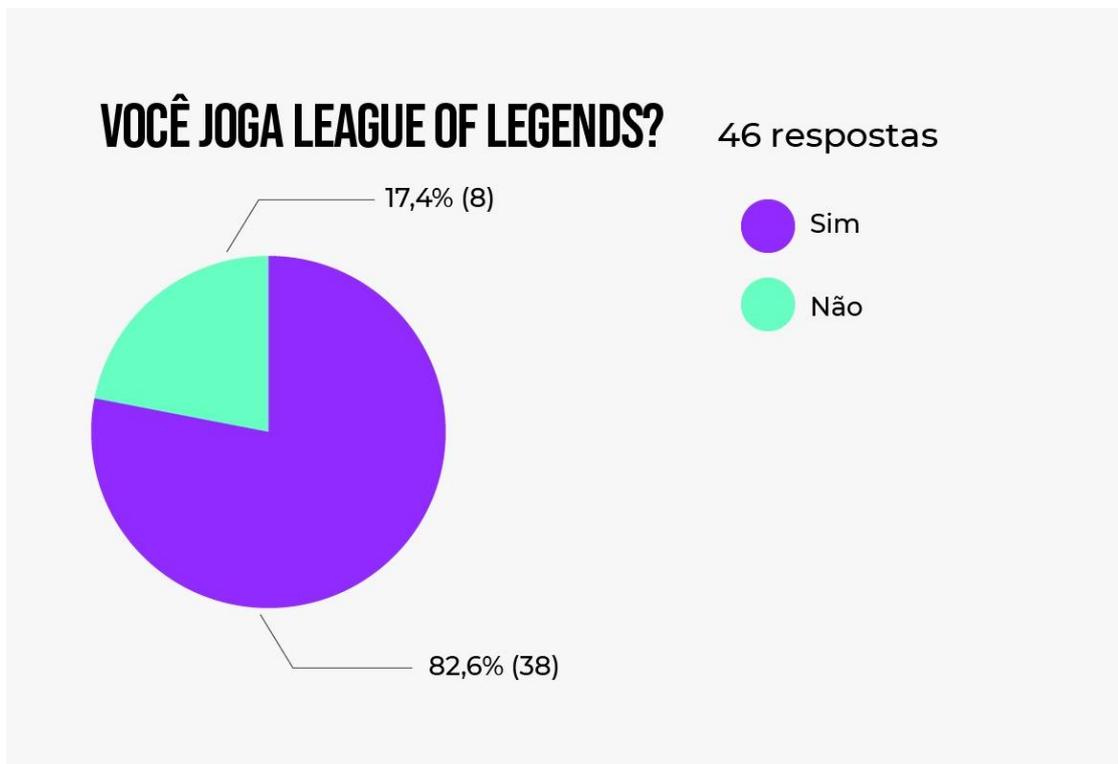
Fonte: Do autor (2020).

Gráfico 2 – Gráfico sobre faixa etária



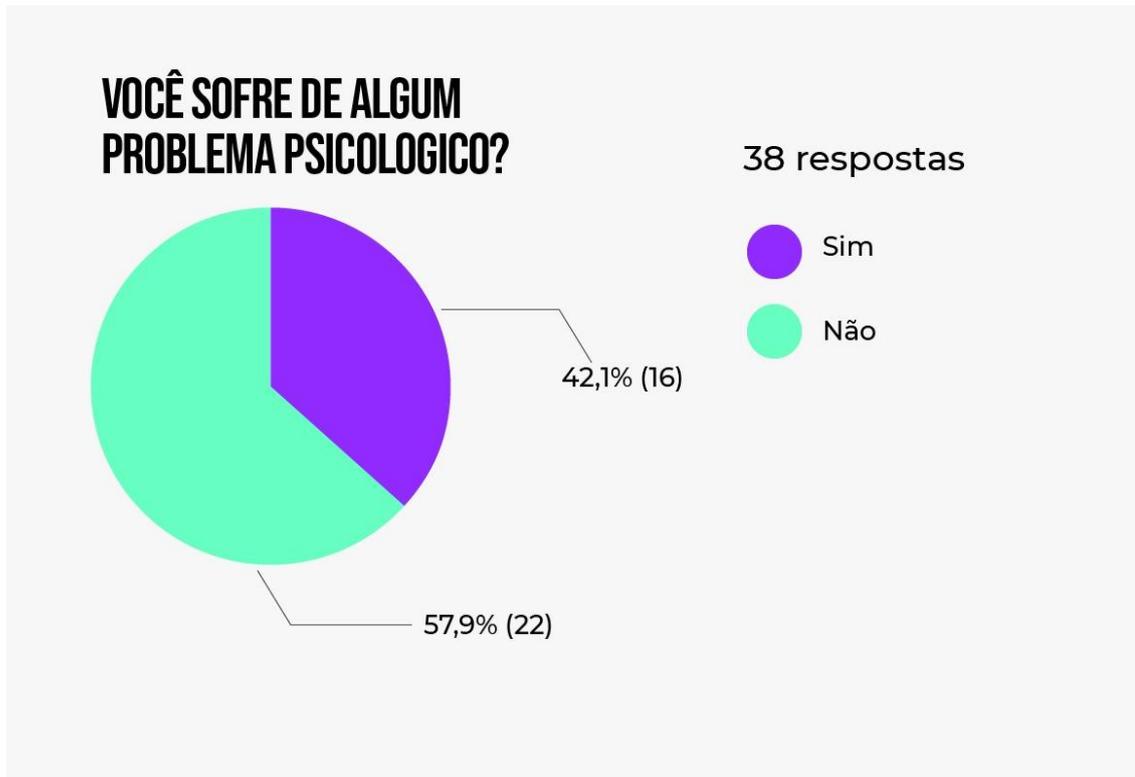
Fonte: Do autor (2020).

Gráfico 3 – Você joga LOL?



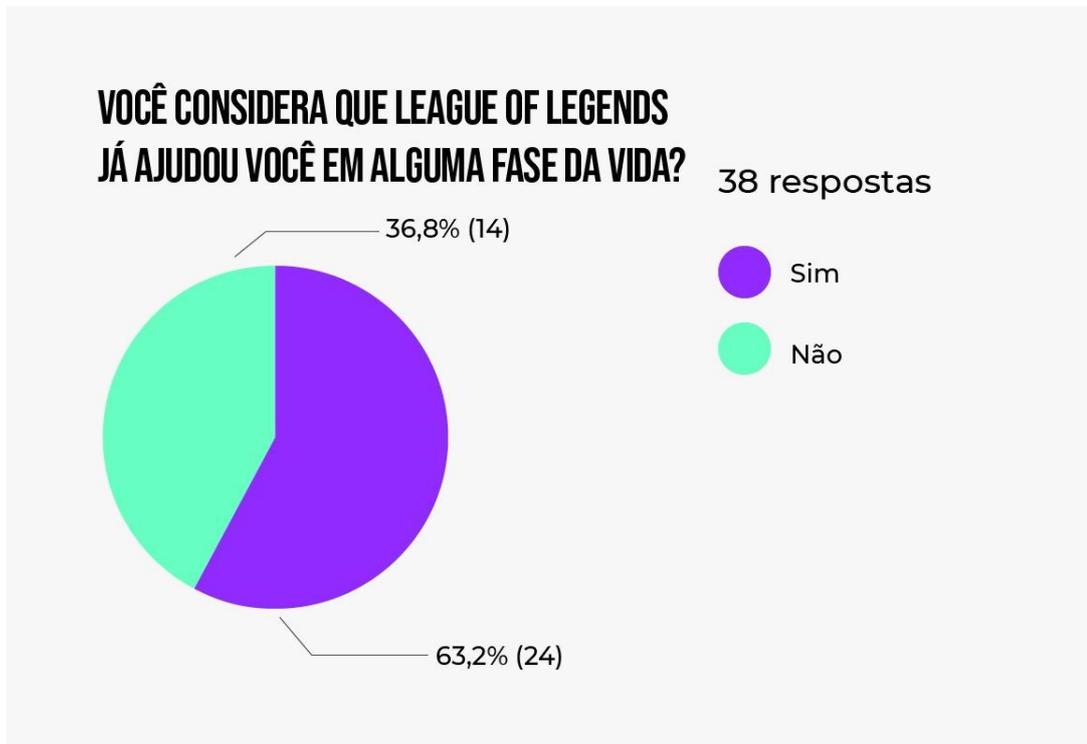
Fonte: Do autor (2020).

Gráfico 4 – Problemas psicológicos



Fonte: Do autor (2020).

Gráfico 5 – LOL já ajudou em algum momento?



Fonte: Do autor (2020).

Para aqueles que responderam “sim” a esta última pergunta, foi dada a opção de deixarem um relato de como o jogo afetou positivamente algum momento turbulento de sua vida. A esse respeito, seguem alguns dos relatos coletados a partir da pesquisa:

“Em 2011, meus pais se separaram e o lol me ajudou a minimizar as preocupações e a lidar melhor com elas”.

“LoL me ajudou a fazer várias amizades que tenho desde minha adolescência, me ajudou bastante a lidar com a minha depressão. Por eu ser uma pessoa tímida, me ajudou a fazer amizades e ter contato com outras pessoas, além de poder me divertir jogando com elas”.

“Me ajuda a passar as frustrações da vida real. O jogo te deixa errar e aprender, te ensina coisas legais, te faz sentir progredir enquanto o joga. A vida as vezes parece que não se tem alternativa”.

“Me deixa mais calma, concentrada. Me ajuda no raciocínio rápido, aguçando a observação e a criação de estratégias!”

“Amo esse jogo, me tirou da depressão”.

Por meio dessa breve pesquisa, foi possível reconhecer que, para esses usuários participantes, uma atividade lúdica como jogar League of Legends gerou momentos de felicidade em diversas situações de sua vida.

Em outro momento, foi aplicado um segundo questionário, em formato descritivo, para que se tivesse a opinião do público em relação ao projeto. Ele contou com um vídeo, que foi anexado para que se pudesse responder às perguntas e obter um levantamento de dados importantes, que auxiliarão no desenvolvimento deste projeto.

2.3.1 Depressão em League of Legends

O mundo de LOL, também conhecido como Runeterra, é responsável por abrigar milhares de seres. Em sua composição, o jogo possui um total de 134 personagens jogáveis, cada um com suas particularidades. A concepção de cada um deles é tão realista que, em alguns casos, é possível desenvolver uma análise análoga a de um ser humano real. Jinx, o gatilho desenfreado (FIGURA 3), é um exemplo de campeã depressiva.

Figura 3 – Jinx, o gatilho desenfreado



Fonte: LOL (2021b).

A personagem possui uma dissociação de personalidade e paranoia, sendo vítima desse transtorno que não se apresenta apenas como uma tristeza profunda, mas também de outras formas, como compulsão; neste caso, a de explodir tudo.

Além dos campeões, existe uma entidade chamada de Vazio. O Vazio é uma escuridão profunda, uma fenda infinita que só libera trevas, a partir da qual se pode fazer uma analogia aos quadros depressivos. O vazio consome as memórias e a existência daqueles que entram em contato com ele, da mesma forma que a depressão consome a felicidade e a vontade de viver, gerando um vazio existencial naqueles que sofrem com esse transtorno.

Figura 4 – O Vazio



Fonte: LOL (2021e).

Kai'sa, a filha do Vazio (FIGURA 5), é uma campeã que sobreviveu a essa entidade. Segundo sua história, quando criança, a menina estava cuidando do rebanho de animais da família quando a entidade despertou, abrindo uma fenda no chão, fazendo-a cair até as profundezas e acordando em uma escuridão sem fim. Em suas falas, a campeã entona a esperança, a determinação e estimula o jogador a seguir em frente.

Figura 5 – Kai'sa, a filha do vazio



Fonte: LOL (2021c).

Esse espelhamento da realidade que muitos vivem torna a experiência um tanto quanto pessoal, fazendo com que se criem laços e desenvolva-se uma empatia pela história do personagem, extrapolando-a para a vida real, de modo que esse estímulo positivo sirva para continuar sua jornada diária. Com essa comparação aprofundada, podemos perceber a alusão clara de como o universo de Runeterra prospecta sua história na visão do mundo real, promovendo a percepção de diversificação das formas com que esses problemas psicológicos podem acontecer em ambos os mundos.

2.4 Os acessórios terapêuticos na luta contra transtornos psicológicos

A depressão e a ansiedade são doenças graves, sendo elas responsáveis por classificar o Brasil como país mais ansioso do mundo e o quinto mais depressivo, segundo a OMS (BRASIL, 2020). Desde 2017, o país apresenta o índice de maior

número de pessoas que tem a vida prejudicada pela ansiedade, cerca de 19 milhões de brasileiros. Com esses índices tão elevados, a busca por alternativas de controle sobre esses problemas vem crescendo (BRASIL, 2020). A difusão de acessórios e brinquedos terapêuticos ganha cada dia mais espaço no mercado, com o crescimento da quantidade de pessoas que passam por problemas psicológicos. O aprimoramento de tratamentos também acompanha tal avanço, sempre buscando a inovação em relação à temática.

A propagação de métodos alternativos ganha espaço em tratamentos contra a depressão e a ansiedade em casos que envolvem crianças e adolescentes. A precursora em utilizar o uso do brinquedo na psicanálise com crianças foi Melanie Klein, que evidenciou que o conteúdo específico dos jogos infantis é idêntico ao núcleo das fantasias das crianças, e uma das principais funções dos jogos infantis é proporcionar uma descarga para essas fantasias. Klein (1981) assinalou também que, por meio da representação do brincar, é possibilitada uma realização de desejos, como a invenção de personagens característicos no jogo da criança.

Um brinquedo que foi muito popularizado no ano de 2017 foi o “Hand Spinner”, um objeto simples com três pontas que gira em seu próprio eixo (FIGURA 6). O brinquedo, apesar de ter uma aparência e função simples, possui um contexto muito maior por trás. De acordo com Lotério (2020), ele foi desenvolvido com a pretensão de combater a ansiedade, o estresse e auxiliar pessoas que sofrem de déficit de atenção. A psicóloga Edyclaudia Gomes de Souza concorda que o brinquedo ajuda algumas pessoas a terem momentos de alívio das tensões e ajuda a treinar o foco em algo que, segundo a profissional, “gere satisfação ao usuário”. Edyclaudia explica que “o prazer e a alegria desse brinquedo fazem com que o neurotransmissor dopamina entre em ação, fornecendo a sensação de bem-estar” (SOUSA *apud* LOTÉRIO, 2020, texto digital).

Figura 6 – Hand Spinner, brinquedo terapia



Fonte: Spinner (2021).

Lotério (2020) ensina, ainda, que o famoso brinquedo não se limitou apenas a crianças e adolescentes, sendo que existem pessoas, por exemplo, na faixa dos 30 anos, que são usuárias assíduas do acessório. Um dos usuários nessa faixa etária de 30 anos conta ser extremamente ansioso, vendo e revendo conteúdos em seu celular por não conseguir ficar sem fazer nada por um período de tempo muito longo. Após o uso do acessório, ele afirmou que se sente mais centrado, que o tempo de uso do celular diminuiu (LOTÉRIO, 2020). Existem também outros casos de usuários do hand spinner que confirmam seu efeito terapêutico, contudo, não existem comprovações científicas de que ele é um agente realmente eficaz contra alguns problemas.

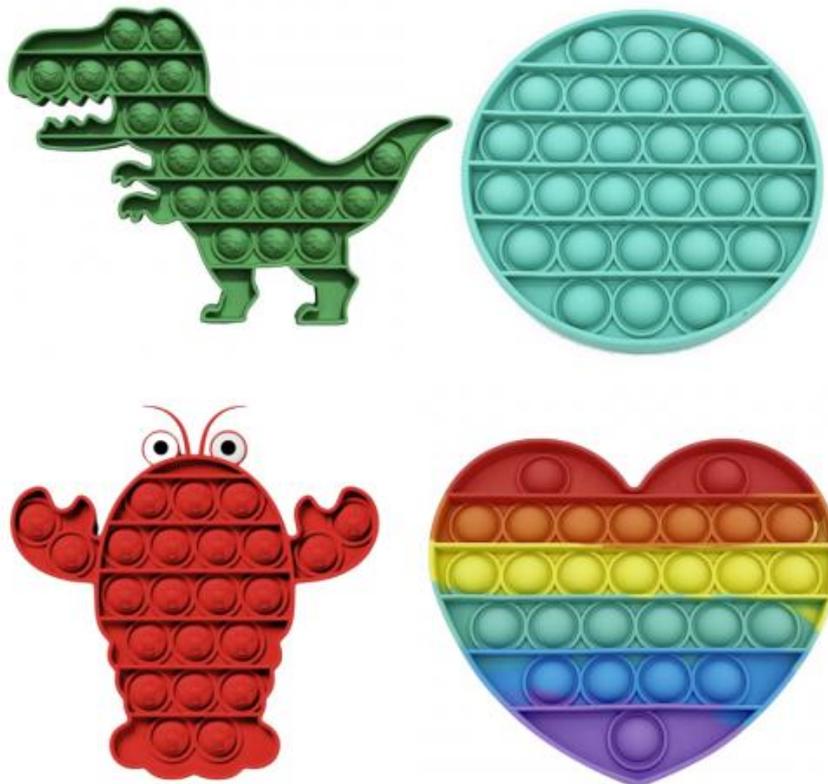
Cristiane Moraes Pertusi (*apud* LOTÉRIO, 2020), doutora em Psicologia do Desenvolvimento Humano pela Universidade de São Paulo, relata que é complexo ver alguém que passe sem danos por certo nível de tensão, o que acaba por tornar o hand spinner algo ainda mais atrativo. Para Cristiane (*apud* LOTÉRIO, 2020, texto digital), “muitos perfis podem se beneficiar, já que exercícios que estimulam a concentração podem servir de impulso para alcançar um nível de relaxamento mais intenso e reduzir o estresse”.

