

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE DESIGN

NICOLLI MENEGUSSI

DESIGN ESTRATÉGICO, INTÉLIGENCIA EMOCIONAL A CRIANÇA:
Aplicando o design positivo na compreensão das emoções desde a infância

São Leopoldo

2021

NICOLLI MENEGUSSI

**DESIGN ESTRATÉGICO, INTÉLIGENCIA EMOCIONAL E A CRIANÇA:
Aplicando o design positivo na compreensão das emoções desde a infância**

Projeto de Pesquisa apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design, pelo Curso de Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Leandro Miletto Tonetto

São Leopoldo

2021

“Conhece-te a Ti mesmo e conhecerás todo o universo e os deuses, porque se o que procuras não achares primeiro dentro de ti, não acharás em lugar algum.”

Sócrates

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, pela dádiva da vida e pela oportunidade de aprimoramento e evolução constante através desta rica jornada terrena.

Ao meu orientador, Prof. Leandro Miletto não só por toda a atenção, dedicação e colaboração com meu projeto, como também pela paciência e exigência acerca dos mínimos detalhes projetuais. De fato, sem a sua orientação e sabedoria este projeto não seria metade do que é

Aos meus professores de curso, por sua incansável dedicação à nobre profissão de ensinar. Em especial aos integrantes do Ateliê das Polentas, que se tornaram grandes referências para mim, levarei os sempre em meu coração.

Aos meus colegas de turma, que tornaram essa experiência totalmente única e verdadeira, repleta de humor, autenticidade, companheirismo e muito amor.

Aos meus pais e meu irmão, obrigada por todo o amparo, não só nesta etapa, mas também como em todas as outras. A vida é, definitivamente, mais intensa, completa e feliz com vocês ao meu lado.

E por último, mas com certeza não menos importante, dedico esta obra a minha eterna Vó Marlene, minha base e maior fonte de inspiração. Que, mesmo desencarnada fez-se presente de alguma forma durante todo o processo de desenvolvimento deste trabalho.

RESUMO

As emoções apresentam-se de forma inata e universal nos indivíduos. Experimentá-las está no cerne do ser humano. Desempenhando um papel decisivo no que se refere a um desenvolvimento emocional e psíquico saudável, em especial na idade pré-escolar, quando o indivíduo está formando sua identidade, personalidade e individualidade. Para que isso ocorra, torna-se necessária a compreensão e comunicação correta das próprias emoções, intitulada de inteligência emocional. O presente trabalho tem como objetivo investigar o universo das emoções, especialmente no que se refere ao seu diagnóstico na infância, a fim de explorar as possibilidades de atuação do Design Estratégico nesta temática. Diante da complexidade do cenário vislumbrado, optou-se por utilizar a abordagem metaprojetual, dadas as condições que tal metodologia oferece para reunir, identificar e analisar as informações obtidas e, desta forma, compor um conhecimento amplo do problema de projeto. A partir das pesquisas realizadas, sugere-se que a melhor forma de apresentar o objeto de pesquisa escolhido é inseri-lo na realidade da criança, de forma analógica e interativa. Para isso, utilizou-se das ferramentas da aprendizagem ativa e do Design Positivo para possibilitar a execução da autonomia infantil, aliada à exploração motora e cognitiva ao desenvolver a inteligência emocional dos pequenos.

Palavras-chave: Design Estratégico. Design Editorial. Design Emocional. Emoções. Psicologia Infantil.

ABSTRACT

Emotions are presented innately and universally in individuals. Experiencing them is at the heart of the human being. Playing a decisive role with regard to a healthy emotional and psychic development, especially in preschool age, when the individual is forming his identity, personality and individuality. For this to occur, it is necessary to understand and communicate the emotions themselves, entitled emotional intelligence. The present work aimed to investigate the universe of emotions, especially with regard to its diagnosis in childhood, in order to explore the possibilities of strategic design in this theme. Given the complexity of the scenario envisaged, we chose to use the Metaprojetual approach, given the conditions that such methodology offers to gather, identify and analyze the information obtained, and thus to make up a broad knowledge of the project problem. Based on the research esplanade, it is suggested that the best way to present the chosen research object is to insert it in the child's reality, in an analog and interactive way. For this, we used the tools of active learning and positive design to enable the execution of child autonomy, combined with motor and cognitive exploration when developing the emotional intelligence of the little ones.

Keywords: Strategic Design. Editorial Design. Emotional Design. Emotions. Child Psychology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Core Affect	30
Figura 2 - Modelo básico de compreensão sobre emoções em relação a produtos .	36
Figura 3 - Principais características envolvidas no design emocional de Norman	38
Figura 4 - Triângulo do Design Positivo	42
Figura 5 - Diagrama da metodologia projetual da fase de metaprojeto	53
Figura 6- Infográfico das informações do processo projetual	62
Figura 7 - Persona de projeto	64
Figura 8 - Storyboard 1/2	66
Figura 9 - Storyboard 2/2	68
Figura 10 - Expressões faciais das emoções básicas	70
Figura 11 - Mapas de empatia desenvolvidos 1/3	71
Figura 12 - Mapas de empatia desenvolvidos 2/3	73
Figura 13 - Mapas de empatia desenvolvidos 3/3	74
Figura 14 - Capa do Livro Emocionário	75
Figura 15 - Página alegria Livro Emocionário	76
Figura 16 - Ilustração da Raiva no Livro Emocionário	77
Figura 17 - Capa do Livro Vavá e Popó descobrem a família das emoções	78
Figura 18 - Livro Tenho Monstros na Barriga	79
Figura 19 - Banner ebook Tenho Monstros na Barriga	81
Figura 20 – Capa de um dos Livros da Escola da Inteligência	82
Figura 21 - Atividades de um dos livros da Escola	84
Figura 22 - Página com QR Code no livro da Escola da Inteligência	85
Figura 23 - Estrutura Lousa Mágica	87
Figura 24 - Lousa Mágica tradicional	88
Figura 25 - Página vovô e vovó Caras Divertidas	89
Figura 26 - Ilustração do <i>brainstorming</i> com palavras relacionadas à pesquisa feita até o momento	90
Figura 27- Ilustração dos conceitos destacados	91
Figura 28 - Mapa de Polaridades 1/3	92
Figura 29 - Mapa de Polaridades 2/3	93
Figura 30 - Mapa de Polaridades 3/3	95
Figura 31 - <i>Moodboard</i> Cenário Físico/Real	96

Figura 32 - <i>Moodboard</i> Cenário Fundamentado/Interativo.....	97
Figura 33 - <i>Moodboard</i> Cenário Divertido/História	98
Figura 34 - Esboço do <i>Concept</i>	100
Figura 35 - Elementos Sistema- Produto	102
Figura 36 - <i>Moodboard</i> Estímulos	104
Figura 37– <i>Moodboard</i> de inspiração para composição da marca.....	110
Figura 38 - Sketches da Identidade Visual.....	112
Figura 39 - Detalhamento da Marca.....	113
Figura 40 - Exemplo modelo de capa.....	114
Figura 41 - História livro 1/2	118
Figura 42 - História livro 2/2	119
Figura 43 - Organização estrutura do Livro	124
Figura 44 - Diagramação.....	125
Figura 45 - Estrutura página de conteúdo	126
Figura 46 - <i>Moodboard</i> de referências visuais para criação das ilustrações	127
Figura 47 - Esboço Nuvem.....	128
Figura 48 - Esboço expressões nuvem	129
Figura 49 - Imagem Sabiá-laranjeira	130
Figura 50 - Esboço Sábio Sabiá.....	131
Figura 51 - Resultado final dos personagens.....	132
Figura 52 - Esboço exemplo Ilustrações história.....	133
Figura 53 - Características Medo e Exemplo Cenário.....	135
Figura 54 - Exemplo Envelope Raiva	136
Figura 55 - Página de apoio	137
Figura 56 - Página Adesivos	138
Figura 57 - Página Atividade Plantinha	139
Figura 58 - Capa e contracapa.....	140
Figura 59 - Protótipo do livro – <i>Overview</i>	142
Figura 60 - Protótipo do livro - folhas adesivas	143
Figura 61 - Registro da validação com um dos grupos	145
Figura 62 - Anotações após validação com responsáveis e crianças	146
Figura 63 - Alteração cor Adesivo Capa.....	148
Figura 64 - Alteração página introdução	149
Figura 65 - Exemplo alteração menção emoções	150

Figura 66 - Página QR Code.....	151
Figura 67 - Páginas da versão final do Livro	152
Figura 68 - Visão geral da <i>Home</i>	154
Figura 69 - Tela fórum e selo verificação	155
Figura 70 - Tela loja do site	156
Figura 71 - Tela agenda	157
Figura 72 - Ciclo de uso do Livro.....	158
Figura 73- Tela de login Biblioteca Agora Eu	159
Figura 74 - Tela plataforma Biblioteca - Minha Estante.....	160
Figura 75 - Telas plataforma Biblioteca - Doações 1.....	161
Figura 76 - Telas plataforma Biblioteca - Doações 2.....	162
Figura 77 - Tela plataforma Biblioteca - Cupons	163
Figura 78 - Jornada de uso da Biblioteca Agora Eu	165
Figura 79 - Tela prototipação do site	166
Figura 80 - Jornada de uso do site Agora Eu	167
Figura 81 - Jornada Publicidade.....	168
Figura 82 - Pôster e adesivos.....	170
Figura 83 - Perfil no Instagram e Cards	171
Figura 84 - <i>Story</i> e <i>Stickers</i>	172
Figura 85 - Conta Youtube	173
Figura 86 - Jornada do Usuário 1/2.....	176
Figura 87 - Jornada do Usuário 2/2.....	177
Figura 88 - Pontos abrangidos pelo Projeto	178

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Quadro conceitual acerca das emoções e situações propostas na história de projeto	101
Quadro 2 - Características profissionais entrevistados	120
Quadro 3 - Características crianças e responsáveis	144
Quadro 4 – Planejamento Redes Sociais.....	174

LISTA DE SIGLAS

PSS	Sistema Produto-Serviço
HFE	Human Factors Engineering
CRM	Conselho Regional de Medicina
CRP	CRP (Conselho Regional de Psicologia)
CPF	Cadastro de Pessoas Físicas
CTA	<i>Call to Action</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Contexto	13
1.2 Problemas e Objetivos	17
1.2.1 Problema	17
1.2.2 Objetivo Geral	17
1.2.3 Objetivos Específicos	17
1.2 Organização do Trabalho	18
1.3 Justificativa	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 Design Estratégico	20
2.2 Design, Experiência e Emoção	26
2.2.1 Design e Experiência	26
2.2.2 Design Emocional	29
2.2.3 Design para bem-estar e a psicologia positiva	40
2.3 Emoções, infância e a literatura infantil	44
2.3.1 Emoções básicas na infância e Desenvolvimento Infantil	44
2.3.2 Literatura infantil e aprendizagem ativa	48
3 METODOLOGIA DE PROJETO	53
3.1 Metaprojeto	54
3.1.1 Pesquisa Contextual	54
3.2 Pesquisa Blue Sky	56
3.3 Geração de Alternativas	58
4 METAPROJETO	61
4.1 Pesquisa Contextual	61
4.1.2 Persona	63
4.1.2 Stoyboard	65
4.1.3 Mapa de Empatia	69
4.1.4 Cases	75
4.2 Blue Sky	86
4.3 Geração de Alternativas	90
4.3.1 Desenvolvimento do <i>Brainstorming</i> e Polaridades	90
4.3.2 Narrativas dos Cenários	95

4.3.3 Escolha dos Cenários e elaboração do <i>Concept</i>	98
5. DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	108
5.1 A Marca	109
5.1.1. Conceito da marca	109
5.2 Desenvolvimento do Livro.....	115
5.2.2 Validação da história com profissionais.....	120
5.2.3 Estrutura do Material	124
5.2.4 Ilustrações	126
5.2.5 Atividades Manuais	135
5.2.6 Capa e Contracapa	140
5.3 Protótipo	141
5.3.1 Validação do livro com crianças e responsáveis	143
5.3.2 Versão Final	147
5.4 Comunicação.....	153
5.4.1 Site	153
5.4.2 Publicidade.....	168
5.4.2.1 Contato Físico - Promoções	168
5.4.2.2 Contato Virtual - Redes sociais	171
5.5 Integração dos Elementos do PSS	175
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	180
APÊNDICE A – FOTOS DO PROTÓTIPO.....	183
APÊNDICE B –O LIVRO.....	189
APÊNDICE C – TELAS SITE.....	214
APÊNDICE D – COMUNICAÇÃO.....	228
APÊNDICE E – JORNADAS DO SISTEMA PRODUTO-SERVIÇO	233
ANEXO A – ROTEIRO ENTREVISTA VALIDAÇÃO HISTÓRIA.....	239
ANEXO B – TERMO DE CONSENTIMENTO – TCLE (PROFISSIONAIS)	240
ANEXO C - TERMO DE CONSENTIMENTO–TALE (RESPONSÁVEIS).....	241
ANEXO D – TERMO DE CONSENTIMENTO – TALE (CRIANÇAS)	242
REFERÊNCIAS.....	243

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contexto

Oriunda do latim, “*designare*”, a palavra “design” abrange tanto o sentido de designar quanto o de desenhar. É habitualmente utilizada como sinônimo de projeto, ao passo que, na língua inglesa, “*to design*” equivale a “desenhar” ou, inclusive, a “projetar”. Krippendorff (1989) afirma ainda que “design” significa construir algo, distingui-lo através de um signo, dar-lhe um significado, designar as suas relações com outras coisas, proprietários ou usuários. Em base de tal significado originário, pode-se dizer que o design é construir o sentido das coisas.

O processo de industrialização resultou na articulação de uma nova perspectiva acerca do papel do design nas organizações, que, a partir dos anos 90, assume uma função estratégica, analisando diversos pontos de vista e modelos de interpretação acerca de uma expressão-problema, possibilitando a atuação de forma planejada ao prospectar futuros possíveis e novos direcionamentos de ação (ZURLO, 2010), a partir disso nasce o Design Estratégico. Segundo a escola italiana do Politécnico di Milano, o Design Estratégico relaciona-se também com o desenvolvimento de um sistema produto, um corpo integrado de produtos, serviços e estratégias de comunicação que um ator ou redes de atores (sejam empresas, instituições ou organizações sem fins lucrativos etc.) concebem e desenvolvem de forma a obter um conjunto de resultados estratégicos específicos.

A sociedade contemporânea está mudando profundamente e em um curto espaço de tempo, demandando do mercado uma gama integrada e consistente de produtos e serviços, projetados para serem utilizados em conjunto e adequados às necessidades do cliente (MANZINI; MERONI, 2004). É neste contexto de inovação que se percebeu um potencial para uma nova abordagem à prática do design, indo além do projeto de artefatos, passando a estender sua atuação para as experiências que os consumidores têm com estes produtos, serviços e espaços.

Dessa maneira, o design passou a ser visto, principalmente, como uma atividade utilizada para projetar os sistemas e processos que fundamentam essas experiências, desde os métodos, estratégias e filosofias do projeto até os detalhes finais dos resultados (MORITZ, 2005). O design torna-se, com isso, responsável pela

compreensão do cliente e do contexto do projeto, com o papel de assegurar que a experiência com os produtos e serviços seja, tecnicamente, possível e viável.

Nessa abordagem do design, o papel do usuário, assim como de suas necessidades, foi modificado. Passou de segundo plano a uma investigação ativa de quais são as suas necessidades, simulação de seu papel, e finalmente, à inclusão do usuário no processo de design (FREIRE, 2009).

O Design Estratégico possui a versatilidade de atuar nas mais diversas áreas e, recentemente, observa-se sua aplicação em projetos com foco no desenvolvimento infantil, explorando formas em que o design pode auxiliar no estímulo de habilidades sociais em crianças. Exemplos de estudos nacionais sobre o tema são os projetos de Tonetto *et al.*, 2020 e Mandelli e Tonetto (2019), que buscaram entender de que forma o design — por meio de brinquedos e brincadeiras — poderia contribuir para que as crianças manifestassem um comportamento socialmente competente.

A abordagem supracitada, e um dos apoios do Design Estratégico, é a área de pesquisa conhecida como Design e Emoção ou Design Emocional, que se refere à profissionalização do projetar com o intuito explícito de despertar ou evitar determinadas emoções (DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009) e que, de certa maneira, sempre foi exercida pelos profissionais da área, porém sem a certificação de que suas intenções projetuais teriam realmente o impacto desejado sobre os usuários (TONETTO; CAMPELO, 2011).

Para estudar o impacto desses estímulos emocionais, o Design Emocional tem modelos consolidados e adaptados a partir de teorias da Psicologia que buscam a evocação e prevenção dessas emoções (DESMET, 2002), como a Teoria dos Appraisals (DESMET, 2002), as quatro formas de estimular o prazer (JORDAN, 2000) e os três níveis de processamento das emoções (NORMAN, 2005).

Ao que diz respeito às emoções, segundo o que foi constatado acima, o designer, aliado ao estudo do Design Emocional, possui as ferramentas e o controle para projetar e, possivelmente, despertar determinada emoção. Porém, possui o homem tais ferramentas para administrar e reconhecer em si estas emoções? Experimentar e expressar emoções está no cerne do ser humano e é importante para o bem-estar psicológico dos indivíduos que eles sejam capazes de expressar e comunicar as emoções (JOHNSON, 1997). A capacidade de reconhecer os significados de tais padrões emocionais, de raciocinar e resolver problemas com

base neles intitula-se Inteligência Emocional (MAYER; SALOVEY, 1997; SALOVEY; MAYER, 1990).

Porém, para desenvolver a Inteligência Emocional com sucesso, é fundamental, antes de tudo, estudar e conhecer as emoções básicas, a fim de saber identificá-las e compreendê-las sem dificuldade no dia a dia. Em suma, as emoções básicas são designadas desta maneira pois são consideradas primitivas, no sentido de que devem originar-se na região subcortical estrutural do cérebro. Ao total, são sete emoções vistas como básicas, sendo elas: felicidade, tristeza, medo, raiva, surpresa, nojo e desprezo (EKMAN; DAVIDSON, 1994; EKMAN; CORDARO, 2011); consideradas também como universais, isto é, são experimentadas além das fronteiras culturais (ORTONY; TURNER, 1990).

Os problemas de autorregulação emocional, ou seja, de desenvolvimento emocional, definem muitas dificuldades comportamentais da infância e da adolescência, visto que o conhecimento e o gerenciamento das próprias emoções estão diretamente ligados a funções cognitivas, conquistas acadêmicas, desenvolvimento de uma base para o surgimento da competência social etc. Fornece uma janela para o crescimento das diferenças individuais na personalidade e no funcionamento social, auxiliando, também, a criança a canalizar o significado e a importância da excitação emocional de maneiras adaptáveis a cada contexto (FROST; WORTHAM; REIFEL, 2011).

A grande questão é: como ensinar e desenvolver esta habilidade nas primeiras fases da infância? Em uma era dominada pelas facilidades da tecnologia, em primeiro momento, essa seria a alternativa mais cotada para aplicar o projeto. Entretanto, estudos de base populacional da Academia Americana de Pediatras continuam a mostrar associações entre assistir televisão excessivamente na primeira infância e atrasos cognitivos, de linguagem e sociais/emocionais, provavelmente secundários a diminuições na interação pai-filho quando a televisão está ligada e funcionamento familiar pobre em famílias com alto uso de mídia/tecnologia.

Recomenda-se, para crianças de 2 a 5 anos, o uso de, no máximo, uma hora por dia de mídia digital, para prevenir possíveis falhas no desenvolvimento físico e mental (AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS, 2016). Considerando a imaturidade de suas habilidades simbólicas de memória e de atenção, bebês e crianças pequenas não podem aprender com as três mídias digitais tradicionais como fazem nas interações com os cuidadores (ANDERSON; PEMPEK, 2005) e têm

dificuldade em transferir esse conhecimento para sua experiência tridimensional (BARR, 2013). Necessitando, com isso, de exploração prática e interação social com cuidadores de confiança para desenvolver suas habilidades cognitivas, de linguagem, motoras e socioemocionais.

Tem-se, portanto, que para esta faixa etária, a melhor fonte de conhecimento e ensino é a tradicional, com maior interação com sua própria imaginação, exploração motora, proporcionando gatilhos de estímulos suficientes para impulsionar o aprendizado. Em oposição às mídias digitais, que super estimulam a visão e a audição, gerando um processamento deficitário na criança que poderá desenvolver sérios problemas para integrar todas essas sensações e,consequentemente, dificuldades em se desenvolver de modo integral (FERNANDES; EISENSTEIN; SILVA, 2018).

Em suma, as mídias digitais, se utilizadas em excesso, são preditores significativos de mau funcionamento executivo em crianças em idade pré-escolar (LINEBARGER *et al.*, 2014). Com o intuito de evitar este cenário, é neste contexto que o livro físico se apresenta.

Objeto popularmente conhecido e consumido, o livro físico possui exatamente o que a criança precisa: exploração motora e sensorial, proporcionada pela presença física do papel. A literatura infantil é caracterizada primordialmente pela maior variedade de experimentação gráfica com predomínio da narrativa visual, fator este que proporciona um local mais livre para projetos inusitados, resultando em planos que agregam maior potencialidade do papel no objeto-livro, tornando-o mais lúdico e interativo com o uso de técnicas como o *pop-up*, *lift-up* e *flap* (ROMANI, 2011).

1.2 Problemas e Objetivos

1.2.1 Problema

Como o design estratégico e emocional pode contribuir para conscientizar e auxiliar a sociedade no desenvolvimento da Inteligência Emocional desde a infância, de forma interativa, inovadora e divertida?

1.2.2 Objetivo Geral

Desenvolver um sistema produto com o potencial de auxiliar no processo de desenvolvimento e autoconhecimento de crianças entre 3 a 5 anos, com suporte de pais/responsáveis, facilitando o reconhecimento de suas emoções.

1.2.3 Objetivos Específicos

- a) Entender, através do estudo e leitura, a importância e os impactos da Inteligência Emocional na infância e encontrar uma oportunidade de design nesta temática;
- b) Projetar um material gráfico lúdico que sensibilize as crianças para o reconhecimento de suas próprias emoções, utilizando conceitos sobre desenvolvimento emocional infantil;
- c) Desenvolver a identidade visual do material, contendo uma linguagem lúdica e clara acerca do tema;
- d) Estabelecer um sistema de comunicação sistema produto-serviço bem definido durante todos os processos de desenvolvimento do produto até sua apresentação ao mercado consumidor;
- e) Estruturar um serviço de suporte para os consumidores, auxiliando em todo o uso do livro e sanando as possíveis dúvidas;
- f) Produzir um protótipo de teste para fins de validação.

1.2 Organização do Trabalho

Para retratar com exatidão e coerência sobre o assunto decidido para o projeto, diagnóstico de emoções básicas na infância pré-escolar, optou-se por utilizar como base e referência teorias consagradas da Psicologia no assunto em questão. Aliado a isso, o grande diferencial do projeto está na representação destas informações, desenvolvidas de forma estratégica e focadas na experiência do usuário, devido à utilização de ferramentas metodológicas do Design Estratégico, onde partiu-se do desenvolvimento de um metaprojeto focado no uso do Design Positivo para a criação de um produto completo que atenda às necessidades do público.

O presente trabalho está organizado em quatro capítulos, que se dividem nos seguintes aspectos: fundamentação teórica, metodologia, resultados e considerações parciais.

No primeiro capítulo, fundamentação teórica, abordam-se assuntos que provêm o leitor de informações relevantes para a compreensão dos demais capítulos. Nele, foram tratadas as temáticas sobre Design Estratégico, design de experiências, emoções básicas e literatura infantil. O capítulo seguinte descreve o público-alvo para o projeto.

No terceiro capítulo, é descrito o método aplicado para execução do trabalho, iniciando pelo *briefing*, primeira fase de coleta de informações, envolvendo a pesquisa contextual, passando para a segunda fase da coleta, constando a pesquisa não-contextual e o *contra-briefing*. Chegando à geração de cenários e, por fim, no *concept* do sistema produto.

O quarto capítulo aborda o desenvolvimento projetual. Nesta fase, foram utilizadas as ferramentas que tornam possível o metaprojeto, sendo elas: pesquisa contextual, pesquisa *blue sky*, pesquisa de *cases*, cenários e *concept* do metaprojeto, sendo esta última apresentada como o direcionamento ideal para um projeto que solucione a temática apresentada. Aliado a isso, foram sintetizados certos fundamentos do design gráfico relevantes para o projeto, com o intuito de entender determinadas diretrizes e parâmetros básicos desta área tão importante para o produto.

No capítulo seguinte, apresenta-se uma pesquisa realizada acerca dos fundamentos do design gráfico para a construção do produto proposto, detalhando

brevemente alguns parâmetros básicos no desenvolvimento da parte gráfica sistema produto.

Finalmente, no sexto capítulo, expõe-se a materialização da solução proposta para projeto, contemplando *moodboards* e inspirações visuais inicialmente, partindo para o formato, paleta de cores e tipos de ilustrações. Feito isso, faz-se uma avaliação com os usuários e os ajustes necessários, após, então, desenvolve-se a versão final seguida do protótipo físico.

No sétimo capítulo, desenvolve-se o sistema produto-serviço, constando uma estratégia de publicidade, criação de *display* de venda e de um sistema de suporte para os consumidores do produto. No último capítulo, realizam-se as considerações finais do projeto.

1.3 Justificativa

A partir das pesquisas feitas, em relação às emoções básicas e seu papel no desenvolvimento infantil, observando-se também as graves consequências que a falta do diagnóstico emocional causa na criança aliada à escassez de produtos estratégicos focados nessa temática, notou-se uma oportunidade de projeto.

Utilizando a perspectiva estratégica do design, pensa-se em um sistema produto-serviço focado no autoconhecimento emocional infantil, diferente dos existentes no mercado, caracterizando-se por um produto que reúna o conhecimento da psicologia acerca do assunto e que seja retratado de forma lúdica, estratégica e útil.

A escolha do produto físico é baseada, primordialmente, na lógica dos dados apresentados anteriormente, na qual se ressalta os malefícios da utilização das mídias digitais no desenvolvimento de crianças na idade pré-escolar, além de outros fatores como: acesso, possibilidade de exploração de diferentes materiais, estímulo motor e tátil, que somente um livro físico pode proporcionar e, principalmente, a necessidade do uso com um adulto ou familiar, incentivando o desenvolvimento social e possivelmente a conexão familiar.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A partir dos primeiros apontamentos do problema de projeto, se fez necessário aprofundar os conhecimentos e principais conceitos trazidos por autores nas áreas de Design Estratégico, Design de Experiência e Design Emocional, bem como pesquisar brevemente acerca das emoções básicas humanas e aspectos projetuais da literatura infantil.

2.1 Design Estratégico

Oriunda do latim, “*designare*”, a palavra “design” abrange tanto o sentido de designar quanto o de desenhar. É habitualmente utilizada como sinônimo de projeto, ao passo que, na língua inglesa, “*to design*” equivale a “desenhar” ou, inclusive, a “projetar”. Significa ainda, segundo Krippendorff (1989), construir algo, distingui-lo através de um signo, dar-lhe um significado, designar as suas relações com outras coisas. Em suma, pode-se dizer que design é construir o sentido das coisas no ato de projetar um produto (verbo), o projeto de um produto (substantivo) com um novo significado ou um novo significado para algo já existente.

Neste contexto, onde existe a vinculação entre projetar e construir sentidos, é possível constatar que o conceito de design está atrelado a uma certa maneira de conhecer e interpretar o mundo. Nesse sentido, ao estar conectado ao conceito de projeto, o design propõe soluções projetuais para além de algo que atenda a uma necessidade ou expectativa específica dos indivíduos e caracteriza-se como uma área de conhecimento, prática ou disciplina que já possui uma certa história. Entretanto, atualmente, apresenta-se de maneira reconfigurada, no que se diz respeito a teorias e metodologias de pesquisa e projeto, favorecendo, assim, propostas e projetos inovadores (FILLMANN, 2013).

Esta reconfiguração do design acontece após o processo de industrialização, quando o mundo adquire um caráter cada vez mais dinâmico e o mercado, aliado à sociedade, demanda soluções mais rápidas e qualificadas para suas necessidades (ZURLO, 2010). A partir disso, o design assume um novo papel nas organizações, um papel estratégico. Freire (2014) esclarece que esta transformação se deu a partir do final da década de 90, através de pesquisas na área de estratégias

organizacionais associadas ao design, ocasionando o "nascimento" do Design Estratégico.

Esta nova área de atuação do design, segundo Zurlo (2010), caracteriza-se por analisar diversos pontos de vista e modelos de interpretação acerca de uma expressão-problema, possibilitando, assim, a atuação de forma planejada ao prospectar futuros possíveis e novos direcionamentos de ação.

Segundo Meroni (2008, p.32), o Design Estratégico proporciona a capacidade de evolução e sucesso das organizações, bem como o desenvolvimento de sua própria identidade, no momento em que confere um sistema de regras, crenças, valores e ferramentas ao corpo social e de mercado para lidar com o ambiente externo. Possibilita também, através da percepção e produção de sentido, um novo modelo de vantagem competitiva para as empresas, diferente dos modelos tradicionais de mercado, mediante a geração de valor, que, por sua vez, é compartilhada e coproduzida por fornecedores, colaboradores, usuários e demais atores deste sistema, em um processo coletivo (FREIRE, 2014).

Nesse contexto, ao operar de acordo com esse sistema, tanto no resultado final como no processo de projeto e produção específica do produto, aprofunda-se o conceito elucidado por Krippendorff (1989), ao retratar o design como construtor de sentidos e significados.

O Design Estratégico assume, assim, um novo objeto de ato projetual, deslocando o produto/serviço centrado no usuário para um projeto integrado de serviço-produto-estratégia, com o qual as empresas inter-relacionam-se com a sociedade, ressignificando o ato projetual e colocando-o no conceito de complexidade (MERONI, 2008). No momento em que a conexão entre serviço e produto passa a ser projetada desde o início na estratégia organizacional das empresas, o design se preocupa em contemplar além dos aspectos tangíveis, mas principalmente os intangíveis, até então pouco explorados, ligados à experiência de compra, à dinâmica de acesso/disponibilidade do produto e às conexões com outros serviços e ofertas (ZURLO, 2014, p.19).

Este processo, característico do Design Estratégico, possui mais um elemento essencial brevemente mencionado anteriormente, mas que, segundo Meroni (2008), merece certo detalhamento e atenção: o Sistema Produto-Serviço (PSS). Segundo ela: "o design estratégico é sobre Sistema Produto-Serviço" (MERONI, 2008). Um PSS é uma mistura de produtos, serviços, comunicações e pessoas, e, quando

concebido para atender a uma necessidade específica, é o que se denomina de solução. Este tipo de projeto estratégico muda o foco da inovação do projeto de produto ou serviço para uma estratégia integrada de projeto de produto-serviço, orientado para produzir soluções, fornecendo às empresas uma identidade e as distinguindo de seus concorrentes, graças à sua combinação de produtos, serviços e comunicação (MERONI, 2008).

Conforme salienta Meroni (2008), esta cadeia de sistema produto-serviço, característica do Design Estratégico, vem ao encontro da necessidade de criar soluções para os problemas da sociedade contemporânea, que incluem abordagens de contexto social, como a criação de produtos e serviços sustentáveis. Desta forma, é possível observar que o Design Estratégico exerce, neste contexto, um papel de elo entre as empresas e a sociedade (FRANZATO, 2010), centrando-se em valores, de maneira a orientar a oferta PSS de uma forma que os torne tangíveis (MERONI, 2008).

Segundo Zurlo (2010), a definição da identidade do grupo, assim como a verbalização e explicitação do modelo estratégico de uma empresa, são os primeiros resultados práticos entregues pelo Design Estratégico, intervindo, conseqüentemente, em outros aspectos que incidem no comportamento e na motivação dos indivíduos. A partir disso, o modelo de estratégia a ser trabalhado pelo design é reflexo do que é a identidade de uma organização. Bentz e Franzato (2016) reforçam o modelo de gestão adotado pelo Design Estratégico, descrevendo da seguinte forma:

O design estratégico se desenvolve na perspectiva ecossistêmica que a complexidade possibilita e concentra-se no estudo das estratégias de design para orientar a ação projetual e, sobretudo, a ação organizacional, em direção à inovação e à sustentabilidade. Essas estratégias são elaboradas por processo que envolve todo o seu ecossistema de atuação: o meio organizacional (escritórios de design, empresas e demais organizações), o mercado, a sociedade e o meio-ambiente. Assim, o processo de design é considerado e desenvolvido no âmbito das múltiplas relações instauradas na ação projetual, com implicações metodológicas relevantes. Essa metodologia desloca-se do processo de design em si para o conjunto de relações que os ecossistemas em si e entre si desenvolvem (BENTZ; FRANZATO, 2016)

Desse modo, o Design Estratégico se caracteriza por ser um modelo de gestão/projeto ecossistêmico, sendo assim, acaba envolvendo todo o ecossistema impactado pelo projeto: mercado, sociedade, ambiente e organizacional. Ademais, o

Design Estratégico "se transforma em um suporte transdisciplinar que sustenta a convergência dos especialistas e dos demais atores que integram uma produtiva rede de colaboração" (BENTZ; FRANZATO, 2016), dessa forma, elaborando, exercitando e evoluindo as estratégias organizacionais.

Portanto, por possuir esta característica de dialogar com as diversas áreas de conhecimento, permitindo a participação de vários atores na construção coletiva de uma solução, o Design Estratégico colabora para a sua capacidade de inovar e criar valor, apropriando-se de diferentes perspectivas, tecnologias e processos.

Ao definir que será por meio do processo de projeto que se garantirá as melhores soluções a serem projetadas, o Design Estratégico torna-se propriamente um processo de projeto. Não ficando restrito a resolver um problema a respeito de um produto projetado, compreende a projeção como uma área sem limites. Preocupa-se, portanto, com a produção de significados e com a possibilidade de produzir e fazer entrar no mercado os valores predefinidos em forma de bens de troca (CELASCHI, 2007).

Para aplicar esta estratégia de forma equilibrada, o Design Estratégico utiliza-se do metaprojeto que, segundo Deserti (2007), é a aptidão em unir ao projeto o talento de explanar e avaliar as relações contextuais, a inclinação de conceber oportunidades que contenham em si inovações potenciais, a análise de contexto e o gerar projetos inovadores. Constitui-se desde a fase de pesquisa ao *concept* do projeto, sendo apontado por Deserti (2007) como o processo capaz de promover a inovação, não estando necessariamente atrelado ao processo executivo do projeto, mas, sim, ao processo de ideação através da pesquisa e desenvolvimento.

Para Celaschi (2007), o metaprojeto é a ideação e organização do processo de pesquisa e de projeto, chamado por ele de "projeto do projeto", constituindo-se de fases, tempos e recursos financeiros cujo objetivo é, sempre, a inovação. Franzato (2011 e 2012) também concorda com Celaschi nesta relação do metaprojeto e inovação, entretanto, acrescenta que o resultado de maior relevância do metaprojeto não é o produto inovador em si, mas a criação da cultura de projeto metaprojetual dentro da organização.

Como competência do metaprojeto, Celaschi (2007) aponta como principal vertente a pesquisa prévia, sendo esta responsável por trazer informações relevantes para o projeto. No entanto, tal pesquisa não deve limitar a capacidade do designer de ir além do projeto, para que, com isso, seja possível organizar,

modificar, modelar e adaptar o processo, bem como as suas fases, tornando-os aptos para cumprirem seus objetivos.

O metaprojeto permite, ainda, aos gestores da organização perceber o quão complexo é um processo inovador e que esse processo necessita do envolvimento de toda a empresa, criando, com isso, uma cultura metaprojetual. Acerca da duração do metaprojeto, Franzato (2011) ressalta a possível presença deste em todo o projeto, devido ao seu caráter transdisciplinar que não se atém a uma determinada fase ou etapa do projeto, resultando em uma fusão entre a pesquisa e o projeto.

Ao analisar que o produto imprime uma marca em seu usuário e o design ultrapassa o objeto em si, Moraes (2010) observa que o projeto do produto não termina com sua produção, mas continua junto ao seu uso. Através disso, percebe-se a complexidade do mundo contemporâneo como gatilho para uma nova forma de projetar do design, de forma que se consiga lidar com a inserção de valores intangíveis, onde a construção de sentidos utiliza-se de uma visão mais abrangente e que não permeie apenas o produto, mas que consiga analisar o contexto em que o produto se insere.

Para atingir esse objetivo, Moraes (2010) traz ao metaprojeto o caráter não linear, em constante *feedback*, citando ainda o cenário como a fase que firma o metaprojeto, auxiliando na geração de *concepts*. Por fim, para o referido autor, na concepção de metaprojeto consta a pesquisa prévia e a ênfase na produção de significado, na relação entre usuário e produto, e na construção de cenários. Situando o metaprojeto, portanto, como um espaço para reflexão e colaboração dos conteúdos da pesquisa projetual anterior à fase projetual, ou seja, o próprio projeto (MORAES, 2010).

Em suma, após analisar os conceitos referidos anteriormente, é possível elencar algumas características que constituem o metaprojeto. Primeiramente, ressalta-se a formação da equipe de projeto, constituída por atores das mais diversas áreas, possibilitando diferentes pontos de vista possibilitando um caráter enriquecedor para o projeto. Outro ponto a ser destacado é a utilização da pesquisa prévia, responsável por trazer informações e reflexões relevantes para o projeto, porém, de maneira maleável a não limitar a capacidade de ir além do designer.

A maleabilidade supra referida encontra-se, também, na própria forma de organizar o projeto, voltada para seu caráter reflexivo, sem seguir um único caminho pré-formatado, mas direcionando-o pela necessidade do projeto. Indicando, desta

maneira, quais ferramentas deverão ser utilizadas durante o processo de projeto, onde poderão ser, inclusive, modificadas, modeladas e adaptadas, para tornar o processo projetual apto a cumprir seus objetivos (CELASCHI, 2007; DESERTI, 2007; FRANZATO, 2011 e 2012; MORAES, 2010).

A partir das características apresentadas, é possível sugerir a colocação do metaprojeto como um nível, retirando deste o caráter temporal hierárquico sem abordá-lo como fase ou etapa, assim, possibilitando o seu posicionamento ao lado do projeto de forma a permear todo o processo (TAMEKUNI, 2014).

A partir do referido pensamento acerca do metaprojeto, percebeu-se um potencial para uma nova abordagem à prática do Sistema Produto-Serviço (PSS) que vai além do projeto de artefatos, estendendo sua atuação para as experiências que os consumidores têm com estes produtos, serviços e espaços. Propõe-se, com isso, um enfoque destinado ao projeto de sistemas e processos que fundamentam essas experiências, desde métodos, estratégias e filosofias do projeto até, por fim, os detalhes finais dos resultados (MORITZ, 2005).

Desta forma, o design torna-se responsável pela compreensão do cliente e do contexto do projeto, cujo papel é assegurar que a experiência com os produtos e serviços seja, tecnicamente, possível, viável e com sentido.

Fica evidente, contudo, para Meroni (2008), que o "valor" entregue pelo Design Estratégico vem cada vez mais dos "valores" que um sistema de produto-serviço pode carregar por meio de seus fatores constituintes, processos produtivos, história e dimensão do serviço. Significa, com isso, que o sentido/valor do projeto se encontra muito mais no processo e na experiência do que no resultado final, muito mais na história do que no seu desempenho.

Green (2008) afirma, ainda, que a ênfase está mais nas questões e necessidades sociais, éticas e comunitárias do que nas ditas individuais. Nesta perspectiva, pode-se falar sobre uma mudança do *usercentred design* para *communitycentred design*, em que a relevância está em compreender os comportamentos e necessidade da sociedade e, em seguida, colaborar com as comunidades sociais mais ativas na concepção de soluções ao adotar uma abordagem indutiva (OGILVY, 2002). Entretanto, ressalta-se que, a menos que resulte em uma inovação radical, nem todo projeto de PSS caracteriza-se por ser um projeto de Design Estratégico (MERONI, 2008).

Com base nestas definições preestabelecidas, pode-se observar o potencial integrativo do Design Estratégico atrelado ao sistema produto-serviço. Acerca das demandas do mercado, através de sua capacidade multidisciplinar e transversal, estas duas vertentes possuem os métodos necessários para atender as demandas da sociedade, passando a obter como resultado respostas valiosas e eficazes, por meio de produtos, serviços e suas possibilidades de integração e interação. Entretanto, esse processo de desenvolvimento e entrega de projeto pode ser intensificado de uma forma mais personalizada e voltada para a experiência do usuário. Isso se torna possível através da aplicação da metodologia e estudo de duas segmentações do design, o Design Emocional.

2.2 Design, Experiência e Emoção

2.2.1 Design e Experiência

Para os gregos, a experiência foi o resultado do acúmulo de atos práticos, sofrimentos e percepção gradualmente acumulados em... habilidade... Não havia nada meramente pessoal ou subjetivo sobre isso. (DEWEY, 1934, p. 198)

A experiência é a totalidade irreduzível das pessoas que agem, sentem, pensam e significam em um cenário, incluindo, contudo, sua percepção e sensação de suas próprias ações. Dewey (1925) ainda complementa ao elucidar que experiência inclui o que os homens fazem e sofrem; o que eles lutam, amam, acreditam e suportam; como os homens agem e sofrem ações; e, ainda, as maneiras pelas quais eles fazem e sofrem, desejam e desfrutam, veem, acreditam, imaginam —em suma, processos de experimentação.

Neste sentido, a experiência assume forma de uma "dupla barreira", na medida em que não reconhece em sua integridade primária nenhuma divisão entre ato e material, sujeito e objeto, mas os contém ambos em uma totalidade não analisada (DEWEY, 1925, p. 10-11).

Sob a perspectiva do seu significado, Bondía (2002, p.21-22) afirma que experiência é, segundo diversas traduções, "o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca, e não o que se passa, não o que acontece ou o que toca", de tal forma que o sujeito da experiência "é um território de passagem, um ponto de chegada, um

espaço onde tem lugar os acontecimentos“ (BONDÍA, 2002). Nesse sentido, pressupõem-se a exposição, a passividade, a reflexão e a atenção como ações necessárias e preexistentes à experiência.

Wright, McCarthy e Meekison (2018, p.3-19) descrevem brevemente o conceito de experiência, elucidando certas más interpretações no desenvolvimento da prática, ressaltando que:

A experiência é um conceito elusivo que resiste à especificação e à finalização. Nas recentes tentativas de introduzir a 'experiência' na consideração das relações entre as pessoas e a tecnologia, ela tem sido confundida com sentimentos subjetivos, comportamento, atividade, prática social e conhecimento. Assim, a primeira grande tarefa no desenvolvimento de uma teoria experiencial é fornecer uma base para a compreensão da experiência que não seja confundida com nenhuma delas.

Gupta e Vajic (1999) afirmam que uma experiência ocorre quando um cliente tem qualquer sensação ou aquisição de conhecimento resultante de algum nível de interação com diferentes elementos de um contexto criado por um prestador de serviços. De acordo com Dewey (1925), a experiência é constituída pela relação entre o eu e o objeto, em que o eu já está sempre engajado e chega a todas as situações com interesses e ideologias pessoais.

As pessoas e o ambiente também são transformados pela experiência, a unidade de qualquer experiência é, em si, um evento comovente, frágil e fugaz. Dewey (1925) faz, ainda, uma distinção entre experiência e uma experiência, em que temos uma experiência somente quando o material experimentado segue seu curso até a realização e tem sua própria qualidade individualizante e autossuficiente, uma unidade emocional que dá à experiência certa qualidade estética. Em 1963, Dewey desenvolveu uma pesquisa inicial acerca das qualidades de uma experiência. De acordo com este trabalho, o envolvimento em uma experiência inclui: progressão ao longo do tempo, antecipação, participação emocional, certa singularidade que o faz sobressair do comum, e, por fim, atinge algum tipo de conclusão.

A partir do deslocamento do mercado de bens de produto para o mercado de serviços, o Design para Experiências adquire certa relevância, o que possibilitou a identificação de uma nova oportunidade à prática do design, indo além da produção de objetos (FREIRE,2011). O design, portanto, estende sua atuação para as experiências dos consumidores em relação a produtos, espaços e serviços, como

uma atividade utilizada na projeção de processos e de sistemas que inscrevem a experiência do usuário, desde a estratégia até o resultado final.

No design, a utilização da pesquisa quanto à experiência do usuário amplia seu campo de atuação centrado no humano, visto que considera não apenas as crenças e comportamentos das pessoas, mas também as sensações provocadas pela interação do usuário com os serviços (FREIRE, 2016). Desta maneira, o projeto de design, orientado para experiências, deve contemplar as necessidades sensoriais e emocionais dos usuários para além dessas relações.

Para Machado (2014), a aproximação da experiência com o design se dá a partir da interação de indivíduos com produtos e serviços, tornando relevante a abordagem de experiência e experiência do usuário. Segundo Wright, McCarthy e Meekison (2018), a área que se denomina "Design para Experiência" exige que o projetista tenha maneiras de ver a experiência, de falar sobre ela, de analisar as relações entre suas partes e de entender como a tecnologia faz ou poderia participar para tornar essa experiência satisfatória.

Nesse sentido, Cain (1998) afirma que o Design para Experiências melhora os resultados de um projeto na medida em que possibilita transformar o processo projetual em um processo integrado por um princípio orientador. Este princípio é baseado em, segundo Cain (1998, p.11), "informações sobre o que as pessoas fazem em situações de uso reais", ou seja, suas experiências cotidianas. Na visão de Bondía (2002), a experiência permite a formação ou transformação do sujeito, ressaltando que ela é o que acontece ao indivíduo e que o saber dessa experiência provém do sentido que se produz a partir dela. Este saber está ligado à existência de um indivíduo ou de uma comunidade em particular, sendo, portanto, singular, subjetiva, contingente, pessoal e intransferível.

De acordo com McLellan (2000), o objetivo do projeto de experiências é orquestrar experiências que sejam funcionais, intencionais, envolventes, convincentes e memoráveis. Da mesma forma, as experiências bem-sucedidas, para Pine e Gilmore (1998), possuem um "sweet spot" ou elementos de participação ativa e passiva do cliente, criando uma conexão imersiva e absorvente no contexto e fazendo com que o consumidor as considere únicas e memoráveis. Para isso, o contexto deve ser mutável para que cada cliente possa escolher a extensão da participação e conexão com pessoas, objetos físicos ou tecnologia (PULLMAN; GROSS, 2004).

A memória ou capacidade de lembrar experiências e aprendizados passados, assim como a capacidade de associar estas lembranças com o presente, é, segundo Cardoso (2011), o mais importante mecanismo de constituição e preservação da identidade de cada um, portanto, esta é mais construída que acessada. Nesse sentido, a experiência de um indivíduo com um artefato influencia e é influenciada pela memória em um ciclo renovável de construção e reconstrução de sentido (CARDOSO,2011).

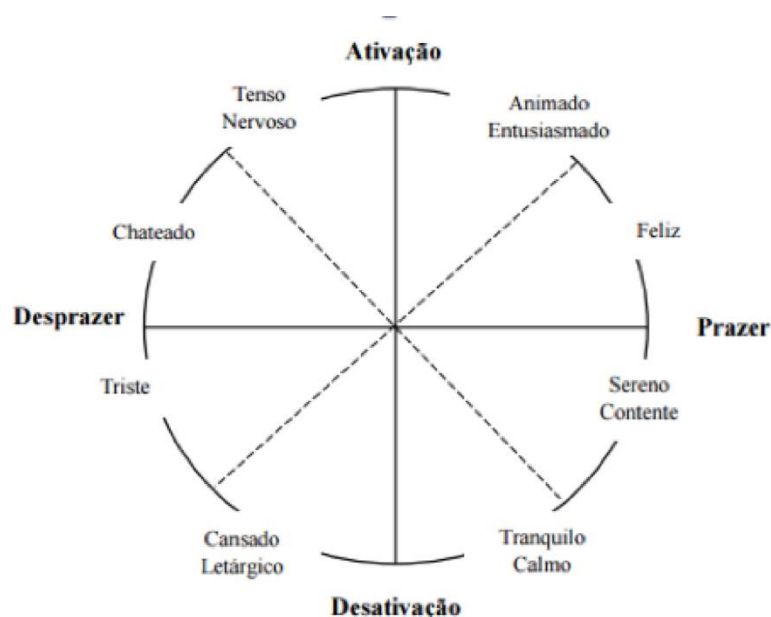
Tem-se que um dos caminhos para construir a memória e tornar o projeto algo único e marcante é através da exploração de valores afetivos, psicológicos e emocionais, inserindo-os como aspectos fundamentais no projeto e aumentando, por consequência, o significado do produto e seu valor para o cliente (MORAES, 2010). Para cumprir este objetivo, o Design Emocional se aprofunda nestes aspectos e completa a projeção de uma experiência bem sucedida.

2.2.2 Design Emocional

O Design Emocional é uma área de estudo que busca compreender de que forma as experiências afetivas se manifestam na interação de usuários com artefatos de design (DESMET; HEKKERT, 2007). Segundo Tonetto e Campelo (2011), a experiência emocional é uma das dimensões da experiência. A partir dessa compreensão, entende-se que seja possível projetar artefatos, serviços e até mesmo dinâmicas que despertem experiências afetivas específicas, emoções, estados de humor, bem-estar subjetivo ou, até mesmo, a empatia.

No centro da emoção, do humor e qualquer outro evento emocionalmente carregado, experimenta-se certos estados como simplesmente sentir-se bem ou mal, energizado ou enfraquecido. Estes estados são chamados de *Core Affect*, e influenciam em diversos aspectos do ser humano como seu reflexo, percepção, cognição e comportamento.

Figura 1 - Core Affect



Fonte: Russel (2003)

O *Core Affect* é aquele estado neurofisiológico conscientemente acessível, como os mais simples sentimentos brutos (não reflexivos) evidentes nos estados de espírito e emoções. É semelhante ao que Thayer (1989) chamou de ativação, o que Watson e Tellegen (1985) chamaram de afeto, o que Morris (1989) chamou de humor, e o que é comumente chamado de sentimento. Ele é primitivo, universal e simples (irreduzível no plano mental). Pode existir sem ser rotulado, interpretado, ou atribuído a qualquer causa. Para esclarecer com maior riqueza de detalhes Russel (2003, p.148) propõe:

Como uma analogia, considere o sentir da temperatura corporal . Você pode notá-la sempre que quiser. Os extremos podem tornar-se muito saliente. Sentir a temperatura existe antes de tais palavras como "quente" ou "frio", antes do conceito de temperatura, seja no folclore ou nas teorias científicas, e antes de qualquer atribuição sobre o que o está a aquecer ou esfriar. A experiência subjectiva é simples e primitiva e portanto irreduzível a qualquer outra coisa psicológica. A ciência pode procurar as suas causas e consequências, mas uma análise mais aprofundada de sentir a própria temperatura leva-nos, não a átomos psicológicos constituintes, mas à biologia.

Tal como acontece com a temperatura no exemplo citado por Russel, o *Core Affect* é simples a um nível subjetivo, mas complexo a nível biológico. Segundo Zajonc (2000), a experiência subjetiva e a sua contraparte neurofisiológica não são

eventos separados, mas dois lados da mesma moeda. Eventos cognitivos, tais como crenças ou percepções, são intrinsecamente sobre algo: eles têm objetos. Em contraste, o *Core Affect* por si só não é sobre nada. Isso é, ele pode ser experimentado em relação a nenhum estímulo conhecido—de forma flutuante—como se vê nos humores (RUSSEL, 2003) e diferentemente das emoções, que necessariamente possuem um conteúdo cognitivo, ou, mais tecnicamente, um objeto "intencional" (DENNETT, 1987; SEARLE, 1982; SOLOMON, 1976). Neste sentido, o Design Emocional utiliza este direcionamento a um conteúdo cognitivo, vindo das emoções, como vantagem de projeção.

Sabe-se que existem alguns tipos de comportamento que são influenciados por determinadas experiências, de forma que o Design Emocional propõe-se, também, a atuar sob a esfera comportamental. Essa área se refere à profissionalização do projetar com o intuito explícito de despertar ou evitar determinadas emoções (DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009). De certo modo, essa etapa sempre foi exercida pelos designers sem a certificação de que suas intenções projetuais tinham realmente o impacto desejado sobre os usuários. Nessa perspectiva, projetos legítimos de Design Emocional poderiam ser um carro, para despertar alegria no usuário, ou uma livraria, para despertar inspiração (TONETTO; CAMPELO, 2011).

As questões multiculturais possuem um determinado peso na emoção e, com o intuito de exemplificar isso, Demir, DesmeteHekkert (2009) apontam que uma das maiores causas de emoções atinentes à felicidade e alegria em relação ao design como projeto é a consistência do motivo da aquisição de um produto. Assim, um carro escolhido com a finalidade de ser facilmente manobrável na cidade provocará tais emoções de forma consistente no consumidor caso entregue essa promessa (TONETTO; CAMPELO, 2011). Com base nisso, foi objeto de análise se o motivo de compra seria idêntico em culturas diferentes e, além de não serem os mesmos, acredita-se que o design dos produtos varia de cultura para cultura, pois os designers são seres inseridos em diferentes realidades.

Nesse contexto, a união entre a Psicologia e o Design possibilitou o desenvolvimento de metodologias que serviram como base para a certificação de que as emoções que se desejava provocar poderiam, de fato, ser obtidas por meio de projetos. Caracteriza-se, então, como uma área fortemente baseada em pesquisa direta com os usuários, de modo que a única forma de certificação de que o projeto

realmente atingiria seu objetivo, com foco na emoção, é a aproximação do designer com o usuário e, portanto, com a atividade de pesquisa. Entretanto, isso não significa que a única forma de tratar as emoções aliadas ao design seja através dessa perspectiva (psicologia-design-pesquisa) (TONETTO; CAMPELO, 2011).

No que diz respeito ao ato de projetar, Desmet (2009) ressalta que há quatro formas de se trabalhar o design com foco nas emoções. Sendo elas:

- a) Com foco no usuário: envolve o usuário no projeto, e suas emoções são o foco do processo de design. Técnicas exploratórias são comumente empregadas, inclusive colagens, *mock-ups*, entre outras;
- b) Com foco no designer: designers atuam como autores e, mais que gratificar usuários, desafiam os consumidores, apresentando algo diferenciado;
- c) Com foco em pesquisa: as diretrizes projetuais são frutos de pesquisa e/ou são testadas com usuários, comumente empregando técnicas de mensuração;
- d) Com foco em teoria: a teoria auxilia a qualificar o design em termos de impacto emocional. Nessa visão, *insights* teóricos ajudam a desenvolver conceitos.

Salienta-se, contudo, que esta área de atuação do design não possui nenhuma intenção em manipular as emoções ou gerar conflitos éticos, visto que o Design Emocional é mais propriamente uma abordagem holística das necessidades e desejos do usuário do que um mecanismo de manipulação de sua experiência (TONETTO; CAMPELO, 2011). Entretanto, um fator que permeia a pesquisa nesta área do design é de que forma se pode investigar essa associação emocional entre os indivíduos e o design de um artefato. Neste quesito, pode-se elencar os trabalhos de três autores mais fortemente reconhecidos como marcos inspiracionais para a área do Design Emocional (DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009), sendo eles Jordan (1999), Desmet (2002) e Norman (2004).

