



Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Arquitetura
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Design Visual

Catarina Bizotto Dal'Iago

**GAMIFICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE AUXÍLIO PARA O
BEM-ESTAR E SAÚDE MENTAL DE JOVENS ADULTOS**

Porto Alegre
2023 - 2024

Catarina Bizotto Dal'Iago

**GAMIFICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE AUXÍLIO PARA O
BEM-ESTAR E SAÚDE MENTAL DE JOVENS ADULTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Prof^a. Dra. Cíntia Costa Kulpa

Porto Alegre
2023 - 2024

Catarina Bizotto Dal'Iago

**GAMIFICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE AUXÍLIO PARA O
BEM-ESTAR E SAÚDE MENTAL DE JOVENS ADULTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Prof^a. Dra. Cíntia Costa Kulpa

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Mario Furtado Fontanive - UFRGS

Francine Alexandra Moreira Aires - Pós-graduação

Orientadora: Prof^a. Dra. Cíntia Costa Kulpa - UFRGS

Porto Alegre

2023 - 2024

AGRADECIMENTOS

Ao meu parceiro de vida, Matheus, por ser meu porto-seguro de carinho e incentivo ao longo deste final da minha trajetória acadêmica. Seu apoio, reciprocidade e amor foram, e são, essenciais para a minha caminhada, me dando forças diariamente.

Aos meus pais, Maria e Carlos, que sempre me proporcionaram um lar de apoio, afeto, confiança e inspiração para que eu sempre persevere diante de qualquer desafio.

Às minhas colegas e grandes amigas que conquistei desde o primeiro dia na faculdade, Isabela e Gabriela, que estiveram ao meu lado nos momentos bons e ruins e tornaram minha jornada na UFRGS mais tranquila. Sem vocês eu não seria a pessoa que sou hoje.

À minha psicóloga, Vanessa, que me ajudou a superar barreiras e angústias, me fez acreditar em mim mesma quando isso parecia difícil, e foi de apoio fundamental para a construção e desenvolvimento deste trabalho de conclusão.

Por fim, agradeço à minha orientadora, Cíntia Kulpa, por ter me dado oportunidades e incentivo profissional ao longo do meu percurso acadêmico, sendo uma grande professora e guia primordial na minha jornada e interesse pelo design de interfaces digitais.

RESUMO

O presente trabalho consiste no desenvolvimento de um aplicativo móvel gamificado que sirva como ferramenta de acolhimento diário para jovens adultos. O objetivo é contribuir com o bem-estar e manutenção da saúde mental deste público, tendo como foco aqueles que apresentam sintomas negativos decorrentes de transtornos de ansiedade. Para a primeira etapa da pesquisa, foi feita uma contextualização acerca da saúde mental da população, assim como a geração digital e os benefícios da gamificação. Na sequência, foi realizada a fundamentação teórica onde explorou-se os tópicos de saúde mental e ansiedade, a relação do design com a emoção, o design de interação e sua aplicação digital e, por fim, a gamificação. Seguindo a metodologia de Garrett (2011), a qual compreende os cinco planos da experiência do usuário – estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície –, utilizou-se de métodos para a execução do projeto de interface, incluindo coleta de dados, definição de requisitos projetuais e elaboração da arquitetura da informação do aplicativo. Tendo as bases informacionais elaboradas, as últimas etapas consistiram na definição conceitual do projeto, seguido da geração e seleção de alternativas para a interface, assim como testes com usuários. Para o último plano, após a definição do nome do aplicativo, as definições conceituais e subjetivas do produto são traduzidas em sua linguagem estética, com a elaboração do seu sistema visual, prototipação em alta fidelidade e uma avaliação final com um profissional da psicologia.

Palavras-chave: design de interação, experiência do usuário, gamificação, bem-estar, saúde mental.

ABSTRACT

The present work consists on the development of a gamified mobile application that serves as a daily support tool for young adults. The objective is to contribute to the well-being and maintenance of the mental health of this public, focusing on those who present negative symptoms resulting from anxiety disorders. For the first stage of the research, a contextualization was made regarding the mental health of the population, as well as the digital generation and the benefits of gamification. Next, the theoretical foundation was carried out, exploring the topics of mental health and anxiety, the relationship between design and emotion, interaction design and its digital application and, finally, gamification. Following Garrett's (2011) methodology, which comprises the five planes of user experience – strategy, scope, structure, skeleton and surface –, methods were used to execute the interface project, including data collection, definition of design requirements and elaboration of the app's information architecture. With the informational bases prepared, the last stages consisted of the conceptual definition of the project, followed by the generation and selection of alternatives for the interface, as well as user testing. For the last plane, after defining the application's name, the conceptual and subjective definitions of the product are translated into its aesthetic language, with the elaboration of its visual system, high fidelity prototyping and a final evaluation with a psychology professional.

Key-words: interaction design, user experience, gamification, well-being, mental health.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Frente e verso das cartas do JAC - Jogo do Autoconhecimento.....	24
Figura 2: Páginas do Planner de autocuidado.....	25
Figura 3: Acordes cromáticos e seus significados.....	29
Figura 4: O marrom em diferentes contextos.....	29
Figura 5: Diagramas dos elementos da experiência do usuário.....	41
Figura 6: Detalhamento da metodologia.....	44
Figura 7: Estratégias utilizadas para amenizar a ansiedade.....	47
Figura 8: Telas do aplicativo Guardians, da esquerda para direita: tela inicial, recompensas (novos pets), quadro de missões e opções para a missão diária.....	56
Figura 9: Telas de divulgação do aplicativo Daylio, sendo a terceira, da esquerda para direita, sua tela inicial.....	59
Figura 10: Telas de divulgação do aplicativo Rootd, sendo a primeira, da esquerda para direita, sua tela inicial.....	62
Figura 11: Telas de divulgação do aplicativo HeadSpace, sendo a primeira, da esquerda para direita, sua tela inicial.....	65
Figura 12: Personas.....	70
Figura 13: Arquitetura da Informação.....	76
Figura 14: Fluxo de tarefas para realização da missão diária.....	77
Figura 15: Fluxo de tarefas para processo de registro no Board.....	77
Figura 16: Painel semântico do conceito.....	79
Figura 17: Sketches selecionados.....	80
Figura 18: Grid utilizado.....	81
Figura 19: Wireframes das telas Mapa, Missões, Board e Perfil.....	82
Figura 20: Wireframes do processo de onboarding.....	84
Figura 21: Soluções para os elementos de seleção da interface.....	85
Figura 22: Alterações no protótipo pós teste com usuários.....	88
Figura 23: Alternativas selecionadas para o naming.....	90
Figura 24: Tipografia e estilos de texto.....	91
Figura 25: Iconografia da interface.....	92
Figura 26: Padrão cromático e paleta tonal.....	94
Figura 27: Painel visual de logotipos análogos.....	95
Figura 28: Versões do logotipo e símbolo final.....	96
Figura 29: Ícone do aplicativo.....	96
Figura 30: Painel visual de ilustrações.....	97

Figura 31: Mapa de níveis.....	98
Figura 32: Avatares e stickers.....	99
Figura 33: Categorias de missões.....	99
Figura 34: Tela inicial do celular, splash screen e launch screen.....	100
Figura 35: Fluxo do onboarding.....	101
Figura 36: Mapa e seleção de missão.....	102
Figura 37: Fluxo de realização da missão diária.....	103
Figura 38: Missões e tela interna.....	104
Figura 39: Board e seus recursos.....	105
Figura 40: Fluxo de realização de registro no Board.....	106
Figura 41: Perfil e telas internas.....	107
Figura 42: Lockscreen com notificações do app.....	108
Figura 43: Ajuste textual pós avaliação.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Metas de usabilidade.....	33
Quadro 2: As Heurísticas de Nielsen.....	34
Quadro 3: Resumo das oportunidades levantadas pelo questionário.....	51
Quadro 4: Síntese da coleta de dados.....	54
Quadro 5: Avaliação Heurística: Guardians.....	58
Quadro 6: Avaliação Heurística: Daylio.....	61
Quadro 7: Avaliação Heurística: Rootd.....	64
Quadro 8: Avaliação Heurística: HeadSpace.....	67
Quadro 9: Síntese de oportunidades levantadas pela análise de similares.....	68
Quadro 10: Necessidades e requisitos do usuário e especificações do sistema.....	72
Quadro 11: Matriz de valor para nomes.....	90

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PERMA - Emoção positiva, Engajamento, Relacionamento, Sentido e Realização

UI - Interface do Usuário

UX - Experiência do Usuário

OMS - Organização Mundial da Saúde

SUS - Sistema Único de Saúde

RAPS - Rede de Atenção Psicossocial

CAPS - Centros de Atenção Psicossocial

SRT - Serviço Residencial Terapêutico

TAG - Transtorno de Ansiedade Generalizada

TMC - Transtornos Mentais Comuns

GUI - Interface Gráfica do Usuário

TCC - Trabalho de Conclusão de Curso

App - Aplicativo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 JUSTIFICATIVA.....	15
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	16
1.3 DELIMITAÇÃO.....	17
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 SAÚDE MENTAL.....	18
2.1.1 Ansiedade.....	20
2.1.2 Emoção e design.....	26
2.2 DESIGN DE INTERAÇÃO.....	30
2.2.1 Interface do Usuário.....	31
2.2.2 Usabilidade.....	33
2.2.3 UX.....	35
2.3 GAMIFICAÇÃO.....	37
3. METODOLOGIA.....	40
3.1 DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA.....	43
4. ESTRATÉGIA.....	45
4.1 QUESTIONÁRIO.....	46
4.2 ENTREVISTA.....	51
4.3 ANÁLISE DE SIMILARES.....	55
4.3.1 Guardians: Paradise Island.....	56
4.3.2 Daylio Diário: Diário de Humor.....	59
4.3.3 Rootd - Panic Attack Relief.....	61
4.3.4 HeadSpace: Sono e Meditação.....	64
4.3.5 Considerações acerca dos similares analisados.....	67
4.4 PERSONAS E CENÁRIOS.....	69
5. ESCOPO.....	71
6. ESTRUTURA.....	75
7. ESQUELETO.....	78
7.1 CONCEITO.....	78
7.2 SKETCHES.....	79
7.3 WIREFRAMES.....	80
7.4 TESTES DE USABILIDADE.....	85

8. SUPERFÍCIE.....	88
8.1 NAMING.....	89
8.2 TIPOGRAFIA.....	91
8.3 ICONOGRAFIA.....	92
8.4 PADRÃO CROMÁTICO.....	92
8.5 LOGOTIPO.....	94
8.6 ILUSTRAÇÕES.....	97
8.7 PROTÓTIPO EM ALTA FIDELIDADE.....	100
8.8 AVALIAÇÃO COM ESPECIALISTA.....	108
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
REFERÊNCIAS.....	112
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO ONLINE.....	118
APÊNDICE B - ENTREVISTA.....	130
APÊNDICE C - CENÁRIOS.....	134
APÊNDICE D - MAPA MENTAL DE ATRIBUTOS.....	137
APÊNDICE E - SKETCHES.....	138
APÊNDICE F - WIREFRAMES.....	139
APÊNDICE G - ROTEIRO PARA OS TESTES DE USABILIDADE.....	142
APÊNDICE H - ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO COMPLETA.....	143
APÊNDICE I - ANÁLISE DE TIPOGRAFIAS.....	144
APÊNDICE J - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS LOGOTIPO.....	145
APÊNDICE K - ROTEIRO PARA AVALIAÇÃO COM ESPECIALISTA.....	146

1. INTRODUÇÃO

Dentre as diversas questões sociais, políticas e econômicas que permeiam a sociedade do século XXI em um cenário global, tem-se os problemas relacionados à saúde mental da população. De acordo com o Relatório Mundial de Saúde Mental da Organização Mundial da Saúde, de 2022, a saúde mental é o resultado circunstancial de diversos fatores que fazem parte do contexto onde um indivíduo se insere. Estes fatores determinantes, portanto, seriam derivados de aspectos individuais, familiares, sociais e estruturais, ou seja, questões ambientais, socioculturais e geopolíticas de um determinado contexto (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO, 2022).

Tendo isso em vista, se torna notório o impacto de diversos fatores na saúde mental dos brasileiros, especialmente entre os mais jovens. A transição para a idade adulta, por exemplo, já é tradicionalmente marcada por diversas mudanças de estilo de vida, seja pela procura de emprego, entrada em um curso superior, novas exigências e pressões tanto sociais quanto familiares e, considerando um cenário pós pandemia da Covid-19, de desemprego e insegurança financeira, torna-se ainda mais complicada. Mesmo tomando como base o contexto pré-pandêmico, em 2019 cerca de 13% da população mundial vivia com algum transtorno mental, sendo os mais predominantes os casos de ansiedade e depressão (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO, 2022). Quanto ao cenário brasileiro recente, segundo dados da pesquisa Datafolha Jovem, de 2022, na qual mil jovens de 15 a 29 anos participaram, oito em cada dez relatam que apresentaram recentemente algum problema relativo à sua saúde mental. Ademais, cerca de 51% dos respondentes considera sua saúde mental regular, ruim ou péssima, tendo a maioria relatado já ter sofrido com pensamentos negativos e crises de ansiedade (MENA, 2022).

Para além da saúde mental, tem-se um outro aspecto que caracteriza fortemente as últimas décadas e o contexto dos jovens de uma maneira geral: a utilização de dispositivos móveis. Tendo nascido e crescido em momentos de revolução tecnológica, se tornou corriqueiro que os jovens adultos se utilizem da tecnologia nas mais diversas esferas da vida, e os recursos digitais normalmente serão tomados como a alternativa mais interessante para esse público. Nesse sentido, o elemento que conecta a atual geração são os *smartphones*, o qual permanece líder como principal equipamento para acesso à internet no Brasil

(BRASIL, 2022). De acordo com a mesma pesquisa, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), de 2021, o celular é utilizado em 99,5% dos domicílios com acesso à internet, sendo o público de 20 a 39 anos os que mais o utilizam (BRASIL, 2022). Logo, torna-se relevante pensar em novas soluções digitais que possam atender as mais diversas necessidades desse público, tendo em vista a possibilidade de serem amplamente adotadas.

No que tange o amplo ramo de produtos digitais, então, o papel do designer está diretamente conectado e encontra-se indispensável para o desenvolvimento dos mesmos. Os aplicativos móveis estão notoriamente dominando o mercado digital e as matérias de Experiência do Usuário (UX) e Interface do Usuário (UI), conceitos estes que serão estudados no referencial teórico deste relatório, estão extensamente difundidas tanto no âmbito profissional quanto acadêmico. Dentro destes campos, cabe ao designer desenvolver produtos interativos que sejam fáceis, eficientes e agradáveis de usar, considerando sempre a perspectiva dos usuários para quem se está projetando (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013). Ademais, de acordo com Donald Norman (2008), produtos e sistemas esteticamente agradáveis, e que fazem o usuário se sentir bem, são muito mais fáceis de lidar e permitem que o usuário performe melhor nas mais diversas tarefas do seu cotidiano.

Dentro do contexto dos aplicativos móveis, existe também uma forte tendência na aplicação de dinâmicas interativas no projeto dos mesmos, sendo elas denominadas de gamificação, tornando-se importante, portanto, estabelecer a sua definição. Para Burke (2015, p. 10), a gamificação pode ser definida como “o uso de design de experiências digitais e mecânicas de jogos para motivar e engajar as pessoas para que elas atinjam seus objetivos”. Nesse sentido, pelo seu próprio significado, a gamificação quando aplicada já apresenta potencial para engajar positivamente seus usuários.

Sendo assim, levando em conta os cenários apresentados, definiu-se o seguinte problema de projeto para este trabalho: como desenvolver um aplicativo móvel que sirva como ferramenta de acolhimento diário para jovens adultos, contribuindo com o seu bem-estar e manutenção da sua saúde mental? Para isso, portanto, será necessário compreender o cotidiano e as principais dificuldades que os jovens adultos enfrentam, estudar as diferentes formas de gamificação para aplicativos mobile, além de identificar a melhor abordagem temática e visual para garantir o interesse do público-alvo, mediante uma linguagem visual e dinâmicas

que gerem engajamento e conforto. Assim, será prototipado o aplicativo que melhor responda ao problema do projeto proposto e aos objetivos definidos.

1.1 JUSTIFICATIVA

Considerando os jogos digitais como origem da gamificação, torna-se válido analisar os seus benefícios para seus jogadores. De acordo com a pesquisa de Jones et al. (2014), a qual teve como base a teoria e modelo de psicologia positiva para o bem-estar de Martin Seligman, o PERMA, foi possível identificar que os jogos eletrônicos, por natureza, trazem consigo elementos de design alinhados com os atributos do bem-estar descritos por Seligman, sendo eles: emoção positiva, engajamento, relacionamento, sentido e realização (SELIGMAN, 2011 apud JONES et al., 2014). Em conclusão, o trabalho também indica que através dos jogos os usuários podem, além de se divertir, formar uma relação de bem estar atrelada ao mesmo, nutrindo bons sentimentos e contribuindo para sua estabilidade emocional e psicológica (JONES et al., 2014).

Acerca da gamificação, López, García e Fernández (2017), na busca por apoiar universitários na tomada de hábitos de vida saudáveis, aplicaram uma intervenção educacional baseada na gamificação em 148 estudantes, a partir do qual se identificou uma melhoria significativa na adoção de hábitos saudáveis relacionados à alimentação e atividade física. Dentre os benefícios que mais se destacaram, estão a redução no consumo de refrigerantes e aumento de atividades físicas como um todo (LÓPEZ; GARCÍA; FERNÁNDEZ, 2017).

No que se refere a aplicativos móveis que promovem bem-estar e regulação emocional, Eisenstadt et al. (2021) realizaram uma análise sistemática de diversos artigos que descrevem e avaliam cerca de 48 aplicativos de saúde mental, incluindo a realização de testes clínicos randomizados, com o intuito de achar evidências para a promoção dos mesmos no bem-estar da população em geral. Assim, sua pesquisa concluiu que existem evidências crescentes no papel destes aplicativos na melhora e promoção de saúde mental positiva, regulação emocional e bem-estar da população (EISENSTADT et al., 2021). Estes dados, portanto, revelam resultados promissores para o potencial impacto que aplicativos desse gênero podem ter, conforme mais pesquisas e testes com usuários forem sendo conduzidos.

Toma-se, também, como parte desta justificativa, as minhas motivações pessoais, as quais influenciam diretamente na escolha do tema deste projeto. Sempre tive grande apreço por produtos físicos e digitais que, de alguma forma, me despertam prazer e conforto através da sua linguagem visual e experiência de uso. Nesse sentido, enxergo o design como uma ferramenta que, além de possibilitar a criação de produtos que satisfaçam a necessidade dos seus usuários por meio de uma boa usabilidade, também possam transmitir boas emoções e ser visualmente agradáveis. Assim, o tema do bem-estar é levantado por ser algo que busco no meu dia a dia e, principalmente, em produtos digitais que possam me auxiliar nesse sentido. Logo, por meio deste trabalho de conclusão, pretendo projetar um aplicativo acolhedor que possa oferecer um espaço de estabilidade e refúgio para quem está passando por problemas relacionados à sua saúde mental.

Ademais, a decisão de criar um produto digital se deu pela minha afinidade com a área de design de interfaces, por já ter familiaridade com a mesma tanto acadêmica quanto profissionalmente, e por pretender seguir carreira na área após a graduação.