Outro brinquedo terapêutico que está ganhando os holofotes é o “Pop it - Push Pop” (FIGURA 7). Seu *design* pode aparentar ser simples e pouco explorado, porém exerce uma forte função no combate ao estresse e à ansiedade de seus usuários. Seus diversos formatos são um extra para chamar a atenção do público, indo dos mais

simples ao mais complexos. Essas pequenas bolhas permitem que se puxe, amasse, aperte, o que ajuda a reduzir o sentimento de ansiedade e a tensão causada por situações adversas (POP IT, 2021).

Além do alívio aos sentimentos de angústia, o Pop It também proporciona a diversão de seus usuários, dando a sensação de estar estourando um “plástico bolha”. Sua composição é 100% silicone, podendo ser higienizado quando necessário. As bolhas do brinquedo permitem que você canalize seus sentimentos e as emoções com segurança, e acima de tudo, pode ser usado e levado a qualquer local, caso seja necessário aliviar o estresse (POP IT, 2021).

Figura 7 – Brinquedos Pop It



Fonte: Pop It (2021).

Para quem sofre de problemas com concentração, é normal perceber um hábito de sempre ter algo em mãos e apertar botões o tempo todo. A fim de ajudar pessoas com esse tipo de problema, há quatro anos Matthew McLachlan e Mark McLachlan desenvolveram um pequeno brinquedo, um cubo (FIGURA 8), o qual se permite girar, apertar, clicar, apenas pelo sentimento (FIDGET, 2016).

Estudos confirmaram que esses comportamentos ajudam na concentração e reduzem o estresse, o que foi a premissa do desenvolvimento desse acessório. O desenvolvimento se deu pelo fato de ambos os criadores, durante o desenvolvimento, sempre estarem mexendo em algo, como cliques em canetas. Dessa forma se descobriu que a tecnologia simples poderia maximizar os efeitos positivos de se “mexer” em coisas enquanto se faz outras tarefas (FIDGET, 2016).

Em estudo publicado por dois psicólogos da Universidade da Califórnia, Roland Rotz e Sarah Wright, em 2015, quando estamos fazendo algo que não é interessante o suficiente para se manter a atenção, motores adicionais, como apertar um botão, permitem que o cérebro mantenha o foco na atividade que está sendo realizada (FIDGET, 2016).

Figura 8 – Cubo para concentração

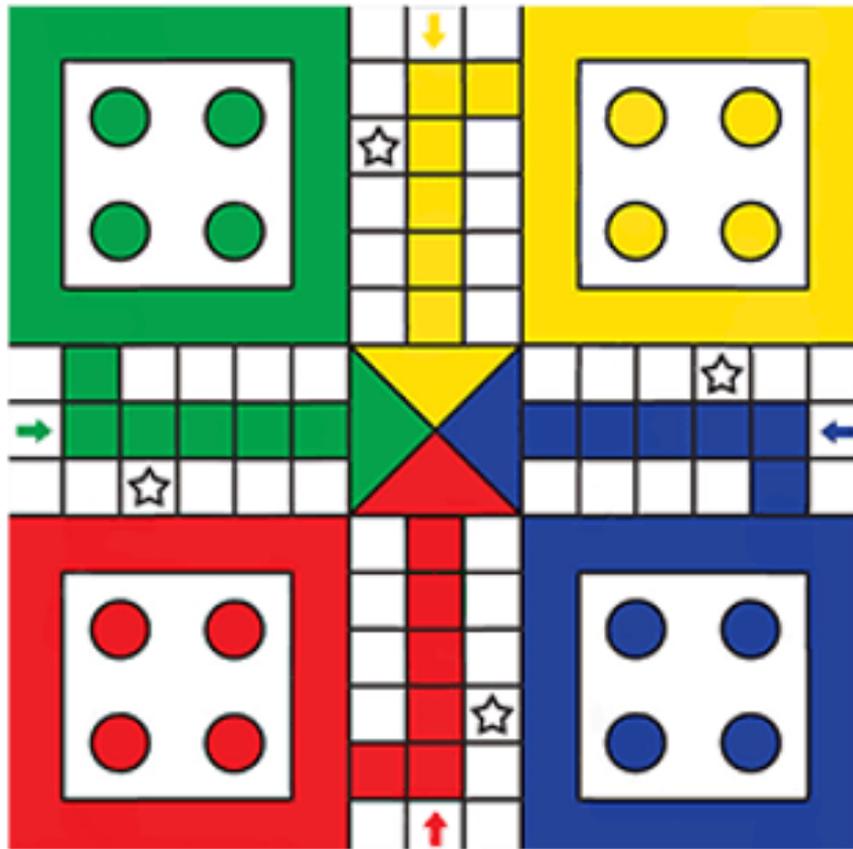


Fonte: Fidget (2016).

Nascido na Índia em 1896, o jogo Pachisi, conhecido popularmente no Brasil como “Ludo” (FIGURA 9), é um jogo de tabuleiro que tem como objetivo, a partir de uma casa de origem, atravessar uma trilha de casas, até que se atinja a linha de chegada. Para isso, é necessário dar uma volta completa pelo tabuleiro e chegar antes que os adversários. Em si, o jogo consiste em um tabuleiro com quatro piões

correspondentes à cor da casa (azul, verde, amarelo e vermelho) (COSTA; BARROS; SANTOS, 2018).

Figura 9 – Jogo Ludo



Fonte: Ludo (2021).

Em 1920, a já citada psicanalista Melanie Klein desenvolveu um método de análise do comportamento infantil. A técnica permitiu acessar o inconsciente com as memórias e experiências recalçadas das crianças. O método é extremamente eficaz no tratamento terapêutico de crianças que sofrem traumas, pois permite que se expressem sentimentos profundos e que se revivam lembranças sobre algum ocorrido até que se sintam confortáveis para falar (LUDOTERAPIA, 2019).

A terapia cognitivo-comportamental é a junção da terapia cognitiva e da terapia comportamental. É um tipo de psicoterapia desenvolvida nos anos 60, que foca na forma como uma pessoa processa e interpreta diversas situações que podem gerar sofrimento (RAMIREZ, 2021).

Segundo Silva, Castelo Branco e Miccione (2015, p. 3), “a teoria cognitiva desenvolvida por Beck se fundamenta que não é a situação (ou contexto) que determina o que as pessoas sentem, mas o modo como interpretam e pensam os fatos de determinada situação”. As situações geram distintos sentimentos (tristeza, raiva, ansiedade etc.) que podem ser verificados e avaliados, entendendo-se o que acontece.

2.5 O *design* emocional

Em vida, experimentamos tudo através dos sentidos, criando, assim, nossa compreensão de mundo. Os sentidos se tornam a nossa ligação com a memória, trazendo aspectos do passado para o nosso presente. Por exemplo, o cheiro da grama molhada em uma manhã, que é um cheiro característico, pode ser utilizado para o desenvolvimento de um novo tipo de produto. O *design* emocional se utiliza dos nossos sentidos (olfato, tato, paladar, audição, visão) para desenvolver algo totalmente estimulante.

De cabeça para o coração e as vísceras: Branding emocional é sobre explorar modos mais intuitivos de alcançar as pessoas e se conectar com elas. A compreensão das aspirações subconscientes dos consumidores leva a conceitos inovadores e ideais que trazem diferenciação e empolgação (GOBÉ, 2010, p. 18).

Quando falamos de *design* emocional, podemos remeter a Norman (2008) que, em seu livro *Design emocional*, afirma que “além de forma física e funções mecânicas, os objetos assumem ‘forma social’ e ‘funções simbólicas’” (p. 11). Dessa forma, os *designers* necessitam atentar para o modo como as pessoas se portam socialmente e como interpretam o meio físico e virtual.

Norman (2008) propõe uma divisão do *design* emocional em três níveis: visceral, comportamental e reflexivo, os quais devem ser abordados de formas diferentes pelo *designer* que irá se utilizar deles. O autor afirma que nesses níveis se estabelecem os afetos positivos ou negativos que influenciarão o ser humano em sua tomada de decisões.

2.5.1 *Design visceral*

Para Norman (2008, p. 87), *design visceral* “é o que a natureza faz. Somos singularmente sintonizados para receber poderosos sinais emocionais do ambiente, que são interpretados automaticamente no nível visceral”. O autor traz o exemplo da plumagem de aves: alguns machos possuem suas penas muito coloridas com o objetivo de atrair as fêmeas. Outro exemplo trazido pelo autor são as propagandas de produtos para crianças, que apresentam cores vibrantes, predominantemente cores primárias, como o amarelo, o azul e o vermelho, pois chamam mais a atenção. Dessa forma, chega-se à conclusão de que o *design visceral*, para Norman (2008), está atrelado à aparência e é ela que mobiliza as sensações.

2.5.2 *Design comportamental*

Ainda segundo Norman (2008, p. 92), o nível comportamental “diz respeito ao uso. A aparência realmente não importa. O raciocínio lógico não importa. O desempenho importa. Esse é o aspecto do design que os profissionais da usabilidade enfocam”. O autor também afirma que existem quatro componentes do “bom *design* comportamental: a função, a compreensibilidade, a usabilidade e a sensação física” (p. 92).

2.5.3 *Design reflexivo*

Chegando no *design reflexivo*, Norman afirma que nesse nível não se verá o *design* apenas pela sua forma e/ou funções somadas, mas sim que

tudo nele diz respeito à mensagem, tudo diz respeito à cultura, tudo diz respeito ao significado de um produto ou seu uso. Por um lado, diz respeito ao significado das coisas, às lembranças pessoais que alguma coisa evoca. Por outro, diz respeito à autoimagem e às mensagens que um produto envia às outras pessoas (NORMAN, 2008, p. 107).

Esse seria o *design* com foco no emocional das pessoas.

A beleza vem da reflexão consciente e da experiência. Ela é influenciada pelo conhecimento, pelo aprendizado e pela cultura. Objetos que não são atraentes na superfície podem dar prazer. Música dissonante, por exemplo, pode ser bonita. Arte feia pode ser bonita (NORMAN, 2008, p. 111).

Dessa forma, entende-se o design, de forma subjetiva, como algo com o poder de atingir relevância na vida das pessoas.

2.6 A psicologia das cores

Como sabemos, as cores possuem funções primordiais na composição de produtos, projetos e afins, sendo utilizadas para transmitir e dar significado. Comunicar a ideia é essencial para que se provoque uma reação no expectador, como citado no capítulo anterior quando pensamos no *design* emocional. Quando falamos das cores podemos fazer uma análise sobre sua relação com a psicologia, um estudo conhecido como psicologia das cores (FRANCISCO, 2018).

Em *Psicodinâmica das cores em comunicação*, livro de Modesto Farina, Clotilde Perez e Dorinho Bastos (2011), os autores descrevem várias sensações acromáticas (branco, preto e variações de cinza) e sensações cromáticas, que são cores que compreendem todas as cores do espectro solar.

De acordo com os autores, as sensações acromáticas são:

- **branco:** inocência, limpeza, paz, pureza, divindade;
- **cinza:** tédio, tristeza, seriedade, sabedoria;
- **preto:** tristeza, mal, dor, temor, melancolia.

Já as sensações cromáticas compreendem:

- **azul:** confiança, verdade, serenidade, intelectualidade, espaço;
- **verde:** bem-estar, saúde, tranquilidade, segurança, equilíbrio, crença;
- **amarelo:** conforto, iluminação, esperança, euforia;
- **laranja:** calor, energia, saúde, alegria;
- **violeta:** calma, poder, controle.

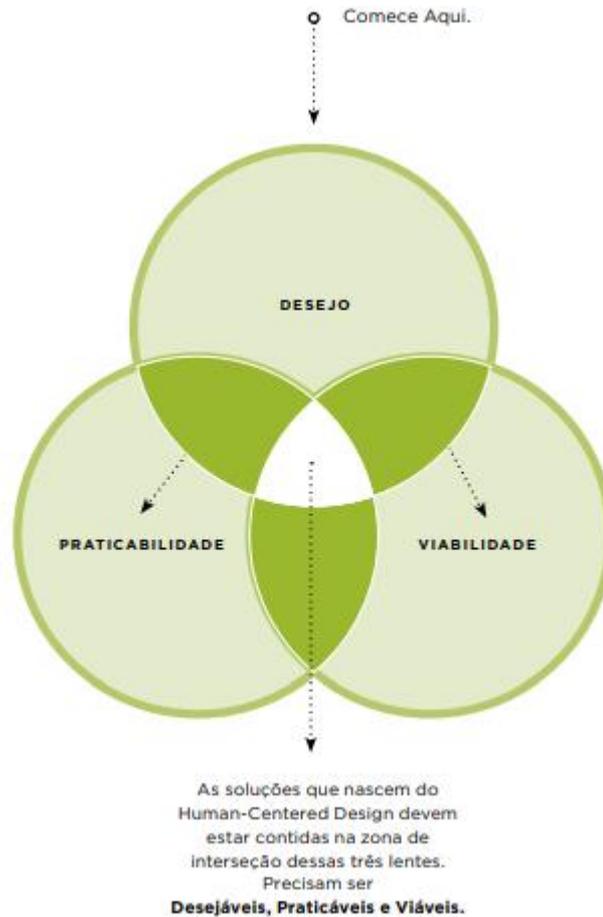
Esses são alguns exemplos de como as cores podem causar um efeito na vida de nós, seres humanos. Além dessas cores mencionadas, existem muitas mais com efeitos diversos.

3 METODOLOGIA

No *design*, as metodologias são processos que direcionam o desenvolvimento dos projetos, pois são elas que unem a teoria à prática. Elas permitem organizar melhor um projeto e o suprir a necessidade de ajustes e de combinações para atender às suas necessidades. Essas metodologias consistem em métodos em que se une a criatividade com a pesquisa para que o tempo seja bem aproveitado junto de todos os outros recursos utilizados no projeto. Já o método consiste na elaboração do planejamento antes do início do projeto, para que ele seja desenvolvido de forma clara e concisa. Por sua vez, a metodologia age com a aplicação dos métodos dos projetos, que usam técnicas processuais lógicas e criativas de forma avaliativa com a intenção de se obter resultados positivos ao final da pesquisa.

A metodologia escolhida para esta pesquisa consiste no HCD (*Human Centered Design*) (FIGURA 10), tendo em vista ser esta a que mais se encaixa no contexto pretendido, por ser uma metodologia que prevê o ser humano como prioridade e visa gerar soluções criativas para as necessidades das pessoas. A pesquisa será feita de forma básica, objetivando o conhecimento para um possível avanço de uma solução prática que será prevista com o projeto. O tipo de pesquisa previsto foi o qualitativo, que possui a abordagem da interpretação de algum fenômeno, tendo nuances que não são quantificáveis ou que não são suficientes. Dessa forma a modalidade do projeto se torna descritiva, de uma maneira geral tornando o método científico indutivo o mais coerente com a proposta (COELHO, 2019). Essa abordagem ajudará no relacionamento com a comunidade em si, facilitando a identificação de oportunidades de inserção. Como o próprio nome diz, o ser humano é colocado no centro do projeto (HUMAN, 2017).

Figura 10 – *Human Centered Design*



Fonte: Human (2017).

