

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN
NÍVEL MESTRADO**

CLARISSA PRATES BROCCA

**CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN PARA O BEM-ESTAR SUBJETIVO, POR MEIO DAS
FINANÇAS PESSOAIS**

**Porto Alegre
2019**

CLARISSA PRATES BROCCA

**CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN PARA O BEM-ESTAR SUBJETIVO, POR MEIO DAS
FINANÇAS PESSOAIS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design, pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto

Porto Alegre

2019

B863c Brocca, Clarissa Prates.
Contribuições do design para o bem-estar subjetivo, por meio das finanças pessoais / por Clarissa Prates Brocca. -- Porto Alegre, 2019.

92 f. : il. (algumas color.) ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design, Porto Alegre, RS, 2019.
Orientação: Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto, Escola de Design.

1. Desenho (Projetos) – Aspectos psicológicos. 2. Design emocional. 3. Desenho (Projetos) – Aspectos econômicos. 4. Emoções. 5. Finanças pessoais. 6. Bem-estar. I. Tonetto, Leandro Miletto. II. Título.

CDU 7.05:159.9
7.05:33
33:17.023.35

Catálogo na publicação:
Bibliotecária Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

CLARISSA PRATES BROCCA

**CONTRIBUIÇÕES DO DESIGN PARA O BEM-ESTAR SUBJETIVO, POR MEIO DAS
FINANÇAS PESSOAIS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design, pelo Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Aprovada em 26 / 08 / 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto (Orientador) por Prof^a Dr^a Karine de Mello Freire –
UNISINOS

Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa – UNISINOS

Prof^a Dr^a Arina Blum – UFSC

Dedico esta Dissertação a todas as pessoas que serviram como fonte de inspiração para que este trabalho se tornasse possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, em especial aos meus pais, pela ajuda que me deram nesta fase da minha vida acadêmica.

Agradeço ao meu professor e orientador, Leandro Miletto Tonetto, por ter me inspirado a realizar este mestrado e ter dedicado seu tempo a me ensinar, indicando sempre os melhores caminhos a serem percorridos.

Agradeço a coordenação do curso de Mestrado em Design, aos professores e equipe de funcionários pelo apoio e atenção recebidos durante o decorrer do curso.

RESUMO

Este trabalho teve o objetivo de entender como o design para o bem-estar pode contribuir para a saúde financeira de cada indivíduo. Com o intuito de desenvolver diretrizes de projeto que promovam o bem-estar subjetivo do usuário, foi realizada uma pesquisa exploratória por meio de entrevistas em profundidade com 11 pessoas, tomando como base os três pilares do bem-estar (planos para o futuro, afeto positivo e afeto negativo) e investigou o uso de artefatos existentes para gestão financeira. Os dados foram transcritos e analisados pela técnica de Análise de Conteúdo. Para criar diretrizes de projeto, realizou-se uma triangulação da análise com dois designers, sendo um com formação em design gráfico e de produto, e outro da área de tecnologia. Foram desenvolvidas 27 diretrizes de projeto que servem como base para desenvolvimentos de novos artefatos com foco no bem-estar do usuário.

Palavras chave: Design para o bem-estar. Bem-estar. Bem-estar subjetivo. Finanças pessoais. Saúde financeira.

ABSTRACT

This work aims at understanding how the design for well-being can contribute to the financial health of each person. The objective is to develop project guidelines that promote the subjective well-being of the user. An exploratory research was conducted with 11 people through extensive interviews, taking into consideration the three pillars of well-being (plans for the future, positive affect and negative affect). The use of existing tools of personal finance management was also investigated. The data was transcribed and analyzed by the Content Analysis technique. To establish the project guidelines, it was made a triangulation of the analysis with two designers, one of them is a graphic and product designer and the other works with technology. Twenty seven project guidelines were developed as basis for the development of artifacts with the focus on the well-being of the user.

Key words: Design for well-being. Well-being. Subjective well-being. Personal finances. Financial health.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O ser incompleto de Silverstein.....	11
Figura 2 – Círculo das Emoções	17
Figura 3 – Modelo Básico de Compreensão sobre Emoções em Relação aos Produtos	22
Figura 4 – Níveis de Equilíbrio do Humor.....	25
Figura 5 – Tipos de Bem-estar	27
Figura 6 – Estrutura do <i>Positive Design</i>	31
Figura 7 – Proposta do <i>Positive Design</i>	33
Figura 8 – Relação do Bem-estar e do Design com as Finanças Pessoais.....	40
Figura 9 – Card 1: Planos para o Futuro - Viagem.....	50
Figura 10 – Card 2: Planos para o Futuro - Família	51
Figura 11 – Card 3: Planos para o Futuro - Trabalhar.....	52
Figura 12 – Card 4: Planos para o Futuro – Viver de Rendimentos	53
Figura 13 – Card 5: Planos para o Futuro - Estudar.....	54
Figura 14 – Card 6: Pagamento de Contas em Dia.....	56
Figura 15 – Card 7: Sonhos/Visão de Futuro	57
Figura 16 – Card 8: Vida Financeira sob Controle	58
Figura 17 – Card 9: Aprendizado Constante	59
Figura 18 – Card 10: Orgulho de suas Conquistas Financeiras.....	60
Figura 19 – Card 11: Viver o Presente	61
Figura 20 – Card 12: Desapontamento	62
Figura 21 – Card 13: Gastos Excessivos	63
Figura 22 – Card 14: Aprendendo com os Erros.....	64
Figura 23 – Aplicativos Citados nas Entrevistas.....	65
Figura 24 – Planilha da Entrevistada 6 (sem valores)	68
Figura 25 – Exemplo de Aplicativo Específico de Finanças	69
Figura 26 – Exemplos de Artefatos Múltiplos para Gestão Ativa e Atualização da Educação Financeira.....	70

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Procedimentos para Obtenção dos Resultados da Pesquisa.....	42
Quadro 2 – Perfil dos Participantes.....	44
Quadro 3 – Diretrizes para o Tema Visualização	72
Quadro 4 – Diretrizes para o Tema Rotina.....	73
Quadro 5 – Diretrizes para o Tema Psicológico	74
Quadro 6 – Diretrizes para o Tema Tecnologia.....	75
Quadro 7 – Diretrizes para o Tema Poupar.....	76
Quadro 8 – Diretrizes para o Tema Educação	77
Quadro 9 – Diretrizes para o Tema Compartilhamento	78
Quadro 10 – Diretrizes para o Tema Filantropia	78

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 DESIGN EMOCIONAL.....	16
2.1 O Que É Emoção.....	16
2.2 O Que É Design Emocional	18
2.3 O Design para Experiências Emocionais Duradouras: da Emoção ao Humor	23
2.4 O Conceito de Bem-estar.....	26
2.5 Design para o Bem-estar	28
3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA E FINANÇAS PESSOAIS.....	35
3.1 O Que É Educação Financeira?.....	35
3.2 Falta de Conhecimento e Orientação Financeira do Brasileiro	36
3.3 Nível de Endividamento da População.....	38
4 MÉTODO.....	42
4.1 Tipo de Estudo: Pesquisa Exploratória	42
4.2 Participantes.....	43
4.3 Técnicas e Procedimentos para Coleta de Dados	45
4.4 Técnicas e Procedimentos para Análise de Dados	46
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	49
5.1 Satisfação com a Vida.....	49
5.2 Afeto Positivo e Negativo	54
5.3 Artefatos.....	65
5.4 Diretrizes de Projeto	71
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS.....	85
APÊNDICE A – PERFIL PESSOAL DE CONSUMO.....	89
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA	90
ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	92

1 INTRODUÇÃO

O design para emoções trata do estudo voltado para despertar ou inibir determinadas experiências de ordem emocional. (DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009). Autores como Desmet e Pohlmeier (2013), recentemente, passaram a questionar se é possível encontrar um caminho para estimular a felicidade através do design. Provavelmente este caminho pronto não exista, mas criar situações para maximizar contribuições duradouras para a vida das pessoas é uma possível abordagem no Design. Encontra-se uma explicação no campo da psicologia, que utiliza os conceitos do bem-estar subjetivo.

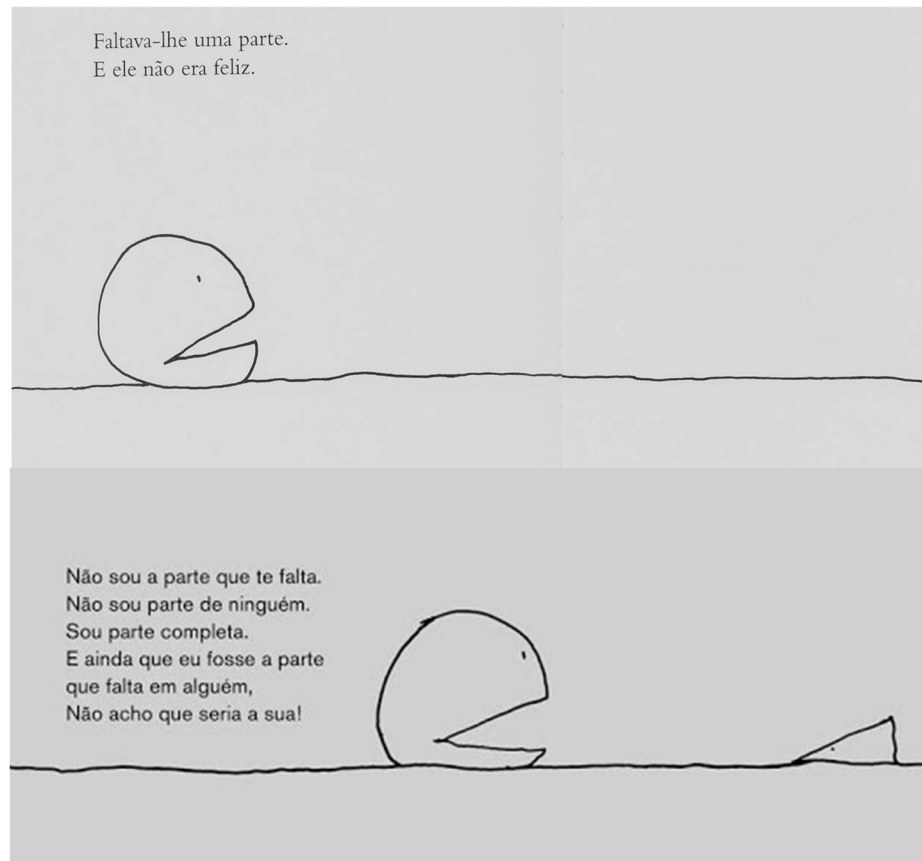
O bem-estar subjetivo, diferentemente do objetivo, é centrado em experiências duradouras de afeto positivo, minimização de afeto negativo e satisfação geral com a vida. O bem-estar objetivo, por outro lado, é focado em aspectos tangíveis como moradia, alimentação e saúde física. Conforme Barros, Martin e Pinto (2010, p 320), “as potencialidades humanas têm um papel extremamente relevante na prevenção de doença, não apenas na dimensão física, mas também na psicológica”. Com isso pode-se notar os ganhos que o bem-estar subjetivo pode trazer para a vida das pessoas. Por estes e outros motivos seu estudo se torna relevante para a sociedade.

Pensando nisso, Desmet e Pohlmeier (2013) criaram uma abordagem denominada *Positive Design* que utiliza de aspectos da psicologia e do design para estimular o bem-estar subjetivo. Os três pilares principais da abordagem são o ponto de partida para estimular uma vida equilibrada: virtudes (exercitar os traços positivos no dia a dia), prazer (viver situações prazerosas no cotidiano) e significância pessoal (desenvolver atividades que façam sentido para o indivíduo). Estes elementos podem estar relacionados entre si, mas não precisam ser estimulados ao mesmo tempo em um projeto.

Apesar de toda a mobilização, na Psicologia e no Design, para estimular o bem-estar duradouro, muitas pessoas estão sempre tentando encontrar a parte que falta para completar a “felicidade”, que foi um termo muito utilizado para caracterizar o bem-estar subjetivo. No livro “A parte que falta” de Shel Silverstein, a história contada é de um ser incompleto em busca do que pensa ser sua parte faltante, aquela parte que completaria seu espaço vazio (Figura 1, superior). A personagem, em formato de círculo, percorre os caminhos mais inusitados em busca do giro perfeito, conversando com minhocas, ultrapassando e sendo ultrapassado por besouros, encontrando

borboletas, caindo em buracos e batendo em muros, enfrentando a chuva e o sol, o calor e o frio, sentindo o aroma de flores, vivendo aventuras, e, quando encontra, finalmente, a parte que falta, gira tão rápido que descobre que muito de si ficou de lado. A parte que faltava revela-se, então, uma parte autônoma e independente da vontade do ser de Silverstein (Figura 1, inferior).

Figura 1 – O ser incompleto de Silverstein.



Fonte: Adaptado de Silverstein (2018).

O ser prefere, então, por vontade própria, deixar de lado a parte encontrada para recomeçar a busca. Este pode ser considerado um caminho equilibrado para a procura do bem-estar, mostrando flexibilidade de adaptação a diferentes eventos da vida sem ficar preso ao passado. Aparece, então, a questão do equilíbrio, observado por meio da harmonia consigo e da consciência de que uma parte da vida sempre pode estar em falta, seja ela no campo amoroso, financeiro, familiar ou de saúde.

Nas finanças pessoais de cada indivíduo, sempre há uma parte que falta: uma casa a ser comprada, um carro novo na garagem, uma viagem dos sonhos ou uma roupa que valoriza os traços pessoais. Enfim, sempre há um sonho para “correr atrás”,

mas cada vez que se conquista um sonho, outro pode aparecer para ser completado. Lidar com esta parte faltante pode ser um desafio para muitas pessoas, como foi para o ser incompleto de Silverstein.

Para atingir os referidos sonhos, na busca de completude na vida, saber gerir as finanças é fundamental. Preencher a parte que falta é uma tarefa árdua, mas ir em busca daquilo que tem relevância para o indivíduo e saber que, depois disso, pode surgir um novo sonho, já é o início da busca de equilíbrio. Compreender como estimular a organização das finanças pessoais pode contribuir tanto para o bem-estar subjetivo do indivíduo, quanto para as famílias, sociedade e economia.

Desde o nascimento, uma parte do que o ser humano necessita para viver com dignidade está direta ou indiretamente ligada a recursos financeiros, de modo que a administração das finanças pessoais pode ser considerada relevante para a vida das pessoas. (OLIVIERI, 2013). Educar para uma boa gestão dos recursos é uma forma inteligente de enfrentar a vida e suas nuances de forma mais forte e consistente. Segundo Graf, C. e Graf, M. (2013), este é um tema que deveria ser iniciado nas famílias e complementados nas escolas com conhecimentos mais aprofundados sobre o assunto. No entanto, os índices de endividamento da população brasileira são altos, Segundo dados do SERASA Experian [2019], em março de 2019, 40,3 % da população adulta do Brasil encontra-se em situação de endividamento. o que sugere que existe uma dificuldade de gestão das finanças pessoais no nosso país.

Olivieri (2013) considera que a educação dá poder para que as pessoas mudem suas vidas. Isso não é diferente no contexto das finanças pessoais, pois compreendê-las pode trazer grandes ganhos na vida de uma pessoa. No entanto, segundo Paiva (2013), isto exige um grande esforço por parte do indivíduo, que deve aprender a analisar situações, fazer planejamento, cortar gastos e mudar hábitos. Graf, C. e Graf, M. (2013) ressaltam que, para ter um bom controle financeiro, não é necessário deixar de adquirir os produtos desejados, mas sim manter um planejamento para isso, sabendo como e quando comprar.

Planejar a vida em uma perspectiva de longo prazo é, portanto, um desafio para muitas pessoas. Nessa direção, ressalta-se a relevância da organização financeira para o bem-estar duradouro, já que o conhecimento das práticas em finanças pessoais aumenta a busca por planos de previdência, pois o estudo no assunto aumenta os cuidados com o futuro. (CAVALCANTE; MELO; ALMEIDA, 2014).

O estudo proposto na presente dissertação tem como foco a busca da compreensão sobre a conquista do bem-estar subjetivo, utilizando o conceito de organização financeira que também pode ser entendida por saúde financeira. Porém este conceito pode ter diferente relevância na vida das pessoas, sendo importante para algumas e para outras não. O termo saúde financeira refere-se a “uma vida financeira saudável” (CAVALCANTE; MELO; ALMEIDA, 2014) e a “um consumo saudável”. (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). Em analogia a outros aspectos da vida, os autores afirmam que se deve cuidar das finanças pessoais da mesma forma que se cuida de saúde. Quando está com a saúde debilitada, indica-se que a pessoa procure um médico,

[...] que recomenda dar uma olhada em coração, fígado, rins, tireoide, pulmão, sistema circulatório e alguns hormônios, além de peso, índice de massa corporal, gordura (total e no sangue) e glicemia. Com esta análise, eles conseguem visualizar o estado geral do paciente, detectar problemas já existentes ou em vias de surgir e encaminhar o tratamento a fim de manter ou melhorar a sua saúde antes que ela sofra danos maiores. Com a saúde financeira, o cuidado é o mesmo. (DANA, 2017, p. 31).

Desta forma, o termo saúde financeira faz uma analogia aos cuidados que o indivíduo deve ter com sua saúde física e mental, porém cabe ressaltar que a saúde financeira não é a única parte da vida que precisa ser verificada, existem outras áreas importantes, como a familiar, a relação com os amigos, entre outras. Nesta dissertação foi tratada a parcela de contribuição da saúde financeira para o bem-estar subjetivo. As finanças pessoais estão intimamente ligadas à vida das pessoas e influenciam de forma positiva ou negativa a vida dos indivíduos. Como pode alguém ser feliz com muitas dívidas em atraso? Como saber conviver com contas em excesso no final do mês? Como manter o padrão de vida e obter crescimento? Como cuidar de todos estes aspectos sem informação correta sobre as finanças pessoais?

Na revisão de literatura apresentada no capítulo seguinte foi constatado que o grau de instrução não ajuda nas finanças pessoais. Apenas o estudo aprofundado do tema pode trazer o entendimento necessário para fazer boas escolhas e ter saúde financeira. (SILVA; SILVA NETO; ARAÚJO, 2017).

Através do *Positive Design* (DESMET; POHLMAYER, 2013), busca-se encontrar uma forma de atingir o bem-estar subjetivo, otimizando os recursos financeiros dos indivíduos. O intuito é que saúde financeira seja natural na vida das

pessoas e que seja tratada como um tema que traz segurança e não desespero para os indivíduos.

No entanto, ao invés de focar nos três pilares do *Positive Design* – virtudes, prazer e significado pessoal – optou-se por trabalhar com os três elementos que formam o bem-estar subjetivo – emoções positivas, negativas e satisfação com a vida (BARROS; MERTINS; PINTO, 2010). Como Desmet e Pohlmeier (2013) afirmam, o foco de seu framework, especialmente pelo foco nas virtudes, ainda tem uma limitação, que se refere ao desenvolvimento de projetos bastante individualizados. Considerou-se, para a definição de foco da pesquisa, que trabalhar as virtudes não seria o mais adequado, já que a presente proposta de dissertação não trata do desenvolvimento de um projeto individual (para um cliente único), mas em compreender de que forma o design pode estimular o bem-estar de pessoas adultas. A definição do público considerou que jovens adultos tem um potencial maior de aprenderem sobre finanças pessoais e organizarem suas vidas de modo a superar os desafios financeiros, conforme será explorado na fundamentação teórica.

Nesse sentido, o problema de pesquisa é “De que forma a saúde financeira pode ser qualificada por meio do design para o bem-estar?”. O objetivo geral da pesquisa é compreender como o design para o bem-estar pode estimular a saúde financeira.

Os objetivos específicos são entender as relações entre as finanças pessoais e as três bases dos estudos em Design sobre bem-estar subjetivo (afeto positivo, afeto negativo e satisfação com a vida); avaliar de que forma o uso de artefatos utilizados pelos entrevistados está relacionado à saúde financeira; identificar diretrizes de design para o bem-estar para a promoção da saúde financeira.

Vale ressaltar que a base teórica do estudo será o bem-estar subjetivo. Um de seus pilares é o estímulo a emoções positivas e minimização de negativas no domínio estudado – finanças pessoais. No entanto, como essa abordagem não aprofunda os gatilhos das emoções – positivas e negativas – outras teorias, especialmente a Teoria dos Appraisals (DESMET, 2007; DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009), serão utilizadas como suporte.

A Teoria dos Appraisals é uma das abordagens mais utilizadas, segundo Tonetto e Costa (2011), para compreender as emoções no design. Indica que as emoções podem ser compreendidas como resultados de avaliações (appraisals) que o indivíduo faz sobre o efeito dos artefatos sobre o seu bem-estar. Nessa direção,

torna-se pertinente entender como os artefatos auxiliam no campo das finanças pessoais e como podem afetar positiva ou negativamente os usuários.

Como método de pesquisa foi utilizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, em que foram realizadas entrevistas em profundidade para compreender a forma como as pessoas lidam com seus recursos financeiros. A análise foi baseada nos três pilares do bem-estar subjetivo – estímulo ao afeto positivo, redução do negativo e satisfação com a vida – no campo das finanças pessoais. Após estes resultados foi realizada a análise dos dados obtidos e realizada uma triangulação com dois Designers para estabelecer as diretrizes de projeto. Estas foram compiladas e resultaram em oportunidades para desenvolvimento de novos projetos de design.