1.2 OBJETIVOS

Com o intuito de trazer uma solução para o problema de projeto apresentado, foram definidos os objetivos geral e específicos para o trabalho. O primeiro trata da delimitação do propósito final do projeto, enquanto o segundo descreve as etapas de desdobramento do mesmo, a fim de cumprir com o objetivo geral.

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver o projeto de um aplicativo mobile que promova o bem-estar e saúde mental de jovens adultos por meio da gamificação.

1.2.2 Objetivos Específicos

Sendo assim, para que o objetivo geral seja atingido, faz-se necessário estabelecer os seguintes objetivos específicos para o projeto:

- A. Conhecer aspectos do cotidiano e os desafios dos jovens adultos atualmente;

- B. Estudar as diferentes abordagens de gamificação para aplicativos mobile e identificar a experiência do usuário que melhor alcance o público-alvo;
- C. Levantar e compreender a relação do design visual com a emoção e como padrões cromáticos podem gerar conforto e auxiliar o psicológico de forma positiva;
- D. Identificar e analisar aplicativos que funcionam como suporte à saúde mental e bem-estar de seus usuários, tendo como base critérios de avaliação e síntese de oportunidades;
- E. Desenvolver o protótipo interativo do aplicativo para posterior teste com usuários e verificação com especialistas.

1.3 DELIMITAÇÃO

Tomando como base a definição do Ministério da Saúde, que se baseia nas normas da Organização Mundial da Saúde, o termo jovens adultos compreende a faixa etária de 20 a 24 anos (BRASIL, 2007). Uma vez, também, que os estudos apresentados apontam os transtornos de ansiedade como os mais comuns dentre a população, especialmente entre os jovens adultos, adotou-se como público-alvo para o projeto pessoas de 20 a 24 anos – podendo expandir-se para a faixa de 19 a 25 anos – que apresentam sintomas negativos decorrentes de transtornos de ansiedade.

Apesar dos problemas relacionados à saúde mental se estenderem profundamente para além desta faixa etária, como será explorado no tópico a seguir, a delimitação de idade ocorre devido a maior semelhança que o público de 20 a 24 anos possui em termos de necessidades e desafios, considerando a fase da vida em que se encontram. Ademais, também não seria possível trabalhar com outros transtornos mentais, tendo em vista as diferentes abordagens que seria necessário tomar para contemplar as especificidades de cada sofrimento psíquico, além do próprio tempo escasso disponível para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seção a seguir tem como objetivo reunir informações fundamentais para a compreensão do tema deste trabalho, assim como embasar decisões para a solução do problema de projeto proposto. Para isso, serão abordados conceitos e tópicos pertinentes aos objetivos definidos: saúde mental, transtornos de ansiedade e a relação do design com a emoção; conceitos e diretrizes que competem à área do design de interação, como a usabilidade, experiência e interface do usuário; e, por fim, o conceito de gamificação e as formas que a mesma pode tomar em aplicativos atualmente, especialmente se tratando de mecânicas voltados à promoção do bem-estar.

2.1 SAÚDE MENTAL

A psicologia pode ser definida como uma ciência que tem como objetivo compreender a subjetividade humana, a qual é vista para além de apenas o psicológico do sujeito, mas também seu corpo físico, seu funcionamento e seu contexto social (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2021). Nesse sentido, a psicologia vê a doença mental como “desorganização da vida subjetiva da pessoa” (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2021, p. 9), podendo ocorrer por diversos fatores interdependentes que cercam a vida desse sujeito, desde acontecimentos traumáticos até condições inerentes que constituem a sua subjetividade. Assim, o papel da psicologia é buscar estratégias que previnam o sofrimento psicológico e procurem caminhos para promover a saúde mental, sendo compromisso do psicólogo, assim como outros profissionais da saúde, zelar pela manutenção da dignidade do paciente e explorar formas de inserção sociais compatíveis com o sofrimento psíquico do mesmo (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2021).

Como qualquer sintoma clínico, os problemas e desafios relacionados à saúde mental se apresentam e são experienciados de formas diferentes por cada um, com níveis variantes de sofrimento e dificuldade que podem ser implicados à uma pessoa (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO, 2022). Existem fatores determinantes que influenciam diretamente na saúde mental de um indivíduo, sendo este fato refletido no dado de que mais de 80% das pessoas com transtornos mentais vivem em países de baixa e média renda, o que inclui, à vista disso, o Brasil. A pobreza, falta de bem-estar social e baixa acessibilidade para tratamentos

efetivos criam um ciclo vicioso de precariedade no estado da saúde mental de uma população (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO, 2022).

De acordo com dados apresentados pelo WHO, em 2019, cerca de 970 milhões de pessoas viviam com transtornos mentais, sendo que 52,4% eram mulheres. Os transtornos de ansiedade e depressão, em ambos os gêneros, são os transtornos mentais mais observados, ocorrendo o primeiro em 31% dos casos, e o segundo em 28,9%. Como resultado da pandemia da Covid-19, no entanto, em apenas um ano estes números subiram significativamente. Quanto aos dados para transtornos de ansiedade, por exemplo, de 298 milhões de pessoas diagnosticadas em 2019, em 2020 os casos pularam para 374 milhões, representando cerca de 26% a mais. Acerca do mesmo contexto pandêmico, os países que mais sofreram foram, igualmente, onde ocorreram os maiores aumentos na prevalência de transtornos mentais, sendo as Américas, de acordo com os dados de 2019, a região onde eles mais predominam (WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO, 2022).

Além do Relatório Mundial de Saúde Mental, a Organização Mundial da Saúde (OMS) também compila os dados de países do mundo todo referentes a financiamento, políticas, recursos e legislações voltadas à saúde mental, sendo relatados no Atlas de Saúde Mental da OMS. Sua última edição publicada em 2021 reporta sobre o ano de 2020, revelando uma insuficiência em escala global de investimentos e oferta de serviços de saúde mental de qualidade para a população, considerando a necessidade notória tanto no período pandêmico como pós-pandêmico. O Atlas monitora, inclusive, o progresso de cumprimento das metas para saúde mental estabelecidas pela OMS, do Plano de Ação Integral de Saúde Mental, informando que o mundo também não alcançou a grande maioria das metas previstas para 2020. Uma delas, relativa à existência de programas de promoção e prevenção da saúde mental, foi cumprida por apenas 52% dos Estados Membros da OMS, tendo em vista a meta ser de 80%. Todavia, este dado também apresentou um crescimento significativo, levando em conta que no ano de 2014 este percentual estava em 41%. As preocupações quanto aos dados, no entanto, se devem pelo número de países que, apesar de relatarem seus programas, não têm de fato recursos nem planejamentos financeiros dedicados, ou ao menos definidos, para os mesmos, além de 39% não apresentarem nenhuma evidência de real eficácia ou impacto desses serviços (ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE, 2021).

A respeito do Brasil, desde 2001 o país já possui uma rede e política pública ativa voltada à saúde mental dentro do Sistema Único de Saúde (SUS), a Rede de Atenção Psicossocial (RAPS). Ela é composta pelos Centros de Atenção Psicossocial (CAPS), serviços de saúde comunitários e multiprofissionais voltados ao atendimento de pessoas com sofrimento psíquico ou transtorno mental, em situações de crise ou em processos de reabilitação; além do Serviço Residencial Terapêutico (SRT), sendo casas em centros metropolitanos voltadas para a moradia de pessoas com transtornos mentais graves, as quais já não possuem possibilidade de retornarem à suas famílias de origem. Desde 2016, no entanto, a RAPS não obteve nenhum crescimento de repasses para custeio, havendo inclusive cortes de investimento para a rede. Em julho de 2023, porém, o Ministério da Saúde anunciou o investimento de R\$414 milhões por ano em recursos destinados aos 2855 CAPS e 870 SRT existentes no país, sendo esta uma ampliação de 27% em relação ao orçamento anterior. Considerada uma demanda cada vez mais crescente para a administração da saúde no país, a saúde mental foi anunciada como prioridade para o Ministério da Saúde (BRASIL, 2023).

Após o levantamento geral acerca da saúde mental em âmbito nacional e global, faz-se necessário compreender mais a fundo a ansiedade e seus desdobramentos, como seus diferentes transtornos, sintomas e tratamentos, além da forma que a mesma afeta o público-alvo em questão.

2.1.1 Ansiedade

Castillo et al. (2001) define ansiedade como “um sentimento vago e desagradável de medo, apreensão, caracterizado por tensão ou desconforto derivado de antecipação de perigo, de algo desconhecido ou estranho”. Ao contrário de sentimentos normais de nervosismo e preocupação, transtornos de ansiedade envolvem medo e ansiedade excessivos, interferindo diretamente na qualidade de vida e rendimento diário de uma pessoa (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2023). A ansiedade é identificada como patológica, portanto, na medida em que é exagerada e desproporcional em relação ao estímulo que a desencadeou, assim como destoante quando comparada ao comportamento habitual da faixa etária em que se encontra (CASTILLO et al., 2001). Existem alguns tipos de transtornos de ansiedade, como o transtorno de ansiedade generalizada

(TAG), transtorno de ansiedade de separação, fobia social, transtorno de pânico, agorafobia, entre outros tipos de fobias específicas (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2023).

Conforme Bystritsky et al. (2013), compreender como a reação emocional, crenças individuais e estratégias de enfrentamento interagem ao longo do tempo é essencial para diagnósticos mais precisos e um melhor gerenciamento dos diferentes tipos de transtornos de ansiedade. O TAG, por exemplo, envolve preocupações contínuas e excessivas que afetam atividades diárias, gerando inquietação, nervosismo, dificuldade de concentração e insônia. Quanto ao transtorno de ansiedade de separação, sua origem se dá no medo do afastamento ou perda de pessoas muito próximas, como familiares ou amigos, sendo o transtorno mais frequente em crianças e adolescentes (CASTILLO et al., 2001). Já a fobia social, por fim, trata de um desconforto e ansiedade intensos em relação a situações de interação social onde a pessoa julgue estar exposta à julgamentos, rejeição, vergonha ou humilhação (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2023).

Sendo dois termos característicos para os diferentes sintomas dos transtornos de ansiedade, o medo e a ansiedade também possuem diferenças conceituais importantes. A ansiedade é um estado emocional direcionado para o futuro, sendo associado a uma preparação para possíveis eventos negativos que estão por vir; ao passo que o medo é uma reação de alarme a uma ameaça presente ou iminente, sendo ela real ou percebida. Ambos estados emocionais podem ocorrer simultaneamente em transtornos de ansiedade, e cada um apresenta sintomas que convergem e divergem em diferentes níveis. Os sintomas de ansiedade incluem preocupação, evitamento – no sentido de abstenção ou fuga de determinada situação – e tensão muscular, enquanto que os de medo compreendem pensamentos de ameaça iminente, fuga, transpiração, tremores, palpitações cardíacas e náuseas (CRASKE et al., 2011). Não é incomum, da mesma forma, a sobreposição de sintomas de diferentes transtornos em um mesmo paciente, fato esse que recai na dificuldade para identificar e diagnosticar sub-transtornos específicos (BYSTRITSKY et al., 2013).

De maneira geral, transtornos de ansiedade podem ser efetivamente tratados através de intervenções psicofarmacológicas – medicamentos que agem no sistema nervoso central – e terapêuticas, como através da terapia cognitivo-comportamental

(BYSTRITSKY et al., 2013). Esta abordagem consiste em provocar uma mudança na forma em que a pessoa processa e interpreta as informações ou acontecimentos que induzem o medo e a ansiedade, assim como no comportamento que a mesma toma a partir disso (CASTILLO et al., 2001). Ao considerarmos como característica de grande parte dos transtornos de ansiedade o ato de avaliar situações com detalhes excessivos e de maneira catastrófica, o método cognitivo-comportamental é, na maioria das vezes, o mais adequado, além de ser sustentado por um embasamento empírico extenso (BYSTRITSKY et al., 2013).

A fim de estabelecer a relação entre ansiedade e o público-alvo, faz-se também um levantamento acerca de pesquisas que estudam o bem-estar psicológico e transtornos mentais em jovens brasileiros. Jansen et al. (2011), com o intuito de investigar a prevalência de transtornos mentais comuns (TMC) – os quais incluem depressão e transtornos de ansiedade – e sua associação com a qualidade de vida, realizou um estudo com 1560 jovens de 18 a 24 anos, residentes da cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul. Verificou-se, então, um predomínio de 24,5% de TMC entre os mesmos, dos quais a grande maioria apresentavam transtornos de ansiedade e/ou humor. Quanto aos dados referentes a qualidade de vida, os indivíduos com TMC demonstraram resultados significativamente inferiores quando comparados aos sem TMC, levando em conta aspectos como estado geral de saúde, capacidade funcional e saúde mental. Outra relação se deu quanto a presença evidente de TMC entre consumidores de álcool e usuários de substâncias ilícitas, fato esse que vai ao encontro das evidências científicas expostas por Bystritsky et al., quando afirma que os transtornos de ansiedade são responsáveis pela diminuição da produtividade, aumento das taxas de morbidade e mortalidade, e pelo aumento da dependência de álcool e drogas em grande parte da população (2013).

Em um segundo estudo, Maltoni, Palma e Neufeld (2019) investigam a prevalência de sintomas ansiosos e depressivos em estudantes universitários do estado de São Paulo, contando com uma amostra de 558 graduandos de diferentes áreas, idades e universidades. Foi possível constatar sintomas ansiosos em 10,8% dos universitários, sendo estes em níveis moderado e grave, e que compreendiam sensações de nervosismo, de calor, incapacidade de relaxar e medo que aconteça o pior. Dentre a amostra como um todo, 71,86% relataram sentimentos de cansaço e pouca energia, seguido de pouco interesse e/ou prazer em fazer as coisas. Em vista

de ambos estudos, percebe-se a necessidade de maiores programas e estratégias que visam contribuir com o bem-estar psicológico dos jovens, especialmente pelas instituições de ensino, considerando que grande parte dessa faixa-etária – 18 a 24 anos – se encontra no ensino médio ou superior (BRASIL, 2023).

De forma a finalizar esta seção, torna-se importante trazer as diferentes ações que foram ou estão sendo realizadas com o intuito de lidar com as questões de saúde mental da população, para além das intervenções tradicionais mencionadas anteriormente. Nesse sentido, o design visual também se apresenta como suporte para este contexto e, mais especificamente, o design digital, na medida em que é objeto de estudo deste trabalho. Desse modo, retoma-se a pesquisa de Eisenstadt et al. (2021), citada na justificativa deste relatório, a qual apresenta uma análise sistemática de 48 aplicativos já existentes no mercado que tratam da promoção de bem-estar e saúde mental, tendo como conclusão evidências favoráveis ao papel dos mesmos na geração de emoções positivas. A existência de aplicativos que abordam essa temática, portanto, já é bastante ampla, embora seja relevante, da mesma forma, trazer projetos que fogem do escopo digital, tendo em vista que também podem apresentar mecânicas de gamificação relevantes e aplicáveis para o formato eletrônico.

Em um primeiro trabalho, Paulino (2019) teve como objetivo desenvolver um produto que auxilie universitários a amenizar a ansiedade no seu dia a dia, criando, assim, um jogo de cartas que visa o autoconhecimento e organização dos pensamentos do usuário. Intitulado de JAC - Jogo do Autoconhecimento, o jogo conta com quatro tipo de cartas, sendo elas de situação, sentimento, atitude e resultado, as quais devem ser escolhidas na ordem respectiva em momentos em que o usuário estiver ansioso e sem rumo (Figura 1).

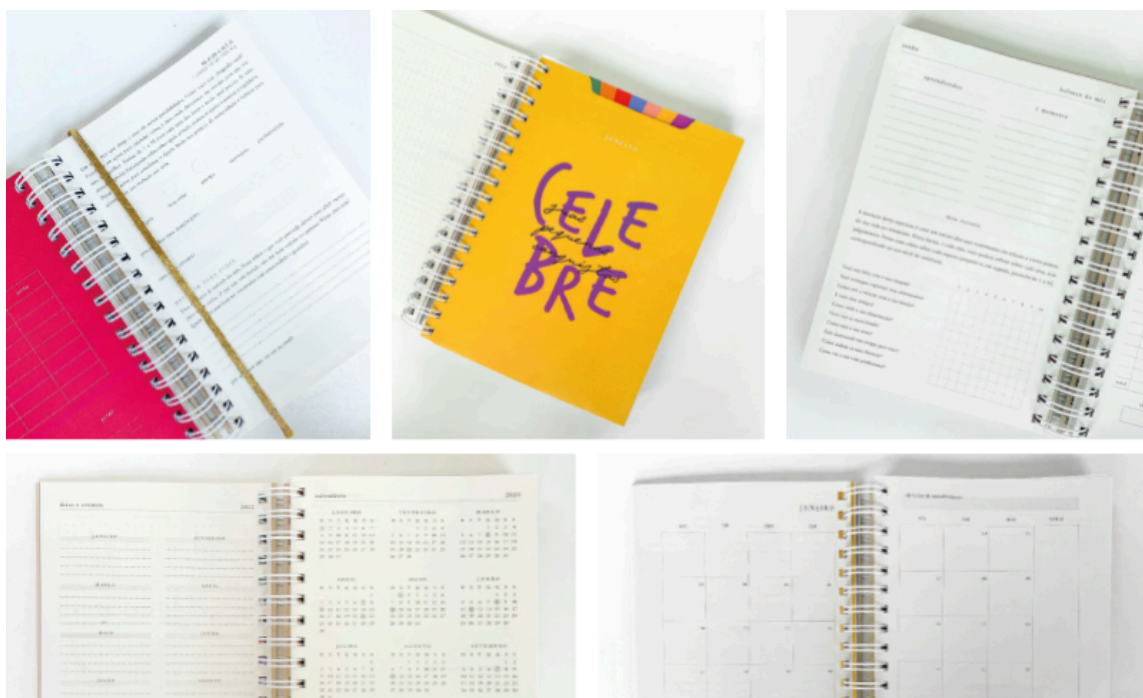
Figura 1: Frente e verso das cartas do JAC - Jogo do Autoconhecimento



Fonte: Paulino (2019)

A partir do contexto presente, então, escolhe-se a situação, seguido do sentimento pelo qual se está passando, a fim de selecionar a melhor maneira para amenizar esse sentimento, a partir das cartas de atitude. Por fim, as cartas de resultado servirão para relatar esse processo à mão, descrevendo também qual o resultado alcançado e se o mesmo foi positivo ou negativo para o usuário. Assim, cria-se um histórico de atitudes e resultados que servirão como auxílio para momentos ansiosos que possam vir a ocorrer novamente, ajudando, inclusive, no auto reconhecimento de padrões de comportamento e na reflexão pessoal sobre seus pensamentos ansiosos. Acerca da repercussão do projeto, Paulino observou *feedbacks* positivos da grande maioria de seus usuários, os quais afirmaram que é possível amenizar a ansiedade no dia a dia através do jogo e, especialmente, caso se siga corretamente as cartas de atitude (2019).

Como segundo trabalho, traz-se a proposta de Lepre (2021), de desenvolvimento gráfico e editorial de um *planner* – planejador, como uma agenda – como ferramenta diária para controle e acompanhamento de pessoas que possuem TAG, a partir de uma abordagem da terapia cognitivo-comportamental, como ilustra a Figura 2.