Essa figura representa o sistema do HCD, em que é necessário começar pensando no ser humano, que sempre será o foco da pesquisa, e levar em conta o problema para o qual se quer solucionar. Em seguida, deve-se considerar também a quantia financeira que será necessária para desenvolver um determinado projeto, realizando orçamentos para sua viabilidade. É importante lembrar que a metodologia do HCD não é apenas utilizada para desenvolver algo novo, mas também para aprimorar tanto os produtos quanto os serviços oferecidos. O que diferencia o HCD das outras abordagens que buscam solucionar problemas é o foco nas pessoas que vivenciam determinado tipo de realidade, de maneira que se compreende a perspectiva do grupo-alvo para que se possa suprir suas necessidades e gerar uma solução que realmente atenderá às demandas dessas pessoas (CONHEÇA, 2020).

De acordo com o Sebrae Alagoas (CONHEÇA, 2020), o HCD é dividido em três etapas, que são fundamentais para a construção de um projeto sustentável dentro de uma comunidade. Ao longo do tempo, a sigla do HCD passou a ser ressignificada a partir de um conjunto de ideias desenvolvidas pela IDEO, uma multinacional de design e inovação que está sediada na Califórnia, com vários escritórios no mundo todo. Segundo a empresa, HCD também pode significar o seguinte:

- **Hear:** ouvir
- **Create:** criar
- **Deliver:** implementar

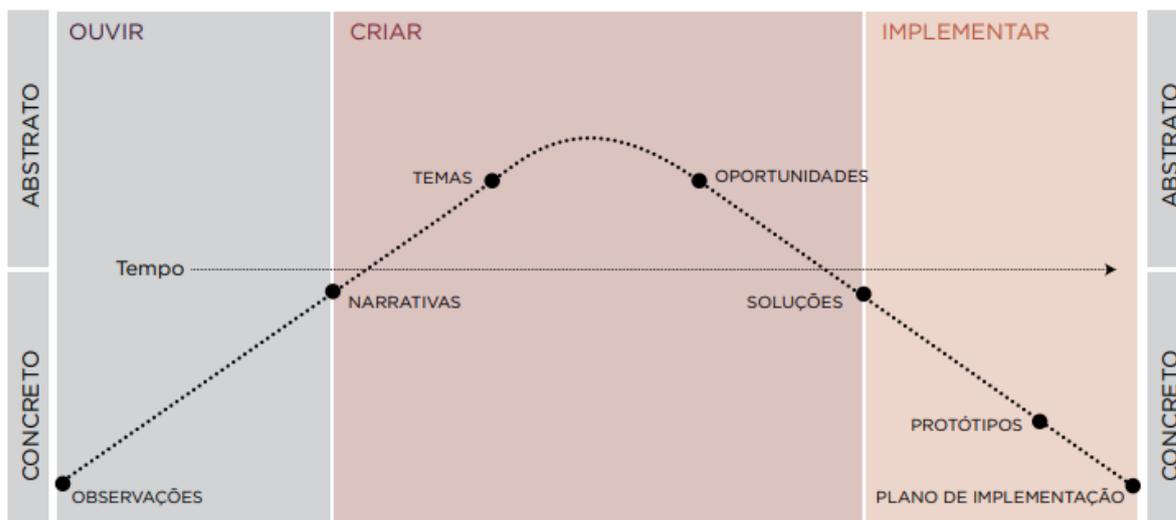
Durante essas etapas, é necessário concentrar-se na busca de oportunidades e proposição das ações que agregarão valor à pesquisa. O primeiro passo, ouvir, designa o momento em que serão coletados dados sobre o problema por meio de visitas feitas aos envolvidos. Dessa forma, podem ser feitos questionários, para que se tenha um levantamento massivo de dados.

Já a fase criar consiste em que o gestor realize reuniões diversas com o objetivo de organizar os dados coletados nas visitas e comece a elaborar possíveis soluções e protótipos específicos para que se possa solucionar o problema. A fase final, de implementação, por sua vez, funciona para a inserção de soluções específicas, por meio de avaliação de custos, de receitas e de planejamentos finais.

A partir disso tudo, os passos anteriores transformam-se em uma resposta concreta ao problema apresentado, que é expressa pelo produto ou serviço realizado (FIGURA 11).

Figura 11 – Gráfico sobre pensamento no HCD

O PROCESSO HCD
(DESIGN CENTRADO NO SER HUMANO)



Fonte: Human (2017).

3.1 Etapas metodológicas

As etapas metodológicas do projeto são aquelas que definirão o seu andamento. Durante a execução desse projeto cada uma das etapas do HCD – ouvir, criar e implementar – foi aplicada. Vejamos, a seguir, de que maneira essa aplicação aconteceu.

3.1.1 Hear – Ouvir

Como o próprio nome diz, a etapa ouvir é aquela em que se escuta o que as pessoas têm a nos dizer, em que colhemos as informações necessárias para que possamos solucionar o problema em questão. Neste projeto, essa etapa se aplica no subcapítulo **“A influência positiva de League of Legends no tratamento de transtornos psicológicos”**, no qual foram realizados dois questionários estruturados, via Google Forms, para que se tivesse um levantamento de dados reais sobre o tema da pesquisa. Os questionários possibilitaram entender melhor como os jogos podem ajudar pessoas que sofrem de algum problema psicológico.

O primeiro questionário apresentado no subcapítulo 2.3 é formado apenas por perguntas objetivas a fim de levantar dados reais acerca do tema. O segundo

questionário consistiu em assistir ao vídeo “Além do jardim: teaser da Campeã Lillia”, enviado junto das perguntas aos respondentes e, em seguida, responder a duas questões. Essas questões foram:

- a) Quais são os aspectos que mais chamam sua atenção ao assistir ao vídeo? – Em que se poderia optar pelas seguintes respostas: cores; cenário; falas; personagem e outros;
- b) Com base em sua última resposta, a que objeto real você associaria a sua escolha? – Aqui, o usuário poderia descrever seu ponto de vista.

Para a validação do projeto, entrou-se em contato com profissionais qualificados. A ideia da validação veio de encontro com a questão da pesquisa já antes realizada. Sendo a depressão a principal problemática a ser trabalhada no projeto, se viu necessário a conversa com profissionais, principalmente após a realização dos questionários. Com isso, foram entrevistados dois profissionais, um terapeuta holístico e uma psicóloga, seguindo a ordem do seguinte roteiro:

1. Nome e área de atuação do profissional;
2. Apresentação de dados coletados na pesquisa;
3. Apresentação da ideia da pesquisa;
4. Validação da ideia do projeto por parte do profissional e possíveis sugestões.

No dia 1º de maio, contactou-se Júlio Nascimento, profissional em terapia holística, sendo a conversa realizada a partir do roteiro apresentado. A entrevista foi feita pela plataforma Instagram. O profissional atua na cidade de Venâncio Aires na área holística, com Mapa Astral, Tarot, acupuntura, energização, florais de Bach e Cromoterapia. A primeira pesquisa foi apresentada ao terapeuta, seguindo para a apresentação da ideia da pesquisa e finalizando com a validação da ideia do projeto por parte do profissional.

Em um segundo momento, entrou-se em contato com Gisela Weber Fontoura, psicóloga, no dia 7 de junho de 2021, pela plataforma Google Meet, seguindo o mesmo roteiro apresentado anteriormente. Com isso o projeto foi avaliado por ambos,

dessa forma contribuindo com observações e sugestões que poderão compor parte do projeto.

3.1.2 Create – Criar

A fase criar consiste na tradução das ideias das pessoas. Durante essa fase, passar-se-á do pensamento concreto para o pensamento abstrato, que levará ao desenvolvimento do projeto para que, mais tarde, sejam construídos protótipos e se pense em possíveis soluções, para que se volte posteriormente ao pensamento concreto.

3.1.3 Deliver – Implementar

A fase de implementação marca o início da introdução de soluções através de um sistema em que se fará a estimativa de custos para a produção do projeto, bem como sua modelagem, capacitação e planejamento. Essa será uma fase que ajudará a lançar novas possíveis soluções.

4 DESENVOLVIMENTO PRELIMINAR

Após analisar os jogos digitais e a influência gerada por eles em seus usuários que sofrem com algum transtorno, chegou-se na etapa em que toda a pesquisa será aplicada, culminando no desenvolvimento do projeto real. A ideia consiste em projetar um acessório, que será baseado na personagem Lillia: o Florir Receoso, uma faunesa feérica, extremamente tímida e curiosa que, com seu cajado mágico, percorre as florestas de Ionia – uma região de Runeterra inspirada na estética oriental. Lillia, acima de tudo, é parte da árvore dos sonhos, e sua missão é descobrir o porquê de os seres humanos deixaram de sonhar e esquecerem sua herança mágica. Lillia deseja ajudar as pessoas a encontrarem a magia que existe dentro delas.

A personagem possui uma personalidade alegre e otimista, o que a torna um destaque e a adequa à ideia do projeto. Além disso, sua paleta de cores é composta por cores alegres e vibrantes, tornando muito mais chamativa, e, como citado no subcapítulo 2.5 *Design* visceral, a aparência acaba importando muito mais do que a funcionalidade, trazendo um aspecto chamativo para o usuário. Lillia também possui uma jogabilidade muito divertida, podendo criar jogadas rápidas e controles de grupo em suas partidas, tornando-a uma personagem querida pelos jogadores.

O propósito do projeto é o desenvolvimento de um acessório terapêutico inspirado nessa personagem, desenvolvendo o *design* sensorial junto de aspectos da Psicologia, que tem muito a agregar ao projeto. A seguir, na Figura 12, encontra-se uma ilustração da personagem supramencionada.

Figura 12 – Lillia: o Florir Receoso



Fonte: LOL (2021d).

Figura 13 – Região de Ionia, presente no universo de Runeterra, em League of Legends



Fonte: LOL (2021a).

Figura 14 – Região de Ionia [2]



Fonte: LOL (2021e).

Sendo o HCD, a metodologia escolhida para este projeto, a participação do público é essencial para sua realização. Tendo em mente essa necessidade, foi aplicado um segundo questionário junto ao público-alvo, pelo Google Forms (mencionado no capítulo 3). A ideia é explica-lo detalhadamente neste capítulo, pois ele aborda a personagem supramencionada.

Os resultados da segunda pesquisa, que contou com 13 participações, apontaram que nove respondentes acreditam ser as cores do vídeo os aspectos mais chamativos. A partir disso, os respondentes descreveram a qual objeto real associariam sua resposta. Essas respostas somaram o total de 13 itens distintos:

- Algodão-doce
- Luminária
- Perfume
- Jogo de luzes
- A vila
- Alguma floresta
- Falas, narrativa
- As luzes

- Brilho
- Flor
- Jogo de luzes
- Árvore-mãe
- Celular

Essas foram as respostas da pesquisa que serão utilizadas para o desenvolvimento do projeto. Tendo em vista tais respostas, a ideia central irá ao encontro do desenvolvimento de um acessório terapêutico, o qual será pensando a partir de um brainstorming, colocando em sua composição um recurso terapêutico.

Terapia diz respeito a um método para tratar uma doença, que pode ser uma terapia tradicional, uma terapia alternativa e/ou uma terapia integrativa. A terapia tradicional ocidental é baseada na ciência da medicina ocidental, a qual é regida por um racionalismo lógico e evidências científicas. Pode ser entendido como se o corpo humano fosse uma máquina, boa parte da terapia tradicional traz o uso de medicamentos alopáticos, os quais passam por diversos estudos farmacêuticos. A terapia alternativa traz opções diferentes, como o próprio nome diz, para um tratamento de doenças. Durante anos, esse tipo de terapia foi desacreditada pela medicina, porém, atualmente, ela vem sendo indicada por médicos tradicionais também. É uma terapia a qual se integra o conjunto de tratamentos do paciente ou já complementa um tratamento tradicional (TERAPIAS, 2021).

Já as terapias integrativas, em sua maioria, buscam o equilíbrio energético entre o corpo e a mente do usuário, concentrando-se em uma visão holística, ou seja, o ser humano por inteiro. Ao analisar como vive e como se integram a saúde mental e física da pessoa, a terapia integrativa incentiva uma reeducação de comportamentos ao propor que a pessoa domine aquilo que lhe faz ou não bem. Terapias integrativas popularmente conhecidas são: yoga, reiki, cromoterapia, acupuntura, quiropraxia, entre outras (TERAPIAS, 2021).

A partir da análise das respostas coletadas na segunda pesquisa, se fez uma seleção de quais das terapias seriam as mais adequadas ao projeto. A cromoterapia e a aromaterapia foram as escolhidas pelo fato de se encaixarem diante da proposta apresentada e terem relação próxima entre as repostas.

A cromoterapia é um tratamento complementar alternativo que utiliza luzes, principalmente nas cores amarelo, azul, verde, laranja, entre outras. A cromoterapia pode ser aplicada em uma diversidade de instrumentos, como: lâmpadas coloridas, roupas, alimentos, janelas coloridas, água solarizada, etc. Os benefícios da cromoterapia podem ser diversos, causando bem-estar e aliviando diversos sintomas de doenças como pressão alta e até mesmo a depressão. De acordo com Reis (2020), a cromoterapia apresenta os seguintes benefícios:

- alívio de sintomas de determinadas doenças a partir de uma cor específica;
- melhora de quadro físico e mental;
- menos cansaço físico;
- diminuição de transtornos sobre o sono;
- auxílio no tratamento de dores de cabeça;
- aumento do estímulo do sistema nervoso central.

Além disso, a cromoterapia pode ser utilizada como tratamento complementar, pois pode melhorar o funcionamento do coração e da circulação sanguínea (REIS, 2020).

Já a aromaterapia é uma técnica natural que utiliza os aromas liberados por diferentes tipos de óleos essenciais, os quais podem estimular diferentes partes do cérebro. Essas técnicas podem ser ajudar no alívio de sintomas de ansiedade, insônia, depressão, asma ou resfriados; promoção do bem-estar; Fortalecimento de defesas do corpo (REIS, 2021).

Segundo Reis (2021), alguns óleos possuem funções específicas para situações específicas:

- **depressão:** bergamota, jasmim, camomila;
- **ansiedade:** bergamota, limão, ilangue-ilangue, alfazema, nardo, patchouli;
- **insônia:** lavanda.

Essas são as principais funções apresentadas pelos óleos que abrangem as questões abordadas no projeto. Os óleos essenciais podem ser utilizados separados

ou juntos, dessa forma podendo aliviar mais problemas ao mesmo tempo, porém as misturas devem ser indicadas por um profissional, pois existem fórmulas específicas (REIS, 2021).

Retomando-se a conversa com os profissionais, a seguir serão destacadas algumas das repostas coletadas. O terapeuta holístico Júlio Nascimento disse não se surpreender em relação à quantidade de entrevistados que sofrem com algum problema psicológico, afirmando que muitas pessoas utilizam da terapia alternativa para tratar problemas como a depressão. A ideia do projeto foi apresentada com o pretexto de se desenvolver um acessório terapêutico que ajudaria usuários de League of Legends com questões como a depressão. Júlio afirma que a ideia é ótima, e que se trabalhada de forma correta pode ser de grande efetividade para seu objetivo.

Em outra perspectiva, a psicóloga Gisela Weber afirmou que a depressão é um quadro complexo de ser trabalhado, porém toda a ajuda ou método auxiliar é bem-vindo. Ao ver os resultados da pesquisa, a profissional não demonstrou surpresa, porém apontou curiosidade em relação à forma que o jogo League of Legends afeta a vida desses entrevistados. Ao apresentar a ideia da pesquisa, Gisela se demonstrou interessada no projeto e constatou que a ideia do desenvolvimento de um acessório terapêutico focado no nicho *gamer* é algo muito interessante e relevante para apresentar a esse público. Com isso, ambos os profissionais avaliaram a vertente do projeto como eficaz, afirmando que certamente algo como esse projeto poderá auxiliar em momentos de crise de seus possíveis usuários.

A partir do exposto, este projeto buscará atender a essa necessidade voltada à promoção de sentimentos de calma e tranquilidade de que muitos jogadores precisam, mas que acabam por não procurar devido a diversas questões. A familiaridade da estética com o jogo será um dos fatores mais importantes para que o usuário se sinta atraído e confortável em interagir com o produto final. É importante ressaltar, ainda, que o projeto não substitui um tratamento profissional, apenas estimulando de forma alternativa que se cuide da saúde mental, que há tempos vem tendo seus transtornos entendidos de maneira banalizada, pois ainda são vistos como tabus pela sociedade.

5 LEVANTAMENTO DE DADOS

Este capítulo tem como objetivo divulgar os resultados de pesquisa feita de forma qualitativa, com o principal objetivo de tornar o projeto o mais próximo de seu público. Para que isso acontecesse, foi necessária uma pesquisa com enfoque no tema central da pesquisa, o jogo League Of Legends, em resumo a sua personagem Lillia, a qual é a principal referência da pesquisa. Para se ter uma base maior de dados, se pensou em como as pessoas poderiam ter mais envolvimento no desenvolvimento deste projeto.