Como a saúde financeira acompanha a pessoa por toda a sua vida. Conseguir atingir o equilíbrio financeiro pode ser uma das fontes de bem-estar subjetivo, pois pode auxiliar a atingir objetivos e trazer benefícios a saúde física e mental do indivíduo. Trata-se de um tema que já foi foco de outros estudos neste Programa de Pós-graduação (GRIGOLETO, 2017), de modo que esta pesquisa se encontra alinhada com os interesses do Artefato Lab, laboratório do qual a autora deste projeto faz parte.

Além desta introdução, o presente projeto divide-se em revisões teóricas sobre os temas design para emoções e para o bem-estar (capítulo 2) e finanças pessoais (capítulo 3), método (capítulo 4), Análise e Discussão dos Resultados (capítulo 5), Considerações Finais (capítulo 6), referências, apêndices e anexos.

2 DESIGN EMOCIONAL

Este capítulo trata dos principais conceitos ligados ao design emocional, apresentando autores que estudam a emoção, o humor e o bem-estar. Descreve o positive design, que é uma visão atual e emergente sobre o design para o bem-estar.

2.1 O Que É Emoção

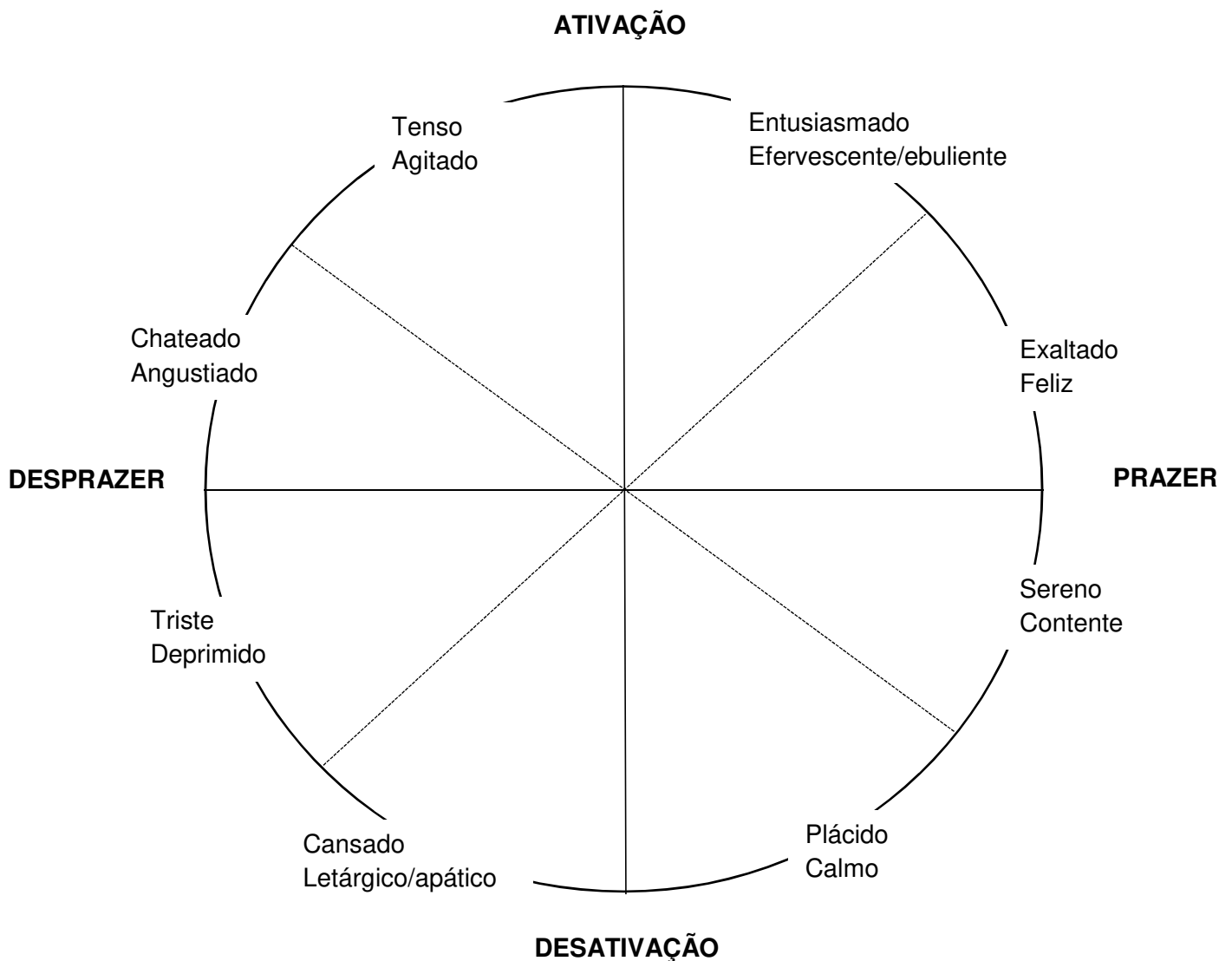
Segundo Norman (2008), a emoção é o que torna uma pessoa inteligente, pois ela tem relação com a maneira que o indivíduo pensa, toma decisões, se comporta e se relaciona com outras pessoas. O autor afirma que as emoções funcionam por um processo químico, modificando o comportamento e a forma como as pessoas pensam. O design, quando projeta para emoção, tem o foco de proporcionar experiências positivas, auxiliando, assim, na melhoria da qualidade de vida das pessoas. A emoção é vista como como uma resposta adaptativa e benéfica, pois provoca reações situacionais e respostas adequadas ao contexto.

Tradicionalmente, a emoção foi vista em uma perspectiva distinta. Ao contrário das colocações de Norman (2008), Cacioppo e Gardner (1999) acreditam que ela poderia causar danos à racionalidade, por isso diminuir a sua subjetividade poderia ser um facilitador para o controle emocional e, conseqüentemente, do comportamento. Nota-se que a perspectiva dos autores é oposta em relação às emoções. De um lado, é vista como algo positivo e adaptativo e, por outro, como uma barreira ao uso da razão. Porém, ambos autores concordam que ela modifica a forma de agir do indivíduo.

Considerando as emoções como potencialmente benéficas à vida das pessoas, o Design passou a buscar influenciá-las explicitamente, conforme será descrito nos próximos capítulos.

Para ilustrar a variação das emoções, Russell (2003) criou o Círculo das Emoções, neste círculo o autor representa no eixo vertical a variação entre o estado de desativação (sonolência) e ativação (excitação) e no eixo horizontal a variação entre desprazer e prazer, formando quatro quadrantes: ativação/desprazer, ativação/prazer, desativação/desprazer, desativação/prazer. Conforme representado a seguir:

Figura 2 – Círculo das Emoções



Fonte: Adaptado de Russell (2003, p.148)

Na dimensão horizontal, o eixo desprazer/prazer varia do ponto extremo denominado agonia chegando a um ponto neutro chamado de nível de adaptação e terminando no outro extremo denominado de êxtase. Na outra dimensão, a vertical há uma variação que vai do sono passando para sonolência, seguindo por vários estágios (passando também por um ponto neutro) até atingir a excitação que é um dos pontos extremos desta dimensão.

Podemos considerar alguns estados emocionais situados na parte superior da dimensão horizontal, conforme a figura acima: Tenso, agitado, chateado, angustiado,

entusiasmado, ebuliente, exaltado, feliz. Na dimensão inferior encontramos estados emocionais representados pelas seguintes palavras: triste, deprimido, cansado, apático, calmo, plácido, contente e sereno. Imagine um único ponto que se move da figura acima, respondendo a eventos internos e externos. O círculo das emoções pode ser neutro, no ponto central, moderado ou extremo, na periferia. As mudanças podem ser curtas ou duradouras (como em uma depressão clínica). A intensidade do círculo afeta o foco da consciência, quando mais brando é considerado pano de fundo do mundo consciente da pessoa. A mudança de estado emocional ligada à sua rapidez e intensidade, preenche a consciência do indivíduo. Quando neutro e estável, talvez o círculo das emoções desapareça totalmente da consciência.

O Círculo das emoções é primitivo, universal e simples, podendo existir sem ser rotulado, interpretado ou atribuído a qualquer causa. Como uma analogia, Russel (2003) considera a temperatura corporal sentida. Pode ser notada quando quiser, extremos são muito salientes. A temperatura sentida existe antes das palavras como quente ou frio, antes do conceito de temperatura. Como a temperatura, o círculo das emoções é simples ao nível subjetivo, mas complexo no nível biológico, cabe ressaltar que o nível biológico não será discutido nesta dissertação.

2.2 O Que É Design Emocional

O design Emocional surgiu na década de 90 com o objetivo de profissionalizar projetos voltados para a emoção. (TONETTO; COSTA, 2011). Mais precisamente em novembro de 1999 em Delft, aconteceu a chamada primeira Conferência Internacional sobre *Design & Emotion*. Foi um evento que reuniu um grupo diversificado de 41 designers, pesquisadores e pensadores de design para compartilhar e discutir suas opiniões sobre o papel das emoções no design de produto. (DESMET; HEKKERT, 2009).

A emoção era o espírito dos tempos da virada do milênio. Por isso foi necessário criar produtos mais autênticos, mais envolventes e mais fáceis de usar. (DESMET; HEKKERT, 2009). Segundo Hummels (1999) isso significa que a ênfase do design não deve limitar-se a criar um produto bonito e agradável na aparência, mas sim expandir e criar uma interação atraente entre o usuário e o produto. Dunne (2005) vai além e diz que é importante integrar as emoções do usuário aos processos de design.

No processo de design existem quatro abordagens que podem ser consideradas, no momento de desenvolvimento do projeto, são elas: abordagem baseada no usuário, no design, na pesquisa e nas teorias. A abordagem baseada no usuário acontece quando sentimentos e as aspirações dos usuários são usados como força motriz para o processo criativo. Os usuários podem ser envolvidos tanto no início, quanto em partes mais avançadas do processo. (DESMET; HEKKERT, 2009). É importante destacar a visão de Sanders (1999), que diz que o usuário tem muita força quando suas necessidades são trazidas para o mercado. Na abordagem baseada no Design, o designer é mais autônomo, suas ideias estão nos seus projetos e se utiliza de suas criações para desafiar os usuários. Quando a abordagem é baseada na pesquisa, se verifica as relações entre o Design e as respostas emocionais dos usuários. Podem ser usadas técnicas da estatística para identificar os dados subjetivos obtidos pelos usuários nos questionários aplicados nos usuários. Na abordagem baseada em teorias, nota-se que há *insights* da literatura para melhorar o produto e usualmente as pessoas envolvidas são usuários familiarizadas com os produtos. (DESMET; HEKKERT, 2009).

Segundo Demir, Desmet e Hekkert. (2009), o design emocional está relacionado a profissionalização do projetar com o objetivo de despertar ou inibir determinadas emoções. Tonetto e Costa (2011) trazem exemplos de projetar para emoções: a emoção de alegria pode ser despertada pela compra de um carro, assim como a emoção de inspiração pode ser despertada por uma livraria. Muitos são os exemplos que podem ser citados. Cabe, neste momento, reconhecer que é possível despertar ou inibir emoções variando os estímulos.

Mas por que este campo de estudo demorou para ser reconhecido profissionalmente? Segundo os mesmos autores, o caráter subjetivo foi o responsável por isso. Deve-se levar em conta, segundo Tonetto e Costa (2011), que o designer não é a pessoa que terá sua emoção despertada por meio do artefato, pois muitas vezes suas características diferem muito do usuário final. O barulho da água da chuva é um exemplo usado pelos autores: pessoas que moram em lugares seguros sentem-se relaxadas, e pessoas que vivem em locais que facilmente alagam podem sentir uma forte irritação com o mesmo estímulo.

Os autores apontam as questões culturais como um forte agente capaz de despertar diferentes emoções provenientes de um mesmo estímulo. Além disso,

esclarecem que o design dos produtos também pode variar de uma cultura para outra, pois os designers estão inseridos em um outro contexto.

Segundo Tonetto e Costa (2011, p.133),

O casamento entre a Psicologia e o Design possibilitou, nesse cenário, o desenvolvimento de metodologias que servissem como base para a certificação de que as emoções que se desejava provocar, poderiam, de fato, ser obtidas por meio de projetos.

A base disto, segundo os autores é a aproximação do usuário com o designer. De acordo com um estudo de Demir et.al. (2009), o trabalho de três autores são os mais reconhecidos na área: são eles: Jordan, Desmet e Norman.

Os estudos de Jordan (2000) estão ligados as fontes de prazer em relação aos objetos. São quatro os tipos de prazer: Fisiológico, Psicológico, Sociológico e Ideológico.

O prazer fisiológico está ligado aos sentidos, a sensibilidade ao toque, ao cheiro, as formas visualizadas, aos sons ouvidos e ao paladar. O organismo do ser humano está pré-disposto a distinguir o que é agradável do que é desagradável, mas características pessoais interferem nesta distinção entre o que é bom e o que é ruim. Como exemplos, pode-se considerar o agradável som de uma sinfonia ou, por outro lado, o gosto amargo de um limão. O prazer psicológico está relacionado ao estímulo da mente, incluindo tudo aquilo que deixa a mente em estado de equilíbrio. A prática de um *hobbie* é um exemplo deste tipo de prazer. O prazer Sociológico se relaciona com as interações entre as pessoas. Por exemplo, pode-se citar ter boas companhias, ter reconhecimento social, ser aceito no grupo a que pertence. Este sentimento de pertencimento é o responsável pela sensação de prazer. O Prazer Ideológico está ligado a forma de pensar das pessoas, suas aspirações pessoais, suas crenças. Livros, arte e música são fontes de inspiração para este tipo de prazer. Ao relacioná-la com os produtos, esta fonte de prazer pode ser considerada como uma combinação entre valores das pessoas e valores intrínsecos dos produtos.

Para Jordan (2000), os produtos possuem a sua própria individualidade, com características próprias, podendo muitas vezes ser vistos como objetos com vida. Deve-se considerar que muitos produtos levam características humanas na sua concepção.

Outro autor referência no tema tratado é Norman (2008). Segundo o autor, as pessoas apresentam três níveis de processamento, referentes à forma como os

indivíduos processam as informações recebidas do ambiente, são eles: Os níveis Visceral, Comportamental e Reflexivo.

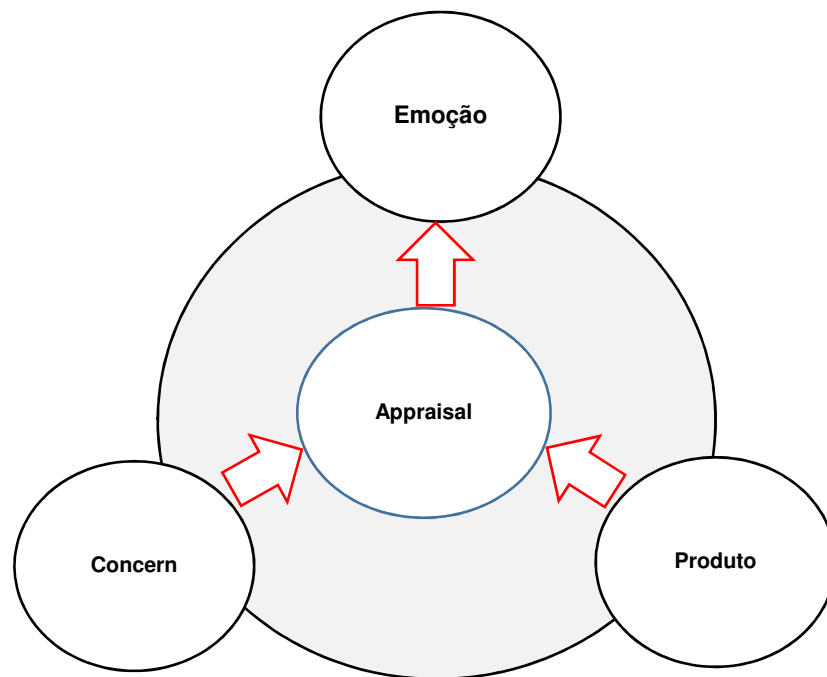
O nível Visceral representa a parte mais primitiva do ser humano e é responsável pelos julgamentos rápidos e pelas interpretações automáticas, tais como: o que é seguro e o que é perigoso, o que é bom ou o que é ruim. Segundo o autor, este nível pode ter suas ações ampliadas ou reduzidas, conforme os sinais emitidos pelo nível de processamento comportamental e/ou reflexivo. No nível Comportamental o foco está na usabilidade, em como usamos cada objeto. É ele que controla nossas ações, como andar de bicicleta ou dirigir um carro. Está um nível acima do nível visceral em complexidade. Está ligado ao comportamento do indivíduo, em como ele processa as informações recebidas para praticar determinada ação. Ele influencia no nível visceral e é influenciado pelo Nível reflexivo, que será apresentado a seguir. O nível Reflexivo é o mais contemplativo do cérebro. Com ele, as pessoas conseguem apreciar uma obra de arte, interpretar ações, sentir saudades de quem gostam. Ele influencia os níveis visceral e comportamental, pois é superior a eles. Mesmo que um nível de processamento seja considerado mais elevado que o outros, os três níveis interagem entre si, podendo modificar a forma de percepção entre si.

A terceira teoria citada como de maior penetração no Design foi trazida para a área por Pieter Desmet. Existente desde a década de 50, a *Appraisal Theory* foi adaptada pelo autor para o Design nos anos 2000. Nesta teoria, o termo *appraisal* tem como significado uma avaliação realizada a partir de um estímulo e que resulta no bem-estar das pessoas, as avaliações positivas geram bem-estar enquanto que as ameaçadoras podem gerar uma emoção de desprazer.

Esta teoria apresenta-se da seguinte forma: para despertar uma emoção, considera-se que, de um lado, estão as pessoas com seus *concerns* (experiência passadas e bagagem de conhecimento) e, de outro lado, há um estímulo do ambiente (intencional ou não). Quando este estímulo chega ao indivíduo, ocorre um *appraisal* (avaliação da situação) a partir da qual ele terá uma emoção. (DESMET, 2007).

Esta teoria encontra-se representada na Figura 3:

Figura 3 – Modelo Básico de Compreensão sobre Emoções em Relação aos Produtos



Fonte: Adaptado de Desmet e Hekkert (2007, p. 6)

Os autores demonstram com esta figura que as emoções não são manipuladas, mas sim estimuladas por determinado produto levando em conta suas características pessoais. A partir disto os autores sugerem que o designer deve saber qual emoção pretende despertar no resultado de seu projeto.

Dentro desta teoria existem dois modelos de investigação dos *appraisals*: O Temático e o Componencial.

No modelo temático, existe uma avaliação central que desencadeia uma experiência. (DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009). O segundo, o modelo componencial, é considerado pelos autores o mais adequado para este tipo de projeto. Ele divide os *appraisal* em componentes que teriam relações com a experiência com um produto, a fim de facilitar seu estudo e aplicação ao processo de design. São eles:

- a) Consistência do Motivo: capacidade do produto em atender as necessidades do usuário (motivo da compra). Ex. Telefone celular que realiza ligações.
- b) Prazer Intrínseco: prazer que o produto proporciona em termos sensoriais. Exemplo: Som ambiente agradável em uma loja.

- c) Confirmação das Expectativas: expectativa da pessoa em relação ao produto, que pode ser atendida, superada ou estar abaixo do que é esperado pelo cliente. Ex. Um produto que seja de difícil manuseio.
- d) Agência: o que ou quem é percebido como o responsável por determinado acontecimento, podendo ser o produto, o usuário ou a situação. Ex. Sentimento de raiva por achar que o produto possui falhas.
- e) Conformidade com os padrões: avaliação do artefato, levando-se em conta os concorrentes no mercado. Ex. a bateria de um notebook ter menor duração que dos similares no mercado.
- f) Certeza: segurança do usuário de que o produto continuará atendendo bem suas demandas no futuro. Segurança que algo positivo ocorrerá ou que algo ruim não acontecerá. Ex. Uma moto que falhou no passado pode gerar uma emoção de medo, quando a pessoa olha a sua marca.
- g) Potencial de Coping: capacidade das pessoas em superar os problemas que ocorrem. Ex. Um celular de fácil manuseio que, ao ocorrer falhas, estas podem ser facilmente consertadas.

As teorias revisadas até o momento, conforme foi possível perceber, buscam auxiliar a influenciar experiências situacionais a partir de projetos. Uma evolução evidente da área para estimular experiências duradouras é focar no humor, pois é mais estável que as emoções. Nas próximas seções, será discutida o avanço do Design, no sentido de lidar com experiência de maior duração, inicialmente tratando do humor para, então, compreender o design para o bem-estar.

2.3 O Design para Experiências Emocionais Duradouras: da Emoção ao Humor

Segundo Desmet (2015) o bom humor prolongado é um indicativo de bem-estar¹, por este motivo o estudo evoluiu do foco das emoções que são de curta duração e passageiras, para o estudo do humor, que é mais duradouro. Outra distinção entre emoção e humor é que a primeira ocorre dando uma resposta direta aos estímulos externos, enquanto o humor é o equilíbrio entre o lado pessoal e os desafios da vida, além de ser entendido dentro do contexto em que a pessoa está inserida, complementam Kahneman, Diener e Schwarz (1999) às considerações de

¹ Conceito discutido na próxima seção.