Figura 2: Páginas do *Planner* de autocuidado

Fonte: Lepre (2021)

A fim de auxiliar com a organização e planejamento pessoal dos usuários, através da criação de rotinas que visam evitar estresses e crises, o produto de Lepre também buscou associar as atividades diárias com o autocuidado, propondo espaços para auto-reflexão, anotação de metas e desejos, registro de pensamentos disfuncionais e momentos de check-in e balanços mensais, com a intenção de compreender e refletir sobre sentimentos em vários aspectos da vida. Sendo característico do TAG a preocupação excessiva e pensamentos que interfiram em atividades diárias, o *planner* proporciona diversas estratégias para lidar com estes sintomas, servindo como ferramenta de auxílio terapêutico e, também, criando um vínculo afetivo com seu usuário, na medida em que suas características estéticas e projetuais o tornam prático e atrativo para o público jovem em questão. Além disso, Lepre traz a avaliação do público referente ao projeto, o qual afirma que a organização e planejamento de fato influenciam positivamente em suas rotinas, e que o instrumento do *planner* é uma ferramenta bastante adequada para esse propósito.

Considerando as referências levantadas, por fim, percebe-se a capacidade intrínseca do design em poder proporcionar experiências positivas e afetivas para além do cumprimento de funções e resolução de problemas. As soluções de Paulino

(2019) e Lepre (2021) exploram formatos diferentes de interação entre usuário e produto, assim como múltiplas formas de gamificação, embora em formato físico. Os projetos também demonstram adesão positiva por parte dos seus usuários, na medida em que conseguem atingir seu público-alvo respectivo por meio de padrões visuais atrativos, além de atender diretamente às suas necessidades.

Diante disso, então, se torna indispensável investigar a maneira com que o design se relaciona com a emoção, assim como de quais formas o mesmo pode servir para geração de soluções visuais que auxiliem e agradem o usuário positivamente.

2.1.2 Emoção e design

Segundo Norman (2008), a emoção é uma parte valiosa e necessária da vida, afetando diretamente a forma como pensamos, sentimos e nos comportamos, além de conceber juízos de valor, os quais ajudam a interpretar e julgar rapidamente o ambiente e situações em que uma pessoa se encontra. Da mesma forma, a cognição também é importante, sendo inseparável da emoção na medida em que a mesma trabalha com as interpretações lógicas do mundo. Norman pontua, em vista disso, que a reação emocional a uma situação vem, naturalmente, antes de uma avaliação cognitiva, sendo crucial para tomadas de decisão no dia a dia. Nesse sentido, o sistema emocional também está ligado ao comportamento, se manifestando de forma física. Quando uma pessoa está ansiosa, seus pensamentos se tornam extremamente focados e limitados, podendo gerar o que Norman chama de “visão de túnel”, onde se torna difícil enxergar outras perspectivas ou soluções para uma situação. Por outro lado, quando se está feliz e relaxado, suas capacidades de raciocínio se ampliam e torna-se mais suscetível a criatividade, não havendo resistência para lidar com problemas ou encontrar soluções. A partir destas proposições, portanto, Norman determina a importância da estética e da atratividade em projetos de design, no sentido da capacidade de não proporcionar emoções negativas através do seu uso: produtos atraentes e agradáveis fazem com que as pessoas se sintam bem, além de serem mais fáceis de lidar e mais efetivos na tarefa para qual se propõem realizar (2008).

Uma vez que se discute o papel emocional do design, Norman (2008) sugere que qualquer experiência apresenta três níveis de emoção, as quais também se

traduzem em três aspectos do design: visceral, comportamental e reflexivo. O nível visceral trata da aparência, sendo o impacto primário e imediato que um produto causa. Já o nível comportamental se refere ao uso e a experiência, onde a função, desempenho e usabilidade são as qualidades mais importantes. No nível reflexivo, diferente dos demais, a relação com o produto vem de longo prazo, tendo conexões com identidade, auto-imagem, satisfação e lembranças pessoais, podendo estabelecer vínculos mais profundos com o usuário. Para o designer, então, cabe entender que não existirão projetos que gerem satisfação universal, sendo necessário conhecer seu público-alvo para que um produto consiga ser divertido, eficiente e fácil de usar, para assim gerar emoções positivas (NORMAN, 2008).

Retomando as questões de atratividade, Norman (2008) também esclarece que o nível visceral representa as reações mais primitivas do cérebro, estando conectadas a condições genéticas e a própria evolução do ser humano. Assim como a aparência, o visceral também trata de informações sensoriais, – como toque, odores e sons – e certos elementos, ambientes e situações foram associados, inconscientemente, à proteção, calor e sensações positivas. Norman, então, lista alguns destes elementos, tanto positivos quanto negativos, sendo interessante pontuar, aqui, aqueles que se associam a elementos visuais, já que podem se tornar ferramentas para o designer na construção de soluções e experiências mais agradáveis. Para aqueles que produzem afetos positivos, tem-se locais aquecidos e bem iluminados, cores alegres e saturadas, sorrisos, objetos simétricos e objetos lisos e arredondados. Quanto a emoções negativas, os exemplos são alturas, luzes muito intensas ou estridentes, escuridão, multidões e objetos pontiagudos.

No que tange o design, em especial o gráfico, os elementos citados por Norman se traduzem em elementos que compõem projetos visuais, os quais transmitem, da mesma forma, diferentes emoções. Um designer se utiliza de imagens, símbolos, tipografia e cor para representar ideias e transmitir uma mensagem, através da qual se constrói uma experiência emocional (SAMARA, 2007). O uso de imagens, por exemplo, pode comunicar significados tanto literais quanto subjetivos, e a forma como são aplicadas também influencia a percepção do usuário. A escala e proximidade entre elementos, quando elevada, pode tornar uma imagem pesada, dramática e impactante, enquanto que elementos menores, mais dispersos, e o uso de espaços em branco – chamados de espaços de respiro – conseguem transmitir mais leveza e conforto (SHERIN, 2013). Quanto a tipografia, a

mesma possui diversas categorias, aparências e, em especial, funções, atribuindo diferentes atmosferas e personalidades para projetos gráficos. Fontes grotescas e sem serifa – como a Arial utilizada no presente texto – são as mais comuns no meio digital, sendo neutras, casuais, e podendo transmitir seriedade a depender do seu contexto (CULLEN, 2012). Por outro lado, fontes arredondadas, com linhas curvas e orgânicas, tendem a ser mais amigáveis, divertidas e calorosas (CULLEN, 2012), indo ao encontro de Norman (2008), quando o mesmo relaciona objetos arredondados à afetos positivos.

Sendo parte constante e essencial dos elementos do design, as cores também desempenham um papel fundamental na atribuição de experiências e, conseqüentemente, de emoções. Com base em uma pesquisa onde foram consultadas 2000 pessoas de diferentes idades e profissões, Heller (2013) constatou que cores e sentimentos se correspondem através das vivências comuns enraizadas, se traduzindo em linguagem e pensamento. A cor, portanto, nunca existe desprovida de significado, assim como nunca se encontra sozinha, mas sempre cercada por outras. O contexto, nesse sentido, determina a percepção que se tem de cada cor, sendo um critério para determinar se a mesma é agradável, de bom gosto, adequada ou inadequada (HELLER, 2013).

Para a tese, Heller toma como base as 13 cores psicológicas, sendo elas as cores primárias (vermelho, amarelo e azul), as secundárias (verde, laranja e violeta), as mistas (rosa, cinza e marrom), preto, branco, ouro e prata. Sendo a cor preferida para ambos os gêneros, o azul foi apontado como predileto por 45% dos entrevistados, seguido do verde, com 15%. Quanto às cores menos apreciadas, o marrom foi líder, contabilizando 20% das respostas. Tomando como exemplo a cor azul, a mesma traz a simbologia da simpatia, harmonia, amizade e confiança, da mesma forma em que também é fria e distante. Embora produzam diferentes efeitos individualmente, as cores quando associadas – chamado de acorde cromático – também podem apresentar diferentes significados. A Figura 3 traz alguns exemplos dos acordes elaborados por Heller, com base nos conceitos frequentemente associados a cada cor, e sendo referentes a emoções tanto positivas quanto negativas. Percebe-se como o vermelho é uma cor de significados bastante divergentes, podendo transmitir amor e energia, ao mesmo tempo em que é associada ao ódio e a brutalidade.

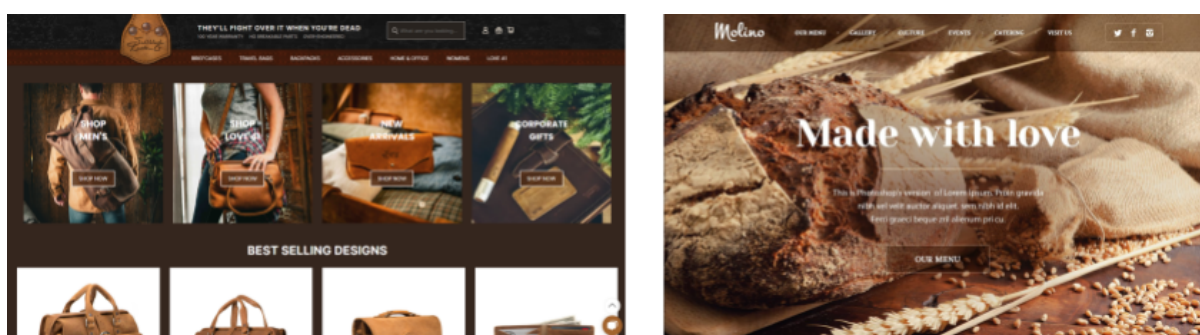
Figura 3: Acordes cromáticos e seus significados



Fonte: Heller (2013)

O marrom, apesar de ser a cor menos apreciada e comumente associada a emoções desagradáveis, pode ser bastante adequado em variados contextos. Tomando como exemplo dois websites, como mostra a Figura 4, o primeiro evoca uma aparência mais antiquada, *vintage* e tradicional, tendo um aspecto mais duro. Já o segundo, à direita, traz uma atmosfera aconchegante, saborosa e agradável.

Figura 4: O marrom em diferentes contextos



Fonte: Saddleback Leather Co. (2023) e Pinterest (2023)

Tendo levantado os diferentes elementos que compõem o design, assim como as características que influenciam no alcance de soluções visuais agradáveis e que geram sensações positivas, torna-se imprescindível inserir estas estratégias dentro do processo criativo deste trabalho. À vista disso, faz-se necessário entender como estes elementos visuais se relacionam na formação de uma interface interativa, na medida em que um aplicativo só existe com base na interação. Explora-se no tópico seguinte, então, os conceitos e diretrizes referentes ao design de interação no âmbito digital, os quais serão essenciais para o desenvolvimento do presente projeto.

2.2 DESIGN DE INTERAÇÃO

Para além de produtos digitais, a interação está presente em diversos outros objetos do cotidiano, como o controle remoto, máquina de café, impressora, calculadora, etc. No entanto, não são todos estes produtos que foram projetados tendo como foco o usuário e, mesmo que funcionem corretamente e sejam eficientes, tudo dependerá de como esse sistema de interação vai ser utilizado pelas pessoas em contextos reais. O design de interação, portanto, tem como papel desenvolver produtos interativos usáveis, eficazes e que proporcionem uma experiência agradável, levando sempre em conta quem, onde e de que forma ele será utilizado. Este termo, inclusive, pode ser considerado como “guarda-chuva” para diversos outros tópicos que fazem parte do design de interação e do próprio processo projetual para o desenvolvimento de produtos, sendo alguns deles o design de interface do usuário, usabilidade, design centrado no usuário, experiência do usuário, *web design*, entre outros (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013).

Com relação aos produtos digitais, em particular os aplicativos móveis, o design de interação também é essencial, tomando forma através da tela dos *smartphones*. Grande parte das áreas citadas anteriormente são levadas em conta no desenvolvimento de aplicativos, tendo cada uma seu papel vital na concepção da experiência final do usuário. Todos estes temas, então, serão aprofundados individualmente nas seções a seguir.

2.2.1 Interface do Usuário

Um dos aspectos mais importantes em um projeto de design, além de ser o primeiro ponto de contato com seu usuário, é a própria estética e aparência que o mesmo toma. Para qualquer objeto interativo, essa aparência pode ser chamada de interface do usuário, e é através dela que se entra em contato com as funcionalidades definidas no design de interação de um produto (GARRETT, 2011). Esta interação, considerando a interface do usuário de forma ampla, se dá mediante um conjunto de técnicas e mecanismos, enquanto que, em uma interface gráfica, o principal instrumento de interação é algum tipo de dispositivo indicador, sendo a metáfora de uma mão humana, como o próprio ponteiro do *mouse* em um computador. Para o meio digital, então, tem-se por meio de uma tela o que Galitz (2007) aponta como a interface gráfica do usuário, comumente chamada de GUI. Ela se constitui de dois componentes: *input* e *output* (entradas e saídas). O primeiro trata da comunicação do usuário com o aparelho, ou seja, a forma de interação que se tem com o mesmo, como o dedo, no caso de telas sensíveis ao toque. Já o *output* refere-se a como o aparelho apresenta os resultados dessa interação, os quais se traduzem nos diferentes elementos gráficos¹ exibidos em uma tela (GALITZ, 2007). Tais elementos, dentro da GUI, são aqueles pelos quais o design de interfaces se responsabiliza, e correspondem a todas as informações visuais que a compõem (GARRETT, 2011).

A construção de uma interface gráfica bem resolvida, para além das funcionalidades que a mesma oferece, é essencial para fornecer uma melhor comunicação entre o usuário e o produto, na medida em que a GUI é o veículo pelo qual se interage e realiza tarefas importantes no ambiente digital. O *layout* – forma em que elementos visuais são dispostos –, aparência e design de navegação de um sistema afetam diretamente as impressões de uma pessoa, podendo gerar irritação, frustração e estresse caso sejam confusos e ineficientes, além de tornarem a experiência cansativa e, conseqüentemente, levarem o usuário a cometer erros (GALITZ, 2007).

Ao afirmar que uma interface deve refletir as capacidades do seu público e conseguir responder às suas necessidades, Galitz (2007) também lista alguns dos problemas mais comuns observados em interfaces, os quais refletem no desperdício

¹ Elementos gráficos do design mencionados no capítulo anterior, *Emoção e design*.

de tempo e paciência do usuário: ruído visual, que se traduz na falta de espaços em branco e uso desnecessário de elementos e decorações; legibilidade prejudicada, relativo a escolhas de tipografia de baixa legibilidade ou contraste muito baixo entre fundo e texto; navegação confusa e ineficiente, como sistemas muito densos ou falta de elementos direcionais e paginação; design inconsistente, com estilos visuais e cores contraditórias entre o sistema, ou padrões de navegação incomuns; e design obsoleto ou desatualizado, tendo em vista a constante renovação de tendências e expectativas tanto mercadológicas quanto dos próprios usuários.

Retomando as questões afetivas relativas ao design, Rogers, Sharp e Preece (2013) discorrem sobre como as interfaces afetam os usuários, e que o papel do design de interação também é provocar respostas positivas, “como sentir-se à vontade, confortável e apreciar a experiência de estar utilizando um sistema” (p. 161). Em vista disso, as autoras discutem sobre a abordagem de design de interfaces afetivas, a qual trata da utilização de elementos gráficos expressivos para transmitir estados emocionais. Seu maior uso se dá em formas alternativas de comunicar o estado atual de um sistema, como forma de *feedback* – resposta – para o usuário. O objetivo é fazê-lo de forma tranquilizadora, podendo ser tanto informativo quanto divertido, como por meio de ícones dinâmicos, animações ou, até mesmo, mascotes. Traz-se como exemplo um ícone de lixeira, que se enche quando um arquivo é inserido na mesma (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013); ou um personagem que aparece sorridente na tela quando se inicia um aplicativo. Assim sendo, Rogers, Sharp e Preece (2013) pontuam a importância da estética para o design de interação, devendo-se sempre considerar o quão uma interface é, ou pode ser, agradável.

Por fim, Garrett (2011) aponta que interfaces de sucesso são aquelas nas quais os usuários percebem imediatamente o que é importante, enquanto o que não é importante, por outro lado, não é notado. A criação de uma interface, portanto, trata de reconhecer os padrões de navegação dos usuários, saber selecionar os elementos certos para a tarefa que ele precisa realizar, e acomodá-los na tela de uma maneira que sejam rapidamente entendidos e facilmente utilizados (GARRETT, 2011).

Permeando as definições relativas à interface do usuário, assim como suas melhores práticas, existe outro conceito relevante dentro do design de interação, o qual tem função fundamental para a garantia de uma boa experiência do usuário e

interfere diretamente na elaboração de uma boa interface visual: a usabilidade. Sua definição, então, será explorada no tópico a seguir.

2.2.2 Usabilidade

Nielsen (2012) descreve usabilidade como sendo um atributo de qualidade que avalia o quão fácil uma interface é de ser usada, podendo também se referir a métodos no processo de design que visam facilitar o uso de um produto. Nesse sentido, dentro do design de interação, Rogers, Sharp e Preece (2013) descrevem a usabilidade como tendo o objetivo de garantir que um produto interativo seja fácil de aprender e usar, eficaz e agradável, tomando-se sempre a perspectiva do usuário nas definições de um projeto. Segundo as autoras, também, a usabilidade pode ser dividida em diferentes metas, as quais fornecem ao designer uma forma concreta de medir os vários atributos de um produto e sua experiência de usuário. Essas metas, portanto, estão descritas no Quadro 1 a seguir:

Quadro 1: Metas de usabilidade

Meta	Descrição
Eficácia	Sendo uma meta geral, determina o quanto um produto é eficaz no seu uso, ou seja, o quão bom ele é nas tarefas que se propõe a realizar.
Eficiência	O produto deve ser eficiente no seu uso, ou seja, que facilite para o usuário a realização de suas tarefas.
Segurança	O produto deve proteger o usuário de situações indesejáveis ou perigosas, envolvendo questões de ergonomia e prevenção e recuperação de erros.
Utilidade	O produto deve oferecer o tipo certo de funcionalidade, considerando o que os usuários precisam ou desejam fazer com ele.
<i>Learnability</i> (capacidade de aprendizado)	O produto deve ser de fácil aprendizagem, de forma que o usuário não perca tempo aprendendo a como utilizá-lo.
<i>Memorability</i> (capacidade de memorização)	O produto deve ser fácil de lembrar como usá-lo, considerando que o usuário já tenha aprendido como utilizá-lo e, por exemplo, não o usa faz algum tempo.

Fonte: Rogers, Sharp e Preece (2013)

As metas de usabilidade podem também ser descritas como perguntas, de forma que, ao respondê-las, o designer pode conseguir prevenir problemas

potenciais de design e outros conflitos já nos estágios iniciais do processo projetual (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013). Para Nielsen (2012), ao tomar como exemplo *websites*, a usabilidade é uma condição necessária para sobrevivência na internet. Não existem manuais para as interfaces digitais, e o usuário não está disposto a tomar muito tempo para tentar entendê-la: quando o usuário encontra uma dificuldade, abandonar a interface é a sua primeira atitude.