5.1 Questionário sobre a personagem

Para ter mais envolvimento do público no projeto, foi encaminhada uma pesquisa via plataforma Google Forms, com a ajuda do Diretório Acadêmico Estudantil (DCE) da Univates. A pesquisa consistiu em visualizar a imagem da personagem Lillia (FIGURA 8) e responder a uma única pergunta: “Quais aspectos visuais chamam sua atenção nessa imagem da personagem Lillia?” (cores, elementos, visual, acessórios). Durante o período de uma semana o questionário ficou em aberto, atingindo o total de 252 respostas, o que deu uma maior ênfase à etapa *Hear* do projeto.

O envolvimento do público com o projeto, por meio de sua participação na pesquisa, influencia no *design* do produto final. Entre as respostas coletadas, a grande maioria apresentou “cores e elementos” como o aspecto mais chamativo da personagem. Essas foram algumas respostas que possuem certo destaque em relação às outras:

Primeiramente o corpo gente-animal, a arma estilizada e as cores das "magias".

Silhueta que distingue de outros campeões, paleta de cores com leve contraste e adaptação do visual do personagem ao mapa summoner's rift fazendo com que ela se encaixe na natureza visual do jogo.

As cores vibrantes, o místico.

As cores, os pontos de luz.

As cores "neon" mais no centro da imagem são lindas, combinam muito com essa parte escura das bordas, uma nitidez maravilhosa, esta mistura de ser humano e criatura mítica é exemplar.

Parece uma galáxia, as cores são bem chamativas e bonitas. O desenho é bem perfeito.

Com esses dados, chegou-se à conclusão de que grande parte do foco do projeto será na paleta de cores e no estilo de *design* desenvolvido, dando um ar mais místico ao projeto.

6 CRIATIVIDADE

Seguindo a metodologia *Human Centered Design*, se entra na etapa *Create*, que será o desenvolvimento da parte criativa deste projeto. A fim de explorar ao máximo as possibilidades deste projeto e de torná-lo realmente funcional, se utilizou de gerações de alternativas, as quais foram feitas a partir de uma análise de similares. Após essa análise, se deu início a uma pesquisa sobre a paleta de cores, partindo para a geração do desenho técnico com medidas para uma possível produção. Em seguida, pesquisou-se a materialidade do produto, analisando quais são os materiais mais adequados para sua produção.

6.1 Seleção da ideia do projeto

A seleção da ideia do projeto será a representação de toda a pesquisa que foi feita até o momento. A fim de gerar alternativas relevantes, foi realizado um *brainstorming* – também conhecido como “tempestade de ideias”, a partir de dados e análise da pesquisa previamente realizadas. Buscou-se dar ênfase aos fatores “luz”, “odor”, “aparência” e “funcionalidade”, tornando o projeto um exemplo de *design* emocional, o qual se baseia nas teorias de Norman (2008). A partir disso, se realizou o *brainstorming* (FIGURA 15) com enfoque em palavras-chave que girassem em torno do objetivo principal: a **criação de um acessório terapêutico**.

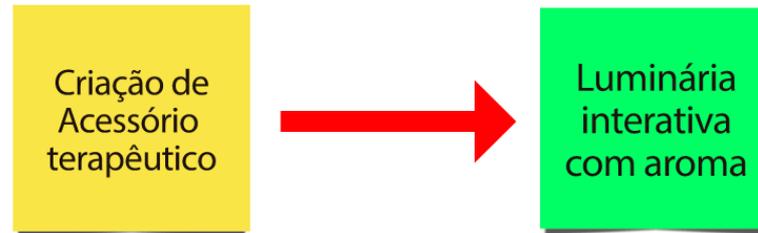
LUZ / BRILHO/ UTILIDADE / CHEIRO / APARÊNCIA

Figura 15 – *Brainstorming*

Fonte: Do autor (2021).

A presença de luz e aromas se torna algo essencial, uma vez que os efeitos terapêuticos explorados nesse produto serão a cromoterapia e a aromaterapia. A partir desse pensamento, chegou-se à conclusão de que a opção que mais se encaixa no conceito e na proposta do projeto seria a **luminária interativa com aroma** (FIGURA 16).

Figura 16 – Seleção da ideia do projeto



Fonte: Do autor (2021).

Assim foi definida a ideia do projeto, que será desenvolvida a partir de agora, seguindo a concepção da função terapêutica já citada. Daqui em diante, serão descritas a análise de similares, a geração de alternativas para a criação do design do produto final e a paleta de cores e afins para que se crie um projeto efetivo e funcional.

6.1 Análise de similares

Neste capítulo foi realizada uma seleção de imagens de luminárias distintas. Todas elas possuem temáticas diferentes, porém com o mesmo enfoque: a aparência diferenciada. Como citado por Norman (2008) no capítulo 2.5 - *Design Emocional: o design visceral*, em ele exemplifica a plumagem das aves macho em relação a escolha, torna o fator aparência o principal mobilizador e gerador de sensações aos usuários. Com esse pensamento foram selecionadas 14 imagens que contemplaram esse critério, sendo as seguintes selecionadas (FIGURA 17):

Figura 17 – Análise de similares



Fonte: 1. Domecq (2018); 2. Luminária (2021); 3. 2nd Mushroom (2016); 4. Table (2021); 5. Thor (2013); 6. 25 lindas (2020); 7. Action (2021); 8. Dragon (2016); 9. 3D Printed (2020); 10. Salonen (2013); 11 e 12. Bergmans (2015); 13. Ribeiro (2016); 14. Lalanne (2012).

A primeira luminária foi escolhida por seu “corpo”, pois a tendência em zigue-zague a torna diferente, além de seu tamanho aparentemente grande, podendo ocupar um espaço considerável. A segunda luminária se destaca pela temática de Super Mario, um jogo mundialmente conhecido, que se torna muito atrativo para fãs e apreciadores da saga, podendo ser decorativo e, ao mesmo tempo, parte de uma coleção. Além disso, seu material é policloreto de vinila, comumente conhecido como PVC, a torna única e sustentável. A terceira foi selecionada por sua aparência distinta e incomum, com cores e formas que normalmente não são vistas em uma luminária, dando um ar de misticismo e magia para o objeto. A quarta luminária não apresenta

grandes diferenciais, porém, sua grande flor, que cobre a luz, é um diferencial e cria o destaque em relação a esse produto.

Indo para a quinta, sexta e sétima luminárias, suas bagagens culturais são os grandes potencializadores: o martelo do deus do trovão (Thor), um *spider-man* e um fantasma sem rosto (de *A viagem de Chihiro*) podem se tornar, para muitos fãs, itens colecionáveis, indo além de simples luminárias. A oitava luminária faz referência à época medieval, com dragões e castelos, o que se torna um grande atrativo para aqueles que apreciam essa cultura antiga. Já a nona luminária pode ser chamada de lanterna, é um objeto utilizado por Thresh, personagem de League of Legends, podendo ser um item muito desejado para os jogadores do personagem. A décima luminária é confeccionada em cerâmica, em formato de uma pequena flor, volta a ideia de algo delicado, mágico e místico.

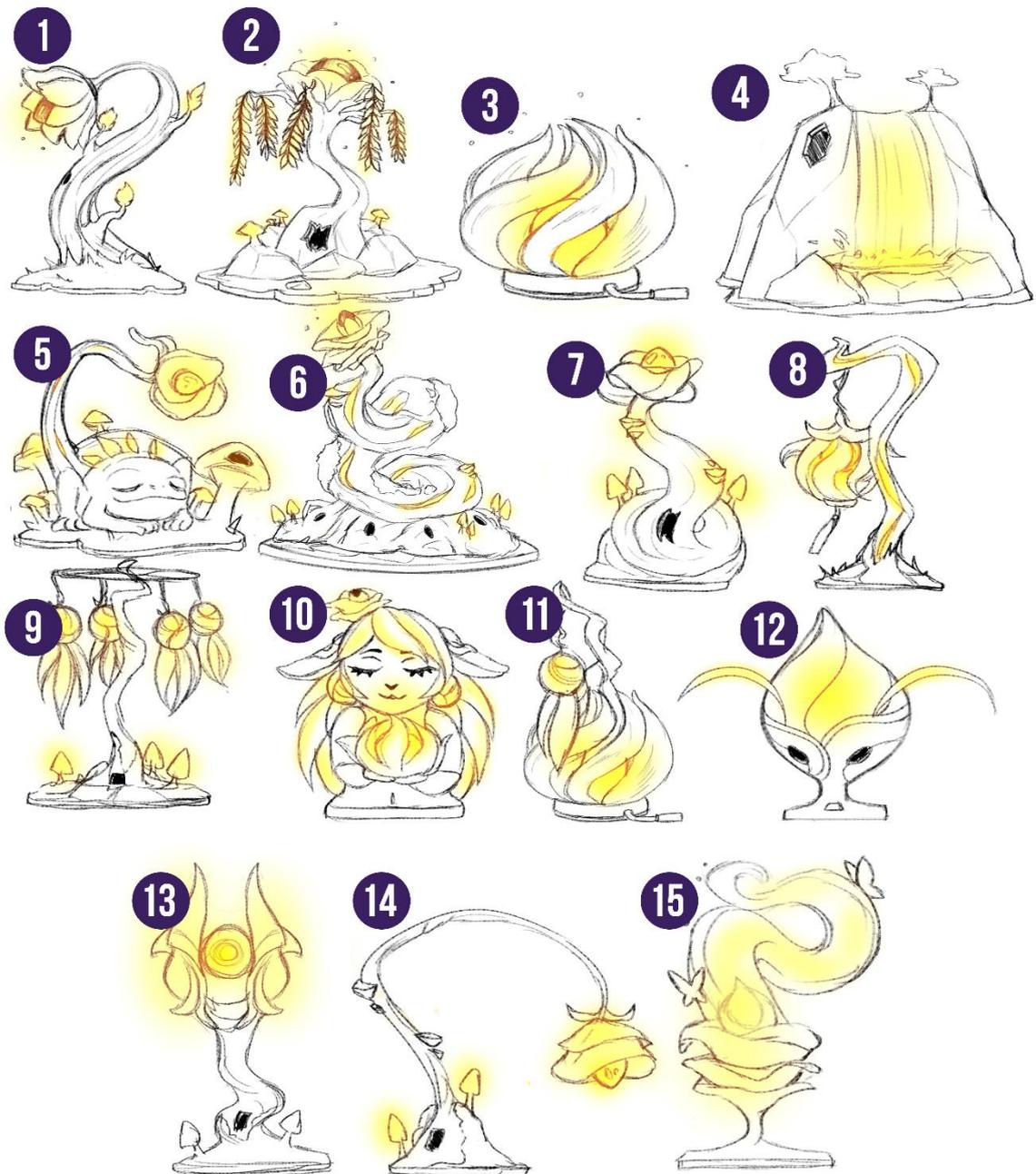
A décima primeira e a décima segunda, por sua vez, chamam a atenção pelo fator conceitual: a luz de forma “líquida”, caindo, dando esse diferencial que as torna chamativas e únicas. A décima terceira, claramente focada no público literário, foi escolhida porque remete a um “livro” diferente e com outra utilidade. Já a décima quarta luminária traz a referência a aves: com um peito cheio, a luz se transmite pelo mesmo, sendo diferente e atrativo.

6.2 Geração de alternativas

Na segunda etapa da metodologia HCD, *Create*, deu-se a construção das alternativas com base na análise de similares feitas na etapa anterior. Foram analisadas as quatorze imagens para a geração de possíveis alternativas do projeto (FIGURA 18).

As seguintes propostas foram pensadas a partir da personagem Lillia. As ideias das alternativas foram desenvolvidas dando enfoque ao *design* da personagem, o qual, segundo a pesquisa realizada no capítulo 5, se relacionava com as cores, aspectos físicos e elementos na arte da campeã. Com isso, as alternativas foram desenvolvidas e pensadas sob forte influência da natureza do *design* único de Lillia.

Figura 18 – Geração de alternativas



Fonte: Do Autor (2021).

Foram geradas 15 alternativas de forma aleatória para compor o projeto. A proposta foi desenvolver os mais diversos tipos de luminárias, mas sempre tendo em mente não fugir do aspecto natureza/misticismo. Para cada luminária feita, procedeu-se a uma análise para avaliar se ela cumpre com os requisitos necessários para o funcionamento pleno do projeto.

6.3 Escolha final do projeto

Para a escolha final do projeto, ainda seguindo os princípios do HCD em sua etapa *create*, foi realizado um levantamento de critérios relacionados a quesitos que cada luminária pensada deveria atingir. Cada uma delas foi selecionada a partir dessas condições específicas, sendo elas: design diferenciado / pequeno ou médio porte / fácil interpretação / presença de elementos chave / cumpre função terapêutica. Para os critérios cumpridos, foi designada a cor verde, e para cada critério não cumprido, a cor vermelha (FIGURA 19).

Figura 19 – Seleção a partir de critérios

	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumpe função terapêutica
	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumpe função terapêutica
	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumpe função terapêutica
	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumpe função terapêutica



Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

Cumpre
função
terapêutica



Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

Cumpre
função
terapêutica



Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

Cumpre
função
terapêutica



Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

Cumpre
função
terapêutica



Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

Cumpre
função
terapêutica



Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

Cumpre
função
terapêutica



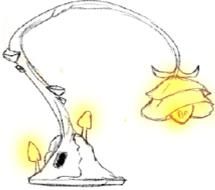
Design
diferenciado

Pequeno/
médio porte

Fácil
interpretação

Presença
de elementos
chave

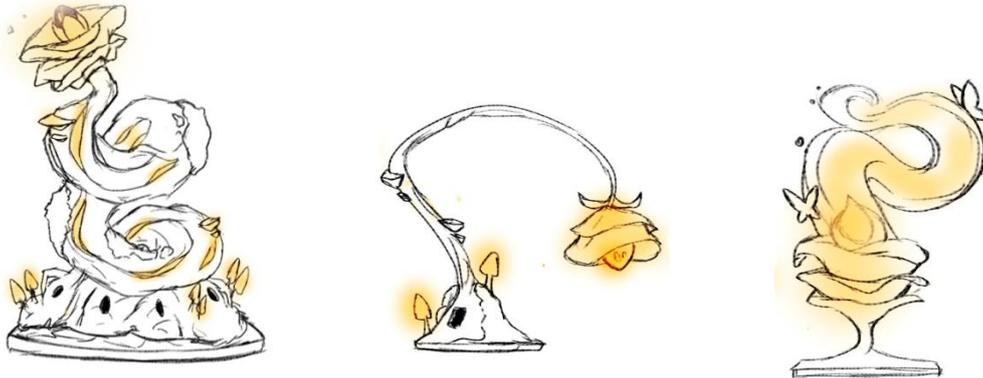
Cumpre
função
terapêutica

	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumprir função terapêutica
	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumprir função terapêutica
	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumprir função terapêutica
	Design diferenciado	Pequeno/médio porte	Fácil interpretação	Presença de elementos chave	Cumprir função terapêutica

Fonte: Do autor (2021).

Após a análise dos critérios que foram levantados na última parte do projeto, se constatou que as melhores propostas desenvolvidas foram as de número 6, 14 e 15. Cada uma delas foi escolhida porque apresentou concordância com os critérios de avaliação (FIGURA 20).

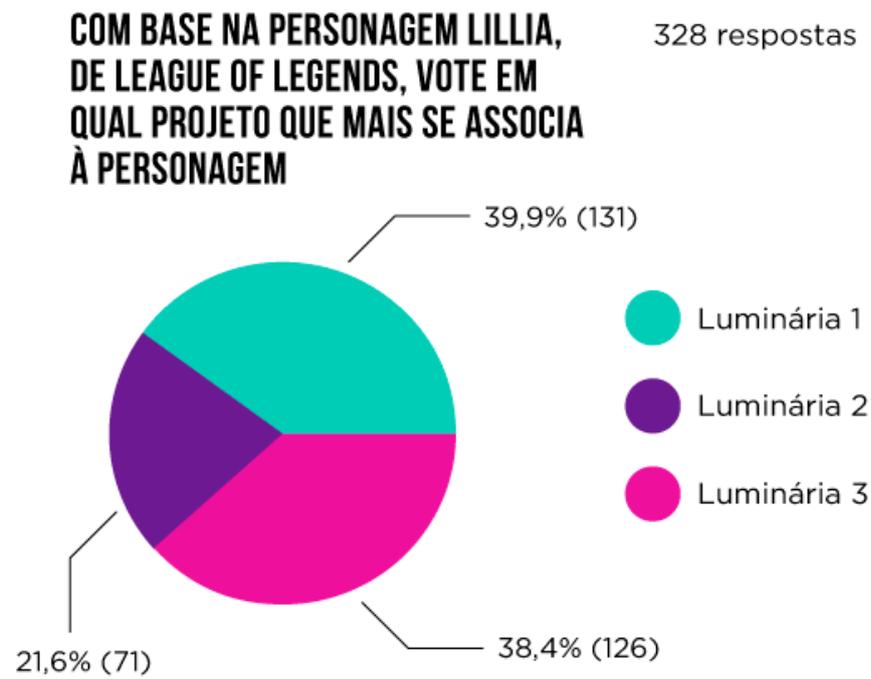
Figura 20 – Alternativas escolhidas



Fonte: Do autor (2021).