Desmet (2015). Mesmo tendo influência sobre o humor, um dia ensolarado não pode garantir um bom estado de humor, pois outros fatores também o influenciam, um escritório azul pode ser calmante em determinado dia, pode ser irritante em outro, concorda Kuller *et al.*, (2006) com as colocações de Desmet (2015). Estes exemplos demonstram que o humor bom ou ruim é mais complexo e compreende mais fatores do que os apresentados acima.

Pode-se notar que emoções e humor, embora possam parecer sinônimos, são conceitos bastante diferentes, o que aponta para oportunidades para projetar para o humor. Sua investigação no Design também é considerada um desafio.

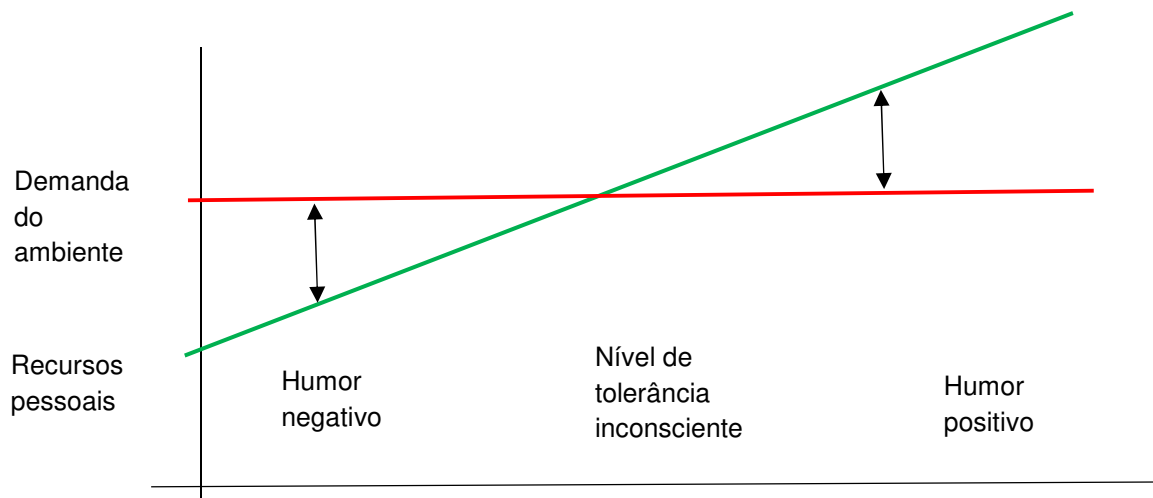
Desmet (2015) apresenta quatro formas distintas para avaliar o estado de humor em que o indivíduo se encontra, a primeira é utilizar sensores ligados ao corpo que são capazes de medir sinais fisiológicos, tais como frequência cardíaca, temperatura e frequência respiratória. Estes dispositivos podem ser anéis, relógios de pulso, braceletes e luvas. Uma segunda forma são os sensores no produto, onde o contato é mais natural. São sensores integrados nos produtos com os quais os usuários entram em contato durante a interação com o mesmo. Um exemplo citado é o de uma cadeira que captura a postura do corpo e seus movimentos para determinar o humor. Uma terceira forma de medir o humor é não usar nenhum tipo de contato com o usuário. Neste caso, são usados equipamento de áudio e reconhecimento facial e vocal, postura corporal, diâmetro da pupila e o tamanho das pálpebras. Porém este tipo de medição é limitado, porque, ao contrário das emoções, o humor não possui sua própria expressão facial. (EKMAN, 1994; DESMET, 2015). Por último a avaliação de humor pode ser realizada pela auto-expressão, que permite que as pessoas expressem como se sentem em dado momento. Exemplo um despertador que permite que a pessoa expresse como se sente ao acordar e um hotel que possibilita que seus hóspedes personalizem as configurações de iluminação, temperatura, cortina e trilha sonora de acordo com seu humor.

Sabendo qual o estado de humor a pessoa se encontra, torna-se mais fácil projetar para que ele seja bom a maior parte do tempo possível, e a tecnologia é uma aliada disto. Um exemplo trazido por Desmet (2015) é o projeto de uma borboleta que bate as asas de forma diferentes para acompanhar o estado de humor do usuário. Assim, a pessoa se conscientiza de como está se sentido e pode tentar ter o controle da situação associada à forma como se sente. O autor coloca que pessoas que possuem um bom humor têm a tendência de enxergar a vida de uma forma mais

positiva, e as pessoas que possuem um mau humor olham a vida com um olhar cinza, como se colocassem um óculos cujas lentes (estado de humor) fossem capazes de interpretar o mundo de diferentes formas.

No gráfico apresentado a seguir, Desmet (2015) apresenta a variação do humor e a relação com as situações inesperadas da vida. A linha vermelha representa as demandas do ambiente, que são constantes, pois as pessoas encontram-se sempre com desafios para superar. A linha verde representa o humor de cada indivíduo, que vai de um estado negativo até um positivo. O ponto em que as linhas se encontram é o equilíbrio e onde ocorre a mudança de humor. Antes do ponto de encontro, pode-se considerar que o indivíduo se encontra com um humor negativo e, após o ponto de encontro, que passa para um estado de humor positivo. Com este gráfico, fica clara a influência das características pessoais, pois a pré-disposição para enfrentar as demandas da vida são responsáveis pelo humor dos indivíduos. Se uma pessoa se encontra mais disposta, facilmente se sente mais apta para resolver os problemas e conseqüentemente a disposição melhora, por outro lado, sente-se incapaz de solucionar os problemas que a vida apresenta, seu humor tende a se tornar mais baixo.

Figura 4 – Níveis de Equilíbrio do Humor



Fonte: Adaptado de Desmet *et al.* (2015, p. 7).

Após esta breve apresentação, pode-se concluir que dificuldades significativas e estáveis na vida, como problemas de gestão financeira, têm potencial de interferir no humor das pessoas e, possivelmente, na qualidade geral de sua vida, ou no seu bem-estar, conceito discutido a seguir.

2.4 O Conceito de Bem-estar

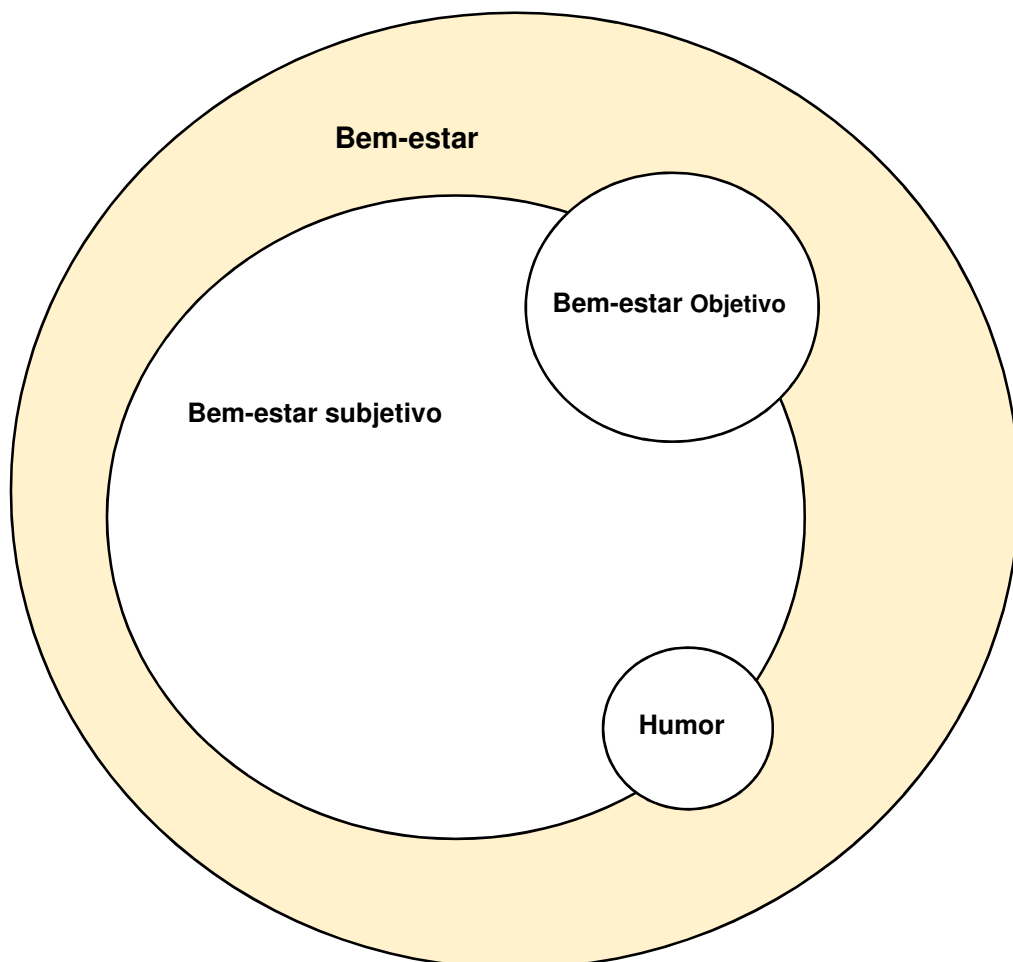
Existem na literatura duas classificações para o bem-estar: uma denominada como bem-estar objetivo e outra como bem-estar subjetivo. O bem-estar objetivo está associado às necessidades físicas, tais como alimentação, moradia, saúde física, etc. O bem-estar subjetivo (BES) está relacionado aos afetos positivos e negativos e a satisfação com a vida. (SANTANA; GODIM, 2016). O afeto Positivo “reflete prazer, bem-estar subjetivo, incluindo emoções como entusiasmo, inspiração e determinação”. (GALINHA; PEREIRA; ESTEVES, 2014, p.54). O afeto Negativo “reflete desprazer e mal-estar subjetivo, incluindo emoções como medo, nervosismo e perturbação.” (GALINHA; PEREIRA; ESTEVES, 2014, p.54). A ampliação no estudo do BES trouxe muitas nomeações para este conceito, tais como felicidade, satisfação e estado de espírito, podendo ser considerado como uma avaliação subjetiva da qualidade de vida. (ALBUQUERQUE; TRÓCCOLI, 2004).

Partindo de uma revisão de literatura, percebe-se que o BES é definido de diferentes formas. Embora haja ainda algumas discordâncias sobre a teoria estudada (ALBUQUERQUE; TRÓCCOLI, 2004), em muitos momentos são encontrados pontos em comum. Foi nos Estados Unidos que predominaram as primeiras pesquisas sobre o tema, como parte dos estudos da psicologia positiva, que se dedicou a estudar os diversos aspectos saudáveis da vida, incluindo o BES. Com a descoberta de que a cultura influencia o bem-estar, passou-se a ter interesse por estudos transculturais.

Siqueira e Padovam (2008) acreditam que o BES está ligado ao prazer e à felicidade e que sua composição é feita por três elementos: a satisfação com a vida, os afetos positivos e os afetos negativos, como descrito no início do capítulo. Gaspar e Balancho (2015) concordam com esta definição. Com relação aos afetos os autores atentam para a frequência em que são experienciados e não tanto para sua intensidade. Passar por mais situações de afeto positivo e menos por afeto negativo é um indicativo de BES. É importante lembrar que não há como deixar de viver situações que causem desprazer, mas a teoria sinaliza que se deve aumentar os afetos positivos em relação aos negativos. Passareli e Silva (2007) concordam com este estudo, afirmando que o fato de não experimentar emoções negativas com uma certa frequência é um fato representativo para o indivíduo relatar altos níveis de felicidade.

Junto a este conceito, Albuquerque e Tróccoli (2004) acreditam que o BES é uma avaliação que as pessoas fazem da própria vida, sendo individual a capacidade de medi-lo. Estudos tentam entender o seu funcionamento e fazem acreditar que a cultura, como visto anteriormente, e a hereditariedade influenciam nos níveis do BES. Com relação à cultura, o autor explica que o indivíduo é constituído socialmente por crenças, expectativas, etc. e não tem como separar os traços culturais de sua personalidade. Um exemplo de influência da cultura é que nas mais individualistas e ricas foram encontrados maiores níveis de felicidade, porém os estudos realizados em determinadas culturas não são possíveis de serem replicados, pois não há um grande número de nações envolvidas e sua extensão é pequena em relação as grandes distâncias geográficas. As relações entre bem-estar, bem-estar objetivo e subjetivo e humor podem ser observadas na Figura 5.

Figura 5 – Tipos de Bem-estar



Fonte: Elaborada pela autora.

Em síntese, a figura representa a composição do bem-estar, que é um conceito abrangente. Ele envolve o bem-estar subjetivo e o bem-estar objetivo. É evidente que ambos estão relacionados, pois a satisfação com a vida (aspecto subjetivo) pode ser influenciada, por exemplo, por problemas de moradia ou alimentação (aspectos objetivos). O humor, por fim, é considerado um influenciador do BES, devido ao seu caráter mais duradouro que as emoções, bem como suas influências na satisfação da pessoa com sua vida.

A seguir, encontra-se uma revisão sobre o *positive design*, que é uma das abordagens emergentes para dar suporte ao design para o BES.

2.5 Design para o Bem-estar

Steen (2016) considera que o design está seguindo um caminho que vai além da criação de produtos e serviços que beneficiam clientes e empresas, que está sendo usado também para promover uma mudança social positiva no bem-estar das pessoas. O autor considera o Design para o bem-estar um termo amplo e socialmente responsivo. Sendo relevante tanto para a sociedade quanto para a academia.

O autor diz que os governos tem a noção de que precisam desempenhar um papel na promoção do bem-estar, juntamente com o progresso econômico, está ganhando força e as maneiras pelas quais a tecnologia, inovação e design podem promover o bem-estar estão recebendo cada vez mais atenção acadêmica.

O autor propõe que o design para o bem-estar possa ser visto como um próximo passo na evolução do conhecimento em design – uma evolução que mudou da tecnologia e funcionalidade para usabilidade e experiência e que agora se move em direção a promoção do bem-estar – um passo que precisa ser mais avançado, investigado e desenvolvido e uma abordagem que precisa influenciar a prática de forma mais ampla.

Venâncio, Heemann e Chaves, (2012) dizem que uma das funções dos Designers é moldar o ambiente que é visto por eles, prevenindo contra o desperdício, tendo grande influência na maneira como os homens se envolvem com o mundo bem como com o seu futuro. Além disso, o primeiro significado de bem-estar pode ser a noção subjetiva de sentir-se bem e não apenas de não se sentir ruim, significa também o atendimento de necessidades (conscientes ou inconscientes) e podem estar ligadas

a três tipos: necessidades biológicas (bem estar físico) ou também chamado de bem estar objetivo, como já apresentado anteriormente, necessidades psicológicas (bem-estar mental) ou bem estar subjetivo que também foi apresentado anteriormente como bem-estar subjetivo e por último o atendimento às necessidades sociais (bem estar social). No âmbito do conhecimento científico, o termo “felicidade” foi traduzido como bem-estar subjetivo.

A psicologia positiva, surgida na década de 50 e consolidada nos anos 2000, foi a responsável pelo desenvolvimento do *positive design*. Barros, Martin e Pinto (2010) acrescentam que ela ajuda na tomada de decisão para uma vida mais feliz, mas nunca definindo o curso que a vida deve tomar. Nota-se que a flexibilidade perante os acontecimentos da vida deve ser considerada como algo inerente ao processo. Os autores acrescentam que sentimentos considerados como ruins na sua essência podem ter um caráter positivo, dependendo da situação em que estão inseridos, podendo ser uma forma de adaptação imediata ao ambiente. Por exemplo, a ansiedade pode servir como um alerta para alguma situação específica e facilitar a sua resolução. Com isso, pode-se concluir que generalizar os sentimentos como bons ou ruins pode ser um erro, pois eles devem ser analisados dentro de um contexto. Por este motivo, não é indicado negar os sentimentos ruins, mas sim utilizá-los da melhor forma, tornando a vida mais completa. A fim de dar suporte ao desenvolvimento do BES, surgiu o *positive design*.

O *positive design*, desenvolvido por Desmet e Pohlmeier (2013), tem como objetivo principal fazer com que o estado de felicidade² seja o mais duradouro possível. É um estado em que as pessoas mostram todo o seu potencial, crescendo como indivíduos e agindo para o bem da sociedade. A teoria não se preocupa em ajustar o que não está bem, as dificuldades das pessoas, como por exemplo, stress, ansiedade e depressão. Ela se preocupa em projetar para melhorar os aspectos saudáveis da vida, tais como: confiança, alegria, flexibilidade, humor, entre outros, fazendo com que a pessoa viva sua plenitude e agindo pensando no bem da sociedade.

Desmet e Pohlmeier (2013) explicam que os produtos podem auxiliar na conquista bem-estar subjetivo das pessoas, não pelo seu valor financeiro, como se acreditava antigamente, mas sim pela forma em que agregam na vida das pessoas,

² Termo utilizado pelos autores de forma intercambiável com BES.

pela sua contribuição na experiência de cada indivíduo. Um exemplo utilizado são os comerciais de loteria, que mostravam pessoas adquirindo bens de alto valor e sentindo-se realizadas em pagar caro por eles. Hoje, segundo os autores, a concepção mudou e o significado do produto tem mais valor do que o seu preço de mercado.

Dentro deste contexto, cabe salientar um aspecto importante do *positive design* apresentado pelos autores que é o caráter multi-componencial da felicidade. Neste caso, é possível compreender que muitos fatores influenciam na conquista da felicidade. Desmet e Pohlmeier (2013) apresentam três componentes principais para alcançar o bem-estar subjetivo: prazer, virtude e significância pessoal. Estes três componentes orientam no processo de design completo, exigindo do designer a formulação de um novo projeto que trará como resultado um efeito positivo, ajudando as pessoas a buscar seus objetivos, sendo moralmente boas. Este projeto visa encontrar um modelo mental que ajude a pessoas a organizar suas finanças pessoais de forma que se sintam bem em relação a elas, fazendo com que seja uma questão que não traga aspectos negativos para sua vida na maior parte do tempo. A felicidade é um processo e não uma meta a ser alcançada. Por isso, o *positive design* deve ser encarado como uma busca constante na vida de cada um. Outro aspecto importante no estudo dessa teoria é que o *link* existente ocorre entre a experiência em si e o *positive design*, não sobre o design e o *positive design*. O design é um meio para ajudar conquistar a felicidade.

Os autores ressaltam a importância de se avaliar o processo de design antes e depois de ocorrer para que ajustes necessários sejam feitos nos projetos, buscando ratificar que o bem-estar subjetivo seja alcançado. Nota-se seu caráter dinâmico e de aprimoramento constante.

O *positive design* é uma abordagem focada no usuário, isto é fundamental por que é o próprio usuário que estará apto para avaliar o seu bem-estar subjetivo. Desmet e Pohlmeier (2013). A partir do usuário, ele pode atingir a sociedade como um todo. Segundo os autores, esse é um tema inovador e com uma grande possibilidade de exploração no design, indo para um terreno ainda inexplorado e com possibilidades de criação de novos produtos.

Uma outra questão levantada por Barros, Martin e Pinto (2010) é a questão da avaliação, os autores consideram que apenas a autoavaliação seja muito pouco para

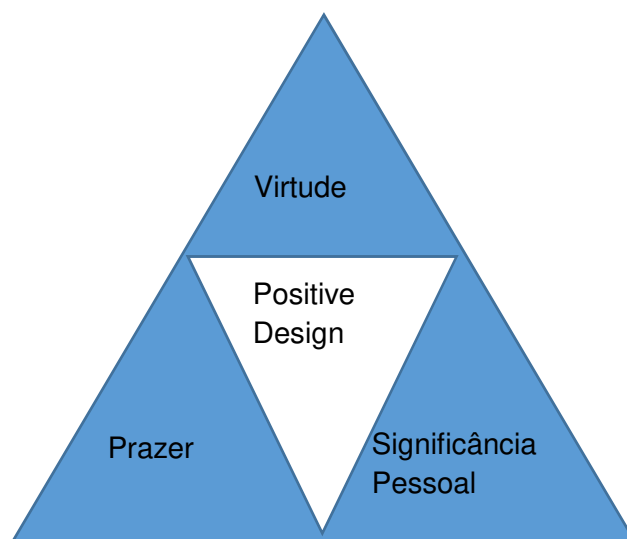
medir o grau de bem-estar subjetivo, devendo também usar entrevistas, registro de acontecimentos que ocorrem na vida, relatos dos parentes e amigos, etc.

A psicologia positiva tem sido usada com êxito em algumas áreas, promovendo mudanças no campo da saúde e em contextos educacionais, vocacionais e comunitários. Por estes motivos, uma avaliação rigorosa se faz necessária para que se possa saber como serão os efeitos de longo prazo. (BARROS; MARTIN; PINTO, 2010). Da mesma forma, as possibilidades de aplicação do *positive design* são diversas.

Nessa área, não se deseja projetar para que as pessoas sempre se sintam bem e nunca se sintam mal, o que não é uma característica do ser humano. O foco é projetar para que as pessoas atinjam todas as suas potencialidades, abraçando todas as dimensões da vida, entre elas as dificuldades, adversidades e oportunidades, utilizando o modelo descrito a seguir. (DESMET; POHLMAYER, 2013).

No âmbito do estudo de como o design afeta o bem-estar subjetivo, algumas ferramentas de avaliação adequadas são necessárias. Desmet e Pohlmeier (2013) apresentam o seguinte modelo:

Figura 6 – Estrutura do *Positive Design*



Fonte: Adaptado de Desmet e Pohlmeier (2013, p.7)

Cada um destes três componentes - Virtude, Prazer e Significância Pessoal - estimula de forma independente o bem-estar subjetivo, mas eles também podem estar relacionados entre si. Desmet e Pohlmeier (2013). Não é necessário que os três componentes sejam estimulados ao mesmo tempo. Um deles pode estar neutro, por

exemplo, porém não pode trazer nenhum aspecto negativo para a experiência dos indivíduos.