Jakob Nielsen e Rolf Molich desenvolveram, em 1990, os dez princípios básicos para avaliação da usabilidade de uma interface, chamadas de diretrizes para a construção de boas interfaces humano-computador. Posteriormente refinados por Nielsen, em 1994, esses princípios do design de interação foram chamados de heurísticas de usabilidade, sendo considerados “regras de ouro” para o desenvolvimento de interfaces. No Quadro 2, então, as 10 Heurísticas de Nielsen, como são comumente nomeadas, podem ser conferidas:

Quadro 2: As Heurísticas de Nielsen

(continua)

Heurística	Descrição
H1: Visibilidade do status do sistema	O sistema deve sempre manter o usuário informado sobre o que está acontecendo, através de um feedback adequado dentro de um prazo razoável.
H2: Correspondência entre o sistema e o mundo real	O sistema deve possuir uma linguagem acessível, a fim de alcançar um fácil entendimento pelo usuário.
H3: Controle e liberdade do usuário	O sistema deve possibilitar de forma fácil e rápida que o usuário faça e desfça ações, de modo a diminuir sua insegurança ao utilizá-lo.
H4: Consistência e padronização	O sistema deve manter consistência entre suas telas, comandos e ações de maneira a facilitar o reconhecimento pelo usuário.
H5: Prevenção de erros	O sistema deve eliminar condições que farão com que os usuários façam ações críticas sem que tenham a opção de confirmação antes de se comprometerem.
H6: Reconhecimento em vez de lembrança	O sistema deve minimizar a carga mental do usuário, deixando visíveis objetos, ações e opções sem que seja preciso decorar informações para realizar uma tarefa.
H7: Flexibilidade e eficiência de uso	O sistema deve se adaptar ao nível em que o usuário está, atendendo a usuários iniciantes e oferecer atalhos para os mais experientes.

Quadro 2: As Heurísticas de Nielsen

(conclusão)

H8: Estética e design minimalista	O sistema deve fornecer apenas informações relevantes e necessárias, deixando em segundo plano elementos secundários ou evitando os desnecessários.
H9: Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros	O sistema deve ajudar o usuário a identificar e resolver problemas através de mensagens de erro claras, conduzindo-o para possíveis soluções.
H10: Ajuda e documentação	O sistema deve possuir uma interface suficientemente intuitiva, mas, caso necessário, deve fornecer documentação de ajuda para realização de tarefas.

Fonte: Nielsen (1994)

Tendo estabelecido os diferentes conceitos e princípios para o desenvolvimento de interfaces digitais, conclui-se esta seção com o último tópico pertinente ao design de interação, que trata do resultado final advindo da junção de uma interface e sua usabilidade: a experiência do usuário. Suas definições, portanto, serão exploradas a seguir.

2.2.3 UX

Contando com diferentes significados, a palavra “experiência” pode ser definida como “conhecimento ou aprendizado obtido através da prática ou da vivência”, ou como “todo conhecimento adquirido através da utilização dos sentidos” (EXPERIÊNCIA, 2023). Como Norman (2008) já sugere, a experiência é o resultado do processamento de informações acerca de algo, seja um ambiente, objeto ou evento. Sendo assim, fazem parte deste processo os domínios do afeto e da cognição, como explorados no capítulo *Emoção e design*, onde o primeiro se traduz no julgamento emocional de um fato e o segundo na interpretação e compreensão lógica que se tem do mesmo. Para o designer, então, torna-se importante compreender as interpretações, julgamentos e formas de interação que um potencial usuário terá com um produto, ao passo em que se pretende projetar soluções mais eficazes na medida em que se conhece melhor seu público-alvo (NORMAN, 2008).

Para Norman (2006), não é possível que o designer preveja, simplesmente, os problemas e interpretações equivocadas que surgirão, muito menos os erros que

serão cometidos pelas pessoas. Em vista disso, o autor pontua que designers não são usuários típicos, e cabe ao profissional perceber a complexidade de comportamentos e indivíduos para além das suas percepções e crenças pessoais. Norman reitera, também, o seguinte:

Em seu trabalho, os designers se tornam especialistas no *dispositivo* que estão projetando. Os usuários são especialistas na *tarefa* que estão tentando executar com o dispositivo (NORMAN, 2006).

À vista disso, é essencial que se tenha contato com seus potenciais usuários desde o início do processo projetual (NORMAN, 2006), não existindo alternativa para um melhor entendimento das suas necessidades e objetivos (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013). Nesse sentido, traz-se o conceito de um design centrado no usuário, onde o mesmo se envolve completamente no processo de desenvolvimento de um produto, de forma a torná-lo compreensível e facilmente utilizável (NORMAN, 2006). Para além de questões relativas à funcionalidade, Rogers, Sharp e Preece (2013) trazem outros dois aspectos que devem ser levados em conta na abordagem centrada no usuário: o gerenciamento da expectativa e o sentimento de apropriação. O primeiro trata de assegurar que as expectativas e visões do usuário sejam realistas com relação ao produto, certificando-se que as mesmas sejam atendidas ou, em um melhor cenário, excedidas. Quanto ao sentimento de apropriação, o mesmo diz respeito à sensação de contribuição e participação dos usuários quanto a um produto, na medida em que estiveram envolvidos no seu processo de desenvolvimento. O design centrado no usuário, portanto, contempla essencialmente a geração de experiências, podendo ser definido como a prática de criação de experiências de usuário engajadoras e eficientes (GARRETT, 2011). Assim sendo, o conceito de UX – termo mais utilizado para se referir à experiência do usuário – é levantado a seguir.

Tendo como partida e própria definição de “experiência”, a experiência do usuário leva em conta todas as formas de interação que uma pessoa tem com um produto, seja como ela se sente em relação a ele, ao usá-lo, seus efeitos sensoriais, o prazer ou satisfação que ele pode vir a oferecer, dentre diversos outros aspectos (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013). De acordo com Rogers, Sharp e Preece (2013), o design de interação foca em como criar experiências de usuário de maneira a melhorar a forma como as pessoas vivem. Qualquer produto que é usado

por alguém cria uma experiência de usuário e, embora se preste muita atenção às suas funcionalidades, a questão sobre a forma como ele funciona muitas vezes é deixada de lado nos desenvolvimentos projetuais (GARRETT, 2011). Garrett (2011) traz como exemplo alguns questionamentos para os quais as respostas conseguem descrever a experiência do usuário com um produto: tem dificuldade em realizar tarefas simples? O funcionamento é de fácil compreensão? Como é a sensação de interagir com o produto?. Para Unger e Chandler (2009), o design da experiência do usuário trata de compreender como criar uma estrutura lógica e acessível para o usuário, assim como considerar os elementos que são importantes para criar uma conexão emocional com os mesmos. Nesse sentido, a solução final de um produto trata do equilíbrio entre estes dois aspectos, o qual só é possível através de uma imersão no mundo e visão dos usuários (UNGER; CHANDLER, 2009). O papel do profissional em UX é contemplar tanto as questões estéticas quanto as funcionais em um produto, aplicando-as de forma a considerar o seu contexto total, bem como o contexto no qual o mesmo será utilizado (GARRETT, 2011). Qualquer experiência que o usuário venha a ter deve ser resultado de uma decisão consciente do designer, e o processo do design centrado no usuário garante que as ponderações acerca do que incluir ou não em um projeto não sejam acidentais, mas sim propositais (GARRETT, 2011).

Após levantar as conceituações e diretrizes que integram o design de interação, torna-se importante analisar a gamificação e suas possibilidades no formato digital, na medida em que a mesma dará forma à experiência do usuário que se terá através do aplicativo. Ademais, busca-se compreender as formas que a gamificação pode tomar em benefício do bem-estar e saúde mental dos seus usuários, indo ao encontro dos objetivos definidos para este projeto.

2.3 GAMIFICAÇÃO

A gamificação tem como foco a melhora no engajamento dos usuários ao realizarem tarefas, a partir do uso de mecânicas e elementos de jogos com o intuito de aumentar sua motivação (DALMINA; BARBOSA; VIANNA, 2019). Por outro lado, em uma definição mais concreta do termo, Deterding et al. (2011) define gamificação como o uso de elementos de design de jogos em contextos fora de um jogo. Tendo em vista essas definições, a prática da gamificação também é diversa, sendo

adotada em diferentes contextos e com uma variedade de propósitos, como para promover questões como educação, performance de funcionários, engajamento de consumidores, saúde, políticas sociais, dentre outras áreas. Nesse sentido, a gamificação aparece como tendência em diversos setores (CAPONETTO; EARP; OTT, 2014), especialmente em intervenções de condicionamento físico e para promover comportamentos mais saudáveis (CHENG et al., 2019), como demonstra o trabalho de López, García e Fernández (2017) na busca por trazer hábitos de vida saudáveis para universitários². No caso da promoção de saúde mental e bem-estar, no entanto, as alternativas existentes são menos comuns, havendo, inclusive, poucos trabalhos que abordem as evidências empíricas acerca dos benefícios do uso da gamificação para esses cenários (CHENG et al., 2019). Da mesma forma, alguns elementos de gamificação mais comuns, como pontos, recompensas, conquistas, comparação social ou competição, podem acabar sendo inapropriadas pela maneira como são aplicadas e gerarem efeitos opostos ao da satisfação pessoal, como através da angústia e do estresse advindos destas mecânicas (CHENG et al., 2019). Os efeitos destes variados elementos, portanto, serão explorados a seguir.

De acordo com a pesquisa de Cheng et al. (2019), que procurou analisar as aplicações atuais da gamificação em aplicativos e tecnologias que buscam promover a saúde mental e o bem-estar, foi possível identificar os elementos de gamificação mais comuns utilizados nessas aplicações, em ordem: níveis ou feedback de progresso, esquema de pontos ou pontuação, recompensas ou prêmios, narrativa ou temáticas, personalização e customização. Sendo o primeiro elemento o mais observado em todos os casos analisados, o mesmo também demonstra ser chave para técnicas de mudança de comportamento, especialmente se tratando do feedback de progresso. Quanto aos pontos e sistemas de classificação, algumas críticas apontam para sua falta de efetividade em gerar motivação intrínseca por parte do usuário, sobretudo ao considerar a comparação e competição social como parte desse elemento. Embora menos comuns, a personalização e customização demonstram evidências mais promissoras para uma motivação interna e bem-estar, na medida em que oferecem aos usuários maiores níveis de autonomia e satisfação (CHENG et al., 2019).

² Trabalho de López, García e Fernández (2017) citado no capítulo *Justificativa* deste relatório.

Assim como foram levantados os elementos de gamificação mais comumente aplicados, Cheng et al. (2019) também compila os elementos observados com menos frequência: randomização – o conteúdo se apresenta de forma aleatória, não linear –, abordagem exploratória ou de mundo aberto – o conteúdo inteiro é apresentado, podendo segui-lo da forma que preferir – e cooperação social – mecânica que envolva a interação com outras pessoas. Apesar de demonstrarem pouca relevância no cenário analisado, estes elementos de fato contribuem com a saúde mental e bem-estar de seus usuários, como os casos das abordagens de exploração em mundo aberto e da randomização. A abordagem de randomização consegue provocar sensações de entusiasmo, uma vez que gera antecipação por algo que ainda se desconhece, ao contrário de dinâmicas em que todo o conteúdo já é visível e posto de forma rígida e linear. Já a abordagem de exploração em mundo aberto, além de também gerar animação, permite que o usuário navegue pela aplicação da maneira que mais lhe convém, ou da maneira que melhor o beneficie (CHENG et al., 2019). Por fim, o elemento da cooperação social também é subutilizado, embora os benefícios da conexão social para promoção do bem-estar, em particular nos jovens, já sejam amplamente comprovados (GLOVER et al., 1998). A cooperação, ao contrário da competição ou comparação, não impõe valor nos usuários participantes e nas suas ações, mas sim satisfaz a necessidade humana de se relacionar na forma de uma interação positiva (CHENG et al., 2019).

À vista do exposto, então, pode-se tomar diversos elementos da gamificação como possíveis aliados para a promoção da saúde mental e bem-estar, assim como definir os elementos que provavelmente não terão esse mesmo papel. Nesse sentido, a gamificação estará diretamente atrelada à experiência do usuário, sendo fundamental para definição da mesma, assim como para os elementos que irão compor a interface gráfica do aplicativo.

Sendo assim, a partir da exploração dos conteúdos e conceitos apresentados, os mesmos serão tomados como base para a continuação do projeto proposto, fundamentando as decisões de projeto que serão tomadas no decorrer do seu desenvolvimento.

3. METODOLOGIA

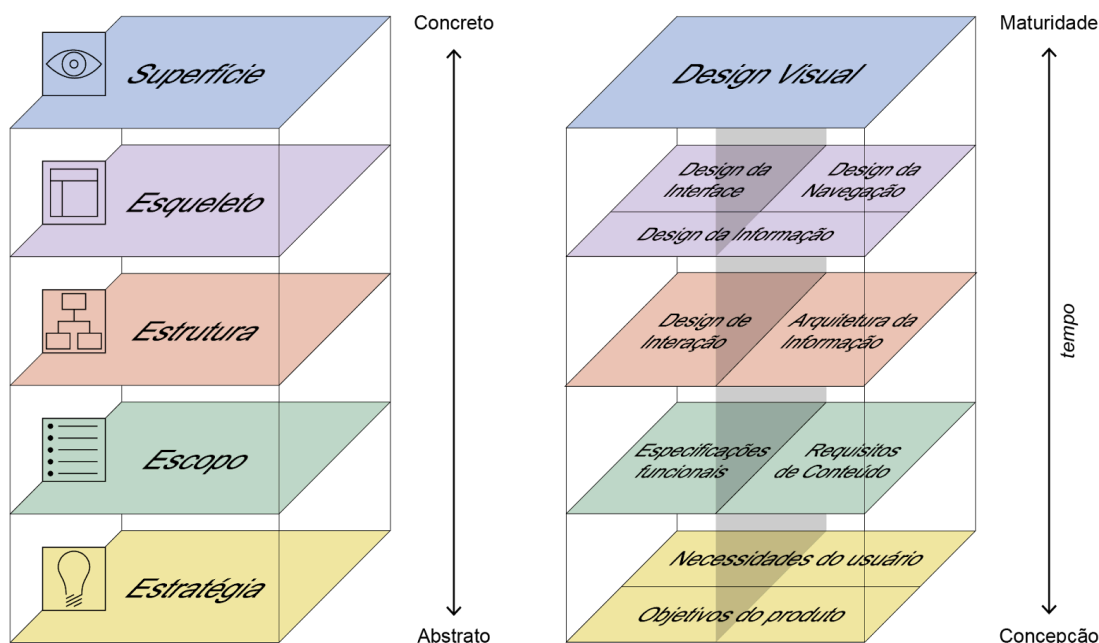
Para o desenvolvimento de um aplicativo móvel, assim como qualquer outro projeto de design, faz-se necessário definir a estrutura projetual que será adotada para a sua construção, de forma que ela seja estritamente seguida com o objetivo de, ao final, solucionar o problema de projeto proposto. Nesse sentido, é importante a seleção de uma metodologia de projeto já testada, eficiente e, de preferência, consagrada, especialmente se for voltada para a área na qual se está projetando.

À vista disso, portanto, define-se para este trabalho a adoção da metodologia de James Garrett (2011), com base na segunda edição de seu livro, *The Elements of User Experience*, o qual aborda uma metodologia de projeto focada na experiência do usuário e em um design centrado no mesmo. Apesar de, principalmente em sua primeira edição, Garrett ter como foco o design para *websites*, a segunda edição de seu livro traz uma metodologia ampliada, com conceitos e princípios que podem ser aplicados para os mais diversos produtos (GARRETT, 2011). Como o próprio autor já introduz, seu método já é amplamente utilizado para o desenvolvimento de produtos digitais, além de aparecer em diversos trabalhos como alternativa metodológica para o desenvolvimento de aplicativos móveis, como ‘Metodologias para criação de aplicativos: uma análise com foco no design centrado no usuário’ (CHAMMAS; QUARESMA; MONT’ALVÃO, 2014), ‘Projeto de aplicativo para auxiliar em rotinas domésticas de repúblicas’ (FRITZEN, 2019) e ‘Aplicativo de auxílio acadêmico para os alunos dos cursos de design da UFRGS’ (CONCEIÇÃO, 2017). Sendo assim, a metodologia de Garret (2011) mostra-se adequada para o presente trabalho de conclusão.

Segundo Garret (2011), o usuário deve ser levado em conta em cada etapa do desenvolvimento de um produto, sendo esta a definição para o design centrado no usuário. A experiência do usuário, portanto, é parte essencial desta abordagem, e a mesma deve proporcionar experiências engajadoras, eficientes, coesas, intuitivas e, se possível, prazerosas para o usuário. Afinal, se um produto não proporcionar uma experiência positiva, ele não será usado. Dessa forma, o processo de design de experiência do usuário deve contemplar todos os aspectos da experiência que o usuário terá com o produto, de forma que todas as possibilidades sejam levadas em conta. A experiência do usuário, então, pode ser fragmentada em diferentes elementos que a compõem, a fim de estruturar o

trabalho para desenvolvê-la. Na metodologia de Garret (2011), esses elementos aparecem na forma de cinco planos: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície, como ilustrado pela Figura 5, à esquerda.

Figura 5: Diagramas dos elementos da experiência do usuário



Fonte: Adaptado de Garrett (2011)

Os cinco planos delineiam todas as questões a serem trabalhadas em um projeto, desde as mais abstratas até as mais concretas. Cada plano é dependente do plano anterior a ele, e as decisões tomadas em cada um terão um efeito cascata sobre as possibilidades de decisões que poderão ser tomadas nos planos posteriores, sendo o inverso também válido. A ideia, portanto, é que o trabalho em um plano não pode ser finalizado sem que o trabalho nos planos anteriores tenha terminado. Indo mais a fundo na estruturação em cinco planos proposta, Garrett (2011) divide os mesmos ao meio, com o intuito de tratar da duplicidade inerente à *Web*, como ilustrado, à direita, pela Figura 5: o lado esquerdo refere-se aos elementos do produto orientados à funcionalidade; enquanto o lado direito diz respeito aos aspectos orientados à informação. Para o lado da funcionalidade, o produto é visto como uma ferramenta para o usuário, e a preocupação se dá com as tarefas que ele realiza no mesmo. Já para o lado da informação, preocupa-se com o conteúdo que o produto oferece e o que ele significa para os seus usuários (GARRETT, 2011).

Inicia-se, então, pelo Plano da Estratégia, no qual a preocupação não é o produto final que se quer atingir, mas sim como o produto vai encaixar na estratégia definida, ou seja, os objetivos do produto, ao mesmo tempo em que visa atender as necessidades dos seus usuários (GARRETT, 2011).

Sendo fundamentalmente determinado pela estratégia, o Plano do Escopo determina a forma como as várias características e funcionalidades do produto funcionam juntas, assim como quais são elas e quais serão incluídas no mesmo. Nesse sentido, são criadas as especificações funcionais do produto assim como os seus requisitos de conteúdo (GARRETT, 2011).

Para o Plano da Estrutura, o qual se define de forma concreta no plano posterior, tem-se a determinação de como o usuário irá navegar no produto, definindo o arranjo dos elementos navegacionais no mesmo. Assim, se estabelece a forma como o sistema reage em resposta ao usuário, ou seja, seu design de interação, bem como a sua arquitetura da informação (GARRETT, 2011).