Para dar continuidade à participação do público no desenvolvimento deste projeto, foi gerenciada uma nova pesquisa. Esta pesquisa foi feita de forma quantitativa, contando novamente com o auxílio do DCE da Univates para encaminhar a enquete “Pesquisa de TCC 2”, que consistiu na escolha de uma entre as três alternativas ilustradas selecionadas na última etapa. A enquete foi realizada na plataforma Google Forms, ficando disponível de 31/08 a 14/09/2021, contando com um total de 328 respostas em sua totalidade. O Gráfico 6 apresenta os dados coletados.

Gráfico 6 – Pesquisa quantitativa



Fonte: Do autor (2021).

A luminária selecionada pelo público foi a de número 1 (FIGURA 21), a qual será desenvolvida e apresentada ao final deste projeto. A partir de agora, serão apresentadas cores e ilustrações que darão sequência ao trabalho.

Figura 21 – Alternativa escolhida



Fonte: Do autor (2021).

6.4 Paleta de cores

Partindo para a paleta de cores do projeto, foi direcionado o pensamento diretamente a cores vibrantes e chamativas, para tornar o produto atrativo e esteticamente semelhante à personagem que lhe serviu de inspiração. A fim de obter uma base de cores sólidas para o projeto, foi gerado um *moodboard* (FIGURA 22) com referências que seguiam o padrão: chamativo, colorido, intenso e brilhante. Assim, foram selecionadas oito imagens com essas características listadas.

Figura 22 – Moodboard de paleta de cores



Fonte: Benton (2016), Berry (2021), Desenhos (2021), Lol (2021d), Miami (2021), Noealz (2021).

A partir dessas imagens foi desenvolvida a paleta de cores primária (FIGURA 23) que irá compor o projeto. Como o próprio nicho da pesquisa, as cores são fortes e chamativas, a fim de dar intensidade e força ao produto final.

Figura 23 – Paleta de cores

C 0% M 58% Y 88% K 0% R 255 G 150 B 36	#FF9624	C 0% M 20% Y 96% K 0% R 252 G 215 B 0	#FCD700	C 88% M 0% Y 14% K 0% R 58 G 192 B 239	#3AC0EF	C 98% M 100% Y 24% K 0% R 22 G 22 B 117	#161675
C 0% M 100% Y 19% K 1% R 92 G 19 B 107	#5C136B	C 74% M 9% Y 100% K 0% R 117 G 170 B 0	#75AA00	C 55% M 86% Y 84% K 35% R 89 G 54 B 44	#59362C	C 14% M 90% Y 0% K 0% R 235 G 51 B 201	#EB33C9

Fonte: Do autor (2021).

Com a definição da paleta de cores, foi dado início à ilustração do produto final, para que se tivesse uma noção melhor em relação a proporções e detalhes do objeto.

6.5 Desenho do projeto

Com a intenção de criar uma visibilidade do projeto, foi desenvolvida uma ilustração de como seria a proposta final (FIGURA 24). O desenho foi feito no Photoshop a partir do esboço preliminar escolhido pelo público (FIGURA 21).

Figura 24 – Ilustração da proposta do projeto



Fonte: Do autor (2021).

O desenvolvimento da ilustração do projeto possibilitou um maior entendimento dos conceitos “místico e mágico”, que é a ideia que se deseja transmitir com o design desse produto. A partir de agora, se dará início ao desenho técnico do projeto, à escolha dos materiais e ao desenvolvimento de aspectos gráficos em geral, os quais serão apresentados no decorrer dos próximos capítulos.

7 ASPECTOS TÉCNICOS E MATERIALIDADE

Com a etapa da definição de conceitos, cores do produto e ilustração do projeto, passou-se à seleção de aspectos técnicos e materialidade. Esses processos geraram as medidas do produto final e, posteriormente, darão continuidade em questões da escolha de materiais que foram utilizados na construção do produto.

7.1 Processos e materialidade

Para o desenvolvimento do projeto, foram analisados materiais e processos que irão compor o processo. O produto final possui um *design* complexo, por isso, pensou-se diretamente na utilização de processos de produção que conseguiriam lidar com sua construção.

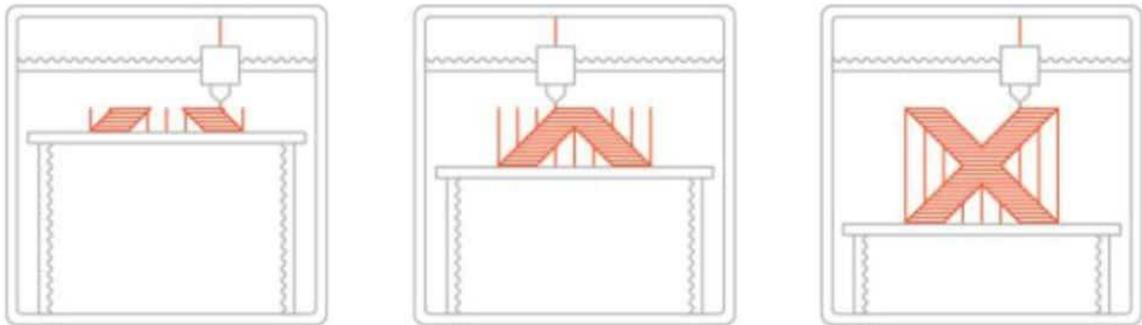
Para facilitar a realização física do produto, o processo de produção foi pensado em partes, com cada uma de suas “peças” produzidas de forma separada, para que posteriormente sejam alinhadas em um único corpo. O processo de produção escolhido para foi a impressão 3D. Esse tipo de impressão, também conhecida como fabricação digital ou fabricação aditiva, é uma área que vem transformando o mercado e seus processos de fabricação, facilitando o desenvolvimento de próteses, peças de engenharia, guias médicas e objetos de decoração, por exemplo. Na impressão 3D existem três tipos de processo: FDM, DLP e SLA (O QUE, 2019).

FDM – *Fused Deposition Modeling*

Esse é o modelo mais conhecido e utilizado no mercado. Sua sigla representa a fusão por deposição de materiais. Resumidamente: é o aquecimento do filamento

até sua fusão (O QUE, 2019). O material é derretido e pressionado por um bico extrusor, o qual é depositado na superfície da impressão (FIGURA 25).

Figura 25 – Processo FDM

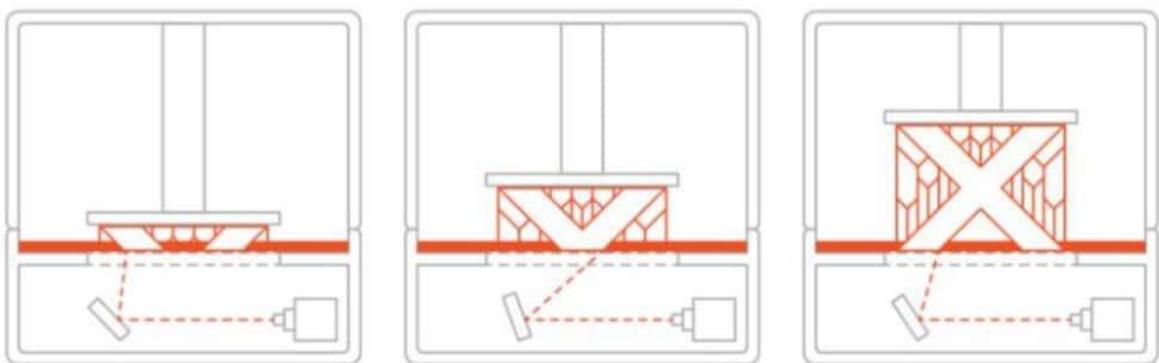


Fonte: O que (2019).

SLA – Stereolithography e DLP – Digital Light Processing

O processo SLA se refere à estereolitografia, em que uma resina de fotopolímero é curada por uma fonte de luz. O DLP usa o mesmo princípio de funcionamento. No entanto, a principal diferença entre eles é que o SLA se utiliza de laser de pontos, enquanto o DLP usa voxel³ (O QUE, 2019) (Figura 26).

Figura 26 – Processo *Stereolithography* e DLP



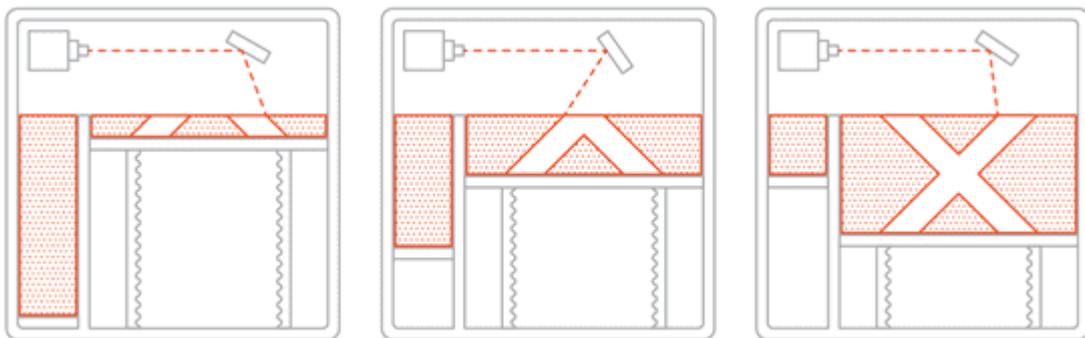
Fonte: O que (2019).

³ Pixels volumétricos que dispensam acabamento pré ou pós-impressão.

SLS – *Selective Laser Sintering*

O processo SLS é a sinterização seletiva por laser. A fonte de energia térmica induz seletivamente a fusão entre partículas de pó para se criar um objeto sólido (O QUE, 2019) (Figura 27).

Figura 27 – Processo *Selective Laser Sintering*



Fonte: O que (2019).

Após análise dos processos de impressão 3D, se definiu que aquele que melhor se encaixa no processo de produção é a *Fused Deposition Modeling* (FDM), por ser mais comum e conhecido pelo mercado. Após a definição do processo de fabricação, se entra na etapa de seleção dos materiais que serão utilizados nessa impressão. Com isso, foram analisados alguns polímeros normalmente utilizados em impressões 3D. Os polímeros analisados nessa etapa foram ABS, PLA e Nylon.

ABS – Acrilonitrilo Butadieno Estireno

O Acrilonitrilo Butadieno Estireno (FIGURA 28) é um polímero que tem como base o petróleo. Também é muito conhecido por compor peças legos, partes de automóveis e eletrodomésticos. Ele é muito resistente a altas temperaturas e é um material muito barato, o que permite uma prototipagem econômica, além de apresentar uma grande variedade de cores, algo que o torna muito popular (QUAIS, 2021).

Figura 28 – Acrilonitrilo Butadieno Estireno (ABS)



Fonte: ABS (2021).

PLA – Políácido Láctico

O Políácido Láctico é um polímero feito a partir de recursos renováveis, como amido de milho e cana de açúcar (FIGURA 29). É considerado o mais simples para ser utilizado na impressão 3D do que a maioria dos outros materiais, por ser mais fácil de se colorir e executar acabamentos. Porém, as impressões tendem a se degradar ao longo do tempo e possuem uma baixa resistência à água. Para reduzir esses problemas, utilizam-se plastificantes orgânicos, tais como glicerol e sorbitol. Mas também é possível a inserção de fibras naturais ou a produção de blendas (mistura mecânica de plásticos diferentes em que não existe reação química entre eles) para melhorar esses aspectos, tornando-o ainda mais viável (QUAIS, 2021).

Figura 29 – Rolos de PLA



Fonte: PLA (2014).

Nylon

O Nylon (FIGURA 30) é um polímero sintético que possui boas propriedades de resistência e flexibilidade, como resistência a produtos químicos moderados e alta resistência à fadiga. São essas características que fazem dele uma boa escolha para a impressão 3D, em especial para aplicações que envolvem encaixe, ferramentas de encaixe à pressão, etc. (QUAIS, 2021).

Figura 30 – Barras de Nylon



Fonte: Alta (2021).

A partir dessas análises, chegou-se à conclusão de que o material mais adequado para a produção do projeto é o polímero Poliacido Láctico (PLA), pelos fatores qualidade, biologicamente sustentável e maior facilidade de manejo, o que simplifica questões de acabamento e pintura. Como citado anteriormente, a montagem do projeto será realizada por partes, para facilitar a impressão e montagem do produto. Suas partes serão divididas entre topo (flor), corpo (caule) e base, todos feitos a partir da impressão com o polímero PLA. Para evitar deslizamentos e assegurar sua posição, a base também contará com quatro pequenas “pernas” de borracha, para evitar atritos e mantê-la segura. A conexão de cada parte se dará por rosqueamento, como exemplo a tampa de uma garrafa, para manter o valor do projeto e torná-lo mais

prático. A fim de facilitar a passagem dos fios, foi feito um pequeno túnel, e os fios escolhidos foram cabos de alta temperatura para evitar possíveis problemas internos.

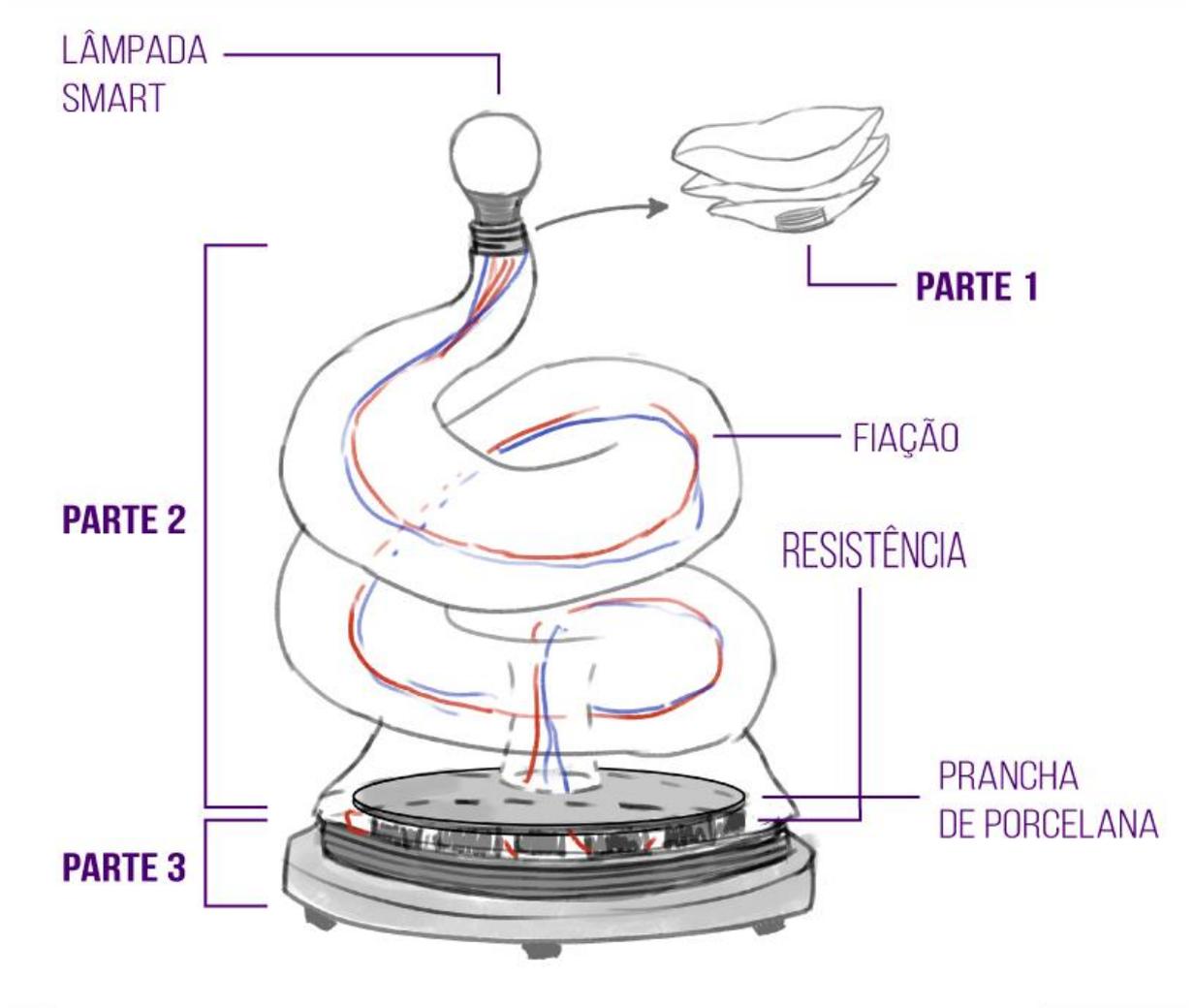
O processo da cromoterapia será realizado a partir das conhecidas “lâmpadas *smarts*”, as quais vem ganhando espaço de mercado por possuírem dinâmicas e facilidade em relação a trocas de cores. A escolha se deu pelo fator praticidade. Auxiliar em momentos de crise é a função deste projeto, portanto, ao se pensar em alguém nessa situação é necessária uma ação rápida vinda do produto, que é cumprida pela lâmpada *smart*.