O design para promover o prazer é a soma dos prazeres momentâneos das pessoas, acontece no presente e é representado pelo estado de relaxamento, diversão, sentir-se livre de problemas. Ele foca nos prazeres, deixando de lado os aspectos negativos da vida. A expressão-chave deste componente é “experiência positiva”.

Cabe ressaltar, segundo os autores, que se as pessoas perseguem apenas o prazer, podem tornar-se hedonistas e, assim sendo, incapazes de encontrar o bem-estar. Da mesma forma, se pensarem somente nas aspirações futuras, sem preocupação com os prazeres momentâneos, podem tornar-se pessoas miseráveis. Por estas razões, os autores sugerem o equilíbrio como sendo o estado de satisfação plena.

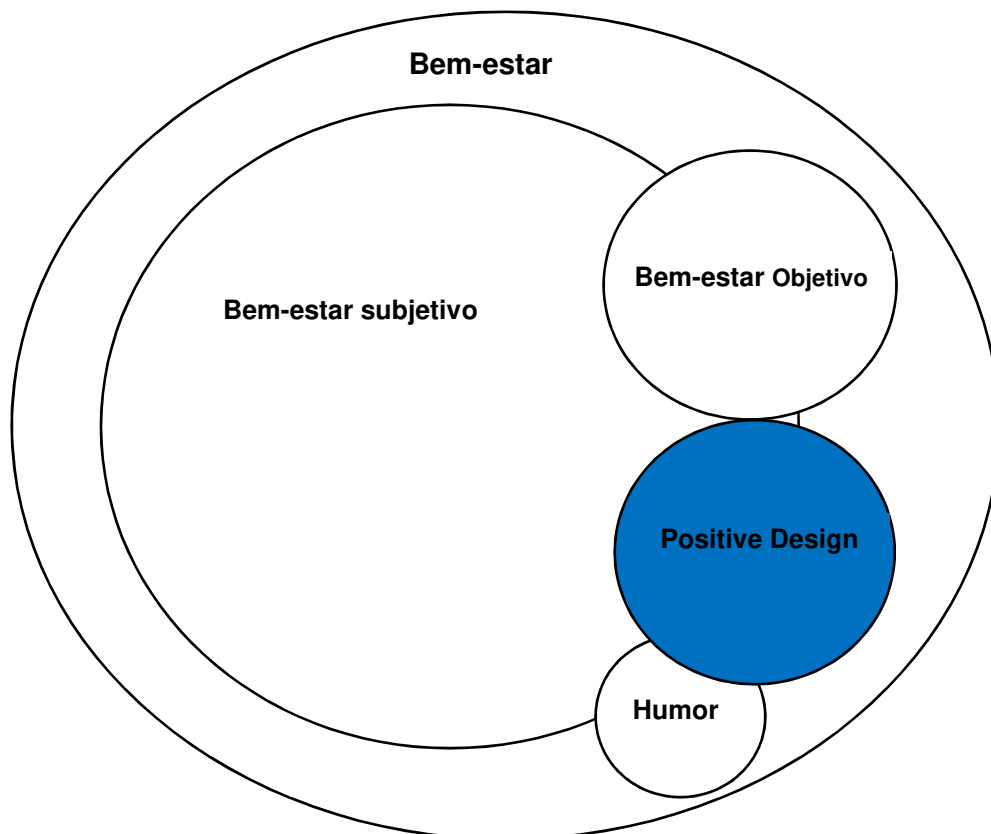
O design para significação pessoal aborda a felicidade vinda de um sentido que a própria pessoa considera importante para a sua vida. Desta vez o foco muda do momento para os objetivos pessoais, que podem ser de longo ou curto prazo. Os autores exemplificam este conceito com instrumentos musicais que permitem o desenvolvimento de um talento e sapatos que ajudam a realizar uma corrida melhor, pois ajudam na técnica. A forma como as pessoas utilizarão os produtos em prol de seus objetivos pessoais é que despertará o bem-estar subjetivo, neste componente. A liberdade para correr atrás de suas metas é de suma importância no desenvolvimento da significação pessoal. A expressão-chave deste componente é “perseguir metas”.

No Design para virtudes, o foco muda para um comportamento moralmente aceito pela sociedade, em que questionamentos como “Estou me comportando honradamente?” começam a ganhar importância na vida das pessoas. Distinguir o que é bom do que é ruim ganha força, segundo os autores. Na plenitude do uso deste componente, as pessoas entendem que existe um modo ideal de comportamento, ou um senso de excelência para se levar uma vida virtuosa. São exemplos destes ingredientes para o bem-estar subjetivo a filantropia, ajudando as instituições de caridade favoritas, ou até mesmo a utilização de óculos que facilitam a leitura e a aprendizagem. O exercício da gratidão também é um exemplo do design para virtude. (DESMET; POHLMAYER, 2013).

Seligman (2002) propõe três critérios para definir uma virtude, são eles: ser valorizada em todas as culturas; valorizada por si própria e maleável. O autor também cita seis virtudes principais, aceitas em todas as culturas e grupos religiosos, são elas: sabedoria e conhecimento, coragem, amor e humanidade, justiça, temperança e espiritualidade e transcendência.

Após a apresentação dos três elementos fundamentais do *positive design*, cabe situá-lo como sendo o ponto de encontro destes três elementos - Virtude, Prazer e Significância Pessoal. É nesta interseção que as pessoas apresentam todo o seu potencial de felicidade na vida. Em alguns casos pode se considerar que um determinado produto não estimule determinado componente, estando num estado neutro, o que não deveria ocorrer, nessa abordagem, é ter uma influência negativa.

Figura 7 – Proposta do *Positive Design*



Fonte: Elaborada pela autora.

Nesta representação gráfica, encontra-se os mesmos itens da figura 3, porém incluiu-se o *Positive Design*. Neste contexto, encontra-se o bem-estar subjetivo e o humor como ênfases dos projetos nesta teoria. O bem-estar objetivo não está

relacionado com o bem-estar em foco no *positive design*, já que trata de aspectos tangíveis já trabalhados em outros projetos.

No próximo capítulo serão apresentadas as visões de diferentes autores sobre o tema finanças pessoais, tema relevante para a obtenção do bem-estar subjetivo. Será possível identificar pontos em que as finanças pessoais podem trazer satisfação com a vida, possibilitar afetos positivos e evitar ou reduzir afetos negativos no dia-a-dia das pessoas.

3 EDUCAÇÃO FINANCEIRA E FINANÇAS PESSOAIS

Neste capítulo será apresentado o conceito de educação financeira, abordando temas como a falta de conhecimento dos brasileiros em relação a finanças e questões relacionadas ao endividamento.

3.1 O Que É Educação Financeira?

A educação financeira pode ser entendida segundo Olivieri (2013), como um processo de aprendizagem constante, em que cada indivíduo toma decisões continuamente em relação as finanças e busca viver equilibradamente com o seu dinheiro. Paiva (2013) concorda com este conceito, principalmente no que diz respeito a tomada de decisões diárias. Olivieri (2013) acredita que só a vivência e a experiência são capazes de desenvolver o conhecimento em finanças pessoais. Complementando este pensamento, Cavalcante, Melo e Almeida (2014) acreditam que um bom planejamento das finanças pessoais pode ser um forte aliado para o indivíduo não cair em situações de desconforto gerado pelo endividamento. Para o Banco Central do Brasil – BACEN (2019) o conhecimento sobre finanças pessoais é um processo que envolve as pessoas e a sociedade a melhorarem sua qualidade de vida, promovendo o desenvolvimento competências necessárias para tomarem decisões conscientes relativas a gastos, poupança e crédito

Pode-se inferir que tanto a prática quando o planejamento, requerem um conhecimento técnico aprofundado e são um diferencial na busca de um ponto ótimo com relação com as finanças. Por isso, aprender a educar os próprios gastos pessoais é uma tarefa que deve ser levada ao conhecimento de todos. Segundo Steen (2016) o Consumo de muitos bens materiais, não promove o bem-estar, pelo contrário, pode até impedi-lo. Deve-se considerar que as finanças pessoais são íntimas e que cada indivíduo possui a sua particularidade, o que deve ser levado em conta quando se estuda a educação financeira. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) (2005) considera que sua implementação deverá levar em conta aspectos econômicos, sociais, fatores demográficos e culturais, variando de país para país e acrescenta que existem diversos métodos para desenvolver com sucesso a educação financeira em um público específico. Paiva (2013) complementa que a

educação financeira é capaz de criar uma mentalidade adequada em relação ao dinheiro, gerando uma relação saudável com ele.

Alguns autores, como Olivieri (2013) e OECD (2005) consideram que o tema deva ser empregado nas escolas e que desde os primeiros anos de vida ele já faça parte dos conhecimentos a serem aprendidos. Ao contrário disto, pesquisas mostram que não há estudo suficiente do tema nas escolas, nas universidades (PAIVA, 2013) e nem mesmo no núcleo familiar (GRAF, C.; GRAF, M., 2013).

Segundo OECD (2005), devem ser estimulados os programas financeiros que ajudam os consumidores financeiros a conhecerem os fatos e os riscos inerentes ao processo, considerando que mais pesquisas sobre economia comportamental devem ser promovidas. Todo este empenho em manter um equilíbrio nas contas pessoais tem um propósito maior. Segundo Graf, C. e Graf, M. (2013) as pessoas são mais felizes quando estão com as contas em dia, não necessariamente pelo fato de possuírem mais dinheiro, mas por estarem aptas a realizar seus projetos com uma certa facilidade, devido a um planejamento prévio. Outro fator a ser considerado é o aumento na expectativa de vida da população, tanto no país quanto no mundo. Dessa forma, o assunto sobre finanças pessoais torna-se mais relevante. (SILVA; SILVA NETO; ARAÚJO, 2017).

Devido ao contexto apresentado, verifica-se que o conhecimento em finanças pessoais pode ser um diferencial para as pessoas, mas sabe-se que seu ensino não é difundido no Brasil. A seguir apresenta-se alguns aspectos deste tema.

3.2 Falta de Conhecimento e Orientação Financeira do Brasileiro

Os autores estudados neste projeto compartilham a ideia de que os brasileiros não possuem conhecimentos financeiros suficientes para gerir com saúde as suas contas. Conforme pesquisa realizada por Silva, Silva Neto e Araújo (2017), 41% das pessoas possuem um baixo nível de educação financeira, enquanto apenas 19% classificaram com alto nível de conhecimentos financeiros. Na amostra pesquisada, metade dos entrevistados possui pós-graduação, o que caracteriza pessoas com um bom nível cultural. Com este resultado, os autores concluem que escolaridade não se relaciona com o nível de educação financeira.

Outro dado estudado foi que, entre os casados ou em união estável, foram encontrados os menores níveis de conhecimento sobre finanças pessoais, o que

justifica as considerações referentes a baixa influência da família no tema tratado. Estes dados reforçam as considerações de Paiva (2013), que sinaliza que tais conhecimentos são deixados de lado pelas escolas e famílias brasileiras. Cavalcante, Melo e Almeida (2014) ponderam que as principais ações na área de educação financeira no Brasil são provenientes de ações governamentais, instituições financeiras e de ensino, associações e mídia, o que justifica o porquê de muitas pessoas aprenderem finanças pessoais nas experiências vividas.

Esta falta de conhecimento em finanças pessoais pode ser explicada também pela distorção na percepção de risco dos entrevistados, já que acreditam, por exemplo, que investimento em ações é uma aplicação de nenhum ou baixo risco (34,20%) e que apostar na loteria é uma escolha de nenhum ou baixo risco (36,2%). Com estes resultados pode-se inferir o baixo nível de conhecimento financeiro da amostra. Segundo Cavalcante, Melo e Almeida (2014), esta falta de conhecimento não está ligada à renda da pessoa, pois se esta ganhar um aumento também não saberá lidar com ele. Segundo pesquisa realizada por Santos (2017), as manchetes de capas de jornais pressupõem que os leitores não têm condições de gerir os próprios gastos.

A falta de conhecimento no tema tratado é um tema relevante para fomentar maneiras de sanar esta lacuna na sociedade. Desse modo o design para o bem-estar poderia ser um caminho de aprendizagem para que as pessoas consigam aprender mais sobre finanças pessoais, gerindo seus recursos de forma a aprender uma nova forma para encontrar o bem-estar subjetivo duradouro nesta área da vida. Junto a este vazio detectado por pesquisas, estão a influência negativa da mídia pelo consumismo. Cabe ressaltar que a mídia, assim como estimula o consumismo, também ensina a gerir as finanças pessoais, segundo Cavalcante, Melo e Almeida (2014). Cabe considerar este paradoxo.

Olivieri (2013) considera o avanço da tecnologia e o os meios de comunicação como fortes fatores de estímulo ao consumismo. Segundo a autora, esses meios invadem as residências das pessoas, desencadeando uma necessidade de “ter” muito forte. Cavalcante, Melo e Almeida (2014) fazem a seguinte distinção: consumo é algo vital a subsistência do ser humano e consumismo está ligado a desejos a serem satisfeitos.

Referindo Cerbasi (2012), Graf, C. e Graf, M. (2013) destaca que a questão cultural no Brasil é muito forte e que os brasileiros aprendem a consumir e não

economizar. Eles acreditam que para serem aceitos em grupos sociais precisam estarem bem vestidos com objetos da moda, tecnologia avançada, etc. Isto vai de encontro as práticas da educação financeira que visa um consumo consciente baseado em suas próprias necessidades e possibilidades e não no endividamento, conforme discutido na subseção a seguir.

3.3 Nível de Endividamento da População

Quando a inflação estava acelerada, por volta dos anos 80, as pessoas se viam obrigadas a adquirir os bens de consumo necessários o mais rápido possível, para que seu salário não perdesse o valor e, conseqüentemente, o poder de compra. Nos dias de hoje, com a inflação mais controlada, não se faz necessário este tipo de conduta, pois os preços não aumentam tão rapidamente. No entanto, as pessoas continuam com o hábito de consumir, principalmente porque a oferta de crédito aumentou e o estímulo ao consumo também. (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009).

Neste contexto destaca-se a o valor agregador de conhecer números e saber interpretá-los, transformando em informação útil para a saúde das finanças pessoais. Cabe ressaltar que indivíduos financeiramente educados fazem a diferença na economia. Um dos motivos é a geração de poupança, que é uma das fontes de financiamento para a economia, afirma Claudino, Nunes e Silva, (2009).

Olivato e Souza (2007) definem endividamento como o acúmulo de dívidas que comprometem uma parcela significativa de seu salário e demais rendas para cumprir os compromissos financeiros que foram adquiridos. Segundo SERASA Experian [2019] 63 milhões de consumidores encontravam-se endividados em março de 2019, o que representa 40,3% da população adulta do Brasil. Somando-se a isso, Mette (2016) considera que quanto maior/menor o nível de conhecimento financeiro, maior/menor será a propensão de compra a prazo, pois, ao analisar as opções de parcelamento com juros e descontos, o indivíduo terá a tendência de não realizar compras à prazo.

Através da pesquisa realizada por Silva, Silva Neto e Araújo (2017), foi constatado que os servidores públicos, por possuírem uma certa estabilidade no emprego possuem um nível de risco baixo para concessão de crédito. Isso implica numa facilidade maior em conseguir crédito junto ao mercado, porém aliado a um baixo risco de crédito e ao pouco domínio sobre as finanças pessoais o endividamento

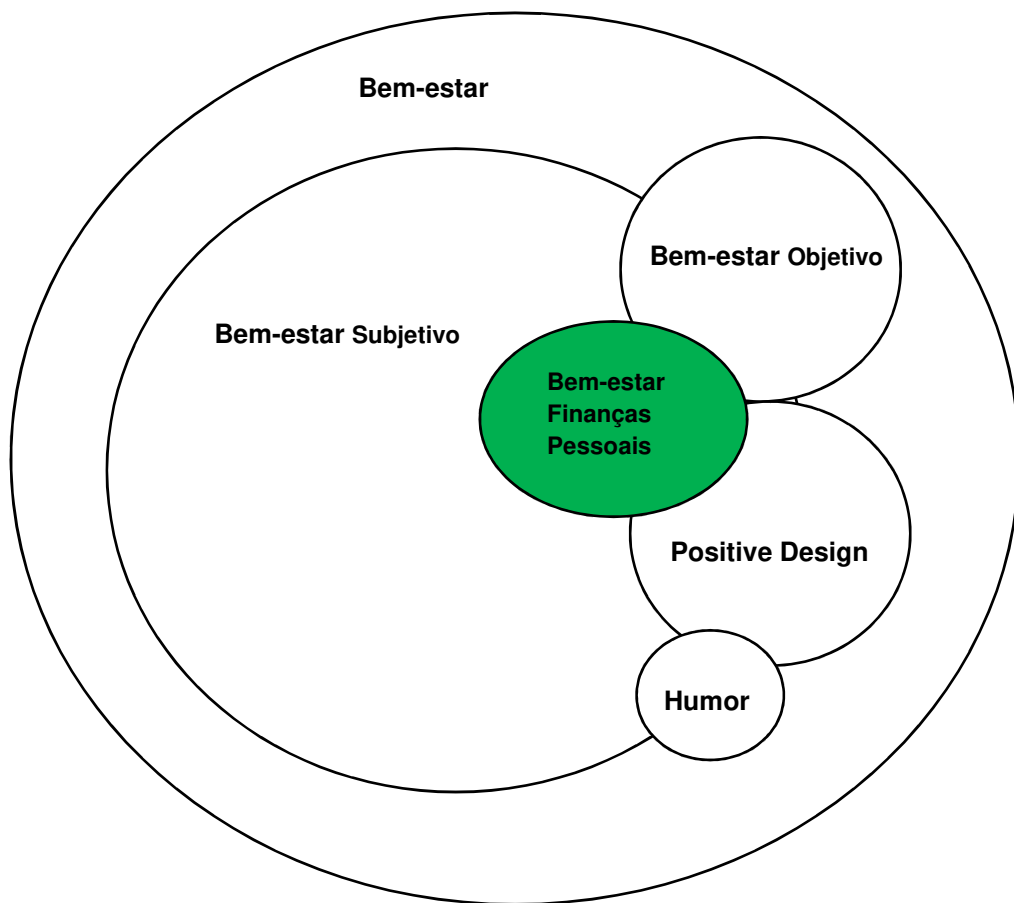
acaba sendo um fato que dificulta a boa gestão de seus recursos. Graf, C. e Graf, M. (2013) complementam que hoje em dia pessoas sem dinheiro têm muita facilidade de comprar, considerando crediários e acesso ao crédito. Devido a esta facilidade, as pessoas não avaliam a real necessidade de consumo e acabam se endividando sem necessidade.

Outro fator que facilita o endividamento são as questões de mercado: empresas com necessidades de venda para girar seus estoques e se manterem no mercado acabam criando um ciclo operacional que relaciona desejo, necessidade, consumo, endividamento e inadimplência. (OLIVATO; SOUZA, 2007). Este estímulo ao consumismo deve ser cauteloso para que não ocorra nenhum prejuízo à liquidez da empresa, por isso deve estar sempre girando saudavelmente e como consequência disto o endividamento da população tende a aumentar.

Outra contribuição de Olivato e Souza (2007) é em relação ao significado que as pessoas atribuem ao dinheiro. Este significado pode ser de total relevância no comportamento dos indivíduos, fazendo com que eles tenham diferentes visões sobre os aspectos de gastar, investir, economizar e doar. O que pode ser fonte de prestígio para alguns, pode ser fonte de grandes sofrimentos para outros.

Além dos significados atribuídos ao dinheiro, o estágio de vida das pessoas tende a interferir nas finanças pessoais. Será apresentada, a seguir, a relação entre o bem-estar e o design com as finanças pessoais.

Figura 8 – Relação do Bem-estar e do Design com as Finanças Pessoais



Fonte: Elaborada pela autora.

Nesta figura, representa-se o espaço das finanças pessoais posicionado em relação aos aspectos teóricos do estudo. A principal teoria estudada e a mais abrangente está ligada ao bem-estar. Esta teoria possui algumas interpretações, mas na presente Dissertação optou-se por trabalhar com os seguintes conceitos: o primeiro a ser apresentado na figura acima é o mais simples e de fácil entendimento, é denominado bem-estar objetivo. Ele representa os aspectos físicos do bem-estar, tais como alimentação adequada, moradia, higiene entre outros, por outro lado o bem-estar subjetivo, foco da presente Dissertação, é mais amplo e requer mais esforço no entendimento, e apesar de ter ligação com o conceito anterior, não possui a mesma definição. O bem-estar subjetivo alia os planos para o futuro juntamente com os afetos positivos e negativos. (SANTANA; GODIM, 2016). Enquanto projeto este modelo possibilita a maximização dos afetos positivos e minimização dos aspectos negativos, e está relacionado com a frequência em que ocorrem e não com a intensidade, por

isso seu caráter mais duradouro. Em termos gerais o bem-estar subjetivo pode estar ligado a sensação felicidade. Além desta teoria o *positive design* (DESMET; POHLMEYER, 2013), que representa uma das visões do design sobre o bem-estar, traz contribuições que complementam este estudo, levando em conta as virtudes a significância pessoal e o prazer.