A partir da estrutura definida, o Plano do Esqueleto determina a locação de todos os elementos que compõem o produto, como botões, imagens e blocos de texto. Seu objetivo é otimizar a disposição desses elementos para atingir a maior eficiência possível, isto é, de forma que facilite o entendimento pelo usuário. Nesta etapa, portanto, são tratados o design da informação, da interface e da navegação (GARRETT, 2011).

Para o plano final, ao contrário do primeiro, a preocupação está centrada apenas nos detalhes concretos da aparência do produto. No Plano da Superfície, o que se vê é o produto final, como um site com imagens, texto, botões e logotipo, e a atenção se dá na experiência sensorial que o mesmo cria. Por fim, é nesta etapa que se determina o design visual do produto (GARRETT, 2011).

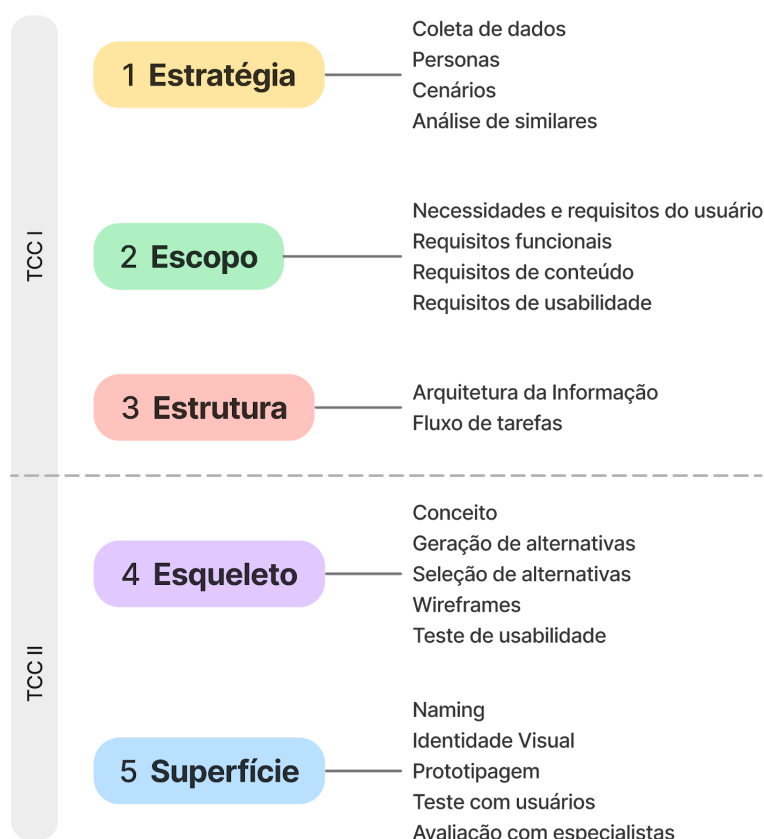
Apesar da duplicidade dentro de cada plano, poucos produtos ou serviços se encaixam exclusivamente em apenas um de seus lados, sendo necessário que os elementos presentes em cada um trabalhem juntos para atingir os seus objetivos. Sendo assim, pode ser difícil identificar a fonte de algum problema específico na experiência do usuário, e em qual elemento deve-se prestar atenção para resolvê-lo. Alguns problemas podem requerer atenção em diversas áreas ao mesmo tempo, enquanto outros podem ultrapassar as fronteiras identificadas neste modelo (GARRETT, 2011).

3.1 DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA

A partir da definição da metodologia de James Garrett como base para o desenvolvimento deste trabalho, se torna necessário propor os métodos e ferramentas que irão compor cada um dos seus cinco planos. Apesar de abordar diferentes métodos para projetos de interface, Garrett (2011) não delimita um conjunto de práticas específicas para serem realizadas dentro de cada etapa. Em vista disso, propõe-se técnicas complementares às expostas pelo autor, de forma que se encaixem nos conceitos estabelecidos para cada plano e atendam as necessidades projetuais, procurando enriquecer a pesquisa e o desenvolvimento deste projeto com o intuito de melhor atender seus objetivos. As escolhas também tiveram como foco métodos voltados para o desenvolvimento de interfaces digitais e aplicativos móveis, as quais serão fundamentadas e aprofundadas na etapa de desenvolvimento deste relatório.

O processo deste trabalho de conclusão, portanto, se organiza em cinco etapas, sendo segmentadas entre o TCC I e o TCC II, conforme ilustrado pela Figura 6. Embora estruturado linearmente, as etapas poderão se intercalar ou ocorrer de forma simultânea, a depender do caminho tomado ao longo do desenvolvimento. O TCC I se limita à etapa da Estrutura, na qual já se conhece o usuário e suas necessidades, assim como a forma informacional e interativa que o produto irá tomar. As definições conceituais, por fim, se iniciam no TCC II, no qual o projeto será concretamente desenvolvido e testado.

Figura 6: Detalhamento da metodologia



Fonte: Autora (2023)

A primeira etapa trata da fase estratégica, onde se procura conhecer, através da coleta de dados, as características do público-alvo, assim como suas expectativas em relação ao projeto. Para isso, será realizado um questionário tendo como foco os jovens adultos, além de uma entrevista com um especialista, tratando-se especificamente das questões sobre saúde mental. Com os dados analisados, será possível identificar diferentes aplicativos com propósitos ou públicos similares aos estabelecidos para este projeto, a fim de analisá-los tendo como base critérios de avaliação heurística. Por fim, conhecendo os potenciais usuários, serão desenvolvidas personas e cenários a fim de definir esse público e inseri-los em contextos de uso do aplicativo.

A partir dos dados coletados, então, parte-se para a segunda etapa do projeto, onde se define o escopo do produto. Nela, serão levantadas as dores, necessidades e requisitos do usuário, para, em sequência, determinar as especificações funcionais do aplicativo, por meio da definição de requisitos de sistema, de conteúdo e de usabilidade.

Para a terceira etapa, serão estruturadas em formato interativo todas as funções e conteúdos definidos anteriormente, mediante a elaboração da arquitetura da informação e fluxos de tarefa do aplicativo. Nesse sentido, define-se a forma como o usuário irá navegar pelo app e as diferentes tarefas que o mesmo irá propor.

Tendo a estrutura estabelecida, na quarta etapa é onde ocorre a construção do esqueleto, atribuindo um formato concreto ao aplicativo. Em primeiro lugar, dá-se a determinação do conceito do projeto, por meio de ferramentas como painéis semânticos, de forma a conferir os atributos e a essência que se quer transmitir com o produto. Logo, parte-se para a geração e seleção de alternativas para a interface, sendo concebidos *wireframes* para posterior verificação dos mesmos com usuários, mediante testes de usabilidade.

A quinta e última etapa, por fim, é onde dedica-se ao desenvolvimento do design visual do aplicativo, dando enfoque à sua parte estética. Trazendo como pilares o conceito e atributos já definidos, segue-se para o processo de *naming* do aplicativo, assim como a concepção da sua identidade visual, a qual inclui a definição de padrão cromático, tipografia e logotipo. Assim, com o sistema visual elaborado, o mesmo é aplicado aos *wireframes* previamente formulados, dando início à prototipagem em alta definição do aplicativo. Caso haja tempo, também serão realizados os testes finais com usuários e uma avaliação com especialistas, culminando no protótipo final deste trabalho de conclusão.

4. ESTRATÉGIA

O plano estratégico marca o início do desenvolvimento projetual, no qual os objetivos tratam de conhecer os potenciais usuários e suas necessidades, além de analisar e compreender como funcionam e desempenham as soluções atuais de aplicativos móveis com propostas similares às do projeto. Para tanto, realizou-se dois métodos de coleta de dados: uma pesquisa em formato de questionário online, tendo como foco o público-alvo delimitado; e uma entrevista com uma psicóloga, visando um olhar e opiniões profissionais acerca do tema. Em seguida, selecionou-se aplicativos similares que de alguma forma trabalhem ou atinjam os mesmos objetivos do presente projeto, realizando uma análise qualitativa através das 10 Heurísticas de Nielsen, além de identificar pontos positivos, negativos e oportunidades a partir da mesma. Por fim, após a análise dos dados coletados,

foram desenvolvidas três personas e seus respectivos cenários de uso para o produto, com base nas características e necessidades dos respondentes identificadas através do questionário.

4.1 QUESTIONÁRIO

Uma pesquisa, ou levantamento de dados, consiste em um conjunto de perguntas fixas e pré-definidas que são distribuídas a um público amplo. Sendo uma ferramenta eficiente para coletar dados quantitativos, ela também é útil como fonte para dados qualitativos, como hábitos e atitudes dos respondentes, além de contribuir para a construção e validação de personas e segmentação de usuários. Considerar o público-alvo de uma pesquisa também é um ponto estratégico para a definição do método de distribuição da mesma, já que, para um público muito presente no âmbito digital, por exemplo, um levantamento *online* tem mais chances de atingir um número maior de participantes (UNGER; CHANDLER, 2009).

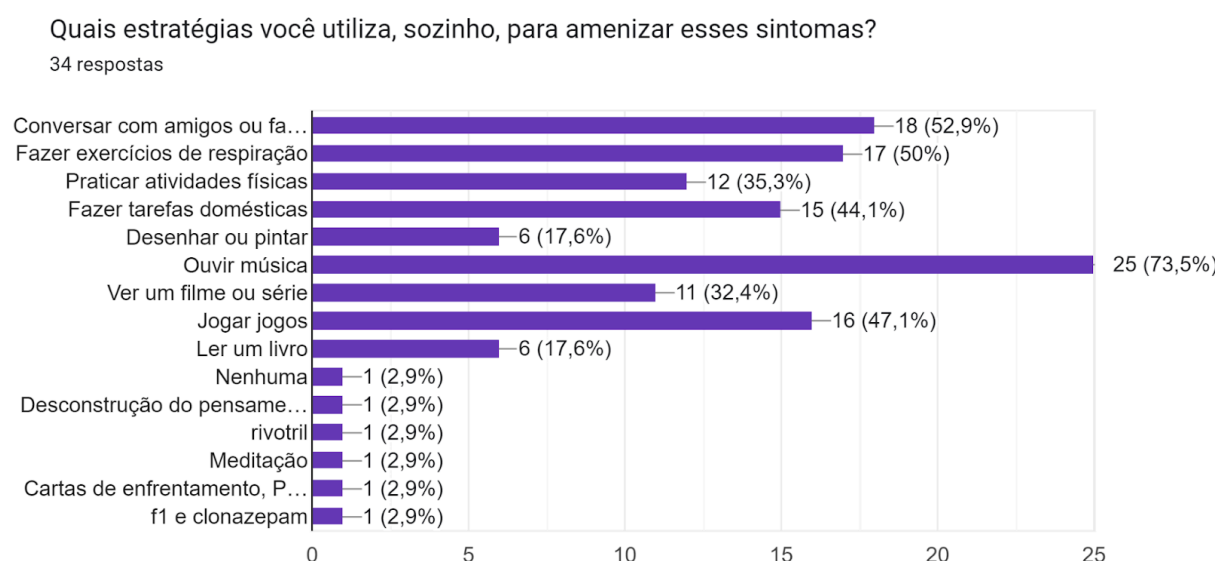
Tendo isso em vista, conforme as necessidades e delimitação do presente projeto, foi elaborado um questionário em formato digital através da ferramenta gratuita *Google Forms*, sendo divulgado por meio da plataforma WhatsApp. O questionário foi ao ar no dia 11 de dezembro de 2023, sendo fechado para respostas no dia 20 de dezembro do mesmo ano. Tendo como foco jovens de 20 a 24 anos, a pesquisa alcançou 46 respondentes, dos quais 34 se encontravam nessa faixa etária.

A pesquisa teve como objetivo compreender a relação dos respondentes com a ansiedade, seus sintomas, causas e como lidam diariamente com a mesma, além de entender de que forma aplicativos podem auxiliar nesse contexto, especialmente quanto à mecânicas de gamificação. O questionário conta com diferentes seções de perguntas, tendo a primeira o intuito de filtrar os respondentes entre aqueles que sofrem, ou não, com ansiedade regularmente, para assim direcionar a pesquisa e obter dados estritamente do público-alvo almejado. Foram elaboradas tanto perguntas de múltipla escolha quanto perguntas abertas, dando a liberdade para o respondente contribuir em maior profundidade (Apêndice A). A análise das respostas, portanto, divide-se entre os dois grupos de respondentes filtrados na seção inicial.

Quanto aos 46 participantes, 43 se encontram na faixa dos 19 a 30 anos, enquanto o restante possui mais de 31 anos. Relativo à segunda pergunta, sobre sofrer com ansiedade regularmente, obteve-se 80% de respostas positivas – 34 pessoas –, dos quais 26 se encontravam na faixa etária do público-alvo da pesquisa. Para as 12 pessoas que responderam negativamente, o questionário parte para diferentes seções. Analisa-se, a seguir, os dados relativos às 34 pessoas que sofrem com ansiedade regularmente.

Para a primeira parte da pesquisa, buscou-se entender os aspectos e o impacto da ansiedade no dia a dia do respondente, visando construir soluções projetuais que melhor se encaixem nas necessidades e desafios do potencial usuário. Quanto à acompanhamento psicológico ou psiquiátrico, 85,2% realizam ou já realizaram anteriormente, enquanto que 11,8% não realizam, mas gostariam. Entre os sintomas de ansiedade mais recorrentes estão a inquietação (79,4%), nervosismo (73,5%), dificuldade de concentração (70,6%), diminuição de produtividade (67,6%) e insônia (52,9%). Em relação às estratégias que o respondente utiliza para ajudar a amenizar estes sintomas, destacam-se ouvir música (73,5%), conversar com amigos ou familiares (52,9%), fazer exercícios de respiração (50%), jogar jogos (47,1%) e fazer tarefas domésticas (44,1%). A Figura 7 traz o gráfico com os dados completos à respeito das estratégias, incluindo as opções inseridas manualmente através do campo de resposta “Outros”.

Figura 7: Estratégias utilizadas para amenizar a ansiedade



Fonte: Google Forms (2023)

Finalmente, quando perguntados sobre as possíveis causas de sua ansiedade, os seguintes fatores foram os mais apontados: pensamentos excessivos sobre o futuro (67,6%), trabalho (67,6%), faculdade/escola (61,8%) e autoestima/inseguranças (61,8%). Percebe-se, então, que apesar do acompanhamento terapêutico estar bastante presente dentre os respondentes, os sintomas da ansiedade afetam diretamente as atividades diárias deste público, de maneira que faz-se necessário construir estratégias autônomas para lidar com os mesmos. A inquietação e o nervosismo, como sintomas mais apontados, acabam por também estarem diretamente relacionados às dificuldade com concentração e produtividade, o que aponta para a necessidade de um meio de distração, na forma de um alívio instantâneo para esses sentimentos.

Para a seção seguinte, quis-se compreender a proximidade do respondente com aplicativos no seu dia a dia – com exceção das redes sociais –, além de questionar suas motivações para utilizá-los frequentemente. Sobre utilizar algum aplicativo diariamente, somente 44% dos respondentes responderam positivamente, tendo sido mencionados aplicativos de organização, transporte, aprendizagem de línguas, jogos, entretenimento e lojas. Quanto às motivações de cada um para usar estes aplicativos todos os dias, as respostas se dividiram entre motivos de necessidade – por trabalho, transporte ou financeiro –, organização pessoal, lazer e distração. Além disso, 79,4% acreditam que um aplicativo possa servir como estratégia para amenizar os sintomas da ansiedade, tendo a maioria citado alguns que já os ajudam nesse sentido: jogos – de maneira geral – e apps de entretenimento, como YouTube e TikTok. Aplicativos de meditação foram mencionados por 2 respondentes (Waking Up e HeadSpace), além dos apps Discord e Microsoft ToDo, sendo eles de rede social e organização, respectivamente. Para além das necessidades do dia a dia, então, as maiores motivações para o uso de aplicativos são o entretenimento pessoal e formas de distração, motivos esses que também servem como forma de enfrentamento da ansiedade. Os jogos, como mencionado por muitos respondentes, são necessariamente uma forma de alcançar uma satisfação positiva, mesmo que momentânea.

Como última seção, o objetivo foi introduzir a proposta do projeto e buscar opiniões e sugestões do respondente acerca do aplicativo que será desenvolvido. Para a pergunta “você teria interesse em utilizar um aplicativo gamificado que se

proponha a ajudar a amenizar os sintomas da ansiedade?”, as respostas foram 100% positivas. Quanto aos recursos ou funções que mais os motivariam a usar o aplicativo todos os dias – onde tomou-se como base as diferentes mecânicas de gamificação – as seguintes opções foram as que mais se destacaram (segundo a média aritmética dos resultados): tarefas/missões, níveis/progresso, recompensas, pontos/conquistas, temáticas e personalização/customização. Por fim, através de uma pergunta aberta, foram feitas algumas sugestões de funções e características que o aplicativo poderia oferecer, como sistema de anotações com uso de imagens, sistema de *streaks* – sequência de acessos diários –, notificações como forma de lembrete e um *tracker* – rastreador – para controle de hábitos ruins. Um dos respondentes também inseriu um relato pessoal, no qual reitera que a ansiedade possui diferentes causas e manifestações em cada pessoa e que, conseqüentemente, o aplicativo deveria propor abordagens personalizadas baseadas no que o usuário está enfrentando, além de poder servir como suporte para o acompanhamento terapêutico.

A partir dos dados levantados, portanto, foi possível observar que o público analisado está diretamente conectado com as soluções digitais, e que o celular acaba por permear diversos aspectos de sua vida, servindo também como meio de descarrego da ansiedade no seu dia a dia, principalmente através dos jogos. Quanto às mecânicas de gamificação apontadas, comprova-se o aspecto motivacional de recursos como missões, níveis e recompensas para o usuário, indo ao encontro dos dados apresentados na fundamentação teórica deste relatório. Da mesma forma, a mecânica de competição/ranking foi a que menos pontuou entre os respondentes, corroborando com a sua relação a sentimentos negativos, como a frustração. À vista disso, percebe-se a oportunidade de aliar as mecânicas de jogos que mais engajam e servem como alívio diário para este público, com dinâmicas voltadas para auxiliar no seu bem-estar psicológico, como atividades que possam motivá-los a agir para além da tela do celular.

Retomando para a primeira seção do questionário, analisa-se a seguir os 12 respondentes que não sofrem com ansiedade regularmente, embora de forma mais breve, tendo em vista as perguntas para ambos os grupos serem praticamente as mesmas, além de este público não ser o alvo primário do projeto. Para estes respondentes, então, as perguntas foram voltadas à saúde mental de forma geral. Apesar de não sofrerem com ansiedade, 58,3% deste público avaliou sua saúde

mental nos últimos meses como de regular a ruim, tendo sido indicado, em maioria, as mesmas estratégias de enfrentamento que o primeiro público, como ouvir música, conversar com amigos ou familiares e praticar atividades físicas. Assim, mesmo quando não atingida pela ansiedade, a saúde mental pode ser afetada de diversas maneiras, e a grande maioria das pessoas – considerando os 46 respondentes – demonstra enfrentar com grande frequência estes problemas.