Em relação à aromaterapia, será realizada a partir da adaptação dos conhecidos “difusores”, os quais são comumente encontrados em casas. Esses pequenos aparelhos são responsáveis por dissipar o aroma de óleos essenciais depositados em sua superfície. O pequeno aparelho é conectado à tomada e, em minutos, é aquecido e por meio do processo de indução⁴ liberando o cheiro. Para não comprometer o *design* do projeto, o interruptor que irá controlar a ativação e o desligamento do aparelho será externo, localizado no fio. Sua ponta será de três pinos, para que se evite problemas em relação à elétrica. Nesse projeto, a luminária conta com pequenas perfurações em sua base, que são as saídas para o aroma que ali será depositado. Para o funcionamento do projeto, a área interna contará com uma placa de porcelana (material usual na produção de aromatizadores de ambiente para tomada), a qual será aquecida por pequenas resistências elétricas.

Para ter uma noção mais adequada de como funcionaria a proposta do projeto, foi realizado um “Raio X” ilustrado, representado na Figura 32.

⁴ Processo de aquecimento de materiais eletricamente condutores, como metais por indução.

Figura 31 – Raio X do projeto



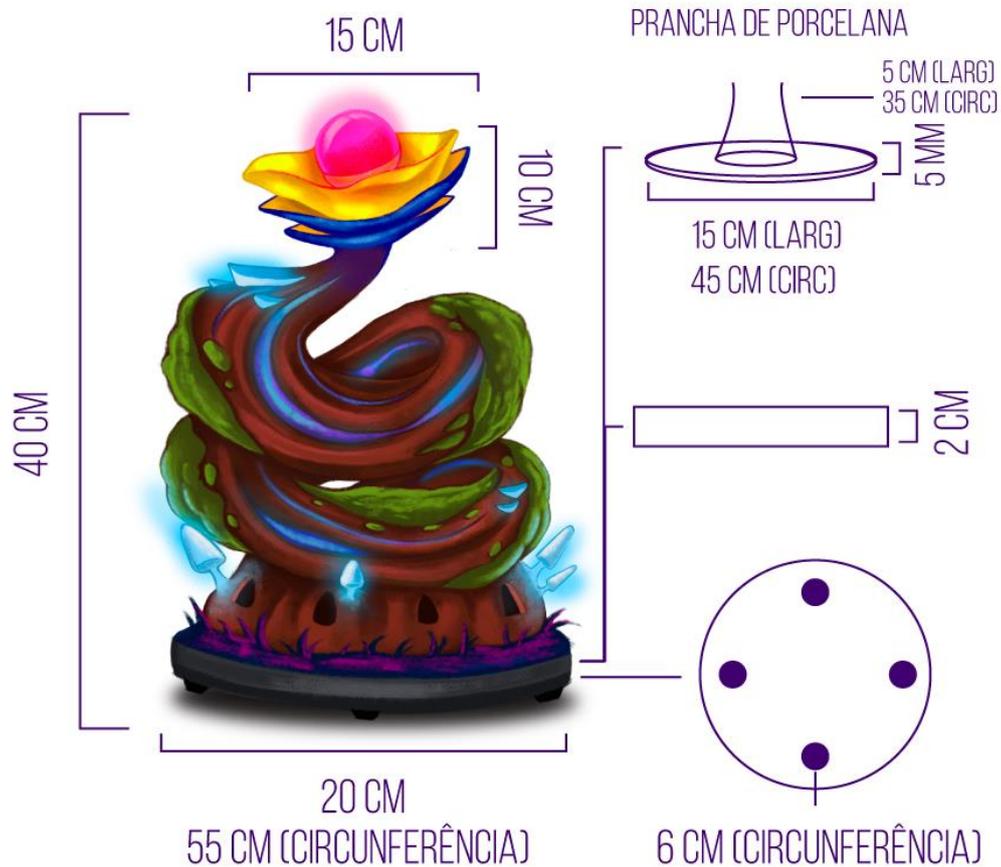
Fonte: Do autor (2021).

Na sequência serão explicadas demais medidas com o modelo 3D do produto e possíveis especificações necessárias.

7.2 Medidas

Para a realização do projeto, foi importante definir medidas para que se pudesse construir o seu molde em 3D e fazer o levantamento do custo de produção. As seguintes medidas foram baseadas em uma luminária já existente.

Figura 32 – Medidas da luminária



Fonte: Do autor (2021).

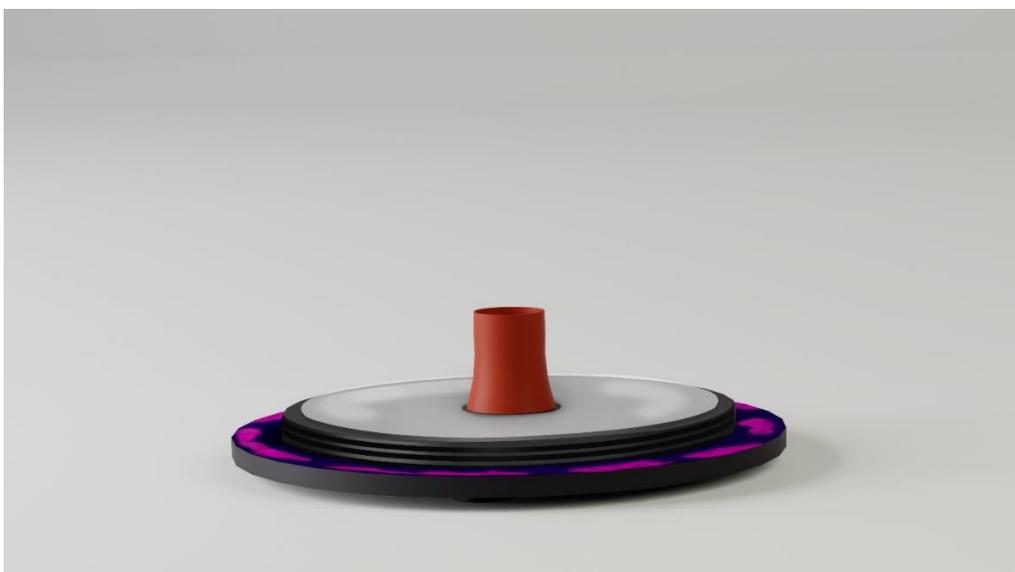
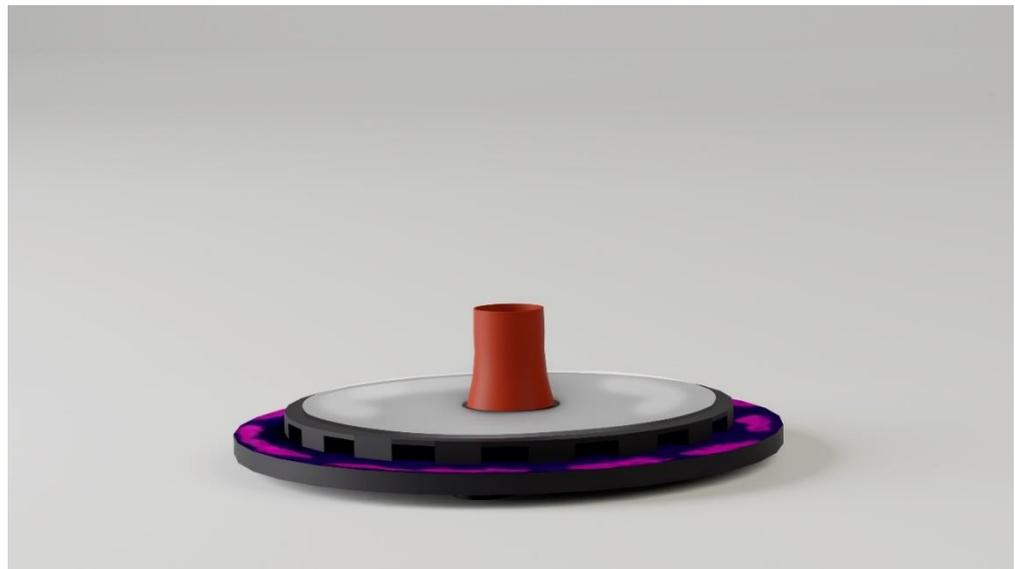
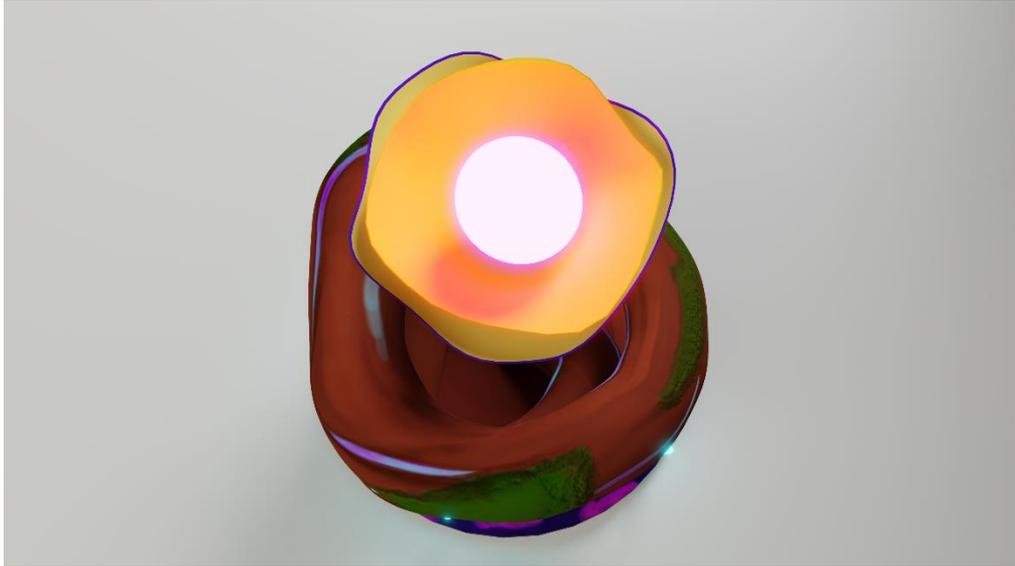
Essas foram as medidas definidas para a construção do projeto e que serão utilizadas para a montagem de seu modelo digital escala real. Com isso será possível, posteriormente, definir valores em relação à impressão.

7.3 Modelo 3D

Nesta etapa foi realizada a maquete em formato 3D do produto final. Aqui foi possível entender dimensões e como cada peça vai de encontro à outra formando o produto final. Assim já se tem moldes virtuais para a produção da luminária. O render da arte 3D (FIGURA 33) foi feito pela artista *freelancer* Patrícia Klauck, a partir do próprio desenho 2D autoral da luminária.

Figura 33 – Modelo 3D do projeto





Fonte: Do autor (2021).

A partir do render 3D se pode ter a ideia de como o produto seria em escala real, em relação a tamanho e dimensões. A arte renderizada do produto será utilizada para a produção do produto real, a qual substitui um desenho técnico do projeto por ser desenhado de forma muito orgânica e não linear.

Dando segmento ao projeto, os próximos subcapítulos tratarão de detalhes finais como definição de nome, cards e questões de valores.

7.4 Naming do projeto

Para complementação e geração de identidade do projeto, foi pensado em um nome. O nome de um projeto é o que irá definir a sua identidade e como ele será conhecido. A partir de um esquema de palavras-chave que embasam o conceito, foram selecionadas palavra sinônimas até se chegar na melhor alternativa (FIGURA 34).

Figura 34 – Naming do projeto

PALAVRAS-CHAVE	ALTERNATIVAS	MELHOR ALTERNATIVA
Luz		
Luminosidade	Clarividência	
Clareza	Encanto	
Magia	Aurora Luminosa	
Liberdade	Floreio Encantado	
Esperança	Ilumine	
Brilho	Colorize	
Clarão	Aurília (Aurora + personagem Lillia)	
Resplendor		
Flor		
		Aurília

Fonte: Do autor (2021).

O nome do produto, portanto, foi definido como “Aurília”, fazendo referência à palavra Aurora – a qual significa clareza, nascimento de algo novo – junto do nome Lillia, principal referência para o projeto.

7.5 Instruções de uso e dicas

Como citado anteriormente, o projeto abordará questões terapêuticas, como a cromoterapia e a aromaterapia. No Capítulo 4, foram mencionadas as funções específicas das cores e aromas e o modo que eles atuam em nosso organismo. Tendo isso em mente, para facilitar a utilização do produto, foi desenvolvido um card em tamanho A6 (148 x 105mm) que contém um pequeno texto de apresentação do projeto. Além disso, estará informado o aplicativo que controla a lâmpada, o “Elgin Smart”, disponível para sistema Android e IOS. Para que se evite danos no envio, a lâmpada será enviada em sua própria caixa, dessa forma, instruções de uso e dúvidas específicas estarão ali contidas em suas próprias instruções.

O texto de apresentação do produto foi elaborado com tópicos e dicas sobre combinações de essências, funções de cores para questões específicas e aromas recomendados para cada situação. Essas informações serão aplicadas posteriormente no material gráfico que acompanhará o produto.

7.5.1 Desenvolvimento gráfico

Nesta etapa, foi desenvolvida a parte gráfica do projeto. Definiram-se as cores, o *lettering* com o nome do produto e as informações já citadas. Deu-se início, assim, ao desenvolvimento da arte do nome, seguindo o conceito lúdico e orgânico que o projeto apresenta.

A proposta do pequeno card que acompanhará o projeto é facilitar e auxiliar o entendimento, além de tornar o projeto atrativo, por isso, foi desenvolvida uma arte *lettering* para acompanhá-lo. Com a ideia em mente, fez-se um esboço de um desenho inicial que teve como inspiração a famosa logo da Coca-Cola, pelas características de ser um *lettering* com movimento, uma identidade que mantém sua atemporalidade (FIGURA 35).

Figura 35 – Proposta de Lettering



Fonte: Do autor (2021).

A fonte Myteri foi escolhida para realização do *lettering*, por ser uma fonte gratuita para uso pessoal que possui adereços que fazem referência à natureza. A fonte foi utilizada na parte frontal do card, com tamanho de 100 pt. Como fonte auxiliar para compor os textos do card, foi selecionada a fonte “Gotham Book”, por ser uma fonte popular, sem serifas, com um *design* que facilita a leitura do usuário, sem cansar os seus olhos. Os textos contam com o tamanho de 12 pt na parte frontal e 10 pt nos textos da parte traseira. E para a fonte que compôs os títulos foi selecionada a “Bebas Neue Pro Bold”, para dar destaque aos tópicos que serão abordados, também sendo sem serifas e uma fonte agradável de se ler, sendo seus textos em tamanho de 25 pt (FIGURA 36).

Figura 36 – Fontes do projeto



Fonte: Do autor (2021).

A partir disso, pequenas modificações no corpo da fonte Myteri foram feitas (FIGURAS 37 e 38), para melhor adequá-la à proposta do projeto.

Figura 37 – Adaptação da fonte



Fonte: Do autor (2021).

Figura 38 – Detalhamento de alterações



Fonte: Do autor (2021).

Após essas definições, deu-se início à construção do card. A impressão será feita em papel Couchê brilho (FIGURA 39), gramatura 170g em tamanho A6 (148mm x 105mm) e impressão a laser, frente e verso.

Figura 39 – Folhas de papel Couchê



Fonte: Andrade (2020).

Com isso, seguiu-se para as aplicações e detalhes técnicos do card como: cores, fontes e informações adicionais, como dicas de aromas e uso adequado das cores. As cores utilizadas no desenvolvimento do card foram as mesmas utilizadas na paleta de cores do objeto, apresentada na Figura 23. O card conta com a frente e o

verso decorados. O *design* do card foi desenvolvido pensando no contexto do projeto, com a entonação da magia e tranquilidade que são os fundamentos desse trabalho, por esse motivo cores frias (roxo e rosa) foram as predominantes na criação dessa arte (FIGURA 40).