O humor (DESMET, 2015) está representado em menor proporção, seu conceito leva em consideração a capacidade de enfrentar os desafios da vida, quanto maior esta capacidade, mais chances de enxergar a vida de forma positiva.

Dado estes conceitos teóricos sobre as diferentes visões sobre o tema, o design para o bem-estar nas finanças pessoais é posicionado sobre os conceitos de bem-estar objetivo, subjetivo e *Positive Design*. Considerando esta sobreposição, é possível identificar contribuições das teorias apresentadas com o estudo das finanças pessoais, reforçando a noção que o design contribui para a melhoria de sua prática. Com relação ao bem-estar objetivo pode-se observar que uma pessoa com alimentação inadequada e sem uma moradia digna não consegue estar bem consigo mesma. Sob outro aspecto, um indivíduo que não consegue realizar seus projetos de vida e possui sensações com relação a sua capacidade de consumo muito abaixo das suas necessidades pessoais não consegue sentir-se bem com os recursos financeiros que possui, não atingindo o bem-estar subjetivo. Neste sentido os afetos positivos tornam-se pequenos em relação aos negativos. Encontramos também a influência do *positive design* que, como mostra a figura, não tem nenhuma relação com o bem-estar objetivo, mas tem como base o bem-estar subjetivo. De acordo com os três pilares que o compõe, contribui, no sentido de relacionar as virtudes com a importância de ter uma relação digna com o dinheiro, o prazer, que indica que deve-se consumir de acordo a satisfazer as necessidades pessoais e a significância pessoal que indica que o consumo deve estar ligado a ter um significado maior na vida de cada um. O entendimento destes conhecimentos poderá trazer um novo olhar sobre as finanças pessoais, no sentido de serem um facilitador do bem-estar através do Design.

4 MÉTODO

Neste capítulo será descrita como foi desenvolvida a pesquisa, bem como a característica dos participantes e da coleta e análise de dados. A seguir será apresentado o quadro que sintetiza a forma como foram obtidos os resultados da pesquisa.

Quadro 1 – Procedimentos para Obtenção dos Resultados da Pesquisa

<p>Objetivo Geral Compreender como o design para o bem-estar pode estimular a saúde financeira.</p>		
<p>Objetivo Específico 1 Entender as relações entre finanças pessoais e os estudos em design sobre o bem-estar subjetivo (afeto positivo, afeto negativo e satisfação com a vida).</p>	<p>Objetivo Específico 2 Avaliar de que forma os artefatos utilizados pelos entrevistados estão relacionados à saúde financeira.</p>	<p>Objetivo Específico 3 Identificar diretrizes de design para o bem-estar para a promoção da saúde financeira.</p>
<p>Procedimento metodológico 1 Pesquisa exploratória com 11 participantes e análise de conteúdo.</p>	<p>Procedimento metodológico 2 Pesquisa exploratória com 11 participantes e análise de conteúdo.</p>	<p>Procedimento metodológico 3 Triangulação com 2 designers com 4 horas de duração.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

4.1 Tipo de Estudo: Pesquisa Exploratória

A pesquisa exploratória é um tipo de pesquisa que tem como objetivo buscar elementos para conhecer melhor determinado assunto que não possui uma base de informações sólidas. Trata-se de um método para a realização pesquisas sobre temas ainda pouco explorados pelos pesquisadores e que busca encontrar novos conhecimentos para o tópico estudado. (AAKER; KUMAR; DAY, 2011).

No tema estudado neste trabalho, esta é a forma mais indicada para realizar a pesquisa, pois se trata de um tópico pouco estudado no Design. Não existe um modo consolidado de se projetar para o bem-estar subjetivo por meio das finanças pessoais. Esta pesquisa busca compreender de que forma os artefatos podem estimular a organização de finanças pessoais, de modo que apenas a abordagem indicada permite explorar o tópico em profundidade.

4.2 Participantes

A fim de contar com a colaboração de públicos com diferentes perspectivas e experiências sobre o tema em foco, os usuários foram escolhidos mediante resposta de um formulário com algumas questões relativas ao seu perfil pessoal de consumo (ver Apêndice A). Em síntese, os perfis podem ser classificados da seguinte forma:

- a) Perfil A: Gasta mais do que ganha e tem contas extras para pagar;
- b) Perfil B: Gasta dentro do limite do seu salário e não possui reserva financeira;
- c) Perfil C: Gasta dentro do limite do seu salário e possui reserva financeira;
- d) Perfil D: Gasta menos do que recebe e está montado um fundo de reserva.

Os perfis A e B diferem porque o primeiro possui obrigações financeiras que excedem os seus recebimentos, e o segundo consegue pagar as suas contas com o seu próprio salário. Já o perfil C difere dos anteriores porque possui reserva de emergência e o perfil D se destaca por gastar menos do que ganha e consequentemente possuir reserva financeira.

Foi priorizada a diversidade de pessoas – poupadoras ou não – conforme as questões filtros indicadas no referido anexo. Foi realizado o cruzamento de dados levantados com as entrevistas com a teoria estudada para tentar chegar a um entendimento que possibilite ao usuário encontrar uma forma de organizar seus recursos financeiros.

Os entrevistados têm perfil heterogêneo, apresentando as seguintes características:

- e) Economicamente ativos;
- f) Solteiros, casados ou separados;
- g) Idade entre 24 e 40 anos;
- h) Habitantes de Porto Alegre.

Serão apresentadas a seguir as características dos entrevistados, no que diz respeito a sexo, idade, estado civil e classificação conforme Apêndice A. Cabendo ressaltar que a classificação em cada perfil financeiro se refere ao que considera a própria pessoa sobre a sua condição financeira. Segue o quadro com os perfis:

Quadro 2 – Perfil dos Participantes

Identificação no Texto	Idade	Gênero	Estado Civil	Natureza da Ocupação	Perfil Financeiro
Entrevistado 1	31	Feminino	Casada	Profissional liberal	C
Entrevistado 2	34	Masculino	Casado	Empresário	D
Entrevistado 3	27	Masculino	Solteiro	Funcionário empresa privada	D
Entrevistado 4	24	Feminino	Solteira	Funcionária de empresa privada	C
Entrevistado 5	25	Feminino	Casada	Profissional liberal	B
Entrevistado 6	40	Feminino	Casada	Funcionária pública	D
Entrevistado 7	34	Feminino	Separada	Funcionária de empresa privada	C
Entrevistado 8	26	Feminino	Solteira	Profissional liberal	B
Entrevistado 9	26	Feminino	Solteira	Profissional liberal	A
Entrevistado 10	25	Feminino	Solteira	Funcionária de empresa privada	A
Entrevistado 11	33	Masculino	Solteiro	Profissional liberal	A

Fonte: Elaborado pela autora.

Cabe ressaltar que os perfis de pessoas casadas e solteiras foram escolhidos com base na visão de Graf, C. e Graf, M. (2013). Segundo Olivato e Souza (2007), as pessoas atribuem um significado diferente ao dinheiro. O objetivo é estar próximo ao

pensamento sobre finanças pessoais da amostra estudada para poder encontrar soluções adequadas.

O público ficou compreendido entre 24 e 40 anos porque entende-se alguns estão em início de uma vida profissional ativa e outros já mais maduros na profissão, o que tem potencial para enriquecer a diversidade da pesquisa exploratória.

Segundo Cerbasi (2012) e Graf, C. e Graf, M. (2013), a questão cultural merece destaque, tendo em vista que os brasileiros têm a tendência a consumir e não economizar. Considera-se que para a pesquisa é mais adequado pesquisar uma região específicas, a fim de não ter efeito confuso de traços culturais.

Foram entrevistados ao todo 11 pessoas, pois a partir deste número foi observado que as entrevistas deixaram de trazer novas informações. Entrevistas foram realizadas, portanto, até que se considere que novos conteúdos deixaram de emergir nas falas das pessoas.

4.3 Técnicas e Procedimentos para Coleta de Dados

Em um primeiro momento, o projeto foi avaliado e aprovado por um comitê de ética em pesquisa. A partir da aprovação, foram realizados os procedimentos a seguir.

Os procedimentos de coleta de dados iniciaram com o recrutamento dos participantes. As pessoas foram recrutadas por conveniência, o que, segundo Aaker, Kumar e Day (2011), significa entrar em contato com indivíduos que sejam convenientes por proximidade com o pesquisador.

Considerando a particularidade de o tema envolver a investigação de um aspecto íntimo da vida, escolheu-se a seleção de participantes por conveniência para viabilizar que verbalizações aprofundadas possam ocorrer, tendo como base um ambiente de confiança para o entrevistado.

Após a identificação e o recrutamento, antes da realização da coleta de dados, foi utilizado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Anexo A) para garantir anonimato e sigilo aos participantes. O termo foi lido em conjunto com as pessoas e neste momento foram sanadas quaisquer dúvidas sobre a pesquisa.

Foram agendados locais reservados, tais como espaços de trabalho e espaços públicos. A coleta de dados ocorreu de forma individual, por meio de entrevistas em profundidade.

As entrevistas individuais em profundidade, segundo Aaker, Kumar e Day (2011), foram utilizadas para obter *insights* criativos para os projetos que serão aplicados no público a ser estudado. Possui a característica de ser realizada frente a frente com o participante, momento no qual o tema a ser estudado é explorado em detalhes. A escolha da técnica de coleta de dados deve-se ao fato de as finanças pessoais serem um tema da esfera privada na vida das pessoas, de modo que uso de técnicas grupais, como o grupo focal, torna-se inadequado.

A abordagem da entrevista foi semiestruturada. Nela, o pesquisador procurou descobrir questões sobre assuntos previamente selecionados para a entrevista. Um dos desafios deste tipo de entrevista foi estabelecer empatia e uma atmosfera confiável desde o início da conversa. O roteiro de entrevistas foi elaborado em diferentes blocos, considerando os objetivos da pesquisa:

- a) Identificação do participante, conhecimentos e experiência com gestão das finanças (aprofundamento do conhecimento sobre a pessoa entrevistada);
- b) Afetos positivos decorrentes da sua forma atual de organização das finanças (referência à vivência de emoções positivas do bem-estar subjetivo);
- c) Experiências emocionais negativas decorrentes da maneira com que organiza suas finanças (relativo a emoções negativas contempladas no modelo do bem-estar subjetivo);
- d) Percepções da contribuição das finanças para os planos de longo prazo e como podem contribuir com a satisfação com a vida (referência ao elemento de satisfação com a vida do bem-estar subjetivo);
- e) Uso de artefatos (aplicativos, serviços, entre outros) que podem contribuir, na percepção do entrevistado, para a gestão de suas finanças.

O roteiro das entrevistas pode ser observado no Apêndice B. Elas foram gravadas em áudio, mediante autorização dos participantes, para posterior análise.

Este projeto foi aprovado pelo comitê de ética da Unisinos no processo de número: CAAE 96.890.818.5.0000.5344 parecer 2.930.244.

4.4 Técnicas e Procedimentos para Análise de Dados

Com base nas transcrições das entrevistas, foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo. Esta técnica, segundo Campos (2004), refere-se ao estudo dos conteúdos nas figuras de linguagem, nas reticências e nas entrelinhas. Tem como

objetivo encontrar o sentido do texto analisado. Outro aspecto a ser considerado no uso desta técnica é que nem sempre o que se ouve é o que o entrevistado quer expressar, podendo existir uma mensagem que pode ser deduzida, pois nem sempre os significados são expressos com clareza. Neste contexto deve-se entender que a interpretação dos dados não deve ser levada ao extremo de um formalismo com relação a técnica nem para um lado muito subjetivo.

A análise de conteúdo é composta por 3 fases:

- a) Fase de pré-exploração do material: são realizadas leituras do material coletado, sem uma maior preocupação com a compreensão detalhada. Neste momento, são as ideias principais e seus significados que são procurados.
- b) Seleção das unidades de análise: neste momento, o pesquisador é orientado pelas questões de pesquisa a serem respondidas, podendo haver várias questões de cortes a serem utilizadas. Sentenças e frases para análise são destacadas do texto completo.
- c) O processo de categorização e sub-categorização: nesta parte há uma classificação por diferenciação e seguidamente um reagrupamento.

As três categorias, quando utilizadas, podem exprimir significados e ajudar a elaborar questões importantes que venham a atender o objetivo de estudo, criando novos conhecimentos e uma visão nova sobre o tema pesquisado.

Foi feita a escuta das entrevistas e respectiva transcrição. Após os dados foram comparados para encontrar pontos em comuns e características peculiares dos perfis, com base nestes fatos foram feitas análises dos dados para encontrar um modelo preliminar de funcionamento das finanças pessoais na população estudada.

A Análise de Conteúdo foi realizada com base em categorias teóricas definidas a priori, a saber: estímulos positivos com relação a vida financeira, experiências negativas proporcionadas por ela e suas contribuições para a satisfação com a vida além de verificar a forma de utilização dos artefatos como recurso para auxiliar na organização financeira. Elas foram baseadas nos estudos de Santana e Godim (2016).

Foi realizada, após a Análise de Conteúdo, uma triangulação dos resultados para a geração de diretrizes projetuais com dois designers, sendo um da área de tecnologia e outra com graduação dupla em design gráfico e de produto. Os referidos designers possuem Mestrado em Design Estratégico pela Universidade do Rio dos

Sinos - UNISINOS. Apenas as diretrizes projetuais foram elaboradas sem definição a priori. Elas foram desenvolvidas em uma reunião de quatro horas de duração.

A escolha dos profissionais de design com diferentes perfis deveu-se às características dos resultados da Análise de Conteúdo. Como muitos artefatos referidos pelos entrevistados foram digitais, optou-se por convidar um pesquisador da área de tecnologia. A designer com formação em design gráfico e de produto foi convidada a fim de contemplar as diversas áreas de aplicação do Design. Vale ressaltar que ambos têm familiaridade com o tema da pesquisa (bem-estar subjetivo).

A fim de facilitar a triangulação, foram elaborados *cards* com falas dos entrevistados para cada categoria. Elas foram entregues e discutidas com os designers no momento da triangulação e foram dispostos, ainda, como falas de exemplo no capítulo seguinte: análise e discussão dos resultados.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O bem-estar subjetivo (BES), conforme foi discutido na fundamentação teórica desta dissertação, é composto por satisfação com a vida, afetos positivos e afetos negativos, segundo Santana e Godim (2016). O afeto Positivo “reflete prazer, bem-estar subjetivo, incluindo emoções como entusiasmo, inspiração e determinação”. (GALINHA; PEREIRA; ESTEVES, 2014, p. 54). O afeto Negativo “reflete desprazer e mal-estar subjetivo, incluindo emoções como medo, nervosismo e perturbação”. (GALINHA; PEREIRA; ESTEVES, 2014, p. 54). Gaspar e Balancho (2015) concordam com esta definição. Com relação aos afetos os autores atentam para a frequência em que são experienciados e não tanto para sua intensidade. Passar por mais situações de afeto positivo e menos por afeto negativo é um indicativo de BES. É importante lembrar que não há como deixar de viver situações que causem desprazer, mas a teoria sinaliza que se deve aumentar os afetos positivos em relação aos negativos. Este foi o tema central desta pesquisa, que foi realizada com um grupo de pessoas de diferentes perfis financeiros, conforme exposto no método. Na pesquisa, o intuito foi compreender de que forma a gestão das finanças pessoais pode estar relacionado com o BES e com o design, por meio de artefatos projetados. A seguir, o leitor encontra a análise e a discussão dos resultados, inicialmente organizados pelos componentes do BES – satisfação com a vida (5.1), e afeto positivo e negativo (5.2) – e, em seguida, (5.3) uma discussão sobre a forma com que os artefatos mediam essas experiências existentes e (5.4) um delineamento de diretrizes projetuais a partir dos resultados.

5.1 Satisfação com a Vida

Na categoria “satisfação com a vida”, uma série de planos para o futuro emergiu. Cinco subcategorias foram observadas: viajar, constituir família, trabalhar, viver de rendimentos e estudar.

Na primeira subcategoria, denominada viajar, os entrevistados relataram que gostariam de viajar. Muitos citaram, por exemplo, desejo de viajar pelo menos uma vez por ano para o exterior. No exemplo a seguir podemos identificar este desejo, relacionado a extrapolar as experiências ordinárias, conforme relato do entrevistado 5:

Figura 9 – Card 1: Planos para o Futuro - Viagem



Fonte: Avatares... (c2019)

Para viajar, existe a necessidade de uma reserva financeira para custear gastos. Este investimento na vida pessoal requer uma verba pontual, destinada para este fim. O valor gasto, se planejado com antecedência, para muitos, facilita o atingimento deste objetivo. Aqui entra um aspecto facilitador, que é o entendimento da diferença entre consumo e consumismo. Cavalcante, Melo e Almeida (2014) fazem esta distinção. Para o autor Consumo é algo vital a subsistência do ser humano e consumismo está ligado a desejos a serem satisfeitos. Neste aspecto uma viagem planejada com antecedência e compras ligadas ao conceito de consumo, torna-se mais facilmente realizável. Neste caso os gastos são fáceis de serem projetados e é necessário apenas uma reserva de emergência. Pesquisar as várias opções de passagens e acomodações e o prévio conhecimento dos passeios também são aliados na realização deste objetivo. A pessoa que tiver consciência de sua realidade

financeira e a partir dela montar sua viagem, alcançará este objetivo, tendo o dinheiro como seu aliado na conquista.

Na segunda subcategoria, denominada constituir família, as pessoas relataram a vontade de possuir relacionamentos, casar, ter filhos e possuir casa própria, algumas num futuro próximo, outras depois de cumprir algumas metas, tais como estudar ou firmar-se na carreira. Pode-se encontrar estes argumentos na fala do entrevistado 6:

Figura 10 – Card 2: Planos para o Futuro - Família



Fonte: Avatares... (c2019)

Esta subcategoria, na análise, é única que não está ligada unicamente ao esforço do indivíduo. Ela depende de outras pessoas para se realizar, mas existe uma parcela ligada a finanças pessoais, que é o planejamento financeiro para dar suporte às conquistas. Para os entrevistados, constituir família requer ter moradia, e ter filhos requer ter condições de sustenta-los até atingirem a independência financeira. Neste caso, Olivieri (2013) considera a educação financeira como um processo de aprendizagem constante, em que cada indivíduo toma decisões continuamente em

relação as finanças e busca viver equilibradamente com seu dinheiro. Nesta subcategoria o processo de tomada de decisão diário em relação a onde aplicar seus recursos é fundamental para dar suporte a uma trajetória de construção de uma família, pois este é um objetivo que deve ser construído dia após dia, em uma constante. Estudar e firmar-se na carreira também exigem um esforço diário (como será apresentado nas subcategorias estudar e trabalhar).

Na terceira subcategoria, denominada trabalhar, encontramos pessoas que querem continuar trabalhando e recebendo por seu trabalho. O trabalho em si é considerado fonte de satisfação. Essas pessoas valorizam muito as atividades que fazem e atribuem valor a possuir rendimentos provenientes de seus esforços. Algumas delas já tiveram dificuldades no passado e não querem que essas dificuldades retornem. Pode-se encontrar um exemplo na fala do entrevistado 1:

Figura 11 – Card 3: Planos para o Futuro - Trabalhar



Fonte: Avatares... (c2019)

Para que o trabalho seja fonte de satisfação com a vida, o planejamento de carreira se torna indispensável para se manter e alcançar novas posições no trabalho, e junto a ele está o planejamento financeiro. Segundo Cavalcante, Melo e Almeida (2014) o planejamento financeiro é um aliado do indivíduo para que ele não caia em

situações de desconforto gerada pelo endividamento, preservando o senso de realização proveniente do trabalho e do sustento por ele gerado.

Por outro lado, na quarta subcategoria, denominada viver de rendimentos, estão agrupadas as respostas de pessoas que desejam parar de trabalhar e viver de rendimentos no futuro. Nota-se que este público se interessa pelo mercado financeiro e pela rentabilidade proporcionada pela aplicação de seus recursos. Como exemplo, apresenta-se a fala do entrevistado 2:

Figura 12 – Card 4: Planos para o Futuro – Viver de Rendimentos



Fonte: Avatares... (c2019)

Esta subcategoria está conectada diretamente à saúde financeira, que está ligada a “uma vida financeira saudável” (CAVALCANTE; MELO; ALMEIDA, 2014) e ao “consumo saudável” (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). Os recursos financeiros não se comportam de forma linear a vida toda. Eles possuem nuances e podem se multiplicar rapidamente ou mesmo diminuir vertiginosamente, dependendo da situação da vida da pessoa. Por isso, a educação financeira é de suma importância desde os primeiros anos de vida (OLIVIERI, 2013 e OECD, 2005). Cabe ressaltar que não se encontra no Brasil uma cultura voltada esse tipo de educação por parte da escola e da família. No contexto atual, é um esforço de aprendizado individual.

Já na quinta subcategoria, denominada estudar, observou-se a vontade de continuar estudando por si só como uma fonte de satisfação com a vida. Alguns referiram o desejo de terminar um curso superior, e outros de fazer um MBA fora do país. O objetivo é continuar a crescer profissionalmente para alcançar um futuro melhor. Segue o exemplo na fala do entrevistado 10:

Figura 13 – Card 5: Planos para o Futuro - Estudar



Fonte: Avatares... (c2019)

Investir em curso superior ou em uma pós-graduação requer um planejamento cuidadoso por parte de alguns entrevistados, pois são cursos com prazos maiores de conclusão e podem gerar endividamento, caso seu planejamento não seja bem executado. Observa-se, novamente, nessa subcategoria, a importância da educação financeira (PAIVA, 2013), pois ela é capaz de criar uma mentalidade adequada em relação ao dinheiro, gerando uma relação saudável com ele.