Jordan (1999) defende que os seres humanos estão sempre na busca por prazer e a partir disso investigou diferentes fontes de prazer relacionadas aos objetos. Propôs que elas podem ser fisiológicas (sensações corporais), psicológicas (ganhos relacionados ao “eu”), sociológicas (interações sociais) e ideológicas

(estimulação sensorial). Os prazeres fisiológicos envolvem sensações corporais; os prazeres psicológicos são sobre as realizações do *self*; os prazeres sociológicos são os prazeres da interação social; e os prazeres ideológicos são sobre estímulo intelectual. Segundo o autor, um produto pode ser projetado para melhorar cada uma dessas fontes de prazer (JORDAN, 1999a).

Aprofundando-se, respectivamente, em cada prazer, o de cunho fisiológico refere-se aos prazeres gerados de respostas sensoriais, incluindo visuais, auditivas, táteis, olfativas, etc. A pesquisa de Keshavarz, Stelzmann, Paillard *et al.* (2015) exalta a aplicação deste tipo de prazer, ao utilizar o olfato como ferramenta para reduzir o efeito de enjojo em um automóvel. Para isso, os pesquisadores substituíram o cheiro do couro por uma fragrância de rosas, desta maneira, induzindo a ativação do prazer fisiológico.

O prazer psicológico é derivado da condução e realização de uma tarefa através da interação homem-produto, concentrando-se no prazer como resultado da realização de tarefas com produtos utilizáveis. Zhou, Jiao, Chen e Zhang (2010) exemplificaram este prazer ao desenvolver um sistema de assistência aos idosos cujo objetivo foi auxiliar suas atividades na vida diária e, devido a suas características proativas e orientadas por casos, o produto era utilizável e agradável ao mesmo tempo. Neste tipo de prazer, a personalidade dos usuários influencia bastante. Pessoas práticas e “pés-no-chão” podem preferir, por exemplo, formas de design mais racionais. Em contrapartida, pessoas mais extravagantes ou imaginativas podem estimar um componente emocional mais forte no design (JORDAN, 1999b).

Já o prazer social refere-se ao prazer proveniente das relações com outras pessoas, incluindo o status ou reconhecimento facial. Por “relações”, segundo Tonetto e Campelo (2011), entende-se aqui um sentido amplo, incluindo qualquer tipo de interação humana. Uma conversa com um amigo, passar tempo com as pessoas amadas ou, ainda, fazer parte de uma multidão em um evento público, caracterizam-se como exemplos deste prazer (JORDAN, 1999b). Este prazer é o resultado da interação social com outras pessoas que utilizam o produto como meio. Os aplicativos de mídias sociais nos dias de hoje são um dos exemplos diretos disso.

Por fim, o prazer ideológico está relacionado a aspirações e valores pessoais, advindos de entidades “teóricas” (JORDAN, 1999b), tais como livros, arte, música e

produtos que incorporam valores específicos. Ele é, desse modo, proveniente da combinação entre os valores da pessoa com os valores embutidos no produto, incluindo uma dimensão estética — sobre o que é atrativo ou não —, bem como valores morais. Um exemplo disso seria a disposição de determinados consumidores em comprar alimentos sustentáveis e orgânicos, devido à identidade social e atitudes para com a responsabilidade ambiental (BARTELS; ONWEZEN, 2014). Assim, os produtos que incorporam tais valores podem ser populares entre esses consumidores.

Desmet (2002) estudou a forma como a aparência de um produto pode evocar emoções, baseado em uma teoria cognitiva das emoções denominada Appraisal Theory (FRIJDA, 1986; LAZARUS, 1991). Essa teoria propõe que as emoções são respostas automáticas do usuário em relação ao efeito de um produto sobre seu bem-estar. Para maior entendimento da teoria, Frijda (1986) e Lazarus (1991) esclarecem que um *appraisal* é uma avaliação da relação de significado de um estímulo, sua relevância para o bem-estar de uma pessoa. Ou seja, estímulos considerados ameaçadores ou prejudiciais podem despertar emoções desprazerosas, enquanto aqueles avaliados como contribuidores para o bem-estar de um usuário tendem a despertar emoções prazerosas.

A fim de exemplificação, Tonetto e Desmet (2012) discorrem a respeito de uma situação na qual uma pessoa está dirigindo seu carro novo, do trabalho para casa, quando o motor para de forma inesperada. Os demais motoristas começam a buzinar, expressando raiva em relação à pessoa que está bloqueando a estrada. A resposta emocional dela, ao avaliar o carro como o motivo do problema, pode ser raiva ou, ainda, vergonha, ao examinar a sua habilidade como motorista. Conforme Tonetto e Costa (2011, p.137) sugerem:

A relação de causalidade entre avaliações (*appraisals*) e emoções implica que, compreendendo como ela se estabelece e como uma avaliação gera uma emoção em particular, o designer pode projetar para despertar ou evitar emoções específicas.

Em termos projetuais, como afirmam Tonetto e Campelo (2011), o designer poderia iniciar elencando que emoção deseja como resultado de seu projeto. Através de uma investigação direta com usuários, deveria compreender os motivos/avaliações (*appraisals*) que despertam tal emoção para, assim, projetar considerando os elementos usualmente associados ao *appraisal* planejado. Essas

avaliações são descritas em termos de diversos componentes, cada um deles relacionado a um aspecto particular de uma situação (ROSEMAN, 2001; SCHERER, 2001). A partir disso, o modelo mais adequado de entender essas avaliações (para o design), avaliado por Demir, Desmet e Hekkert (2009), é conhecido como componencial, isto que possibilita uma compreensão mais pontual sobre os componentes/origens das emoções resultantes.

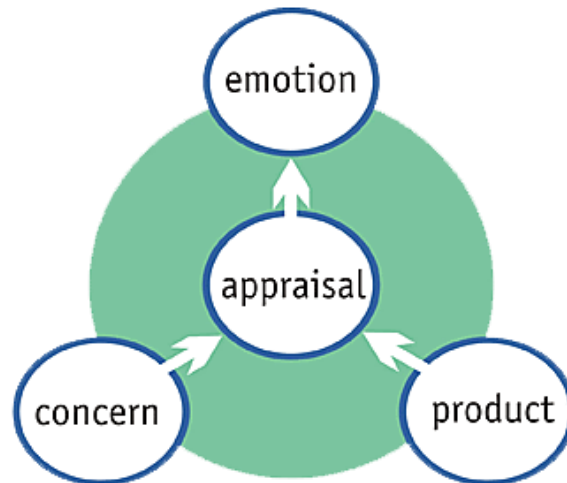
No design, mais que focar no processo psicológico das avaliações dos usuários (*appraisals*), os estudos comumente focam em análises de *concerns* (DESMET, 2002; TONETTO, 2012). Este componente diz respeito às disposições que as pessoas trazem para o processo emocional e os estímulos são considerados importantes apenas no contexto dos *concerns* do usuário. Desmet (2002, 2007), a fim de elucidar o entendimento sobre tais *concerns*, distingue-os em três categorias: atitudes, objetivos e padrões (DESMET, 2007). A primeira se refere às tendências dos usuários a se aproximarem ou irem contra objetos, pessoas ou eventos. Como, por exemplo: preferência por doce ou aversão a barulho. Os objetivos, em contrapartida, são referentes àqueles elementos que as pessoas querem fazer ou ver acontecer, inclusive aqueles ativados ou mediados por produtos. Como comprar uma agenda para se organizar. Por fim, os padrões se referem às crenças, normas ou convenções sociais sobre como as coisas deveriam ser, por exemplo: normas sociais aprendidas, como andar vestido e usar roupas limpas.

Conforme Demir, Desmet e Hekkert (2009) afirmam, projetos focados em experiência emocional podem partir da definição da experiência a ser projetada, do tipo de produto e de uma análise de *concerns* dos usuários para a geração de conceitos na etapa metaprojetual do design. A figura a seguir tem o objetivo de esclarecer ao leitor que as emoções são entendidas, nessa teoria, como o resultado de avaliações (*appraisals*) dos usuários. Nessa perspectiva, assim como foi ressaltado anteriormente, projetar para emoções significa entender como o produto se relaciona com os interesses (*concerns*) dos indivíduos. É caracterizada como uma teoria cognitiva, em função do foco na forma como os usuários processam a informação.

Desta forma, por possibilitar a compreensão de que a emoção em si não é manipulável, a abordagem torna-se altamente útil para a tarefa de projetar para emoções. Compreendendo o que leva a pessoa a avaliar um produto de dada

maneira, a emoção correspondente torna-se a forma de “projetar para emoções” (não de “projetar emoções”) (TONETTO; CAMPELO, 2011).

Figura 2 - Modelo básico de compreensão sobre emoções em relação a produtos



Fonte: Desmet e Hekkert (2007, p. 62)

A partir de uma revisão de literatura, Demir, Desmete Hekkert (2009) sugeriram sete componentes considerados relevantes para a avaliação das relações da experiência com o produto. Sendo eles:

- a) Consistência do motivo: relacionada à eficácia de um produto em responder ao que a pessoa quer, ou seja, seus motivos para a aquisição e expressão social. Por exemplo, falar com um ente querido distante através de um telefone celular pode evocar alegria porque é consistente com o motivo do afeto;
- b) Prazer intrínseco: relacionado à extensão em que um produto é prazeroso em termos sensoriais. Ele lida com o prazer sensorial de um objeto, como a doçura de uma barra de doce;
- c) Confirmação de expectativa: refere-se à confirmação ou à violação da expectativa da pessoa em relação a uma lista infinita de possibilidades, compreendendo desde a presença de elementos inesperados em um produto até as consequências de uma ação desempenhada pelo usuário, tal qual apertar um botão para ir para o menu de um telefone celular;
- d) Agência: ou seja, a causa de algo, positiva ou negativa, podendo ser o produto, o usuário ou a situação. No entanto, essa resposta só é dada pelo

usuário, como um patinador que consegue fazer um movimento difícil e pode experimentar orgulho por ter atribuído o sucesso a seu esforço e habilidade;

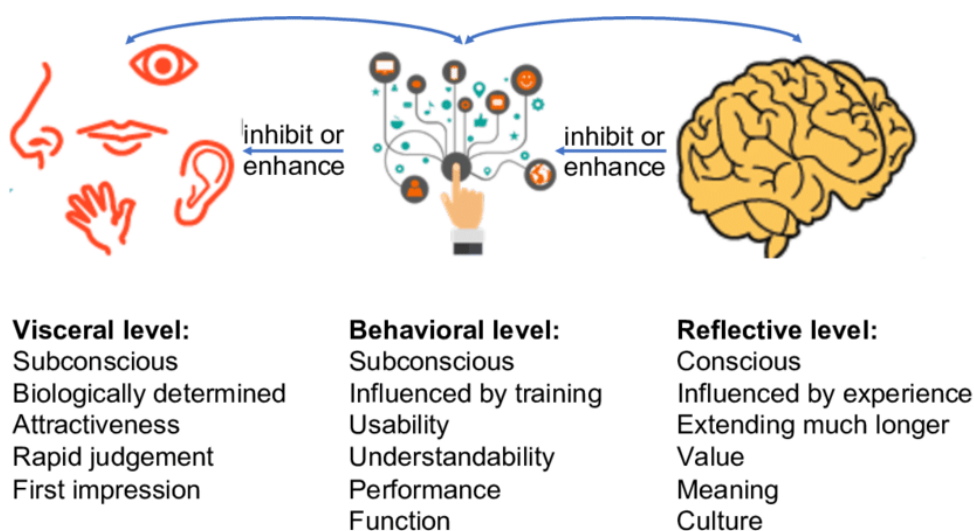
- e) Conformidade com padrões: referente à avaliação do produto em comparação com seus equivalentes no mercado. O resultado, nesse caso, pode ser a violação, confirmação ou superação dos padrões. Por exemplo, um indivíduo pode avaliar o material ecológico utilizado em uma cadeira como confirmação do padrão de "cuidado com o meio ambiente" e, portanto, admirar a consideração do produtor;
- f) Certeza: relacionada à segurança com o produto (podendo ser negativa ou positiva). Uma pessoa pode ter medo, portanto, de um carro que falhou no passado, construindo uma emoção negativa associada a sua marca, por exemplo;
- g) Potencial de *coping*: o último componente, refere-se à extensão em que o usuário consegue lidar com dada situação, com o que é real ou esperado de ruim em relação a ela. Ou seja, diz respeito às habilidades reais ou percebidas das pessoas em solucionar problemas. Por exemplo, a ansiedade do computador, na literatura, está geralmente associada a uma avaliação de se encontrar sem poder para manipular e controlar o computador (BUSCH, 1995).

Segundo Norman (2004), os seres humanos são os mais complexos de todos os animais. Todo o trabalho do autor, desde o princípio (datado de 1988), está centrado em discutir o design das "coisas cotidianas" e em como melhorá-las para conectar as pessoas a elas. A partir de estudos, realizados em conjunto com Andrew Ortony e William Revelle, professores do Departamento de Psicologia da Northwestern University (Estados Unidos), identificou-se que as emoções estão relacionadas a três níveis de processamento cerebral: nível visceral, que rege as respostas através da percepção direta; nível comportamental, parte que contém os processos cerebrais que controlam o comportamento cotidiano; e o nível reflexivo, formado pela parte contemplativa do cérebro. Em linha com esses níveis, Norman propôs três estratégias de design: design para a aparência (Design Visceral), para facilidade de uso (Design Comportamental) e para significado reflexivo (Design Reflexivo).

O Design Visceral concentra-se nas reações sensoriais imediatas às características físicas do produto (por exemplo: aparência, sensação e som), diretamente relacionadas às reações vivenciadas com o produto, ou seja, aproximação ou afastamento. As reações viscerais dos usuários a um produto são interligadas e os princípios de design tendem a ser universais (DESMET; HEKKERT, 2007; SCHIERSTEIN; HEKKERT, 2011). Norman (2004) ressalta, ainda, que um bom design visceral precisa de projetistas visuais e industriais qualificados.

Utilizando os princípios de Norman (2004), Park, Lee e Kim (2011) exploraram um novo sistema de toque interativo em uma tela *touch* de um *smartphone*, utilizando o fator de peso do sistema Eort da Laban. A partir dessa mudança, constatou-se que, a nível visceral, a sensação física da interface melhorou significativamente. Este segmento do design é amplamente utilizado nas indústrias automotivas, por exemplo, em veículos Mini Cooper e Tesla), eletrônica (iWatch e MacBook Pro) e no design de embalagens (ZHOU; JI; JIAO, 2020).

Figura 3 - Principais características envolvidas no design emocional de Norman



Fonte: Norman (2004)

Norman (2004) afirma que estudar Design Visceral é bastante simples, pois geralmente basta colocar as pessoas em frente ao produto e aguardar pelas reações de aproximação ou rejeição em relação a ele. Trabalhar com Design Visceral é compreender as respostas emocionais automáticas. Aspectos como forma, sensações e texturas são importantes também.

O Design Comportamental visa melhorar a interação homem-produto, concentrando-se na função, compreensibilidade, usabilidade e sensação física

(NORMAN, 2004). Geralmente, no Design Comportamental, a função do produto é o fator de maior relevância, mesmo que sua única função seja ter boa aparência. Alguns itens bem projetados falham quando se trata de cumprir seu objetivo principal. Portanto, para Norman (2004), o primeiro teste que um produto, relacionado ao Design Comportamental, deve passar é se ele atende às necessidades propostas.

Em um primeiro momento, entender a função correta do artefato parece o critério mais fácil de atender, entretanto, as necessidades das pessoas não são tão óbvias quanto se poderia pensar. Quando uma categoria de produto já existe, é possível observar as pessoas utilizando os produtos existentes para aprender que melhorias podem ser feitas. Entretanto, e quando se trata de uma nova categoria? Os dois cenários possuem obstáculos de pesquisa e desenvolvimento. Para isso, é possível utilizar como apoio a área destinada ao *human-centered design*, que possui diversos métodos de pesquisas voltados a descobrir as necessidades do usuário (BAXTER; COURAGE; CAINE, 2015). Tais como: observação, etnografia, investigação contextual e projeto baseado em cenários. O HFE (*Human Factors Engineering*) tradicional enfatiza fortemente a usabilidade e o desempenho e, neste sentido, o Design Comportamental tende a ser consistente com o *human-centered design* na medida em que coloca as necessidades do usuário em primeiro lugar (NORMAN, 2013).

Para Norman (2004), o Design Comportamental deve ser uma parte fundamental do processo de design desde o princípio, ele não pode ser adotado uma vez que o produto tenha sido concluído. Para o autor, o projeto deve começar com a compreensão das necessidades do usuário, idealmente derivado da realização de estudos de comportamento relevantes em casas, escolas, locais de trabalho ou onde quer que o produto seja utilizado. Em seguida, recomenda-se a produção de protótipos rápidos para testar em usuários potenciais (mesmo simples esboços ou maquetes de papelão, madeira ou espuma funcionam bem nesta fase). Visto que o processo de design continue, o designer e sua equipe possuem a liberdade de incorporar as informações dos testes no projeto.

Desta maneira, os protótipos são mais completos e, no momento em que o produto é finalizado, ele já foi minuciosamente testado através do uso: o teste final é necessário apenas para detectar pequenos erros na implementação. Conforme

ressalta Norman (2004, p.83): "Este processo de design iterativo é o coração do design eficaz e centrado no usuário".

Por fim, Norman (2004) introduz o Design Reflexivo, caracterizando-o com um caráter bastante amplo, visto que abrange mensagem, cultura e significados. Por trabalhar essencialmente com autoimagem e memória, segundo o autor, a tarefa de projetar deve ter como base a compreensão que os usuários têm sobre todos os elementos relacionados ao artefato.

No que se refere especificamente ao design, Norman (2004) coloca algumas questões entre os níveis visceral e o reflexivo, como a atuação da propaganda, que acontece tanto no nível visceral quanto no reflexivo, em que produtos atrativos atuam sobre o nível visceral. Prestígio, raridade e exclusividade atuam sobre o reflexivo. O autor destaca, ainda, que a atratividade é visceral, mas a beleza percebida é reflexiva, pois trata-se de um conceito que vem da experiência e da reflexão. Música descompassada e arte popularmente descrita no senso comum como "feia" podem ser extremamente gratificantes em termos emocionais para determinados tipos de usuários.

Neste contexto, projetar no nível reflexivo, em termos de atuação profissional, pressupõe entender significados. Técnicas que possibilitem acessar os pensamentos das pessoas, portanto, são valiosas neste cenário, diferente do que foi estabelecido em relação ao nível comportamental.

Ao que diz respeito às emoções, segundo o que foi constatado acima, o designer, aliado ao estudo do Design Emocional, possui diversas ferramentas para projetar e, possivelmente, despertar determinada emoção. Entretanto, recentemente, o campo do design adicionou uma nova perspectiva acerca do estudo das emoções, adquirindo como foco o sentido de bem-estar.

2.2.3 Design para bem-estar e a psicologia positiva

No início da década de 2010, presenciou-se um novo campo de estudos na área do Design Emocional, onde Desmet e Pohlmeier (2013) trazem os ensinamentos da Psicologia positiva para o design, expandindo as possibilidades de estudo e trabalho do afeto em determinados projetos. O Positive Design —também conhecido como Design para o Bem-Estar (*Design for WellBeing*) —explora a experiência afetiva de uma forma mais abrangente e duradoura, diferentemente das

abordagens tradicionais do Design Emocional, que são focadas em emoções efêmeras.

Desmet, Pohlmeier e Forlizzi (2013) definem por bem-estar subjetivo um sentimento duradouro de apreciação pela vida, isto é, ser feliz com a própria vida, ao invés de um sentimento momentâneo. De acordo com este significado, para eles a felicidade não é frívola, nem superficial. Neste contexto, o Design para Bem-Estar propõe um *framework* (Figura 3) composto por três fatores que, embora sejam universais, se manifestam de forma pessoal e dependem do contexto e do domínio de vida de cada indivíduo, tendo em vista o bem-estar subjetivo desta. O objetivo dessa proposta é dar um passo para operacionalizar o fenômeno holístico do bem-estar humano nos processos de design centrados nos usuários.

Neste *framework*, baseado nos preceitos da Psicologia positiva, considera-se três componentes principais na composição do Design Positivo, sendo eles, respectivamente, design por prazer, design por significado pessoal e design para a virtude. Cada um estimula, de forma independente, o bem-estar subjetivo, e o Design Positivo se encontra no centro da interseção desses elementos, o qual os autores denominam como "*sweet spot*" (DESMET; POHLMAYER, 2013, p.8). É nesta interseção que Desmet e Pohlmeier constatam que a mágica acontece, ou, em outras palavras, onde as pessoas florescem. Florescer, na tradição Aristotélica, refere-se ao indivíduo que possui o seu funcionamento ideal, experienciando a vida no seu máximo potencial (RYAN; DECI, 2001).

Para isso, além de ter emoções positivas, um indivíduo também deve ter um senso de significado, de compromisso, interesse, e propósito na vida. Desta maneira, um projeto de Design Positivo vai além do mero prazer. Embora o prazer seja um elemento essencial do bem-estar subjetivo, é preciso mais do que isso para florescer, é preciso significado (PETERSON; PARK; SELIGMAN, 2005; SIRGY; WU, 2009).

Figura 4 - Triângulo do Design Positivo



Fonte: Desmet&Pohlmeyer (2013)

Retomando para a Figura 4, o primeiro ingrediente, design para prazer, refere-se à felicidade resultante do ato de desfrutar o momento. Ou seja, o bem-estar subjetivo que é alcançado pela soma dos prazeres momentâneos de uma pessoa. O foco está no aqui e no agora, a presença de efeitos positivos e a ausência de efeitos negativos possuem influência em estar relaxado, divertir-se, estar livre de problemas. Produtos podem evocar sentimentos positivos (maximizando o prazer e o conforto) ou reduzir os sentimentos negativos (minimizando a dor e o desconforto).

Os autores ainda ressaltam que o design também pode ser uma fonte direta de prazer (por exemplo, pode-se saborear os detalhes finos de uma bolsa de couro feita à mão) ou facilitar atividades agradáveis (por exemplo, pode-se desfrutar de um dia de navegação, que é facilitado por um veleiro) (DESMET; POHLMAYER, 2013, p.8).

O segundo ingrediente, design para significado pessoal, aborda a felicidade resultante de um senso de significado pessoal. O foco não está no afeto momentâneo, mas em suas metas e aspirações pessoais (a longo ou curto prazo), como conseguir um diploma, construir uma casa na árvore ou correr uma maratona.

O significado pessoal também pode ser derivado a partir da consciência de suas realizações passadas ou de um sentido de progresso em direção a uma meta futura. Com isto em mente, os produtos podem ser recursos que as pessoas utilizam para atingir esses objetivos. Por exemplo, instrumentos musicais permitem que os músicos desenvolvam seu talento, enquanto tênis de corrida apoiam o

desenvolvimento do indivíduo de um atleta técnica de corrida (DESMET; POHLMAYER, 2013).

O terceiro ingrediente aborda a felicidade que é o produto do comportamento virtuoso. Aqui, a questão se desloca para um nível moral: "Estou me comportando de forma honrosa?". A própria pergunta implica em uma distinção normativa entre o que é bom (por exemplo, desenvolvimento de habilidades, altruísmo) e o que é ruim (perder a dignidade, prazeres sádicos) que seja independente do que possamos desfrutar ou nos esforçar para isso. Baseia-se na proposta de que existe um modo ideal de comportamento, ou um senso de excelência ou perfeição pelo qual se deve lutar e que leva a uma vida virtuosa (DESMET; POHLMAYER, 2013).

Virtude, segundo Rokeach (1973), é um valor humano idealizado que é operacionalizado de diversas formas. O próprio design pode apoiar os esforços das pessoas para serem virtuosas. Por exemplo, os óculos podem facilitar a leitura e a aprendizagem e cartões de agradecimento permitem que as pessoas expressem apreço. Acerca do lado negativo, produtos também podem permitir ou até estimular comportamentos não-virtuosos, como a produção que utiliza tecnologia poluidora ou produtos que estimulam o consumo não sustentável.

O objetivo da nova proposta de abordagem para o design, apresentada na Figura 4, é o de possibilitar ou estimular o florescimento humano através de prazeres, fortalecimento de virtudes e de construção de significado pessoal. Pois, embora cada um dos três ingredientes apresentados possa servir como guia para projetar para o bem-estar, o Design Positivo leva todos os três em consideração. Isto implica que, na visão dos autores, um design orientado pela experiência que contribui para o bem-estar subjetivo ao gerar prazer só se classifica como um Design Positivo se também abordar o senso de virtude e significado pessoal do usuário. Ressalta-se, também, que o Design Positivo não necessariamente precisa abordar todos os componentes no mesmo grau, podendo haver ênfase em um deles. Entretanto, em todos os casos, deve-se assegurar que o projeto não transmita nenhum efeito negativo sobre os outros dois.

Do ponto de vista de Desmet e Pohlmeier (2013), o Design Positivo nem sempre pode diferir-se de outras abordagens de design em termos de resultados, mas o faz em termos de intencionalidade e processo. Para isso, segundo os autores, o projeto de Design Positivo pode ser orientado por cinco características principais:

possibilidade, equilíbrio, ajuste pessoal, envolvimento ativo dos usuários e meios para impacto a longo prazo.

Porém, ressalta-se que a lista acima não está completa ou deve ser tomada como regra, pelo contrário, elas representam alguns *insights* iniciais que foram gerados explorando as possibilidades da estrutura do Design Positivo em projetos de design.

Em síntese, essa nova área do design procura, por meio do estímulo do prazer, das virtudes e do significado pessoal, estimular o desenvolvimento das pessoas, para que elas evoluam como indivíduos, vivam suas vidas no seu potencial máximo e ajam no melhor interesse para com a sociedade (DESMET; POHLMAYER, 2013).

Um bom exemplo da aplicação desta área é a pesquisa desenvolvida por Tonetto e Mandelli (2019) que utilizou o Design para Bem-Estar no desenvolvimento emocional e empático das crianças, através da projeção de brinquedos e brincadeiras.

2.3 Emoções, infância e a literatura infantil

2.3.1 Emoções básicas na infância e Desenvolvimento Infantil

A partir do que foi discutido até o momento, acerca dos conceitos e aplicações do design, é possível constatar que o designer, aliado ao estudo do Design Emocional, possui as ferramentas necessárias para projetar e, possivelmente, despertar determinada emoção. Entretanto, restam ser esclarecidas, ainda, quais emoções seriam estas e de que forma impactam na regulação emocional do ser humano, mais precisamente, na primeira infância.

Esta fase, segundo Portugal (2009), é o período das primeiras experiências de vida do ser humano, enquanto criança, e possui o poder de determinar aquilo que o ser humano será enquanto adulto. Pois é nesse período, que o sujeito aprende sobre si, sobre os outros e sobre o mundo. Neste sentido, o autoconhecimento torna-se fator decisivo para que a criança tenha um desenvolvimento emocional e psíquico saudável. Para isso, é necessário que o indivíduo seja capaz de expressar e comunicar as próprias emoções, visto que experimentá-las está no cerne do ser humano (JOHNSON, 1997).

Torna-se relevante ressaltar que não existe um padrão de desenvolvimento que seja igual em todos os seres humanos, uma vez que “cada criança é semelhante às outras crianças em alguns aspectos, mas é única em outros aspectos” (PAPALIA *et al.*, 2001, p.9).

Sendo assim, o processo de desenvolvimento do ser humano toma em si as singularidades humanas, as especificidades hereditárias do indivíduo e aquelas que são resultantes da sua experiência de interação com a realidade social e física.

Entretanto, no que diz respeito às emoções, fator essencial no processo de desenvolvimento infantil, como dito anteriormente, o cenário é diferente. Segundo Ekman e Davidson (1994), existem determinadas emoções que são inatas em todos os seres humanos, independente de classe, raça, cultura ou idade. Consideradas também como universais, isto é, são experimentadas além das fronteiras culturais (ORTONY; TURNER, 1990), estas são chamadas de emoções básicas.

Antes de detalhar especificamente tudo o que contempla as emoções básicas, procura-se detalhar o conceito. “A raiz da palavra é *motere*, o verbo latino “mover“, mais o prefixo “e-“para dar “mover para“, sugerindo que a tendência para agir está implícita em todas as emoções” (GOLEMAN, 2006). Para Ekman (2003), as emoções determinam a qualidade da nossa vida apresentando sinais únicos, tanto na fisionomia como na voz. A sua ativação poderá ocorrer com tal rapidez que a nossa consciência não percebe qual o motivo que ativou certa emoção num dado momento. O autor ainda faz referência a Tomkins quando este afirma que “as emoções motivam todas as escolhas importantes que fazemos” (TOMKINS apud EKMAN, 2003, p.17).

Alvarenga (2007, p.52), nesta mesma ideia de que as emoções são essenciais para o ser humano, defende que as emoções são “os motores que buscam restaurar o equilíbrio e a harmonia perdida por instantes pelo organismo”. Goleman (2006) complementa ao ressaltar que cada emoção representa uma diferente predisposição para a ação; em que cada uma delas aponta o indivíduo em uma direção. Borges (1998, p.119) afirma ainda que a emoção é considerada como um:

Processo interno regulador, quer a nível da aquisição de informação, quer a nível dos comportamentos sociais e interpessoais; será ainda um diferenciador de percursos do ponto de vista psicológico, na medida em que exprime a reação a diferentes estímulos de modelos insubstituíveis e específicos (tais como expressões faciais, gestuais e vocais), com um

processo de codificação refinado que se tem vindo progressivamente a decodificar

No que diz respeito a sua classificação ou hierarquia, as emoções são divididas em dois pequenos grupos: emoções básicas e emoções secundárias. Entretanto, para este projeto, somente o primeiro grupo será objeto de análise, visto que estas são críticas no desenvolvimento infantil (IZARD, 2011; LEVENSON, 2011; PANKSEPP; WATT, 2011).

Uma emoção é básica é outro fenômeno afetivo saturado, mas é diferente das emoções, como um humor, um traço emocional, uma desordem emocional, etc. A partir disso, Ekman e Cordaro (2011) apresentam a teoria da emoção básica, que tem como finalidade captar o que há de único em uma emoção. Assim, o que ela possui de único a distingue de outros estados afetivos. Para isso, os autores listam características encontradas na maioria das emoções básicas, sendo elas: sinais universais distintivos; fisiologia distintiva; avaliação automática; universos distintivos em eventos antecedentes; presença em outros primatas; capaz de um início rápido; pode ser de curta duração; ocorrência não-proibida; pensamentos, memórias e imagens distintivas; experiência subjetiva distinta; o período refratário filtra a informação disponível para o que apoia a emoção; alvo da emoção sem constrangimentos; a emoção pode ser decretada de forma construtiva ou forma destrutiva.

Em suma, as emoções básicas são designadas desta maneira pois são consideradas primitivas, no sentido de que devem originar-se na região subcortical estrutural do cérebro (TRACY; RANGLES, 2011).

Ao total, são sete emoções vistas como básicas. A primeira é a felicidade, essa emoção estimula a vida na medida em que motiva os indivíduos a fazerem o que lhe é favorável e estimula o envolvimento nas atividades necessárias para a sobrevivência. Nesta emoção “predomina a voz alta, as ideias rápidas, o corpo empinado e muitos gestos” (ALVARENGA, 2007, p.312). A segunda emoção é a tristeza, que se caracteriza pela resposta à perda de um objeto ou de uma pessoa de muito apreço, podendo se transformar em angústia, na qual há agitação e protesto sobre a perda e depois o retorno à tristeza novamente. Ela é expressa ainda pelo “choro, voz baixa e lenta, o corpo encurvado e ideias repetidas, pobres e com poucos detalhes” (ALVARENGA, 2007, p.312).

Ainda, dentre as emoções básicas tem-se o medo, que se exprime através da imobilização do corpo, ainda que por um período breve; os circuitos dos centros emocionais “desencadeiam um fluxo de hormônios que colocam o corpo em estado de alerta geral, mantendo-o tenso e preparando-o para a ação” (GOLEMAN, 2006, p.23). Muitas vezes pode-se desencadear a raiva nesta emoção, segundo Alvarenga (2007, p.313), “aparece a palidez, secura na boca, respiração ofegante, etc”. Após, apresenta-se a raiva, caracterizada por um aumento do ritmo cardíaco e uma descarga de hormônios, como a adrenalina, gerando uma onda de energia suficientemente forte para permitir uma ação vigorosa (GOLEMAN, 2006).

A emoção seguinte é a surpresa, classificada como a mais breve das emoções, é a resposta a um evento repentino e inesperado. Por fim, as últimas duas emoções são: o nojo, que consiste no ato de sentir repulsão pela visão, cheiro, sabor de algo ou alguma atitude, e o desprezo, que se refere ao sentimento de superioridade exercido sobre outra pessoa (EKMAN; DAVIDSON, 1994; EKMAN; CORDARO, 2011).

No que diz respeito às emoções e a sua relação com a infância, Depondt, Kog e Moons(2004) defendem que “aprender a exprimir e a comunicar os sentimentos aos outros diminui a possibilidade de manifestar comportamentos menos adequados, numa situação emocionalmente complicada” (DEPOND T apud BRÁZIO, 2013, p.17). Desta forma, torna-se importante que a criança saiba identificar e nomear as emoções tendo em conta as suas vivências, pois só assim será capaz de compreender as reações das outras crianças em determinados momentos. A capacidade de reconhecer os significados de tais padrões emocionais, de raciocinar e resolver problemas com base neles, intitula-se Inteligência Emocional (MAYER; SALOVEY, 1997; SALOVEY; MAYER, 1990).

Segundo Goleman (2006, p.54), a Inteligência Emocional é:

A capacidade de a pessoa se motivar a si mesma e persistir a despeito das frustrações; de controlar os impulsos e adiar a recompensa; de regular o seu próprio estado de espírito e impedir que o desânimo subjuga a faculdade de pensar; de sentir empatia e de ter esperança

Em suma, a Inteligência Emocional e o controle das próprias emoções possuem a capacidade de proporcionar uma fundamentação forte para o desenvolvimento da competência social desde a infância, além de promover uma

janela para o crescimento das diferenças individuais na personalidade e funcionamento social de cada sujeito (THOMPSON, 1991).

A educação emocional, segundo Raposo (2013), é um processo que decorre durante toda a vida, fazendo com que se torne importante encorajar a criança no controle e reconhecimento desse processo. A autora faz ainda referência ao desenvolvimento emocional e afetivo da criança em idade pré-escolar (dos 0 aos 6 anos de idade), dividindo em três etapas: 0 aos 12 meses, 12 meses aos 3 anos de idade e, por último, dos 3 aos 6 anos de idade.

A última etapa representa maior relevância para o projeto, no que diz respeito à inteligência e desenvolvimento emocional, pois é durante este período que a criança desenvolve novas formas de se relacionar com o outro e de se expressar, construindo sua própria personalidade (construção do Eu), tendendo a opor-se à opinião dos outros, fazendo prevalecer sempre a sua vontade. Segundo a autora, torna-se importante, nesta etapa, a compreensão das emoções, permitindo regular o modo como as demonstra e revela empatia e respeito pelo outro.

São diversas as ferramentas para o desenvolvimento emocional dos indivíduos, entretanto, Papalia *et al*, (2001) ressalta que o desenvolvimento humano se situa num contexto histórico e cultural, num ambiente que o influencia fortemente. Neste sentido, cenários que ofereçam à criança oportunidades para aprender ativamente são determinantes para que o seu desenvolvimento seja feito de forma harmoniosa. Para isso, apresenta-se a aprendizagem ativa.

2.3.2 Literatura infantil e aprendizagem ativa

A aprendizagem ativa pode ser entendida, segundo Hohmann, Banet e Weikart (1984,p.174), como a “aprendizagem que é iniciada pelo sujeito que aprende, no sentido de que é executada pela pessoa que aprende, em vez de lhe ser apenas ‘passada’ ou ‘transmitida’”. Proporcionar situações de aprendizagem ativa na solução de problemas despertará na criança a construção de suas próprias ideias e concepções sobre o mundo. Segundo Sadoyama, Paula e Neto (2019, p.24), este tipo de aprendizagem, aplicada na infância, é definida por quatro elementos:

- i) ação direta sobre os objetos (as crianças manipulam os objetos e usam o seu corpo no sentido da descoberta de significados em torno desses

mesmos objetos; ii) reflexão sobre as ações (as crianças agem das mais diversas formas e depois, ao refletirem sobre essa ação, começam a responder a várias questões e a construir uma compreensão pessoal daquilo que um objeto faz); iii) motivação intrínseca, invenção e produção (importância dos interesses da criança que a levam a explorar, experimentar e construir novos conhecimentos; e iv) resolução de problemas (quando uma criança se depara com um problema tenta confrontar aquilo que lhe é apresentado com todas as aprendizagens até então efetuadas)

Dito isso, neste contexto, é notório que para a criança seu principal objeto de aprendizagem é o corpo e este ativa todos os outros fatores de uma aprendizagem ativa (HOHMANN; WEIKART, 1997). É por meio de ações de interação com pessoas, objetos, ideias e acontecimentos que a criança construirá novos entendimentos e, a partir destes, será capaz de expor outros pontos de vista nas novas experiências.

Ao tratar-se de uma aprendizagem ativa, que explora diversas capacidades da criança, é importante ressaltar quais ferramentas executam com sucesso a aplicação dessa abordagem. Atualmente, vive-se em um cenário dominado pelas facilidades da tecnologia nos mais variados processos do cotidiano, entretanto, nem sempre esta demonstra ser a melhor opção. Em uma investigação, analisando a influência da tecnologia no desenvolvimento da criança pré-escolar e escolar, Santos *et al.* (2020) ressaltam os malefícios do uso exacerbado da tecnologia, dentre eles: o comprometimento da relação com pais e responsáveis, a limitação da criatividade, a ineficácia do desempenho escolar e a alteração de comportamento a partir do incentivo a realizar atitudes não éticas, dificuldade para viver o mundo real e aceitar as contradições de maneira que pode adoecer-las.

Ao analisar o impacto da tecnologia em crianças e adolescentes, Souza (2018) identifica que a função do imaginário é anulada porque esta pertence ao criador do jogo. Refere que o brincar, o fazer de conta, exige da criança a criatividade, criar histórias, enredos, personagens, imaginar-se naqueles papéis, lidar com conflitos, com a partilha, com renúncias, transferências e sentimentos. O autor identifica que tudo isso fica prejudicado com o uso intenso da tecnologia/internet. Além disso, o contato muito cedo e contínuo influencia no comportamento social, levando a criança a ter dificuldade de se relacionar em ambientes sociais (PEREIRA; ARRAIS, 2015).

Ademais, a Academia Americana de Pediatras (2016) recomenda, para crianças de 2 a 5 anos, o uso de no máximo uma hora por dia de mídia digital, para

prevenir possíveis falhas no desenvolvimento físico e mental. Considerando a imaturidade de suas habilidades simbólicas de memória e de atenção, bebês e crianças pequenas não podem aprender com as três mídias digitais tradicionais como fazem nas interações com os cuidadores (ANDERSON; PEMPEK, 2005) e têm dificuldade em transferir esse conhecimento para sua experiência tridimensional (BARR, 2013). Desta forma, necessitam de exploração prática e interação social com cuidadores de confiança para desenvolver suas habilidades cognitivas, de linguagem, motoras e socioemocionais.

Entende-se, a partir do que foi apresentado, que para esta faixa etária a melhor fonte de conhecimento e ensino é a tradicional, que permite maior interação da criança com sua própria imaginação, exploração motora, proporcionando gatilhos de estímulos suficientes para impulsionar o aprendizado, em oposição às mídias digitais, que super estimulam a visão e a audição, gerando um processamento deficitário na criança que poderá desenvolver sérios problemas para integrar todas essas sensações e, conseqüentemente, dificuldades em se desenvolver de modo integral (FERNANDES; EISENSTEIN; SILVA, 2018).

Neste contexto, o livro físico apresenta-se como possibilidade de evitar este cenário. Objeto popularmente conhecido e consumido, o livro físico possui exatamente o que a criança precisa: exploração motora e sensorial, proporcionada pela presença física do papel. De acordo com Mesquita (1999, p.2), a Literatura Infantil é “um conjunto de manifestações e de atividades que tem como base a palavra (com finalidade artística) que interessa à criança”.

Desta forma, para o autor, a principal finalidade da Literatura Infantil é promover o gosto pela palavra na criança como forma de entender e usá-la, mas também de gozar e desfrutá-la no contexto da imaginação. Cervera (1992) complementa ao constatar que a Literatura Infantil inclui toda a produção que tem como veículo, a palavra com um toque artístico ou criativo e como destinatário a criança.

A Literatura Infantil é caracterizada primordialmente pela maior variedade de experimentação gráfica com predomínio da narrativa visual. Este é um fator que proporciona um local mais livre para projetos inusitados, resultando em projetos que agregam maior potencialidade do papel no objeto-livro, tornando-o mais lúdico e interativo com o uso de técnicas como *pop-up*, *lift-up flap* (ROMANI, 2011).

Uma particularidade da Literatura Infantil e de todos os livros para crianças em geral, é a agradável articulação entre dois modos de representação e de significação que se conjugam, complementam e interpenetram: o texto verbal e o texto icônico ou gráfico-plástico (LOURENÇO, 2011).

A presença do livro poderá servir de base para introduzir algo no dia a dia das crianças, não servindo somente para um momento de leitura. Assim, a Literatura Infantil, apesar da sua qualidade estético-literária e da fruição que provoca, pode cumprir outras funções ao nível pedagógico que permitem desenvolver conceitos, atividades e momentos pós-leitura, servindo como um veículo sutil de transmissão de valores ou conhecimentos.

Neste contexto, para Mendes (2013), a Literatura Infantil, apesar de se instituir essencialmente como fenômeno artístico com uma inegável função estética, pode revelar-se igualmente um precioso instrumento pedagógico. Torna-se, assim, um veiculador importante na promoção de competências nas áreas da Formação Pessoal e Social, do Conhecimento do Mundo, da Expressão e Comunicação, nomeadamente nos domínios da Matemática, das Expressões, da Linguagem Oral e da Abordagem à Escrita, tal como destacam as Orientações Curriculares para a Educação Pré-Escolar.

Percebe-se também que a Literatura Infantil contribui em grande parte para o desenvolvimento emocional da criança, seja pelas emoções que o ato de contar e ler histórias provoca na criança ou pela forma como esta se projeta nas vivências das personagens. De acordo com Veloso (2005, p.3), a literatura infantil permite que a criança entre em um mundo de emoções que a ajuda a construir sua identidade através da vivência dos personagens na história e do modo que estes reagem de acordo com certas situações:

O que as histórias contam à criança permite um estilhaçar das paredes de vidro que a limitam, levando-a a penetrar num mundo que quer conquistar, mas também lançam luz em zonas obscuras do seu íntimo, clarificando dúvidas, desfazendo medos, construindo, enfim, uma identidade. (VELOSO, 2005)

Através do contato com os personagens, a criança entende as emoções vividas pelos protagonistas na narrativa e em alguns casos acaba por se emocionar, exteriorizando o que sente. Desta forma, a criança aprende a reconhecer e a controlar as suas emoções através do livro infantil.

A partir da fundamentação teórica desenvolvida, pode-se observar, a partir dos dados e informações que foram analisados até o momento, que as emoções básicas e o seu diagnóstico representam grande impacto no que se refere ao desenvolvimento humano. Em especial, destacou-se a sua relevância na infância, mais precisamente na idade pré-escolar, momento no qual o indivíduo está formando sua identidade, personalidade e individualidade. Neste período, o diagnóstico e compreensão das próprias emoções, intitulado de Inteligência Emocional, é fator determinante no futuro psíquico e social da criança, visto que o mau gerenciamento e externalização das emoções pode futuramente acarretar problemas cognitivos e sociais.

Como solução para esta questão, procurou-se subsídio nas ferramentas do Design Estratégico e no que se refere aos componentes metaprojetuais. Somado a isso, foi tido como objeto de análise as teorias e conceitos do Design Emocional e Positivo, observando-se a utilização das emoções como estratégias projetuais para incitar (ou não) bem-estar.

Por fim, ressaltou-se os impactos negativos do uso da tecnologia em excesso, no que diz respeito à aprendizagem das crianças, e introduziu-se os benefícios da aplicação da aprendizagem ativa. Esta consiste na exploração da individualidade da criança, tanto mental quanto motora, estimulando-a a executar as atividades propostas com o auxílio da sua imaginação e capacidade. Neste contexto, o livro literário físico se apresenta como um meio perfeitamente adequado para aplicação deste modelo de aprendizagem por conseguir proporcionar o estímulo necessário e a substituição do uso da tecnologia exacerbada.

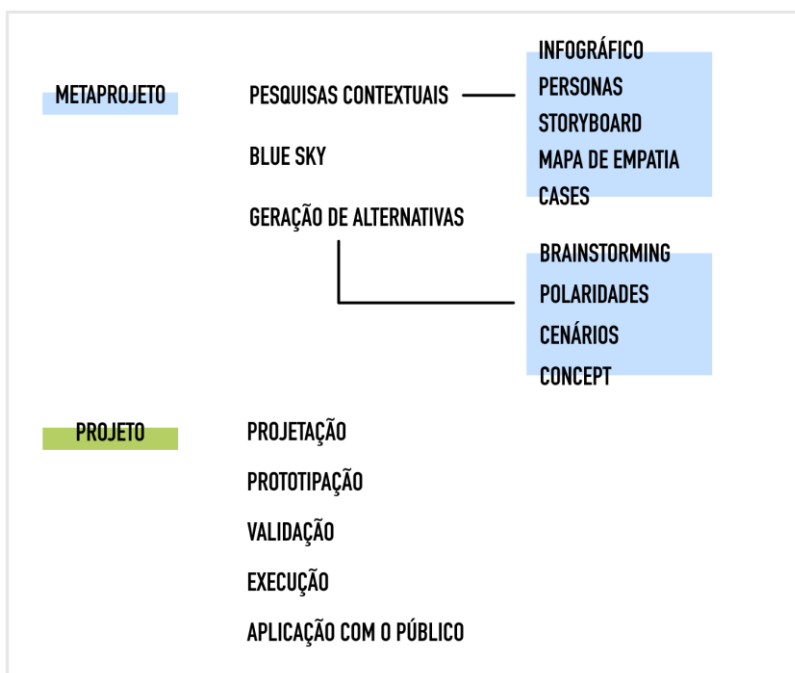
Desta forma, observa-se que a aprendizagem ativa, aliada às ferramentas do Design Estratégico, especialmente ao que se refere do processo de metaprojeto e aos conceitos contidos no design emocional/positivo constitui um forte alicerce projetual para a concepção de uma solução viável e útil para a temática escolhida.

3 METODOLOGIA DE PROJETO

O projeto descrito a seguir é vinculado à pesquisa intitulada *O Design para o Desenvolvimento de Habilidades Sociais na Infância*, coordenada pelo Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto. Ele foi avaliado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Unisinos (CAAE: 18272713.8.0000.5344). Todos os procedimentos éticos foram realizados em concordância com a Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde que regulamenta pesquisas envolvendo seres humanos. Nessa direção, os profissionais entrevistados assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Os responsáveis pelas crianças autorizaram a observação de brincadeiras realizadas para testes de protótipos por meio de um TCLE específico. Por fim, as crianças assinaram um Termo de Assentimento Livre e Esclarecido, viabilizando a realização da pesquisa.

O presente trabalho foi organizado e elaborado a partir das metodologias utilizadas no Design Estratégico. Entre as razões referentes à escolha desta metodologia pela autora estão a complexidade do objeto de estudo, a necessidade de visualizar, analisar e agrupar diferentes fontes de dados e a geração de ideias para atingir os objetivos propostos.

Figura 5 - Diagrama da metodologia projetual da fase de metaprojeto



Fonte: a autora (2021)

A metodologia escolhida se dividiu em duas etapas, o metaprojeto (referente ao TCC1) e o projeto (referente ao TCC2), conforme o diagrama acima.

3.1 Metaprojeto

O metaprojeto é utilizado nas fases iniciais do projeto e atua como suporte de reflexão para a ampliação do problema de projeto, assim como para a idealização de possíveis caminhos a serem percorridos para a elaboração do *concept*. Nesta fase, são coletados diferentes dados através de pesquisas qualitativas de campo e pesquisas provenientes de dados secundários a fim de compor um entendimento amplo do problema de pesquisa e organizar este conhecimento em estruturas decodificáveis. Estas estruturas se referem ao processo de interpretação, seleção, agrupamento, reconhecimento e sentido que o designer dá às suas escolhas (ZURLO, 2010; MORAES, 2010; SCALETSKY, 2016).

Conforme Moraes (2010, p.25), o metaprojeto surge como uma necessidade reflexiva que antecede o projeto. Articula um amplo e complexo campo de conhecimentos anteriores ao projeto a fim de “decodificar o projetável dentro da realidade complexa”. A partir disso, formula-se propostas conceituais para novos produtos e serviços através da elaboração de um ou mais cenários. Estes cenários não são modelos *output* únicos de projeto, mas caminhos que devem ser analisados e sintetizados a fim de guiar o ato projetual.

A fase metaprojetual foi desenvolvida neste trabalho a partir das seguintes etapas: pesquisas contextuais, *bluesky*, *brainstorming*, mapa de polaridades, cenários e *concept*.

3.1.1 Pesquisa Contextual

Segundo Scaletsky (2016), por proporcionar o conhecimento do ambiente em que o problema está inserido, a pesquisa contextual torna-se um espaço que possibilita o entendimento dos elementos que acompanham e geram sentido à unidade a ser analisada. Assim, por estarem intimamente relacionadas com o problema de projeto, as pesquisas contextuais permitem o conhecimento de diferentes enfoques da realidade, além de viabilizar a organização deste

conhecimento em estruturas que concedem ao designer instrumentos para decodificar, analisar e idealizar caminhos projetuais.

A pesquisa contextual do presente trabalho foi elaborada a partir de três pontos: investigação e representação do problema, compreensão do usuário e análise de referências. Primeiramente, utilizou-se de um infográfico para retratar e representar os dados obtidos na pesquisa bibliográfica deste projeto, visto que se trata de uma ferramenta que utiliza uma abordagem visual para entregar mensagens abstratas, complexas e densas (LAMB *et al.*, 2014; VANICHVASIN, 2013; SMICIKLAS, 2012). Um infográfico (que é abreviação de gráfico informativo) é uma representação visual de informação, que revela o oculto, explica o complexo e ilumina o obscuro através de ilustrações, algumas breves explicações escritas e visualização de dados através de gráficos ou gráficos (YUVARAJ, 2017).

Aliado a isso, com o intuito de compreender o usuário e o contexto em que este se insere, desenvolveu-se uma persona e um *storyboard* focados em retratar uma criança experimentando suas emoções básicas. A persona consiste na elaboração de um ou mais perfis baseados no usuário principal do projeto, expressando seus padrões de comportamento, necessidades, frustrações e desejos (GOODWIN, 2001; HINTON, 2008; MULDER; YAAR, 2007 através de representações visuais e o auxílio de texto como apoio, das quais o conteúdo pode não vir apenas dos estudos dos usuários, mas também das suposições, experiências e outras possibilidades do designer (COOPER, 2003; ANTLE, 2006; FRIED, 2007; NORMAN, 2004). Desta forma, entende-se as pessoas que utilizarão o produto/serviço, gerando, também, mais empatia em relação ao usuário, orientando as ideias e decisões de design para isso (LISBOA, 2017).

O *storyboard* consiste em uma espécie de roteiro em quadrinhos de uma determinada história/situação, sendo um recurso para visualizar as cenas e sequências em duas dimensões (GOLDSMAN, 2006). Neste projeto, a ferramenta foi aplicada para retratar as emoções básicas estudadas no cotidiano infantil, inserindo o projetista na realidade do problema de projeto, conseqüentemente resultando em uma reflexão acerca da temática, com o objetivo de identificar possíveis resoluções.

Após concluir o uso destas ferramentas, aprofundando-se no que diz respeito às emoções e seu impacto na infância, fez-se uso do mapa de empatia para retratar as reações da criança perante as situações criadas no *storyboard*. Com o objetivo

de, novamente, colocar-se no lugar do usuário e observar as impressões e sensações através do universo dele (QUAISER, 2017, procurou-se compreender com maior riqueza de detalhes o sentimento da criança em face a cada uma das sete emoções incitadas no *storyboard*, desde o que ela pode pensar, falar, até o que pode vir a sentir fisicamente (ex: calafrios, estômago embrulhado). Para que, com isso, então fosse possível identificar como retratar estas emoções no produto a ser projetado de uma forma que faça sentido para a criança ela consiga se identificar, facilitando o aprendizado e diagnóstico emocional.

Por fim, utilizou-se da apresentação de cases de projetos já existentes destinados ao público infantil, como forma de estudo de referências de mercado. Esta ferramenta define-se por uma estratégia de pesquisa com a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta e à análise de dados. Nesse sentido, o estudo de caso não é nem uma tática para a coleta de dados nem meramente uma característica do planejamento em si (STOECKER, 1991), mas uma estratégia de pesquisa abrangente.

O objetivo geral, no entanto, é convencer o leitor de que pouquíssimas evidências relevantes permaneceram intocadas pelo pesquisador, dados os limites do estudo de caso. Isso não significa que o pesquisador deve coletar, literalmente, todas as evidências disponíveis — uma tarefa impossível —, mas que as partes importantes recebam total atenção (YIN, 2001). Utilizou-se o Google como ferramenta de pesquisa, aplicando as seguintes palavras-chave: material, educação emocional, infância, inteligência emocional, emoções e livro. A partir disso, optou-se pelo estudo de múltiplos cases, mais especificamente quatro que se demonstraram relevantes para o projeto. São eles os livros: *Emocionário* (2018), pelo formato de apresentação das emoções; *Vavá e Popó descobrem a família das emoções* (2017), pela abordagem da temática na realidade da criança; *Tenho monstros na barriga* (2017), pelo estilo de ilustração aliado ao material de suporte, e, por fim, um dos livros da *Escola da Inteligência* (2015) pela proposta de envolvimento familiar com o material.

3.2 Pesquisa Blue Sky

A análise de macrotendências pelo Design Estratégico baseia-se na coleta de dados e na interpretação pelo intermédio do confronto sistemático desses dados,

seja na fase de coleta, seja na etapa de reelaboração e explanação final. A essas tendências torna-se interessante uma interpretação transversal, aberta ao cruzamento de todo tipo de informação, com o intuito de contribuir para a inovação a partir do design (FILLMANN, 2013).

É neste contexto e inovação que a pesquisa *blue sky* se insere, permitindo a criação de um sistema de referências para direcionar a criatividade através da busca de informações, tendências e trajetórias de inovação. Esse tipo de pesquisa tem por objetivo fornecer caminhos e estímulos ao processo vindos de setores que não são necessariamente aqueles em que a empresa ou projeto atua, e traz consigo a ideia de fertilizar criativamente o desenvolvimento do projeto (CELASCHI, 2007; DESSERTI, 2007). A pesquisa *Blue Sky* aborda aspectos como os de estímulos, tendências e construção de cenários.