Para a seção sobre aplicativos, as motivações de distração e entretenimento também foram relevantes, além de 83,3% dos respondentes (10 pessoas) acreditarem que um aplicativo possa servir como estratégia para contribuir com sua saúde mental. Quanto aos aplicativos mencionados, o app HeadSpace aparece novamente, além de um respondente relatar o uso do próprio calendário, onde registra, de 0% a 100%, o quão bem estava no dia, tendo como foco um maior autoconhecimento. Para a seção final, sobre a proposta, 83,3% demonstraram interesse em um aplicativo gamificado que sirva como suporte à sua saúde mental, destacando as mecânicas de pontos/conquistas, recompensas e níveis/progresso como as mais motivadoras. Diferente do primeiro grupo, o recurso de tarefas/missões não demonstrou tanta relevância, assim como em relação à função de cooperação social, a qual, ao contrário, obteve um interesse muito maior. Isso se deve às diferentes características entre os dois públicos, já que, provavelmente, quem não sofre com ansiedade pode estar mais disposto à interações sociais, por exemplo.

Considerando, por fim, o interesse unânime daqueles que sofrem com ansiedade em utilizar o aplicativo proposto pelo projeto, torna-se necessário criar conexões entre as características da ansiedade do público analisado, seus interesses no uso de aplicativos, e os recursos e características que mais os motivariam a adotar a proposta, a fim de desenvolver a solução mais adequada e benéfica para os mesmos. Havendo, também, um interesse por parte da grande maioria do segundo público analisado, pode-se verificar a importância e potencial relevância que a proposta revela. O Quadro 3, a seguir, sintetiza as oportunidades levantadas, assim como relaciona os objetivos do questionário com seus respectivos resultados.

Quadro 3: Resumo das oportunidades levantadas pelo questionário

	Ansiiedade / Saúde Mental	Uso de aplicativos	Proposta do projeto
Público primário (34 pessoas)	<ul style="list-style-type: none"> - Mecânica recreativa voltada à amenização do nervosismo; - Mecânica engajadora voltada para o estímulo à concentração. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lembretes diários para descanso/atividades de relaxamento com base nos interesses do usuário. 	<ul style="list-style-type: none"> - Missões diárias para realização de atividades na vida real; - Recompensas a cada x pontos; - <i>Board</i> para colagem de fotos e anotações livres; - <i>Tracker</i> diário para controle de hábitos ruins.
Público secundário (12 pessoas)	-	<ul style="list-style-type: none"> - Espaço para registro emocional diário. 	<ul style="list-style-type: none"> - Esquema de pontos por completar missões, inserir fotos, não registrar hábitos ruins no dia etc.

Fonte: Autora (2023)

De forma a complementar e aprofundar as informações acerca do objeto de pesquisa e seu público alvo, assim como contribuir com o levantamento de oportunidades para o projeto, parte-se para a realização de uma entrevista como método final para a etapa de coleta de dados.

4.2 ENTREVISTA

Ao considerar os transtornos de ansiedade como um tema sensível e pertinente no âmbito da saúde como um todo, faz-se necessário consultar um profissional da área com o intuito de abordar o tema do projeto com maior seriedade. Em vista disso, como segundo método de coleta de dados, foi realizada uma entrevista semi-estruturada com uma profissional da psicologia, tendo como principal objetivo verificar o potencial de um aplicativo gamificado na amenização dos sintomas da ansiedade. A entrevista é uma ferramenta útil para encorajar e fazer com que o respondente explore com mais profundidade o tema e as questões propostas (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013), sendo a abordagem semi-estruturada utilizada para poder obter informações complementares que, inicialmente, não haviam sido programados através das perguntas fixas de um roteiro.

Assim, a entrevista buscou compreender as características da ansiedade, técnicas para amenizá-la, e as visões do profissional acerca do uso de aplicativos como forma de suporte nesse sentido. Foi consultada, então, no dia 18 de dezembro de 2023 por meio de videochamada, a psicóloga Vanessa B., atuante na prática clínica, coordenadora do Curso de Capacitação em Acompanhamento Terapêutico e Clínica Ampliada, supervisora de estagiários no Clube Social Pertence e supervisora e professora no Instituto Contemporâneo. A transcrição completa da entrevista, com perguntas e respostas, pode ser consultada no Apêndice B.

De acordo com a profissional, tanto a ansiedade quanto seus sintomas atravessam diversos fatores e esferas, se manifestando de diferentes maneiras entre cada indivíduo. Dessa forma, ela pode vir a ser visível ou não, se apresentando em sensações físicas ou somente através do pensamento, como o caso do pensamento obsessivo característico da ansiedade. Os comportamentos repetitivos, ou “rituais” de ansiedade, como a psicóloga reitera, também são muito comuns, para os quais ela utiliza como exemplo o ato de roer as unhas, ou de ficar olhando para o relógio o tempo todo em uma tentativa de controle do tempo, assim como diferentes tipos de compulsões.

Quanto aos possíveis métodos para ajudar a amenizar estes sintomas, a entrevistada discorre acerca de duas questões pontuais: a importância de ter uma rotina bem estabelecida e saber o que, para si, gera calma e alívio. Ao tomar a ansiedade como uma tentativa de controle do tempo, se uma pessoa passa um período longo sem exercer alguma atividade funcional ou mental, ou com “a cabeça muito vazia”, abre-se um espaço mais favorável para que a ansiedade se manifeste com maior frequência. Nesse sentido, a rotina é benéfica na medida em que mantém os pensamentos focados em diferentes atividades e, no momento em que a ansiedade se manifesta, saber escolher uma atitude que possa “liberar, ou colocar para fora”, essa sensação negativa. Para esse mesmo ponto, a psicóloga cita estratégias que já foram mencionadas pelos respondentes do questionário, como ouvir uma música, praticar exercícios físicos, ler ou ver um filme. Além disso, o questionário também revela como os aplicativos de organização pessoal já são bastante utilizados e, como alguns respondentes apontaram, servem inclusive como ferramentas essenciais para controle da ansiedade no seu dia a dia, indo ao encontro do fator benéfico da rotina levantado pela profissional. Por fim, outro método citado trata das técnicas de respiração, sendo focadas na ansiedade física,

assim como o autocuidado, o qual perpassa tanto o cuidado com a saúde mental quanto o cuidado físico, com a alimentação e com o corpo.

A segunda e última parte da entrevista tratou das opiniões e visões da profissional acerca de aplicativos e sobre a proposta do projeto. Assim, a mesma afirma acreditar que aplicativos possam ajudar a amenizar os sintomas da ansiedade, sugerindo que o aplicativo que venha a exercer essa função possa trabalhar com as questões de rotina e poder servir como um dos meios de alívio para o usuário, “que faça a pessoa tirar a situação do pensamento ansioso e passar a ir em busca de algo que a tranquilize”. A psicóloga também lembra sobre o momento atual da tecnologia, em que as pessoas tendem a estar sempre conectadas ou próximas a aparelhos celulares, e a mesma acredita que a ideia de um aplicativo vai ao encontro com estas tendências. No entanto, declara não conhecer aplicativos ou outros produtos digitais que se propõem a ajudar no controle da ansiedade, o que pode demonstrar uma carência de divulgação de soluções atuais que consigam atingir esse objetivo ou atender essa demanda.

Quanto a proposta do aplicativo, a entrevistada acredita que ele deva oferecer uma “experiência de relaxamento instantâneo”, sendo algo que uma pessoa que está ansiosa possa buscar com o objetivo de se sentir mais leve. Nesse sentido, ela sugere que o aplicativo possa oferecer um relaxamento inicial, como uma atividade que exija concentração, de forma que o usuário consiga desfocar do seu pensamento ansioso. A profissional também reitera que, antes de tudo, o aplicativo precisa ser visto como algo necessário para o usuário, algo que converse com a pessoa que venha a utilizá-lo. Ainda em um último momento de sua fala, menciona a questão do lúdico e do visual, e o quanto ambos seriam importantes para tanto atrair quanto agradar o usuário, de forma que utilizar o aplicativo seja algo prazeroso e que essa característica seja, também, um motivador para utilizá-lo frequentemente.

Por fim, acerca de funções ou características do app, a psicóloga complementa a questão do relaxamento, e sugere a possibilidade de se trabalhar com a criatividade, em vista de ser algo distrativo e que possa estimular ainda mais a atividade cognitiva. Ademais, traz o tema de lembranças como uma possível mecânica a ser inserida, no sentido de o usuário poder registrar o ponto alto ou uma lembrança boa do seu dia, na medida em que “lembrar de uma coisa muito boa faz você se sentir seguro, auto confiante e relaxado de certa forma”, corroborando com

a diminuição da ansiedade. Por último, a profissional lembra de alguns aplicativos que tratam de humor, com funções similares a um diário, onde se registra como foi seu dia e os sintomas que porventura ocorreram. À respeito desta função, pontua sua importância tendo em vista possibilitar que o usuário relacione suas situações cotidianas com o nível de sua ansiedade ao longo dos dias, além de poder regular suas emoções, uma vez em que consegue estabelecer uma relação entre seus sintomas e seus comportamentos.

Sendo assim, a partir da análise de ambas estratégias de coleta de dados, percebe-se os diversos encontros entre as características e necessidades do público que sofre com ansiedade, e o que é posto pela profissional entrevistada. O Quadro 4 pontua todas as oportunidades levantadas através da coleta de dados, as quais servirão como base para a posterior definição de funcionalidades para o app.

Quadro 4: Síntese da coleta de dados

	Oportunidades
1	Questionário de primeiro acesso sobre interesses e hobbies do usuário.
2	<i>Board</i> interativo para registros pessoais, como fotos, lembranças, anotações etc.
3	Calendário para registro e controle de emoções diárias.
4	Missão diária para realização de atividades na vida real.
5	Lembretes diários para incentivar o autocuidado, perguntar como o usuário está, convidá-lo a registrar uma lembrança boa do seu dia etc.
6	Mecânicas recreativas pré-prontas voltada à amenização do nervosismo.
7	Mecânicas engajadoras pré-prontas voltadas para o estímulo à concentração.
8	Esquema de pontos ao completar missões ou registrar no <i>board</i> .
9	Recompensas a cada x pontos, como stickers desbloqueáveis para o <i>board</i> , etc.
10	Notificações personalizadas, com configuração de horário, frequência e mensagem.

Fonte: Autora (2024)

A necessidade de distração e alívio imediato é o fator mais apontado, sendo, portanto, onde as técnicas de gamificação poderão se inserir, na medida em que manterão o usuário engajado e, conseqüentemente, desfocado dos sentimentos negativos advindos de sua ansiedade. A mecânica de tarefas/missões também pode

se inserir como um meio de se estabelecer uma rotina, na medida em que exigiria um pequeno foco e concentração diários que, essencialmente, viriam a ser positivos e prazerosos para a pessoa, tendo como base aquilo que necessariamente traz a ela relaxamento e alívio. Aspectos como criatividade e registros pessoais, sejam eles afetivos ou para controle de hábitos ou sentimentos, também demonstram uma potencial aderência por parte do público respondente, assim como são levantados como importantes alternativas para a amenização da ansiedade por parte da psicóloga entrevistada. Assim, após a coleta de dados, parte-se para o levantamento e análise das atuais soluções de aplicativos que pretendem atingir um objetivo e público alvo semelhantes ao do projeto.

4.3 ANÁLISE DE SIMILARES

No processo de criação e design de um novo produto, é importante que se conheça e entenda o “estado da arte” das atuais soluções de potenciais competidores. Uma forma de levantar oportunidades e potenciais requisitos para o projeto é através da análise heurística, na qual se avalia a usabilidade e características do design de produtos existentes, a fim de identificar possíveis problemas e poder oferecer uma melhor experiência do usuário (UNGER; CHANDLER, 2009). Para tanto, então, foram utilizadas as 10 Heurísticas de Nielsen para análise dos quatro similares selecionados, assim como a análise de seus padrões visuais, mecânicas – de gamificação ou não – e funcionalidades. Como conclusão, foram levantadas as diversas oportunidades identificadas a partir de cada similar, na forma de uma quadro síntese.

A escolha dos aplicativos se deu pelos mesmos terem objetivos e propostas em comum com o projeto, como a amenização da ansiedade e alívio do estresse por meio de atividades de relaxamento, embora alguns tenham enfoque em diferentes transtornos, como crises de pânico e transtornos depressivos. Nesse sentido, todos apresentam funcionalidades que se assemelham às que foram levantadas através da coleta de dados, além de algum tipo de mecânica de gamificação. Dentre os quatro aplicativos selecionados, o app Guardians: Paradise Island é o único que se trata de um jogo, enquanto o aplicativo HeadSpace, por ter sido mencionado por alguns respondentes do questionário, também foi inserido,

embora seja voltado à meditação e gerência do sono. Sendo assim, foram analisados os seguintes aplicativos: Guardians, Daylio, Rootd e HeadSpace.

4.3.1 Guardians: Paradise Island

O jogo Guardians: Paradise Island objetiva encorajar o usuário a realizar atividades na vida real que sejam saudáveis e benéficas na sua luta contra a depressão. Para isso, o app traz a temática de uma ilha tropical que vai ser atingida por uma catástrofe natural, onde o objetivo é, através dos pets que ali habitam, realizar missões e evoluir suas habilidades para salvar a ilha. As missões consistem em tarefas voltadas à saúde mental, com base em diferentes áreas e habilidades cognitivas. O jogo também apresenta diversas outras mecânicas, como *mini games*, missões secundárias, customização e desbloqueio de novos pets, entre outros. A Figura 8 traz algumas telas das diferentes áreas do jogo.

Figura 8: Telas do aplicativo Guardians, da esquerda para direita: tela inicial, recompensas (novos pets), quadro de missões e opções para a missão diária



Fonte: App Store (2024)³

Diferente de um aplicativo regular, seu desenvolvimento ocorre dentro de um cenário principal e interativo, o qual serve como *home screen* (tela inicial) para o app e é onde se localiza sua barra de tarefas, através da qual se tem acesso às

³ Disponível em: <https://apps.apple.com/us/app/guardians-paradise-island/id1619826930>. Acesso em: 22 Jan. 2024.

suas funcionalidades. Quanto ao padrão visual, sua maior característica são as ilustrações em estilo *cartoon*, as quais compõem e complementam toda a sua interface, tornando-a atrativa, embora demasiado infantil, considerando a faixa etária do público-alvo ser consideravelmente maior. O uso de cores também é elevado, sendo em sua maioria claras e bem saturadas, exceto para a representação de locais ou situações perigosas, nas quais se utilizam cores escuras, tons avermelhados e preto. No entanto, a interface e seus elementos são simples e acessíveis, com uso de cores – uma cor principal, verde água – apenas para clicáveis ou itens em destaque, sendo visualmente equilibrada e não poluída. Por fim, a tipografia utilizada é sem serifa e com caracteres mais arredondados, o que a torna mais amigável e de fácil leitura.

Quanto à experiência de uso, o único problema se dá pela sua disponibilidade ser apenas em língua inglesa, se tornando inacessível para a maioria de potenciais usuários brasileiros. Ao entrar no aplicativo pela primeira vez, um mascote introduz o propósito do jogo e traz avisos importantes para aqueles que estão lidando com transtornos depressivos, reiterando que o app poderá não ser efetivo para algumas pessoas. Ao longo do jogo, outros mascotes também são usados para comunicar ao usuário o desenvolvimento da história e o que deve ser feito, como guias, através de caixas de diálogo. Nesse sentido, o jogo fornece um tutorial e diálogos no decorrer da apresentação e execução de todas as suas mecânicas, o que, por um lado, torna-o suficientemente intuitivo e claro, embora não possibilite que o usuário pule estas diversas instruções, podendo se tornar cansativas.

De maneira geral, a linguagem utilizada é divertida e acessível, com ícones e símbolos de simples acesso visual e cognitivo, e botões delimitados através do uso do verde água, sendo bem visíveis e contrastantes com o fundo. O uso de animações e microinterações também é bem explorado, tornando o jogo envolvente e divertido. Em termos de feedback, o app garante avisos instantâneos para qualquer ação realizada, como para quando uma missão é completada, fornecendo um ícone de notificação animado logo acima do ícone de missões na barra de tarefas. Quando a missão diária está disponível, da mesma forma, um aviso grande e animado fica disponível na parte superior da tela principal, garantindo uma diferenciação e destaque para a mecânica de maior importância do jogo.

Quanto às missões diárias, chamadas de “aventuras”, sua maior diferenciação se dá pela possibilidade de escolha livre do usuário na realização de uma atividade, a depender da sua vontade ou disponibilidade, sendo classificadas por nível de esforço e por áreas, como conhecimento, confiança, admiração, entre outras. Cada atividade também possui um tempo sugerido para completá-la, além de um momento posterior para refletir se sua realização foi proveitosa, garantindo, no fim, recompensas no jogo – como novos pets e itens, os quais são utilizados para realização de missões, garantindo melhorias ou bônus de recompensas. Também são disponibilizadas missões secundárias e *mini games* como atividades para além da missão principal, as quais também garantem recompensas e contribuem para um divertimento momentâneo.

A partir das características levantadas, portanto, sintetiza-se através do Quadro 5, a seguir, a avaliação heurística do aplicativo Guardians. Sendo um jogo de interface bem construída e não apresentando problemas de usabilidade, seu ponto negativo se deu pela falha em possibilitar que o usuário pule o tutorial inicial, o qual é necessário para desbloquear as diferentes mecânicas do jogo, não sendo possível acessá-las caso o mesmo não seja completado.

Quadro 5: Avaliação Heurística: Guardians

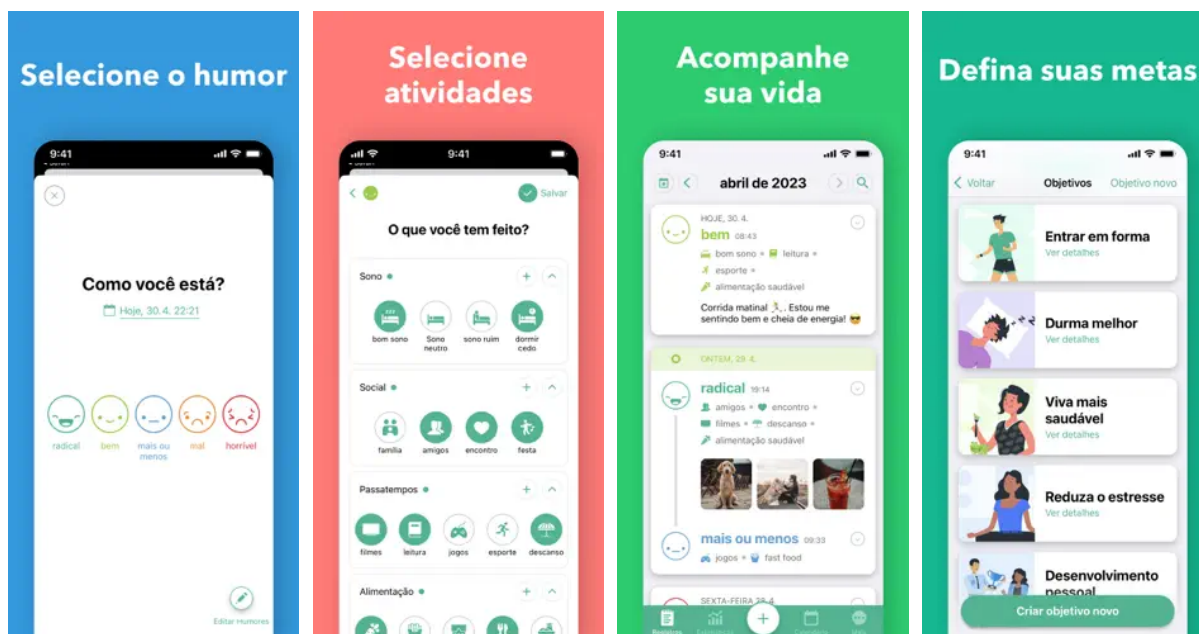
	Heurística
Aprovadas	H1: Visibilidade do status do sistema H2: Correspondência entre o sistema e o mundo real H3: Controle e liberdade do usuário H4: Consistência e padronização H5: Prevenção de erros H6: Reconhecimento em vez de lembrança H8: Estética e design minimalista H9: Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros H10: Ajuda e documentação
Reprovadas	H7: Flexibilidade e eficiência de uso

Fonte: Autora (2024)

4.3.2 Daylio Diário: Diário de Humor

O Daylio é um aplicativo de diário de humor e agenda personalizada, contando com marcadores e diferentes formas para monitorar metas, seja de saúde mental, emocional ou física. Seu objetivo é incentivar o bem-estar, aperfeiçoamento pessoal e o autocuidado através de um controle de hábitos, sentimentos e objetivos. O app funciona mediante entradas de humor e atividades diárias, criando um histórico em calendário dos seus registros pessoais, além de estatísticas a partir destes dados. A Figura 9 traz as imagens de divulgação do aplicativo disponibilizadas pelo seu desenvolvedor, as quais exemplificam suas principais funcionalidades.