5.2 Afeto Positivo e Negativo

Durante a pesquisa, foi perguntado aos entrevistados quais palavras descritas no círculo das emoções apresentado no Apêndice B deste trabalho representam as emoções sentidas em relação às suas finanças pessoais. Muitas palavras foram

escolhidas, porém, ao final das entrevistas, foi constatado que comumente palavras diferentes tinham sentido semelhante, de acordo com a fala dos entrevistados. Então, para viabilizar a análise, essas palavras foram agrupadas por similaridade de conteúdo e não pelo termo propriamente dito por cada pessoa.

Russell (2003) representou graficamente a diferença entre experiências afetivas com a elaboração do círculo das Emoções. Nesta representação, em que um círculo aparece cortado horizontalmente e verticalmente por uma linha, o autor enquadró as experiências de desprazer à esquerda do eixo vertical e as ligadas ao prazer à direita. As experiências que estão acima do eixo horizontal são as de ativação, enquanto as que estão abaixo representam desativação. Com este desenho torna-se claro a formação de quatro quadrantes, denominados neste trabalho de categorias, são elas: prazer/desativação, prazer/ativação, desprazer/desativação e desprazer/ativação (ver figura 2).

Na categoria prazer/desativação, algumas emoções citadas foram: humildade, alívio, gratidão e esperança. Pode-se agrupar os conteúdos verbalizados em 2 subcategorias: pagamento de contas em dia e sonhos/visão de futuro.

Na primeira subcategoria, pagamento e contas em dia, os entrevistados relatam que conseguem pagar suas contas no final do mês, o que gera uma sensação de dever cumprido. Nestes casos, notou-se esforço por parte dos entrevistados para alcançar este patamar, bem como o entendimento de que os esforços precisam ser cumpridos de forma consistente para a manutenção dessa condição. Cita-se, como exemplo, a fala do entrevistado 1:

Figura 14 – Card 6: Pagamento de Contas em Dia



Fonte: Avatares... (c2019)

A sensação de tranquilidade, descrita na fala do entrevistado 1, refere-se a não contrair dívidas. Os indivíduos relataram uma sensação positiva por estarem com as contas em dia. Graf, C. e Graf, M. (2013) afirmam que as pessoas tendem a experimentar níveis mais elevados de bem-estar quando estão com as contas em dia, o que não ocorre pelo fato de possuírem dinheiro, mas por estarem aptas a realizar seus projetos com uma certa facilidade, devido a um planejamento prévio.

Em relação à segunda subcategoria, sonhos/visão de futuro, alguns entrevistados indicaram acreditar que atingirão seus objetivos pessoais para melhorar sua situação financeira. Demonstram ter consciência de não possuir suas finanças sob controle e, ao mesmo tempo, sentem-se bem por conseguir ter este entendimento, conforme é possível observar na fala do entrevistado 9:

Figura 15 – Card 7: Sonhos/Visão de Futuro



Fonte: Avatares... (c2019)

Vale ressaltar que a sensação positiva vem da crença de que é possível organizar a situação financeira, bem como da confiança de que o futuro será melhor que o presente. O conhecimento de finanças pessoais pode ser considerado uma das condições para que ocorra a mudança na conduta de vida das pessoas, de modo que a educação financeira, segundo Paiva (2013), é capaz de criar uma mentalidade adequada em relação ao dinheiro, gerando uma relação saudável com ele.

Na categoria prazer/ativação, algumas emoções citadas foram: prazer, surpresa, entusiasmo, divertimento. Pode-se agrupar os conteúdos verbalizados em 4 subcategorias: vida financeira sob controle, aprendizado constante, orgulho de suas conquistas financeiras e viver o presente.

Na primeira subcategoria, vida financeira sob controle, os entrevistados reconhecem o valor de pagar suas contas com o próprio salário e de possuir uma reserva de emergência. Há o entendimento de quanto é importante saber dosar os gastos e diferenciar o essencial do supérfluo. Nota-se que reconhecer o padrão de vida que possui e estar satisfeito com ele é algo que complementa esta experiência positiva. Verifica-se isso na fala do entrevistado 6:

Figura 16 – Card 8: Vida Financeira sob Controle



Fonte: Avatares... (c2019)

A fala indica alguma maturidade financeira de entrevistados como o 6º, já que se observa tranquilidade em relação às finanças pessoais. O processo de aprendizagem constante citado por Olivieri (2013) pode ser observado nos relatos dessas pessoas, pois conseguem se manter dentro do salário e economizar para o futuro. Este autocontrole aliado a conhecimento de finanças não está necessariamente ligado ao enriquecimento, mas a uma condição de gerência saudável de recursos financeiros, conforme o que se entende como saúde financeira.

Na segunda subcategoria, denominada aprendizado constante, foi observada na fala de pessoas que desejam conhecer mais sobre assuntos financeiros, tanto sobre seus próprios gastos e ganhos, quanto ao mercado financeiro. Atingir metas devido ao maior conhecimento do assunto pareceu fazer com estas pessoas se motivem a continuar crescendo, estudando e aprendendo mais sobre o assunto. O olhar está no futuro, conforme relata o entrevistado 11:

Figura 17 – Card 9: Aprendizado Constante



Fonte: Avatares... (c2019)

Os entrevistados que se enquadram neste ponto da representação de Russell (2003) reportaram a vontade de aprender mais sobre finanças, pois consideram que seu aprendizado é um diferencial para as pessoas. Isso reforça o que Olivieri (2013) e OECD (2005) afirmam sobre a necessidade de as escolas abordem conhecimentos sobre finanças.

Por outro lado, na terceira subcategoria, orgulho de suas conquistas financeiras, evidenciou-se o impacto positivo das conquistas feitas até aqui. O olhar é para o passado. Os relatos aqui categorizados são de pessoas que já passaram por algum tipo de restrição ou que tiveram exemplos negativos em relação ao dinheiro. Mesmo passando por dificuldades, os relatos refletem que essas pessoas conseguiram atingir sua estabilidade financeira, muitas por méritos próprios, outras aprendendo como aprimorar o uso de seus recursos financeiros com pessoas próximas. Como exemplo segue o seguinte relato do entrevistado 5:

Figura 18 – Card 10: Orgulho de suas Conquistas Financeiras



Fonte: Avatares... (c2019)

Olivieri (2013) acredita que a vivência e a experiência são capazes de desenvolver o conhecimento sobre finanças pessoais. Vale reforçar, nesse ponto, que este assunto deveria ser aprendido na escola, porque a orientação necessária desde a infância pode alavancar experiências positivas, como as relatadas nessa subcategoria.

Na quarta subcategoria, denominada viver o presente, estão relacionados os relatos daqueles que gostam de usar o dinheiro para entretenimento, que ficam felizes em gastar com experiências e com as oportunidades boas que a vida lhes proporciona. Muitas vezes, não medem esforços para estarem entre amigos ou para comprarem ingressos para um show, por exemplo, ou para viver uma nova experiência. Relataram sentir-se realizadas quando possuem recursos para participar destas atividades. Nota-se que, nesta subcategoria, os esforços estão concentrados em viver o presente. Segue o relato do entrevistado 8:

Figura 19 – Card 11: Viver o Presente



Fonte: Avatares... (c2019)

Priorizar aproveitar o presente, como dizem Cavalcante, Melo e Almeida (2014), envolve saber dosar o quanto será utilizado para viver estas experiências e quanto será necessário para o futuro. Para a manutenção da experiência positiva, entra o planejamento consciente dos recursos financeiros para não entrar em endividamento.

Na categoria desprazer/desativação, apenas uma emoção foi citada: desapontamento. Ela foi descrita como insegurança em relação ao futuro. Os entrevistados relatam sentir desconforto quando pensam que não vão conseguir realizar seus sonhos e objetivos de vida. Esta sensação comumente está ligada ao trabalho, perder o emprego ou não ter rendimento suficiente, quando o profissional é autônomo. Esta insegurança financeira pode ser observada no relato do entrevistado 8:

Figura 20 – Card 12: Desapontamento



Fonte: Avatares... (c2019)

Por outro lado, quem já atingiu seus objetivos tem medo de perdê-lo, conforme relata o entrevistado 6 *“medo de um dia perder esta condição”*.

As incertezas da vida podem trazer esta sensação de desconforto de não conseguir atingir as metas, mas, neste caso, o atingimento de metas está ligado também a recursos financeiros. Definir pequenas metas e alcançá-las dia-a-dia pode ser um meio de atingir maior segurança frente as incertezas. Por meio do que Paiva (2013) definiu como educação financeira.

Na categoria desprazer/ativação, algumas emoções foram citadas: Ansiedade, medo, culpa, estresse e insatisfação. Pode-se agrupar os conteúdos verbalizados em 2 subcategorias: gastos excessivos e aprendendo com os erros.

Na primeira subcategoria, denominada gastos excessivos, os entrevistados referiram sentir algo ruim quando gastam mais do que seu salário comporta. É comum existir o prazer na hora da compra, mas depois surge arrependimento. Algumas pessoas fazem a ligação entre seus sentimentos com o consumismo, neste exemplo, consumismo de experiências, como relata o entrevistado 7:

Figura 21 – Card 13: Gastos Excessivos



Fonte: Avatares... (c2019)

Cabe ressaltar que a felicidade também pode impulsionar os gastos por impulso, assim como a tristeza, conforme relatou a entrevistada 10:

"Eu estou na festa feliz, uhuuu todo mundo quer beber, vou pagar para todo mundo, nem tenho dinheiro. Quando estou fora da minha consciência eu sou muito impulsiva, quando estou consciente sou bem regrada em organização, eu coto bastante, normalmente na internet que é onde mais compro as coisas porque consigo melhores preços. Quando eu estou triste eu gasto".

Esta subcategoria compreende relatos das pessoas que gastam mais que o salário permite. Olivato e Souza (2007) definem endividamento como o acúmulo de dívidas que compromete uma parcela significativa do salário. O consumo é considerado saudável quando ele tem relação com as necessidades e com os ganhos que as pessoas possuem (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). Um planejamento

financeiro prévio pode ajudar, mas, em um momento de impulso, pode não ser suficiente para conter a compra. Esta situação pode ser causada por falta de consciência de seu padrão de vida.

Na segunda subcategoria, denominada aprendendo com os erros, as pessoas relataram tentar entender o que causou dada experiência negativa e aprender com ela para que não volte a acontecer. Algumas pessoas fazem um esforço cognitivo para entender a experiência, enquanto outras fazem cálculos para entender onde gastaram mais para corrigir o orçamento. Alguns até mesmo estudam sobre aplicações. Segue um exemplo do entrevistado 4:

Figura 22 – Card 14: Aprendendo com os Erros



Fonte: Avatares... (c2019)

Para essas pessoas, pode-se inferir que o cuidado com as finanças vem depois do gasto realizado, em uma tentativa de correção para sanar o desconforto. Consumir e não economizar é uma questão cultural no Brasil, segundo Cerbasi (2012) e Graf, C. e Graf, M. (2013). As pessoas, de uma maneira geral, acreditam que o consumismo

é a saída para situações difíceis, ao invés de entender que ele pode trazer outra situação de desconforto nos momentos seguintes.

5.3 Artefatos

Durante a pesquisa, foi constatado que algumas pessoas conseguem utilizar os artefatos disponíveis no mercado para auxiliar no controle de suas finanças. Outras, porém, não conseguem. Para as pessoas que não possuem nenhum tipo de controle financeiro, fora a consulta de saldo em seu banco, o uso de recursos para auxiliar nas finanças pessoais é considerado difícil.

Desmet e Pohlmeier (2013) explicam que os artefatos podem auxiliar na conquista do bem-estar subjetivo das pessoas, não pelo valor financeiro, mas pela forma em que agregam na vida das pessoas e por sua contribuição na experiência de cada indivíduo. Nesse contexto, acredita-se que um artefato projetado para auxiliar a vida financeira que leve em consideração satisfação pessoal, maximização dos afetos positivos e minimização dos negativos poderá trazer uma experiência gratificante na busca do equilíbrio nas finanças pessoais, podendo ser responsável por auxiliar com que pessoas que não conseguem controlar suas finanças passem a ter uma experiência positiva.

Os resultados, apresentado a seguir foram divididos de acordo com os tipos de usos dos entrevistados: aplicativos, outros artefatos e uso de artefatos múltiplos para gestão ativa e educação.

A utilização de aplicativos de banco para consulta da conta corrente é o único hábito que apareceu de forma unânime entre os entrevistados. Mesmo sendo usado por todos, a frequência de utilização e a estratégia utilizada para este fim variam bastante de pessoa para pessoa. Alguns dos aplicativos citados podem ser observados na Figura 23.

Figura 23 – Aplicativos Citados nas Entrevistas



Fonte: App Store ([2019])

A seguir, é possível observar as experiências/emoções associadas ao uso dos aplicativos (categorias de análise), bem como falas ilustrativas:

- a) Controle e Acompanhamento das finanças: Nota-se este tipo de uso dos artefatos entre aqueles que os utilizam apenas para consulta e ciência da atual situação financeira, não fazendo parte de uma gestão elaborada dos seus próprios recursos. *“Só uso aplicativo de banco para ver quanto eu tenho, senão, não sei quanto eu tenho na conta”* (entrevistado 8); *“Eu uso aplicativo de banco para consulta de saldo, duas, três vezes por semana, eu decido se vou fazer alguma coisa ou não, por exemplo, sair para almoçar ou não, se vou sair com minhas amigas ou não.”* (entrevistado 5); *“Só uso aplicativo de banco quando tenho previsão de pagamento.”* (entrevistado 11).
- b) Suporte para o controle de gastos: Nota-se neste caso que os aplicativos de bancos são utilizados como fonte de informação para outros aplicativos ou planilhas, servindo de base para o controle de gastos. Ex. O entrevistado 6 afirmou: *“Uma ou duas vezes por mês eu pego a fatura do meu cartão de crédito no celular e vou preenchendo a planilha.”*
- c) Frustração: Há relatos de que a experiência com aplicativos financeiros não foi boa. Uma das justificativas apresentadas, por exemplo, foi um entrevistado ter receitas variáveis durante o mês, quando acredita que os artefatos são para pessoas que possuem rendas fixas no mês.

Eu já usei todos [os aplicativos]. Nenhum melhor que um terceiro, outra pessoa controlando para ti. Hoje não consigo usar nenhum aplicativo, porque aplicativos trabalham com parâmetros fixos, ... quando consegui prever eu usava, hoje não uso mais. (entrevistado 11).

- d) Inabilidade para o uso: Há também quem não consiga usar os aplicativos, embora tenham consciência de que algumas pessoas o fazem. Neste caso, a justificativa de não utilização está mais ligada ao perfil pessoal do entrevistado.

Eu tenho uma amiga que anota até os centavos do café que ela toma. Ela anota tudo numa planilha Excel. Eu já tentei fazer isso e nunca consegui manter por muito tempo. Eu me apavoro comigo mesma e não quero nem ver, sério mesmo que eu gastei isso? Eu não tenho muita paciência. (entrevistado 9).

- e) Obsolescência de equipamentos: Existe o caso de smartphones que não comportam o aplicativo. Apesar de ser uma situação concreta, optou-se por manter na análise por representar uma potencial situação de frustração, conforme é possível observar a seguir: *“Eu usava o guia bolso, e acabei desinstalando porque comprei um celular horroroso que custava R\$ 300,00 achei que estava sendo muito esperta e fui muito burra e não tenho mais e me perdi.”* (entrevistado 7).

Além dos aplicativos de banco, outros artefatos, tais como planilhas eletrônicas, livros e aplicativos específicos de finanças, foram usados por alguns entrevistados.

Existem pessoas que utilizam os artefatos disponíveis para acompanhamento financeiro, de forma similar aos aplicativos (alínea “a” apresentada anteriormente), como planilhas simplificadas de Excel, conforme o relato do entrevistado 6, a seguir. A Figura 24 ilustra a simplicidade do recurso.

Eu tenho uma planilha no Excel dividida em colunas: o que eu gasto com alimentação, o que eu gasto com gastos básicos da casa, o que eu gasto com roupa, farmácia, doações e outros. Então são todas estas colunas numa planilha do Excel, então uma duas vezes por mês eu pego a fatura do cartão de crédito no celular e vou preenchendo a planilha. Tem um valor fixo que eu destino para uma reserva. Logo que eu recebo eu mando pra lá.

Figura 24 – Planilha da Entrevistada 6 (sem valores)

Abril/21019						
	Alimentação	casa	roupa	farmácia	doações	outros
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24	Total	0	0	0	0	0
25						
26						
27						

Fonte: Elaborada pela autora.

As planilhas também podem ser utilizadas para uma gestão mais ativa das finanças (compatível com a linha “b” apresentada na discussão sobre os aplicativos), conforme explicou o entrevistado 10:

Eu estou alimentado a planilha quase todos os dias, o que eu organizo são meus custos fixos, então eu sei o que vai sobrar do meu salário e dos meus custos variáveis que é o meu cartão de crédito. Vou alimentado aquilo que vou gastando e consigo ver o que vai dar, nunca consigo dar conta do que vai dar no cartão de crédito, só que eu sempre vendi coisas.

A fala da entrevistada revela um controle ativo de suas finanças. Sempre que verifica que seus gastos passaram de suas possibilidades, busca uma renda extra, como vender produtos artesanais que produz. Esta atitude de obter renda extra antes da ocorrência de consequências negativas é possível devido ao controle financeiro.

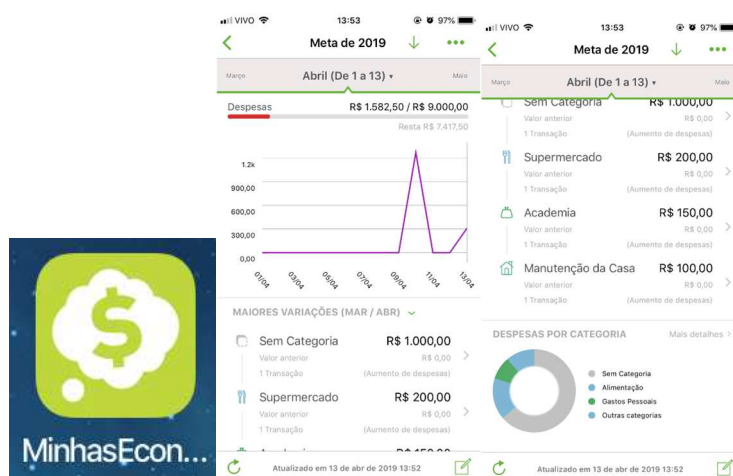
O entrevistado 4 é outro exemplo de pessoa que utiliza o aplicativo escolhido de forma que o satisfaz:

Eu uso o aplicativo para organizar as minhas finanças, tudo o que eu gasto, até o que eu compro no cartão, eu coloco lá. O nome é “minhas economias”

eu mesmo insiro os gastos, todos os dias ou senão dá todos os dias, dia sim dia não eu abro meu extrato de banco ou na hora que eu gasto mesmo, se eu estou com o celular eu já vou lá e listo, divido ele por categorias, o que eu já gastei, sei lá, com alimentação, transporte, coisas mais pessoais tipo presente.

O exemplo de aplicativo Minhas Economias¹ é apresentado na Figura 25.

Figura 25 – Exemplo de Aplicativo Específico de Finanças



Fonte: Elaborado pela autora.

Extrapolando a discussão sobre artefatos isolados, foram observados relatos de entrevistados que adoram artefatos múltiplos não apenas para gestão ativa, mas para atualização da educação financeira. Referiram livros, aplicativos de banco, de corretoras, aplicativos próprios do celular como exemplos de artefatos:

Eu gosto muito de estudar sobre investimentos, gosto muito de estudar sobre renda variável. O nome do livro é “Rule Number One”. o autor desenvolve teoria que o mercado de ações não é loteria. [...] Eu uso o Warren, que é um robô de investimentos, ele é um robô que compra e vende ações. [...] Eu uso muitos aplicativos. O do Banco do Brasil é muito bom. Não sei se tu já ouviu falar do Guia Bolso. É um aplicativo de organização financeira pessoal, dentro do Guia Bolso ele vincula com os teus bancos e tu consegue ir classificando, o que o Itaú fez foi pagar as funcionalidades

¹ Este aplicativo destina-se a ajudar os usuários a organizar seus recursos financeiros. Os dados são inseridos manualmente e classificados de acordo com o seu uso. Apresenta gráficos para posterior análise dos dados. Proporciona aos usuários uma visão abrangente da utilização de seus recursos financeiros. O objetivo é propiciar a otimização dos valores destinados a manutenção das necessidades pessoais, bem como a formação de uma reserva financeira.

do aplicativo e colocar dentro do dele. [...] Uso o aplicativo da Itaú corretora, compro e vendo cem por cento pelo aplicativo. Entrevistado (3).

Figura 26 – Exemplos de Artefatos Múltiplos para Gestão Ativa e Atualização da Educação Financeira



Fonte: Phil Town... (2019)²; Warren (2019)³, Guia Bolso (2019)⁴, Itaú Corretora (2019)⁵.