Conforme Deserti (2007), torna-se interessante a junção destas duas áreas de pesquisa, contextual e *blue sky*, pois estas proporcionam um percurso que leve a não só a compreender os limites para poder transcendê-los, mas também a explorar territórios de fronteiras entre a operacionalidade do design e outras disciplinas, “buscando compreender-lhes a aproximação e fornecer-lhe instrumentos capazes de suportar a inovação [...]” (DESSERTI, 2007, p. 60). A aplicação desta ferramenta foi feita através da busca de *cases* de projetos/sistemas/produtos que não se relacionam diretamente com a temática do projeto, mas que fazem “disparar faíscas criativas ou para controlar e direcionar a criatividade de modo que resulte de forma coerente com os objetivos empresariais” (DESSERTI, 2007, p. 59). O primeiro *case* refere-se à louça mágica, este que foi escolhido por ser um produto simples, lúdico e que estimula a imaginação do público infantil de uma forma analógica. O segundo, o *Livro Caras Divertidas* (2018), foi selecionado pela exploração das habilidades motoras do leitor através do material do livro. Os dois *cases* escolhidos foram apresentados da mesma forma que se propôs na fase anterior referente à pesquisa contextual, através do detalhamento das informações e características dos produtos de maneira textual, utilizando como auxílio o uso de imagens a fim de se fazer ver os materiais escolhidos. Utilizou-se o Google como ferramenta de pesquisa, aplicando as seguintes palavras-chave: material de desenho, brinquedos analógicos, materiais funcionais, tipos de livro, produtos clássicos, produtos atemporais, sustentabilidade.

3.3 Geração de Alternativas

Nesta fase de projeto, utilizaram-se diferentes ferramentas de Design Estratégico a fim de gerar possíveis soluções para o problema de projeto.

Apesar de já possuir o embasamento teórico necessário acerca da temática das emoções, aliado aos resultados obtidos nas pesquisas metaprojetuais feitas até o momento, a autora encontrou-se com dificuldade em definir os atributos básicos para o projeto. A partir disso, optou-se pelo uso do *brainstorming*, que tem como base princípios fundamentais como foco em quantidade, falta de críticas às ideias e combinação de ideias, caracterizando-se por ser uma técnica de ideação que possui o objetivo de gerar um volume considerável de novas ideias e *insights* para o mapa de polaridades. Desse modo, o *brainstorming* foi composto pela autora, com duração de cinco minutos, e foram utilizados como estímulo principal os atributos desejados para o futuro produto a ser projetado. Teve-se em mente todo o material estudado até o momento, principalmente fatores como: os desafios que permeiam o ensino da autorregulação emocional, conceitos da aprendizagem ativa e a faixa etária do público escolhido (3 a 5 anos).

Após o fim do tempo proposto para a atividade, analisou-se as palavras escritas à procura dos conceitos que mais se conectem com a temática, ao suprirem as dores do objeto projetual com um caráter inovador e criativo. A partir disso, selecionou-se nove palavras principais que serão utilizadas no desenvolvimento de mapas de polaridades.

O mapa de polaridades é um gráfico obtido a partir dos conceitos opostos que constituem o tema de pesquisa ou por um conjunto de palavras obtidos em um *brainstorming*. O objetivo desta ferramenta é destacar diferentes características deste tema a fim de gerar alternativas ao problema de projeto (NICHTERWITZ, 2020). Neste trabalho, foram utilizadas duas polaridades, obtidas a partir do *brainstorming*. O cruzamento destas polaridades resultou em quatro cenários diferentes.

Os cenários são espaços cujo objetivo principal visa promover a articulação estratégica de caminhos projetuais (MANZINI, 2017). Conforme Morin (2007), esta articulação estratégica se dá através do diálogo com a complexidade, no sentido de “desenvolver um pensamento que ajude a estabelecer processos investigativos e dialéticos que negociem com a complexidade, otimizando trocas e fluxos de

informação“ (WILKOSZYNSKI, 2018, p. 96). Neste contexto, o designer atua com ocorrências plausíveis, relacionadas entre si, que se originam das percepções ou valores apreendidos durante as outras etapas de projeto.

Desta forma, esta técnica visa evidenciar os conflitos existentes e a partir disso formular estrategicamente proposições através das diferenças encontradas nas múltiplas realidades em que um livro físico se insere. Embora usualmente os cenários sejam técnicas para a visualização do futuro, o presente trabalho segue a proposta metodológica de Reyes (2015).

Nesta abordagem, os cenários são utilizados para apontar diferenças existentes na situação presente e que a realidade de hoje não nos permite ver por estar excessivamente próxima. Assim, nessa perspectiva, os cenários não são compreendidos como uma modelização do futuro mas sim como uma construção de um outro lugar, ideal, mas localizado no real (REYES, 2015).

Os cenários foram, portanto, atingidos por meio do *brainstorming* e de polaridades geradas a partir de sua análise. A partir da construção dos cenários, foram elaborados *moodboards* e narrativas textuais.

Segundo Scaletsky (2016), *moodboards* são quadros produzidos pelo designer compostos por imagens, materiais, desenhos, objetos e texturas que criam metáforas e conceitos que se apoiam na expressão das intenções de projeto. Entretanto, no contexto dos cenários do presente trabalho, estas narrativas insinuam o quadro representado, e não as intenções de projeto. Como ferramenta de busca de imagens utilizou-se o Google Imagens como fonte e, para as palavras-chave de pesquisa, baseou-se nos conceitos definidos em cada cenário apresentado. Desta forma, a observação e análise destas narrativas oferecem apoio ao designer na construção de caminhos projetuais que, procuram encontrar, dentro do problema de projeto, atritos e relações com as situações representadas.

As narrativas textuais apresentam um acontecimento que se posiciona em algum lugar. Da mesma forma que as narrativas imagéticas, este lugar não é utópico, ou ideal, mas uma possibilidade de ocorrência (REYES, 2015). A partir disto, foi feita a análise e escolha do cenário que a designer julgou mais promissor e foram construídas as *visions* que servem para dar vazão a diferentes soluções projetuais. Conforme ressalta Moraes (2010), as *visions* precedem o *concept*.

O *concept* é um resultado intermediário do processo de design conforme afirma Franzato (2016). Neste sentido, deriva dos apontamentos preliminares do

problema de projeto, das pesquisas realizadas durante o percurso de projeto e das percepções do designer a partir da análise dos dados obtidos. Com isso, elabora-se um conjunto de ideias similares a serem escolhidas para possivelmente evoluírem nas sucessivas etapas de projeto (FRANZATO, 2016).

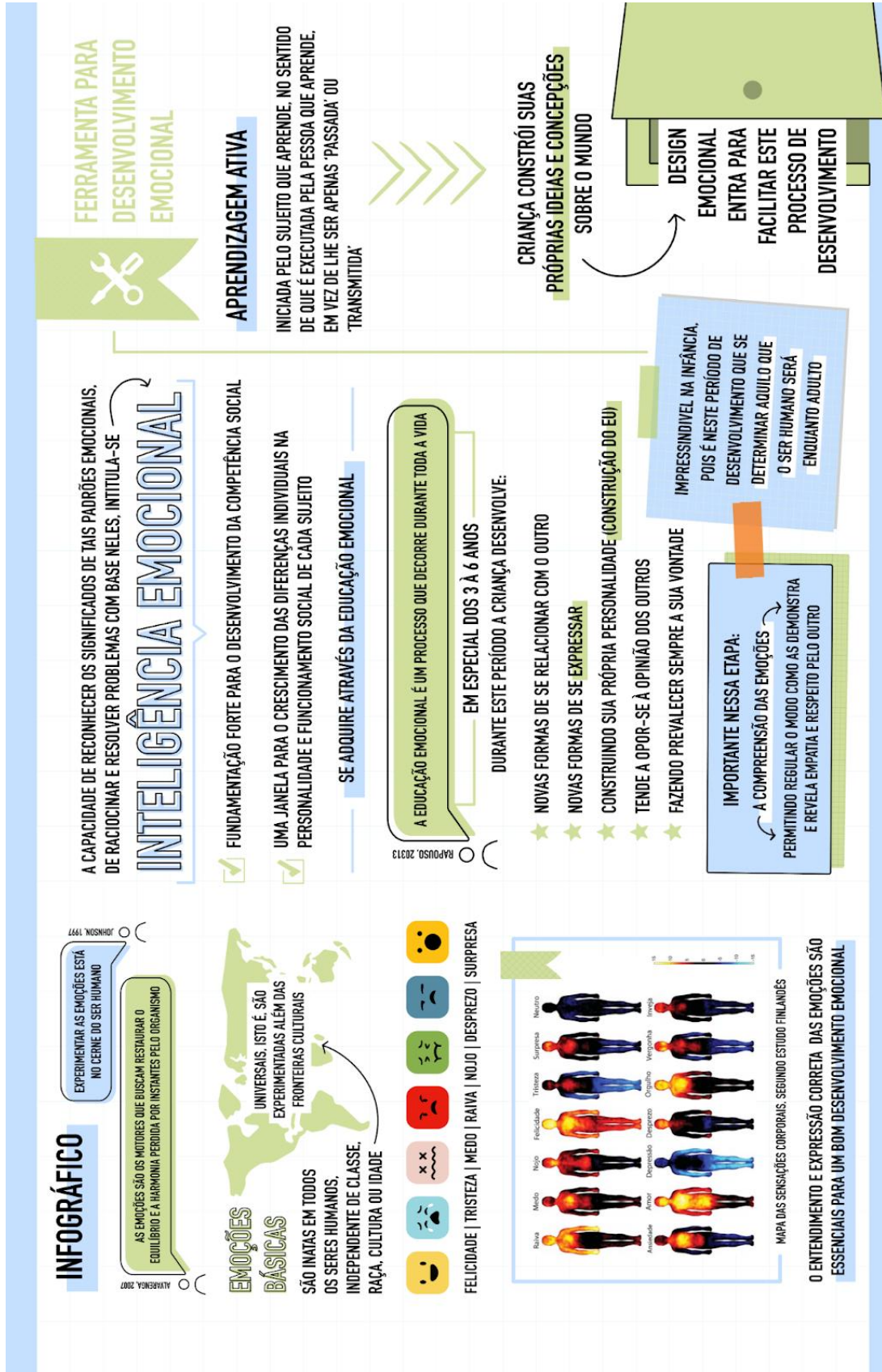
Foi nesta fase que sintetizaram-se todos os conhecimentos adquiridos e onde a designer utilizou a criatividade e o raciocínio sobre o problema a fim de propor soluções. Assim, tornando-se possível perceber, de forma mais concreta, a intenção projetual da designer para possíveis caminhos a serem percorridos.

4 METAPROJETO

4.1 Pesquisa Contextual

A partir dos dados obtidos nesta pesquisa, foi elaborado um infográfico com as principais percepções da pesquisadora ao longo dos processos de pesquisa sobre as emoções, seu desenvolvimento na infância e ferramentas como a aprendizagem ativa. Este infográfico teve como finalidade visualizar, relacionar e organizar os principais conceitos encontrados, pertinentes às etapas posteriores de projeto.

Figura 6- Infográfico das informações do processo projetual



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Entendeu-se, a partir da essência de informações do infográfico, que as emoções básicas são inatas e se expressam da mesma maneira em todo o ser humano, independente da cultura, idade ou raça. Ao todo somam-se sete emoções: felicidade, tristeza, medo, raiva, nojo, desprezo e surpresa. A compreensão e exteriorização correta delas denomina-se Inteligência Emocional e é um fator essencial para um bom desenvolvimento emocional e da competência social, os quais só é possível se adquirir através da educação emocional, processo este que perdura pela vida inteira do indivíduo, especialmente dos 3 aos 6 anos.

Compreendeu-se que nesta fase a criança desenvolve novas formas de se relacionar, de se expressar, construindo sua própria personalidade e seu eu, fazendo prevalecer as suas vontades. Destaca-se aí, neste período de individualização, a importância da compreensão de suas próprias emoções para facilitar o modo de se expressar, o desenvolvimento da empatia e do respeito com o outro, visto que as decisões tomadas nessa etapa da infância determinarão o que o indivíduo será quando adulto.

É neste contexto que a aprendizagem ativa se insere, como preciosa ferramenta para o desenvolvimento emocional da criança, na medida em que incita e a faz estimular suas próprias ideias e concepções sobre o mundo. Possui, então, também como aliado e facilitador, nessa jornada de aprendizado, o Design Emocional.

Após desenvolver o infográfico e organizar as informações adequadamente, entendeu-se com maior amplitude o impacto da regulação das emoções no ser humano, principalmente na infância. Em contrapartida, a autora observou certa escassez de conteúdo no que diz respeito à criança em si, em qual seria a sua dificuldade em diagnosticar as emoções. Para esclarecer esta questão partiu-se para o desenvolvimento de uma persona para o projeto.

4.1.2 Persona

Com o intuito de entender com clareza para quem o projeto destina-se, quais os anseios, gostos e características desse público, gerando também mais empatia em relação ao usuário (LISBOA, 2017), a autora identificou como pertinente a elaboração de uma persona para o projeto.

Figura 7- Persona de projeto



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

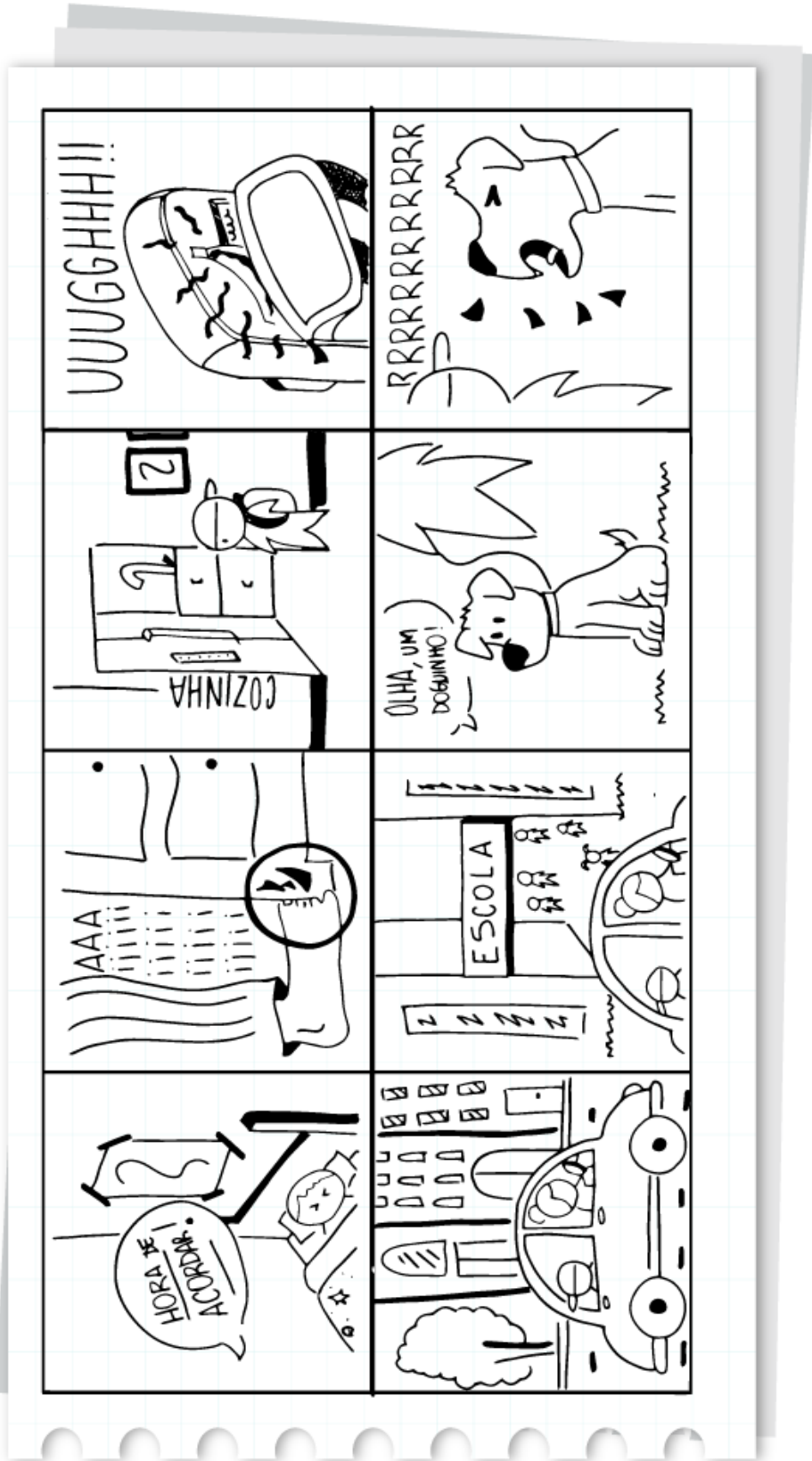
Ao finalizar a persona, entendeu-se com maior clareza qual caminho projetual seguir, neste caso a rotina da criança, pois notou-se que seu dia a dia possui diversas possibilidades para a identificação das emoções. Para fazer ver estas possibilidades, utilizou-se da elaboração de um *storyboard*.

4.1.2 Storyboard

Como descreve Goldsman (2006), o *storyboard* consiste em uma espécie de roteiro em quadrinhos de uma determinada história. Nesse sentido, o *storyboard* em questão foi baseado em uma gama de situações presenciadas tanto pela autora, em sua infância, como por seus sobrinhos, que regulam com a idade dos usuários do projeto.

A ideia principal foi começar e terminar o *storyboard* com as duas emoções mais evidentes e fáceis de serem identificadas, a raiva e a felicidade, com o intuito de facilitar o reconhecimento desde o início da história e também ressaltar, como se diz no provérbio português, que não há bem que sempre dure, nem mal que nunca acabe.

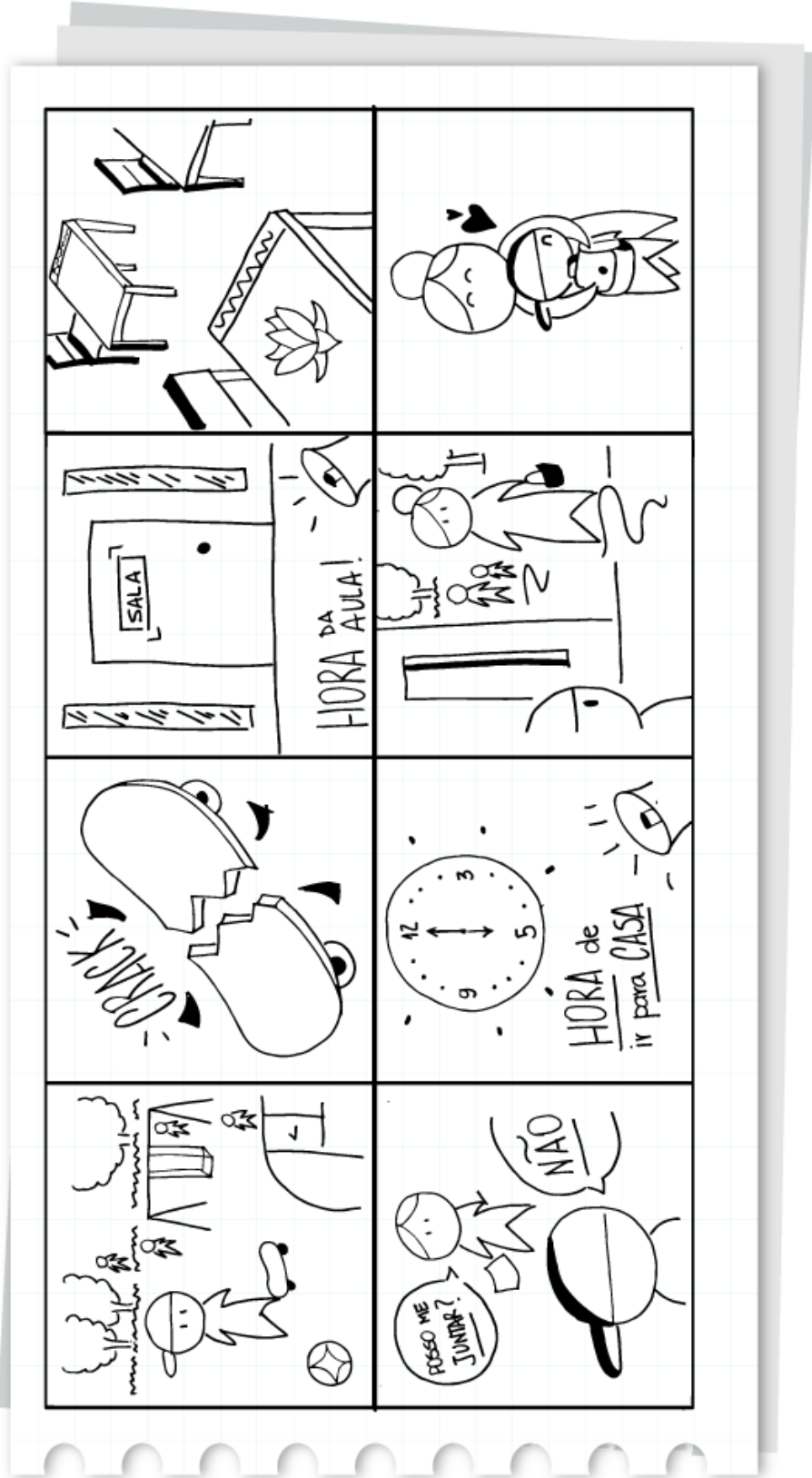
Figura 8- Storyboard1/2



Como apresenta a Figura 8, a história se passa em um dia de semana comum na vida da criança, onde ela acorda, vai para a escola e volta para casa. Porém, entre um acontecimento e outro, introduz-se uma situação corriqueira que funciona como gatilho para determinada emoção básica (que é o objeto central de projeto). Imaginou-se então sete situações específicas relacionadas às sete emoções básicas para inserir nesta história.

A Figura 8, linha superior, mostra a criança dormindo em seu quarto e delinea-se um balão de diálogo em que algum adulto grita que está na hora de acordar. Ainda na linha superior, apresenta-se a primeira emoção do *storyboard*: a raiva. Esta tem origem a partir da batida do pé da criança em um móvel ao levantar-se da cama. Após esse momento, identifica-se a criança na entrada da cozinha para tomar seu café da manhã. Ainda na linha superior, ao abrir sua mochila para guardar sua merenda e encontrar uma banana estragada, a criança se depara com a segunda emoção: o nojo. Em seguida, na linha inferior, a criança aparece indo para a escola de carro, ao chegar lá, ela se depara com a terceira emoção. O medo se apresenta quando a criança, ao tentar fazer carinho no cachorro da colega na entrada da escola, é surpreendido por latidos e rosnadas ferozes.

Figura 9-Storyboard 2/2



Na Figura 9 (linha superior), a criança encontra-se no pátio da escola brincando com seu brinquedo favorito que, em um deslize, cai no chão e se quebra ao meio, assim apresenta-se a quarta emoção: a tristeza. O sinal bate e ao adentrar na sala de aula a criança repara em algo diferente em sua mesa, uma linda flor, introduzindo a próxima emoção: a surpresa.

No primeiro quadro da linha inferior, apresenta-se a penúltima emoção: o desprezo, quando a criança nega o pedido de participação de um dos colegas de classe. Por fim, o sinal toca anunciando o fim do dia e, ao enxergar sua mãe no portão da escola, a criança sente a última emoção: a felicidade.

4.1.3 Mapa de Empatia

Após a construção do *storyboard*, a autora identificou que ainda não havia compreendido completamente esta persona projetual, para isso optou por desenvolver um mapa de empatia. Aproveitando o contexto e as situações específicas criadas no *storyboard*, baseou o mapa de empatia a partir disso, e produziu um mapa para cada situação e emoção básica citada.

O objetivo primordial da autora foi se colocar no lugar da criança e tentar compreender como ela se sentiria e reagiria experienciando cada emoção, nas suas próprias limitações de expressão e entendimento para, no fim da atividade, encontrar ideias e soluções de designs possíveis para a concepção de um projeto diferente e útil.

Para o mapa de empatia, utilizou-se como material de apoio os estudos de Ekman e Friesen (2003 e 1971), que desenvolveram um guia para identificar as características faciais que cada ser humano universalmente apresenta ao expressar determinada emoção básica. A partir disso, os autores ressaltam a relevância das expressões faciais no diagnóstico das emoções. Utilizou-se como apoio também a Figura 10, retirada da série *Lie to me* (2009-2011).

Figura 10 - Expressões faciais das emoções básicas



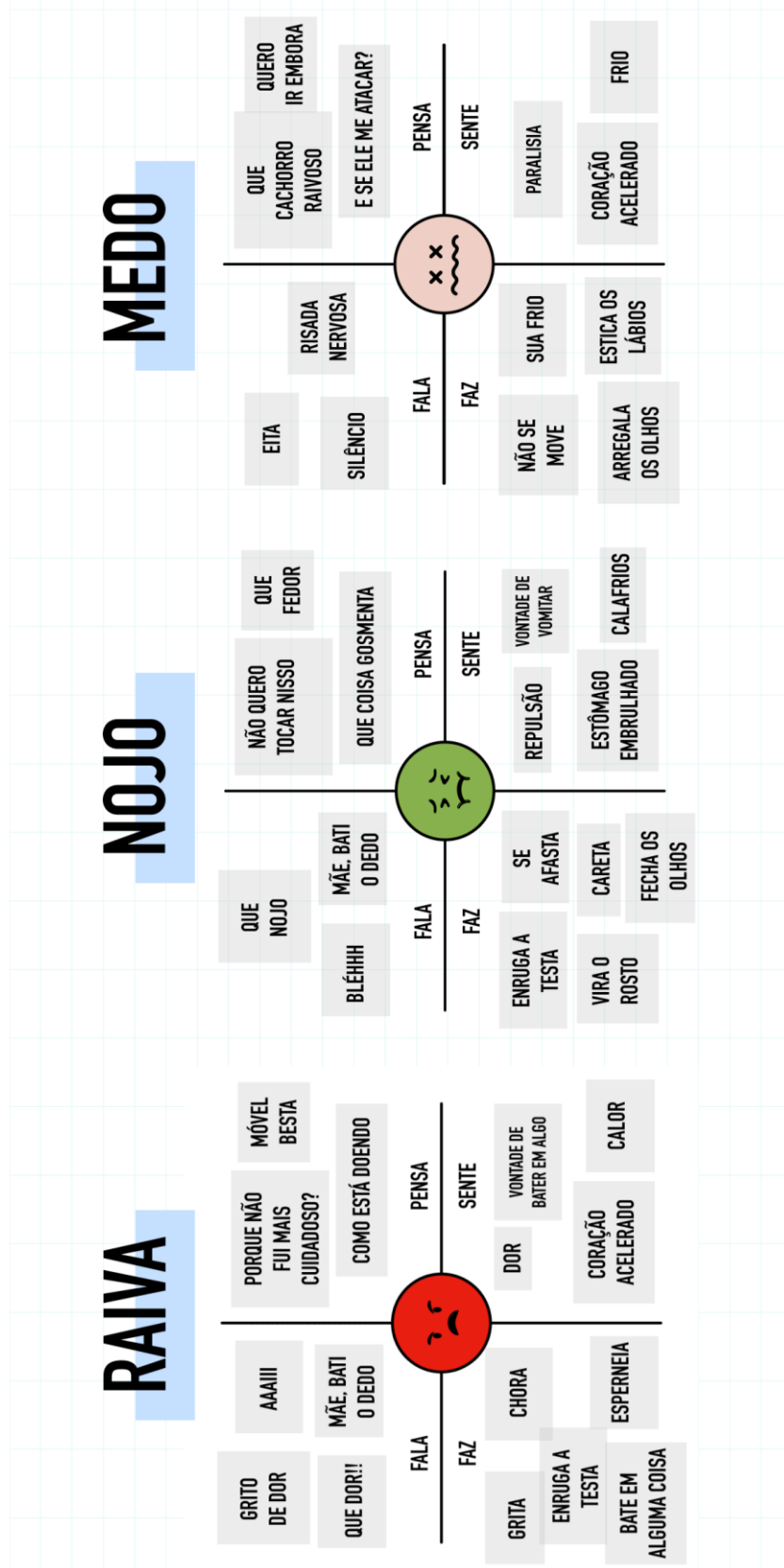
Fonte: Série *Lie to Me* (2009-2011)

A série televisiva norte-americana mostra as investigações de uma equipe formada por especialistas em detectar mentiras a partir da leitura de gestos e microexpressões faciais. A parte científica da série é assegurada porque conta com a consultoria de Paul Ekman.

Na figura acima, o protagonista da série retrata fielmente as características faciais de cada emoção (JESUS, 2020). Com o intuito de facilitar para a criança, mesmo que somente fisicamente, a identificação de uma determinada emoção (que é o objetivo principal do projeto) utilizou-se destas características faciais no desenvolvimento dos mapas de empatia.

Ainda que com o apoio de referenciais teóricos e as representações das expressões faciais da Figura 10 e dos estudos de Ekman e Friesen (2003 e 1971), observou-se certa dificuldade ao tentar explicar uma determinada emoção sem que o nome dessa fosse citado.

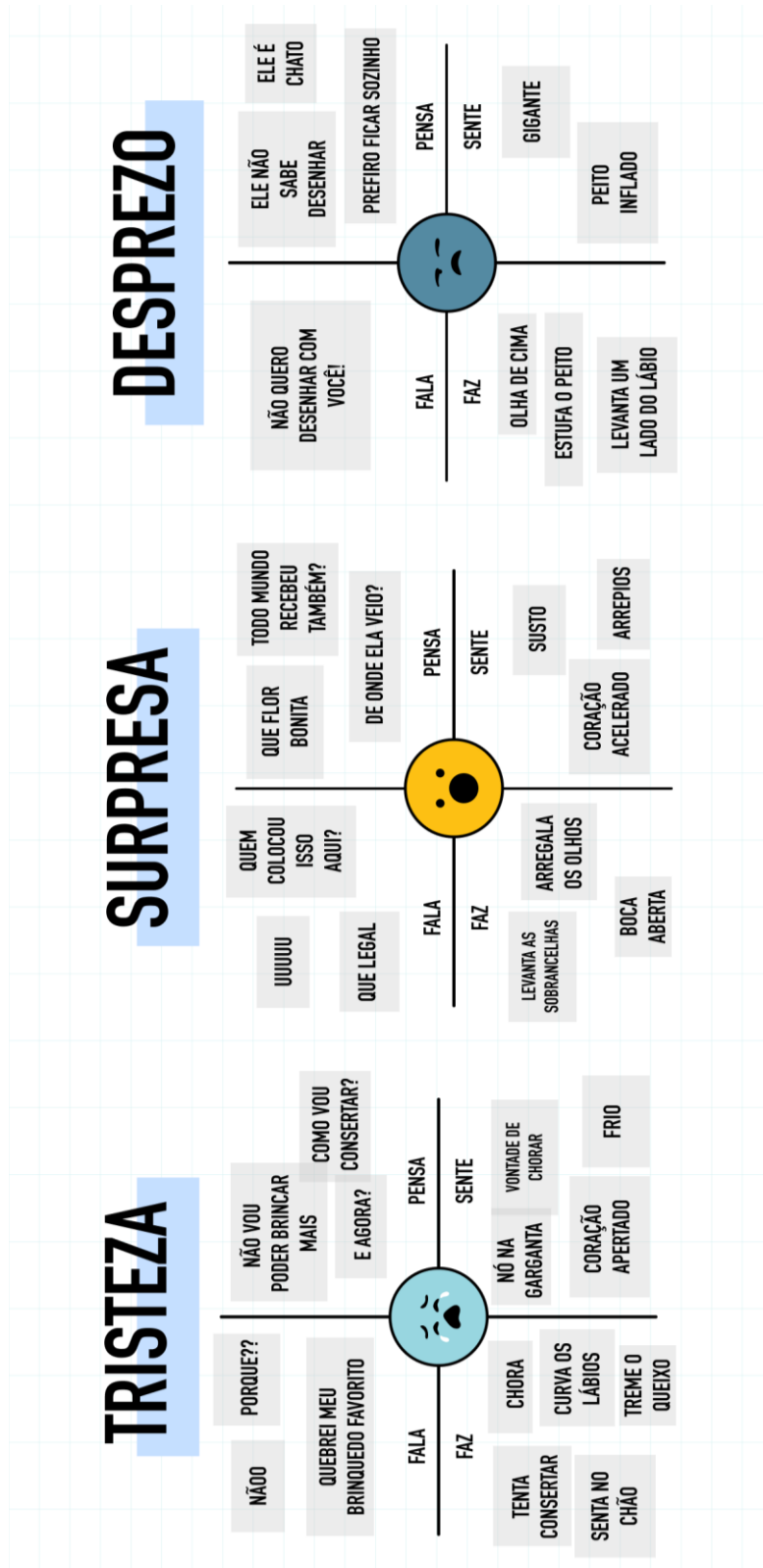
Figura 11- Mapas de empatia desenvolvidos 1/3



Fonte: Elaborada pela autora(2021)

Algumas emoções foram mais fáceis do que outras, como a tristeza e a raiva, que são compostas de sentimentos e reações extremas, desta forma mais fáceis de explicar e identificar como mostra a Figura 12. Por outro lado, o desprezo, de certa forma, é mais complexo neste quesito, pois necessita de certo grau de entendimento da criança para ser compreendido e não confundido com outra coisa. Ademais, emoções como o medo e a surpresa constituem-se de reações corporais e psíquicas muito parecidas, podendo confundir o diagnóstico da criança.

Figura 12 - Mapas de empatia desenvolvidos 2/3



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Como citado anteriormente, cada mapa de empatia foi desenvolvido baseado nas situações apresentadas no *storyboard*, das quais cada uma refere-se a uma emoção básica específica. Dessa forma, com uma situação clara em mente, foi possível retratar de forma mais lúdica os impulsos e comportamentos de cada emoção.

Figura 13 - Mapas de empatia desenvolvidos 3/3



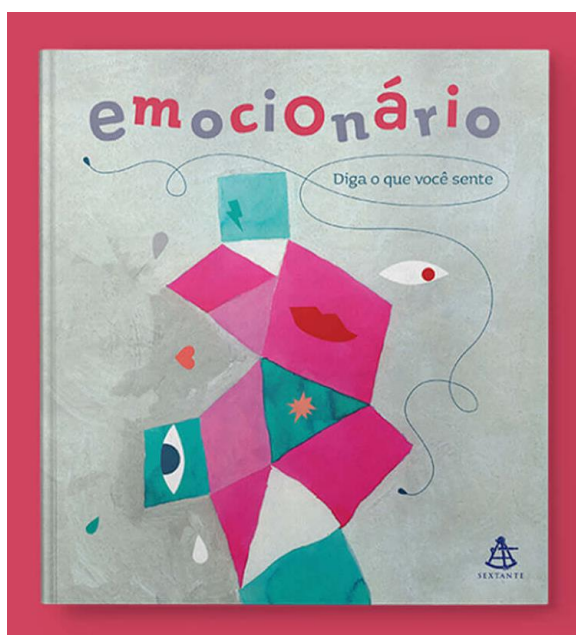
Fonte Elaborada pela autora (2021)

Após o desenvolvimento dos mapas, a pesquisadora entendeu que o diagnóstico das emoções não é uma tarefa fácil, especialmente na infância pré-escolar, e que implementar este processo requer atenção e minuciosidade nos detalhes. A partir disso, preocupou-se em pesquisar projetos relacionados com o tema, com o intuito de observar o que já está sendo feito e de que maneira e analisar os impactos positivos e negativos de cada proposta, a fim de entender o que funciona para este público nesta temática específica e possivelmente encontrar uma oportunidade de projeto.

4.1.4 Cases

Na busca por referências projetuais e cases para o enriquecimento de informações acerca da temática projetual, a autora encontrou quatro cases de projeto que valem a citação. Dentre eles, o primeiro refere-se ao Livro: *Emocionário (Diz o que Sentes)*, de Pereira & Valcárcel (2018). De origem internacional, no Peru, o livro se caracteriza como um dicionário de emoções e sentimentos, organizados da forma mais aproximada à ordem natural em que são experienciados. No total, apresenta-se no livro 42 emoções e sentimentos, sendo elas: ternura; amor; ódio; ira; irritação; tensão; alívio; serenidade; felicidade; alegria; tristeza; compaixão; remorso; culpa; vergonha; insegurança; timidez; confusão; medo; assombrado; nojo; hostilidade; aceitação; incompreensão; desamparo; solidão; saudade; melancolia; tédio; ilusão; entusiasmo; euforia; desmotivação; decepção; frustração; admiração; inveja e ciúmes; desejo; satisfação; orgulho; prazer; gratidão.

Figura 14- Capa do Livro Emocionário



Fonte: Capa Emocionário(2021)

Com o objetivo de facilitar a compreensão da criança sobre cada item do dicionário, cada página é designada a uma emoção ou sentimento que são definidos em duas partes, como pode-se observar na Figura 15. A primeira tem como foco detalhar o que é esta emoção/sentimento e como estase apresenta.

No caso da alegria, emoção contida na Figura 15, a primeira parte refere-se aos três primeiros parágrafos. A segunda parte aborda a aplicação destes atributos no dia a dia, como no exemplo da alegria: "o que acontece nesses momentos?". Ainda nesta segunda parte, a autora consegue conectar, com sutileza e maestria, as emoções e sentimentos entre si, de uma forma fluida e que faça sentido, na qual a alegria introduz a tristeza, esta a compaixão e assim por diante.

Figura 15 - Página alegria Livro Emocionário

Alegria

Alguns a chamam de "deleite" ou "contentamento".

A alegria é causada por algo prazeroso e, por isso, é especialmente agradável.

O que a difere da felicidade é que a alegria dura pouco. Mesmo assim, as pessoas podem ter muitos momentos alegres durante o dia.

O que acontece nesses momentos?

Somos invadidos por um entusiasmo divertido. Nossa energia aumenta e pensamos de maneira mais positiva.

O contrário da alegria é a **tristeza**.

emocionário
Diga o que você sente



Fonte: Página alegria Livro Emocionário(2021)

No que diz respeito à diagramação do livro, no lado esquerdo tem-se as definições das emoções/sentimentos, já previamente detalhadas. No lado direito, apresenta-se uma ilustração belíssima e extremamente alinhada com cada temática, transmitindo a atmosfera da emoção em questão, tendo como exemplo de uma ilustração a Figura 16 abaixo.

Figura 16 - Ilustração da Raiva no Livro Emocionário

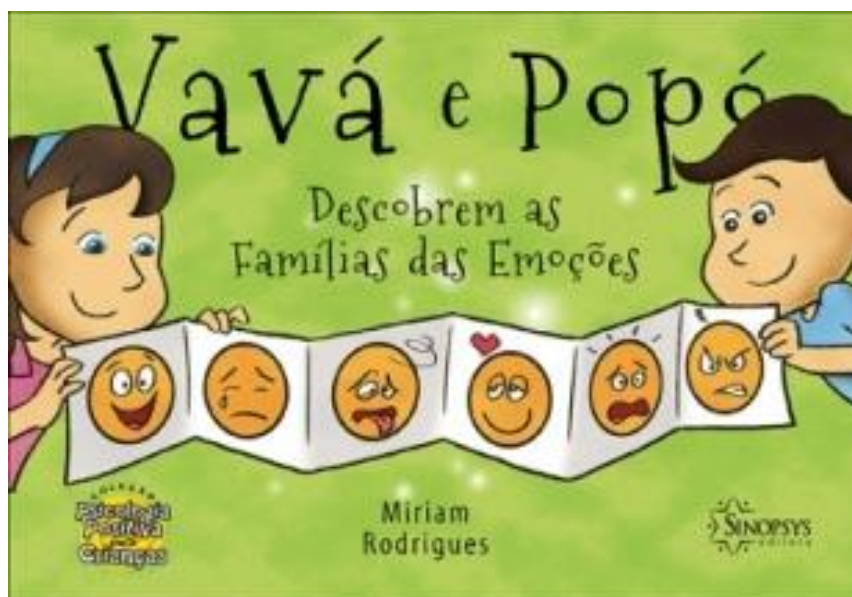


Fonte: Ilustração da Raiva no Livro Emocionário...(2021)

O segundo *case* também se trata de um livro infantil, porém nacional, chamado: *Vavá e Popó descobrem a família das emoções* (Rodrigues, 2017). Neste terceiro livro da Coleção Psicologia Positiva para Crianças, Vavá e Popó, duas crianças curiosas, descobrem que as emoções têm família: a da raiva, da alegria, da tristeza, do medo, do amor, do nojo.

Tendo como foco principal o lado saudável do ser humano, o livro utiliza-se de situações da realidade infantil para introduzir as emoções e explicá-las de forma clara e objetiva. O enredo principal se baseia em uma festa de aniversário, para a qual os personagens principais são convidados e as emoções básicas vão aparecendo no período entre o convite e a execução da festa, através de Vavá, Popó e seus colegas de classe.

Figura 17 - Capa do Livro Vavá e Popó descobrem a família das emoções



Fonte: Capa do Livro Vavá e Popó descobrem a família das emoções...(2021)

O penúltimo case, o *bestseller* de Casarin (2017), *Tenho Monstros na Barriga*, conta a história de Marcelo, um menino que sente “várias coisas” na barriga e não sabe o que isso significa e quando descobre que são sentimentos, Marcelo resolve chamá-los de monstros.

Ao longo das histórias, o menino narra os seus sentimentos e mostra oito monstros no livro: alegria, tristeza, raiva, medo, coragem, curiosidade, orgulho e ciúmes. O grande diferencial deste livro, para a pesquisadora, está no espaço de interatividade na página seguinte de cada sentimento, na qual as crianças, junto aos pais e/ou professores, relatam em que momento elas também sentiram aquele sentimento, com a possibilidade ainda de brincar com a imaginação, desenhando o seu próprio monstro. Desse modo, entende-se que o livro busca aumentar a consciência dos sentimentos, aproximando as crianças dos seus pais e professores.

Figura 18- Livro Tenho Monstros na Barriga



Fonte: Livro Tenho Monstros na Barriga...(2021)

Casarin, além de dar seguimento ao primeiro livro, lançando a continuação *Tenho mais monstros na barriga* (2019), complementa ainda mais seu produto ao oferecer um *ebook* gratuito de atividades socioemocionais voltadas à sala de aula para ser utilizado como apoio ao seu primeiro livro, proporcionando outra fonte de conteúdo e suporte no que se refere ao desenvolvimento emocional na infância.

Tal qual como é descrito no guia, o objetivo do material é ajudar o aluno a reconhecer e nomear suas emoções. Ao compreender os próprios sentimentos e os sentimentos dos outros, a criança se torna mais apta a encontrar estratégias para lidar com as suas emoções, desenvolver empatia, resolver conflitos e expressar de forma adequada o que sente, desenvolvendo o autoconhecimento e construindo, assim, relações positivas e produtivas.

O *ebook* conta com 6 atividades principais a serem aplicadas, todas contendo um roteiro detalhado de execução na sala de aula e material para impressão. As atividades são as seguintes:

- a) Meu Livro dos Monstrinhos: consiste na elaboração de um livro de monstros, onde a criança recebe uma folha por sessão para desenvolver um monstrinho. Nesta atividade, as emoções abordadas são: alegria,

tristeza, raiva, medo, coragem, curiosidade, orgulho, ciúme. A atividade tem duração de 20-40 minutos por sessão, totalizando oito ao total, uma por monstro;

- b) Check-in: Qual Monstro Está Na Sua Barriga?: cartaz no qual as crianças precisam identificar qual o monstrinho que estão sentindo naquele dia, além de debater sobre as emoções em um geral. Nesta atividade, as emoções abordadas também são: alegria, tristeza, raiva, medo, coragem, curiosidade, orgulho, ciúme. A atividade tem duração de 12-20 minutos por sessão, totalizando oito ao total, uma por monstro;
- c) Qual é o tamanho do meu problema?: atividade destinada para turmas que estão tendo problemas frequentes de choro, ataques de birra, e comportamentos agressivos. O objetivo é ajudar os alunos a compreender a dimensão de seu problema e refletir sobre quais seriam as reações apropriadas para cada um deles. A atividade consiste no debate do que é um grande problema para as crianças, conversando sobre as próprias experiências e reações. Nesta atividade, as emoções abordadas são: tristeza, raiva, e ciúme. A atividade tem duração de 25-50 minutos;
- d) Termômetro da Raiva: atividade na qual as crianças utilizam um termômetro de papel para diagnosticar os níveis da raiva em situações do seu dia a dia. Nesta atividade, a única emoção abordada é a raiva. A atividade tem duração de 10-30 minutos;
- e) Quando o Monstrinho da Coragem me Salvou: esta atividade propõe que as crianças descrevam um momento em que sentiram medo e feito isso o professor ressalta que para combater este medo deve-se introduzir o Monstrinho da Coragem. Ressaltam-se exemplos da sua vivência em que a coragem o salvou, inspirando as crianças a identificarem estes momentos em suas vidas também. Nesta atividade, as emoções abordadas são: medo e coragem. A atividade tem duração de 20-40 minutos;
- f) Coleção do Monstrinho do Orgulho: nesta atividade, propõe-se a elaboração de uma coleção de momentos em que as crianças sentiram o Monstrinho do Orgulho, através do uso de um cartaz a ser preenchido com relatos. Nesta atividade, as emoções abordadas são: alegria e orgulho. A atividade tem duração de 15-30 minutos.

Figura 19 - Banner ebook Tenho Monstros na Barriga



Fonte: Banner ebook Tenho Monstros na Barriga... (2021)

O último *case* refere-se à *Escola da Inteligência* (2015), uma série de livros escolares desenvolvida pelo psiquiatra, pesquisador e psicoterapeuta Augusto Cury. Visando a educação das emoções para o desenvolvimento da inteligência e saúde emocional, o programa, que envolve o professor, a família e o aluno, prepara as crianças para os desafios da vida, para o mundo acadêmico e para as exigências do mercado de trabalho. Para atingir estes objetivos, a escola conta com dez pilares bem definidos:

- 1) Aumento do rendimento intelectual e da concentração;
- 2) Gerenciamento do estresse e da ansiedade;
- 3) Superação da insegurança e timidez;
- 4) Habilidades para lidar com pessoas e administrar conflitos;
- 5) Aumento da qualidade de vida e do bem-estar;
- 6) Liderança e trabalho em equipe;
- 7) Postura empreendedora e criatividade;
- 8) Prevenção da violência e do bullying;
- 9) Desenvolvimento de um eu que aprenda a corrigir rotas e expandir seus potenciais;

- 10) Desenvolvimento de habilidades necessárias ao mercado de trabalho, tais como: perseverança, espírito empreendedor, capacidade de recomeçar e proatividade.

Figura 20 – Capa de um dos Livros da Escola da Inteligência



Fonte: A autora (2021)

No que diz respeito à fundamentação do programa, este é baseado na Teoria da Inteligência Multifocal (2006), de autoria também de Cury, com enfoque na construção de pensamentos e na formação de pensadores.

Analisa-se o universo da mente humana e os desdobramentos que advêm da gestão ou não dos próprios pensamentos, assim como os fenômenos do inconsciente, o papel da memória, entre outros temas relacionados. Além desta teoria, utilizou-se como apoio teórico a Psicanálise, de Sigmund Freud, a teoria das Inteligências Múltiplas (1983), de Howard Gardner, e pensamentos filosóficos de grandes filósofos como Sócrates, Platão, Rousseau, entre outros.

Os livros são divididos por níveis, correspondendo à idade e ano acadêmico do aluno, iniciando na educação infantil (3 a 5 anos) e acompanhando o aluno até a conclusão da educação básica, no ensino médio. Ressalta-se que os livros analisados pela autora destinam-se para os alunos do Ensino Fundamental (1º ao 5º

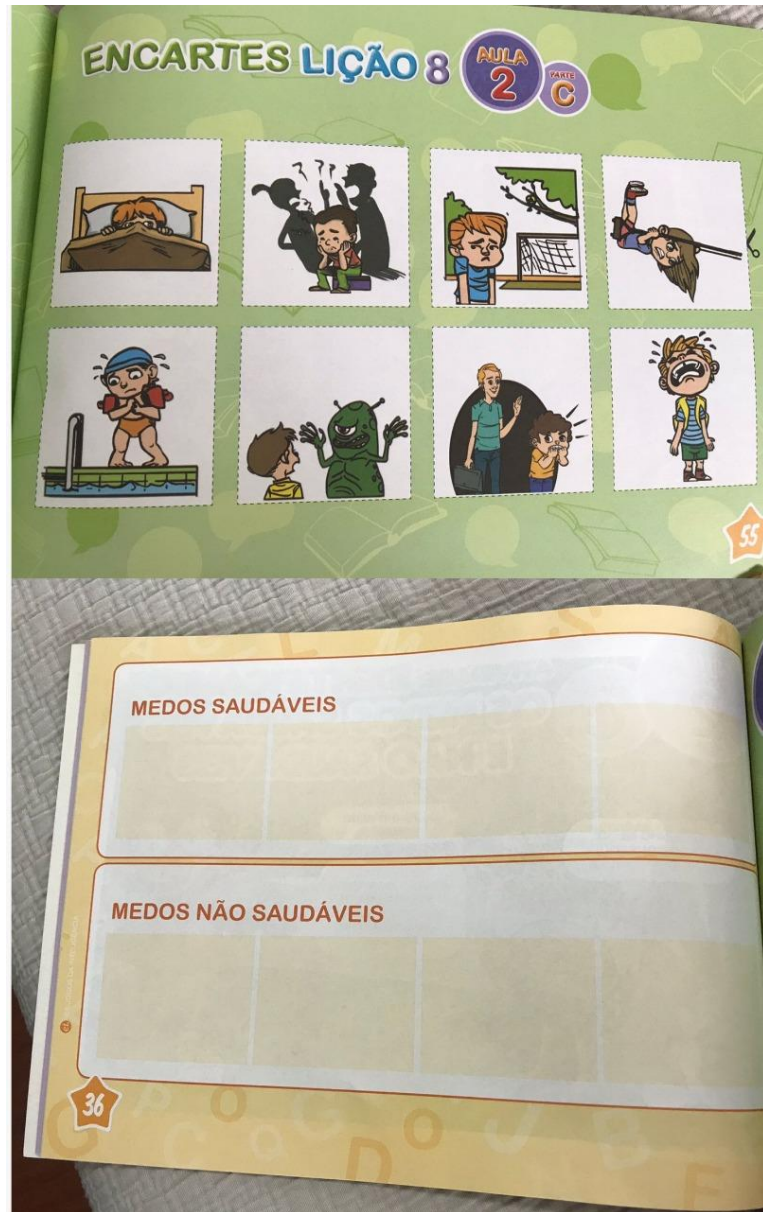
ano), nesta etapa do programa os estudantes aprendem a desenvolver o gerenciamento dos pensamentos e das emoções.

O conteúdo é abordado de forma leve, mas profunda, utilizando histórias, diálogos, músicas e atividades manuais como ferramentas de explicação e apresentação. O autor preocupou-se em apresentar e inserir os problemas de cada temática em situações do dia a dia, de modo que a criança seja capaz de relacionar com sua própria vida, tornando o aprendizado mais eficaz.

Utilizando como exemplo o livro da Figura 20, referente ao tema “superando os medos”, observa-se a estrutura padrão dos livros do programa. Estes são divididos em três capítulos ou três aulas, compostos de um bate-papo, dinâmica específica do capítulo e uma atividade.

As dinâmicas de cada capítulo são, respectivamente, canção, poesia e narrativa. As atividades exploram e estimulam a criatividade, imaginação, independência e capacidade motora das crianças, através de exercícios de recorte, pintura, colagem, entre outros. Além de possuir um espaço específico destinado para a participação dos pais em determinadas atividades, promovendo, desta forma, o desenvolvimento e fortalecimento do vínculo familiar entre os integrantes.

Figura 21- Atividades de um dos livros da Escola



Fonte: A autora (2021)

Além do formato físico, livro, o conteúdo se estende para o ambiente virtual, através de um QR Code (Figura 22) onde se apresenta um site institucional, recheado de ferramentas (como *playlists*, vídeos, jogos e fóruns) destinadas a proporcionar o suporte necessário para os usuários.

Figura 22- Página com QR Code no livro da Escola da Inteligência

CONHEÇA O EI PLAY MUSIC!
MÚSICAS, POÉSIAS e HISTÓRIAS na PALMA da MÃO

OLÁ, QUERIDA FAMÍLIA.
Já pensou em ter poesias, histórias e canções da Escola da Inteligência para seu filho ouvir a qualquer momento e em todo lugar?

COM O EI PLAY MUSIC ISSO É POSSÍVEL!

PARA SE CADASTRAR VOCÊ TEM DUAS OPÇÕES:

1ª opção

- 1- Acesse eiplay.escoladainteligencia.com.br
- 2- Clique em PRIMEIRO ACESSO e informe o voucher abaixo.
- 3- Preencha o cadastro com seus dados pessoais.
- 4- Confirme seu cadastro no e-mail.

2ª opção

- 1 - Acesse o Google Play® ou App Store®.
- 2 - Pesquise pelo termo "EI PLAY MUSIC" e faça o download.
- 3 - Clique em PRIMEIRO ACESSO e, usando a câmera do celular, ative o seu acesso com o QR Code* abaixo ou digite o seu voucher.
- 4 - Preencha o cadastro com seus dados pessoais.
- 5 - Confirme seu cadastro no e-mail.

Voucher*:

*PARA 1 DISPOSITIVO

SE VOCÊ JÁ É CADASTRADO, REATIVE SEU ACESSO!
Todos os acessos aos APPs da Escola da Inteligência expiram ao final de cada semestre. Para reativá-lo, faça login e informe o QR CODE ou voucher disponível nessa página.

E PRONTO! Seu filho terá as músicas e histórias da Escola da Inteligência na palma da mão.

APROVEITE!

APÓS ATIVAÇÃO (CADASTRO) DO EI PLAY MUSIC, O ACESSO AO CONTEÚDO ESTARÁ DISPONÍVEL ATÉ O FIM DO SEMESTRE LETIVO VIGENTE.

*PARA 1 DISPOSITIVO

Google Play App Store

ei escola da inteligência
Educação Socioemocional

Fonte: A autora (2021)

A partir do desenvolvimento da pesquisa contextual, observou-se as inúmeras possibilidades de aprendizado que um livro físico pode proporcionar para a criança. Seja através do uso de ilustrações que expressam com riqueza o conteúdo desejado ou a inserção da temática na realidade da criança.

Aliado a isso, ressaltou-se o valor agregado que um material extra pode resultar em um projeto, no caso deste último case que se refere à proposta de uma lista de atividades para sala de aula. Desta forma, estendendo o contato de integração do produto com os educadores e as crianças, criando uma ligação com estes personagens através da implementação de um PSS bem estruturado, adquirindo caráter diferenciado no mercado.

Neste contexto, foi possível retirar alguns elementos a partir dos cases apresentados, estes sendo identificados com certo potencial para compor o projeto desta pesquisa. Como exemplo, é possível citar a forma de apresentação do conteúdo (modo de dicionário) e o link feito com cada emoção, no *Livro Emocionário*

(2018); o uso da realidade da rotina das crianças como cenário primordial (*Vavá e Popó descobrem a família das emoções*, 2017); o tom de comunicação textual e visual do penúltimo *case* (*Tenho monstros na barriga*, 2019), que contempla também o desenvolvimento de um material extra que funciona como suporte prático para o conteúdo proposto no produto de projeto e, por fim, o envolvimento familiar proposto pela *Escola da Inteligência*, somado à presença de atividades destinadas à interação manual da criança com o livro.