Figura 9: Telas de divulgação do aplicativo Daylio, sendo a terceira, da esquerda para direita, sua tela inicial



Fonte: App Store (2024)⁴

Em termos de padrão visual, sua estética é moderna e minimalista, se utilizando de ilustrações flat e diversos ícones que tornam sua interface agradável e acolhedora. Sendo um app que possibilita diversas customizações, seu padrão cromático varia conforme o tema de cores escolhido pelo usuário, o qual é aplicado para os diferentes níveis de humor e para os elementos interativos e em destaque na interface. No entanto, no último caso, apenas a cor principal da paleta escolhida

⁴ Disponível em: <https://apps.apple.com/br/app/daylio-diário-diário-de-humor/id1194023242>. Acesso em: 23 Jan. 2024.

é aplicada, deixando a interface visualmente leve e equilibrada, considerando os variados ícones presentes. Quanto à tipografia, utiliza-se a sem serifa padrão do sistema operacional respectivo, como a San Francisco, no caso de dispositivos Apple, a qual garante boa legibilidade e pregnância e é adequada para a estética proposta e um público-alvo jovem.

Ao acessar pela primeira vez, o Daylio conta com um processo de *onboarding* – “boas-vindas” para o usuário – introdutório e com etapas para configuração pessoal do aplicativo, como definição de uma paleta de cores e emojis para representação do seu humor, atividades que o usuário queira monitorar, e definição de um lembrete para o registro diário. Ao final, o app inicia pelo primeiro registro de humor do usuário, através da mensagem “Como você está?”, assim como a possibilidade de editá-los. No entanto, a customização é bastante limitada, já que a maioria dos emojis e os diferentes ícones para personalização de atividades só estão disponíveis por meio da aquisição de um plano pago, assim como diversas outras funções do app, o que não o torna completamente acessível. Ainda assim, a experiência do processo de registro, considerando ser a mecânica primária do app, é bastante intuitiva e personalizável, com opções de seleção pré-prontas em diferentes categorias, além da oportunidade de criação de novos humores ou atividades. A possibilidade de inserção de anotações e fotos também torna a experiência mais única e pessoal, estimulando a criatividade e a recordação de boas lembranças. Ademais, para qualquer ação de edição, como exclusão de registros, um *pop up* de confirmação sempre é acionado, impedindo que o usuário se frustrasse ou cometesse erros.

Para além da mecânica principal, o botão central da barra de tarefas inferior, em destaque e contrastante com os demais, permite a criação de registros, além da definição de objetivos e da adição de dias importantes, como aniversários, eventos ou datas especiais. A possibilidade de compartilhamento de seus objetivos ou estatísticas pessoais também é um diferencial, na medida em que pode ser usado como registro pessoal ou para acompanhamento em terapia. Quanto à gamificação, ela pode ser vista a partir da mecânica de objetivos, na qual se criam metas que gamificam a construção de hábitos na vida real. Os estímulos propostos pelo app, então, são o progresso de nível do usuário de acordo com seu avanço, e uma sequência de realização da meta proposta, sendo motivados através de mensagens do próprio Daylio. O aplicativo também conta com conquistas, notificando o usuário

mediante um *pop up* quando uma delas é completa. No entanto, não garante nenhum tipo de recompensa, o que pode não gerar estímulo para que elas sejam cumpridas.

Por fim, percebem-se poucos pontos negativos para a interface analisada, na medida em que a mesma é intuitiva e simples, tanto funcional quanto esteticamente, apesar de contar com diversas funções. Todas as telas são devidamente nomeadas e contam com botões de retorno ou possibilidade de saída, como no caso do registro diário, o qual abre em formato de *overlay* (sobreposição). Sendo assim, o Quadro 6 resume a avaliação realizada, não havendo heurísticas que apresentaram problemas relevantes para a usabilidade do app.

Quadro 6: Avaliação Heurística: Daylio

	Heurística
Aprovadas	H1: Visibilidade do status do sistema H2: Correspondência entre o sistema e o mundo real H3: Controle e liberdade do usuário H4: Consistência e padronização H5: Prevenção de erros H6: Reconhecimento em vez de lembrança H7: Flexibilidade e eficiência de uso H8: Estética e design minimalista H9: Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros H10: Ajuda e documentação
Reprovadas	-

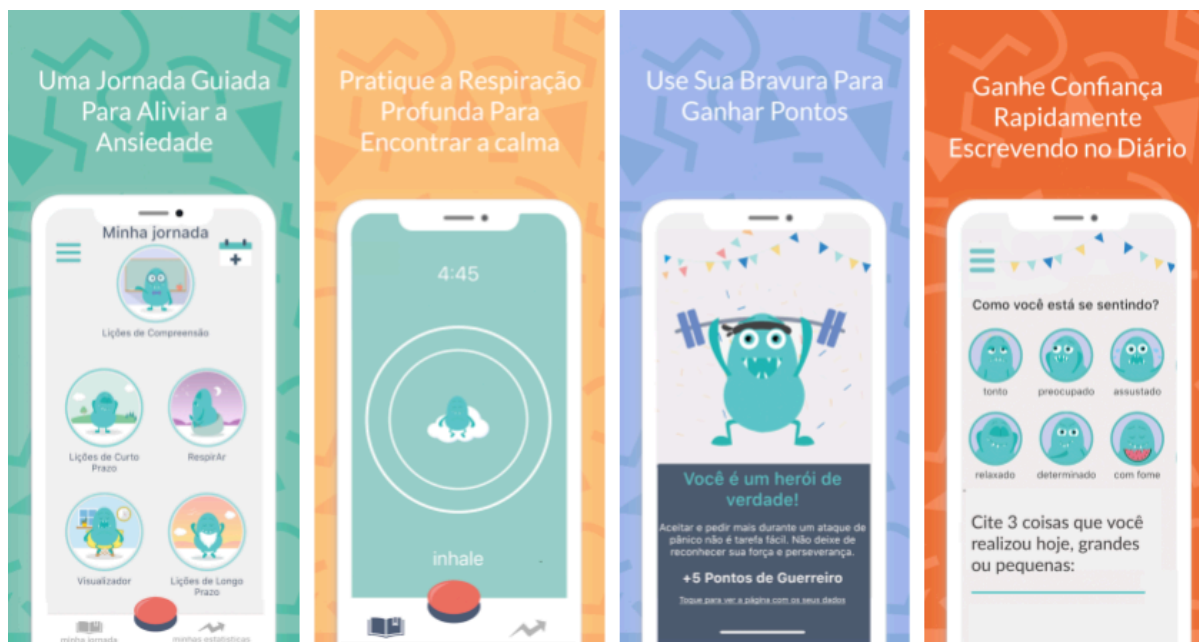
Fonte: Autora (2024)

4.3.3 Rootd - Panic Attack Relief

O app Rootd objetiva ser uma ferramenta para ajuda no enfrentamento de ataques de pânico e ansiedade, oferecendo lições e exercícios para lidar e superar uma crise e sendo um processo guiado para um alívio tanto imediato quanto de longo prazo. Dessa forma, por meio de um mascote que acompanha e interage com o usuário ao longo do app, oferece uma mecânica central voltada para o alívio do pânico, missões diárias para autocuidado, lições de compreensão para aprender sobre a ansiedade e sua origem, estatísticas pessoais, entre outras. A Figura 10,

então, expõe algumas de suas funcionalidades através de imagens de divulgação disponíveis na loja de aplicativos, embora não ilustrem corretamente a forma como o aplicativo se apresenta na tela do celular.

Figura 10: Telas de divulgação do aplicativo Rootd, sendo a primeira, da esquerda para direita, sua tela inicial



Fonte: App Store (2024)⁵

Apesar de adotar uma interface simples e de poucos elementos, suas ilustrações possuem uma estética ultrapassada e um uso muito extenso de cores e elementos, além de uma inconsistência entre o estilo flat e o uso desnecessário de gradientes, tornando algumas telas visualmente poluídas. Apesar disso, o mascote é eficiente na comunicação de emoções e representação de ações. Quanto a tipografia, utiliza-se uma sem serifa neutra e genérica, não contribuindo para a personalidade do aplicativo. Sua linguagem, da mesma forma, apresenta um tom um tanto quanto formal, não sendo tão amigável e, além disso, apresentando erros ortográficos que provavelmente vieram de falhas de tradução. A estética, de forma geral, também é prejudicada na medida em que a interface apresenta problemas de consistência visual – botões com tamanhos diferentes, ícones de diferentes estilos e falta de padronização hierárquica entre títulos, textos, espaçamentos e alinhamentos –, além de espaços de respiro quase inexistentes em algumas áreas.

⁵ Disponível em:

<https://apps.apple.com/br/app/rootd-panic-attack-relief/id1289018369?platform=iphone>. Acesso em: 23 Jan. 2024.

Assim como o similar anterior, o Rootd conta com um *onboarding* em etapas para definições prévias do aplicativo, como a ativação de lembretes e uma mensagem de introdução do seu mascote, chamado Rony. Logo neste primeiro contato, no entanto, já apresenta uma comunicação confusa, como na etapa de definição de notificações, onde apenas se entende que esta é a ação sugerida ao clicar no botão “continuar”, aparecendo um *pop up* que indica a ativação de lembretes. Ademais, após a primeira etapa e de forma aleatória, o app apresenta uma oferta para compra do seu plano *Premium*, na qual o botão para fechá-la é pouco visível e não apresenta contraste com o fundo, além de ocorrer sobreposição de textos sobre outros elementos da tela durante a rolagem – problema que se repete ao longo do aplicativo, especialmente por sua baixa responsividade para telas menores. Quanto a sua *home screen*, as principais atividades do app ficam visíveis na forma de botões circulares com ilustrações respectivas, as quais não são suficientemente intuitivas e seus títulos se apresentam muito pequenos, gerando uma visualização desconfortável. Outra funcionalidade, de missões diárias, fica visível na parte superior através de uma ilustração, não tendo indicações ou marcações visíveis de se que trata de um elemento clicável, além de não possuir um título próprio como os demais.

À respeito de sua função principal, seu acesso se dá mediante um botão vermelho e grande na barra de tarefas do app, sendo bem visível e conceitualmente adequado. Seu processo consiste na seleção de um dos caminhos para aliviar o pânico, dependendo de como o usuário está se sentindo, seguido de uma sequência de frases de apoio que se desenrolam até o usuário comunicar o aplicativo que já está se sentindo bem. Sempre que se termina de enfrentar uma crise, independente da quantidade de vezes que a mecânica foi utilizada, o aplicativo redireciona o usuário para uma sequência de cinco telas, como a tela de oferta do seu plano pago e a de sugestão para ativação de notificações. Durante este processo, não é possível retornar à *home screen*, apenas apertar o botão “Continuar” indefinidamente até que ele termine, sendo repetitivo e cansativo. Este processo também ocorre ao finalizar qualquer tipo de atividade dentro do aplicativo, como um exercício de respiração, leitura de uma lição, ou registro no diário.

Quanto aos seus diferenciais, o app também oferece a opção de definir contatos de emergência, podendo realizar uma ligação diretamente pelo app caso o processo de enfrentamento de uma crise não esteja sendo suficiente. No entanto,

esta função fica disponível apenas através da tela de configurações, a qual é acessada na parte superior da área de estatísticas pessoais do app, não sendo intuitivo e gerando cliques desnecessários para ser alcançada. Em termos de gamificação, o Rootd adota uma mecânica de “pontos de guerreiro”, os quais são recebidos sempre que se termina qualquer atividade, como a missão diária. Todavia, a página de estatísticas pessoais, embora sirva como acompanhamento da jornada de enfrentamento de crises, não estabelece metas, conquistas, ou garante recompensas, e apenas contabiliza os dados de uso do aplicativo.

Sendo assim, o Rootd falha em diversos componentes básicos de interface e usabilidade, especialmente os estéticos. Apesar disso, ele de fato vem a ser efetivo para o enfrentamento de crises de pânico, na medida em que seus processos e lições possuem fundamentos teóricos e foram desenvolvidos por especialistas. O app também oferece ferramentas de ajuda disponíveis para suas mecânicas principais, na forma de mini tutoriais, além de sempre nomear as telas em que o usuário se encontra, não deixando-o perdido no meio de diferentes funções. O Quadro 7, portanto, sintetiza a avaliação heurística do aplicativo.

Quadro 7: Avaliação Heurística: Rootd

	Heurística
Aprovadas	H1: Visibilidade do status do sistema H2: Correspondência entre o sistema e o mundo real H5: Prevenção de erros H9: Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros H10: Ajuda e documentação
Reprovadas	H3: Controle e liberdade do usuário H4: Consistência e padronização H6: Reconhecimento em vez de lembrança H7: Flexibilidade e eficiência de uso H8: Estética e design minimalista

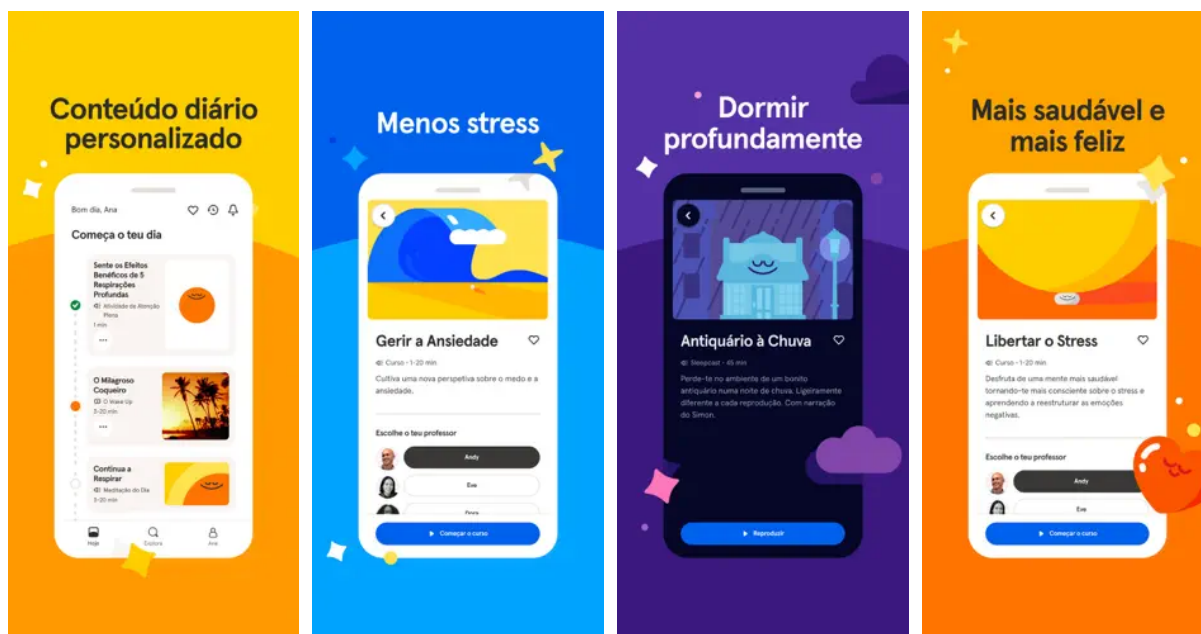
Fonte: Autora (2024)

4.3.4 HeadSpace: Sono e Meditação

O HeadSpace é um aplicativo focado em contribuir com a qualidade de vida do usuário, oferecendo exercícios guiados de meditação, sons e músicas para

dormir e relaxar e técnicas para melhora da concentração. Seus objetivos são o alívio do estresse, controle da ansiedade, melhora da saúde mental e aumento do bem-estar de maneira geral. Apesar de oferecer diversos conteúdos, sua mecânica principal são as meditações diárias, na qual o app acompanha o usuário durante o dia através de diferentes processos de meditação personalizados. A Figura 11 exemplifica algumas de suas telas e funcionalidades.

Figura 11: Telas de divulgação do aplicativo Headspace, sendo a primeira, da esquerda para direita, sua tela inicial



Fonte: App Store (2024)⁶

Em termos visuais, o Headspace adota um estilo moderno de interface – similar ao Daylio, embora ainda mais simples –, e conta com ilustrações vetoriais de traços arredondados e suaves, características que as tornam simpáticas e leves. Ademais, a utilização de sorrisos relaxados como parte da sua identidade visual também consegue transmitir conforto e aconchego. Da mesma forma, a escolha tipográfica reflete esta estética, sendo uma sem serifa mais arredondada e com caracteres de traços mais dinâmicos. O uso de cores é uma mistura entre tons quentes, como amarelo e laranja, e tons frios, como o azul e seus tons, sendo usadas essencialmente para a transmissão de sensações de relaxamento – tons quentes – e para representação de sentimentos através das ilustrações.

⁶ Disponível em:

<https://apps.apple.com/br/app/headspace-sono-e-meditação/id493145008?platform=iphone>. Acesso em: 24 Jan. 2024.

Quanto ao seu primeiro acesso, não há opção de entrar no aplicativo sem a criação de uma conta ou realização de *login*, o que pode acabar desmotivando alguns usuários. Após este processo, o app também conta com um *onboarding*, mas mais introdutório, tendo apenas uma etapa interativa, na qual se pergunta o objetivo do usuário com o uso do HeadSpace, como reduzir estresse ou controlar sua ansiedade, por exemplo. Logo, um segundo momento de boas vindas é iniciado, no qual já se sugere realizar um exercício curto de respiração, embora, diferente do anterior, seja opcional. De maneira geral, o maior problema do aplicativo é não fornecer um plano gratuito, já que a totalidade de suas lições e exercícios só podem ser realizadas através da aquisição de um plano pago. No entanto, é possível acessar suas diversas áreas e explorar suas funções e, considerando que a maioria do conteúdo bloqueado trata de vídeos e áudios, sua interface ainda permite ser analisada.