Com todos estes relatos, pode-se inferir que os artefatos ajudam aquelas pessoas que gostam de controlar suas finanças pessoais que já possuem uma tendência para a organização financeira e que entendem que elas ajudam o crescimento pessoal. Quem gosta de se organizar financeiramente consegue encontrar algum tipo de artefato que satisfaça suas necessidades. Já as pessoas que possuem mais limitações no controle de seus gastos acabam tendo maiores dificuldades com os aplicativos disponíveis no mercado. Cabe ressaltar que as formas de controle de finanças pessoais sugeridas nos aplicativos são muito mecânicas e lidam com números de forma impessoal. Tanto as experiências frustrantes com os artefatos quanto as positivas podem servir de inspiração para o Design, conforme será discutido na subseção seguinte.

² O livro a Regra n.1 apresenta conteúdos sobre renda variável, ensinado a calcular o valor de uma ação.

³ O Warren é um robô de investimentos, que mediante os objetivos pessoais do investidor e os valores disponíveis ele realiza aplicações financeiras, montado uma carteira balanceada para o usuário.

⁴ O Guia bolso tem como objetivo apresentar um panorama geral dos recursos financeiros dos usuários, fazendo uma conexão entre todas suas contas correntes e cartões de crédito ativos. Os dados são atualizados automaticamente conforme a movimentação bancária, não sendo necessário a inclusão manual. O aplicativo oferece a opção de adquirir empréstimos pessoais, mediante score previamente definido, apresentando diferentes taxas de juros cobradas pelas instituições financeiras parceiras. A contratação é imediata mediante um clique na taxa escolhida, neste momento o usuário é direcionado para a página da instituição financeira escolhida e estará apto a realizar a contratação do empréstimo pessoal.

⁵ O Aplicativo Itaú corretora faz parte do mix de produtos do Banco Itaú Unibanco S.A. Possibilita a compra e venda de ações, bem como o acompanhamento da carteira de investimentos em tempo real e em qualquer lugar. Para utilizar este serviço é necessário ser correntista desta instituição financeira.

5.4 Diretrizes de Projeto

Desenvolvidas pela autora da dissertação e por dois designers, um da área de tecnologia e outro com formação dupla em design gráfico e de produto, as vinte e sete diretrizes projetadas foram separadas em oito temas: Visualização, Rotina, Psicológico, Tecnologia, Poupar, Educação, Compartilhamento e Filantropia. Os temas são descritos a seguir, e as diretrizes encontram-se dispostas em quadros-síntese, indicando suas relações com as três categorias teóricas analisadas (afeto positivo, afeto negativo e satisfação com a vida).

No tema Visualização, foram projetadas três diretrizes. Estas diretrizes tem como objetivo tornar tangíveis as metas e os compromissos financeiros de cada indivíduo. As informações devem estar à disposição do usuário para que suas atitudes sejam motivadoras para a realização dos objetivos propostos (sejam eles planos para o futuro ou a organização das contas mensais). A visualização é o caminho mais rápido e certo de manter-se conectado aos eventos do futuro e pode ser realizada, de forma mais elaborada, através de uma projeção de uma linha do tempo em que seus objetivos e seus compromissos fiquem visíveis ou de uma forma mais simples, utilizando-se, por exemplo, de um porta retrato contendo a fotografia ou imagem do objetivo almejado. Outra forma possível de facilitar com que o usuário visualize suas metas seria indicar, por exemplo, para a meta de montar um consultório, quantos equipamentos são possíveis de adquirir com as suas economias e quais equipamentos estão faltando, sempre de forma visual, projetando o desenho dos equipamentos que o valor disponível é capaz de comprar e um espaço vazio naqueles que ainda não consegue comprar.

Quadro 3 – Diretrizes para o Tema Visualização

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
1	Considerar uma forma de ajudar a visualizar a linha de tempo com os objetivos a serem cumpridos.	x	x	x
2	Projetar para que as metas se tornem visíveis, fazendo com que elas estejam disponíveis, em um porta retrato na sala, no computador ou celular ou por intermédio de um óculos de realidade virtual, motivando-as a atingir seus objetivos.	x	x	x
3	Estimular a visualização do status atual do indivíduo em relação aos seus objetivos e o que falta para atingi-los. Ex. um programa que visualize o que conseguiria comprar com o valor que conseguiu guardar, traduzindo em bens materiais o que a pessoa economizou, tornando tangível o valor poupado (hipotético).	x	x	x

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Rotina foram projetadas três diretrizes, que têm como objetivo fazer com que as pessoas desenvolvam uma atividade diária que facilite o bom uso de seus recursos financeiros. Estas atividades rotineiras devem estar ligas a aumentar o conhecimento sobre determinado assunto de interesse (sempre levando em conta os objetivos financeiros) através de pesquisa ou troca de conhecimentos. Outro ponto a ser explorado são as recompensas para o atingimento de metas, gerando assim uma sensação de conquista e deixando cada indivíduo mais próximo daquilo que deseja. Pode também ser desenvolvido um programa que disponibilize atividades de lazer sem custo, entretendo a pessoa e ajudando-a a não gastar em atividades com custo acima de seus padrões. Como exemplo, pode-se citar consultar um sistema que disponibilize atividades sem custo para serem feitas dentro ou fora de suas residências ou um artefato que recompense por atingimento de pequenas metas diárias ou até um sistema que possibilite a troca de informações sobre as metas desejadas, facilitando o planejamento e a redução de custos na execução.

Quadro 4 – Diretrizes para o Tema Rotina

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
4	Projetar sistema que disponibilize opções de atividades sociais sem custo em casa e em locais públicos levando a experiências que estimulem a organização financeira e ao relaxamento.	x	x	x
5	Criar um artefato para recompensar por atingimento de pequenas metas que levam ao atingimento de um objetivo maior, que seja construído de forma que faça sentido para a pessoa, aplicativo, jogo, sistema que mandem mensagem com uma gratificação aleatória ou previamente escolhida, por exemplo.	x	x	
6	Projetar sistema de pesquisas diário sobre o assunto da meta desejada, ex. quer viajar, pesquisa sobre o lugar e conversa com quem já foi.	x	x	x

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Psicológico foram projetadas sete diretrizes no sentido de tranquilizar as pessoas, tendo em vista que suas reações emocionais podem influenciar o perfil de consumo ou mesmo motivá-las a perseguir suas metas. Dentro deste tema o objetivo é o de fazer com que as pessoas utilizem atividades de relaxamento para momentos de desconforto emocional, ao invés de saírem as compras porque estão felizes ou estão tristes, realizar atividades que possam aliviar ou gratificar este momento sem que necessariamente use recursos financeiros para tal. Um exemplo seria descobrir uma atividade, através de um artefato, que alivie as tensões da vida com custos baixos, tais como atividades de ouvir uma música ou praticar alguma atividade física ou propiciar uma experiência nova de vida. Estas atividades podem ser motivadoras para ir atrás de suas metas.

Quadro 5 – Diretrizes para o Tema Psicológico

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
7	Artefato que auxilie a criar rituais de organização financeira, fazendo isso com algo positivo, prazeroso.	x	x	
8	Considerar o Design para regulação de humor (desestressar) para promover o relaxamento e a troca de compras por outras atividades.		x	x
9	Criar projetos destinados a atividades relaxantes que levem em conta o tipo de pessoa: visual, auditiva, sinestésica (experiência estética).		x	x
10	Projetar para sair da zona de conforto e correr atrás das metas. Projetar para o agora (alterando o afeto negativo para depois gerar o positivo) incentivar a ir atrás de uma meta.	x	x	x
11	Ressignificar o conceito de controle, fazendo de forma fluida, fazendo parte do dia a dia, facilitando o exercício do mesmo, tornando normal, trocando a sensação negativa por positiva.		x	x
12	Design para o crescimento pessoal, criando estímulos para gerar mais receita e cuidando dos gastos paralelamente.	x	x	x
13	Estimular a compra com um sentido maior. Ato de comprar transcende ao objeto. Maior valor agregado no ato de comprar.		x	

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Tecnologia foram criadas duas diretrizes de projeto que contemplam a melhora na interface dos aplicativos e sistemas existentes, tornando-as mais amigáveis e facilitando o uso por quem tem dificuldades de se auto gerenciar. Os artefatos citados pelos entrevistados possuem uma característica muito mecânica de inserção e classificação de dados. Esta função, mesmo sendo importante para entendimento dos gastos, acaba gerando um desconforto por parte de quem usa o aplicativo, pois além de pedir identificação pessoal, na maioria dos casos, solicita dados muito detalhados, dificultado o registro para aquelas pessoa que não gostam muito de inserir informações pessoais em artefatos eletrônicos, que não gostam de lidar com números ou que por algum motivo tem dificuldade de ver os resultados que

uma conta mais detalhada pode apresentar. Pode-se exemplificar da seguinte forma: criar uma comunicação afetiva com o usuário, deixando um pouco de lado o caráter tão prático das funções matemáticas e apresentar um lado mais humano nos artefatos de finanças pessoais, pois as vezes a realidade pode ser um pouco mais dura. Outro exemplo diferente seria o de receber mensagens sempre que adquirir algum produto para gerar um momento de reflexão sobre a necessidade da compra e na próxima vez otimizar este ato.

Quadro 6 – Diretrizes para o Tema Tecnologia

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
14	Projetar aplicativos de finanças pessoais com interface mais amigável, menos invasiva e de mais fácil utilização por pessoas que tem dificuldade de organização e discretas.		x	x
15	Disponibilizar um sistema que envie uma mensagem sempre que utilizar o débito/crédito perguntando se está de acordo o orçamento. Ativado quando a pessoa achar necessário para facilitar a reflexão sobre o consumo.	x	x	x

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Poupar foram desenvolvidas quatro diretrizes no sentido de desmistificar as aplicações financeiras através do conhecimento. Muitas pessoas tem dúvida de como aplicar seus recursos financeiros e muitas vezes deixam de guardar por falta deste conhecimento (motivador para aplicar recursos financeiros). Os diferentes tipos de aplicações podem ser desmistificados quando se estuda o assunto, tornando-os mais próximos de cada indivíduo. Cabe ressaltar que existem perfis de investimento e que as pessoas devem saber qual o seu perfil e aplicar de acordo com ele. O conhecimento gerado pode ser um grande motivador pessoal para otimizar a utilização de seus recursos financeiros, facilitando o uso inteligente do dinheiro. Este conhecimento, quando desenvolvido pode fazer com que a pessoa adquira prazer em investir. Um exemplo pode ser o ensino dos diferentes tipos de aplicações financeiras em escolas para incentivar crianças e adolescentes a investir, através do conhecimento teórico e prático, despertando o prazer em poupar.

Quadro 7 – Diretrizes para o Tema Poupar

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
16	Projetar artefatos que tornem a atividade de poupar prazerosa, conscientizando que se guarda agora para usufruir no futuro aquilo que sempre desejou, acreditando que é capaz de conquistar seus objetivos e não uma instituição querendo captar o teu dinheiro (sensação).	x	x	x
17	Projetar para desmistificar as aplicações financeiras e proporcionar aprendizados de novos mercados. (renda variável/renda fixa).			x
18	Desenvolver a confiança em diversificar os investimentos, encontrando formas mais rentáveis de fazê-lo.			x
19	Projetar moedas de troca que não sejam dinheiro, atividade de compra sem gastar (permuta) usando suas habilidades e assim substituindo a necessidade de compra real.	x	x	x

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Educação foram desenvolvidas quatro diretrizes no sentido de desenvolver a educação financeira através do conhecimento de seus produtos e serviços, bem como o senso de responsabilidade. Tal senso foi definido pelos designers como sendo a capacidade de pagar as contas em dia, que além de se tornar um bom pagador e ter um perfil de crédito melhor para futuras oportunidades de investimento, reduz os juros e taxas que incidem quando pagas em atraso. Estes conceitos devem ser desenvolvidos em todas as faixas etárias. Um exemplo disso é o de desenvolver um artefato que possibilite que cada pessoa consiga honrar com seus pagamentos em dia, avisando de maneira amigável a proximidade do vencimento de cada conta e apresentado os benefícios de mantê-las em dia. Este artefato seria um aliado no dia a dia da pessoa para que esta consiga se motivar a proceder desta forma.

Quadro 8 – Diretrizes para o Tema Educação

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
20	Projetar um artefato que desenvolva a educação financeira em todas as faixas etárias.	x	x	x
21	Projetar para despertar a curiosidade das pessoas em conhecer mais sobre finanças pessoais, facilitando o autocontrole. Nas diferentes fases de conhecimento e necessidade.		x	
22	Projetar atividades que facilitem a escolha de investimentos na bolsa de valores criando filtros de ações que estão alinhadas ao propósito de cada um e que tenham maiores chances de retorno financeiro.	x	x	x
23	Desenvolver o senso de responsabilidade financeira em todas as faixas etárias com foco em efetuar os pagamentos em dia, cumprindo prazos (gerando alívio).			x

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Compartilhamento, foram desenvolvidas três diretrizes com o intuito de facilitar que toda a família participe dos custos para sua manutenção, criando um senso de responsabilidade e união. Este artefato facilitaria a inclusão dos pagamentos feitos por cada familiar e apresentaria um resumo de quem pagou o que e quanto cada um gastou, facilitando a distribuição das responsabilidades financeiras. A participação de cada um nas contas da família fica a critério das pessoas envolvidas, podendo variar de acordo com a renda ou com acordos pré-definidos. Em casos de famílias que possuem dependentes financeiros, estes teriam uma forma de consulta para ir desenvolvendo um senso de responsabilidade desde cedo. Exemplo disto seria um artefato em que todos possam incluir seus gastos e suas receitas, facilitando o planejamento e tornando-o mais amigável além de favorecer o comprometimento dos integrantes da família, diminui o peso da responsabilidade sobre uma pessoa e ainda desenvolve o senso de responsabilidade nos jovens.

Quadro 9 – Diretrizes para o Tema Compartilhamento

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
24	Projetar para compartilhar os custos da família com seus integrantes propiciando a participação de todos no orçamento familiar e desenvolvendo o senso de responsabilidade.	x	x	x
25	Construir ambientes reais ou virtuais para troca de experiência sobre assuntos relativos a administração financeira pessoal nos diversos planos e com pessoas que já atingiram esta meta.	x	x	x
26	Desenvolver rede de contatos com atividades públicas sem custo para a população.	x	x	x

Fonte: Elaborado pela autora.

No tema Filantropia foi desenvolvida uma diretriz no sentido de estimular a guardar recursos para ajudar a quem precisa. Para aquelas pessoas que gostam de fazer o bem e ajudar outras pessoas a conquistar condições mínimas de uma vida digna, poupar para ajudar uma causa maior pode ser um motivador além de trazer muitas sensações positivas para quem ajuda. Um exemplo disto pode ser o de ajudar uma instituição beneficente.

Quadro 10 – Diretrizes para o Tema Filantropia⁶

	Diretrizes	Satisfação com a Vida	Afeto Positivo	Afeto Negativo
27	Estimular a economizar e fazer algo do bem, filantropia e se voluntariar, visando obter mais estímulo em otimizar recursos. (conhecer outras realidades, valorizar a sua existência).		x	

Fonte: Elaborado pela autora.

Estas 27 diretrizes procuram trazer para a vida cotidiana, em diversos aspectos, atividades que auxiliem as pessoas a conseguirem maior facilidade para organizar suas vidas financeiras. Cada uma delas tem sua contribuição para o bem-estar subjetivo, seja maximizando os afetos positivos, minimizando os afetos negativos ou ajudando a alcançar a satisfação pessoal, ou atuando em dois ou mais pilares ao mesmo tempo. Todos sabem que é difícil de mudar hábitos e principalmente não ceder aos desejos de consumo. Esta etapa de mudança de deixar de ser uma

⁶ Relação indireta entre o resultado da pesquisa e a forma de despertar afeto positivo.

pessoa que gasta sem ter um sentido maior e depois se arrepende, para tornar-se uma pessoa que consome de acordo com suas possibilidades e aquilo que realmente faz sentido para a sua vida, pode ser difícil, mas com ajuda de artefatos que minimizem a sensação de desconforto gerada pela transição de perfil e aumente as sensações positivas esta mudança pode tornar-se possível. Mas esta mudança vai além do momento de transição, deve estar presente na vida cotidiana deste momento para frente. A questão financeira passa a ser um aliado nas conquistas da vida.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Objetivo geral deste trabalho foi entender de que forma o design para o bem-estar pode auxiliar na saúde financeira. Com o resultado da pesquisa pode-se dizer que o design pode auxiliar na saúde financeira de várias formas, por meio da educação financeira; propiciando conhecimento na área para as pessoas desde a infância; no desenvolvimento da responsabilidade financeira, que é a capacidade de honrar com os compromissos em dia; na construção de artefatos que aliviem as angústias e aumentem as alegrias em relação ao tema; no auxílio do planejamento pessoal para que os indivíduos busquem alcançar seus objetivos e sintam-se satisfeitos em suas vidas, enfim muitos são os caminhos que podem ser percorridos em busca do bem-estar nas finanças pessoais.

Com relação aos objetivos específicos, o primeiro deles foi compreender as relações entre as finanças pessoais e as três bases dos estudos em Design sobre o bem-estar subjetivo (afeto positivo, afeto negativo e satisfação com a vida). Este objetivo foi atendido no momento em que os resultados da pesquisa apresentam a possibilidade de projetar para auxiliar na minimização dos afetos negativos, maximização dos afetos positivos e na satisfação com a vida. Quando os entrevistados relatam que sentem desconforto em alguns momentos por consumirem demais ou não conseguir poupar no final do mês ou até mesmo por não conseguirem pagar suas contas como seu próprio salário fica claro a possibilidade de projeto para minimizar estes desconfortos trazendo mais sensações positivas. Por outro lado, quando a sensação é de conseguir cumprir com suas obrigações e guardar para uma emergência, se evidencia uma sensação positiva, podendo também o design atuar para maximizá-la além de utilizar estes conhecimentos para contribuir com a vida de outras pessoas. Quanto à satisfação com a vida, outro pilar do bem-estar, as possibilidades de projeto são muitas para ajudar os indivíduos a atingirem suas metas pessoais, sendo algumas mais concretas outras mais ligadas a manutenção da vida, por exemplo propiciar que os indivíduos enxerguem suas metas e se motivem a alcançá-las.

O segundo objetivo específico visou avaliar de que forma o uso dos artefatos utilizados pelos entrevistados estão relacionados à saúde financeira. Com relação a este objetivo foi possível perceber que nem todas as pessoas utilizam artefatos para auxiliar na saúde financeira, e as pessoas que utilizam variam na forma e no tipo de

utilização. Alguns só consultam saldo em aplicativos de banco, outros utilizam estes aplicativos como base para preencher outros programas, outros utilizam livros, aplicativos, etc. Pode-se dizer que os artefatos auxiliam na saúde financeira, sendo utilizados como fonte de informação para tomada de decisão, no sentido de consumir ou não e como fonte de informação para alimentar outros sistemas destinados ao planejamento dos gastos.

O terceiro objetivo específico foi identificar diretrizes de design para o bem-estar para a promoção da saúde financeira. Com base nos resultados das entrevistas e da triangulação com os demais pesquisadores, foi possível identificar 8 grupos de diretrizes que agrupam no total 27 diretrizes que indicam caminhos para o projeto para novos artefatos ligados à saúde financeira e que facilitam o dia-a-dia das pessoas em relação ao cuidado com suas finanças pessoais. Com base nas diretrizes propostas é possível trabalhar com o desenvolvimento de artefatos que auxiliem no bem-estar, conforme ilustrado nos parágrafos a seguir.

Quanto ao tema Visualização, pode ser criado, por exemplo, uma forma de visualizar uma linha de tempo com as metas que cada indivíduo definiu para si mesmo. Nesta representação o intervalo de tempo em que sua meta será concretizada torna-se visível, e tem como base recebimentos e pagamentos de cada mês. Quando a pessoa economizar em algum item ou aumentar sua renda, se aproximará da sua meta. Por outro lado, quando extrapolar nos gastos suas metas irão para mais longe. Este artefato será útil pois a pessoa pode simular a utilização dos recursos financeiros, encontrando um mix de gastos que o aproximará das metas sem deixar de fazer o que gosta.

Nas diretrizes cujo tema é Rotina, foi entendido que criar rituais para favorecer a saúde financeira diariamente pode ser um desencadeador do bem-estar. Pode ser criado um espaço virtual, por exemplo, para troca de informações sobre determinada meta. Se a pessoa quiser aplicar melhor os recursos financeiros que possui, para aproximar-se mais rapidamente da meta desejada, poderá, todos os dias, descobrir informações novas no mercado financeiro, ou por exemplo, descobrir uma aplicação mais rentável ou até novas formas de diversificar os investimentos obtendo resultados melhores. Investir bem os recursos disponíveis pode, ainda, ser um fator de motivação para atingir seus objetivos mais rapidamente.

Dentro do tema Psicológico, pode-se projetar um serviço que possibilite que a pessoa faça uma reflexão no momento da compra, pensando na real necessidade do

produto, se ele está de acordo com as suas possibilidades financeiras, se está de acordo com as suas crenças e valores e se vai atingir o objetivo a qual se propõe. Seria possível, assim, facilitar que as compras façam sentido, despertando o afeto positivo, principalmente nos momentos posteriores, que comumente são tomados por uma sensação de arrependimento por muitos indivíduos ao comprar por impulso. Além disso poderia ajudar nos casos em que os objetos de consumo forem de maior valor e de maior dificuldade de decisão.