4.2 Blue Sky

Parte-se para o próximo tipo de pesquisa proposto nessa fase metaprojetual, a pesquisa *bluesky*. Procurando por referências externas que fazem sentido para o desenvolvimento do projeto, observou-se certo potencial em dois materiais. Primeiramente, a lousa mágica, um brinquedo inventado na década de 1950 pelo francês André Cassagnes, originalmente chamado de traço mágico ou Etch A Sketch, como é conhecida no exterior (SUPER INTERESSANTE, 2017).

Optou-se por apresentar este produto pois se trata de um brinquedo analógico, inovador (mesmo que antigo), mundialmente conhecido, nostálgico e de fácil manuseio. De acordo com o artigo feito pela Revista Interessante (2017), a lousa é formada por um compartimento com uma caneta *stylus*, além de pó de alumínio e bolinhas de poliestireno. A aparência esfumaçada do vidro da lousa decorre do uso desse pó. Conforme a criança vai fazendo desenhos ou escrevendo, o pó se espalha, e tem-se a ilusão de que se está limpando o vidro.

Figura 23 - Estrutura Lousa Mágica



Fonte: Estrutura Lousa Mágica... (2021)

A lousa possui fios em seu interior que são controlados pelas esferas laterais da parte exterior. Eles movem uma ponteira e a caneta *stylus* (ponta de borracha) que toca o vidro e desgruda o pó da tela, formando assim os desenhos.

Os botões externos controlam eixos verticais e horizontais, tornando possível desenhar em toda a estrutura da lousa. O desenho pode ser apagado virando a tela da lousa para baixo. Com isso, as bolinhas fazem o pó aderir ao vidro novamente. Um sistema simples, mas que, para quem não sabe como funciona, de fato assume um caráter mágico.

Atualmente tem-se no mercado diversas versões de lousas disponíveis, indo além desta estrutura descrita anteriormente, com o uso de LEDs, por exemplo, porém com o mesmo princípio de diferenciar o ato de desenhar.

Após compreender a história e características principais do produto, observou-se que a lousa estimula com qualidade a imaginação e inteligência infantil, através da exploração dos sentidos, coordenação motora e interação da caneta com o quadro. Dito isso, identificou-se certo potencial do uso deste material como um referencial externo a ser explorado no projeto.

Figura 24- Lousa Mágica tradicional



Fonte: Lousa Mágica Tradicional... (2021)

O segundo material proposto se refere à série de livros chamada *Caras Divertidas - Edição Família* (2018), da editora Libris. Com diversas edições das mais variadas temáticas, os livros são voltados à exploração da imaginação das crianças, propondo uma brincadeira ao criar rostos engraçados com auxílio de imãs.

Nesta edição, é proposto ao leitor um enredo inicial para o desenvolvimento da brincadeira, onde, em cada página, contem-se um personagem da família (avó, pai, mãe, etc.). Apresenta-se uma característica da personalidade de cada pessoa para incitar a imaginação da criança na construção do rosto e em uma possível imitação de como o personagem seria/falaria.

Afim de exemplificação, na Figura 25 apresenta-se o avô e a avó, embaixo de cada um está a frase com a característica mencionada anteriormente. Para o primeiro tem-se: "O vovô gosta de contar histórias, ERA UMA VEZ" e para a avó: "A vovó gosta de tricotar na poltrona, TRIC TRIC".

A partir disso, inicia-se a brincadeira, utilizando-se de peças magnéticas de elementos faciais, como: olhos, boca, bigode etc., para a criação do rosto do familiar em específico. O livro assume um caráter divertido, extremamente interativo e inusitado ao utilizar o imã como meio principal para a execução da brincadeira em um livro literário.

Figura 25- Página vovô e vovó Caras Divertidas



Fonte: Página vovô e vovó Livro Caras Divertidas... (2021)

Entendeu-se como relevante para o projeto algumas características encontradas na concepção da pesquisa *bluesky* no que diz respeito ao caráter físico e manual presentes nos dois produtos apresentados. O primeiro, a louça mágica, por ser reutilizável, dinâmica, analógica, clássica e de baixa complexidade, mostrando-se como uma ferramenta interessante para a criança demonstrar o que está sentindo e diagnosticar a própria emoção da forma que desejar, além de possuir caráter nostálgico para os pais e educadores, que auxiliarão os pequenos na utilização da ferramenta.

Por fim, no livro *Caras Divertidas* (2018), observou-se uma nova forma de interação da criança com o produto, através da utilização de peças magnéticas na composição de rostos diversos. A partir disso, a autora expandiu sua perspectiva acerca das opções de materiais para utilizar no projeto, adicionando o ímã à sua lista, visto que este material possui baixo custo e complexidade ao mesmo tempo

em que proporciona a interação e exploração tátil de uma forma inesperada com base no caráter do objeto de projeto.

4.3 Geração de Alternativas

4.3.1 Desenvolvimento do *Brainstorming* e Polaridades

A partir dos dados obtidos até o momento nesta pesquisa, foi elaborado um *brainstorming* com as principais percepções da pesquisadora ao longo dos processos de pesquisa com enfoque nas características desejadas no produto a ser desenvolvido no projeto. Este *brainstorming* teve como finalidade visualizar, relacionar e organizar os principais conceitos encontrados, pertinentes às etapas posteriores de projeto.

Figura 26 - Ilustração do *brainstorming* com palavras relacionadas à pesquisa feita até o momento

Divertido	História	Conteúdo
Emocional	Conhecimento	Interessante
Prático	Físico	Fundamentado
Ativo	Útil	Relevância
Tradicional	Fácil	Manual
Mensagem	Dados	Lição
Interativo	Infância	Realidade
Estimulante	Fantasia	Leve
Virtual	Sério	Prático

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Através da análise das palavras obtidas no *brainstorming*, foram destacados os principais conceitos opostos, relativos ao tema de pesquisa e, por conseguinte, elaborou-se três mapas de polaridades, com o objetivo de salientar os diferentes

caminhos e características possíveis a serem seguidos ao projetar um produto baseado nas emoções para o público infantil.

Figura 27- Ilustração dos conceitos destacados



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O primeiro mapa, como mostra a Figura 28, refere-se a conceitos relacionados à abordagem ou tom a ser seguido pelo material de projeto, colocando-os em dois eixos: perpendicular e horizontal. Os conceitos são: divertido/sério e história/dados. A partir disso fez-se o cruzamento destas palavras resultando na criação de quadrantes, compostos por uma breve descrição de como seria o material de projeto se possuísse as características de cada conceito.

No primeiro quadrante, divertido/história, descreve-se um material que conta uma história, baseada na temática escolhida, de forma divertida e lúdica. No segundo, divertido/dados, descreve-se um material divertido e empolgante, utilizando como base de conteúdo dados e fatos.

No seguinte, história/sério, retrata-se um material em formato de história, apresentado de forma maçante e séria. Por último, no quadrante dos conceitos sério/dados, descreve-se um material constituído de dados acerca da temática das emoções, apresentando-os de forma formal e densa.

Neste contexto, após análise e reflexão sobre o conteúdo de cada quadrante, a autora escolhe o primeiro quadrante para ser utilizado no desenvolvimento do projeto.

Figura 28- Mapa de Polaridades 1/3



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O segundo mapa de polaridades desenvolvido, na Figura 29, relaciona-se ao formato/estilo do material a ser elaborado, cruzando-os da mesma forma que descrito anteriormente. São os conceitos: físico/virtual e fantasia/realidade.

Na composição dos quadrantes, se tem no primeiro físico/fantasia, um material físico com o conteúdo aplicado no mundo da fantasia e da imaginação, contendo bonecos, fantoches e acessórios como apoio. No segundo quadrante, físico/realidade, se descreve um produto físico baseado na vida real da criança, composto por ilustrações e customizações, aplicando o conteúdo na rotina infantil.

No quadrante seguinte, fantasia/virtual, tem-se um material virtual hospedado em um site ou aplicativo, com o conteúdo aplicado no mundo fantasioso, utilizando músicas, vídeos e jogos virtuais como apoio. Por fim, no quarto quadrante, realidade/virtual, descreve-se um produto virtual sobre Inteligência Emocional, aplicando-o na rotina da criança com o auxílio de vídeos, jogos e músicas.

Entendeu-se, na percepção da autora, que a melhor opção para a temática de projeto e aplicação dos conceitos de aprendizagem ativa seria o segundo quadrante (físico/realidade).

Figura 29 - Mapa de Polaridades 2/3



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O último mapa foi elaborado com conceitos referentes à essência do conteúdo do material a ser projetado, sendo eles: interativo/apático e

fundamentado/hipotético. Feito o cruzamento dos conceitos, tem-se o primeiro quadrante, interativo/fundamentado.

Neste quadrante, descreve-se um material/produto baseado em fatos e comprovações científicas acerca da temática, apresentando o conteúdo de forma lúdica e interativa gerando maior participação da criança. No segundo quadrante, interativo/hipotético, retrata-se um material baseado em hipóteses e opiniões populares a respeito das emoções, apresentando o conteúdo de forma estimulante, envolvendo mais a criança na atividade.

No quadrante seguinte, fundamentado/apático, delinea-se um material teórico, objetivo e comprovado, apresentando as informações de forma segmentada e estática. No último quadrante, apático/hipotético, tem-se um produto com o conteúdo apoiado em crenças culturais, apresentando as informações de maneira maçante e comum.

Analisando que a temática de projeto possui grande impacto na vida do ser humano e conta com excelentes alicerces da Psicologia como apoio, o objeto de projeto cumpriria com maior êxito seu objetivo ao se apresentar de forma fundamentada.

Optou-se então, neste contexto, pelo primeiro quadrante apresentado neste mapa (fundamentado/interativo), pois, além do aspecto de autoridade da fundamentação, conta com o diferencial da presença da interatividade no material, aspecto essencial na aprendizagem ativa com as crianças.

informações de cada narrativa imagética proposta nos cenários, fez-se necessário uma reflexão mais aprofundada sobre as características e realidade em que cada cenário estava inserido, com o objetivo de esclarecer os possíveis caminhos projetuais a serem seguidos. Para realizar este processo investigativo, utilizou-se uma narrativa textual dos cenários.

No primeiro cenário, físico/real, o material/produto de projeto apresenta-se de forma física e aplica os conhecimentos acerca das emoções básicas e Inteligência Emocional no dia a dia das crianças de idade pré-escolar.

Neste contexto, o material exploraria as minúcias da realidade infantil em um aspecto geral, com o intuito de gerar maior identificação das crianças e facilitando, assim, o aprendizado proposto, ou seja, o diagnóstico das próprias emoções.

Figura 31 - *Moodboard* Cenário Físico/Real



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

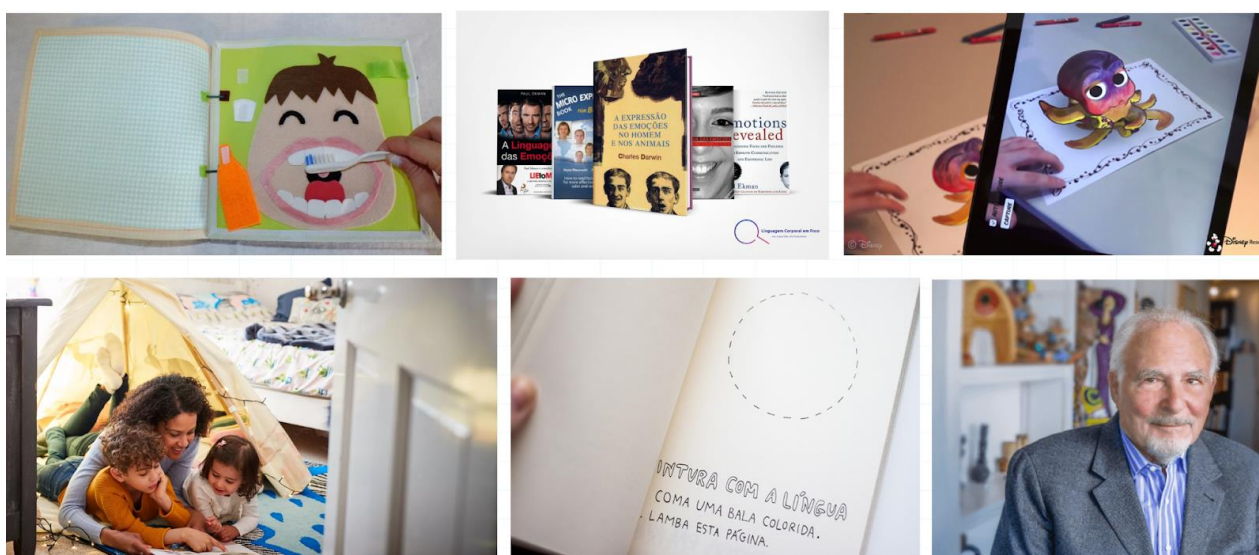
A apresentação do conteúdo seria feita através de textos, contando também com o auxílio de ilustrações coloridas e divertidas, apresentando o dia a dia das crianças de forma viva. Para complementar ainda mais o aprendizado, o produto explora as características que somente o formato físico de apresentação pode promover, como o estímulo motor e tátil. O material utiliza do uso de técnicas como pop-up, ímãs e desenho para estimular a participação da criança.

No cenário fundamentado/interativo o material/produto de projeto possui seu conteúdo fundamentado em estudos e teses comprovadas cientificamente, utilizando, como apoio, renomados autores acerca da temática das emoções. O

cenário apresenta as informações de forma interativa, lúdica e de fácil entendimento para as crianças, com o objetivo de gerar maior participação e engajamento com o material.

Para isso, utiliza-se técnicas da aprendizagem ativa no desenvolvimento do material, explorando a coordenação motora da criança ao instigar alguma customização no produto, por exemplo. Além disso, aplica-se fundamentos do Design Emocional no material, como incitar o prazer sensorial através da pelúcia na composição do produto, potencializando o impacto positivo do produto no público-alvo.

Figura 32 - *Moodboard* Cenário Fundamentado/Interativo



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

No último cenário projetado, divertido/história, o material/produto de projeto é focado no desenvolvimento da Inteligência Emocional desde a infância, apresentando a temática em forma de um conto, uma história, com o intuito de tornar o assunto leve, divertido e de fácil compreensão do público infantil.

Figura 33- Moodboard Cenário Divertido/História



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Para isso, introduz-se um personagem principal que tem como objetivo se conhecer e no decorrer do caminho ele enfrenta diversos obstáculos relacionados às suas emoções. No final, o personagem adquire maior conhecimento sobre si e aprende uma grande lição acerca das suas próprias emoções. A história se apresenta em forma de poema e conta com diversas ilustrações para dar vida às situações e incitar a imaginação das crianças.

4.3.3 Escolha dos Cenários e elaboração do *Concept*

Tinha-se como objetivo escolher um dos cenários, desenvolvidos anteriormente como norteador para a criação do *concept* de projeto. Entretanto, após certa análise e reflexão acerca do conteúdo desenvolvido, a autora identificou que cada cenário continha uma característica interessante e agregadora para o projeto, tanto em questões estéticas quanto funcionais.

A partir disso, optou-se por utilizar todos os três cenários como referência para o desenvolvimento do *concept*, especificamente as palavras-chaves de um: físico, real, interativo, fundamentado, divertido e história.

A partir dessas características, o *concept* foi desenvolvido. Com o objetivo de projetar um material completo que atenda às necessidades do público infantil na

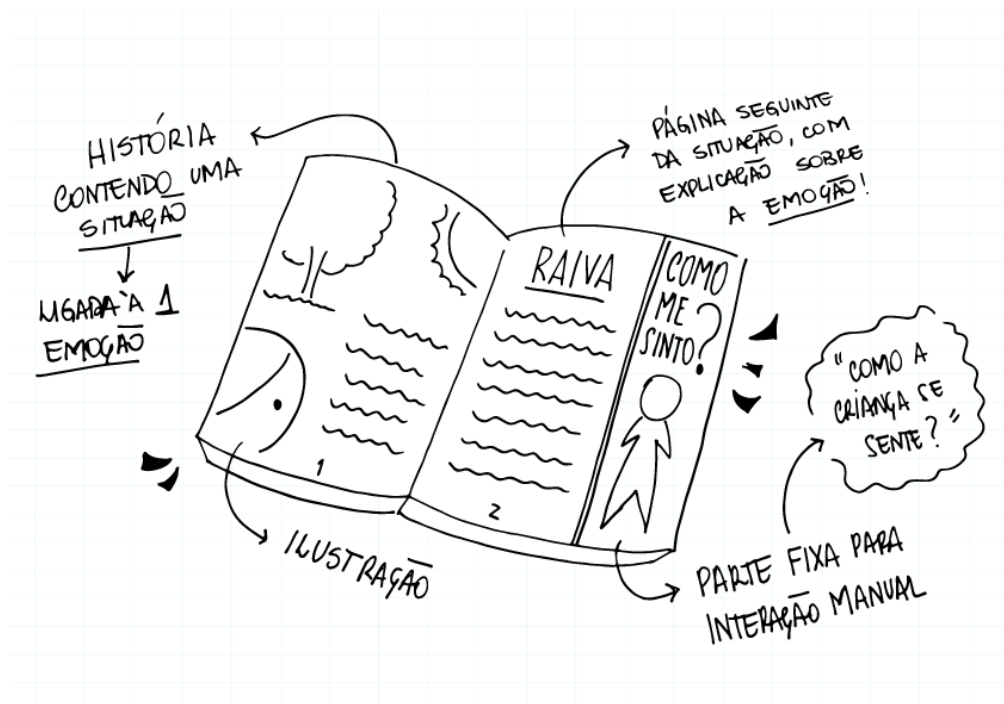
fase mais crucial do seu desenvolvimento emocional (3 a 5 anos), de forma leve, divertida e construtiva.

Para isso, mantiveram-se em mente os conceitos da aprendizagem ativa, que ressaltam a importância da ação direta das crianças sobre os objetos, reflexão sobre as próprias ações e resolução de problemas e o Triângulo do Design Positivo (DESMET; POHLMAYER, 2013), com o intuito estimular o florescimento da criança, trazendo bem-estar no momento de sua aprendizagem, especialmente por meio do fortalecimento das emoções positivas e do significado das emoções. Surge então a ideia de um Livro Físico Interativo.

Optou-se por utilizar o formato de livro físico, pois por estarem na idade pré-escolar, as crianças focais do projeto ainda não estão completamente alfabetizadas e necessitam de certo apoio para a compreensão de diversos assuntos. Então, a participação de um responsável torna-se crucial. Neste sentido, o livro físico tornou-se a melhor opção devido à possibilidade da exploração tátil e visual da criança, facilitando a explicação do adulto como um todo. Ademais, observou-se uma ótima oportunidade para o estreitamento dos laços familiares, aprimoramento das habilidades sociais da criança e na produção de boas lembranças para toda família.

Com isso, o objeto de projeto do *concept* proposto define-se por: um livro de história infantil para auxiliar no processo de diagnóstico das emoções básicas no dia a dia. Trata-se de um material de uso coletivo, onde a criança e os integrantes da família aprenderão juntos, explorando também o contato físico da criança com o material.

Figura 34 - Esboço do Concept



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Em suma, aposta-se na concepção de um livro físico interativo, embasado na Psicologia, aprendizagem ativa e ferramentas do Design Positivo, destinado a facilitar e auxiliar as crianças na idade pré-escolar (3 a 5 anos) no entendimento e diagnóstico das emoções básicas. Utiliza-se o formato de conto como apresentação principal de conteúdo e interação manual da criança com o material, estimulando a imaginação do usuário.

Neste cenário conceitual, como demonstrado na Figura 34, o livro seria composto de capa, miolo e uma parte fixa no canto direito, esta parte atuaria como suporte para a interação manual da criança com o livro, onde expressaria como ela se sente em relação à determinada situação/emoção. A história contaria o dia de uma criança e diversas situações, inserindo as emoções básicas neste contexto, como é descrito abaixo no Quadro 1.

Quadro 1 - Quadro conceitual acerca das emoções e situações propostas na história de projeto

EMOÇÃO	EXEMPLO DE SITUAÇÃO
Raiva	Ser contrariado(a); Conversar e não receber atenção
Nojo	Sentir um cheiro ruim; provar algo estragado
Medo	Cachorro latindo; Ponte bamba; entrar em um quarto escuro
Tristeza	Quebrar um brinquedo; Se machucar; Ir embora do parquinho
Surpresa	Ganhar um presente; descobrir algo novo; ver uma flor se abrir
Desprezo	Rejeitar algo ou alguém
Felicidade	Abraçar alguém que ama; Comer sua comida favorita; Ganhar em um jogo

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Na página seguinte da apresentação de uma determinada emoção, haverá uma definição escrita e visual detalhada sobre a emoção em questão, como um dicionário, para potencializar o diagnóstico.

Figura 35 - Elementos Sistema- Produto



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A partir do *concept*, define-se os aspectos do sistema produto-serviço a serem desenvolvidos, tal qual ilustrado na Figura 29, como o desenvolvimento de um projeto de marca, aplicável em livros de uma possível coleção, a criação de uma comunidade aberta ao público, voltada para o esclarecimento de dúvidas acerca do projeto, assim como disponibilidade de informações do conteúdo acerca da temática, através da publicação de *lives* e eventos com profissionais da área. Além disso, a criação de uma comunicação bem estruturada e alinhada com a proposta da marca e do livro, voltada aos pais e educadores, presente nos *displays* de venda, perfis nas redes sociais e no site como um todo e uma proposta de campanha publicitária de lançamento do sistema produto. Por fim, pensando no ciclo de vida do produto e seu descarte, propõe-se também um sistema de doação/troca, conectando os consumidores, de maneira que prolongue a vida útil do produto, resultando em uma maior disseminação de seu conteúdo ao longo do tempo.

Realizado o delineamento do *concept* e com a definição do sistema produto, definiu-se que a linguagem lúdica permeia toda a experiência e configura-se como o elemento responsável em auxiliar no desenvolvimento de uma atmosfera de melhor

aprendizagem sobre as emoções, pois, como Santos (2010) destaca, a metodologia lúdica, independentemente do nível ou da modalidade de ensino, desde crianças até adultos, se aproxima daquilo que se chama de aprender com prazer, com amor. A partir disso, fez-se necessário aprofundar alguns pontos do projeto para que o sistema contemple de forma plena os objetivos de autoconhecimento e desenvolvimento da Inteligência Emocional na primeira infância.

Com base nas pesquisas do subcapítulo 2.2, que discorrem sobre as faculdades do Design Emocional e o ato de projetar para despertar e/ou evitar determinadas emoções, aliadas ao conceito do Design para Bem-Estar, proposto no triângulo do Design Positivo (DESMET; POHLMAYER, 2013), considerou-se importante para a definição dos próximos passos de projeto criar critérios que incorporassem as experiências tanto das crianças como de seus familiares dentro do contexto da temática. Dessa forma, considerando a linguagem lúdica como elemento conceitual e estruturador, estipulou-se três critérios para orientar o desenvolvimento da experiência. São eles: estímulos, inclusão e leveza.

1. **Estímulos:** é o elemento de composição da experiência que busca impulsionar a criatividade, extravasar energias e sentimentos, instigar a curiosidade e os sentidos. Esta temática e suas possibilidades já foram abordadas anteriormente, através da pesquisa de *cases* e *BlueSky*, porém, buscando ampliar o campo de referências para o projeto, a autora propôs o desenvolvimento de um *moodboard* que ilustre esse critério. Os referenciais explorados foram escolhidos pensando em elementos que promovessem o desenvolvimento da imaginação, percepção dos sentidos e emoções, bem como a forma de se relacionar com os artefatos e o que isso desperta no usuário. A figura a seguir apresenta as experiências estudadas.

Figura 36 - Moodboard Estímulos



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Todos os itens escolhidos para compor o *moodboard* estimulam o desenvolvimento da capacidade motora da criança. O primeiro item corresponde ao livro *Destrua este diário* (2013), da autora Keri Smith, que convida o leitor a participar de sua trama através de desafios. É um convite para ser protagonista de situações inusitadas dando liberdade para o leitor experienciá-las de acordo com a sua vontade. Pode ser feito de forma cruel, delicada, criativa e artística. Assim, confere a cada exemplar características únicas e pessoais do leitor, fazendo-o se sentir parte do desenvolvimento do livro.

A segunda referência, de Isol Misenta, refere-se ao livro *Ter um patinho é útil* (2018), que procura explorar os aspectos visuais e táteis do livro físico ao inserir as dobras das páginas como coadjuvantes do desenrolar da história, fazendo a alusão, de forma despretensiosa e divertida, de que os personagens transitam pelas páginas. O próximo item, *O Monstro das Cores*, de Anna Llenas (2015), conta a história de um monstro todo colorido, no qual cada cor representa um sentimento: tristeza (azul), medo (preto), raiva (vermelho), calma (verde), alegria (amarelo) e amor (rosa). Na história, o personagem desconhece os motivos pelos quais muda de cor, e com a ajuda de uma menina ele aprende sobre cada uma delas. A menina ainda o ensina a separá-las em potes. A metáfora das cores misturadas é usada

para mostrar a confusão de sentimentos e, assim, estimular a aprendizagem da identificação das emoções e quando elas acontecem, com a finalidade de auxiliar no desenvolvimento emocional e social. O livro instiga a criança a fazer o mesmo, a separar as emoções em potes de acordo com as situações cotidianas.

O *Livro com o Buraco* (2014), de Herve Tullet, corresponde ao quarto item do *moodboard*. Este exemplar contém, literalmente, um buraco no meio de suas páginas, onde, aliado à uma ilustração e um pequeno texto orientador, propõe-se para o leitor que execute alguma interação com o buraco em questão. Assim, mais do que desenhar, pintar ou recortar, a proposta deste livro é envolver completamente o leitor na brincadeira, ou, melhor dizendo, no buraco: vale colocar o rosto, enfiar o braço, fazer dele uma cesta de basquete e tudo mais que a inventividade permitir.

Os últimos dois exemplos referem-se ao papel semente. Por se tratar do cultivo de algo novo e vivo, este material dá um passo a mais no que se refere aos estímulos dos sentidos e da sensibilidade, além de assumir um caráter extremamente versátil e sustentável, podendo servir para mais de um propósito.

No caso dos exemplos utilizados, o de cima tem como objetivo primordial ser utilizado como jornal e somente no descarte o material é utilizado como fonte de cultivo, enquanto o item de baixo refere-se a uma *tag* de roupa.

Neste contexto, observou-se um potencial projetual, visto que, além de proporcionar um estímulo não convencional, e muitas vezes fora do contexto de vivência da criança, o cultivo de uma planta incentiva o desenvolvimento de empatia, responsabilidade, paciência e inúmeras outras características (BLAIR, 2009). O contato regular com a natureza, por menor que seja, está associado com a redução e menor incidência de depressão, ansiedade e estresse (FULLER *et al.*, 2007; MAAS, VERHEIJ; DE VRIES *et al.*, 2009). Além disso, pode atuar também na atenuação dos sintomas de indivíduos neurodivergentes (THOMPSON, 2018; CAMARGO, COELHO, GUNDIM *et al.*, 2015), o que refere-se também ao critério a seguir.

2. Inclusão: tem como propósito promover a integração de um público até então negligenciado, preocupando-se em auxiliar e facilitar o entendimento do livro e proporcionar uma experiência que entenda as limitações do leitor e supra suas necessidades. É com esse critério em

mente que se pensou a abordagem sugerida anteriormente, na qual se inclui uma atividade que beneficia também crianças neurodivergentes. Outro exemplo é o sistema de troca e doação de livros, sugerido no *concept* inicial.

3. Leveza: busca tratar a temática das emoções de forma descomplicada e clara, em vista de promover a reflexão e a conscientização da criança sem causar danos emocionais. Considera os aspectos relevantes da informação como condizentes ao nível de compreensão dos receptores. Para isso, utiliza-se como apoio o uso de versos simples e ilustrações claras e divertidas.

A respeito do cenário de uso do livro (escolar ou familiar), notou-se que no decorrer do desenvolvimento projetual esta temática não estava devidamente definida e, a partir disso, procurou-se entender brevemente a importância de cada ator na aprendizagem infantil. De fato, os dois cenários, escolar e familiar, possuem grande influência no processo de aprendizagem, possuindo, como afirma Parolin (2003), o mesmo objetivo de preparar a criança para o mundo. Porém, o autor destaca e enfatiza a importância da participação da família no processo educativo. Visto que:

A família pode influenciar na aprendizagem escolar da criança na medida em que oferece à criança as primeiras instruções sobre as regras morais e sociais, já que se deve considerar que a criança busca na família um melhor entendimento sobre as coisas do mundo, e cabe à família oferecer à criança espaços que contribuam para a formação, respeitando os limites e possibilidades dessa fase da vida. (BRITO; SOARES, 2014, p.251)

A partir disso, define-se o núcleo familiar como coadjutor primordial na experiência deste livro, mesmo que não se descarte o seu uso posterior no âmbito escolar.

No que diz respeito ao enredo principal do projeto, após determinada reflexão, manteve-se ainda a abordagem de situações do cotidiano que contenham as emoções, entretanto, optou-se por modificar dois aspectos: o cenário e os personagens. Com o intuito de atingir a realidade do maior número de crianças possível e, entendendo a discrepância que existe em relação a isso, optou-se por desvincular a criança como protagonista do enredo. A partir disso, abriu-se espaço

para a exploração de personagens mais lúdicos, neutros e presentes na realidade de todas as crianças, como: animais de estimação e elementos da natureza. Resultando no desenvolvimento de um caminho mais criativo e que explore a imaginação dos pequenos.

As análises descritas neste capítulo têm como intenção refinar o *concept*. Assim, os elementos que compõem o sistema produto da experiência serão apresentados a seguir, expondo o desenvolvimento e detalhamento do projeto.

5 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

Retomando o conceito de projeto, este considera o desenvolvimento da Inteligência Emocional e o diagnóstico das emoções básicas na primeira infância. Para isso, conforme identificado nas etapas anteriores do projeto, propõe-se a elaboração de um sistema produto com caráter literário sustentado pelo Design Estratégico e Positivo. Também se busca preservar o universo do imaginário e do lúdico, próprio da infância.

No que se refere à identidade do sistema produto, esta deve ter elementos lúdicos que correspondam ao objetivo da identificação das emoções e promova o aprendizado da criança. Com isto, a marca e os demais elementos do sistema produto constituintes deverão apresentar características amigáveis, divertidas e que promovam o engajamento.

Os demais componentes que compõem o sistema produto-serviço são:

- a. Um livro que, além de informar a criança a respeito das emoções básicas e auxiliar na identificação desses sentimentos, permita que ela interaja com este artefato de maneira que a proporcione as ferramentas necessárias para expressar suas emoções;
- b. Um site que atuará como principal canal de comunicação do produto, possuindo todas as informações acerca do livro, além de uma área exclusiva, destinada ao suporte dos usuários, e um sistema de troca de livros;
- c. Uma ação com caráter de comunicação nas redes sociais da marca e parcerias com profissionais da área infantil (pediatras, pedagogos, professores etc.) para promover o engajamento e inserção do projeto.

Como mencionado anteriormente, o livro corresponde a dois aspectos, por esta razão será dividido em duas partes diferentes. A primeira exerce a função de informar e auxiliar a criança na identificação das emoções básicas por meio de uma linguagem lúdica e divertida, utilizando para isso o uso de ilustrações. As interações que se desenvolvem na segunda parte e no decorrer do livro têm como objetivo integrar e interagir com a criança, de forma que esta se sinta também parte da história, tornando a relação com as emoções mais fluida e lúdica.

Dessa maneira, através do livro físico e de intervenções manuais, espera-se proporcionar a expressão emocional da criança decorrente do reconhecimento de suas próprias emoções. Assim, a criança pode exemplificar suas emoções através de desenhos, rabiscos, escritas ou até mesmo cultivando uma plantinha, os quais são alguns exemplos de como o material poderá ser explorado.

Os componentes do sistema produto serão detalhados nos itens subsequentes, passando pela identidade visual, livro, site e comunicação.

5.1 A Marca

Ser lúdico é uma qualidade natural da criança e acompanha as diversas fases de seu desenvolvimento. Este aspecto está presente em suas brincadeiras, nos contos de fada e em tudo que permeia sua imaginação, tornando as experiências infantis cada vez mais coloridas. Nesse contexto, o lúdico assume caráter essencial no auxílio do desenvolvimento da consciência de mundo da criança, permitindo que ela consiga compreender o que está ao seu redor de forma divertida e prazerosa. Por essa razão, a identidade visual do projeto tem o lúdico como atributo principal. Os subcapítulos a seguir apresentam o conceito e detalhamento dos elementos constituintes dessa identidade.

5.1.1. Conceito da marca

Agora Eu, nome atribuído ao projeto, representa a vontade e o protagonismo da criança na sua própria jornada de desenvolvimento. Frase que virou jargão da autora na infância, possuindo, por essa razão, certo valor emocional, ela expressa e valoriza essa curiosidade e entusiasmo, tão característicos da infância, em conhecer e conseguir fazer algo novo sozinho. Sendo assim, encoraja e convida, tanto a criança quanto qualquer responsável, a participar desse processo de autodescobrimento tão rico que acontece na infância.

O conceito visual da marca foi inspirado na linguagem de *fun design*, que, como indica a sua tradução literal (design divertido), é um segmento do design que consiste na exploração da diversão, no olhar da obviedade e da obtusão para a construção do humor e do entretenimento, produzindo sentido de maneira hedônica e estimulante, passível de memorar novos significados (NETO, 2021).

Com esse intuito, utiliza-se de cores vivas e contrastantes, aliadas a elementos simples, lúdicos e fluidos. A partir disso, observou-se que os conceitos dessa linguagem visual estavam fortemente alinhados com os valores que a autora gostaria de transparecer para a identidade visual da marca.

Para tanto, foi elaborado um *moodboard* com o objetivo de extrair os elementos significativos necessários para a constituição do conceito, da paleta de cores e dos demais aspectos formais da identidade visual. Neste painel, foram reunidas imagens relacionadas às características e elementos gráficos citados acima, todos com atributos alegres e engraçados.

Figura 37–*Moodboard* de inspiração para composição da marca



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A partir do *moodboard*, definiu-se que a marca deveria conter elementos com características divertidas e amigáveis. O próximo passo foi entender como desenhar a marca. Estabelecida a composição do nome escolhido, buscou-se dentro do significado atribuir as características que seriam pertinentes ao projeto. Pelo fato do nome se tratar da fala de uma criança, procurou-se explorar este aspecto, tanto na tipografia quanto no desenho em si.

Com base nisso, utilizou-se a fonte *Boldevan*, uma tipografia sem serifa e bem preenchida (estilo *bold*), que se caracteriza como uma fonte legível, coerente e

visualmente satisfatória, funcionando de forma invisível, sem a consciência do leitor. A distribuição uniforme de material tipográfico, com o mínimo de distrações e anomalias, produz clareza e transparência de uma maneira divertida, tornando-se perfeita para o público infantil. Como apoio à identidade visual, definiu-se a família tipográfica *Ageo*, também sem serifa, de fácil legibilidade e de formato arredondado, que será utilizada no emprego de textos e materiais gráficos institucionais.

No que se refere ao restante dos elementos gráficos, para compor junto à tipografia e dar ênfase na mensagem da fala, foi adicionado um balão ao fundo da escrita, semelhante aos balões de fala de *cartoons*. Optou-se pela inserção desse elemento com o intuito de fazer uma relação lúdica com o nome da marca, dado que ela exprime, literalmente, a fala de uma criança, além de enfatizar esse poder e caráter independente que a criança possui ao expressar suas vontades e pensamentos.

Aliado a isso, pensando no dinamismo e espontaneidade da criança e também na possibilidade de futuros livros da marca, foram desenvolvidos diversos tipos de balões para serem aplicados junto ao nome do projeto, os quais podem ser utilizados de forma livre e flexível. Propõe-se, dessa forma, uma brincadeira com o logotipo apresentado, inserindo toda a identidade visual neste cenário lúdico e versátil que é a infância.

Figura 38- Sketches da Identidade Visual



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Acerca da paleta de cores, utilizou-se de duas referências para a concepção. A primeira refere-se ao longa da Pixar, *Divertidamente* (2015), animação em que os personagens principais representam uma determinada emoção, Alegria, Medo, Raiva, Nojinho e Tristeza, adquirindo uma personalidade e caracterização condizente com a emoção em questão. Neste sentido, cada personagem possui uma cor específica, que foi implementada em sua identidade.

A segunda referência concerne aos estudos de Wexner (1982), Saito (1996) e Silva (2008), que ressaltam a relação entre as cores e as emoções. A partir disso, definiu-se a paleta de cores para a marca, partindo do uso das cores primárias e suas respectivas derivações. Procurou-se associar as cores da paleta escolhida com as emoções básicas abordadas no livro. Azul para a tristeza, vermelho para a raiva, amarelo para alegria, roxo para desprezo, laranja para medo, rosa para surpresa e verde para nojo.

Figura 39- Detalhamento da Marca



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Tendo em mente os futuros livros da marca, todos permeados pela temática de desenvolvimento na infância, observou-se que alguns assuntos se dirigem mais à criança em si (como o do projeto em questão) e outros podem vir a se referir diretamente para pais e responsáveis (como, por exemplo, um livro respondendo às

perguntas mais frequentes que as crianças fazem). A partir disso, a autora concluiu que seria pertinente para o projeto o desenvolvimento de um selo de sinalização que norteasse o usuário acerca do público a quem o livro em específico se refere.

Como se pode observar na parte inferior da Figura 39, para a representação destes dois grupos, responsáveis e crianças, procurou-se uma simbologia neutra, que fosse familiar para os pais e responsáveis ao mesmo tempo em que fosse lúdica para as crianças, e que se relacionasse com a hierarquia dos dois públicos.

Definidos esses pontos, utilizou-se como referência o jogo de tabuleiro analógico com o maior número de fãs no mundo (INFOESCOLA, 2021), o xadrez. Assim, os ícones escolhidos para a representação foram a peça de um peão, utilizado para representar a criança, e a peça da rainha, utilizada para representar os adultos responsáveis. A cor de cada selo pode variar na paleta de cor da marca, certificando-se de que irá contrastar com a cor de capa escolhida.

Figura 40- Exemplo modelo de capa



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A fim de exemplificação, propõe-se um modelo de capa padrão para a linha de livros da marca, no qual a logo estará centralizada na parte superior e abaixo dele há um espaço para a customização do nome da criança e o título em

sequência. No canto inferior esquerdo, destaca-se a classificação indicativa do conteúdo e o selo de categorização de público mencionado anteriormente.

A identidade visual será aplicada nos itens a seguir, assim, as ilustrações serão apresentadas no detalhamento do livro juntamente com o seu conteúdo correspondente.

5.2 Desenvolvimento do Livro

A linguagem lúdica do livro considera a idade e o nível de compreensão das crianças e é importante ressaltar que, por ser um projeto destinado ao grande público, lida com diferentes realidades sociais, financeiras e educacionais. Desse modo, fez-se necessário adotar como estratégia de projeto o uso de palavras que fossem de conhecimento comum e, ao mesmo tempo, ter o cuidado de manter os significados referentes ao tema. Com isto, buscou-se promover o entendimento das emoções e de seu diagnóstico de forma simples.

A partir desse apontamento, deu-se início ao desenvolvimento do livro, que se estruturou da seguinte forma: 1) Desenvolvimento da história e linguagem; 2) Validação do conteúdo com profissionais da área; 3) Correções; 4) Estrutura e organização do material e 5) Ilustrações.

5.2.1 A História

Para obter o resultado desejado para o projeto, elencou-se que a história deveria ser simples, porém fundamentada, inspiradora, divertida, lúdica e que permitisse à criança se relacionar com o conteúdo. Feito isso, a autora lembrou a estrutura de história proposta no *concept*, a qual se baseia na abordagem de situações do cotidiano que apresentem de alguma forma as emoções básicas, utilizando como atores de execução animais e elementos da natureza.

A partir disso partiu-se para a busca de qual seria a linguagem apropriada para o desenvolvimento da história em si. Após certa pesquisa acerca do assunto, definiu-se que o modelo de escrita e linguagem mais adequado para o projeto e para a compreensão do público escolhido seria o uso de rimas e formação de pequenos poemas, visto que, através da melodia resultante da rima, é possível captar com mais facilidade a atenção das crianças, tornando a leitura uma brincadeira divertida

ao apresentar o conteúdo de forma leve e em pequenas doses. Após a definição do formato da história, partiu-se para a escolha dos personagens e do ambiente deste enredo.

Como havia sido definido no aprofundamento do *concept*, optou-se por não utilizar a criança como protagonista da história, dito isso, procurou-se explorar diferentes elementos presentes no dia a dia das crianças que operassem de forma neutra. Depois de um período de reflexão, entendeu-se que os animais e os demais elementos presentes na natureza encaixavam-se com a sensibilidade da temática e com o caráter analógico do projeto, possibilitando a exploração de um caráter poético para o livro através da abordagem do aspecto cíclico e mutável que somente a natureza tem.

Além disso, a natureza possui também ligação direta com a vida em si, pois nela tudo se cria e se transforma em um ciclo perfeito e contínuo, convidando, assim, as crianças e o leitor a ressignificarem suas conexões com a natureza, a fim de incentivá-los a valorizar cada vez mais a vida e todas as metamorfoses contidas nela. Com esse intuito, desenvolveu-se dois personagens principais para a trama, sendo eles: a Nuvem e o pássaro Sabiá-Laranjeira.

Antes de descrever o enredo e apresentar definitivamente a história, será feita uma breve descrição dos personagens, assim como uma justificativa da escolha de cada um. Começando pela personagem principal, pensou-se em algo que conseguisse transpor todas as emoções de forma performática e caricata, onde a criança conseguisse compreender o conteúdo e a emoção com facilidade. Apresenta-se, então, a Dona Nuvem. Grande, fofa, de fácil visualização e identificação, mutável, sem gênero, dramática e com grande potencial de estimular a imaginação do público infantil, ela supre todas as necessidades descritas anteriormente.

Por conseguinte, para compor o enredo junto à Nuvem, identificou-se como essencial a inserção de um personagem mais próximo das crianças, um animal carismático, amigável e familiar. Com o objetivo de potencializar a conexão e relação da criança com o personagem, optou-se por explorar uma figura nacional. Neste contexto, introduz-se o Sabiá-Laranjeira, definido em 2002 como a ave símbolo do Brasil. O amistoso pássaro possui as características essenciais para complementar o elenco: simpático, explorador, leve e que possibilita o trocadilho entre seu nome e a semelhança com a palavra sábio. É, além disso, um animal que faz parte da

realidade de inúmeras crianças, independentemente do local ou classe social, por estar presente tanto no campo quanto na cidade (G1, 2015).

No que diz respeito ao enredo, nesta história, a Dona Nuvem entrará em uma jornada de descoberta das próprias emoções e para isso, ela contará com a ajuda de um pequenino, porém sábio, amigo, o Sábio Sabiá. Juntos, eles explorarão cada etapa e característica das sete emoções básicas, resultando em uma jornada de aprendizado e conhecimento. Para o desenvolvimento das características de cada emoção, utilizou-se como material de apoio os objetos de estudo e teorias das expressões faciais de Ekman e Friesen (2003 e 1971), citados na fundamentação teórica deste projeto.

Tendo esclarecido todos os elementos referentes ao desenvolvimento da história, torna-se possível apresentá-la respectivamente.

Figura 41 - História livro 1/2

<p>MAIS UM DIA BONITO E LÁ ESTAVA ELA, NO IMENSO AZUL QUE TODOS VÊEM, DO CÉU A MAIS FOFINHA E BELA CHAMADA POR TODOS DE DONA NUVEM.</p> <p>PASSEAVA PELO AR MUITO CONTENTE, PELO CAMINHO DE SEMPRE IA INDO, ATÉ QUE LÁ LONGE DE TODA GENTE VIU MUITOS BICHINHOS QUE VINHAM VINDO.</p> <p>COM OS OLHOS ARREGALADOS, ATRÁS DO SOL SE ESCONDEU, AMBOS FICARAM CALADOS ATÉ QUE A RESPOSTA APARECEU.</p> <p>ERAM SABIÁS ANDANDO JUNTOS, QUE ESPERAVAM O DIA RAIAR, EXPLICOU SOBRE O ASSUNTO O CHAMADO SÁBIO SÁBIA.</p> <p>DONA NUVEM AINDA ASSUSTADA, NÃO SABIA O SENTIMENTO QUE TINHA CHEGO, ATÉ PELO PÁSSARO SER ACALMADA QUE ENSINOU QUE AQUILO ERA O MEDO.</p>	<p>DONA NUVEM NO MEIO DA CONVERSA SE DISTRAIU, ENQUANTO DAS HISTÓRIAS ACHAVA GRAÇA, ENXERGA O QUE DA TERRA SUBIU UMA NUVEM PRETA DE FUMAÇA.</p> <p>QUANTO MAIS PERTO CHEGAVA, OS OLHOS FECHAVAM E O NARIZ TORCIA, ENQUANTO A FUMAÇA ENTRAVA SÁBIO DISSE QUE ERA NOJO O QUE ELA SENTIA.</p> <p>A FUMAÇA FINALMENTE FOI EMBORA, DEPOIS DE GRANDE CONFUSÃO, FAZENDO COM QUE SEM DEMORA UMA NOVA NUVEM CHEGASSE NAQUELE CEUZAÇO.</p> <p>TINHA UM FORMATO DIFERENTE, DONA NUVEM VIU E COMEÇOU A RIR, APONTOU E ZOMBOU DOS SEUS DENTES TRISTE FICANDO A NUVEM POR VIR.</p> <p>ESSE NÃO É CAMINHO QUE SE SIGA, NÃO ERA LEGAL O QUE TINHA FEITO, DISSE SÁBIO A SUA AMIGA QUE TRATOU A OUTRA COM DESRESPEITO.</p> <p>FALOU ISSO FRENTE A FRENTE, PONDO NAS PALAVRAS PESO: TODOS SOMOS DIFERENTES NÃO PODEMOS FAZER DESPREZO.</p>	<p>DESCRIÇÃO DESPREZO</p> <ul style="list-style-type: none"> • OLHAR DE CANTO • TOM ARROXEADO • BOCA SERIA • PEITO ESTUFADO <p>AGORA QUE SE DESCULPOU, DONA NUVEM AGRADECE O PASSARINHO, POR EXPLICAR O QUE SE PASSOU SE MOSTRANDO UM ÓTIMO AMIGUINHO.</p> <p>ENQUANTO SÁBIO RESPONDEIA, FICARAM INCOMODADOS POR UM BARULHÃO, PASSAVA POR ELES AO MEIO DIA UM GRANDE E RÁPIDO AVIÃO.</p> <p>DONA NUVEM FICOU MUITO BRAVA, OS OLHOS FIXOSACIRRADOS E CORPO AVERMELHADO,</p> <p>NÃO GOSTAVA DO AVIÃO QUE PASSAVA QUE ATRAPALHAVA O COMUNICADO.</p> <p>SOLTOU ENTÃO UM TROVÃO, PREENCHEU TODA A CIDADE, TODOS VIRAM O CLARÃO. ERA O INÍCIO DE UMA TEMPESTADE.</p> <p>SÁBIO ACALMOU NA SARAIVA, DONA NUVEM FURIOSA COMO NINGUÉM, EXPLICOU QUE AQUILO ERA RAIVA E DEVIA RESPIRAR, QUE AQUILO HAVIA DE PASSAR TAMBÉM</p>
---	---	---

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Optou-se, como forma de facilitar a compreensão e legibilidade dos leitores, destacar as emoções e suas características no decorrer da história apresentada nas Figuras 41 e 42, utilizando a cor correspondente de cada emoção.

Figura 42- História livro 2/2

<p>DESCRIÇÃO RAIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • OLHOS FIXOS • TOM AVERMELHADO • DENTES CERRADOS • CALOR DESENFREADO 	<p>DONA NUVEM BRILHAVA, AGORA SEM TRISTEZA, SÁBIO EXPLICOU O QUE SE PASSAVA O QUE SENTIAM ERA SURPRESA.</p>
<p>DONA NUVEM OUVIU O CONSELHO, PÔS FIM AO TORMENTO DA CIDADE, SÁBIO VOLTOU SEM RECEIO DANDO CALMA DEPOIS DA TEMPESTADE.</p>	<p>DESCRIÇÃO SURPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> • OLHOS GRANDES E ATENTOS • TOM ROSADO • BOCA ABERTA • FRIO NA BARRIGA
<p>DONA NUVEM COM O CORAÇÃO APERTADO, ARREPENDIDA DO QUE TINHA FEITO, A CHORAR TINHA COMEÇADO DISSE QUE NÃO PENSOU DIREITO.</p>	<p>AS PLANTINHAS OLHAVAM PRO ALÉM, QUERIAM MUITO AGRADECER, SEM A GRANDE DONA NUVEM AQUILO NÃO IRIA ACONTECER.</p>
<p>A CHUVA COMEÇOU A VIR, SÁBIO ENTENDEU COM CERTEZA, AQUILO QUE DONA NUVEM VINHA A SENTIR, ERA CHAMADO DE TRISTEZA.</p>	<p>DONA NUVEM COM SORRISO LARGO, BRILHAVA SEU CORAÇÃO, SAIU TODO O AMARGO AGORA ERA SÓ INSPIRAÇÃO.</p>
<p>DESCRIÇÃO TRISTEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • OLHOS CAIDINHOS • TOM AZULADO • BOCA PARA BAIXO • CORAÇÃO APERTADO 	<p>SÁBIO TAMBÉM SORRIA, ESTAVA MUITO FELIZ, TINHA DESCOBERTO A ALEGRIA SUA GRANDE APRENDIZ.</p>
<p>A ÁGUA CAIU EM TERRA, PURIFICANDO TUDO, A MÁGOA SE ENTERRA NASCENDO NOVO ADUBO. DONA NUVEM PRESTOU ATENÇÃO, SÁBIO COM FRIO NA BARRIGUINHA, DEPOIS DE A ÁGUA CAIR DE MONTÃO NASCERAM NOVAS PLANTINHAS.</p>	<p>DESCRIÇÃO ALEGRIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • OLHOS BRILHANTES • TOM ILUMINADO • SORRISO LARGO • CORAÇÃO RADIANTE
	<p>DONA NUVEM PASSOU A ENTENDER, TODAS AS EMOÇÕES TINHAM DE PASSAR, PARA QUE ASSIM PUDESSE VER O SEU VERDADEIRO BRILHAR.</p>
	<p>FIM</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Após a finalização da história, partiu-se para uma pesquisa com profissionais especializados na temática e no público infantil, com o objetivo de validar a eficiência

e adequação do conteúdo para as crianças e coletar sugestões de melhorias para o projeto.

5.2.2 Validação da história com profissionais

Foram realizadas validações com profissionais especializados em educação infantil, fonoaudiologia e psicologia da criança. O processo foi feito com base no livro, considerando-o como o elemento central do sistema projetado, no qual se encontra o conteúdo a ser avaliado. Assim, os profissionais convidados para participar do processo tinham conhecimento e práticas com crianças da faixa etária do projeto, de forma que todos possuíam condições de analisar a proposta e apontar as dificuldades de compreensão e as experiências emocionais da criança. Obedecendo a estes critérios, o livro passou pela avaliação de quatro profissionais, descritos no quadro abaixo:

Quadro 2- Características profissionais entrevistados

GÊNERO	NOME FICTICIO	IDADE	PROFISSÃO	TEMPO DE ATUAÇÃO	FILHOS
Feminino	Aurora	57 anos	Fonoaudióloga	+30 anos	2
Feminino	Antônia	33 anos	Educadora/Psicóloga	+8 anos	0
Feminino	Sparta	23 anos	Educadora	+5 anos	1
Feminino	Alexandria	41 anos	Educadora	+10 anos	5

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O livro é o elemento dedicado para o uso da criança dentro do sistema produto, portanto, considera-se que este instrumento terá maior impacto dentro do contexto das experiências de tratamento destas. Assim, o objetivo das validações foi analisar o conteúdo, linguagem e impacto da experiência com o sistema projetado e verificar se o livro tem potencial para auxiliar no diagnóstico das emoções nos pequenos. Essas validações foram feitas no formato de uma entrevista online, as

quais foram gravadas e tiveram duração média de uma hora. Todas as sugestões foram anotadas em um novo documento para auxiliar no processo de análise das informações.

Dito isso, ressalta-se que a entrevista foi dividida em três partes, com o objetivo de organizar as informações com maior qualidade. Vale ressaltar que, com o intuito de preservar a privacidade dos entrevistados e seguir as diretrizes propostas pelo CAAE, utilizou-se nomes fictícios para sua apresentação nesta pesquisa.

A primeira parte da entrevista foi destinada a questionar e confirmar, com os profissionais, quais são os fatores sociais e ambientais de maior impacto no diagnóstico das emoções no dia a dia das crianças. Por essa razão, perguntou-se para os entrevistados qual a relevância da família no processo de aprendizado da criança, mais especificamente, no âmbito das emoções. Para Sparta, a segunda educadora entrevistada:

“O processo para a criança se expressar melhor e desenvolver a Inteligência Emocional começa quando a família consegue falar sobre essa temática dentro de casa, o que incomoda cada um, o que estão sentindo”.(Sparta)

Porém, a educadora ressalta que o mais preocupante é que, em sua experiência na educação infantil, as famílias, muitas vezes, não possuem essa educação emocional para ensinar os pequenos, e o “normal” dentro de casa é a retração das próprias emoções e sentimentos. Sparta destaca a necessidade de um material de apoio não só para a criança, mas também para a família, pois segundo ela: “No fim, tudo começa na família, e a criança acaba reproduzindo muito o que aprende com os pais.”

Na segunda parte da entrevista, levou-se em consideração mapear a importância da arte no aprendizado e na forma de expressão das crianças, elencando quais modalidades possuem maior desempenho para isso. Em um aspecto geral, todos os participantes confirmaram a relevância da arte (os entrevistados, por sua vez, se concentraram nas seguintes áreas: música, desenho, dança, teatro e escrita). Mesmo fora do escopo artístico delimitado pela maioria dos entrevistados, o ato de brincar foi destacado nesse momento pela fonoaudióloga Aurora:

“O brincar é a forma que a criança consegue mostrar o que tem/sente/pensa, é onde se sente livre para expressar suas emoções. É através da brincadeira que o pai/profissional/responsável consegue entrar em contato e se conectar com a criança”.(Aurora)

A terceira e última parte, por fim, destinou-se na apresentação da história desenvolvida neste projeto, com o intuito de validar o enredo, junto aos personagens e cenário, e a escrita, no que concerne a clareza da mensagem e a representação das emoções nas características propostas. No que diz respeito à história e seu formato de apresentação, obteve-se grande retorno positivo.