Figura 40 – Paleta de cores do card

C 0% M 100% Y 19% K 1% R 92 G 19 B 107 #5C136B	C 14% M 90% Y 0% K 0% R 235 G 51 B 201 #EB33C9	C 71% M 63% Y 59% K 9% R 96 G 96 B 96 #606060	C 81% M 77% Y 68% K 40% R 56 G 56 B 56 #383838	C 0% M 96% Y 82% K 0% R 255 G 0 B 0 #FF0000
C 0% M 73% Y 89% K 0% R 252 G 120 B 0 #FC7800	C 5% M 7% Y 96% K 0% R 255 G 236 B 0 #FFEC00	C 94% M 0% Y 100% K 0% R 34 G 175 B 0 #22AF00	C 91% M 80% Y 0% K 0% R 0 G 49 B 255 #0031FF	C 55% M 93% Y 0% K 0% R 154 G 0 B 191 #9A00BF

Fonte: Do autor (2021).

A seguir, encontra-se a imagem frente e verso do card (FIGURA 41).

Figura 41– Arte do card



Muito obrigado por adquirir o seu novo acessório! Diretamente do universo de League Of Legends, essa luminária o transportará diretamente a um mundo de paz, sossego e repouso. Mas lembre-se: ela não substitui um tratamento profissional. **Seja bem-vindo/a à experiência de Aurília, aproveite!**

♦ **Uso dos aromas**

Indivíduo Depressivo:
Bergamota, Jasmin e Camomila.

Indivíduo Ansioso: Bergamota, Limão, Ilangue-ilangue, Alfazema, Nardo e Patchouli.

Insônia: Lavanda.

♦ **Uso das cores**

- ◉ Motiva e estimula
- ◉ Estimula a concentração
- ◉ Energiza, purifica, estimula o sistema nervoso central
- ◉ Equilibra o corpo e mente
- ◉ Reduz ansiedade, diminui estresse e auxilia com o sono
- ◉ Calmante, relaxa a musculatura e evita a fadiga

Fonte: Do autor (2021).

Seguindo para aspectos mais técnicos, foram definidas medidas para uma melhor distribuição de conteúdo e informações. Na Figura 42 estão localizadas barras que indicam valores das margens, distribuições e afins.

Figura 42 – Medidas de margens do card



Figura 43 – Análise de card impresso



Fonte: Do autor (2021).

Com todas essas informações definidas, partiu-se para a questão orçamentária do projeto, com levantamento de custos gerais das etapas que irão compor o desenvolvimento de todo o projeto.

8 IMPLEMENTAÇÃO

Chegou-se à terceira etapa do *Human Centered Design*, conhecida como implementação da solução desenvolvida. Após a realização de etapas anteriores, com especificações de medidas e protótipo em 3D, foi realizado um levantamento de valores para que se tivesse uma estimativa de custo de produção e de possível valor para o mercado.

A implementação do produto foi pensada para um público específico: os jogadores de League of Legends. A ideia de divulgação viria a partir de grupos em redes sociais e fóruns relacionados ao jogo, juntamente de seus consumidores, gerando uma grande rede de divulgação orgânica e inorgânica dentro das mídias. Para a que o projeto se torne menos custoso e que se consiga administrar a produção junto com um prazo adequado, foi considerada a abertura de “disponibilidade de encomendas” de forma mensal (inicialmente), sendo a produção de no máximo quinze/mês. Para que o usuário tenha uma melhor experiência, foi pensando no envio gratuito de duas essências selecionáveis na hora da compra, as quais seriam inicialmente fornecidas a partir de parcerias com empresas especializadas, como métodos de troca de divulgação. A empresa selecionada para a troca de divulgações foi a Aurora Boreal Aromas, uma empresa gaúcha localizada na cidade de Mato Leitão, a qual disponibilizaria os aromas em frascos de 10ml.

8.1 Planejamento de custos

Nesta etapa foi realizado o gerenciamento de custos para a produção do projeto. Cada parte e processo que compõe o produto foi consultada e orçada com sites de vendas e profissionais das áreas, para que se tivesse uma estimativa real em

relação ao custo da produção e assim fosse possível desenvolver um valor de venda justo. Foram levantados dados de custo dos seguintes itens: impressão 3D, lâmpada, prancha de porcelana, fiação elétrica, acabamentos finais e impressão de cards. Lembrando que foram estimados a partir de demais valores pré-existentes e orçamentos realizados a partir de outros fornecedores.

Com essas informações, foram definidos os demais responsáveis pela produção das peças. Os orçamentos da impressão 3D e acabamentos foram feitos com empresas como: Fluxo 3D, EngiPrinters e com freelancers, junto dos acabamentos finais. A impressão dos cards foi orçada por gráficas on-line, como ANS e 360 Imprimir, e físicas, como Xerox Center e Imprimex. A impressão física, parte elétrica e acabamentos será realizada pelo *freelancer* Sebastian Bosquerolli. Para a impressão dos cards, optou-se pela gráfica Xerox Center, localizada em Venâncio Aires, a qual suprirá a demanda solicitada por valores adequados e características necessárias. A placa de porcelana será desenvolvida pela empresa Chiarotti, a qual desenvolve peças de porcelana personalizadas sob encomenda.

Seguindo para a fonte de iluminação do projeto, foi realizada uma breve pesquisa sobre lâmpadas smart, que foram selecionadas para compor o projeto. A seguir, na Figura 44, apresenta-se uma tabela com as características de cada lâmpada analisada.

Figura 44 – Pesquisa de mercado sobre lâmpadas

LÂMPADAS	NOME	WATTS	TIPO DE LUZ	MÉDIA DE VALOR
	Lâmpada Xiaomi Yeelight Rgbw E27 Bivolt 10w Wifi Original	8,5 watts	Luz de LED	De R\$ 119,90 a R\$137,90
	Smart Lâmpada Inteligente Intelbras EWS 410	7/10 watts	Luz de LED	De R\$ 69,90 a R\$79,90
	Smart Lâmpada Led Colors, 10w Bivolt Wi-Fi - Elgin	10 watts	Luz de LED	De R\$ 60,80 a R\$62,90

Fonte: Do autor (2021).

A pesquisa foi feita a partir de três tipos de lâmpadas, encontradas em sites de vendas como Amazon e Mercado Livre, que são populares sites de vendas de produtos diversos. Após análise de qualidade e descrições, chegou-se à conclusão de que a “Lâmpada 3 – Smart Lâmpada Led Colors, 10W Bivolt, Wi-Fi – Elgin” seria a mais adequada pelos fatores: valor, praticidade e qualidade. Ela conta com o aplicativo Elgin Smart, o qual pode ser instalado no celular de seu usuário. A lâmpada também é compatível com acessórios como Alexa – assistente da Amazon – e com o Google Assistente. O aparelho permite controle da intensidade da luz e cores do espectro RGB⁵. Essa parte cumprirá a função da cromoterapia da proposta.

Após a estimativa de um valor adequado para a comercialização do produto, realizou-se a definição de detalhes finais. Definiu-se o valor de R\$ 645,00 por produto para a comercialização, conforme Figura 45.

⁵ RGB é a abreviatura de um sistema de cores aditivas em que o vermelho, o verde e o azul são combinados de várias formas de modo a reproduzir um largo espectro cromático.

Figura 45 – Tabela de valores

SERVIÇO/PRODUTO	MÉDIA DE VALOR
Impressão 3D Completa	R\$150
Smart Lâmpada Led Colors, 10w Bivolt Wi-Fi - Elgin	R\$ 60
Prancha de porcelana	R\$ 50
Instalação de parte elétrica	R\$ 80
Acabamentos finais	R\$50
Impressão de cards em Couche 170g (16 unid.)	R\$ 40
Total	R\$ 430
VALOR MÉDIO ESTIPULADO	

R\$ 645

Fonte: Do autor (2021).

A luminária poderá ser adquirida por sites de vendas como Mercado Livre e Amazon, pela segurança, conveniência, métodos de pagamentos mais flexíveis e envios feitos de forma segura e prática. Para que mais pessoas possam adquirir o produto, também será permitido o parcelamento em até 12x sem juros (R\$ 53,75),

dando margem de lucro de 50% por cada venda realizada. Dessa forma, se espera que o projeto possa ajudar diversos jogadores que adquirirem o produto por todo o país.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar sobre problemas psicológicos precisa deixar de ser um tabu. É necessário gerenciar a empatia comunitária em relação a esse tipo de problemática, tornando-a pauta em diversos momentos e tempos em nossa sociedade. Foi com esse intuito que este projeto foi pensado: utilizar um dos maiores jogos da atualidade, League of Legends, para falar sobre questões psicológicas que a sociedade insiste em reprimir até hoje.

Dessa maneira, por meio de pesquisas aprofundadas sobre o tema, foi possível entender como questões como a pandemia afetaram a saúde mental dos brasileiros e como a relação entre tecnologia e Geração Z tornou-se prejudicial ao desenvolvimento intelectual e à estabilidade mental dessas pessoas. Além disso, percebeu-se que a temática da saúde mental ganhou espaço dentro de jogos digitais, os quais muitas vezes estimulam de forma lúdica a procura de tratamentos e a fala sobre o problema. League of Legends é um exemplo disso, pois aborda o problema nas histórias de alguns de seus personagens, por isso, um de seus campeões foi a grande inspiração do tema visual e conceitual do projeto.

A fim de validar essa relação entre o jogo e a saúde mental, foram pesquisadas matérias que afirmam que o game realmente melhorou a qualidade de vida e ajudou no processo curativo na vida de seus jogadores. A partir disso, viu-se a necessidade de mais projetos que auxiliem nesse processo de conhecimento e de desconstrução sobre a temática, e assim surgiu a ideia de desenvolver um projeto com impacto positivo.

Para que se pudesse desenvolver o projeto de uma luminária de forma efetiva, foi necessário, primeiramente, entender o que o jogo significava para seus jogadores. Logo, cinco pesquisas foram realizadas para estar em contato direto com o público.

O desenvolvimento do projeto possibilitou entender o comportamento do *design* emocional em relação ao comportamento dos seres humanos. Percebeu-se que um *design* pode impactar de diversas formas, causando diversas sensações e sentimentos em seu público.

A produção contou com a metodologia *Human Centred Design*, considerada ideal para o processo de desenvolvimento do projeto. Pesquisas qualitativas foram essenciais nas etapas de levantamento de dados, pois permitiram entender como o jogo *League of Legends* tinha influência na vida de seus usuários. Percebeu-se também a necessidade de estabelecer conversas com profissionais da área da saúde, uma psicóloga e um terapeuta holístico, o que permitiu entender melhor as vertentes da psicologia que iriam compor o projeto. Esses profissionais também validaram e deram dicas em relação a essa etapa do desenvolvimento.

A etapa criativa ocorreu a partir da análise de diversos processos, começando com a definição do projeto por meio de ferramentas criativas como o *brainstorming*, passando por pesquisas com o público e por análises aprofundadas de produtos similares. Com essas pesquisas, foi possível definir os principais aspectos que foram abordados no projeto, como a cromoterapia e a aromaterapia, trazendo à tona uma luminária temática que busca auxiliar com problemas psicológicos. O aspecto místico é o conceito do projeto, o qual cria uma atmosfera confortável para seus usuários, inspirada pela personagem Lillia de *League of Legends*.

Seguindo as etapas propostas pelo HCD, foram realizadas mais pesquisas, as quais envolveram desde o processo de construção do projeto, em aspectos de alternativas mais adequadas, até a seleção do desenho que seria desenvolvido. Na sequência, deu-se segmento à escolha de cores, matérias e processos que compõem o projeto final. A prototipação em 3D foi a alternativa escolhida momentaneamente. Com isso, foi possível visualizar dimensões e tamanhos, e também obter o molde pronto para uma posterior produção. A escolha do nome veio a partir da junção de alternativas, gerando “Aurília”, nome com entonação mágica e mística que intitula o produto final, o qual será utilizado como conceito inicial de um projeto que futuramente será produzida e introduzido ao mercado.

O desenvolvimento deste projeto possui um caráter um tanto quanto pessoal, por isso, foi emocionante abordar um tema em que o autor é o desenvolvedor e ao mesmo tempo o público. A experiência de criar o projeto, pesquisar métodos,

materiais, processos e ter um envolvimento com o público demonstrou o quanto o processo do *design* não é linear, e é isso o que torna desafiador e divertido. Fica evidente o quanto o *design* e seus processos são importantes, pois podem mudar percepção sobre alguns temas.

A pesquisa mostrou que é de suma importância que o profissional do *design* sempre se mantenha atento aos problemas da sociedade, posicionando-se e buscando as mais diversas soluções, dando visibilidade a pautas que, para muitos, ainda podem ser vistas como desnecessárias e/ou irrelevantes.

REFERÊNCIAS

- 2ND MUSHROOM lamp. **Pinterest**, 2016. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/283163895308612459/>. Acesso em: 24 ago. 2021.
- 25 LINDAS luminárias de PVC. **Como fazer em casa**, 23 mar. 2020. Disponível em: <https://comofazeremcasa.net/25-lindas-luminarias-de-pvc/>. Acesso em: 24 ago. 2021.
- 3D PRINTED Led Thresh Lantern League of Legends. **Etsy**, 2020. Disponível em: https://www.etsy.com/listing/246864013/3d-printed-led-thresh-lantern-league-of?utm_source=OpenGraph&utm_medium=PageTools&utm_campaign=Share. Acesso em: 24 ago. 2021.
- 5 PROBLEMAS causados pelo uso excessivo do celular. **Ortoponto**, 2017. Disponível em: <https://www.ortoponto.com.br/m/blog/5ffc3d30c3dbe73d342ea55f/5-problemas-causados-pelo-uso-excessivo-do-celular>. Acesso em: 12 jul. 2021.
- ABS. **Polymershapes**, 2021. Disponível em: <https://www.polymershapes.com/product/abs/>. Acesso em: 24 ago. 2021.
- ACTION figure anime Studio Ghibli. **Geek Magazine**, 2021. Disponível em: <https://www.geekmagazine.com.br/action-figure-anime-studio-ghibli-hayao-miyazaki-a-viagem-de-chihiro-kaonashi-guard-you/>. Acesso em: 24 ago. 2021.
- ALTA qualidade haste de nylon. **Alibaba.com**, 2021. Disponível em: <https://portuguese.alibaba.com/product-detail/high-quality-cast-nylon-rod-plastic-polymer-pa6-nylon-polyethylene-rod-62071142818.html>. Acesso em: 24 ago. 2021.
- ANDRADE, Priscila. Produção do papel. **Design Estudos**, 20 maio 2020. Disponível em: <https://scilandrade.wordpress.com/2020/05/20/producao-do-papel/>. Acesso em: 30 set. 2021.
- AZEVEDO, Théo. "Passava 18 horas jogando LoL"; conheça as histórias de viciados em games... **Start**, 22 dez. 2015. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2015/12/21/passava-18-horas-jogando-lol-conheca-as-historias-de-viciados-em-games.htm>. Acesso em: 15 jun. 2021.

BAHLS, Saint-Clair; BAHLS, Flávia Rocha Campos. Depressão na adolescência: características clínicas. **Interação em Psicologia**, v. 6, n. 1, p. 49-57, 2002.

BARRETO, Erika. Review: Life is strange - Episódio 1: Chrysalis. **Showmetech**, 19 nov. 2016. Disponível em: <https://www.showmetech.com.br/review-life-is-strange-episodio-1-chrysalis/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

BENTON, Ellie. [Pessoas e animais com cores vibrantes]. **Cena POP**, 2016. Disponível em: <https://cenapop.uol.com.br/noticias/arte-lifestyle/121313-artista-usa-cores-vibrantes-para-fazer-lindos-retratos-de-pessoas-e-animais.html>. Acesso em: 30 set. 2021.

BERGAMO, Karolina. Conheça “Rainy Day”, um jogo sobre ansiedade e depressão. **Veja**, 4 jul. 2018. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/bem-estar/conheca-rainy-day-um-jogo-sobre-ansiedade-e-depressao/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

BERGMANS, Pieke. Luminária com design diferente parece derretida. **Casa e Jardim**, 2015. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Revista/Common/0,,EMI170278-16940,00-LUMINARIA+COM+DESIGN+DIFERENTE+PARECE+SER+DERRETIDA.html>. Acesso em: 24 ago. 2021.