Levando em conta o tema Tecnologia, seria possível melhorar a sensação na utilização de artefatos que auxiliam na saúde financeira, tornando a interface dos aplicativos e serviços existentes mais amigáveis, passando para o usuário uma sensação de acolhimento ao invés de uma ideia de que está gastando demais e deve ser repreendido. Este artefato, poderia facilitar o uso para aquelas pessoas que não gostam muito de cuidar de sus gastos, pois trariam consigo um ganho afetivo, conseqüentemente abrangeriam um número muito maior de pessoas aumentando o número de pessoas com saúde financeira.

No tema Poupar, a capacidade de guardar dinheiro para usufruir no futuro se faz relevante, porque muito sonhos tem um valor de aquisição mais elevado. Neste caso aprender a gostar de investir pode ser uma boa atitude para facilitar a guarda dos recursos e facilitar a conquista do objetivo pessoal. Criar um artefato que possibilite que o indivíduo aprenda mas sobre o mercado financeiro poderá ser fonte de motivação para os futuros investidores e entender que guardar pode ser uma prática prazerosa e que para realizar sonhos que não nos trazem retorno financeiro, pode ser mais vantajoso pagar à vista do que pagar juros por um financiamento, por exemplo.

No tema Educação a criação de um curso que ensine a teoria e a prática do mercado financeiro poderia ser um facilitador para que as pessoas comecem a investir, jogos lúdicos para crianças ou jogos para adultos também podem ser um recurso utilizado para despertar o interesse por esta prática. Muitas pessoas não sabem nem por onde começar quando o assunto é investimentos e no momento em que conseguem entender um pouco mais desta área, que hoje é mais conhecida pelos profissionais deste segmento, pode gerar uma situação favorável aos investimentos. Quando as pessoas aprendem a diferenciar os tipos de investimentos e aprendem os riscos de investir na bolsa e a segurança de investimentos com proteção do fundo garantidores de crédito eles começam a identificar-se com um tipo de perfil financeiro,

mais agressivo ou mais conservador, e conseqüentemente vão se familiarizando com o mercado financeiro e conseqüentemente guardar recursos torna-se um atividade geradora de afeto positivo, podendo até se equivaler ao ato de compra.

No tema Compartilhamento foi proposto pelos designers um artefato que facilite a gestão financeira familiar, este sistema, poderia ser um software em que cada integrante economicamente ativo da família colocasse seus dados de consumo no sistema informando a qual conta se destina, ex. custo da casa, do marido, da esposa, dos filhos e o próprio sistema vai inserindo nas contas previamente definidas e fazendo os cálculos de quanto cada um gastou e onde foram alocados os recursos, facilitando a gestão das contas da casa. Outro recurso disponível é o de indicar como está o orçamento da casa e quanto de recursos ainda restam para terminar o mês com saldo positivo.

No tema Filantropia o objetivo é que o ato de poupar seja estimulado para ajudar o outro, neste caso uma parte do valor guardado seria destinado a uma instituição de caridade que o indivíduo se identifica com a causa, maximizando o afeto positivo, para aquelas pessoas que gostam de ajudar. Poderia ser criado um sistema que relacione as instituições de caridade, apresentando suas ações em prol da comunidade, e de quanto elas precisam arrecadar para manterem seus serviços de apoio a comunidade ativos. O indivíduo que se solidarize com a causa poderia ajudar com o valor que se sentir confortável ou com um percentual do valor poupado no mês.

Estes resultados trazem à tona o potencial do design para o bem-estar. No momento em que se associa uma nova área ao Design, a de finanças pessoais, as possibilidades de projeto aumentam, trazendo um olhar para um tema de grande relevância, mas que por muito tempo não foi explorado em profundidade. Além disto, mais uma face do indivíduo é contemplada, no sentido de desenvolver mais uma habilidade nas pessoas e torná-las mais autônomas e com autocontrole mais aguçado. Com esta associação ganha o Design, que aumenta seu poder de atuação, e ganha o indivíduo, que tem desenvolvida sua saúde financeira.

Dentre as limitações da pesquisa, pode-se citar que os entrevistados não abrangeram os perfis extremos, tais como grandes investidores em ações ou pessoas muito endividadas que não têm como arcar com seus gastos. Sugere-se que esta pesquisa indique estudos futuros, pesquisando com mais profundidade as pessoas com perfil citado acima, que não foram abrangidas dentro dos limites da pesquisa. Outro fator limitador é que os artefatos apresentados para auxílio na saúde financeira

foram os citados pelos entrevistados, não abrangendo todos os artefatos existentes, gerando, também, possibilidades de novas pesquisas.

Por último, cabe ressaltar que a pesquisa usou o referencial teórico apresentado nos capítulos 2. Design emocional e 3. Educação financeira e finanças pessoais, porém outras pesquisas podem utilizar outras teorias para estudar o design para o bem-estar com relação às finanças pessoais.

REFERÊNCIAS

AAKER, David; KUMAR, Vinay; DAY, George S. **Pesquisa de marketing**. Tradução de Reynaldo Cavalheiro Marcondes. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ALBUQUERQUE, Anelise Salazar, TRÓCCOLI, Bartolomeu Tôrres. Desenvolvimento de uma escala de bem-estar subjetivo. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, [s. l.], v. 20, n. 2, p.153-164, 2004.

AVATARES. In: iSTOCK by Getty Images. [s.l.: s.n.], c2019. Disponível em: <<https://www.istockphoto.com/br/fotos/avatares?license=rf&phrase=avatares&assettype=image&sort=best>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

BANCO CENTRAL (Brasil). O Programa de Educação Financeira do Banco Central. Brasília, DF: BC, 2019. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fpef%2Fport%2Fpefpublicoexterno.asp>>. Acesso em 18 abr. 2019.

BANCO INTER. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.

BANRISUL. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.

BARROS, Rita Manuela de Almeida; MARTIN, José Ignacio Guinaldo; PINTO, José Fernando Vasconcelos Cabral. Investigação e prática em psicologia positiva. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 30, n. 2, p. 318-327, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932010000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 10 mar. 2018.

BRADESCO. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.

CACIOPPO, John T.; GARDNER, Wendi L. Emotion. **Annual Review of Psychology**, [s. l.], v. 50, p.191-214, 1999. Disponível em: <<https://www.annualreviews.org/doi/full/10.1146/annurev.psych.50.1.191>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

CAIXA ECONOMICA FEDERAL. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**, [s. l.], v. 57, n. 5, p. 611-614, 2004.

CAVALCANTE, Bianca Almeida; MELO, Lilian Mara Lopes de; ALMEIDA, Francisco Valdovir H. A importância da educação financeira na tomada de decisões: um estudo com os servidores do centro administrativo (CAF) do município de Quixadá - CE. **Revista Expressão Católica**, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 108-125, 2014.

CERBASl, Gustavo. Crédito inteligente. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 30 jul. 2012. Mercado. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/57555-credito-inteligente.shtml>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

CLAUDINO, Lucas Paravizo Claudino; NUNES, Murilo Barbosa; SILVA, Fernanda Cristina da. Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos. In: SEMINÁRIO EM ADMINSITRAÇÃO, 12., 2009, São Paulo. **Anais...** Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/724.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

COSTA, Felipe Campelo Xavier da; SCALETSKY, Celso; TONETTO, Leandro Miletto. Designing for experience and public transportation: an emotion-driven project. In: CUMULUS CONFERENCE, 2012, Santiago. **Cumulus Working Papers**. Santiago: DuocUC, 2013. p. 119-124.

DANA, Samy. **Faça as pazes com as suas finanças**: o passo a passo para organizar o seu dinheiro e planejar o seu futuro sem deixar de aproveitar o presente. São Paulo: Benvirá, 2017.

DEMIR, Erdem; DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. Appraisal patterns of emotions in human-product interaction. **International Journal of Design**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 41-51, 2009.

DESMET, Pieter. Design for mood: twenty activity-based opportunities to design for mood regulation. **International Journal of Design**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 1-19, 2015.

DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. Framework of products experience. **International journal of design**, [s. l.], v.1, n.1, 2007.

DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. Special issue editorial: design & emotion, **International journal of design**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 1-6, 2009.

DESMET, Pieter; POHLMAYER, Anna. Positive Design: na introduction to design for subjective well-being, **International Journal of Design**. [s. l.], v. 7, n.3, p. 5-19, 2013.

DUNNE, A. **Hertzian tales**: eletronic products, aesthetics experience and critical design. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005.

EKMAN, P. Moods, emotions, and traits. In: EKMAN, P.; DAVIDSON, R. J. (Ed.). **The nature of emotion**: fundamental questions. Oxford: Oxford University Press, 1994. p. 56-58.

GALINHA, Iolanda Costa; PEREIRA, Cícero Roberto; ESTEVES, Francisco. Versão reduzida da escala portuguesa de afeto positivo e negativo. **Revista Associação Portuguesa de Psicologia**. [s. l.], v.28, n.1, p. 53-65, 2014.

GASPAR, Tania; BALANCHO, Leonor. Fatores pessoais e sociais que influenciam o bem-estar subjetivo: diferenças ligadas estatuto socioeconômico. [s. l.], 2015. v.22, n.4, p. 1373-1380, 2017.

GRAF, Claudir Olipio; GRAF, Marleni. Planejamento financeiro: fugindo das dívidas. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, [s. l.], v. 11, n. 2, p.183-191, 2013.

- GRIGOLETTO, Tânia Mara. **O uso de concerns conflitantes em projeto de design para emoção na experiência de economizar recursos financeiros**. 168 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa em Pós-Graduação em Administração. Universidade do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2017.
- HUMMELS, Caroline. **Engaging contexts to involve experiences**. 1st International Conference on Design and Emotion. Delft, pg. 39-46. 1999.
- ITAU UNIBANCO. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.
- JORDAN, Patrick. **Designing pleasurable products**. London: Taylor & Francis, 2000.
- KAHNEMAN, Daniel; DIENER, Edward; SCHWARTZ, Norbert (Ed.). **Well-being: foundations of hedonic psychology**. New York: Russell Sage Foundation, 1999.
- KULLER, R.; *et al.* **The impacto of light and colour os psychological mood: A cross-cultural study os indoor work enviroment ergonomics**. [s. l.], v.49, n.14, p. 1496-1507, 2006.
- METTE, Frederike Monica Budiner. **O Processo de tomada de decisão de compra a prazo: o efeito das diferenças individuais do tipo de produto e das condições de pagamento**. 2016. 158 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa em Pós-Graduação em Administração. Universidade do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2008.
- NORMAN, Donald. **Design emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- NUBANK. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.
- ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OECD). **Recommendation on principles and good practices for financial education and awareness: recommendation of the council**. Paris: OECD, July 2005. Disponível em: <<https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/35108560.pdf>>. Acesso em: 5 abr. 2018.
- OLIVATO, h. & SOUZA, P.K.B. **Endividamento: um estudo preliminar dos fatores contribuintes**. Anais do Simpósio de Educação e Encontro científico de Educação da Unisalsiano, Lins São Paulo, 2007.
- OLIVIERI, Maria de Fátima Abud. Educação financeira. **Eniac Pesquisa**. [s. l.], v.2, n.1, p.43-51, 2013.
- PAIVA, John Taylor. **O segredo da educação para saúde financeira: incrível guia de planejamento e controle financeiro**. 2013. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=v3Q-XMQvIUc&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. [2018?] Acesso em: 15 abr. 2018.
- PASSARELI, Paola Moura; SILVA; José aparecido da. Psicologia positiva e o estudo do bem-estar subjetivo. **Estudos de Psicologia**, Campinas. v. 24, n.4, p.513-517, 2007.

PHIL TOWN RULE 1. In: GOOGLE IMAGENS. Mountain View: Google, 2019. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=phil+town+rule+1&rlz=1C1GCEU_pt-BRBR840BR840&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjo-6SLnYLjAhVeFLkGHSf-BHAQ_AUIESgC&biw=1600&bih=767>. Acesso em: 3 maio 2019.

RUSSELL, JAMES A. Core affect and the psychological constructions of emotion. **Psychological Review**, [s. l.], v. 110, n. 1, p. 145-172, 2003.

SANDERS, L. **Design for experiencing**: new tools. 1st internacional Conference on Design Emotion. Delft. P, 87-92. 1999.

SANTANA, Vitor santos; GODIM, Sônia Maria Guedes. Regulação emocional, bem-estar psicológico e bem-estar subjetivo. **Estudos de Psicologia**. [s. l.], v.21, n.1, p.58-68, 2016.

SANTANDER. In: APP STORE. 2019. Busca realizada numa loja de aplicativos.

SANTOS, Leusa Cristina Bezerra dos. Saia do vermelho: um olhar dialógico em manchetes sobre finanças pessoais. **Domínios de Lingu@gem**. [s. l.], v.11, n.1, p.109-129, 2017.

SELIGMAN, Martin. **Felicidade autêntica**: usando a nova psicologia positiva para a realização permanente., Tradução Neusa Capelo. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.

SERASA EXPERIAN. **Inadimplência atinge 63 milhões em março e bate recorde histórico, revela Serasa Experian**. São Paulo, SP, 2019 Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-atinge-63-milhoes-de-consumidores-em-marco-e-bate-recorde-historico-revela-serasa-experian>> Acesso em 23 set. 2019.

SILVA, Jucyara Gomes da; SILVA NETO, Odilon Saturnino; ARAÚJO, Rebeca Cordeiro da Cunha. **Educação financeira de servidores públicos**: hábitos de consumo, investimento e percepção de risco. Revista Evidenciação Contábil & Finanças. [s. l.], v.5, n.2, p.104-120, 2017.

SILVERSTEIN, Shel. **A parte que falta**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letrinhas, 2018. Livro ilustrativo, sem paginação.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias; PADOVAM, Valquiria Aparecida Rossi. Bases teóricas de bem-estar subjetivo, bem-estar psicológico e bem-estar no trabalho. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. [s. l.], v.24, n.2, p 201-209, 2008.

STEEN, Marc. Organizing design-for-wellbeing projects: using de capability approach. **Design Issues**, [s. l.], v. 32, n. 4, p. 4-15, 2016.

TONETTO, Leandro; COSTA, Felipe. Design emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research journal**. São Leopoldo. v.4, n. 3. p. 132 – 140, 2011.

VENÂNCIO, Geisy Anny; HEEMANN, Adriano; CHAVES, Liliâne Iten. Design and the global and human wellbeing. **Work**, [s. l.], 41, supl. 1, p. 2175 – 2178, 2012. Disponível em: <<https://content.iospress.com/download/work/wor0648?id=work%2Fwor0648>>. Acesso em: 5 maio 2019.

APÊNDICE A – PERFIL PESSOAL DE CONSUMO

Os quatro perfis foram definidos com base nos estudos realizados sobre finanças pessoais e refletem potenciais características dos participantes da pesquisa. Para que sejam entrevistadas, as pessoas devem responder afirmativamente a um dos pontos a seguir. Será priorizada a diversidade de perfis. São eles:

- a) Costuma gastar mais do que ganha e ter contas extras para pagar?
- b) Gasta dentro do limite do seu salário e não possui reserva financeira?
- c) Gastam dentro do seu salário e possui reserva financeira?
- d) Gastam menos do que recebe e está montando um fundo de reserva?

Dentro desta revisão, considera-se o item “a” como uma pessoa endividada e os itens “b”, “c” e “d” como não endividados.

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Vale salientar que se trata de um roteiro preliminar, a ser revisto e testado em entrevistas-piloto.

Identificação e perfil do entrevistado

- Perfil de Consumo (Conforme o Anexo A)
- Sexo:
- Idade:

Início

- Apresentação da pesquisadora e do(a) entrevistado(a)
- Explicar os objetivos da entrevista, salientando que não existem respostas certas ou erradas. O objetivo é conhecer a forma com que as pessoas vivem e relacionam-se com o dinheiro.

Aquecimento

- Descreva um dia comum em sua semana.
- Como são, geralmente, os teus finais de semana?

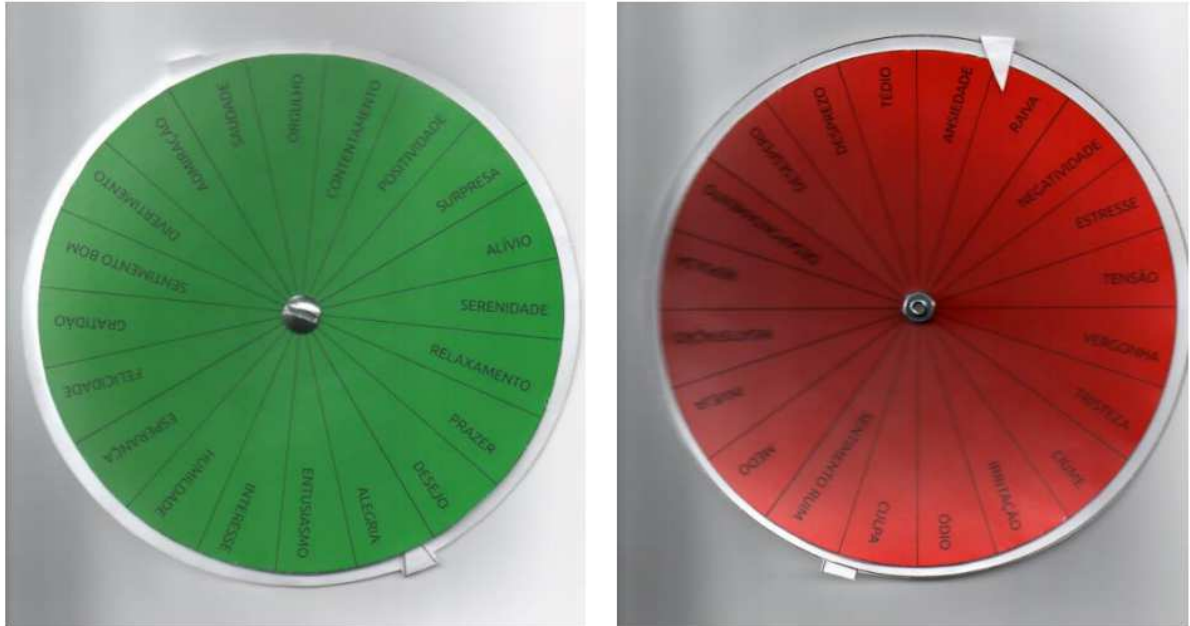
Bem-estar

Satisfação com a vida

- Como são os teus planos para o futuro?
- Como percebes as contribuições das finanças para tua satisfação pessoal, levando em consideração os projetos futuros?
- Como a organização de suas finanças estão relacionadas (ou não) a eles?
- Existe algum tipo de produto, serviço, aplicativo ou qualquer outro recurso que auxilie você a organizar suas finanças? Quais? Como?

Emoções positivas e negativas

- Como você se sente em relação a suas finanças, de acordo com as palavras do círculo que vou mostrar agora (Costa, Scaletsky e Tonetto, 2013)?



- Explorar causas possíveis de todas e cada uma das **emoções positivas e negativas apontadas**.
 - a) Caso a pessoa relate **emoções negativas**, perguntar: Existe algo que você faça para lidar com essas emoções?
 - Explorar possíveis relações com artefatos.
 - As questões são repetidas para cada emoção relatada.
 - b) Caso a pessoa relate **emoções positivas**: O que você diria auxiliar para que você tenha essas emoções positivas em relação a suas finanças?
 - Explorar possíveis relações com artefatos.
 - As questões são repetidas para cada emoção relatada.

Agradecer e encerrar a entrevista.

ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

A pesquisadora Clarissa Prates Brocca está realizando uma pesquisa que tem como objetivo principal descobrir como o design pode auxiliar no bem-estar subjetivo por intermédio das finanças pessoais. A pesquisa é intitulada *Contribuições do design para o bem-estar subjetivo por meio das finanças pessoais* e é fruto de um trabalho acadêmico de nível mestrado, realizado no PPG de Design da Universidade do Vale do Rio Dos Sinos – UNISINOS – orientado pelo Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto.

Por meio deste documento, está sendo solicitando a sua autorização para realização nessa pesquisa. Tal estudo prevê a participação adultos de ambos os sexos que sejam economicamente ativos. A atividade a ser desenvolvida é a realização de uma entrevista individual, a ser gravada para posterior transcrição e análise.

Não são conhecidos riscos pela participação na pesquisa. O maior desconforto para você será o tempo que você deverá dispor para a realização da pesquisa; ela não causa nenhuma interferência negativa em relação à você. Sua participação não trará nenhum benefício pessoal direto a você. Entretanto, você colaborará para que sejam desenvolvidos novos conhecimentos científicos acerca da contribuição e desenvolvimento do bem-estar subjetivo às finanças pessoais.

Salienta-se 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. Os dados obtidos serão confidenciais e colocados anonimamente à disposição da pesquisadora responsável, conforme previsto em lei. Este termo será assinado em duas vias, ficando uma em seu poder e outra com a pesquisadora.

Eu _____
fui informado(a) sobre os objetivos especificados acima, de forma clara e detalhada. Recebi informações específicas sobre o procedimento do qual participarei. Todas as minhas dúvidas foram respondidas com clareza e sei que poderei solicitar novos esclarecimentos, a qualquer momento, através do telefone (51) 99901.8694, com a pesquisadora responsável. Estou ciente de que terei a liberdade de retirar o consentimento de minha participação na pesquisa, caso considere necessário. Fui certificado(a) de que as informações por mim fornecidas terão caráter confidencial.

Porto Alegre, ____ de _____ de _____.

Clarissa Prates Brocca
Pesquisadora Responsável

Assinatura do(a) Participante