“Os personagens abordam de forma lúdica sobre o assunto, fazendo com que a criança consiga imaginar suas reações diante das situações que ali acontecem. Porém, tem que haver bastante ilustração para exemplificar”. (Antônia)

Entretanto, algumas sugestões de melhorias foram apresentadas. Logo após a descrição da emoção do nojo, a psicóloga Alexandria, sugeriu:

“Acredito que seria necessária a troca das palavras “impasse” e “acirrados”, não vejo uma criança da idade proposta pelo projeto conseguindo compreendê-las. São palavras que ainda não fazem parte do vocabulário delas”.(Alexandria)

Outra entrevistada observou também certa conotação negativa na abordagem da raiva, sugerindo a elaboração de uma mensagem mais positiva ao salientar que:

“A raiva também pode nos impulsionar para fazer as coisas, não necessariamente é algo negativo. Não podemos travar a raiva, ou não sentir, o que importa é o que vamos fazer com ela. Interessante colocar essa perspectiva”. (Antônia)

A última sugestão de melhoria ressaltada nas validações foi a intensificação das características da felicidade, que, segundo Sparta estavam:

“Muito apagadas, a felicidade tem que ser retratada mais alegremente, pois se caracteriza por uma explosão de intensidade. Tem que ter mais luz, mais expressão, mais entusiasmo”.(Sparta)

Somado a isso, em uma das entrevistas, ao ouvir a perspectiva e experiência de uma das profissionais, foi possível obter um novo *insight* para compor o projeto.

Fonoaudióloga por mais de 34 anos, com extrema convivência com o público infantil e com pessoas no espectro autista, Aurora ressaltou a importância da interação da criança com o conteúdo, desde a parte escrita, na qual, segundo ela:

“A letra para o livro deve ser em caixa alta, o tempo todo. Uma criança dessa faixa etária, mesmo que já saibam ler, não conseguem entender uma letra cursiva ainda”. (Aurora)

Além da fonte, foram repensados os demais aspectos visuais contidos no livro (ilustrações, adesivos etc.), visto que isso é crucial para o desenvolvimento de uma relação e compreensão do que é proposto. A partir disso, teve-se a ideia para alguns materiais complementares para o projeto.

O primeiro refere-se a uma cartela de adesivos composto com as sete expressões faciais feitas pela Dona Nuvem ao decorrer do livro, os quais a criança pode colar em algum espelho da casa, a fim de relacionar e comparar as suas expressões faciais com a da Nuvem, possibilitando uma maior identificação e um melhor diagnóstico ao decorrer do tempo.

O segundo complemento compete à utilização dos selos de indicação de público, apresentados na identidade visual ao longo do livro, com o objetivo de sinalizar para o adulto onde deve haver ação somente dele (na leitura, por exemplo), da criança (customizações no fim do livro) ou de ambos (no momento de plantar a plantinha no vaso).

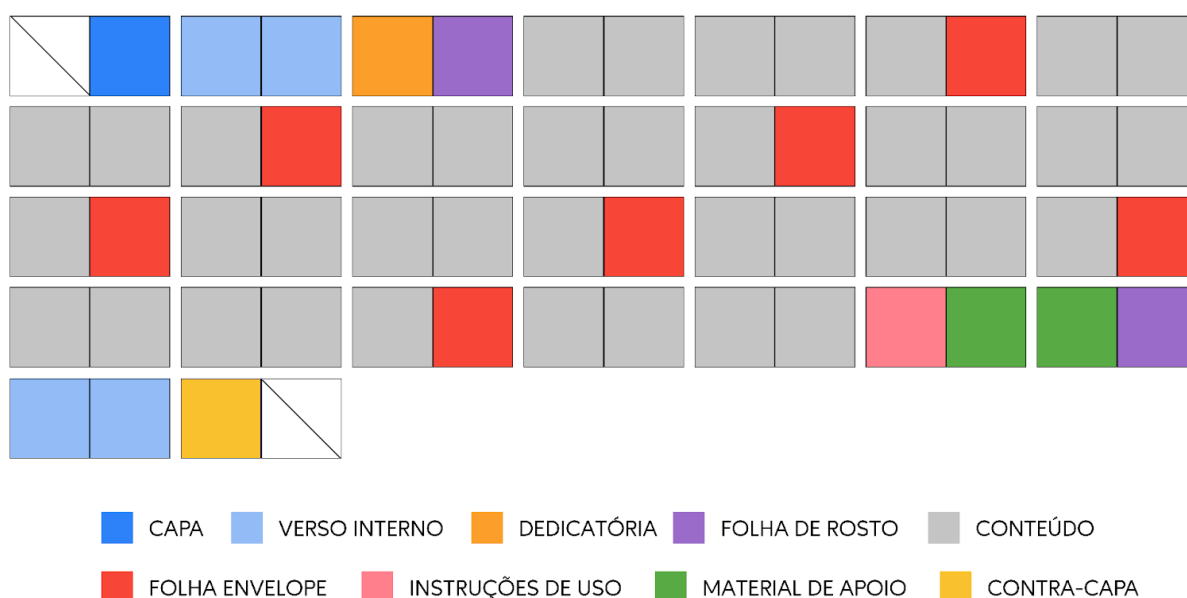
Os dois materiais atendem assim, como salientado por Aurora, “diversas possibilidades de atuação, não se prendendo a um só formato ou roteiro. Abrindo espaço para a imaginação, criatividade e versatilidade dos pais e profissionais”.

A partir da constatação de que algumas palavras não estavam adequadas à idade do público-alvo (crianças de 3 a 6 anos) e determinadas características não representavam fielmente determinada emoção, assim como a necessidade de acrescentar algumas atividades interativas, que não haviam sido pensados para o livro *Agora Eu, estou sentindo*, a validação trouxe contribuições significativas para o projeto, uma vez que possibilitou ajustar o texto e algumas características acerca das emoções apresentadas na história.

5.2.3 Estrutura do Material

Finalizado o processo de validação e entrevistas com os profissionais, foi possível iniciar o desenvolvimento do livro. Após definir a história a ser utilizada, estruturou-se a organização do conteúdo e, posteriormente, a construção das ilustrações. Para isso, foi criado um espelho/diagrama esquemático para orientar a estruturação. A partir dele ficou definida a seguinte ordem: 1) Capa; 2) Verso interno; 3) Dedicatória; 4) Folha de Rosto; 5) Conteúdo do livro; 6) Folha Envelope; 7) Instruções de uso; 8) Material de Apoio e 9) Contracapa.

Figura 43 - Organização estrutura do Livro

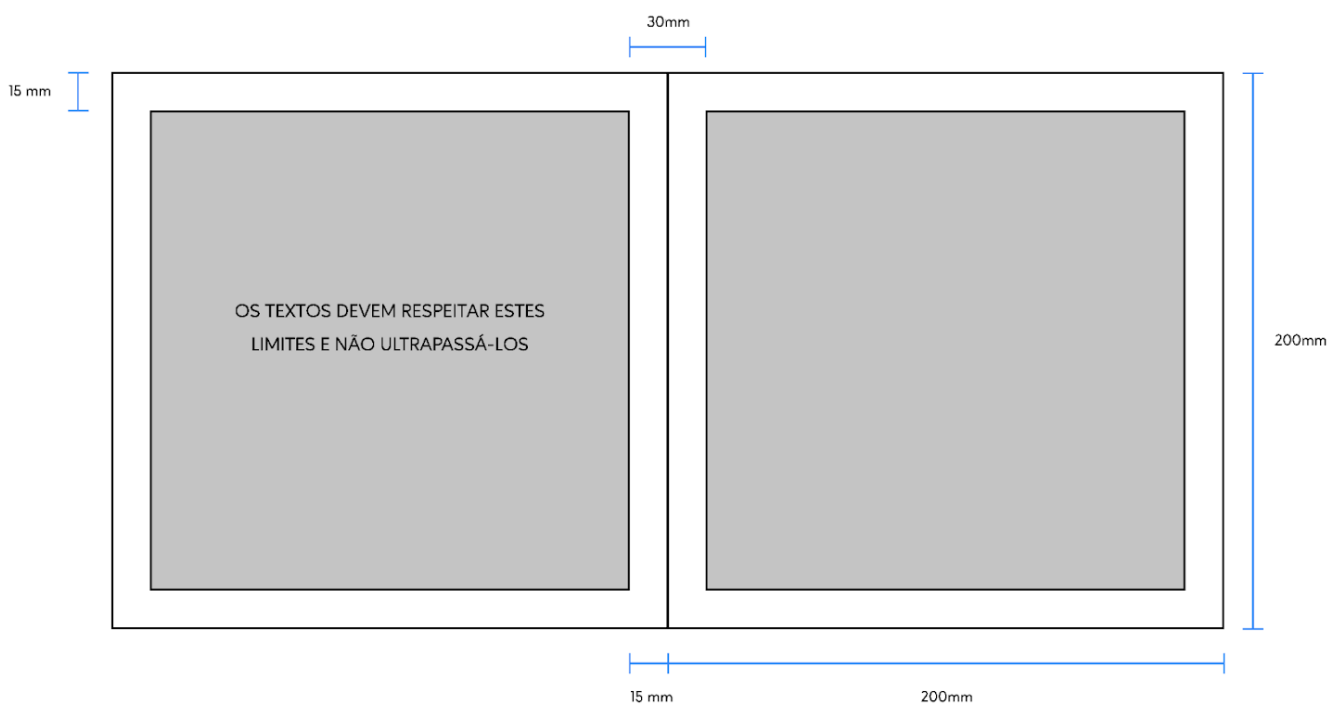


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com relação ao tamanho e formato do livro, optou-se por um livro 20cmx20cm, visto que este tamanho promove um espaço maior para a apresentação e visualização das ilustrações, e uma diagramação foi elaborada para estruturar as páginas. Para esse desenvolvimento teve-se o cuidado em obedecer ao encadeamento de páginas duplas, construindo, assim, um *layout* que auxiliasse na leitura e entendimento do conteúdo. A imagem abaixo apresenta os detalhes da diagramação, na qual os alinhamentos obedecem ao espaçamento de 15mm, funcionando como margens que vão até as bordas das folhas. Os alinhamentos

internos correspondem ao espaçamento total de 28mm. Dessa forma, os textos ficam limitados em um enquadramento respeitando os limites das folhas, não correndo o risco de ter o conteúdo cortado pela junção das páginas.

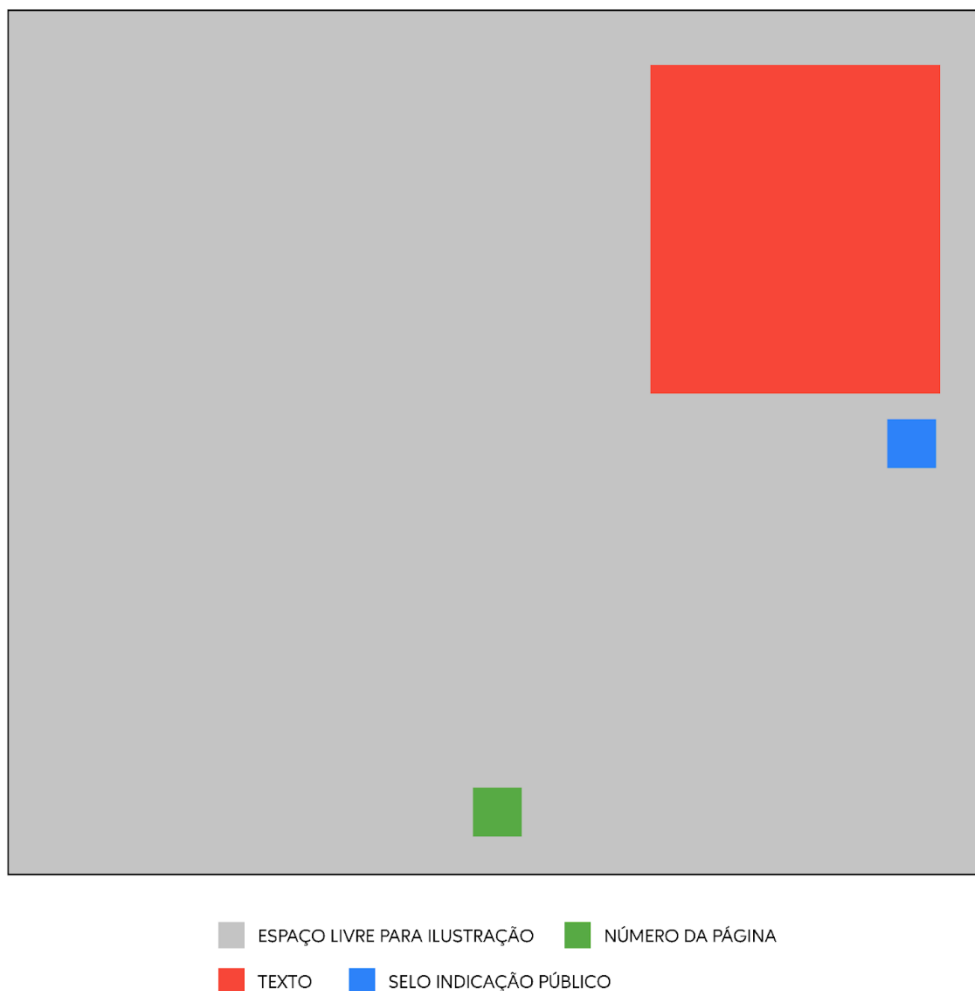
Figura 44 - Diagramação



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Como complemento da diagramação, foi elaborado também um modelo de disposição de conteúdo para a história, no qual é possível observar que se reserva a maior quantidade de espaço possível para o uso das ilustrações, que é a atração principal para as crianças. No que diz respeito ao texto, este possui a liberdade de transitar em qualquer área do livro, desde que não exceda o tamanho de 70mm e esteja acompanhado do selo de indicação de público.

Figura 45 - Estrutura página de conteúdo



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Por fim, como aponta a figura acima, na parte central inferior da página se encontra a área destinada à numeração. Com estes parâmetros definidos, foi possível passar para a criação dos personagens e desenvolvimento das ilustrações.

5.2.4 Ilustrações

Como previamente definido na identidade visual da marca, *Agora Eu*, e com o intuito de seguir uma linha de *branding* bem delineada, as ilustrações deste (e dos livros seguintes) são fundamentadas nas diretrizes estabelecidas pela marca (paleta de cor, tipografia etc.).

Dito isso, utilizou-se dos fundamentos e características do *fun design* para o desenvolvimento dessa fase de projeção. Para guiar e complementar o processo de criação das ilustrações, fez-se necessária uma pesquisa de referências visuais.

Figura 46-*Moodboard* de referências visuais para criação das ilustrações



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Como é possível visualizar na figura acima, utilizou-se de três tipos de referenciais para o desenvolvimento das ilustrações. A primeira imagem, localizada na parte superior esquerda, refere-se à forma de apresentação das expressões faciais de algumas emoções, as quais se encontram abordadas no livro. Logo ao lado, na segunda imagem, escolheu-se uma referência para a organização e disposição da página referente às características de cada emoção, na qual os itens encontram-se segmentados por quadrantes pré-determinados, de forma lúdica e ordenada, possibilitando uma melhor legibilidade de cada item.

As últimas imagens, localizadas na parte inferior, dizem respeito ao estilo de ilustração desejado para a confecção dos personagens e cenários. Para isso, retirou-se duas ilustrações do livro gaúcho *Bruxa Merreca* (2003), da autora Léia Cassol, caracterizado pelo contraste de cores vibrantes, formas simples, divertidas e

infantis. Além disso, o livro em questão possui caráter nostálgico para a pesquisadora, visto que foi seu livro preferido na infância, trazendo à tona fortes emoções e memórias positivas.

A partir da definição do estilo de ilustração e das características visuais a seguir, iniciou-se o processo de ilustração dos dois personagens principais da história, Dona Nuvem e o Sábio Sabiá, visto que grande parte do restante do material dependia das expressões faciais da Nuvem. Encaminhou-se então para o desenvolvimento dos primeiros esboços e estudos dos personagens.

Figura 47 -Esboço Nuvem



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

No desenvolvimento da Nuvem, personagem principal, preocupou-se em apresentá-la de forma amigável, meiga e versátil, para que as características de cada emoção pudessem ser retratadas com qualidade. No início pensou-se em adicionar algum acessório para diferenciá-la de alguma forma, entretanto isso logo foi descartado, pois entendeu-se que muitos elementos atrapalhariam o diagnóstico da criança. Prezou-se, então, pela simplicidade e clareza na ilustração da personagem. No que se refere ao resultado final, a ilustração da Nuvem foi composta por: olhos gordinhos e pequenos, bochechas rosadas, boca maior que os olhos e forma corporal grande e arredondada. A combinação de todos os elementos confere um caráter amigável, infantil e divertido para a Nuvem, como era o objetivo.

Figura 48- Esboço expressões nuvem



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Com a base de ilustração da Nuvem definida, encaminhou-se para o desenvolvimento das expressões faciais específicas de cada uma das sete emoções abordadas na história. Para isso, utilizou-se como base os estudos de Ekman e Friesen (2003 e 1971), e as expressões de referência no último *moodboard* desenvolvido neste capítulo. Procurou-se seguir o estilo de ilustração mais simples e com traços grossos e bem marcados.

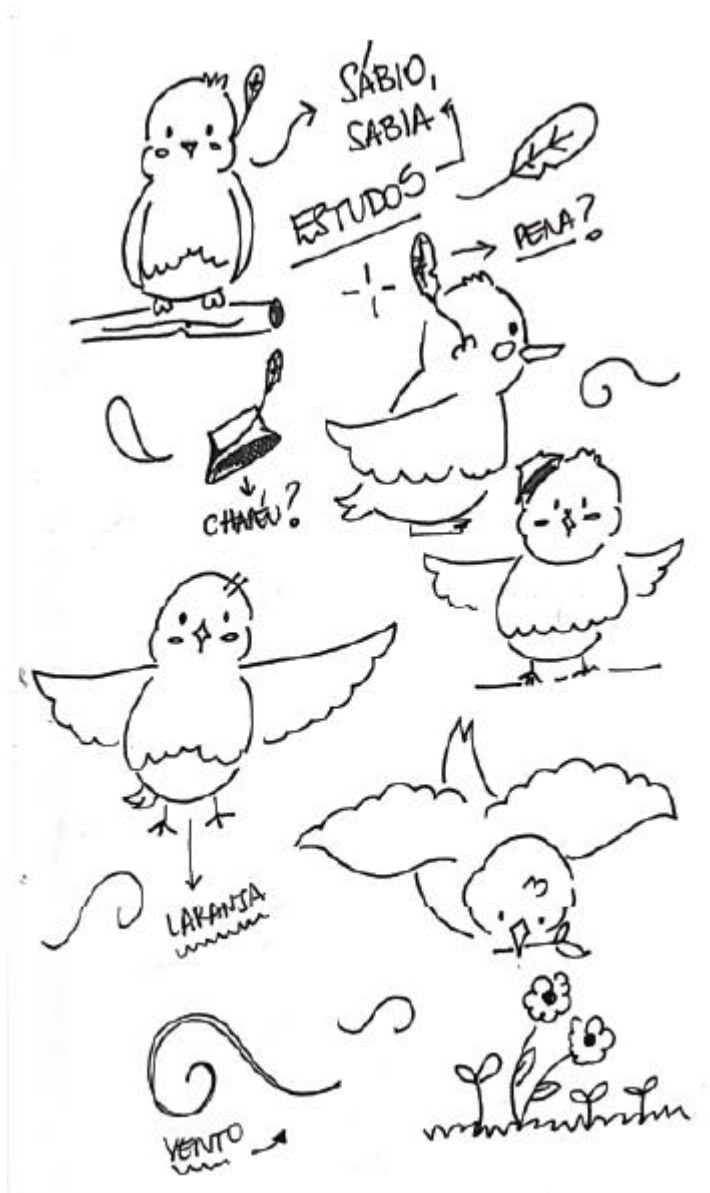
Figura 49 - Imagem Sabiá-laranjeira



Fonte: Blog Parque das Aves (2021)

Em seguida, partiu-se para a criação do pássaro Sabiá, e para isso utilizou-se como referência algumas imagens do animal real, atribuindo a ele determinadas características para a ilustração, como o tom alaranjado. Optou-se também por seguir a mesma linguagem e abordagem da Nuvem, mantendo a simplicidade e o mínimo de elementos possíveis. Posto isso, desenvolveu-se o personagem com o objetivo de apresentar um pássaro carismático, porém centrado.

Figura 50- Esboço Sábio Sabiá



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com isso em mente a ilustração foi composta por: olhos pequenos e totalmente pretos, bico mais geométrico, resultando em uma expressão neutra; junto a um tom alaranjado e formato arredondado para garantir o caráter infantil e simpático.

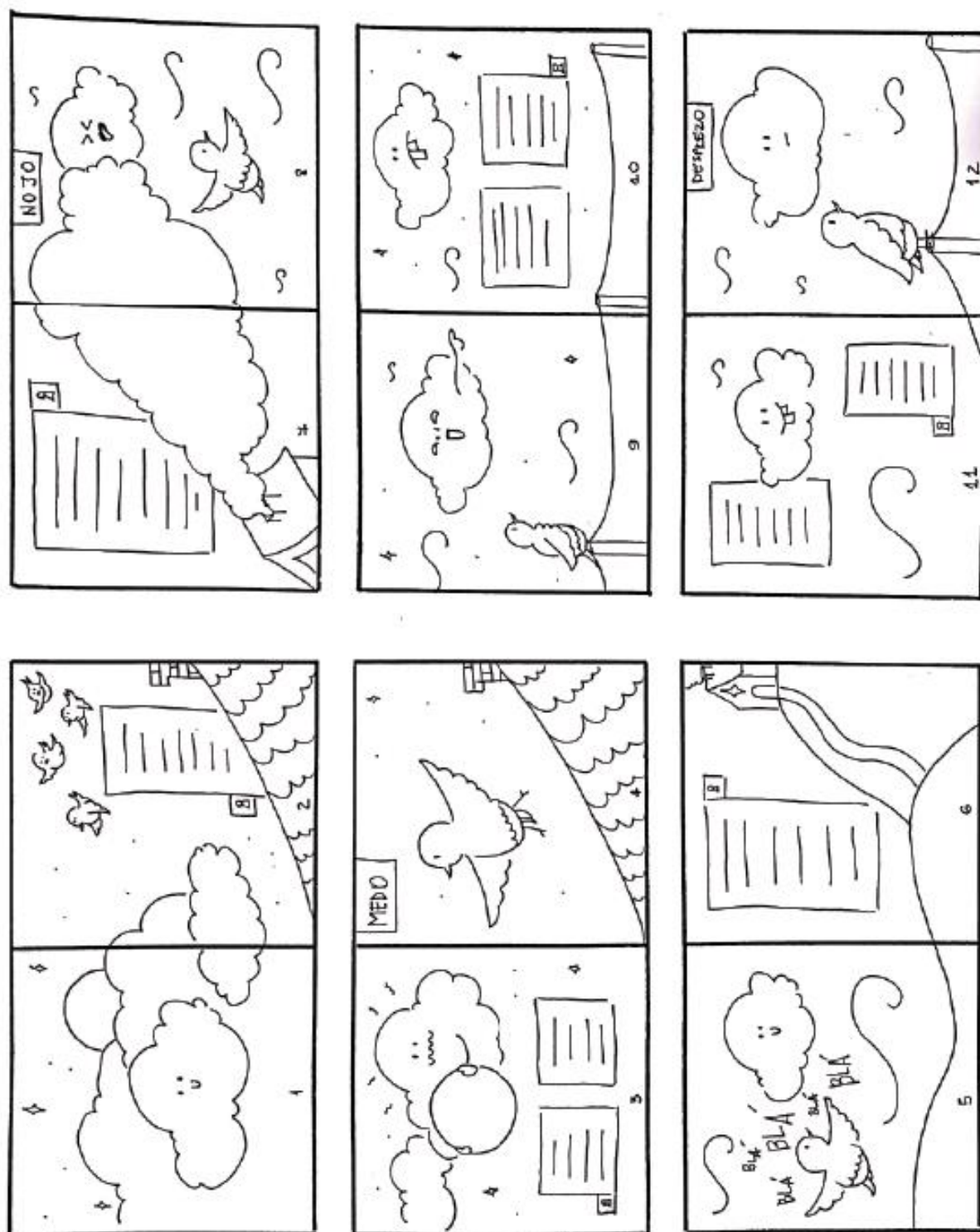
Figura 51 - Resultado final dos personagens



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

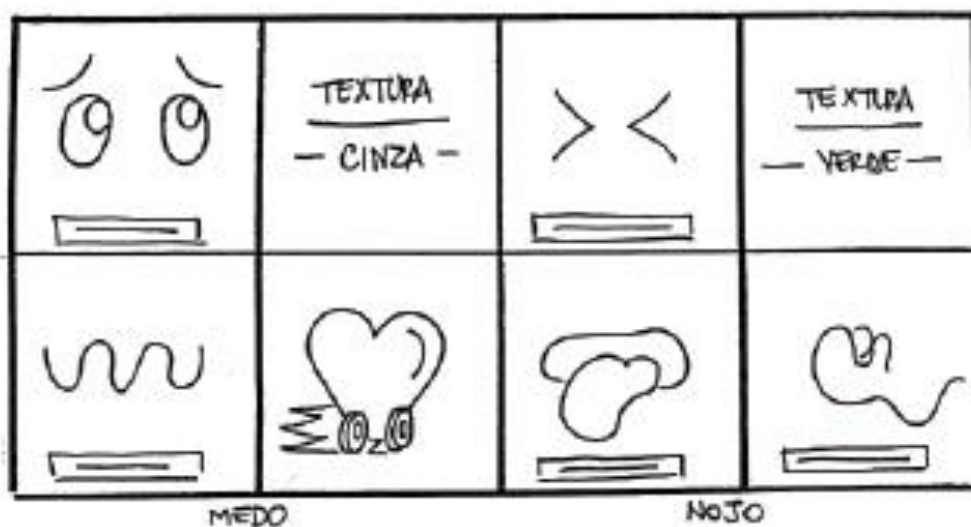
Após finalizar os dois personagens, seguiu-se para o desenvolvimento dos cenários e das páginas destinadas às características de cada emoção. Para isso, optou-se por fazer um *sketch* detalhado de cada página, com o intuito de possibilitar um *overview* geral das ilustrações em conjunto.

Figura 52 - Esboço exemplo Ilustrações história



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Figura - Esboço exemplo página características



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Para os cenários da história, a autora optou por elaborar ilustrações lúdicas e simples que continuassem na página ao lado, conferindo um espectro maior de visualização da situação. Para as páginas de características das emoções, optou-se por dividi-las em 4 *frames*, onde cada um possui uma característica específica descrita no capítulo da história. Nestas páginas, seguiu-se o estilo de ilustração proposto para os personagens e cenários, simples, lúdica e com traço mais grosso, porém as cores se limitaram aos tons derivados da emoção em questão. Por exemplo, na página de características do Medo, o tom utilizado é somente o cinza, visto que esta é a cor predefinida para esta emoção neste projeto. (Ver figura direita abaixo).

Figura 53 - Características Medo e Exemplo Cenário



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

5.2.5 Atividades Manuais

Com as ilustrações da história finalizadas, partiu-se para o desenvolvimento da segunda parte do livro, referente às quatro atividades manuais e ao material de apoio do livro.

A primeira atividade contida no livro refere-se à exploração manual da criança através de sete envelopes, dispostos estrategicamente no desenrolar da história, especificamente após a apresentação de uma determinada emoção. O principal objetivo desta atividade é inserir a criança na temática e convidá-la a explorar suas experiências através do ato de desenhar, propiciando um maior entendimento e conexão com o conteúdo. Propõe-se, então, que a criança desenhe uma situação em que experienciou determinada emoção e coloque no envelope, adicionando um pouco da sua história no livro.

A partir disso, preocupou-se em deixar este espaço mais livre para a exploração da criança, funcionando como um tipo de “vitrine” para seus desenhos e possibilitando a troca deles sempre que necessário. Com isso em mente, desenvolveu-se o envelope de forma padrão, onde a parte interna é composta por

um *pattern*, com o selo de indicação de público ao centro e um breve texto abaixo. A parte externa é composta por um *frame* de papel revestido por plástico transparente, formando a estrutura de um envelope.

Figura 54- Exemplo Envelope Raiva



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Na figura acima é possível ver um exemplo do envelope e, como mencionado anteriormente, a estrutura permanece a mesma para todos os sete envelopes (equivalente as sete emoções propostas). As únicas alterações feitas são referentes à cor, que se alinha com a específica de cada emoção (neste exemplo, da raiva, o envelope assume o tom avermelhado) e a emoção descrita no texto de chamada (“Descreva uma situação em que você sentiu raiva”).

Após a finalização do envelope, objetivando facilitar a compreensão das atividades seguintes, iniciou-se a ilustração e o desenvolvimento de uma página explicativa acerca das três atividades que seriam apresentadas na sequência.

Para isso, criou-se uma página destinada somente à orientação dos leitores na execução das atividades, apresentando um passo a passo detalhado para cada uma, com o intuito de facilitar o entendimento dos pais e certificando o êxito e divertimento na execução. É importante ressaltar que essa parte do livro também está devidamente sinalizada com o selo de público, explicado no desenvolvimento da identidade visual da marca.

Figura 55- Página de apoio

MATERIAL DE APOIO



PARA COMPLEMENTAR A LEITURA DA HISTÓRIA E INTRODUIR A CRIANÇA MAIS NO CONTEÚDO FOI DESENVOLVIDO UM MATERIAL EXTRA. COM ATIVIDADES MANUAIS E INTERATIVAS PARA OS PEQUENOS.

1 ADESIVO RETANGULAR

PARA A CRIANÇA *ESCREVER O NOME* E COLAR NA CAPA DO LIVRO.



USE UMA CANETA PERMANENTE PRETA

3 CULTIVANDO NOVAS AMIGAS NA TERRA:

NESSA ATIVIDADE VOCÊ IRÁ AUXILIAR A CRIANÇA A CUSTOMIZAR UM VASINHO E PLANTAR NOVAS AMIGAS. *VOCÊ VAI PRECISAR DE:*

- 1 VASO DE 10CM
- 1 ADESIVO RETANGULAR | INCLUSO NA PÁGINA X
- CANETAS PERMANENTES COLORIDAS
- 1 PAPEL SEMENTE | INCLUSO NA PÁGINA X
- TERRA E ÁGUA

PASSO À PASSO

1 COLOQUE TERRA NO VASO

2 MOLHE O PAPEL SEMENTE, RASGUE E COLOQUE NO VASO

3 DEIXE A CRIANÇA CUSTOMIZAR O ADESIVO. DESTAQUE E COLE NO VASO

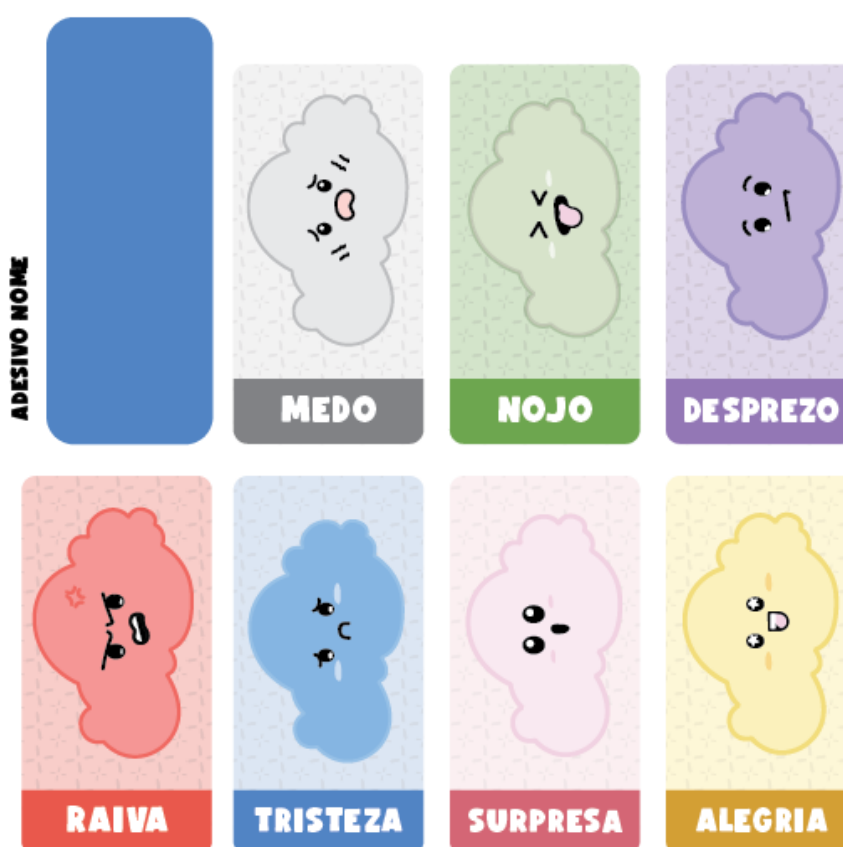
2 ADESIVOS DAS 7 EMOÇÕES:

PARA VOCÊ *COLAR NO ESPELHO* E A CRIANÇA MANTER CONTATO COM AS EXPRESSÕES FACIAIS DE CADA EMOÇÃO

A primeira atividade proposta no livro refere-se à customização da capa através do uso de um adesivo retangular inserido na primeira página adesiva do material de apoio. Com isso, sugere-se que a criança, com o auxílio dos pais/responsáveis, escreva seu nome no adesivo, com uma caneta permanente, e cole na capa do livro, atribuindo assim o material à criança. Em seguida, na mesma página adesiva, está a segunda atividade planejada para execução, que consiste numa cartela adesiva composta pelas sete expressões faciais feitas pela Dona Nuvem no decorrer do livro.

Neste material propõe-se que a criança cole os adesivos em algum espelho da casa, a fim de que ela relacione e compare as suas expressões faciais com às da Nuvem, possibilitando-a a identificação e o diagnóstico das próprias emoções ao longo do tempo.

Figura 56- Página Adesivos



Além destes adesivos, na terceira e última atividade, procurou-se propor algo mais elaborado para a criança exercer junto aos pais, com o intuito de estreitar os laços afetivos e criar boas memórias relacionadas ao livro e a temática. Neste contexto, a atividade desenvolvida consiste no plantio de um novo “amigo”. Assim como a Dona Nuvem faz na história, a criança irá, com o auxílio dos pais, cultivar novas plantinhas. Para isso, disponibilizou-se os seguintes materiais: um papel semente, contendo as sementes para o plantio e dois adesivos customizáveis para colar no vasinho (um oficial e um de reserva).

Tendo-se em vista a acessibilidade monetária do material, optou-se por não incluir o vaso como componente do livro, deixando livre para o público utilizar o recipiente que desejasse ou já possuísse. Porém, deixou-se descrito as dimensões recomendadas para que o vaso se adequasse ao adesivo da atividade.

Figura 57 - Página Atividade Plantinha



5.2.6 Capa e Contracapa

Por fim, desenvolveu-se a capa e contracapa do livro. Na capa, optou-se por utilizar algumas emoções expressadas pela personagem da Dona Nuvem no decorrer da história, com a finalidade de apresentar o assunto e instigar a curiosidade do leitor de forma alegre e despretensiosa. Em frente a essas ilustrações, tem-se o logotipo da marca; um espaço específico para a criança personalizar o livro com o seu nome e o título do livro. Abaixo se encontra a classificação indicativa do material e o selo de identificação do público sugerido (neste caso, o livro seria “Para toda turma”, como expressa o selo indicado).

Figura 58 - Capa e contracapa



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

No que se refere à contracapa, houve uma preocupação em deixá-la mais limpa e livre de elementos, indicando somente o necessário para o contato com a marca. Neste caso, os componentes adicionados foram: o logotipo da marca, uma chamada para o site e o site escrito por extenso.

5.3 Protótipo

Protótipos são *mockups* simples, de baixa ou alta fidelidade, ou modelos funcionais de um projeto. Estes são criados para possibilitar testes e avaliações de funcionalidade, promovendo uma visão mais próxima da realidade com uma representação tangível do produto desenvolvido. Isso oportuniza que erros de projeto sejam encontrados e que o design seja melhorado antes dos produtos serem produzidos e vendidos (LIDWELL; HOLDEN; BUTLER, 2010).

Após o desenvolvimento de toda a parte gráfica do livro, passou-se para sua prototipação (chegar apêndice A). Com relação aos materiais, o papel escolhido para a capa foi papel couchê com trezentos de gramatura (300 gr/m²) e acabamento em prolam fosco, optando-se por uma encadernação colada com corte reto. Para o miolo, foi escolhido papel couchê com cento e setenta de gramatura (170 gr/m²). Essa espessura do papel impede que a impressão frente e verso fique prejudicada pela interferência das ilustrações.

Figura 59- Protótipo do livro –Overview



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Para a impressão das páginas referentes às atividades complementares, contidas no final do livro, utilizou-se de um papel vinil adesivo com cento e vinte de gramatura (120 gr/m²). Esse tipo de adesivo foi escolhido por sua resistência à danificação em contato com a água, característica imprescindível para a finalidade das atividades, visto que tanto os adesivos de nuvem quanto os adesivos do vaso de planta possuem grande possibilidade de entrar em contato com umidade.

Figura 60- Protótipo do livro - folhas adesivas



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com o protótipo desenvolvido, sucedeu-se para a etapa de validação com o público do projeto: ou seja, crianças, pais e profissionais.

5.3.1 Validação do livro com crianças e responsáveis

O livro é o elemento dedicado para o uso da criança dentro sistema produto, adquirindo caráter de suma importância no desempenho da entrega de conteúdo. Com base nisso, considerou-se pertinente realizar uma validação específica para este material. Neste processo, teve-se como objetivo analisar se o material desenvolvido cumpria o propósito desejado: auxiliar a criança no diagnóstico das emoções básicas. Para isso, buscou-se observar a eficiência e adequação do conteúdo para as crianças. Durante a validação, os responsáveis legais pelas crianças (no caso do presente projeto todas foram as mães), ficaram livres para interagir e fazer seus comentários, visto que o entendimento do conteúdo depende também de como será assimilado e repassado pelos pais. Assim, os objetivos das

validações foram: analisar o conteúdo, com foco na linguagem visual; verificar o impacto da experiência com o sistema projetado; confirmar o potencial de auxílio do livro no diagnóstico das emoções e, por fim, receber feedbacks e possíveis sugestões de melhoria.

Como descrito anteriormente, o processo foi feito com base no livro, considerado elemento central do sistema projetado, no qual se encontra o conteúdo a ser avaliado. Assim, as mães convidadas para participar do processo possuíam conhecimento e convivência com as crianças da faixa etária do projeto. Isto é, todas tinham condições de analisar a proposta e apontar as dificuldades de compreensão e as experiências emocionais da criança. Obedecendo a estes critérios, o livro passou pela avaliação de dois grupos familiares, descritos no quadro abaixo:

Quadro 3- Características crianças e responsáveis

RESPONSÁVEL	NOME FICTÍCIO	IDADE	PROFISSÃO	CRIANÇA	IDADE	JÁ SABE LER?
Mãe	Athena	25 anos	Analista Comercial	Menino	4 anos	Não
Mãe	Afrodite	33 anos	Vendedora	Menino	6 anos	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Cada grupo era composto por um responsável e uma criança da faixa etária do projeto. Com o objetivo de analisar o uso do material pelos pais e responsáveis dentro do dia a dia de cada um, considerou-se conveniente aplicar a validação através de uma visita à casa de cada família.

No total, cada visita teve duração máxima de duas horas. No que se refere à validação em si, o processo iniciou-se a partir da entrega do protótipo do livro para o responsável, para que este conduzisse a leitura com a criança. A partir desse momento, a pesquisadora atentou-se a observar o desenrolar da leitura e a aplicação das atividades. Todas as dificuldades/*insights* e sugestões identificadas no decorrer do processo foram anotadas nas respectivas páginas de ocorrência com o uso de *post-its*.

Figura 61 - Registro da validação com um dos grupos



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

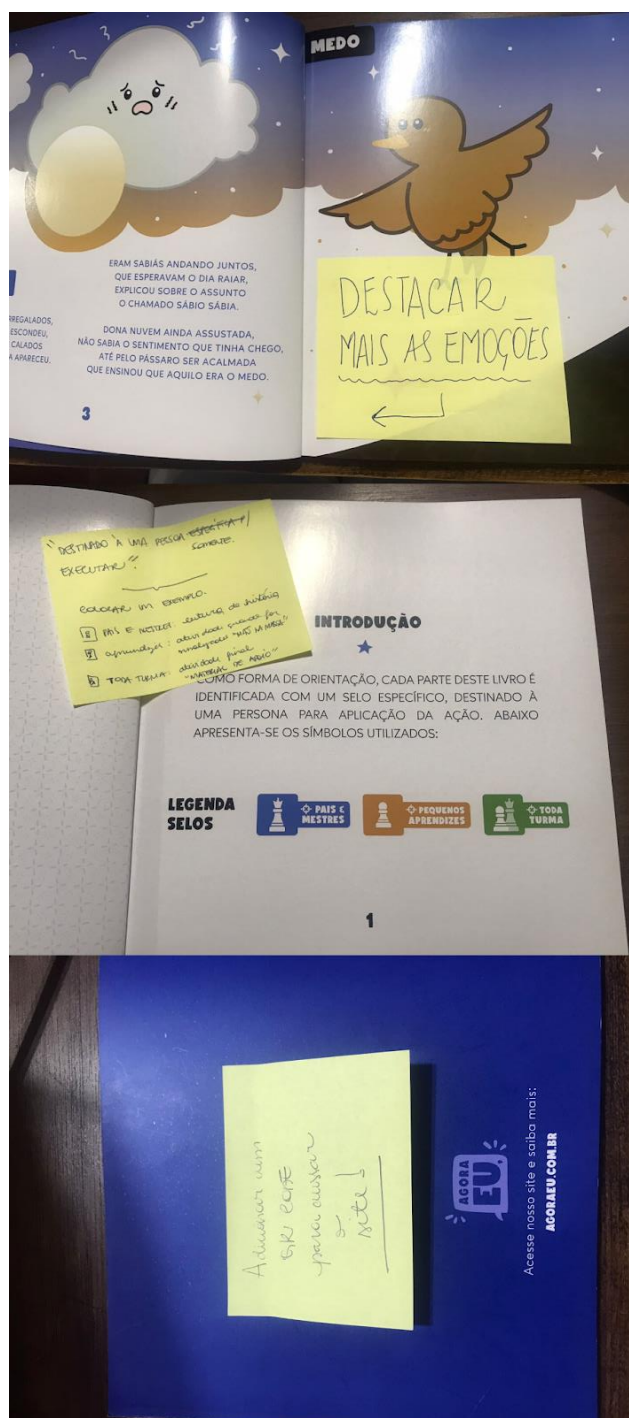
Em um âmbito geral, o livro foi muito bem recebido pelos dois grupos observados, tanto pelas crianças quanto pelos responsáveis, que conduziram e executaram com facilidade e êxito todas as tarefas propostas. Indo desde a leitura do material até as dinâmicas de desenho, personalização da capa, colagem dos adesivos das emoções e customização do adesivo para o vaso. Ressalta-se que, por questões de tempo e logística, não foi possível providenciar o papel semente para o teste do livro, entretanto, esse detalhe não afetou o desempenho da validação. Como era esperado, algumas sugestões de melhoria foram identificadas e observadas pelos grupos analisados. Assim como no primeiro processo de validação do projeto, seguindo as diretrizes do Comitê de Ética em Pesquisa da Unisinos, foram utilizados nomes fictícios para a apresentação das pessoas componentes do estudo.

O primeiro grupo, composto por Athena (25 anos) mãe e responsável de Ícaro (4 anos), demonstrou extremo apreço e divertimento pelo material, porém fez alguns apontamentos no decorrer da leitura. O primeiro se apresentou logo na introdução do livro, precisamente na descrição dos selos. Athena observou:

“Achei um pouco confusa a explicação dos selos, não entendi muito bem onde eles estariam inseridos e o que deveria fazer caso visse um. Somente no decorrer da leitura que percebi para que cada selo servia, penso que se tivesse um exemplo na introdução talvez eu entenderia melhor desde o início”.(Athena)

O segundo ocorreu durante a personalização da capa, onde Ícaro expressou certa frustração ao não conseguir enxergar seu nome escrito em caneta preta, e a mãe ressaltou: “Acredito que se o adesivo fosse mais claro a legibilidade da escrita ficaria mais evidente” (Athena).

Figura 62-Anotações após validação com responsáveis e crianças



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O segundo grupo, composto por Afrodite (33 anos), mãe e responsável de Apolo (6 anos), também demonstrou extremo apreço e entusiasmo com o livro, elogiando-o do começo ao fim. Ainda assim, no decorrer da leitura, Afrodite apontou:

“Muito linda e clara a história, porém, na minha opinião, achei as emoções muito apagadas no texto, me refiro a palavra em si. No caso, quando apresentada, por exemplo, a palavra nojo está da mesma cor que o resto do texto, não chama muito a atenção. E, vendo que este é o objetivo do livro, conscientizar as crianças a ajudá-las no diagnóstico, entendo que as emoções devem ser bem destacadas em todo o momento que aparecem no livro”.(Afrodite)

Além disso, após finalizar a leitura e atividade com seu filho, ao observar com mais atenção a contracapa, a mãe sugere:

“Vi que o livro conta com um site, porém, dando minha opinião, eu não acessaria, é muito trabalhoso nos dias de hoje ter que escrever o site por extenso no celular. Agora, se tivesse um QR Code, as chances de eu acessar seriam bem maiores, pois me facilitaria muito mais, além de economizar tempo”. (Afrodite)

A validação com as crianças e seus respectivos responsáveis trouxe contribuições significativas para o projeto, uma vez que possibilitou ajustar aspectos gráficos e informativos do livro, os quais serão descritos detalhadamente no subcapítulo à seguir.

5.3.2 Versão Final

Feito o processo de validação, procurou-se atualizar o livro conforme as sugestões propostas pelos participantes. Neste contexto, foram feitas quatro alterações no decorrer do livro, para fins de organização elas serão apresentadas, ordenadamente, de fora para dentro do livro.

A primeira alteração refere-se ao adesivo personalizado, destinado ao uso na capa, visto que a legibilidade do nome escrito pelas crianças foi prejudicada pelo tom escuro da peça. Sendo assim, substituiu-se a cor HEX #275E9C por uma mais clara, HEX#5284C4.

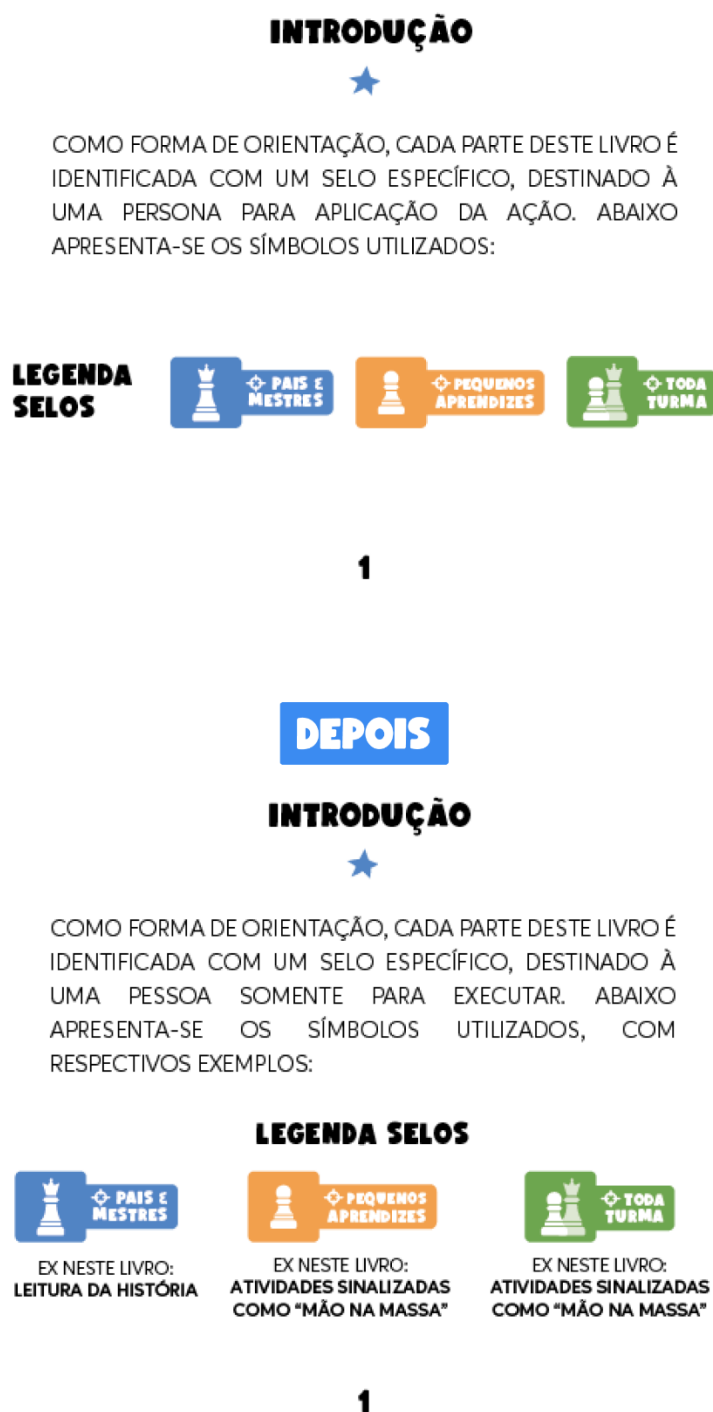
Figura 63- Alteração cor Adesivo Capa



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

A alteração seguinte encontra-se na parte introdutória do livro, na própria página de introdução, na qual se observou certa dificuldade de compreensão na explicação do funcionamento dos selos. Para solucionar isso, modificou-se o primeiro parágrafo e adicionou-se um exemplo do selo em execução.

Figura 64- Alteração página introdução



A terceira alteração concerne às menções das emoções no decorrer da história, onde se observou a necessidade de destacá-las de alguma forma, visto que a identificação e o diagnóstico dessas emoções se trata da temática principal do projeto. Baseado nisso, optou-se por modificar a gramatura da fonte, utilizando o modo *bold*, além de alinhar a cor da fonte com a da emoção em questão.

Figura 65 - Exemplo alteração menção emoções



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Por fim, a última alteração implementada no livro foi a adição de um *QR Code* nas páginas finais. Mesmo que o site escrito por extenso já conste na contracapa do material, observou-se que um *QR Code* facilitaria o acesso do público à plataforma virtual. Por questões de legibilidade e definição, decidiu-se por inserir o código de leitura na parte interna do livro, como demonstra a figura abaixo.

Figura 66- Página QR Code



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Com as alterações feitas, pode-se concluir o desenvolvimento da parte física do SPS, na Figura 67 apresenta-se uma parte do resultado final do produto. O livro completo pode ser conferido e analisado no Apêndice A deste projeto.

Figura 67- Páginas da versão final do Livro



5.4 Comunicação

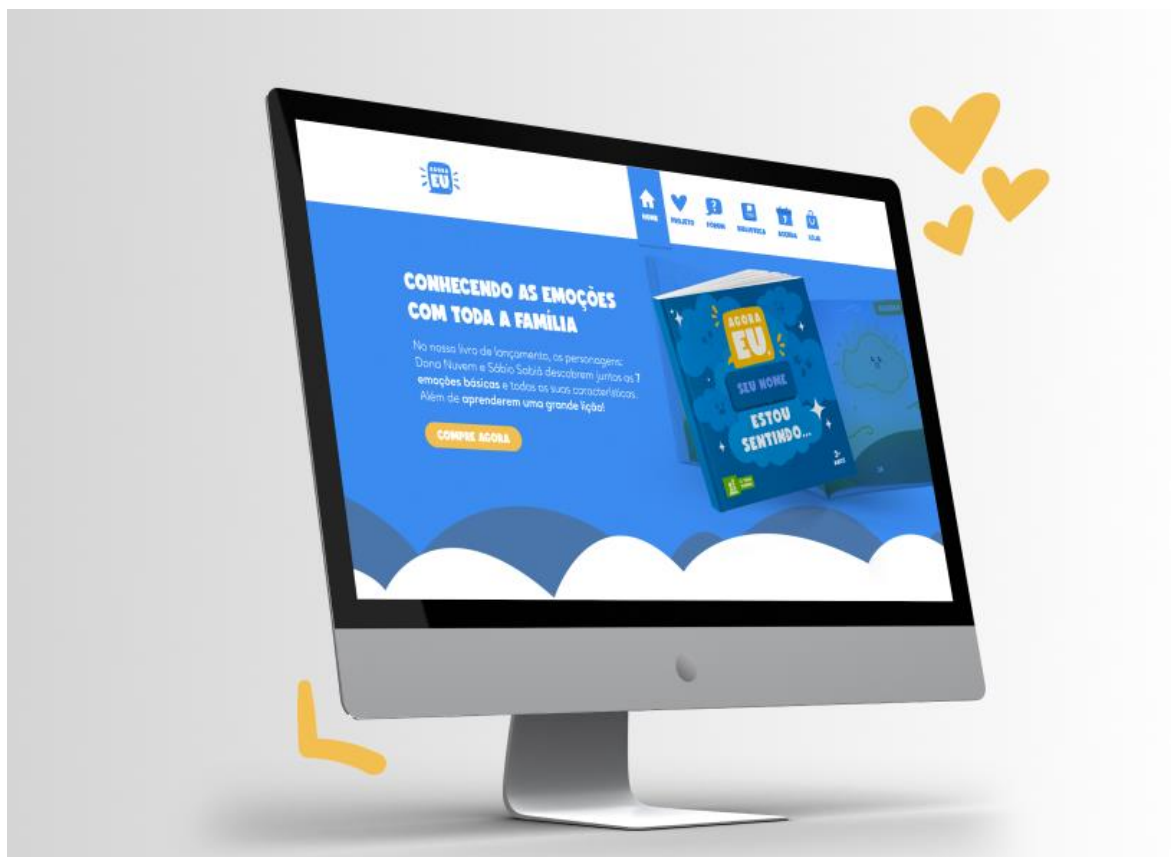
Quanto à comunicação, segundo Kotler (2007), esta se caracteriza como meio pelo qual as empresas buscam informar, persuadir e lembrar os consumidores de forma direta ou indireta sobre produtos ou marcas que comercializam. É possível dizer que a comunicação funciona como a voz da marca e é a maneira pela qual se estabelece uma relação com os clientes.

A partir dessa reflexão, compreendeu-se que a comunicação deste projeto abrange os meios pelos quais a marca se expressa, como o site, as redes sociais e os materiais gráficos de apoio (adesivos e pôsteres). Inclui, igualmente, as formas de promoção do projeto. Os elementos constituintes da comunicação serão descritos nos itens a seguir.

5.4.1 Site

O site, neste sistema produto-serviço atua como pilar importante do projeto ao ser responsável por fornecer o suporte não só para o produto físico como para todo o serviço e experiência. Para isso, a plataforma virtual foi dividida em cinco partes, presentes no menu, nas quais cada uma corresponde a uma área de atuação específica destinada ao suporte do SPS. Elas são: 1) HOME: destinada a divulgação dos valores e serviços oferecidos pela marca; 2) FÓRUM: destinado ao subsídio e suporte para o leitor, sanando suas dúvidas em relação ao produto e conteúdo; 3) LOJA: venda de livros; 4) AGENDA: captação de parceiros e apoiadores; 5) BIBLIOTECA: promoção da inclusão através de um sistema de doações.