BERRY Verrine. **Pinterest**, 2021. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/744712488386693156/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

BLINKA, Lucas; SMAHEL, David. Dependência virtual de role-playing games. *In*: YOUNG, Kimberly S.; ABREU, Cristiano Nabuco de; VERONESE, Maria Adriana Veríssimo. **Dependência de internet: manual e guia de avaliação e tratamento**, Porto Alegre: Artmed, 2011.

BRASIL é considerado o país mais ansioso do mundo e o 5º mais depressivo. **BAND**, 12 nov. 2020. Disponível em: <https://www.band.uol.com.br/entretenimento/brasil-e-considerado-o-pais-mais-ansioso-do-mundo-e-o-5o-mais-depressivo-16315866>. Acesso em: 15 jun. 2021.

BRASIL. Ministério da Cultura. **2º censo da indústria brasileira de jogos digitais**. Brasília: Ministério da Cultura, 2018. Disponível <http://www.sedetur.al.gov.br/servicos-internos/observatorio-da-economia-criativa-e-do-turismo/publicacoes-de-instituicoes-parceiras/censo-da-industria-brasileira-de-jogos-digitais/send/62-censo-da-industria/136-2-censo-da-industria-brasileira-de-jogos-digitais>. Acesso em: 15 jun. 2021.

BRASIL lidera casos de depressão na quarentena, aponta pesquisa da USP. **CNN**, São Paulo, 8 fev. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/brasil-lidera-casos-de-depressao-na-quarentena-aponta-pesquisa-da-usp/>. Acesso em: 15 jul. 2021.

BUTCHER, Isabel. 89% das crianças e dos adolescentes brasileiros são usuários de Internet. **Teletime**, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://teletime.com.br/23/06/2020/89-das-criancas-e-dos-adolescentes-brasileiros-sao-usuarios-de-internet/#:~:text=89%25%20das%20crian%C3%A7as%20e%20dos%20adolescentes%20brasileiros%20s%C3%A3o%20usu%C3%A1rios%20de%20Internet,-Por&text=%5BPublicado%20no%20Mobile%20Time%5D%20No,que%20representa%2018%25%20dessa%20popula%C3%A7%C3%A3o..> Acesso em: 15 jun. 2021.

CÂMARA, Rafaela. Rede de apoio é essencial para superar a depressão. **Sempre Bem**, 2019. Disponível em: <https://semprebem.paguemenos.com.br/posts/saude/rede-de-apoio-e-essencial-para-superar-a-depressao>. Acesso em: 15 jun. 2021.

CERCA de 800 mil pessoas se suicidam por ano, diz OMS. **Deutsche Welle**, 9 set. 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/cerca-de-800-mil-pessoas-se-suicidam-por-ano-diz-oms/a-50362650>. Acesso em: 15 jun. 2021.

COELHO, Beatriz. Tipos de pesquisa: abordagem, natureza, objetivos e procedimentos. **Mettzer**, 20 set. 2019. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/tipos-de-pesquisa/#Tipo-de-pesquisa-qualitativa>. Acesso em: 12 jul. 2021.

CONHEÇA agora mesmo o Human Centered Design (HCD) e saiba como aplicá-lo com 5 dicas! **SEBRAE Alagoas**, 9 jan. 2020. Disponível em: <https://blog.sebraealagoas.com.br/gestao/conheca-agora-mesmo-o-human-centered-design-hcd-e-saiba-como-aplica-lo-com-5-dicas/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

COSTA, L. N. Bezerra da; BARROS, M. E. Martins Arruda; SANTOS, J. Martins dos. O uso do jogo trilha da química para facilitação do aprendizado. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE QUÍMICA, 58., 2018, São Luís, MA. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ABQ, 2018. Disponível em: <http://www.abq.org.br/cbq/2018/trabalhos/14/1002-26579.html>. Acesso em: 12 jul. 2021.

DESENHOS de caras. **Pinterest**, 2021. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/48343395987173926/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

DEPRESSÃO cresce no mundo, segundo OMS; Brasil tem maior prevalência da América Latina. **G1**, 23 fev. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/depressao-cresce-no-mundo-segundo-oms-brasil-tem-maior-prevalencia-da-america-latina.ghtml>. Acesso em: 15 jun. 2021.

DEPRESSÃO. **Organização Mundial da Saúde**, 2021. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/topicos/depressao>. Acesso em: 15 jun. 2021.

DOMECQ, Jean-Louis. Zig zag floor. **Dimlux**, 2018. Disponível em: <https://dimlux.com.br/produto/zigzag-floor/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

DRAGON Castle – lamp and tealight holder. **Figuren Shop**, 2016. Disponível em: <https://www.figuren-shop.de/en/gothic-shop/artists/monte-m.-moore/dragon-castle-lamp-and-tealight-holder::11014.html>. Acesso em: 24 ago. 2021.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 6. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

FERREIRA, Thaís de Souza Deluca; SILVA, Rodrigo Ribeiro. Grupos e comunidades online no combate à depressão de jogadores. **SBGames**, Rio de Janeiro, v. 18, p. 851-854, out. 2019. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2019/files/papers/CulturaShort/198155.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2021.

FIDGET cube. Um cubo com botões que ajudam a melhorar a concentração. **Observador**, 26 set. 2016. Disponível em: <https://observador.pt/2016/09/26/fidget-cube-um-cubo-com-botoes-que-ajudam-a-melhorar-a-concentracao/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

FIDGET spinner: o brinquedo que ajuda crianças a lidar com ansiedade. **Gazeta do Povo**, 25 maio 2017. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/fidget-spinner-o-brinquedo-que-reduz-a-ansiedade/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

FRANCISCO, Ed. Psicologia das cores Design. **Chief of design**, 26 jul. 2018. Disponível em: <https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

GOBÉ, M. **Brandjam**: O design emocional na humanização das marcas. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

GUERIN, Cíntia Soares; PRIOTTO, Elis Maria Teixeira Palma; MOURA, Fernanda Carminati de. Geração Z: a influência da tecnologia nos hábitos e características de adolescentes. **Revista Valore**, v. 3, ed. esp., p. 726-734, 2018. Disponível em: <https://valore.homologacao.emnuvens.com.br/valore/article/view/187>. Acesso em: 15 jun. 2021.

HA, Jee Hyun; CHIN, Bumsu; PARK, Doo-Heum; RYU, Seung-Ho; YU, Jaehak. Characteristics of excessive cellular phone use in Korean adolescents. **CyberPsychology & Behavior**, v. 11, n. 6, p. 783-784, 2008. Disponível em: <https://www.liebertpub.com/doi/pdf/10.1089/cpb.2008.0096>. Acesso em: 15 jun. 2021.

HUMAN Centered Design: kit de ferramentas. 2. ed. California: IDEO, [2017]. Disponível em: <http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/HCD-Ouvir.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2021.

ISSA, Tomayess; ISAIAS, Pedro. Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: a practical study. **Information Processing & Management**, v. 52, n. 4, p. 592-617, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306457315001430?via%3Dihub>. Acesso em: 15 jun. 2021.

KLEIN, Melanie. **Contribuições à psicanálise**. São Paulo: Mestre Jou, 1981.

LABOISSIÈRE, Paula. No Dia Mundial da Saúde, OMS alerta sobre depressão. **História, Ciências, Saúde - Manguinhos**, abr. 2017. Disponível em: <http://www.revistahcsm.coc.fiocruz.br/no-dia-mundial-da-saude-oms-alerta-sobre-depressao/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LALANNE, François-Xavier. A pigeon table lamp, circa 1991. **Christie's**, 2012. Disponível em: <https://www.christies.com/lot/lot-francois-xavier-lalanne-a-pigeon-table-lamp-circa-5644726/?pos=49&intObjectID=5644726&sid=>. Acesso em: 24 ago. 2021.

LEAGUE of Legends: Wolf desabafa sobre transtornos mentais e anuncia aposentadoria. **SporTV**, 29 nov. 2019. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/e-sportv/lol/noticia/league-of-legends-wolf-desabafa-sobre-transtornos-mentais-e-anuncia-aposentadoria.ghtml>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOL - LEAGUE of Legends. Ionia. **LOL**, 2021a. Disponível em: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/region/ionia/. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOL - LEAGUE of Legends. Jinx, o gatilho desenfreado. **LOL**, 2021b. Disponível em: <https://br.leagueoflegends.com/pt-br/champions/jinx/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOL - LEAGUE of Legends. Kai'sa, a filha do vazio. **LOL**, 2021c. Disponível em: <https://br.leagueoflegends.com/pt-br/champions/kai-sa/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOL - LEAGUE of Legends. Lillia: o Florir Receoso. **LOL**, 2021d. Disponível em: <https://br.leagueoflegends.com/pt-br/champions/lillia/#:~:text=Lillia%20ganha%20ac%C3%BAmulos%20de%20Velocidade,na%20por%C3%A7%C3%A3o%20externa%20do%20c%C3%ADrculo>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOL - LEAGUE of Legends. Região de Ionia [2]. **LOL**, 2021e. Disponível em: <https://ru.leagueoflegends.com/pt-br/news/lore/regioes-de-legends-of-runeterra-ionia/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOL - LEAGUE of Legends. The Void. **LOL**, 2021f. Disponível em: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/region/void/. Acesso em: 15 jun. 2021.

LOTÉRIO, Ligia. Hand spinner alivia estresse e ansiedade? Para que serve, onde comprar e como fazer. **VIX**, 2020. Disponível em: <https://www.vix.com/pt/saude/546629/hand-spinner-alivia-estresse-e-ansiedade-para-que-serve-onde-comprar-e-como-fazer>. Acesso em: 15 jun. 2021.

LUDO Multiplayer. 2021. Disponível em: <https://poki.com.br/g/ludo-multiplayer>. Acesso em: 12 jul. 2021.

LUDOTERAPIA: a psicoterapia através do brincar. **Vittude**, 28 nov. 2019. Disponível em: <https://www.vittude.com/blog/ludoterapia/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

LUMINÁRIA artesanal/abajur do Mario Bros. **Elo7**, 2021. Disponível em: <https://www.elo7.com.br/luminaria-artesanal-abajur-do-mario-bros/dp/7BBAE6>. Acesso em: 24 ago. 2021.

MARTINS, Daniela Alves. **Adolescentes, internautas, família e depressão**: estudo da relação entre a utilização da internet e das redes sociais, o ambiente familiar e a sintomatologia depressiva. 86 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade de Lisboa, Lisboa, 2013. Disponível em: https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/9495/1/ulfpie044692_tm.pdf. Acesso em: 15 jun. 2021.

MENGEL, Friederike. Computer games and prosocial behaviour. **PLOS ONE**, v. 9, n. 4, abr. 2014. Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0094099>. Acesso em: 15 jun. 2021.

MIAMI coast synthwave aesthetic art print. **Pinterest**, 2021. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/96334879519924887/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

NOEALZ on Twitter. **Pinterest**, 2021. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/159244536814077238/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

OS NOVOS sentimentos da Geração Z. **MECA**, 8 out. 2018. Disponível em: <https://medium.com/mecalovemeca/os-novos-sentimentos-da-gera%C3%A7%C3%A3o-z-fa28db2fca2a#:~:text=Nascida%20entre%201994%20e%202010,divis%C3%A3o%20de%20consultoria%20WGSN%20Mindset>. Acesso em: 15 jun. 2021.

O QUE é impressão 3D? Conheça a tecnologia de impressoras 3D! **3DLab**, 2019. Disponível em: <https://3dlab.com.br/impressao-3d-o-que-e/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

PASSOS, Letícia. Pesquisa mostra que 86% dos brasileiros têm algum transtorno mental. **Veja**, 31 jul. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/pesquisa-indica-que-86-dos-brasileiros-tem-um-transtorno-mental/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

PATRIOTA, Maria Eduarda de Proença Rosa. **O impacto da tecnologia móvel no relacionamento interpessoal da Geração Z**. 30f. Monografia (Graduação em Comunicação e Marketing) - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/6981>. Acesso em: 15 jun. 2021.

PEDROSO, Ariane Lima. "League of Legends" me ajudou a superar a depressão, ansiedade e insônia... **Start**, 9 nov. 2016. Disponível em: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2016/11/09/league-of-legends-me-ajudou-a-superar-a-depressao-ansiedade-e-insonia.htm>. Acesso em: 15 jun. 2021.

PLA: o plástico utilizado para impressões 3D. **Biofabros**, 2 set. 2014. Disponível em: <https://biofabris.com.br/pt/pla-o-plastico-utilizado-para-impressoes-3d/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. **On the Horizon**, Bingley, v. 9, n. 5, out. 2001. Disponível em: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2021.

POP IT – Push Pop – Bolha – Fidget – Stim Toy. **BmB Terapêuticos**, 2021. Disponível em: https://www.bmbterapeuticos.com.br/produto/pop-it-push-pop-bolha-fidget-stim-toy/?utm_term=&utm_campaign=Terap%C3%AAAuticos+e+Sensoriais&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=4967982827&hsa_cam=6668302319&hsa_grp=127069035108&hsa_ad=502223792304&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-778588035336&hsa_kw=&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=CjwKCAjwlrqHBhByEiwAnLmYUOC09_NaiSSAvRd5RwvRtNrRKECPrOxOGIbG2rV3LJ_eqo841zSXQBoC-n0QAvD_BwE. Acesso em: 12 jul. 2021.

QUAIS são os materiais utilizados na impressão 3D? **Muv 3D Print**, 2021. Disponível em: <https://muv3dprint.com.br/materiais-impressao-3d/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

RAMIREZ, Gonzalo. Terapia cognitiva comportamental: como é feita e quando é indicada. **Tua Saúde**, out. 2021. Disponível em: <https://www.tuasaude.com/terapia-cognitivo-comportamental/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

REIS, Manuel. Cromoterapia: o que é, benefícios e como é feita. **Tua Saúde**, jul. 2020. Disponível em: <https://www.tuasaude.com/beneficios-da-cromoterapia/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

REIS, Manuel. Aromaterapia: para que serve e como usar óleos essenciais. **Tua Saúde**, set. 2021. Disponível em: <https://www.tuasaude.com/aromaterapia/>. Acesso em: 12 set. 2021.

RIBEIRO, Gabriel Francisco. Doença? Calma... Vício em games agora é um transtorno mental: como isso pode ajudar ou atrapalhar quem joga muito. **UOL**, 14 nov. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/reportagens-especiais/o-vicio-em-jogos-e-considerado-disturbio-mental-quais-os-perigos-da-doenca/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

RIBEIRO, Clara. 14 luminárias que prometem transformar qualquer ambiente. **Blog da Arquitetura**, 16 jun. 2016. Disponível em: <http://www.blogdaarquitetura.com/14-luminarias-que-prometem-transformar-qualquer-ambiente/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

SABAITYTĖ, Jolanta; DAVIDAVIČIUS, Sigitas. Challenges and solutions of adopting public electronic services for the needs of Z generation. **International Journal of Learning and Change**, v. 9, n. 1, p. 17-28, 2017. Disponível em: <http://www.inderscience.com/offer.php?id=84242>. Acesso em: 15 jun. 2021.

SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do jogo**: fundamentos do design de jogos - principais conceitos. São Paulo: Blucher, 2012.

SALONEN, Teemu. Ceramic flower sculpture. **Pinterest**, 2013. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/440578776017481901/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

SILVA, Luzia de Fátima M. da; CASTELO BRANCO, Marília F. de; MICCIONE, Mariana M. A eficácia da terapia cognitivo-comportamental no tratamento da dependência química: uma revisão de literatura. **Estação Científica**, Juiz de Fora, n. 13, jan./jun. 2015. Disponível em: https://portal.estacio.br/docs%5Crevista_estacao_cientifica/01-13.pdf. Acesso em: 12 jul. 2021.

SPINNER, brinquedo, terapia. **Mercado Livre**, 2021. Disponível em: https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-915025285-spinner-brinquedo-terapia--_JM. Acesso em: 15 jun. 2021.

TABLE or desk lamp: "carnivorous plant flower". **Etsy**, 2021. Disponível em: https://www.etsy.com/listing/649203072/table-or-desk-lamp-carnivorous-plant?ref=sold_out-4&frs=1&epik=dj0yJnU9WUZpa0o3SXZRUFFBTVZNTHFUc0ZEBGxqWINVMktxU3ImcD0wJm49NjdCTIktTGNDMS1yc2NjN2E1UHNTdyZ0PUFBQUFBR0dSaWM4. Acesso em: 24 ago. 2021.

TERAPIAS integrativas: o que são? **CDD Crônicos do dia a dia**, jan. 2021. Disponível em: <https://cdd.org.br/noticia/saude-publica/terapias-integrativas-o-que-sao/>. Acesso em: 12 jul. 2021.

THOR night light. **Imgur**, 14 ago. 2013. Disponível em: <https://imgur.com/r/pics/U7v1ji4>. Acesso em: 24 ago. 2021.