A interface foi desenvolvida de acordo com a identidade da marca, respeitando uma linguagem simples, objetiva e acessível para os usuários (ver apêndice B). Toda a estrutura do site respeita a ordem das informações a serem transmitidas de forma a facilitar a interação dos usuários com a plataforma. Dito isso, parte-se para o detalhamento de cada parte do ambiente virtual.

Figura 68- Visão geral da *Home*

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A primeira parte do site, denominada *Home*, assume caráter institucional e destina-se a informar ao público sobre a proposta da marca e dos livros desenvolvidos. Faz-se isso de forma simples e breve, conduzindo o leitor a explorar o restante do site através de *Calls to Actions* (CTAs) e botões espalhados pela rolagem. Contém, também, na parte final da tela, uma galeria de fotos, voltada a exposição de retratos postados pelos usuários no Instagram, utilizando a *hashtag* #agoraeu.

A segunda parte, o Fórum, destina-se a uma rede de suporte voltada ao público geral (em especial aos consumidores do produto). Esse serviço é realizado através de um fórum online e gratuito no qual é feita a conexão de profissionais especializados na área infantil para sanar as dúvidas dos consumidores acerca das temáticas abordadas nos livros da marca (emoções, adolescência, mudanças corporais etc.). O fórum é aberto ao público e não necessita de um cadastro ou *login* para criar/responder uma pergunta, com o intuito de simplificar e diminuir a quantidade de empecilhos para a interação. Entretanto, para assegurar a veracidade

de uma resposta, feita através de um selo de identificação ao lado do nome (Figura 69), o indivíduo deve inserir o seu código de identificação CRM (Conselho Regional de Medicina), CRP (Conselho Regional de Psicologia) e CPF (Cadastro de Pessoas Físicas).

Figura 69- Tela fórum e selo verificação

AGORA EU

HOME PROJETO **FÓRUM** BIBLIOTECA AGENDA LOJA

FÓRUM

Tire suas dúvidas sobre o processo de desenvolvimento infantil e suas diversas temáticas

CATEGORIAS

- EMOÇÕES
- ALIMENTAÇÃO
- ADOLESCÊNCIA
- SAÚDE MENTAL
- EDUCAÇÃO

SELO DE VERIFICAÇÃO

PARA FACILITAR A IDENTIFICAÇÃO DAS RESPOSTAS DE MÉDICOS E PROFISSIONAIS, ATRIBUI-SE ESSE SELO AO LADO DO NOME DO USUÁRIO.

O QUAL, PARA GARANTÍ-LO, DEVE CONFERIR SEU CRM E CPF PARA AUTENTICAÇÃO DOS DADOS.

PESQUISAR **PERGUNTAR**

Anônimo
2 dias atrás

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequat aliquet maecenas ut sit nulla

140 17

Anônimo
2 dias atrás

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequat aliquet maecenas ut sit nulla

140 17

Anônimo
2 dias atrás

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequat aliquet maecenas ut sit nulla

140 17

Anônimo
2 dias atrás

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequat aliquet maecenas ut sit nulla

140 17

◀ PÁGINA 1 - 2 ▶

AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

✉ 📷 📺

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Visto que o projeto se trata de um SPS, e partindo do pressuposto de que a marca virá a expandir o projeto e desenvolver uma coleção de livros, observou-se como pertinente adicionar uma aba voltada para a compra destes produtos. Com esse objetivo, desenvolveu-se um espaço de *e-commerce* simples e objetivo, que redireciona o consumidor para uma companhia específica predefinida encarregada de vender o material selecionado, como, por exemplo, o site Amazon¹.

Figura 70 - Tela loja do site



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

¹Um estudo de precificação, que foge ao escopo deste TCC, deve ser realizado para determinar o valor do produto.

A penúltima parte do site também possui caráter institucional, porém tem como principal objetivo inteirar o público do crescimento e desenvolvimento da marca. Faz-se isso ao informar os próximos lançamentos, eventos e ações da organização através de uma agenda virtual. Através disso, se busca convidar os leitores a acompanharem mais conteúdos relacionados à temática, conscientizando-os de forma gradual e constante.

Figura 71- Tela agenda

AGORA EU

HOME PROJETO FÓRUM BIBLIOTECA AGENDA LOJA

AGENDA

30 15 22 1 7

Acesse nossa agenda e fique por dentro de todos os nossos eventos e atividades!

< DEZEMBRO 2021 >

Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

8:00
LIVE | YOUTUBE | COM DOUTOR X

14:30
LEITURA DO LIVRO "AGORA EU, ESTOU SENTINDO"
LOCAL: BIBLIOTECA PÚBLICA POA

INSCREVA-SE PARA DESCONTOS E NOVIDADES
Sem spam, só amor 🍷

INSCRIÇÃO SEU E-MAIL AQUI INSCREVER-SE

Clicando em Inscrever-se, você concorda com os termos e condições de privacidade.

AGORA EU

Projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

AGORA EU © 2021 | Todos os direitos reservados.

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Antes de introduzir o último segmento da plataforma, observou-se relevante explicar alguns pontos acerca do ciclo de uso do material de projeto. Em circunstâncias tidas como normais, um produto é adquirido, consumido e descartado, terminando seu ciclo de consumo em uma lixeira ou em um centro de reciclagem. Entretanto, tendo em vista os pilares inclusivos propostos pelo projeto e determinadas questões ambientais consideradas importantes (descarte incorreto e poluição), preocupou-se em alterar o destino final de descarte do produto. Levando em conta essas reflexões, desenvolveu-se um ciclo de uso diferente para o livro (Figura 72), no qual o último estágio de consumo destina-se à doação do material.

Figura 72 - Ciclo de uso do Livro



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A partir disso, criou-se a Biblioteca *Agora Eu*, presente como o último segmento do site, destinado ao beneficiamento de indivíduos, profissionais e instituições abertas ao recebimento de doações. Esta área do site é responsável por promover um sistema de doações de livros usados da marca como forma de incentivo para o funcionamento e aderência do maior número de pessoas. Dessa forma, será gerado, automaticamente, um cupom de desconto (único e intransferível) para cada doação.

O cupom será gerado e inserido automaticamente da conta do doador assim que a doação for confirmada no sistema pelo receptor. No que se refere ao funcionamento do sistema, este funciona, ordenadamente, da seguinte forma: 1) Cadastro pessoa/instituição; 2) Cadastro do livro; 3)Localização da pessoa/instituição de caridade; 4)Notifica o doador; 5)Troca de informações e agendamento para doação; 6)Doação feita, registrada no sistema; 7) Doador recebe um cupom de desconto.

Figura 73- Tela de login Biblioteca Agora Eu

The image shows the login page for 'Biblioteca Agora Eu'. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, Projeto, Fórum, Biblioteca, Agenda, and Loja. The main content area features a large orange banner with the text 'BIBLIOTECA AGORA EU'. To the right of the banner is a login form with fields for 'E-mail' and 'Senha', an 'ENTRAR' button, and a 'REGISTRE-SE' button. Below the banner, there is a section titled 'O QUE É?' with a description of the system and a link to 'Não possui conta?'. Further down, a 'COMO FUNCIONA?' section contains a 7-step process flowchart: 1. CADASTRO NO SITE, 2. ACESSE A SUA ESTANTE, 3. CADASTRE SEU LIVRO, 4. VÁ EM 'DOAÇÕES', 5. REGISTRE A DOAÇÃO, 6. AGUARDE O NOSSO CONTATO, 7. COMBINE A DOAÇÃO POR E-MAIL. A final banner at the bottom says 'DOE E RECEBA UM CUPOM DE DESCONTO NO FINAL DO PROCESSO' and a 'QUERO PARTICIPAR' button.

BIBLIOTECA AGORA EU

CHAMADA
Efetue o login e comece a participar desse sistema de doações também

E-mail
Senha

ENTRAR
Não possui conta?
REGISTRE-SE

O QUE É?

A Biblioteca Agora Eu é um sistema de doação de livros usados da marca para pessoas e instituições carentes.

O sistema foi desenvolvido com o intuito de ampliar o acesso à informação e transpor as deficiências econômicas da sociedade. Além de disseminar uma prática mais sustentável, alterando o destino final do produto, da lixeira para um novo dono.

E aí, quer fazer alguém feliz hoje? Descubra como logo abaixo

COMO FUNCIONA?

1 CADASTRO NO SITE 2 ACESSE A SUA ESTANTE 3 CADASTRE SEU LIVRO

4 VÁ EM "DOAÇÕES" 5 REGISTRE A DOAÇÃO 6 AGUARDE O NOSSO CONTATO

7 COMBINE A DOAÇÃO POR E-MAIL

DOE E RECEBA UM CUPOM DE DESCONTO NO FINAL DO PROCESSO

QUERO PARTICIPAR

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O primeiro passo para acessar a biblioteca se trata do cadastro da pessoa/instituição. Para isso, o usuário deve acessar a aba da Biblioteca no Menu e clicar no botão de cadastro (indicado na figura acima). Em seguida, o usuário deverá indicar se é uma pessoa física, profissional ou instituição, e, após isso, preencher alguns dados gerais como: nome, e-mail, gênero e idade (os dois últimos permanecem neutros para instituições). Por último, o usuário deve assinalar se está ou não no grupo que aceita doações.

Feito o cadastro, é possível acessar a plataforma da Biblioteca, que conta com quatro seções no canto direito. A primeira, de cima para baixo, refere-se à estante do usuário (Minha Estante), nela é possível cadastrar e consultar os livros adquiridos. Para o cadastro de um livro é necessário clicar no botão “cadastrar livro” e digitar o código de série contido nas últimas páginas do material.

Após o cadastro, o livro possuirá um status específico de classificação, sendo eles: status ativo (disponível para doação), em processo de doação e doado (os dois últimos status tornam o livro indisponível para doação).

Figura 74- Tela plataforma Biblioteca - Minha Estante

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A segunda seção é destinada para a execução das doações, nela é possível fazer ou solicitar uma doação (a última opção só aparecerá disponível para o usuário cadastrado como beneficiário de doações). Clicando no botão “fazer/solicitar doação”, abre-se uma nova tela onde o usuário deve selecionar o livro (dentre os disponíveis na sua estante), a quantidade, seu estado e sua cidade. Feito isso, o sistema irá procurar profissionais/instituições próximos à localidade selecionada pelo usuário e, assim que encontrá-los, enviará um e-mail para os envolvidos, identificando a possibilidade de doação.

Figura 75- Telas plataforma Biblioteca - Doações 1



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

O perfil do receptor aparecerá disponível para o doador na tela de doações, contendo suas informações gerais e localização e caberá ao doador aceitar ou não fazer a doação clicando no botão abaixo do perfil. Caso escolha não fazer a doação, o perfil desaparecerá da seção. Do contrário, caso escolha doar, uma caixa se abrirá abaixo do perfil do receptor, indicando ao usuário que escreva uma mensagem para combinar a entrega do livro. Após o envio da mensagem para o receptor, a conversa e o acerto da doação se manterá via e-mail. Com o envio da mensagem por parte do doador, o livro aparece disponível para o receptor em sua estante, mantendo o status “em processo de doação”, seguido por dois botões abaixo (recebido/cancelado). Se a doação, por algum motivo, não for realizada, cabe ao receptor clicar no botão “Cancelado”, do contrário, se a doação for feita com sucesso, o receptor deve então clicar no botão “recebido” e confirmar a doação.

Figura 76- Telas plataforma Biblioteca - Doações 2



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

Após a doação confirmada, o livro assume o status “doado” para o doador e “disponível” para o receptor. Feito isso, o doador pode conferir seu cupom de desconto na penúltima seção da plataforma (Cupons), copiando o código sinalizado e podendo utilizá-lo na loja do site, sendo cada cupom gerado limitado a um uso por usuário.

Por fim, a última seção refere-se à parte de configurações da conta, nela o usuário pode alterar sua foto de perfil, seu e-mail e solicitar exclusão de conta. Logo abaixo desta seção, encontra-se o botão para *deslogar* da Biblioteca.

Figura 77- Tela plataforma Biblioteca - Cupons

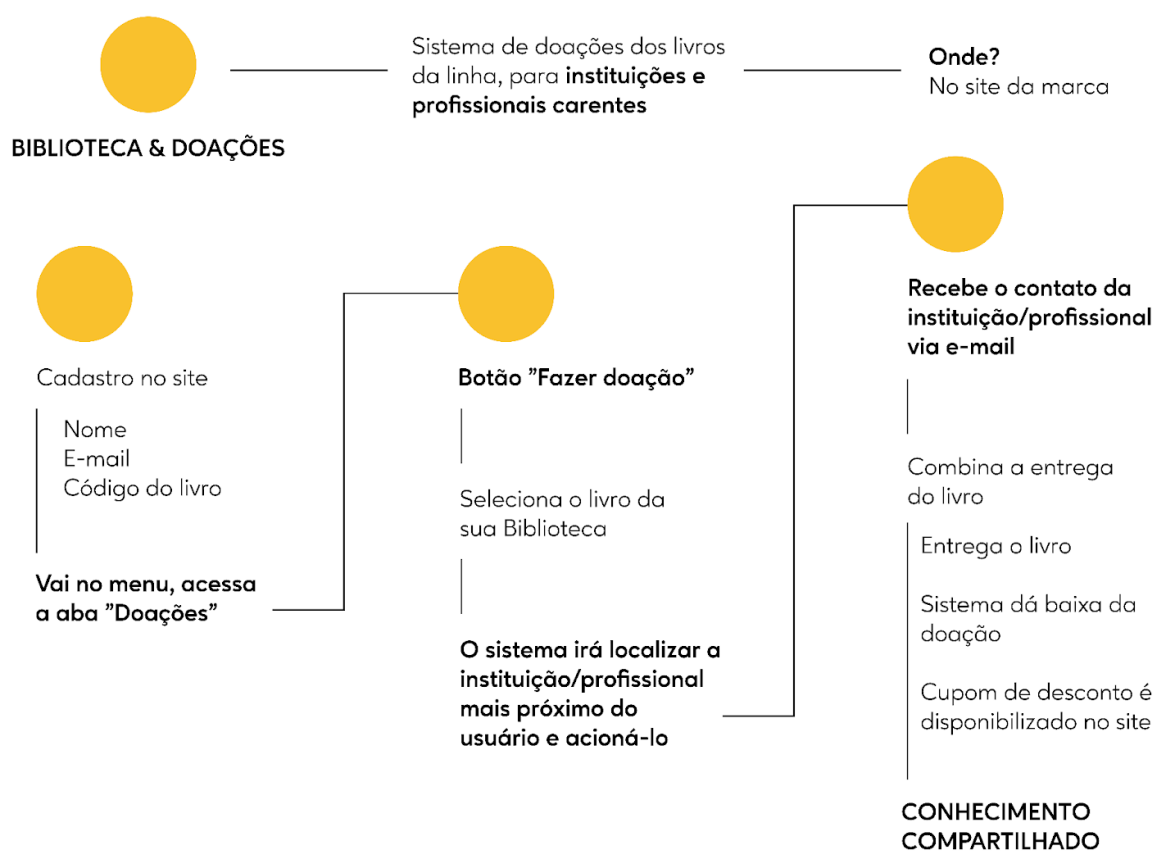
The screenshot displays the 'BIBLIOTECA' interface. At the top, there is a navigation bar with icons for HOME, PROJETO, FÓRUM, BIBLIOTECA (highlighted), AGENDA, and LOJA. Below this is a decorative orange banner with the word 'BIBLIOTECA' in large white letters. On the left side, a vertical menu lists: OLÁ, ARTEMIS; MINHA ESTANTE; DOAÇÕES; CUPONS (highlighted); CONFIGURAÇÕES; and SAIR. The main content area is divided into two sections: 'CUPONS DISPONÍVEIS' and 'CUPONS USADOS'. The 'CUPONS DISPONÍVEIS' section shows a coupon with the code '#COMPARTILHO.02', issued on 15/12/21, with a 'COPIAR CÓDIGO' button. The 'CUPONS USADOS' section shows a coupon with the code '#COMPARTILHO.01', issued on 10/12/21, with a 'COPIAR CÓDIGO' button. Both sections include a 'PÁGINA 1 - 1' indicator. The footer features the 'AGORA EU' logo, social media links for 'O projeto', 'Fórum', 'Biblioteca', 'Agenda', and 'Loja', and a copyright notice: 'Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados'.

Observando a complexidade da plataforma, e objetivando o entendimento do leitor perante todo o processo descrito anteriormente, optou-se por desenvolver um mapa de jornada de uso da Biblioteca. Visto que a ferramenta em questão será utilizada mais vezes no decorrer do projeto, torna-se necessário definir previamente a técnica utilizada para a confecção deste mapa, chamado de mapa da jornada do usuário.

Segundo Boag (2015), esta ferramenta conta a história da experiência do usuário desde o contato inicial com o produto, através do processo de engajamento e de relacionamento de longo prazo. A jornada pode se concentrar em uma determinada parte da história ou apresentar a visão geral de toda a experiência, e tem como objetivo identificar as interações fundamentais que o usuário estabelece com a organização que deu origem ao produto. Esses mapas levam em consideração modelos mentais, o fluxo de interações e possíveis pontos de contato, caracterizando-se por um método visual cujo processo auxilia na conceituação e estruturação das experiências das pessoas (NENONEN; RASILA; JUNNONEN, 2008).

Para a explicação da plataforma, delineou-se um trajeto específico proposto para o usuário percorrer desde o seu primeiro contato com a Biblioteca. Como demonstra a figura abaixo, o objetivo final de todo o sistema desenvolvido é proporcionar o compartilhamento do conhecimento e ultrapassar as disparidades socioeconômicas presentes na sociedade brasileira. Dito isso, observou-se relevante ressaltar que o programa funciona somente em território nacional, visto que o projeto ainda é de pequeno porte e não possui abrangência internacional.

Figura 78 - Jornada de uso da Biblioteca Agora Eu



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Visando certificar-se da atuação da plataforma em si e observá-la funcionando de alguma forma, preocupou-se em desenvolver um protótipo do site. Fez-se isso através da plataforma Figma, e pode ser conferido no seguinte link: <https://bityli.com/Mza2OF>.

Figura 79- Tela prototipação do site



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Por fim, após apresentar todas as partes que compõem o site e testá-las através da prototipação citada anteriormente, desenvolveu-se um mapa de jornada de uso da plataforma, com o objetivo de exemplificar sua função e competências.

Figura 80 - Jornada de uso do site Agora Eu



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

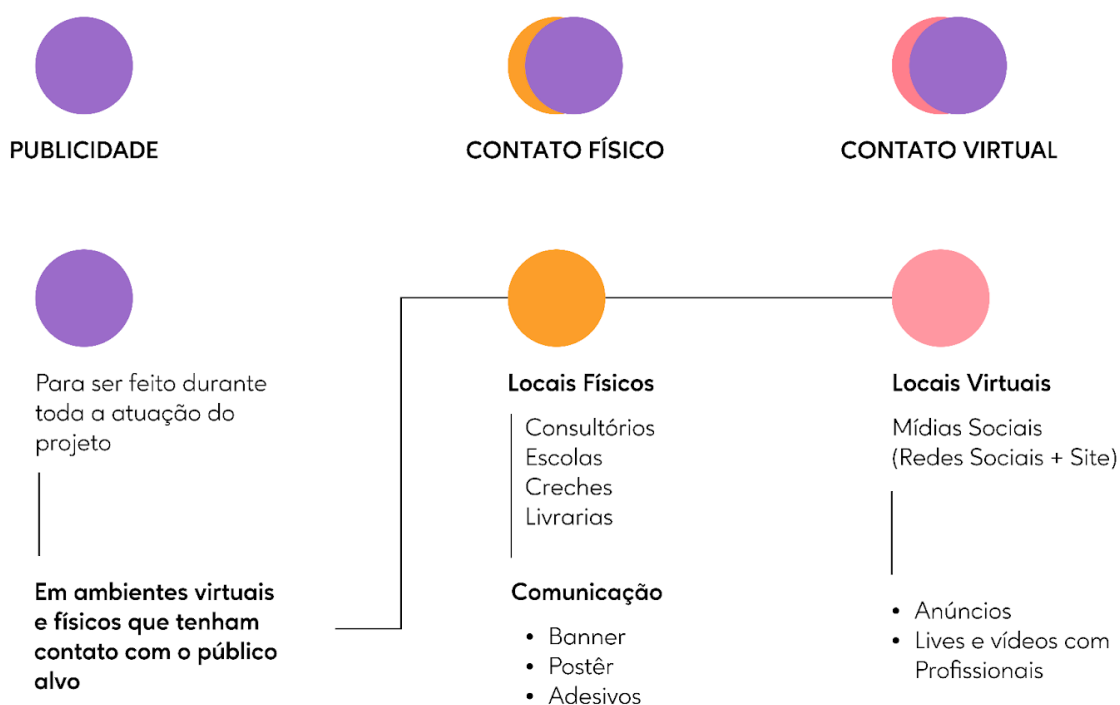
Em resumo, como demonstra a figura acima, pode-se observar que a plataforma online possui o propósito de informar, incluir e conscientizar os usuários a respeito não apenas do produto, mas também sobre toda a temática de desenvolvimento infantil. O site informa o consumidor através de um fórum online, gratuito e amparado por profissionais da área para o saneamento de dúvidas; inclui o maior número de pessoas na temática, mesmo aquelas que não têm condições financeiras para adquirir o livro, ao possibilitar um sistema de doações (Biblioteca *Agora Eu*) e conscientiza a sociedade a respeito da importância da infância e do desenvolvimento infantil com todas as vertentes do SPS do projeto.

5.4.2 Publicidade

Para este Sistema Produto-Serviço, as ações publicitárias foram segmentadas em dois tipos de contato: o físico e o virtual. Fez-se isso com o objetivo de alcançar o maior espectro de pessoas dentro do público almejado para o projeto.

É importante ressaltar, como se pode observar na figura abaixo, que estas ações foram projetadas para a funcionarem durante toda a atuação do projeto da marca, operando simultaneamente nos dois ambientes de contato propostos.

Figura 81 - Jornada Publicidade



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Após breve apresentação da jornada de funcionamento publicitária, é possível partir para o detalhamento dos componentes de cada tipo de contato sugerido que, como demonstra a figura acima, inicia-se pela explanação do contato físico.

5.4.2.1 Contato Físico - Promoções

No que diz respeito às ações publicitárias de contato físico, pretende-se estabelecer parcerias com organizações ligadas à educação, saúde e

desenvolvimento infantil. Essas instituições incluem escolas, clínicas pediátricas, creches, livrarias e lojas de brinquedos educativos. Para isso, faz-se um primeiro contato via e-mail, apresentando o projeto, e logo após realiza-se a doação de alguns exemplares, pôsteres e adesivos para implementar a familiarização e reconhecimento do material pelo público. Após o conhecimento da proposta pelas entidades e de sua aceitação como parceria, espera-se que quando as crianças e familiares questionarem determinados temas presentes no livro, os profissionais utilizem o livro como referência de apoio para sanar as dúvidas apresentadas. Esta ação contribui para a experiência de compreensão tanto dos pais e responsáveis quanto dos profissionais em si.

Figura 82- Pôster e adesivos

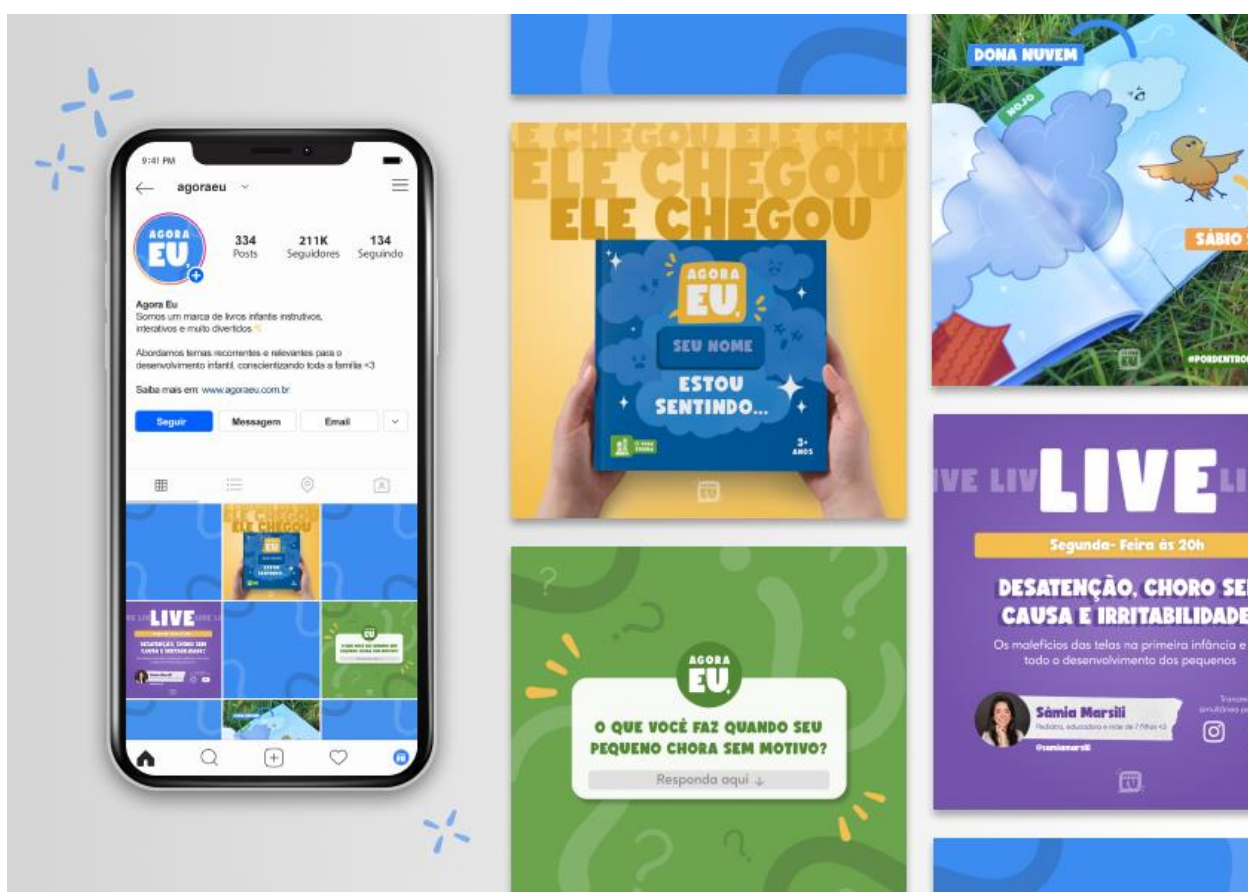


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

5.4.2.2 Contato Virtual - Redes sociais

Através da comunicação digital, busca-se promover o projeto e dar destaque aos locais parceiros e incentivar a adesão de instituições e de profissionais ligados ao desenvolvimento infantil. Além disso, tem-se como propósito de divulgação atrair o maior número de aderentes para que, com isso, seja possível fazer o giro de trocas proposto pela Biblioteca *Agora Eu*, beneficiando assim o maior número de pessoas. Para além disso, como o projeto *Agora Eu* teve como diretriz propor um conteúdo de fácil implementação e compreensão acerca da temática de desenvolvimento infantil, as redes sociais também teriam o papel de disseminar a proposta para que um maior número de pessoas tomasse conhecimento do projeto.

Figura 83- Perfil no Instagram e Cards

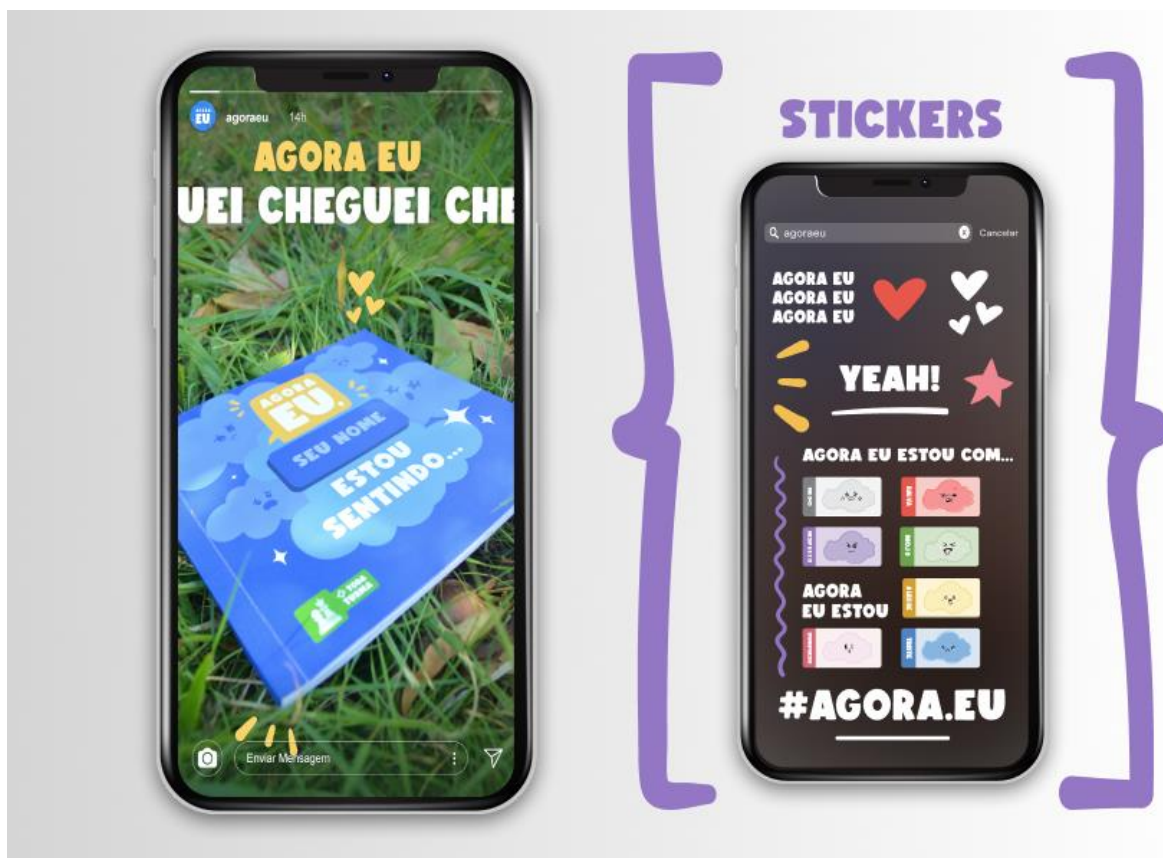


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Considera-se, portanto, que por meio da comunicação digital as famílias, os parceiros e os apoiadores conseguirão obter informações e entrar em contato com o projeto de maneira mais informal e objetiva. Pretende-se com isto que todos sejam

atendidos e que recebam as orientações conforme suas solicitações. Dessa forma, busca-se obter essa relevância no meio online através da criação de perfis em duas redes sociais específicas: Instagram e Youtube.

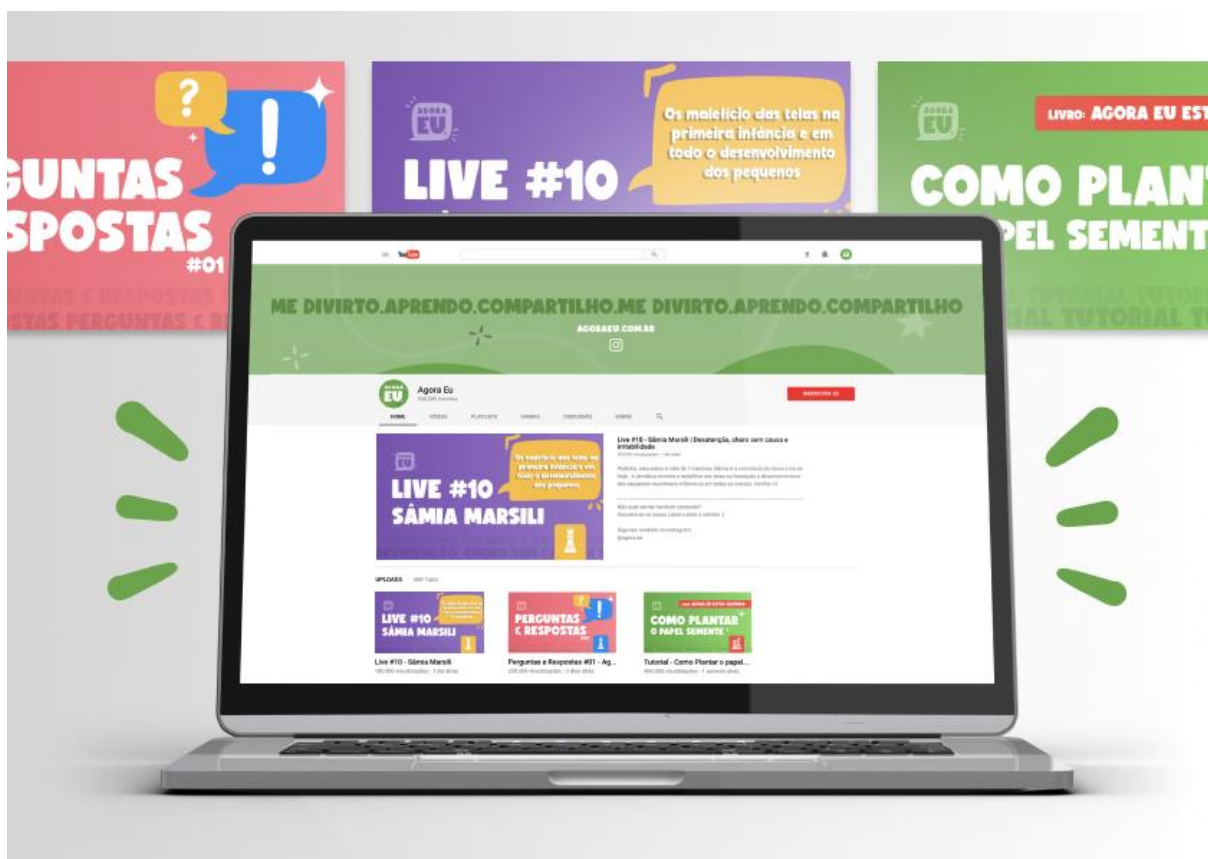
Figura 84 - Story e Stickers



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Por caracterizar-se pela rede social mais consumida no mundo, a presença no Instagram tornou-se indispensável para a obtenção do objetivo listado acima. Para uma melhor atuação na rede social desenvolveu-se uma conta, *posts* para o projeto e alguns *stickers* que podem ser utilizados pelos consumidores. Pretende-se, com isso, gerar mais engajamento com os usuários e, dessa forma, conectar o projeto de forma mais profunda com o consumidor para atingir um maior número de pessoas.

Figura 85- Conta Youtube



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Tendo-se em vista que as temáticas abordadas pelo projeto, e também aquelas que, futuramente, poderão ser explorados, são definidas por um caráter mais denso e sensível, observou-se como relevante a presença da marca também no Youtube.

A plataforma caracteriza-se por uma proposta diferente das demais, pois oferece espaço para a produção e o consumo de conteúdos mais longos e profundos. Além disso, conta com a presença de diversos públicos, dado que se trata de uma rede social mais antiga. A atuação da marca nessa rede social se resume a publicação de *lives* feitas com profissionais e outros atores, além de vídeos de promoção dos produtos.

Quadro 4–Planejamento Redes Sociais

REDE SOCIAL	POST POR SEMANA	STORY POR SEMANA	CONTEÚDO
Instagram	Mínimo 3	Mínimo 9	Promoção do livro; Informativo sobre um tópico da temática da marca; Interação com o público
Youtube	1	-	Live ou Vídeo Institucional

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

No que se refere à programação de conteúdo, previamente descrita no Quadro 3, esta será distinta para as duas plataformas. Na primeira, Instagram, propõe-se uma frequência de no mínimo três posts e nove stories por semana, os quais deverão atingir os seguintes escopos: 1) Promoção dos livros comercializados pela marca, através de imagens ou vídeos com CTAs de compra; 2) Apresentação de um conteúdo informativo e explicativo acerca de um tópico definido na semana (Ex: Choro de "birra" existe mesmo?), através de imagens, infográficos e textos; 3) Interação com o público, através de caixinhas de resposta, *checklists*, caixinhas de votação, repostagem de fotos dos consumidores e lançamento de *hashtags*, tudo dentro da temática definida na semana. Pondo em foco as experiências e opiniões dos usuários.

Na segunda plataforma, Youtube, estima-se a frequência de um vídeo por semana, o qual pode ser tanto uma *live* em parceria com algum profissional, quanto um vídeo institucional. Nos dois casos, o conteúdo abordado será relacionado com o proposto na rede social vizinha, Instagram, construindo uma linha de comunicação interligada

Propõe-se que cada semana possuirá um tema foco a ser abordado simultaneamente nas duas redes sociais, os quais serão previamente definidos em um comitê de planejamento, feito na última semana de cada mês. Neste comitê, será levado em consideração os livros da marca que estão em comercialização, os lançamentos futuros, e seus respectivos conteúdos, além do acompanhamento de datas comemorativas e publicações de novos artigos, entrevistas e notícias acerca das temáticas do projeto. Os responsáveis pela administração das redes e produção de conteúdo serão os integrantes do time de marketing da marca.

5.5 Integração dos Elementos do PSS

Somando todos os itens propostos pelo projeto, tem-se a formação e integração de um sistema produto-serviço, conforme definido na fase de pesquisa do projeto, o PSS

A partir disso, observou-se relevante o uso de uma ferramenta para esclarecer e enaltecer o sistema produto-serviço desenvolvido no decorrer do projeto. Para isso, utilizou-se de um método apresentado anteriormente, o mapa da jornada do usuário, por se tratar de um método visual cujo processo auxilia na conceituação e estruturação das experiências das pessoas (NENONEN; RASILA; JUNNONEN, 2008).

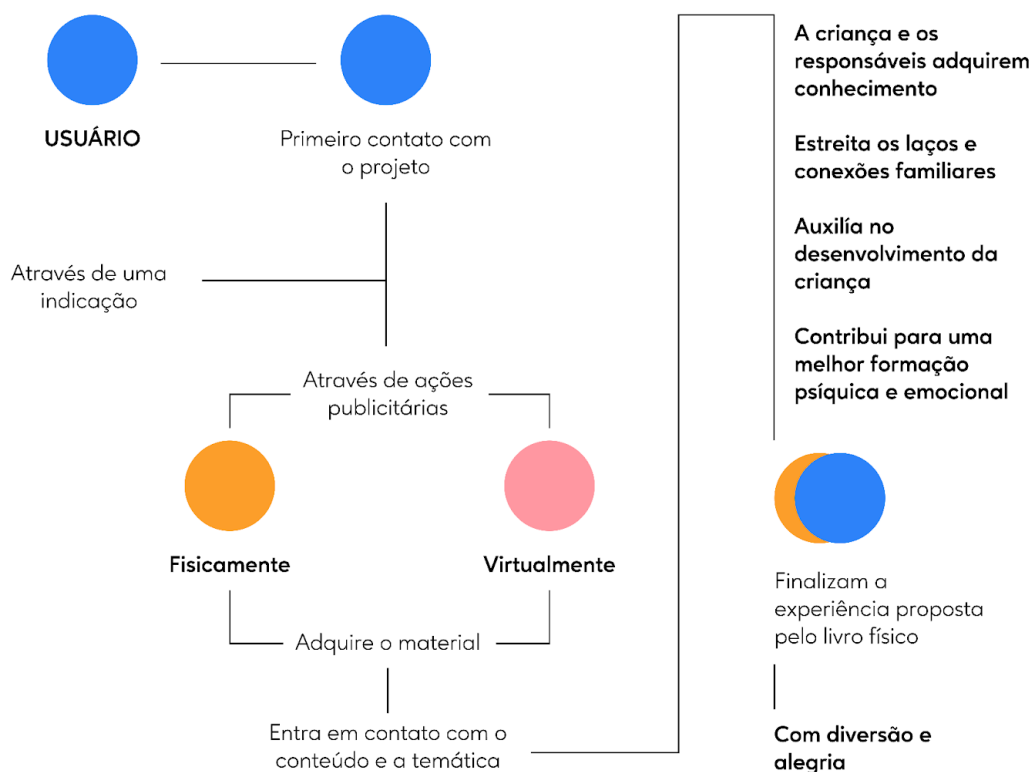
Esse método, segundo Boag (2015), auxilia os designers na compreensão do contexto dos usuários, permitindo uma visão mais clara de onde eles vêm e o que estão tentando alcançar.

Diante disso, desenvolveu-se um mapa específico para a jornada do usuário quando em contato com o projeto. Preocupou-se em delimitar um mapa de jornada que evidenciasse os pontos de contato e seus respectivos caminhos, de forma simples e objetiva, focando-se sempre nas necessidades do usuário. Como demonstra a figura abaixo, a jornada foi dividida em duas partes, na qual a primeira descreve os passos iniciais do usuário, desde o seu primeiro contato com o projeto até a finalização da experiência proposta pelo livro físico.

Feito o primeiro contato, através de uma indicação ou das ações publicitárias do projeto (físicas ou virtuais), assume-se que o usuário adquira o produto físico e inicie o processo do PSS.

Após consumir e apresentar o conteúdo para a criança, observa-se os seguintes resultados esperados: estreitamento dos laços familiares, melhor formação psíquica e emocional e suporte no desenvolvimento da criança. A partir disso, finaliza-se com diversão e alegria, a experiência referente à parte física do PSS, e introduz-se a segunda parte da jornada.

Figura 86 - Jornada do Usuário 1/2



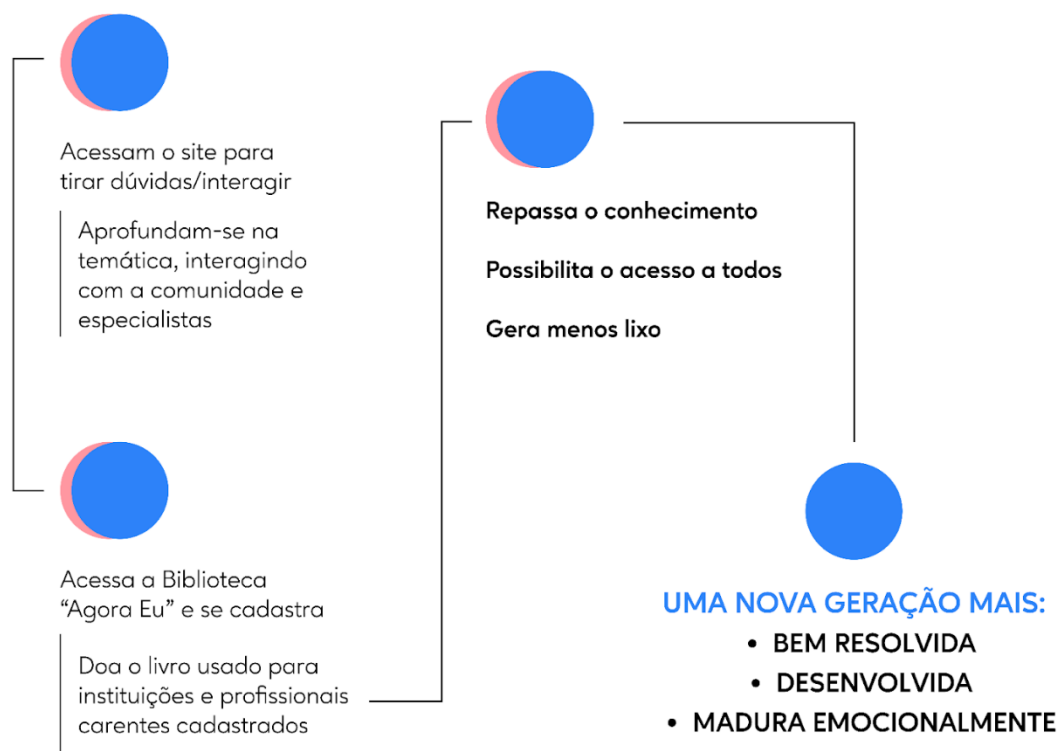
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Nessa parte do mapa explora-se o contato virtual do usuário com o PSS. Faz-se isso, com maior ênfase, através do site da marca. Seguindo a ordem delimitada, o usuário acessa o site para tirar alguma dúvida ou conferir mais sobre a marca. A partir disso, ele aprofunda-se na temática e interage com a comunidade de alguma forma, através do fórum ou da galeria de fotos.

Então, o usuário acessa a Biblioteca *Agora Eu*, se inteira do sistema de doações e se solidariza com a causa, por conseguinte se cadastra na plataforma e doa um de seus livros para quem necessita. Dessa forma, repassa o conhecimento, possibilita o acesso de todos e, conseqüentemente, gera menos descarte de lixo.

Assim conclui-se a jornada do PSS, que possui o objetivo de auxiliar na construção de uma geração mais autônoma, desenvolvida e madura emocionalmente.

Figura 87 - Jornada do Usuário 2/2



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

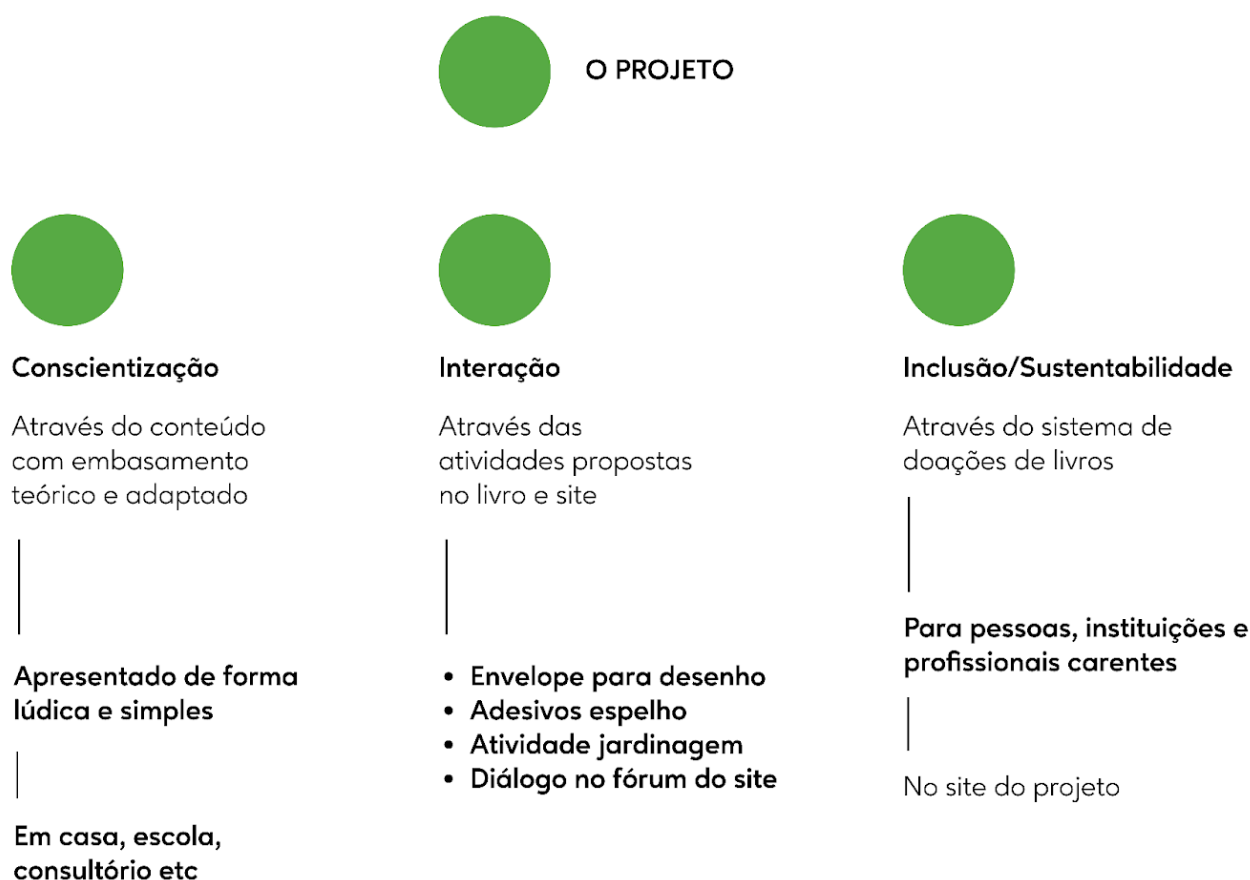
Para finalizar o detalhamento do PSS, optou-se por apresentar um infográfico contendo todos os componentes abrangidos pelo projeto, com o intuito de enfatizar o valor entregue por todo o sistema projetado. Sendo eles, respectivamente:

1. **Conscientização:** feita através da apresentação da temática e o diagnóstico das emoções básicas de forma lúdica e simples, através do produto (livro) e sistema desenvolvido. Resulta em um conteúdo embasado teoricamente e adaptado para o melhor entendimento público, focalizando sua distribuição para lares, escolas, consultórios médicos e qualquer outro local que tenha como foco o atendimento a crianças na primeira infância;
2. **Interação:** realizada por meio das atividades propostas no livro, como a personalização da capa, a atividade do desenho dentro do envelope, os adesivos das emoções para colagem no espelho e a atividade do plantio das sementes, que proporciona uma interação da criança com o livro, os pais e a natureza. Há interação também por meio das atividades presentes nas plataformas virtuais do projeto, nas quais se encontram os diálogos

oferecidos pelo fórum, com a troca de dúvidas e de experiências, o próprio sistema de doações proposto pela Biblioteca *Agora Eu*, as *lives* desenvolvidas pelo canal no Youtube e pela conta da marca no Instagram, com todos os elementos disponibilizados para incentivar a interação (*posts*, *stories* e *stickers*).

3. **Inclusão e Sustentabilidade:** dois conceitos concretizados através do sistema de doações de livros usados, proposto pela Biblioteca *Agora Eu*, com enfoque no beneficiamento de pessoas, instituições e profissionais. O sistema promove a inclusão e estimula a empatia dos usuários, com o oferecimento de um cupom de desconto a cada doação de livro feita. Aliado a isso, implementa-se também uma prática mais sustentável, ao alterar o destino final de descarte do material, que ao invés do lixo, é direcionado para outra pessoa.

Figura 88 - Pontos abrangidos pelo Projeto



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com isso, somando todos os elementos apresentados pelo PSS, tem-se, segundo os princípios propostos por Vezzoli (2010), um sistema de valor. Visto que se teve a unidade de satisfação como a direção do projeto, a interação entre os envolvidos no sistema e a sustentabilidade como um dos pontos abrangidos no processo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do presente trabalho objetivou trazer à discussão, através de um pequeno recorte, a importância e a relevância do diagnóstico das emoções na infância. Neste sentido, foi possível à pesquisadora fazer alguns apontamentos.

O primeiro apontamento diz respeito à compreensão de que a Inteligência Emocional e o diagnóstico das emoções básicas são essenciais para um bom desenvolvimento psíquico e social em qualquer indivíduo, visto que, presentes no cerne do ser humano, as emoções são um processo interno regulador, responsável por determinar o tipo de perspectiva que se tem das situações.

Além disso, conclui-se que é na primeira infância que a necessidade da regulação das emoções se torna latente, já que esta possui o poder de determinar aquilo que o sujeito se tornará quando adulto. É durante a infância que a criança aprende sobre si, sobre os outros e sobre o mundo, fazendo com que esse seja, portanto, o período ideal para o primeiro contato com a temática.

Dito isso, ressalta-se que, para projetar soluções que contribuam para a construção de experiências significativas em torno desta temática, faz-se necessário o entendimento de que o diagnóstico das emoções não se restringe somente à primeira infância, mas se estende durante toda a existência do indivíduo. Para isso, destaca-se o ato de projetar soluções voltadas à necessidade de ofertar subsídios para que, a partir de suas capacidades pessoais, os usuários tenham autonomia para criação de suas próprias configurações de valor.

O segundo apontamento diz respeito à enorme contribuição da metodologia metaprojetual à compreensão da realidade e a possibilidade de tornar esta compreensão visível e analisável. Isso possibilita ao designer a oportunidade de propor caminhos projetuais não lineares, ou seja, não centrados em um ou outro conceito específico.

Ainda, é possível observar quais soluções que possibilitam o diagnóstico das emoções e o desenvolvimento da Inteligência Emocional na infância ultrapassam a criança em si. Conforme descrito e ressaltado nas entrevistas desenvolvidas neste projeto, os familiares e responsáveis possuem um papel crucial na percepção e entendimento do conteúdo proposto.

No entanto, quando se constata que nem sempre os pais e responsáveis possuem as ferramentas necessárias para a compreensão das próprias emoções, o

processo torna-se um pouco mais complexo e enfatiza cada vez mais a influência desses atores no desenvolvimento psíquico e sócio emocional dos pequenos. Para isso, o projeto certificou-se de implementar um sistema de suporte estruturado e sólido, voltado a acolher e subsidiar os pais e responsáveis, possibilitando uma maior absorção e entendimento do conteúdo.

Todo esse conhecimento, além de trazer humildade ao designer, que, diante de tamanho desafio, percebe que suas soluções não serão capazes de abranger todos esses aspectos, demonstra também o enorme potencial de atuação do Design Positivo e Emocional na concepção de projetos voltados à infância e toda a jornada de desenvolvimento inserida nela, visto que, a partir do estudo aprofundado das teorias referentes ao Design Positivo, mais precisamente, do Triângulo de Desmet e Pohlmeier (2013), observou-se novas possibilidades no ato de projetar para o usuário.

Essas possibilidades são encontradas, mais precisamente, no desenvolvimento de um PSS, no qual o objetivo principal volta-se para o impacto e a geração de significado no usuário, procurando estimular o seu bem-estar subjetivo de forma independente, atingindo por fim, o chamado *sweet spot*. A conclusão destes pensamentos orientou a pesquisadora a uma nova perspectiva projetual.

A partir disso, como solução para as necessidades observadas e apontadas, o processo projetual em questão resultou na concepção e concretização de um SSP, composto por uma marca de livros infantis destinados a auxiliar o desenvolvimento socioemocional das crianças.

Presente tanto no ambiente físico quanto no virtual, o projeto promove suporte e assistência para pais e responsáveis, além de instigar a empatia e a prática sustentável com um sistema de doações de livros usados. De forma leve, lúdica e fundamentada, o primeiro livro da marca, *Agora Eu, estou sentindo*, propõe a abordagem das emoções com toda a família, estreitando os laços e as conexões afetivas, procurando atender e suprir as dores encontradas nos usuários e possibilitando, assim, o florescimento humano através de prazeres, fortalecimento de virtudes e de construção de significado pessoal, de acordo com os fundamentos do design positivo.

Dadas as possibilidades vislumbradas do agir projetual do objeto de estudo, a autora tem a intenção de levar o projeto adiante, apresentando-o a editoras alinhadas com a temática proposta, com o intuito e a esperança de concretizar o

projeto desenvolvido,e,possivelmente, impactar de forma positiva e significativa a jornada de desenvolvimento das crianças da atualidade.

APÊNDICE A – Fotos Do Protótipo













APÊNDICE B –O Livro



DEDICATÓRIA



DEDICO ESTE LIVRO À MINHA FAMÍLIA E A DEUS, MAS EM ESPECIAL A ELE, MEU IRMÃO, COMPANHEIRO DE VIDA E AUTOR DA ESTÓRIA DESTE LIVRO. RICCO, OBRIGADA POR SER MEU APOIO E BASE NESTA JORNADA TERRENA, NADA SERIA IGUAL SEM TI.

COM MUITO AMOR, NICK

INTRODUÇÃO



COMO FORMA DE ORIENTAÇÃO, CADA PARTE DESTE LIVRO É IDENTIFICADA COM UM SELO ESPECÍFICO, DESTINADO À UMA PESSOA SOMENTE PARA EXECUTAR. ABAIXO APRESENTA-SE OS SÍMBOLOS UTILIZADOS, COM RESPECTIVOS EXEMPLOS:

LEGENDA SELOS



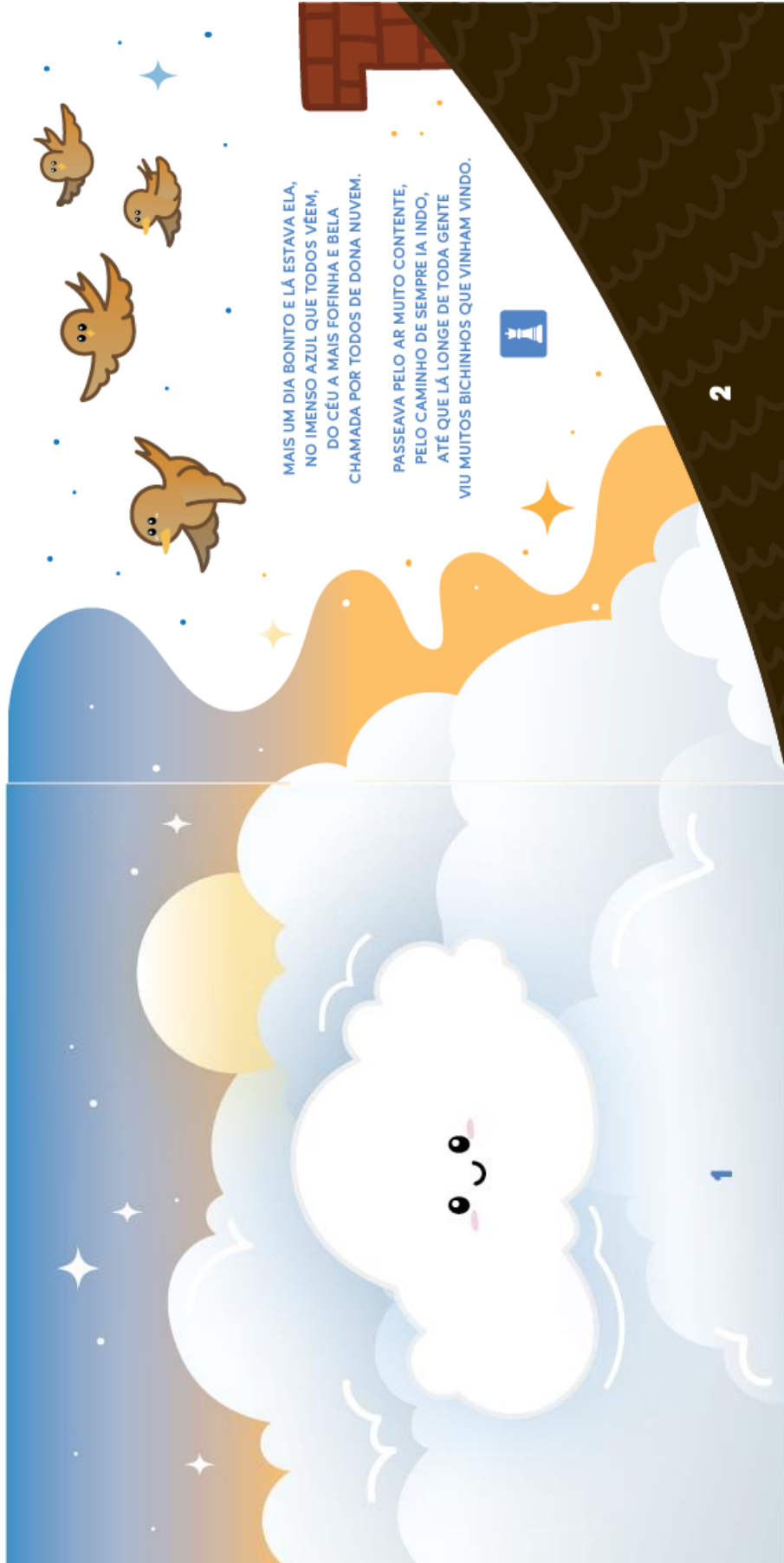
EX NESTE LIVRO:
LEITURA DA HISTÓRIA



EX NESTE LIVRO:
ATIVIDADES SINALIZADAS COMO "MÃO NA MASSA"



EX NESTE LIVRO:
ATIVIDADES SINALIZADAS COMO "MÃO NA MASSA"



MAIS UM DIA BONITO E LÁ ESTAVA ELA,
NO IMENSO AZUL QUE TODOS VÊEM,
DO CÉU A MAIS FOFINHA E BELA
CHAMADA POR TODOS DE DONA NUVEM.

PASSEAVA PELO AR MUITO CONTENTE,
PELO CAMINHO DE SEMPRE IA INDO,
ATÉ QUE LÁ LONGE DE TODA GENTE
VIU MUITOS BICHINHOS QUE VINHAM VINDO.





MEDO

ERAM SABIÁS ANDANDO JUNTOS,
 QUE ESPERAVAM O DIA RAIAR,
 EXPLICOU SOBRE O ASSUNTO
 O CHAMADO SÁBIO SÁBIA.

DONA NUVEM AINDA ASSUSTADA,
 NÃO SABIA O SENTIMENTO QUE TINHA CHEGO,
 ATÉ PELO PÁSSARO SER ACALMADA
 QUE ENSINOU QUE AQUILO ERA O **MEDO.**

COM OS OLHOS ARREGALADOS,
 ATRÁS DO SOL SE ESCONDEU,
 AMBOS FICARAM CALADOS
 ATÉ QUE A RESPOSTA APARECEU.



3

4



OLHOS ARREGALADOS



TOM ACIZENTADO



BOCA TRÊMULA



CORAÇÃO ACELERADO



MÃO NA MASSA

DESENHE E COLOQUE AQUI
UMA SITUAÇÃO QUE VOCÊ SENTIU **MEDO**





DEPOIS DE ENTENDER O QUE SENTIA,
DONA NUVEM E SÁBIO VIRARAM AMIGOS,
ELE CONTAVA AS HISTÓRIAS QUE VIVIA
E ELA ESCUTAVA OS CONTOS ANTIGOS.



6

5



DONA NUVEM NO MEIO DA CONVERSA SE DISTRAIU,
ENQUANTO DAS HISTÓRIAS ACHAVA GRÇA,
ENXERGA O QUE DA TERRA SUBIU
UMA NUVEM PRETA DE FUMAÇA.

QUANTO MAIS PERTO CHEGAVA,
OS OLHOS FECHAVAM E O NARIZ TORCIA,
ENQUANTO A FUMAÇA ENTRAVA
SÁBIO DISSE QUE ERA **NOJO** O QUE ELA SENTIA.

NOJO



7

8

MÃO NA MASSA

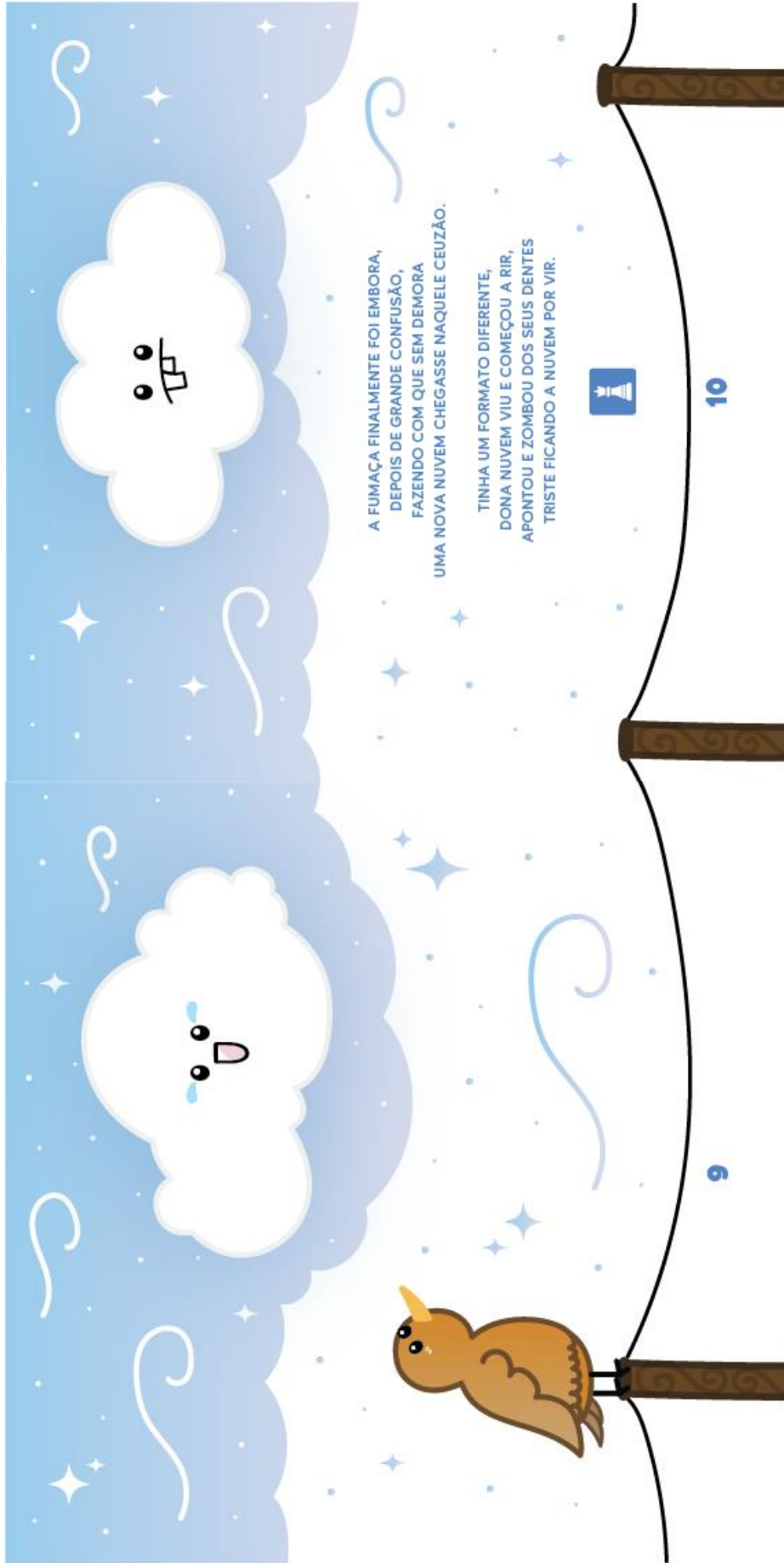
DESENHE E COLOQUE AQUI
UMA SITUAÇÃO QUE VOCE SENTIU **NOJO**

OLHOS FECHADOS

TOM ESVERDEADO

LINGUA PARA FORA

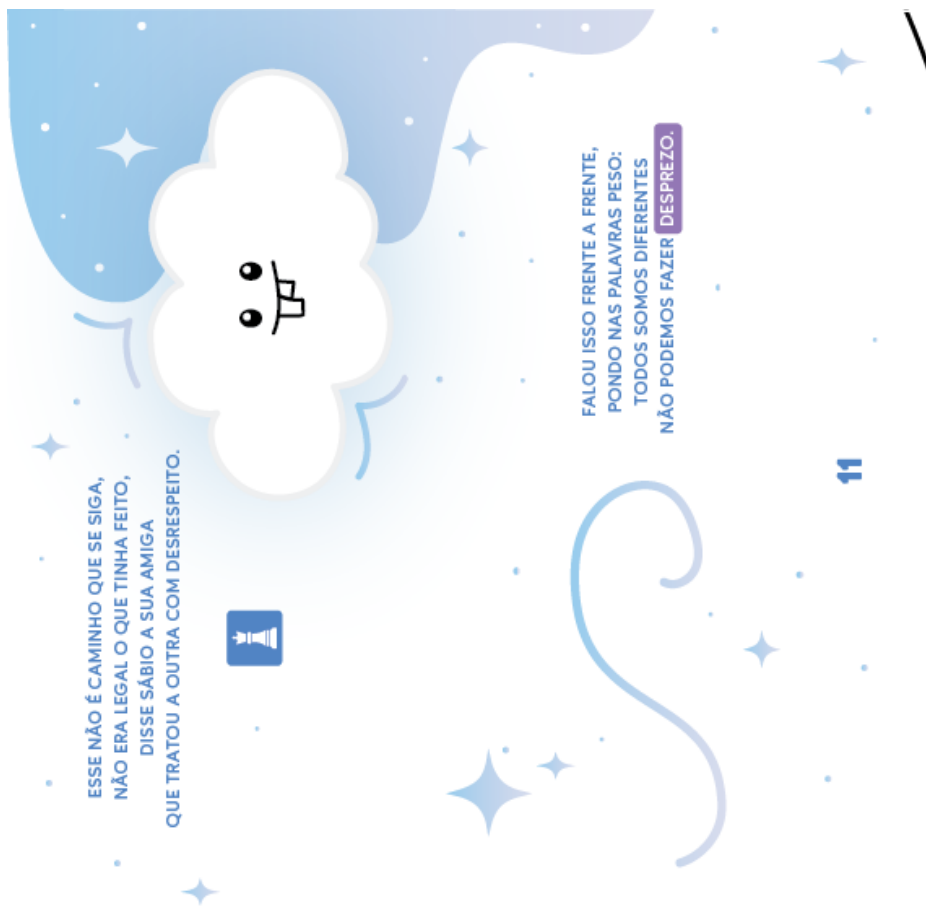
TAMPA O NARIZ



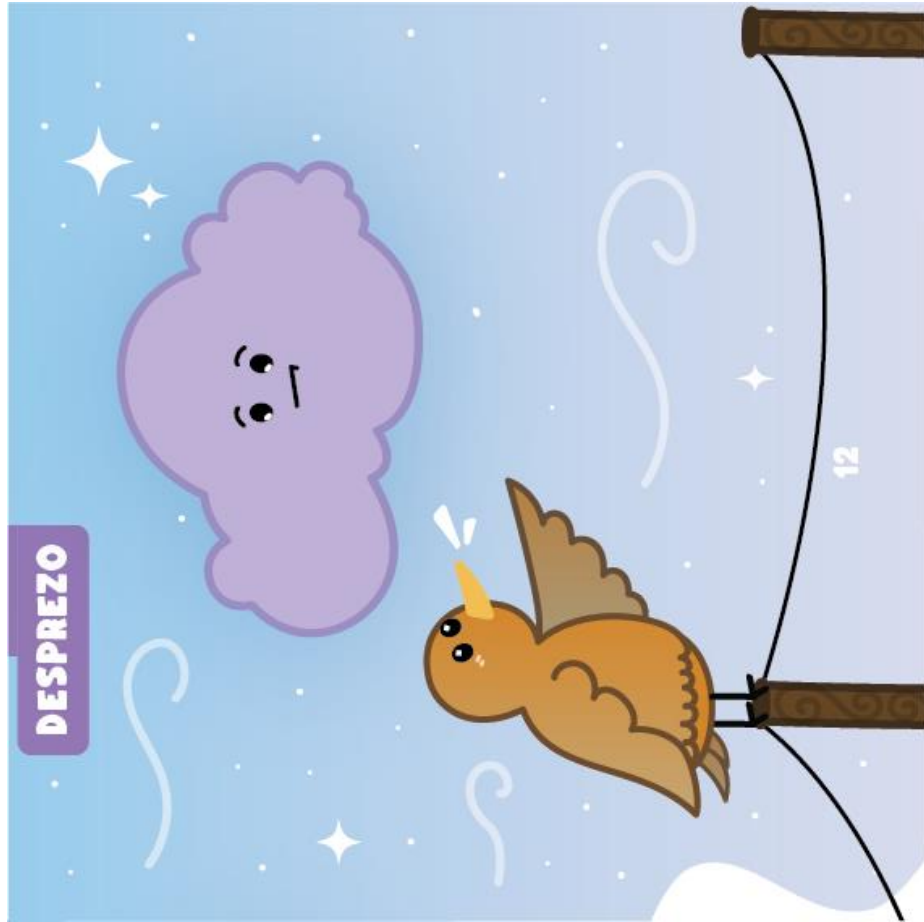
A FUMAÇA FINALMENTE FOI EMBORA,
DEPOIS DE GRANDE CONFUSÃO,
FAZENDO COM QUE SEM DEMORA
UMA NOVA NUVEM CHEGASSE NAQUELE CEUZÃO.

TINHA UM FORMATO DIFERENTE,
DONA NUVEM VIU E COMEÇOU A RIR,
APONTOU E ZOMBOU DOS SEUS DENTES
TRISTE FICANDO A NUVEM POR VIR.

ESSE NÃO É CAMINHO QUE SE SIGA,
NÃO ERA LEGAL O QUE TINHA FEITO,
DISSE SÁBIO A SUA AMIGA
QUE TRATOU A OUTRA COM DESPREZO.



FALOU ISSO FRENTE A FRENTE,
PONDO NAS PALAVRAS PESO:
TODOS SOMOS DIFERENTES
NÃO PODEMOS FAZER DESPREZO.



DESPREZO



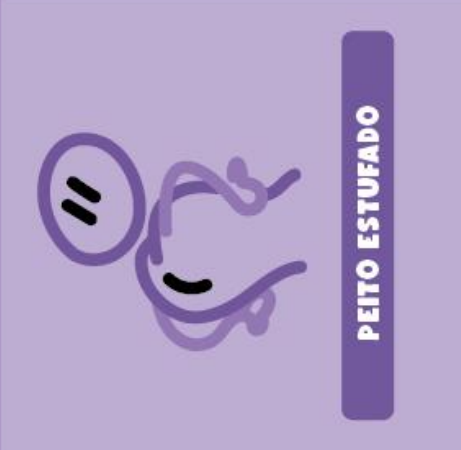


MÃO NA MASSA

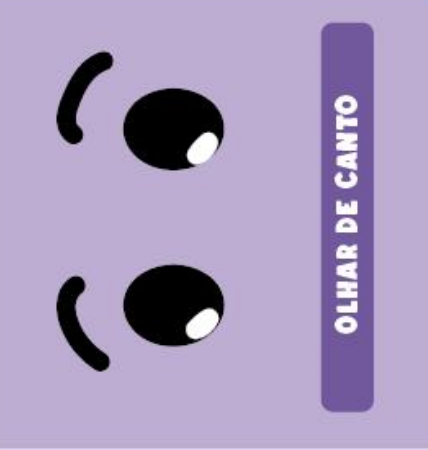
DESENHE E COLOQUE AQUI
UMA SITUAÇÃO QUE VOCE SENTIU DESPREZO



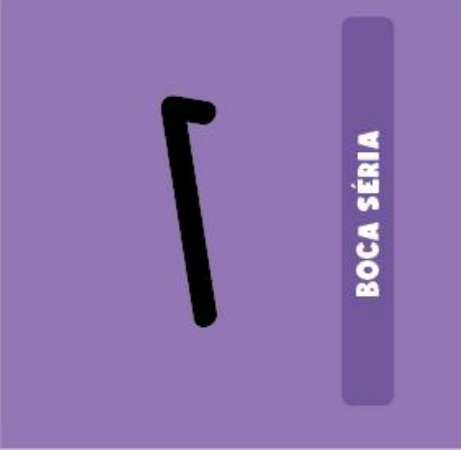
TOM ARROXEADO



PEITO ESTUFADO



OLHAR DE CANTO



BOCA SÉRIA



3

BURUMMM

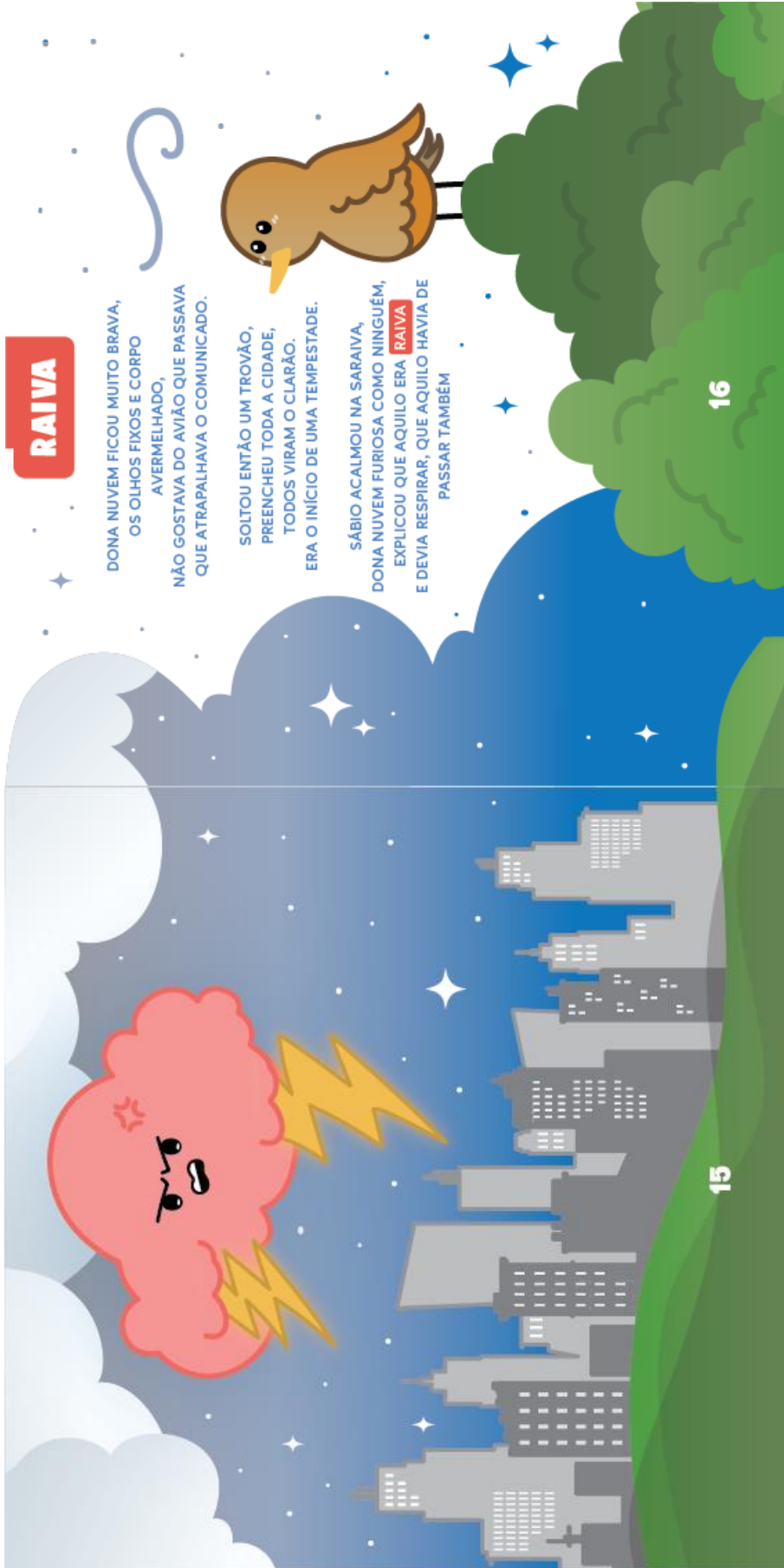
13

14

AGORA QUE SE DESCULPOU,
DONA NUVEM AGRADECE O PASSARINHO,
POR EXPLICAR O QUE SE PASSOU
SE MOSTRANDO UM ÓTIMO AMIGUINHO.

ENQUANTO SÁBIO RESPONDIA,
FICARAM INCOMODADOS POR UM BARULHÃO,
PASSAVA POR ELAS AO MEIO DIA
UM GRANDE E RÁPIDO AVIÃO.





RAIVA

DONA NUVEM FICOU MUITO BRAVA,
OS OLHOS FIXOS E CORPO
AVERMELHADO,
NÃO GOSTAVA DO AVIÃO QUE PASSAVA
QUE ATRAPALHAVA O COMUNICADO.

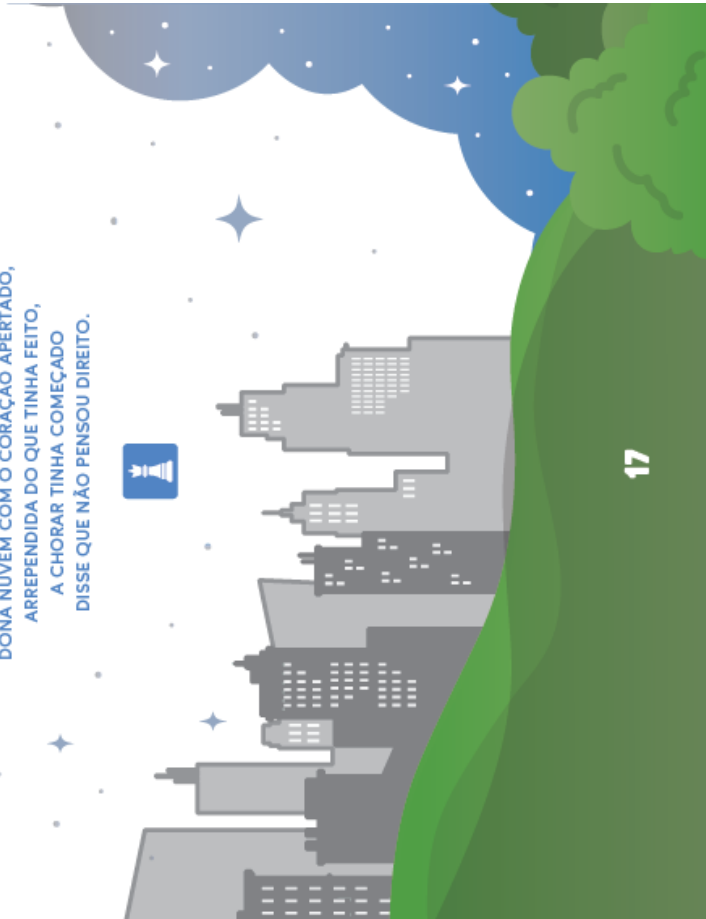
SOLTOU ENTÃO UM TROVÃO,
PREENCHEU TODA A CIDADE,
TODOS VIRAM O CLARÃO.
ERA O INÍCIO DE UMA TEMPESTADE.

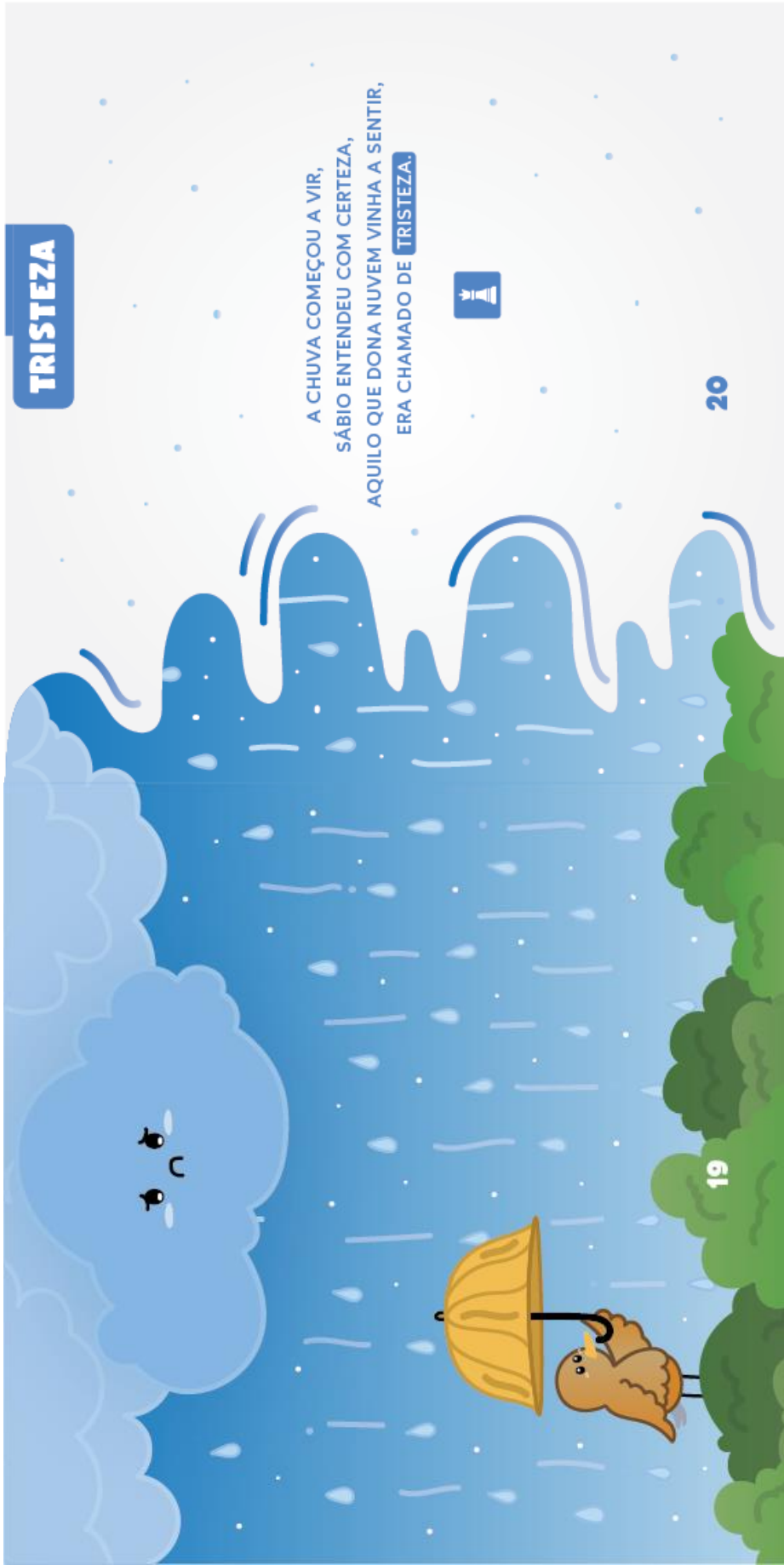
SÁBIO ACALMOU NA SARAIVA,
DONA NUVEM FURIOSA COMO NINGUÉM,
EXPLICOU QUE AQUILO ERA **RAIVA**
E DEVEIA RESPIRAR, QUE AQUILO HAVIA DE
PASSAR TAMBÉM

 MÃO NA MASSA DESENHE E COLOQUE AQUI UMA SITUAÇÃO QUE VOCÊ SENTIU RAIVA	 TOM AVERMELHADO	 CALOR DESENFREADO
	 OLHOS FIXOS	 DENTES CERRADOS

DONA NUVEM OUVIU O CONSELHO,
PÓS FIM AO TORMENTO DA CIDADE,
SÁBIO VOLTOU SEM RECEIO
DANDO CALMA DEPOIS DA TEMPESTADE.

DONA NUVEM COM O CORAÇÃO APERTADO,
ARREPENDIDA DO QUE TINHA FEITO,
A CHORAR TINHA COMEÇADO
DISSE QUE NÃO PENSOU DIREITO.





TRISTEZA

A CHUVA COMEÇOU A VIR,
SÁBIO ENTENDEU COM CERTEZA,
AQUILO QUE DONA NUVEM VINHA A SENTIR,
ERA CHAMADO DE **TRISTEZA.**





MÃO NA MASSA


DESENHE E COLOQUE AQUI
UMA SITUAÇÃO QUE VOCÊ SE SENTIU TRISTE



TOM AZULADO



CORAÇÃO APERTADO



OLHOS CAIDINHOS



BOCA PARA BAIXO



 <p>TOM ROSADO</p>	 <p>FRIO NA BARRIGA</p>
 <p>OLHOS GRANDES E ATENTOS</p>	 <p>BOCA ABERTA</p>



MÃO NA MASSA

DESENHE E COLOQUE AQUI
UMA SITUAÇÃO QUE VOCÊ SE SENTIU **SURPRESO**



AS PLANTINHAS OLHAVAM PRO ALÉM,
QUERIAM MUITO AGRADECER,
SEM A GRANDE DONA NUVEM
AQUILO NÃO IRIA ACONTECER.

DONA NUVEM COM SORRISO LARGO,
BRILHAVA SEU CORAÇÃO,
SAIU TODO O AMARGO
AGORA ERA SÓ INSPIRAÇÃO.

SÁBIO TAMBÉM SORRIA,
ESTAVA MUITO FELIZ,
TINHA DESCOBERTO A **ALEGRIA**
SUA GRANDE APRENDIZ.

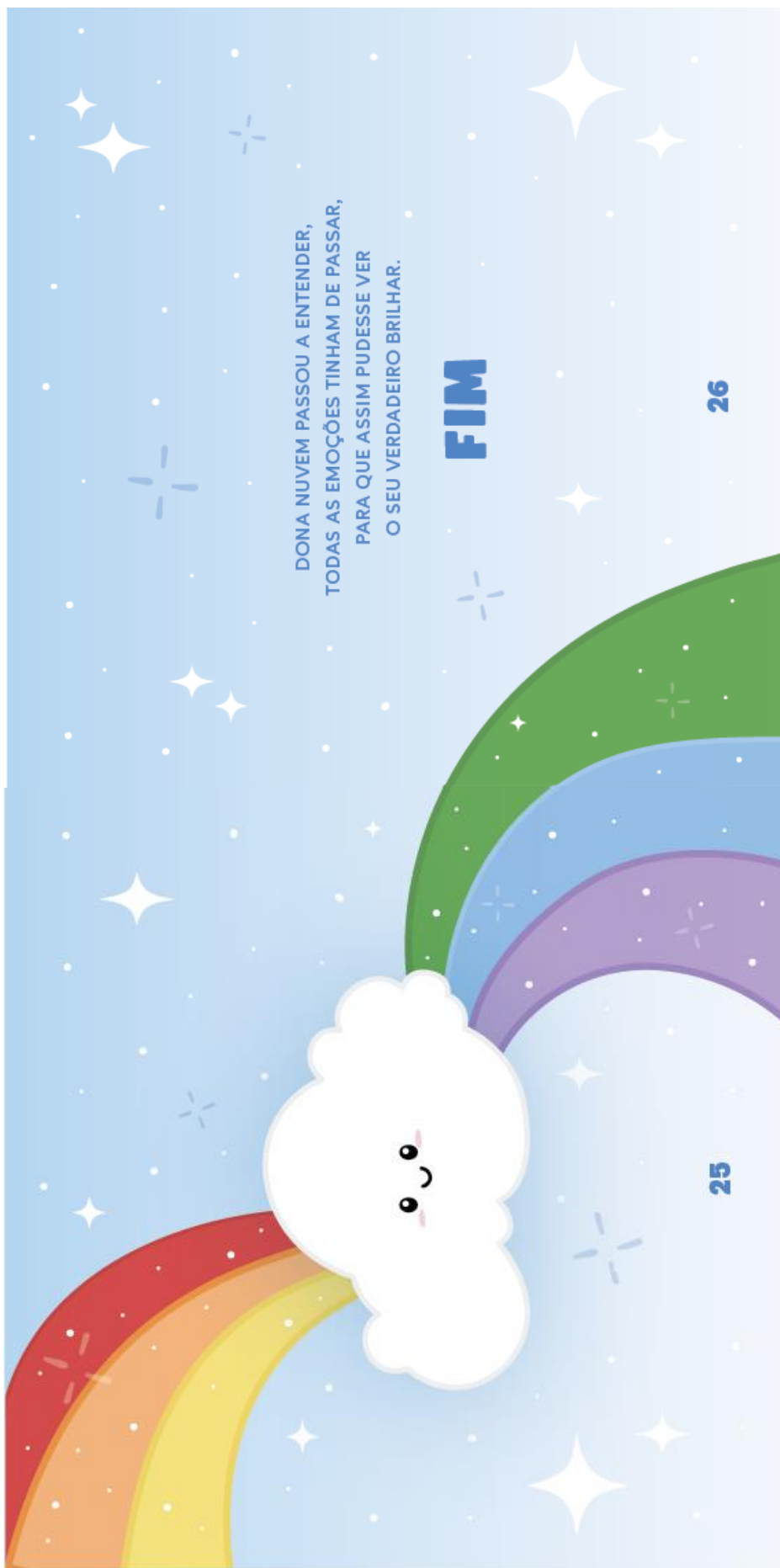
ALEGRIA

 <p>OLHOS BRILHANTES</p>	 <p>TOM ILUMINADO</p>
 <p>SORRISO LARGO</p>	 <p>CORAÇÃO RADIANTE</p>



MÃO NA MASSA

DESENHE E COLOQUE AQUI
UMA SITUAÇÃO QUE VOCE SE SENTIU ALEGRE



DONA NUVEM PASSOU A ENTENDER,
TODAS AS EMOÇÕES TINHAM DE PASSAR,
PARA QUE ASSIM PUDESSE VER
O SEU VERDADEIRO BRILHAR.

FIM

25

26

MATERIAL DE APOIO



PARA COMPLEMENTAR A LEITURA DA HISTÓRIA E INTRODUIR A CRIANÇA MAIS NO CONTEÚDO FOI DESENVOLVIDO UM MATERIAL EXTRA, COM ATIVIDADES MANUAIS E INTERATIVAS PARA OS PEQUENOS.

1 ADESIVO RETANGULAR

PARA A CRIANÇA ESCREVER O NOME E COLAR NA CAPA DO LIVRO.

USE UMA CANETA PERMANENTE PRETA.

2 ADESIVOS DAS 7 EMOÇÕES:

PARA VOCÊ COLAR NO ESPELHO E A CRIANÇA MANTER CONTATO COM AS EXPRESSÕES FACIAIS DE CADA EMOÇÃO.

3 CULTIVANDO NOVAS AMIGAS NA TERRA:

NESSA ATIVIDADE VOCÊ IRÁ AUXILIAR A CRIANÇA A CUSTOMIZAR UM VASINHO E PLANTAR NOVAS AMIGAS. VOCÊ VAI PRECISAR DE:

- 1 VASO DE 10CM
- 1 ADESIVO RETANGULAR | INCLUSO NA PRÓXIMA PÁGINA
- CANETAS PERMANENTES COLORIDAS
- 1 PAPEL SEMENTE | INCLUSO NA PRÓXIMA PÁGINA
- TERRA E ÁGUA

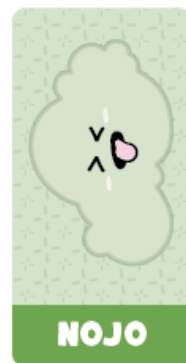
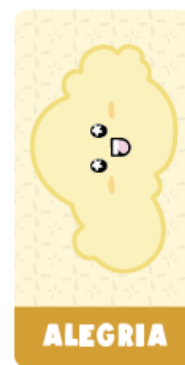
PASSO A PASSO

1 COLOQUE TERRA NO VASO

2 MOLHE O PAPEL SEMENTE, RASGUE E COLOQUE NO VASO

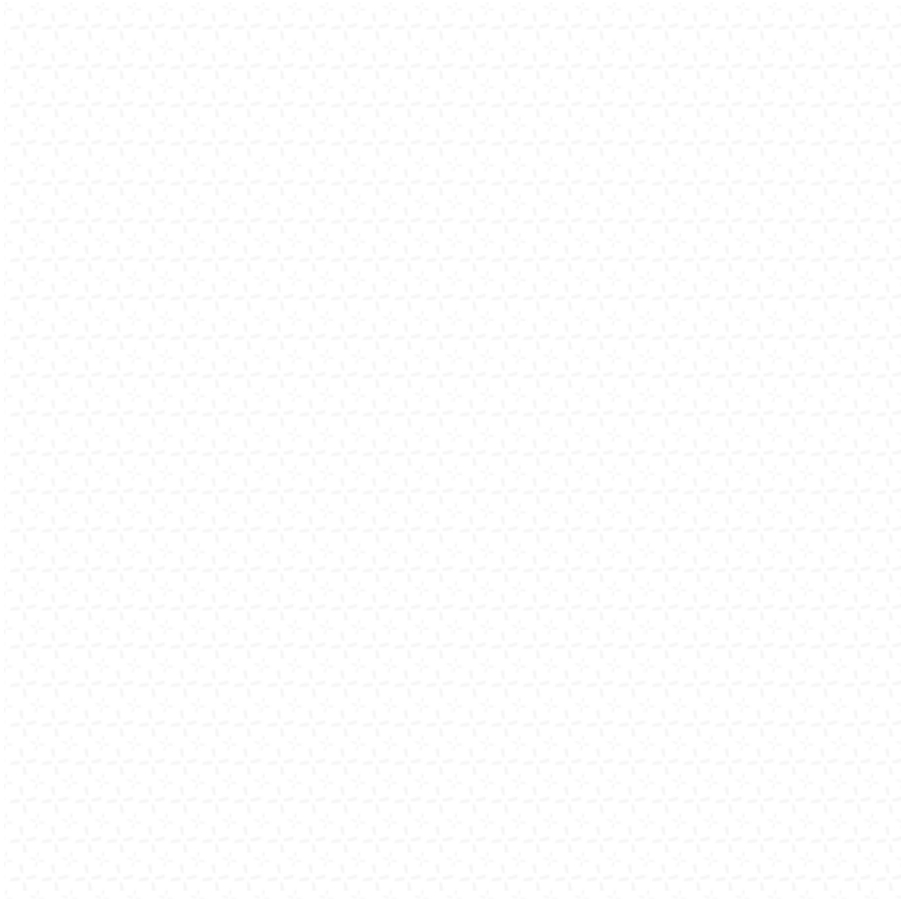
3 DEIXE A CRIANÇA CUSTOMIZAR O ADESIVO, DESTAQUE E COLE NO VASO

ADESIVO NOME



**ADESIVOS CUSTOMIZÁVEIS
PARA VASO DE PLANTA**

**PAPEL
SEMENTE**



AUTOR:
Enrico Menegussi

DESIGNER E ILUSTRADORA:
Nicola Menegussi

ME DIVIRTO. APRENDO. COMPARTILHO

ACESSE O QR CODE E SAIBA MAIS SOBRE O PROJETO



Código de série do livro: 00000
1ª edição - 2021

APÊNDICE C – Telas Site

Confira o protótipo no link: <https://bitly.com/Mza2OF>



AGORA EU

[HOME](#)
[RELATOS](#)
[FÓRUM](#)
[NOTÍCIAS](#)
[AJUDA](#)
[SUA](#)

FÓRUM

Tire suas dúvidas sobre o processo de desenvolvimento infantil e suas diversas temáticas

CATEGORIAS

- 4. DIREITOS
- 4. ADMINISTRAÇÃO
- 4. AVALIAÇÃO
- 4. SAÚDE MENTAL
- 4. INTERAÇÃO

Selo de Verificação

Este conteúdo foi verificado por especialistas da equipe de suporte técnico da AGORA EU. Para saber mais sobre o processo de verificação, clique aqui.

PESQUISAR

Abelha 1

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

10:42 11/7

Abelha 1

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

10:42 11/7

Abelha 1

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

10:42 11/7

Abelha 1

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

10:42 11/7

◀ PÁGINA 1 - 2 ▶

PERGUNTAR

Abelha 1

Pergunta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

[ENVIAR](#)
[CANCELAR](#)
[ENVIAR EM BOM DIA](#)
[RESPONDER](#)

RESPOSTAS

Abelha 1

Resposta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

11/7 11/7

Abelha 1

Resposta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

11/7 11/7

Dr. Focinho 1

Resposta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Consequet aliquet necesseus ut etiam.

11/7 11/7

◀ VOLTAR

AGORA EU

Contato | Privacidade | Ajuda | Siga

AGORA EU S.A. | Todos os direitos reservados.





AGORA EU

HOME PROJETO FÓRUM **BIBLIOTECA** AGENDA LOJA

BIBLIOTECA AGORA EU

CHAMADA

Efetue o login e comece a participar desse sistema de doações também

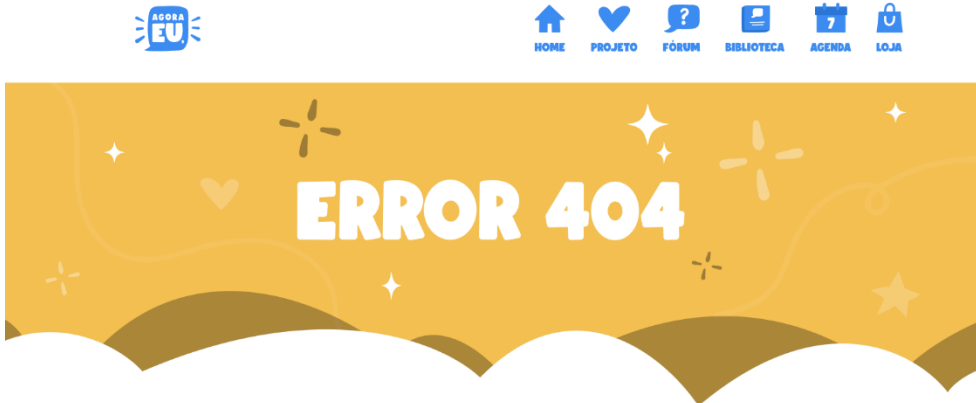
E-mail

Senha

ENTRAR

Não possui conta?

REGISTRE-SE



AGORA EU

HOME PROJETO FÓRUM BIBLIOTECA AGENDA LOJA

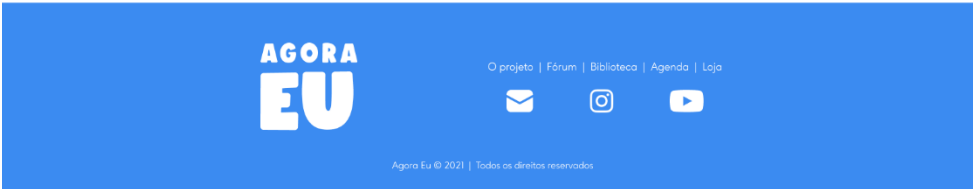
ERROR 404

OOPS! Não conseguimos achar a página que você está procurando...
código de erro 404

Clique em um dos botões para retornar à uma página específica

HOME

LOJA



AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

AGORA EU © 2021 | Todos os direitos reservados


HOME PROJETO FÓRUM **BIBLIOTECA** AGENDA LOJA

BIBLIOTECA

OLÁ, ARTEMIS

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

CADASTRAR LIVRO



AGORA EU, ESTOU SENTINDO

Quantidade - 1

Status: **ATIVO**



AGORA EU, QUERO SABER

Quantidade - 2

Status: **DOADO**

← PÁGINA 1 - 1 →

AGORA EU O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados


HOME PROJETO FÓRUM **BIBLIOTECA** AGENDA LOJA

BIBLIOTECA

OLÁ, ARTEMIS

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

Selecione o livro desejado

Quantidade Ano de produção Código de série

REGISTRAR LIVRO

CANCELAR

← VOLTAR

AGORA EU O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

AGORA EU

HOME PROJETO FÓRUM **BIBLIOTECA** AGENDA LOJA

BIBLIOTECA

OLÁ,
ARTEMIS

MINHA ESTANTE
DOAÇÕES
CUPONS
CONFIGURAÇÕES
SAIR

YAY

LIVRO REGISTRADO COM SUCESSO

[← VOLTAR](#)

AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

AGORA EU © 2021 | Todos os direitos reservados

AGORA EU

HOME PROJETO FÓRUM **BIBLIOTECA** AGENDA LOJA

BIBLIOTECA

OLÁ,
ARTEMIS

MINHA ESTANTE
DOAÇÕES
CUPONS
CONFIGURAÇÕES
SAIR

FAZER UMA DOAÇÃO

PEDIR UMA DOAÇÃO

AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

AGORA EU © 2021 | Todos os direitos reservados

BIBLIOTECA

OLÁ,
ARTEMIS

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

Não se preocupe, todas as suas informações estão protegidas

REGISTRAR DOAÇÃO

CANCELAR

[← VOLTAR](#)

AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

BIBLIOTECA

OLÁ,
ARTEMIS

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

YAY

DOAÇÃO REGISTRADA COM SUCESSO!!

AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

[HOME](#) [PROJETO](#) [FÓRUM](#) **[BIBLIOTECA](#)** [AGENDA](#) [LOJA](#)

BIBLIOTECA

OLÁ, ARTEMIS

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

Não se preocupe, todas as suas informações estão protegidas

PEDIR DOAÇÃO

CANCELAR

< VOLTAR

AGORA EU [O projeto](#) | [Fórum](#) | [Biblioteca](#) | [Agenda](#) | [Loja](#)

[✉](#) [📷](#) [📺](#)

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

[HOME](#) [PROJETO](#) [FÓRUM](#) **[BIBLIOTECA](#)** [AGENDA](#) [LOJA](#)

BIBLIOTECA

OLÁ, ARTEMIS

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

YAY

PEDIDO REGISTRADO COM SUCESSO!!

Agora é só aguardar que encontraremos alguém para lhe doar um livro. Fique de olho no seu e-mail, lhe notificaremos por lá :)

< VOLTAR

AGORA EU [O projeto](#) | [Fórum](#) | [Biblioteca](#) | [Agenda](#) | [Loja](#)

[✉](#) [📷](#) [📺](#)

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados



[HOME](#)
[PROJETO](#)
[FÓRUM](#)
[BIBLIOTECA](#)
[AGENDA](#)
[LOJA](#)

BIBLIOTECA



**OLÁ,
ARTEMIS**

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR

CUPONS DISPONÍVEIS

#COMPARTILHO.02

Emitido dia: 15/12/21

COPIAR CÓDIGO

< PÁGINA 1 - 1 >


CUPONS USADOS

#COMPARTILHO.01

Emitido dia: 10/12/21

COPIAR CÓDIGO

< PÁGINA 1 - 1 >



O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

[✉](#)
[📷](#)
[📺](#)

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados



[HOME](#)
[PROJETO](#)
[FÓRUM](#)
[BIBLIOTECA](#)
[AGENDA](#)
[LOJA](#)

BIBLIOTECA



**OLÁ,
ARTEMIS**

MINHA ESTANTE

DOAÇÕES

CUPONS

CONFIGURAÇÕES

SAIR




Alterar foto de perfil

Quero excluir minha conta

CANCELAR

SALVAR

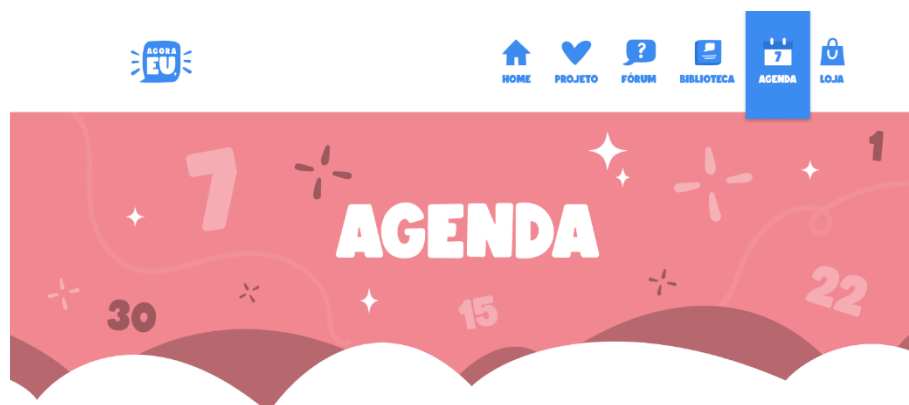
< **VOLTAR**



O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

[✉](#)
[📷](#)
[📺](#)

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

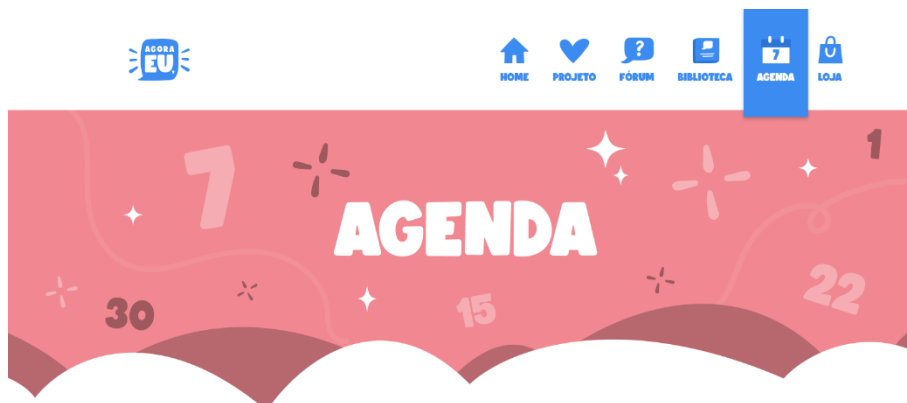


Acesse nossa agenda e fique por dentro de todos os nossos eventos e atividades!

< DEZEMBRO 2021 >						
Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

INSCREVA-SE PARA DESCONTOS E NOVIDADES
Sem spam, só amor 🍷

Clicando em inscrever-se, você concorda com os termos e condições de privacidade.



Acesse nossa agenda e fique por dentro de todos os nossos eventos e atividades!

< DEZEMBRO 2021 >						
Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

8:00

LIVE | YOUTUBE | COM DOUTOR X

14:30

LEITURA DO LIVRO "AGORA EU, ESTOU SENTINDO"
LOCAL: BIBLIOTECA PÚBLICA POA

INSCREVA-SE PARA DESCONTOS E NOVIDADES

Sem spam, só amor 🍷

INSIRA SEU E-MAIL AQUI

INSCREVA-SE

Clickando em inscrever-se, você concorda com os termos e condições de privacidade.

AGORA EU

HOME PROJETO FÓRUM BIBLIOTECA AGENDA LOJA

LOJA

Escolha o produto que deseja, clique no link e te redirecionamos à página de compra

EXIBINDO 1 - 3 DE 6 RESULTADOS

ORDENAÇÃO PADRÃO

AGORA EU

SEU NOME

ESTOU SENTINDO...

3+ ANOS

LIVRO

Agora Eu - Estou sentindo

QUERO COMPRAR

AGORA EU

SEU NOME

QUERO SABER...

3+ ANOS

LIVRO

Agora Eu - Quero Saber

QUERO COMPRAR

AGORA EU

SEU NOME

ESTOU CRESCENDO...

3+ ANOS

LIVRO

Agora Eu - Estou Crescendo

QUERO COMPRAR

◀ PÁGINA 1 - 2 ▶

AGORA EU

O projeto | Fórum | Biblioteca | Agenda | Loja

Agora Eu © 2021 | Todos os direitos reservados

amazon.com.br Olá, faça seu login Contas e Listas e Pedidos Carrinho

Seleção o endereço Livros Agora Eu

Todos Venda na Amazon Esquenta Black Friday Mais Vendidos Prime Livros Atendimento ao Cliente Amazon Moda Eletrônicos Computadores Novidades na Amazon Semana Black Friday começa em: 04:49:11

Livros Pesquisa avançada Mais Vendidos Pré-venda e Lançamentos Livros em Oferta Inglês e Outras Línguas Loja Geek Universitários e Acadêmicos Didáticos e Escolares Loja Infantil Exclusivos

Esquenta Black Friday Ofertas antecipadas por tempo limitado

Refinements > De 3 a 5 anos

Agora Eu - Estou Sentindo -10 dezembro 2021
 Edição Português | por Nicolli Menegussi (Designer e Ilustradora), Enrico Menegussi (Autor)
 ★★★★★ 810 avaliações de clientes

Ver todos os formatos e edições

Capa dura
R\$ 29,70

Acompanhe a Dona Nuvem e seu amigos Sábio Sabiá em sua jornada de autoconhecimento e reconhecimentos das emoções básicas. Diversão tanto para os pequenos quanto para a família toda!

Baseado nos conceitos do Design estratégico e positivo, o livro foi projetado para proporcionar uma experiência integrada e completa. Repleto de atividades interativas e manuais para tornar o aprendizado ainda mais divertido e enriquecedor!

GARANTA JÁ O SEU EXEMPLAR <3

Compartilhar

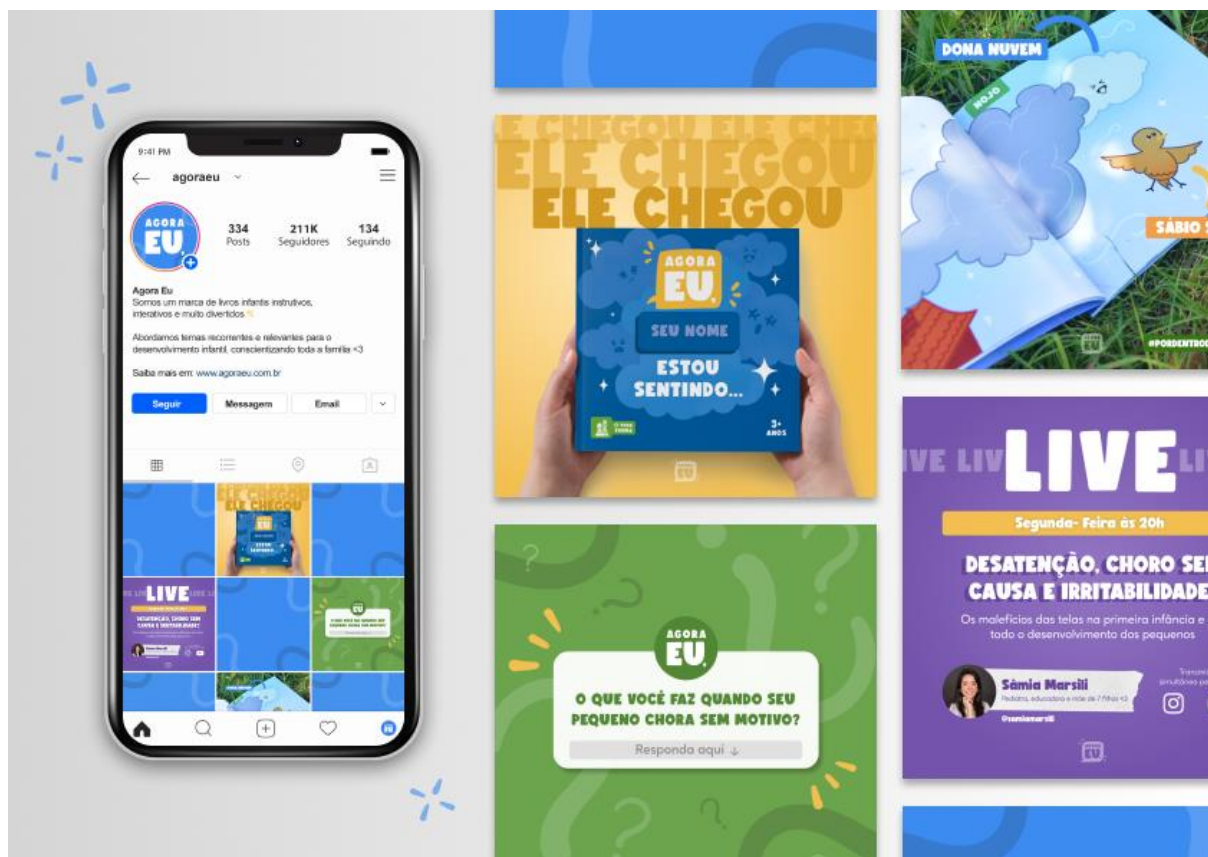
Tem para vender?
Venda na Amazon

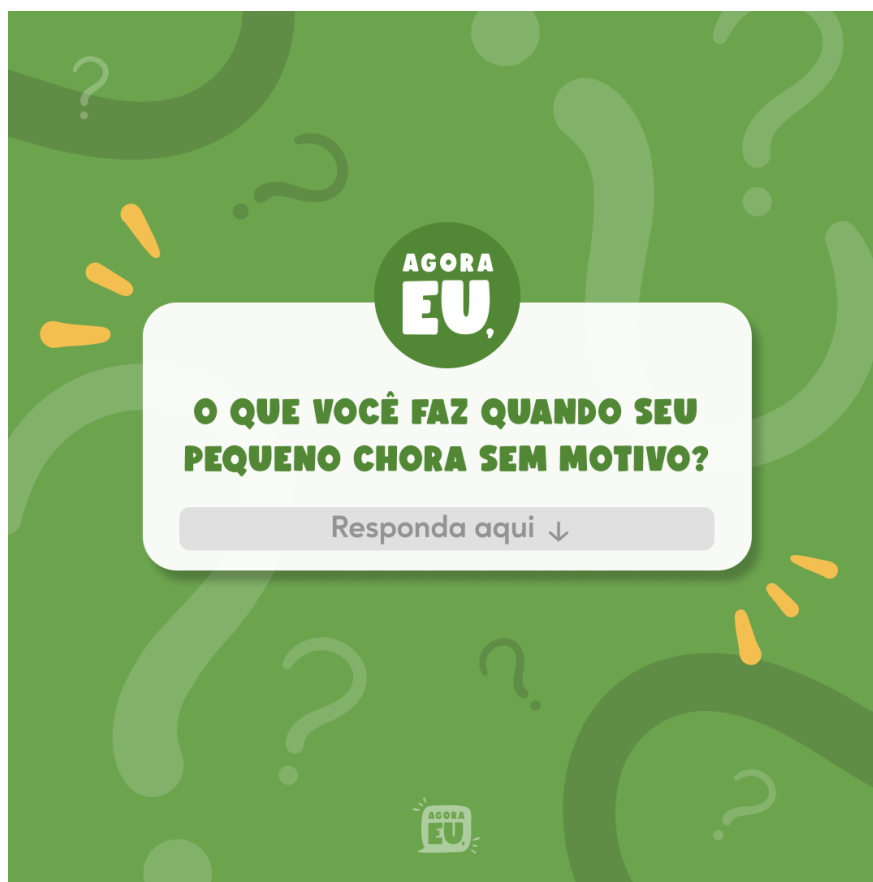
Comprar novo: R\$ 29,70
Em estoque.
Adicionar ao carrinho
Comprar agora
Transação segura
Enviado por Amazon.com.br
Vendido por Amazon.com.br
 Comprar este item como presente
Adicionar à Lista

Ver todas as 4 imagens

◀ VOLTAR PARA O SITE "AGORA EU"

APÊNDICE D – Comunicação





AGORA EU

O QUE VOCÊ FAZ QUANDO SEU PEQUENO CHORA SEM MOTIVO?

Responda aqui ↓

AGORA EU



LIVE

Segunda- Feira às 20h

DESATENÇÃO, CHORO SEM CAUSA E IRRITABILIDADE?

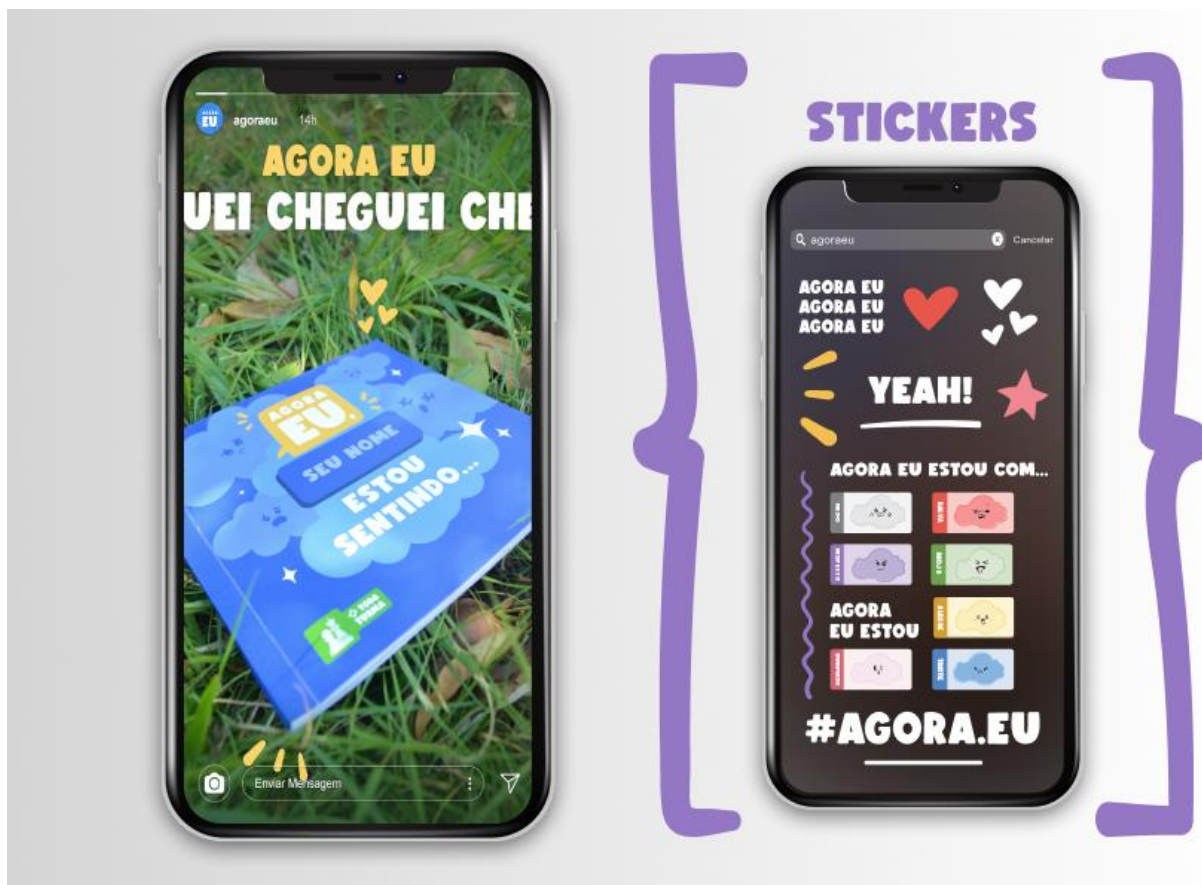
Os malefícios das telas na primeira infância e em todo o desenvolvimento dos pequenos

 **Sâmia Marsili**
Pediatra, educadora e mãe de 7 filhos <3
@samiamarsili

Transmissão simultânea pelas redes:

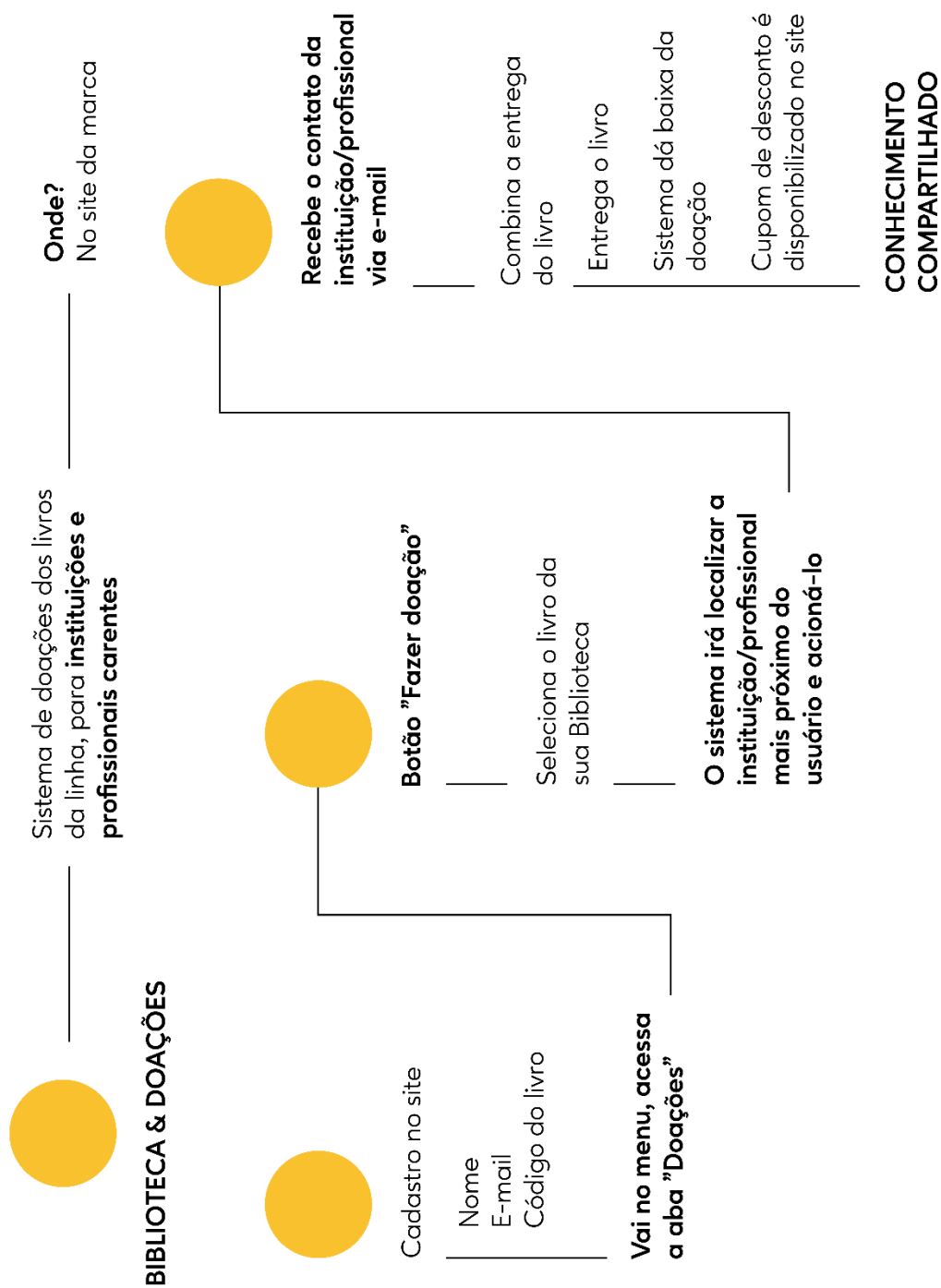
 

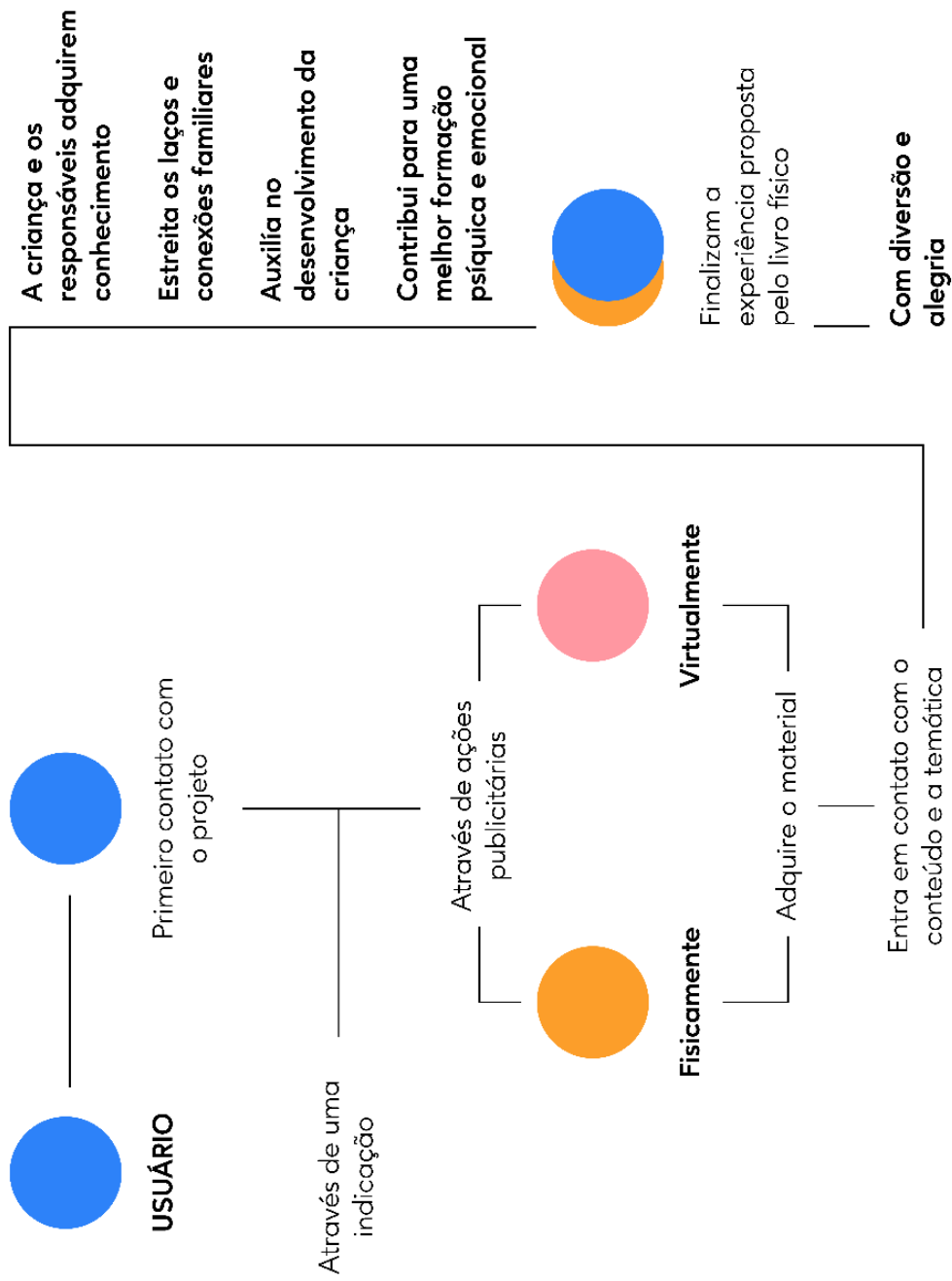
AGORA EU

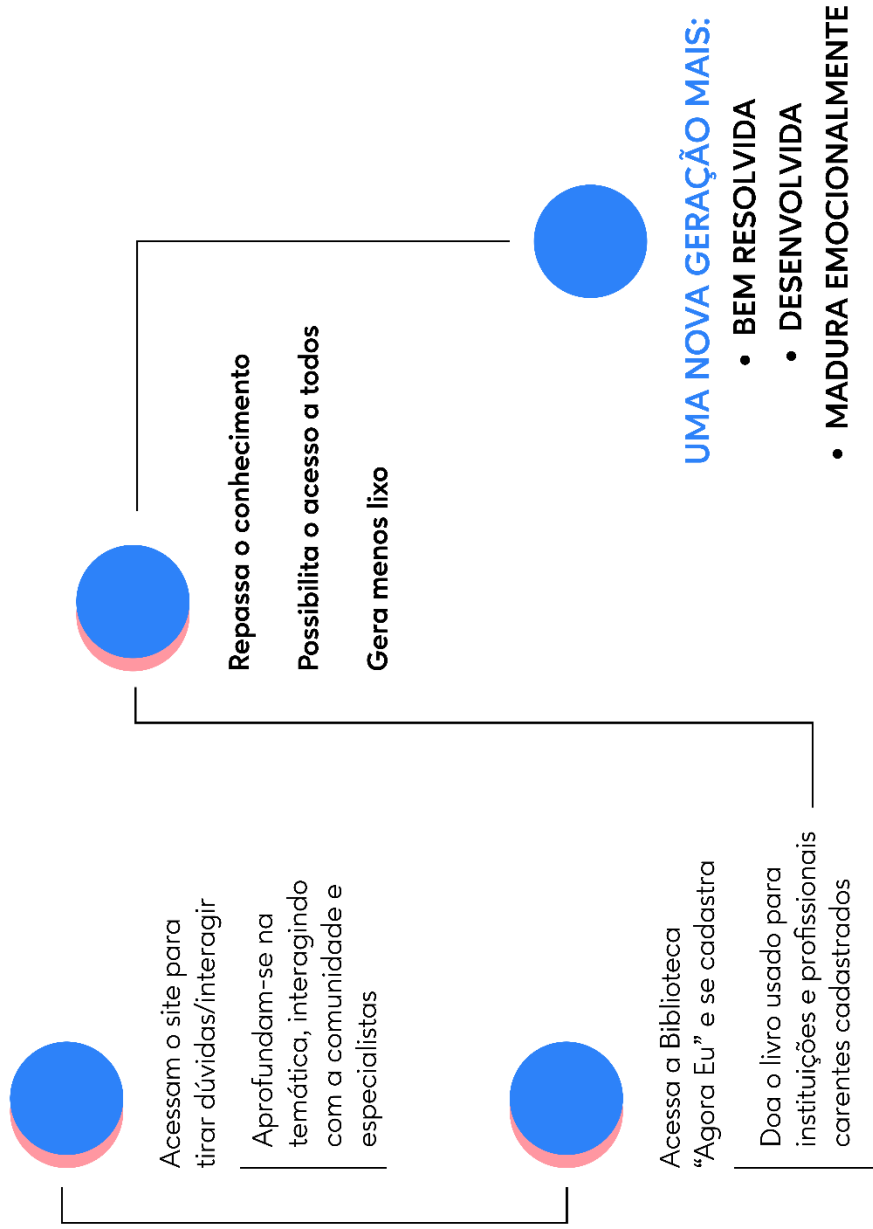




APÊNDICE E – Jornadas do Sistema Produto-Serviço









PUBLICIDADE

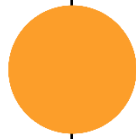


Para ser feito durante toda a atuação do projeto

Em ambientes virtuais e físicos que tenham contato com o público alvo



CONTATO FÍSICO



Locais Físicos

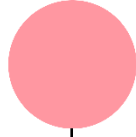
Consultórios
Escolas
Creches
Livrarias

Comunicação

- Banner
- Postêr
- Adesivos



CONTATO VIRTUAL



Locais Virtuais

Mídias Sociais
(Redes Sociais + Site)

- Anúncios
- Lives e vídeos com Profissionais



SERVIÇO

Linha editorial destinada à auxiliar no desenvolvimento infantil

De forma:

- Lúdica
- Didática
- Interativa



Conteúdo

Temas relacionados aos questionamentos (dos responsáveis e crianças) perante determinadas situações, comportamentos e sentimentos vividos na infância

Adaptação do conteúdo

para um material gráfico físico (Livro)



CONTATO FÍSICO



Livro

Para explorar mais a interação manual

Estimulando a imaginação, compreensão do conteúdo e capacidade motora da criança

Alívio das telas



CONTATO VIRTUAL



Site

Suporte e complemento do projeto

Área destinada para doação dos livros

Fórum para esclarecimento de dúvidas com profissionais

Compartilhamento de experiências e desenhos

Redes Sociais

Instagram, Facebook e Youtube



O PROJETO



Conscientização

Através do conteúdo com embasamento teórico e adaptado



Apresentado de forma lúdica e simples



Em casa, escola, consultório etc



Interação

Através das atividades propostas no livro e site



- Envelope para desenho
- Adesivos espelho
- Atividade jardinagem
- Diálogo no fórum do site



Inclusão/Sustentabilidade

Através do sistema de doações de livros



Para pessoas, instituições e profissionais carentes



No site do projeto

ANEXO A – Roteiro entrevista validação história

Roteiro de entrevista:

Apresentação do entrevistador e dos objetivos da pesquisa.

Abertura:

- Nome do(a) entrevistado(a)
- Idade
- Formação
- Tempo de experiência
- Quantidade de Filhos

Apresentação do projeto:

- O(a) entrevistador(a) faz algumas perguntas acerca da temática e após apresenta a história em avaliação.

Questões:

- Quais seriam as dificuldades das crianças (3 a 6 anos) em diagnosticarem as próprias emoções?
- Qual o melhor ambiente para abordar sobre este assunto?
- Os pais possuem influência positiva no processo de desenvolvimento infantil? Ou atrapalham por serem muito próximos?
- Qual a maior dificuldade que você enfrenta ao abordar a temática das emoções com as crianças? O que você utiliza para auxiliar neste processo?
- Como você capta a atenção da criança para lidar com este assunto ou outros assuntos relevantes que a deixam estressada?
- Na sua opinião, as artes possuem um papel relevante no diagnóstico? Se sim, quais?
- Quais são as artes que mais se demonstram eficazes? (Música, desenho, dança, modelagem, jogos, histórias, cores)
- Livros com histórias são realmente eficazes?
- Sobre a história apresentada, ela foi de fácil compreensão para você?
- E, em sua experiência, seria também de fácil compreensão para uma criança entre 3 a 6 anos?
- Na sua opinião profissional, acredita que a história auxiliou na compreensão e aprendizado das emoções básicas?
- Gostaria de sugerir alguma mudança no texto apresentado? Se sim, qual/quais?
- Por fim, gostaria de fazer algum comentário adicional?

Agradecer e encerrar.

ANEXO B – Termo de Consentimento – TCLE(Profissionais)



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

O Comitê de Ética é responsável por assegurar os cuidados éticos da pesquisa com seres humanos.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

(Profissionais de Saúde e Educação)

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa que tem como principal objetivo compreender de que forma os brinquedos podem auxiliar no desenvolvimento de habilidades sociais na infância. Ela é realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). A pesquisa é intitulada O Design para o Desenvolvimento de Habilidades Sociais na Infância.

Estamos solicitando a sua autorização, a fim de que você possa participar da pesquisa. Tal estudo prevê a participação de profissionais das áreas de saúde e educação. A atividade a ser desenvolvida é participar de uma entrevista em profundidade com, aproximadamente, uma hora de duração através da Internet.

Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, os nomes não aparecerão na publicação dos resultados. As atividades serão gravadas em áudio para avaliação pela equipe de pesquisa.

Os riscos da pesquisa são mínimos e dizem respeito a algum possível desconforto relacionado ao tempo que você deverá dispor para realizá-la. Sua participação não lhe trará nenhum benefício pessoal direto, além da colaboração para que sejam desenvolvidos novos conhecimentos científicos acerca das contribuições dos brinquedos para o desenvolvimento de habilidades sociais na infância.

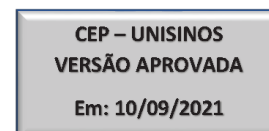
Salientamos também que a sua participação nesse estudo é completamente voluntária e que você poderá desistir a qualquer momento, sem que isso acarrete nenhum tipo de consequência a sua pessoa. Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável, Leandro Miletto Tonetto, pelo e-mail ltonetto@unisinos.br ou pelo telefone [REDACTED].

Faça download do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido clicando [aqui](#).

Considerando que a entrevista será online, a concordância com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido poderá ser manifesta abaixo, sem necessidade de assinatura.

Caso concorde com o termo e aceite participar da pesquisa, clique abaixo para confirmar:

() Sou maior de 18 anos, li o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e concordo em participar da pesquisa.



ANEXO C - Termo de Consentimento–TALE(Responsáveis)



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

O Comitê de Ética é responsável por assegurar os cuidados éticos da pesquisa com seres humanos.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

(Pais ou Responsáveis Legais pelas Crianças)

Você e a criança sob sua responsabilidade estão sendo convidados(as) a participar de uma pesquisa cujo objetivo é compreender de que forma o design de brinquedos pode auxiliar no desenvolvimento de habilidades sociais na infância. Ela é realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). A pesquisa é intitulada O Design para o Desenvolvimento de Habilidades Sociais na Infância.

Se você aceitar que a criança participe da pesquisa, os procedimentos envolvidos serão os seguintes: A criança será convidada a brincar com brinquedos projetados pela nossa equipe. Os pesquisadores participarão da brincadeira e você poderá observá-la, se desejar. As atividades terão duração média de uma hora e serão filmadas para posterior análise pela equipe de pesquisa.

Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, os nomes não aparecerão na publicação dos resultados.

Não são conhecidos riscos pela participação na pesquisa. O maior desconforto será o tempo que a criança deverá dispor para a realização da pesquisa. Ela não causa nenhuma interferência negativa em relação à criança.

Sua participação não trará nenhum benefício pessoal direto a você ou à criança sob seus cuidados. Entretanto, vocês colaborarão para que sejam desenvolvidos novos conhecimentos científicos acerca das contribuições dos brinquedos para o desenvolvimento de habilidades sociais na infância. Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela participação na pesquisa e não haverá nenhum custo com respeito aos procedimentos envolvidos.

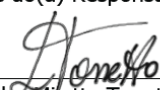
A participação na pesquisa é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida não autorizar a participação, ou ainda, retirar a autorização após a assinatura desse Termo, não haverá nenhum prejuízo para você ou a criança / adolescente sob seu cuidado.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável, Leandro Miletto Tonetto, pelo e-mail ltonetto@unisinos.br ou pelo telefone [REDACTED]

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma para o participante e seu responsável e outra para os pesquisadores.

_____, _____ de _____ de 20____.

Nome do(a) Responsável


Leandro Miletto Tonetto
Pesquisador Responsável

Assinatura do(a) Responsável

CEP – UNISINOS
VERSÃO APROVADA
Em: 10/09/2021

ANEXO D – Termo de Consentimento – TALE (Crianças)



UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

O Comitê de Ética é responsável por assegurar os cuidados éticos da pesquisa com seres humanos.

TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TALE (Crianças)

Queremos te convidar para participar de uma atividade para ajudar a entender como os brinquedos podem ajudar as crianças a se relacionarem bem com as outras.

Se você aceitar participar, vamos te convidar para brincar para que você possa nos ajudar a entender se os brinquedos funcionam bem.

A brincadeira deve demorar uma hora. Você não precisa brincar o tempo todo, ou seja, depende de você querer participar. Se você decidir participar, pode parar a qualquer hora sem causar problemas para ninguém.

Você não terá benefício direto, mas você poderá nos ajudar a melhorar os nossos brinquedos.

Tudo o que observarmos e conversamos será estudado somente pela nossa equipe. Quando o estudo for publicado, ninguém vai conseguir identificar você, ou seja, ninguém além de nós saberá quem é você e o que você falou.

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma para você e seus pais ou responsáveis e outra para nós, os pesquisadores.

_____, ____ de _____ de 20 ____.

Nome do(a) Participante

Assinatura do(a) Participante


Leandro Miletto Tonetto
Pesquisador Responsável

CEP – UNISINOS
VERSÃO APROVADA
Em: 10/09/2021

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Galeno. **O poder das Emoções**. Cidade Belo Horizonte: Editora Compos, 2007.

American Academy of Pediatrics, Council on Communications and Media. **Media use in school-aged children and adolescents**. Pediatrics, 2016.

ANDERSON, Daniel R.; PEMPEK, Tiffany. **Television and very young children**. Am Behav Sci.48(5): p. 505–522, 2005.

ANTLE, Alissa Nicole. **Child-Persona: Fact or Fiction?** In: Proceedings of DIS06: Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods & Techniques. Nova Iorque: ACM Press, p. 22-30, 2006.

BARR, Rachel. **Memory constraints on infant learning from picture books, television, and touchscreens**. Child Dev Perspect, 2013.

BARTELS, Jos; ONWEZEN, Marleen. C. **Consumers' willingness to buy products with environmental and ethical claims: The roles of social representations and social identity**. International Journal of Consumer Studies, 38(1), p. 82–89, 2014.

BENTZ, Ione; FRANZATO, Carlo. **O metaprojeto nos níveis de design**. 12º Congresso brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design, Belo Horizonte, 04 a 07 de outubro de 2016.

BONDÍA, Jorge Larrosa. **Notas sobre a experiência e o saber de experiência**. Universidade de Barcelona. Espanha, 2002.

BUSCH, Tor. Gender differences in self-efficacy and attitudes toward computers. **Journal of Educational Computing Research**, 12(2), 147-158, 1995.

CAIN, John. Experience-Based Design: Toward a Science of Artful Business Innovation. **Design Management Journal** (Former Series), 9, p. 10-16, 1998.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Blücher, 2008.

CELASCHI, Flaviano. **Dentro al progetto: appunti di merceologia contemporanea**. In: CELASCHI, F.; DESERTI, A. **Design e innovazione: strumenti e pratiche per la ricerca applicata**. Roma: Carocci Editore, pp. 15-56, 2007.

CHANG, Yen-ning; LIM, Youn-kyung; STOLTERMAN, Erik. **Personas. Proceedings of the 5th Nordic Conference on Human-Computer Interaction Building Bridges – NordiCHI, 2008**. doi:10.1145/1463160.1463214.

COOPER, Alan. **The Origin of Personas**, 2003. Retrieved June 12, 2008.

CURY, Augusto Jorge. **Inteligência multifocal**: análise da construção dos pensamentos e da formação de pensadores. 8. ed. rev. São Paulo: Cultrix, [1998] 2006.

BRASIL. **Declaração dos Direitos da Criança**, 1959. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Criança/declaracao-dos-direitos-da-crianca.html>. Acessado em: 29/03.

DEMIR, Erdem; DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. 2009. Appraisal Patterns of Emotions in Human-Product Interaction. **International Journal of Design**, 3(2):41-51, 2009.

DEPONDT, L.;KOG, M.;MOONS, J. **Uma caixa cheia de emoções** - Manual. Lisboa: Estúdio Didático, 2004.

DESERTI, Alessandro. **Intorno al progetto**: concretizzare l'innovazione. *In*: CELASCHI, F.; DESERTI, A. **Design e innovazione**: strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci Editore, p. 57-121, 2007.

DESMET, Pieter M. A.; POHLMAYER, Anna E. Positive Design: An Introduction to Design for Subjective Well-Being. **International Journal of Design**, 7(3), p. 5-19, 2013.

DESMET, Pieter M. A.; POHLMAYER, Anna E.; FORLIZZI, Jodi. Special issue editorial: Design for subjective well-being. **International Journal of Design**, 7(3), 1-3, 2013.

DEWEY, John. **Experience and nature**. Open Court, LaSalle, IL, 1925.

DEWEY, John. **Art as experience**. Nova Iorque: Perigee, 1934.

DENNETT, Daniel C. **The intentional stance**. Cambridge, MA: MIT Press, 1987.

EKMAN, Paul, FRIESEN, Wallace V. Constants across cultures in the face and emotion. **Journal of Personality and Social Psychology**, 17, p. 124-129, 1971.

EKMAN, Paul, FRIESEN, Wallace V. **Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial expressions**. Cambridge: Malor Books, 2003.

EKMAN, Paul; DAVIDSON, Richard J. **The nature of emotion: Fundamental questions**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1994.

EKMAN, Paul; CORDARO, Daniel. **What is meant by calling emotions basic**. *Emotion Review*, 3, p. 364-370, 2011.

EKMAN, Paul. **Emotions revealed**: Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life. Nova Iorque: Times Books, 2003.

FERNANDES, Macarenhas Claudia; EISENSTEIN, Evelyn; SILVA, Custódio Jorge Eduardo. **A criança de 0 a 3 anos no mundo digital**. São Paulo, 2018.

FILLMANN, Maria Carolina Frohlich. **Inovação no processo de projeto do design de livro impresso: insumos pelo design estratégico**. 19 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2013.

FRANZATO, Carlo. **O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa**. Strategic Design Research Journal, [S.l.], v. 3, n. 3, p.89-96, 31 dez. 2010. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos.

FREIRE, Karine de Mello; UNISINOS, PPG Design. Design estratégico: origens e desdobramentos. **Blucher Design Proceedings**, v. 1, n. 4, p. 2815-2829, 2014.

FRIJDA, Nico H. **The emotions**. Cambridge, Cambridge University Press, 544 p., 1986.

FRIED, Jason. 2007. **Ask 37 signals: Personas?** Retrieved Feb. 19, 2007. Disponível em: <http://www.37signals.com/svn/posts/690-ask-37signals-personas>. Acesso em: 28mar. 2021.

FROST, Joe L.; NORQUIST, Tom. **The importance of play**. Association Guest Column: International Playground Equipment Manufacturers Association (IPEMA). *Recreation Management Magazine*, 2007. Disponível em : www.recmanagement.com/200705gc03.php. Acesso em: 29 mar. 2021.

FROST, L. Joe; WORTHAM, Sue. C.; REIFEL, Stuart. **Play and Child Development**. Estados Unidos: Pearson, 2011.

GARDNER, Howard. **Frames of mind: The theory of multiple intelligences**. Nova Iorque: Basic Books, 1983.

GINSBURG, R. Kenneth; and the Committee on Communications and ; and the Committee on Psychosocial Aspects of Child and Family Health, **The importance of play in promoting healthy child development and maintaining strong parent-child bonds**. *Pediatrics*, 2007.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional**. Lisboa: Temas e Debates, 2006.

GOODWIN, Kim. **Perfecting Your Personas**. 2001. Retrieved Oct. 24, 2007. Disponível em: http://www.cooper.com/journal/2001/08/perfecting_your_personas.html. Acesso em: 4 abr. 2021.

GREEN John. **Changing the change: A good idea!** *In: Changing the Change Conference, Torino. Changing the Change Conference Newsletter*, 8, 2008.

GUPTA, Sudheer; VAJIC, Mirjan. **The contextual and dialectical nature of experiences**. *In: J. Fitzsimmons & M. Fitzsimmons (Eds.), Newservice development*. Thousand Oaks, CA: Sage, p. 33–51, 1999.

HINTON, Andrew. **Personas and the Role of Design Documentation**. 2008. Retrieved Mar. 12, 2008.

HOHMANN, Mary; BANET, Bernard; WEIKART, David. P. **A criança em ação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1984.

IZARD, Carroll E. Forms and functions of emotions: Matters of emotion–cognition interactions. *Emotion Review*, 3, p. 371–378, 2011.

JORDAN, Peterson. **Pleasure with products: Human factors for body, mind and soul.** *In*: W.S. GREEN; P.W. JORDAN (eds.), Human factors in product design: Current practice and future trends. Londres: Taylor & Francis, p. 206-217, 1999a.

JORDAN, Peterson. 1999b. **Inclusive design.** *In*: W.S. GREEN; P.W. JORDAN (eds.), Human factors in product design: Current practice and future trends. Londres: Taylor & Francis, p. 171-181, 1999b.

JORDAN, Peterson. 2000. **Designing pleasurable products.** Londres: Taylor & Francis, p. 224, 2000.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis.** In E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, T. L. Worth, & L. Gross (Eds.), *International encyclopedia of communication* (Vol. 1, pp. 403-407). Nova Iorque: Oxford University Press, 1989. Disponível em: http://repository.upenn.edu/asc_papers/226. Acesso em: 20 abr. 2021.

KESHAVARZ, Behrang, STELZMANN, Daniela, PAILLARD, Aurore *Et al.* Visually induced motion sickness can be alleviated by pleasant odors. **Exp Brain Res** **233**, p. 1353-1364, 2015.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson, 2007. xxii, p. 750.

LAZARUS, Richard. Emotion and adaptation. **Oxford University Press**, Oxford, 557 p., 1991.

BRASIL. **Lei 13.257/2016.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13257.htm. Acesso em: 29 mar. 2021.

LEVENSON, Robert W. Basic emotion questions. **Emotion Review**, 3, p. 379-386.

LIE TO ME [Seriado]. Direção: Samuel Baum. Produção: Brian Grazer, David Nevins, Samuel Baum. Estados Unidos: Produtora Fox Broadcasting Company, 2009-2011.

LINEBARGER, Deborah L.; BARR, Rachel; LAPIERRE, Mathew A.; PIOTROWSKI, Jessica T. **Associations between parenting, media use, cumulative risk, and children's executive functioning.** *J Dev Behav Pediatrics*, 2014.

LISBOA, Ândlei. **Por que criar Personas?** Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/por-que-criar-personas-bc796a1ffc7e>. Acesso em: 20 abr. 2021.

LLENAS, Anna. **O Monstro das cores.** Ed. Nuvem de Letras, 2017.

LOURENÇO, Maria Antónia. **Contributos da Literatura Infantil no Jardim de Infância: propostas para uma aprendizagem eficaz**. Universidade da Beira Interior, Artes e Letras. Covilhão, 2011.

MAYER, John D.; SALOVEY, Peter. **What is emotional intelligence?** In: P. Salovey & D. Sluyter (Eds.). *Emotional development and emotional intelligence: Implications for educators* (pp. 3–31). Nova Iorque: Basic Books, 1997.

MANZINI, Ezio. **Service Research and Universi:es: towards a “service paradigm”**. INDACO-DIS, Politecnico di Milano, 2004.

MANZINI, Ezio; FRANZATO, Carlo. **Design: quanto todos fazem design: uma introdução ao design para inovação social**. São Leopoldo: UNISINOS, 2017.

MCLELLAN, Hilary. Experience design. **CyberPsychology&Behavior**, 3(1):59-69, 2000.

MDS apresentação de curso de design estratégico, 2021. Disponível em: <https://www.polidesign.net/it/formazione/business-design/master--strategic-design/>. Acesso em: 29mar. 2021

MERONI, Anna. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. **Strategic Design Research Journal**, [S. l.], v. 1, n. 1, p.31-38, 1 dez. 2008. UNISINOS.

MILLER, Edward; ALMON, Joan. **Crisis in the Kindergarten: Why Children Need to Play in School**. College Park, MD: Alliance for Childhood, 2009.

MISENTA, Isol. **Ter um patinho é útil**. SESI - SP EDITORA, 1ª EDIÇÃO – 2018.

MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blücher, 2010. Cap. 2, 3 e Conclusões.

MORRIS, William N. **Mood: The frame of mind**. Nova Iorque: Springer-Verlag, 1989.

MORITZ, Stefan. **Service Design: Practical access to an evolving field**. Londres, KISD, 2005.

MULDER, Steve; YAAR, Ziv. **The User is Always Right: A Practical Guide to Creating and Using Personas for the Web**. Berkely: The New Riders, 2007.

NETO, Gilberto Broilo. **Fun design e a cultura do gótico: uma leitura obtusa de artefatos culturais pelo viés da cognição**. Dissertação (Doutorado em Letras) - Uniritter, Caxias do Sul, 2021.

NICHTERWITZ, Daniela Danni. **Design para experiências na projeção de festas de aniversário infantis**. Dissertação (Graduação em Design) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2020.

NORMAN, Donald. **Ad-Hoc Personas & Empathetic Focus**. 2004. Retrieved Feb. 9, 2008. Disponível em: http://www.jnd.org/dn.mss/personas_empath.html. Acesso em: 1 mai. 2021.

OGILVY, James A. **Creating better futures: Scenario planning as a tool for a better tomorrow**. Nova Iorque: Oxford University Press, p. 256., 2002.

ORTONY, Andrew; TURNER, Terence J. What's basic about basic emotions? **Psychological Review**, 97(3), 315–331, 1990. doi:10.1037/0033-295x.97.3.315

PANKSEPP, Jaak; WATT, Douglas. What is basic about basic emotions? Lasting lessons from affective neuroscience. **Emotion Review**, 3, p. 387–396, 2011.

PAPALIA; Diana; OLDS, Sally Wendkos; FELDMAN, Ruth Duskin. **O mundo da criança**. 8.^a edição. Lisboa: McGraw-Hill, 2001.

PEREIRA, Benizaquia da Silva; ARRAIS, Thales Siqueira. **A influência das tecnologias na infância: vantagens e desvantagens**. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

PEREIRA, Cristina Nunes; VALCÁRCE, Rafael R. **Emocionário (Diz o que sentes)**. EditoraSextante, 2018.

PETERSON, Christopher; PARK, Nansook & SELIGMAN, Martin E. P. Orientations to happiness and life satisfaction: The full versus the empty life. **Journal of Happiness Studies**, 6, 25-41, 2005.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, 76, (4), p. 97-105, 1998.

PORTUGAL, Gabriela. **Desenvolvimento e aprendizagem na infância**. In: CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (org.). Relatório do estudo – A educação das crianças dos 0 aos 12 anos. Lisboa: Ministério da Educação, 2009.

PULLMAN, Madeleine E., GROSS, Michael A. Ability of Experience Design Elements to Elicit Emotions and Loyalty Behaviors. **Decision Sciences**, 35(3), p. 551–578, 2004.

REYES, Paulo Edison Belo. ST 6 **Projeto por cenários: Uma narrativa da diferença**. Anais ENANPUR, v. 16, n. 1, 2015.

ROKEACH, Milton. **The nature of human values**. Nova Iorque: Free Press, 1973.

ROMANI, Elizabeth. **Design do livro-objeto infantil**. Dissertação (Mestrado em Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. doi:10.11606/D.16.2011.tde-11012012-115004.

ROSEMAN, Ira J **A model of appraisal in the emotion system: Integrating theory, research, and applications**. In: K. SCHERER; A. SCHORR; T. JOHNSTONE (eds.), Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research. Nova Iorque: Oxford University Press, p. 68-91, 2001.

RUSSEL, James A. Core affect and the psychological construction of emotion. **Psychological Review**, 110(1), p. 145–172, 2003.

RYAN, Richard M., & DECI, Edward L. **On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being.** *Annual Review of Psychology*, 52(1), 141-166, 2001.

SAITO, Miho. **Comparative Studies On Color Preference In Japan And Other Asian Regions, With Special Emphasis On The Preference For White;** Color Research and Application; 1996.

SALOVEY, Peter; MAYER, John D. **Emotional intelligence. Imagination, Cognition, and Personality**, 9, p. 185–211, 1990.

SANTOS, Thaís Aluane Silva; REZENDE, Kátia Terezinha Alves ; SANTOS, Ione Ferreira & TONHOM, Silvia Franco da Rocha. A influência da tecnologia no desenvolvimento da criança pré-escolar e escolar. **New Trends in Qualitative Research**, 3, 592–608, 2020.

SCHERER, K.R. **Appraisals considered as a process of multilevel sequential checking.** *In*: K. SCHERER; A. SCHORR; T. JOHNSTONE (eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research.* Nova Iorque, Oxford University Press, p. 92-120, 2001.

SEARLE, John R. **Intentionality: An essay in the philosophy of mind.** Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1982.

SILVA, Fernando Moreira. **Conferência “A COR E A MODA”;** Universidade da Beira Interior; 2008.

SIRGY, M. Joseph; WU, Jiyun. The pleasant life, the engaged life, and the meaningful life: What about the balanced life? **Journal of Happiness Studies**, 10(2), 183-196, 2009.

SMITH, Keri. **Destrua este diário.** Intrínseca; 1ª edição. 2013

SOBREIRO, Pedro. Como funciona a lousa mágica? Era tudo culpa do pozinho esperto. **Super Interessante**, [S. l.], 2017. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funciona-a-lousa-magica/>. Acesso em: 9 jun. 2021.

SOLOMON, Robert. C. **The passions.** Garden City, NY: Anchor Press, 1976.

SOUZA, Dercia Antunes; OLIVEIRA, Joyce Alessandra de Moraes. **Uso de tecnologias digitais por crianças e adolescentes: potenciais ameaças em seus inter-relacionamentos.** XIII SEGeT- Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende- Rio de Janeiro, 2016.

STOECKER, Randy. **Evaluating and rethinking the case study.** *The Sociological Review*, 39, 88-112, 1991.

TAMEKUNI, Ishihara Kaori. **METAPROJETO - o design em busca da inovação por meio da reflexão.** *In*: X P&D Design - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Gramado, 2014.

THAYER, Robert E. **The biopsychology of mood and activation**. Nova Iorque: Oxford University Press, 1989.

THOMPSON, A. Ross Emotional regulation and emotional development. *EducPsychol Rev.*, 3, p. 269–307, 1991.

TONETTO, Leandro Miletto; COSTA, Felipe Campelo Xavier. **Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa**. Strategic Design Research Journal, 3(4):132-140, 2011. <http://dx.doi.org/10.4013/sdrj.2011.43.04>

TONETTO, Leandro Miletto; DESMET, Pieter. 2012. **Natural language in measuring user emotions: A qualitative approach to quantitative survey-based emotion measurement**. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN & EMOTION, 8, London, 2012. Proceedings... London, 2012.

TRACY, Jessica L.; RANGLES, Daniel. **Four Models of Basic Emotions: A Review of Ekman and Cordaro, Izard, Levenson, and Panksepp and Watt**. Emotion Review, 3(4), 397–405, 2011. doi:10.1177/1754073911410747.

TULLET, Herve. **O Livro com o Buraco**. Ed. Cosac & Naify, 2014.

VELOSO, Rui Marques. **Não-receita para escolher um bom livro**. Site da Casa da Leitura, [S. l.], 2005. Disponível em: http://magnetesrvk.no-ip.org/casadaleitura/portalbeta/bo/portal.pl?pag=abz_ot_detalhe&id=24. Acesso em: 11 mai. 2021

WATSON, David; TELLEGEN, Auke. **Toward a consensual structure of mood**. Psychological Bulletin, 98, 219–235, 1985.

WEXNER, L. B.; **The Degree To Which Colors Are Associated With Mood-Tones**; Journal of Applied Psychology; 1982.

WRIGHT, Peter, MCCARTHY, John & MEEKISON, Lisa **Making Sense of Experience**. Funology 2, 315–330, 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YUVARAJ, Mayank. **"Infographics: tools for designing, visualizing data and storytelling in libraries"**, *Library Hi Tech News*, Vol. 34 No. 5, pp. 6-9. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2017-0004>, 2017.

ZAJONC, Robert Boleslaw. **Feeling and thinking**. In J. P. Forgas (Ed.), *Feeling and thinking* (pp. 31–58). Nova Iorque: Cambridge University Press, 2000.

ZHOU, Feng, JI, Yangjian. & JIAO, Roger J. **Emotional Design**. 5th edition of the Handbook of Human Factors and Ergonomics, 2020.

ZURLO, Francesco. **Design Strategico**, in AA, VV., *Glispazi e learti, Volumi IV, Opera XXI Secolo*, Editore Enciclopedia Treccani, Roma, 2010.

CURY, Augusto Jorge. **Inteligência multifocal**: análise da construção dos pensamentos e da formação de pensadores. 8. ed. rev. São Paulo: Cultrix, [1998] 2006.

CAMARGO, Reginaldo; COELHO, Emanuel; GUNDIM Débora *et al.* **Uso Da Hortoterapia No Tratamento De Pacientes Portadores De Sofrimento Mental Grave**. Enciclopédia Biosfera: 2015;3634-3643, 2015.

GARDNER, Howard. **Frames of mind**: The theory of multiple intelligences. Nova Iorque: Basic Books, 1983.

SANTOS, Simone Cardoso. **A Importância do Lúdico no Processo Ensino Aprendizagem**. Monografia (Especialização Lato-Sensu em Gestão Educacional). Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2010.

PAROLIN, Isabel. **As dificuldades de aprendizagem e as relações familiares**. Livro da 5ª Jornada de Educação do Norte e Nordeste. Fortaleza, 2003.

BRITO, Roberta Gama; SOARES Sebastião Silva. Influência da família na aprendizagem escolar da criança: ponto de reflexão. **Revista EXITUS**, v.04, n.01, 2014.

THOMPSON, Richard. Gardening for health: a regular dose of gardening. **Clinical Medicine**, 18(3), 201–205. doi:10.7861/clinmedicine.18-3-201, 2018.

FULLER, Richard; IRVINE, Katherine; DEVINE-WRIGHT, Patrick; WARREN, Philip, *et al.* **Psychological benefits of greenspace increase with biodiversity**. Biol Letters, 2007.

MAAS, Jolanda; VERHEIJ, Robert; DE VRIES, Michiel; SPREEUWENBERG, Peter *et al.* **Morbidity is related to a green living environment**. J Epidemiol Comm Health, 2009.

JESUS, Patricia Antanes. A ciência por trás de “LIE TO ME”. **Psicologia em séries**, [S. l.], 20 out 2020. Disponível em: <https://www.psicologiaemseries.com.br/post/a-ciencia-por-tras-de-lie-to-me>. Acesso em: 10 set. 2021.

AVE-SÍMBOLO do País, sabiá-laranjeira, é o espírito do povo brasileiro. **G1**, [S. l.], 29 jun. 2015. Disponível: <http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/terra-da-gente/especiais/noticia/2015/06/ave-simbolo-do-pais-sabia-laranjeira-e-o-espírito-do-povo-brasileiro.html>. Acesso em: 8 nov. 2021.

INFOESCOLA. **Xadrez**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/esportes/xadrez/>. Acesso em: 8 nov. 2021.

CAPA Livro Emocionário. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: <https://yogateria.com.br/wpcontent/uploads/2020/10/emocionario-livro-yogateria-2.jpg>. Acesso em: 18 jun. 2021.

PÁGINA Alegria Livro Emocionário. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em:

<https://yogateria.com.br/wp-content/uploads/2020/10/emocionario-livro-yogateria-3.png>. Acesso em: 18 jun. 2021.

ILUSTRAÇÃO da Raiva no Livro Emocionário. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: https://www.palabrasaladas.com/images/libro/emocionario/emocionario_interior_600_3.jpg. Acesso em: 18 jun. 2021.

CAPA do Livro Vavá e Popó descobrem a família das emoções. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: https://www.sinopsyseditora.com.br/upload/site-produto/vava-e-popo-descobrem-as-familias-das-emocoes~791_g.jpg. Acesso em: 18 jun. 2021.

LIVRO Tenho Monstros na Barriga. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: https://scontent.fpoa11.fna.fbcdn.net/v/t1.181699/18010405_797944407041247_3696140446275501007_n.png?_nc_cat=102&ccb=13&_nc_sid=9267fe&_nc_ohc=sVHjw3M4J3IAX-bbptw&_nc_ht=scontent.fpoa11.fna&oh=383d46426e5f955ea4e3134545b89285&oe=60DB1D7F. Acesso em: 19 jun. 2021.

BANNER ebook Tenho Monstros na Barriga. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: https://scontent.fpoa1-1.fna.fbcdn.net/v/t1.64359/38301062_943484999170235_7320076443776450560_n.jpg?_nc_cat=102&ccb=13&_nc_sid=730e14&_nc_ohc=XkXTApbQocYAX9sPyhl&_nc_ht=scontent.fpoa1-1.fna&oh=b9bdb968e5c6dfbe3804a0cac65b966c&oe=60DAD296. Acesso em: 19 jun. 2021.

ESTRUTURA Lousa Mágica. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: https://super.abril.com.br/wp-content/uploads/2018/07/site_flashback.jpg. Acesso em: 20 jun. 2021.

LOUSA Mágica tradicional. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: <https://a-static.mlcdn.com.br/618x463/lousa-magica-infantil-playdoh/elitesmakeup/273bd338827c11eb81d14201ac1850d7/bc4026a11785e6b493a2a5db862e24f6.jpg>. Acesso em: 20 jun. 2021.

PÁGINA vovô e vovó Caras Divertidas. *In*: GOOGLE IMAGENS, 2021. Disponível em: https://sentavemhistoria.files.wordpress.com/2015/04/img_0604.jpg?w=601&h=601. Acesso em: 20 jun. 2021.