A partir de sua *home screen*, intitulada “Hoje”, o app compila os exercícios e meditações que foram recomendados para o usuário realizar ao longo do dia, havendo uma linha lateral que indica se a atividade já foi feita – símbolo verde –, se está sendo realizada – símbolo laranja –, e se ainda não foi feita – círculo sem preenchimento. Além de servir como guia, mantém o usuário motivado para continuar finalizando atividades e, ao final do dia, realizado por ter todas elas marcadas com o símbolo verde. Ademais, o app também acolhe o usuário logo que ele o abre, por meio de uma mensagem diária, em formato de título, na *home screen*, dando boas vindas e incentivando-o a iniciar suas atividades. Outra função em destaque é a possibilidade de favoritar qualquer meditação ou exercício, deixando-as facilmente acessíveis através do botão em formato de coração disponível na tela inicial. Quanto a gamificação, o app não adota nenhum tipo de mecânica, além de impossibilitar qualquer tipo de customização, fora a troca entre modo claro e escuro. Além disso, embora forneça uma imagem para o usuário, vista através da aba de perfil, não é possível trocá-la.

De forma geral, a navegação pelo aplicativo é bastante intuitiva, se utilizando de símbolos simples e de fácil reconhecimento. Seu fluxo entre telas, igualmente, é fluído e com botões de retorno sempre presentes no canto superior esquerdo, além de serem devidamente nomeadas de acordo com a localização atual do usuário no aplicativo. Por fim, o Quadro 8 apresenta o resultado final para a avaliação heurística do HeadSpace.

Quadro 8: Avaliação Heurística: HeadSpace

	Heurística
Aprovadas	H1: Visibilidade do status do sistema H2: Correspondência entre o sistema e o mundo real H3: Controle e liberdade do usuário H4: Consistência e padronização H5: Prevenção de erros H6: Reconhecimento em vez de lembrança H7: Flexibilidade e eficiência de uso H8: Estética e design minimalista H9: Ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros H10: Ajuda e documentação
Reprovadas	-

Fonte: Autora (2024)

4.3.5 Considerações acerca dos similares analisados

Anterior à seleção de similares para análise, foi possível perceber uma grande quantidade de aplicativos disponíveis que se propõem a contribuir com a saúde mental do usuário, embora a grande maioria deles seja baseado puramente em meditação ou exercícios de respiração. Sendo ferramentas que, de fato, podem contribuir com a amenização da ansiedade, também podem não ser o caminho ideal de enfrentamento para uma grande parcela de pessoas. Nesse sentido, da maneira como o presente projeto foi proposto, nenhum aplicativo inteiramente semelhante foi encontrado, embora cada similar selecionado apresente características e funções que vão ao encontro do objetivo deste trabalho.

Em relação aos padrões visuais, percebe-se que a maioria busca um estilo moderno e minimalista, especialmente os apps Daylio e HeadSpace, tendo em vista ser uma tendência em interfaces atualmente, o que facilita a adesão por um público mais amplo e gera boa pregnância. No entanto, pode não ser tão chamativo para um público mais jovem, que busca por identidades visuais mais disruptivas. Nesse contexto, o uso da tipografia e elementos visuais únicos, como ilustrações e símbolos, são as características com maior potencial de destaque e diferenciação. O uso de cores, também, se torna mais pregnante quando é mais reduzido,

principalmente ao utilizar ilustrações, na medida em que cria uma unidade visual para o app, tornando-o visualmente confortável e menos confuso.

Quanto às oportunidades de inserção da gamificação como mecânicas de engajamento, toma-se os aplicativos Guardians e Daylio como os de maior destaque. O primeiro, ao aliar o divertimento com o incentivo ao bem-estar pessoal e mental, motiva o usuário a criar um hábito diário positivo, através de missões livres que o estimulam a sair de sua zona de conforto. O Daylio, por outro lado, traz a personalização como sua característica máxima, dando liberdade ao usuário para criar seus próprios objetivos e controlar qualquer aspecto da sua vida, especialmente as questões emocionais. Ademais, as possibilidades de customização também são oportunas para torná-las recompensas dentro do app, tornando a experiência única para cada usuário. Sendo assim, o Quadro 9, a seguir, traz as oportunidades levantadas para cada um dos aplicativos analisados, a partir do levantamento de seus pontos positivos e negativos.

Quadro 9: Síntese de oportunidades levantadas pela análise de similares

(continua)

	Oportunidades
Guardians	Aviso no primeiro acesso acerca da importância do acompanhamento terapêutico.
	Incluir microinterações/animações.
	Notificação <i>push</i> e interna exclusiva e em destaque para quando a missão diária estiver disponível.
	Área da <i>tab bar</i> (barra de tarefas inferior) para as missões diárias, com histórico.
	Missão diária de livre escolha, com opções baseadas nos interesses do usuário.
	Sugestão de tempo para realização da missão.
	Recompensas por missão diária completa.
Daylio	Customização do tema do app (cores).
	Conquistas que garantem recompensas.
	Recompensas garantem itens de personalização para o aplicativo.
	Possibilidade de definição de um período no qual o usuário gostaria de realizar as missões diárias, definindo-as como meta pessoal.
	Botão destacado e central para o acesso às missões diárias.

Quadro 9: Síntese de oportunidades levantadas pela análise de similares

(conclusão)

	Oportunidades
Daylio	Sistema de níveis para avanço na jornada de saúde mental pessoal do usuário.
	Controle de sequência de realização de missões diárias (<i>streak</i>).
Rootd	Adotar uma tipografia contemporânea e amigável.
	Usar uma linguagem descontraída, como o uso de gírias, ao longo do app.
	<i>Onboarding</i> de boas-vindas para configurações prévias, como algumas customizações, e questionário inicial sobre interesses, podendo ser pulado.
	Definição de contatos/nomes de pessoas importantes, de forma que o aplicativo possa sugerir contatá-los quando o usuário não estiver bem.
	Disponibilizar as principais funções na menor quantidade de cliques possível.
HeadSpace	Sem necessidade de criação de conta, apenas perguntar o nome do usuário através do <i>onboarding</i> .
	Opção para favoritar missões que o usuário mais gostou.
	Recompensas garantem desbloqueio de avatares para o usuário.
	Recado para o usuário sempre visível na <i>home screen</i> , como “Olá, [nome], pronto para mais uma missão?”.

Fonte: Autora (2024)

Tendo finalizado a coleta de dados e análise de similares, parte-se para a última etapa do plano da Estratégia, na qual as informações e oportunidades levantadas tomam forma através da construção de personas e cenários. Sendo representantes ideias do público-alvo do projeto, são ferramentas chave para o desenvolvimento de uma solução que melhor atenda às suas necessidades.

4.4 PERSONAS E CENÁRIOS

Construídas a partir da pesquisa com usuários, as personas são personagens fictícios criados para representar as necessidades e características de um amplo grupo de usuários reais. Durante o processo de design, as personas são essenciais para garantir que se mantenha o usuário em mente ao longo do desenvolvimento e tomada de decisões (GARRETT, 2011). Da mesma forma, a construção de cenários trata de inserir este usuário – no caso, a persona criada – em uma situação ou

atividade relativa ao problema de projeto, a fim de explorar e discutir os diferentes contextos, necessidades e requisitos que este personagem se insere (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013).

Assim, com base no questionário realizado e nas vivências passadas da autora, foram criadas três personas, para as quais levou-se em consideração diferentes dados: nome, idade, ocupação, breve biografia, interesses, dores e necessidades, além de questões relativas à ansiedade no seu dia a dia. A Figura 12, portanto, traz o perfil de Giovanna, Lucas e Marina.


Figura 12: Personas

(continua)



Figura 12: Personas

(conclusão)



Marina, 24 anos

Desenvolvedora, formada em Ciências da Computação

Veio do interior para cursar a faculdade na capital, morando sozinha desde os 18 anos. Recém formada, mantém um emprego *home office* e tem como companhia diária suas duas gatas. Fazia terapia no início da faculdade, mas teve que parar por dificuldades financeiras.

INTERESSES

- > Ler HQ's e mangás
- > Maratonar suas séries preferidas
- > Jogos de *puzzle*, Notion e TikTok

DORES

- > Acaba fumando toda vez que se sente nervosa ou inquieta
- > Sofre de desconforto social sempre que sai de casa

NECESSIDADES

- > Precisa de um incentivo para criar hábitos saudáveis
- > Precisa de empurrões para sair da zona de conforto e enfrentar suas inseguranças

Fonte: Autora (2024)

Para os cenários, disponíveis no Apêndice C, ilustrou-se situações em que cada persona utiliza o aplicativo pela primeira vez, inserindo-as em um contexto cotidiano onde os sintomas da ansiedade estão elevados e, conseqüentemente, buscam uma forma de amenizá-los através do app, finalizando com o resultado que a estratégia buscada gerou, ou seja, como cada persona se sente após usá-lo. Nesse sentido, também são descritos os desafios e as motivações de cada uma, assim como se obtém diferentes perspectivas de uso do aplicativo para cada usuário potencial, de forma a auxiliar em maior profundidade no estabelecimento de requisitos e funcionalidades para o projeto.

Assim, já conhecendo os usuários potenciais e levantando diferentes caminhos para soluções projetuais através da análise de aplicativos, finaliza-se a etapa de Estratégia deste trabalho. A seguir, inicia-se o plano do Escopo, onde serão definidas as funcionalidades que serão implementadas no projeto.

5. ESCOPO

Para a etapa do Escopo, traduz-se as informações levantadas no plano estratégico em requisitos específicos de projeto. As necessidades dos usuários, objetivos do produto e oportunidades levantadas pela coleta de dados tornam-se o conteúdo e as funcionalidades que o produto irá oferecer (GARRETT, 2011). A definição de

requisitos se torna importante, portanto, na medida em que se estabelece de forma concreta e específica aquilo que será projetado, incluindo o estabelecimento de funções, conteúdo e características da interface de um produto. Sendo assim, um requisito pode ser compreendido como uma declaração – específica, não subjetiva e o mais clara possível – acerca de um produto que determina o que ele deve fazer e como deve operar (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013).

Assim, através do Quadro 10, foram definidos os requisitos de sistema (funcionais) para a construção do aplicativo, tomando como base as dores e necessidades já levantadas pelos usuários e pela construção de cenários. Considerou-se, então, aqueles que seriam os mais necessários para que os objetivos do projeto sejam atingidos, assim como aqueles que, juntos, iriam tornar o aplicativo o mais coeso possível – no sentido de não exceder a quantidade de funções ofertadas e acabar deixando-o confuso e redundante.

Quadro 10: Necessidades e requisitos do usuário e especificações do sistema

(continua)

Dor do Usuário	Necessidade do Usuário	Requisito do Usuário	Requisito do Sistema
D1: se entendia facilmente com aplicativos.	N1: necessita de uma solução que o mantenha engajado.	R1: oferecer mecânicas de gamificação estimulantes. R2: possibilitar experiências visuais personalizadas.	RS1: sistema de níveis linear. RS2: esquema de pontos e recompensas. RS3: customização do tema do app. RS4: itens de personalização (<i>stickers</i> e avatares).
D2: seus hobbies não conseguem servir como suporte emocional o tempo todo.	N2: necessita de uma solução que se adeque ao que está enfrentando.	R3: oferecer abordagens personalizadas de enfrentamento.	RS5: <i>onboarding</i> com configurações pessoais prévias. RS6: opções de livre escolha para a missão diária. RS7: atividades divididas em categorias.

Quadro 10: Necessidades e requisitos do usuário e especificações do sistema

(conclusão)

<p>D3: o nervosismo e a inquietação impedem que se concentre nos seus afazeres diários.</p>	<p>N3: necessita conseguir desfocar dos seus pensamentos ansiosos.</p>	<p>R4: oferecer opções que garantem relaxamento e concentração.</p> <p>R5: proporcionar atividades fora da tela do celular.</p>	<p>RS8: missões diárias com atividades práticas.</p> <p>RS9: categoria “Foco” para as missões.</p> <p>RS10: categoria “Relaxamento” para as missões.</p>
<p>D4: tende a ter pensamentos pessimistas.</p>	<p>N4: necessita de mais positividade e autoconfiança.</p>	<p>R6: oferecer estratégias para controle emocional.</p> <p>R7: possibilitar a construção de registros afetivos.</p>	<p>RS11: <i>board</i> interativo para registros pessoais diários.</p> <p>RS12: modelos pré-prontos de escrita no <i>board</i>.</p> <p>RS13: categoria “Inspiração” para as missões.</p>
<p>D5: acaba se prendendo a hábitos ruins por conta da ansiedade diária.</p>	<p>N5: necessita de um estímulo para construção de hábitos positivos.</p>	<p>R8: oferecer mecânicas que fomentem a consistência.</p>	<p>RS14: definição de notificações <i>push</i> personalizadas.</p> <p>RS15: notificações <i>push</i> para lembretes diários.</p> <p>RS16: controle de sequência de acessos diários (<i>streak</i>).</p>
<p>D6: se sente restringido pelas suas inseguranças.</p>	<p>N6: necessita de um incentivo para sair da sua zona de conforto.</p>	<p>R9: oferecer atividades mais desafiadoras e que possibilitem o confronto de suas angústias.</p>	<p>RS17: missões classificadas por níveis de esforço.</p> <p>RS18: categoria “Conexão” para as missões.</p>

Fonte: Autora (2024)

A partir da definição dos requisitos de sistema, estabelece-se os requisitos funcionais do projeto, detalhando as diferentes tarefas que o usuário poderá realizar através do aplicativo. Assim, são listados a seguir os recursos indispensáveis que

deverão ser oferecidos, assim como aqueles que irão garantir uma experiência complementar e diferenciada:

- a) Escolha livre de missão uma vez ao dia;
- b) Favoritar missões;
- c) Controle de sequência de realização da missão diária;
- d) *Board* para registros textuais, anexo de imagens e inserção de *stickers*;
- e) Sistema de pontos e recompensas vinculado à realização da missão diária e ao registro no *board*;
- f) Inserção de nome e seleção de interesses pessoais no *onboarding*;
- g) Customizar as cores do aplicativo;
- h) Alterar o avatar do usuário;
- i) Definição de notificações *push* personalizadas, com configuração de horário, frequência e mensagem;
- j) Recebimento de lembretes diários por meio de notificação *push*.

Da mesma forma, contempla-se o conteúdo que o app irá oferecer através da definição dos seus requisitos de conteúdo, os quais consideram apenas as informações que irão acompanhadas de suas funcionalidades. Nesse sentido, define-se o conteúdo informacional que será oferecido pelo aplicativo:

- a) Sistema de níveis linear com avanço conforme a realização de missões;
- b) Modelos de escrita pré-prontos no *board*;
- c) Recompensas que garantem desbloqueio de avatares para o perfil do usuário e *stickers* para serem usados no *board*;
- d) Missões sugeridas, com base nos interesses pessoais selecionados;
- e) Missões por categorias: Foco, Relaxamento, Conexão e Inspiração;
- f) Informações para cada missão: título, descrição, tempo sugerido e nível de esforço;
- g) Histórico de missões realizadas;
- h) Recado para o usuário sempre visível na *home screen*;
- i) Perfil de usuário com nome, avatar e configurações do aplicativo;
- j) Lembretes diários para realização da missão, incentivo ao autocuidado, perguntar como o usuário está ou convidá-lo a fazer um registro no *board*;

- k) Aviso no *onboarding* acerca da importância do acompanhamento terapêutico, com recomendações de plataformas que oferecem serviços acessíveis.

Por fim, para além das especificações funcionais e informacionais, torna-se importante a descrição dos objetivos do aplicativo em termos de usabilidade para o usuário, estabelecendo as características que irão proporcionar uma experiência de uso prazerosa, prática e intuitiva. Como requisitos de usabilidade, portanto, o projeto deverá apresentar os seguintes atributos:

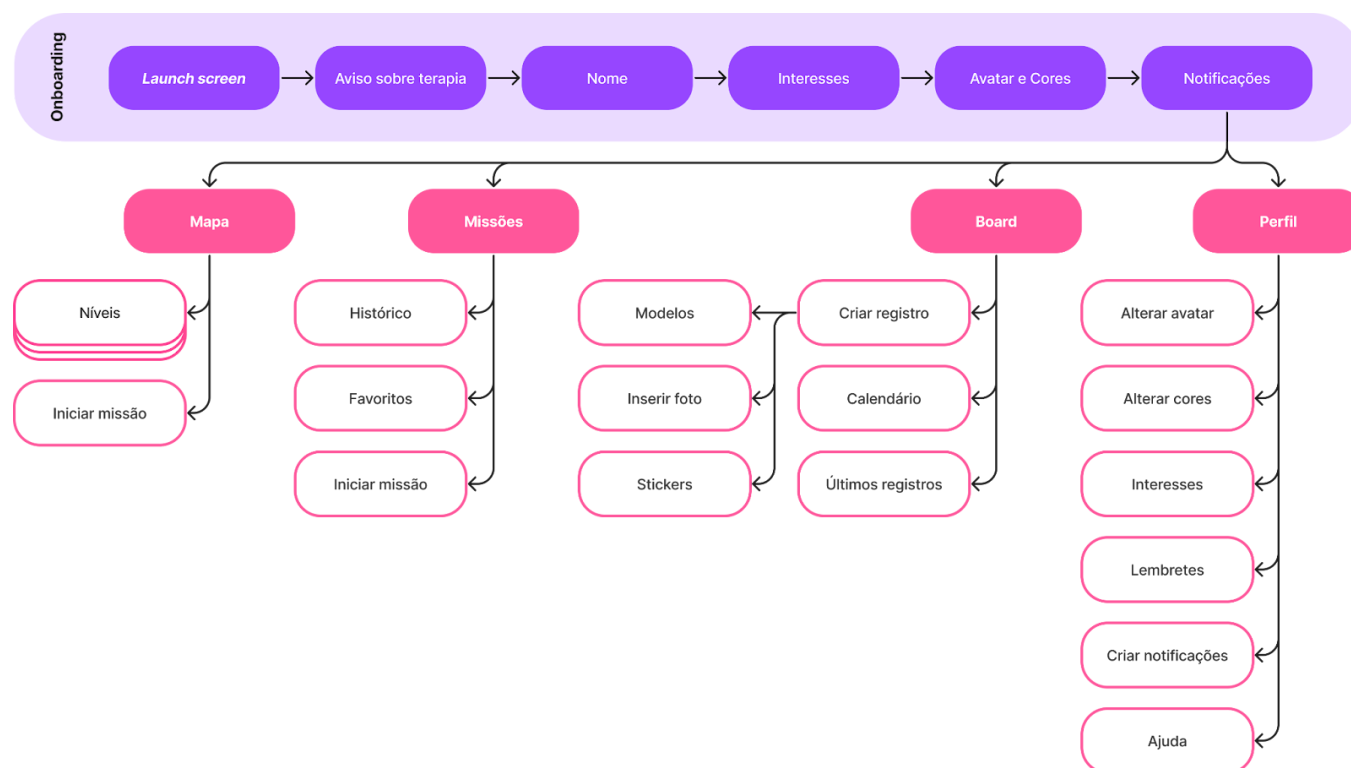
- a) Disponibilizar as principais funções na menor quantidade de cliques possível;
- b) Adotar uma linguagem descontraída e acessível para o público-alvo;
- c) Utilizar uma tipografia contemporânea, amigável e de boa legibilidade;
- d) Incluir micro interações e animações;
- e) Oferecer feedbacks na conclusão de qualquer atividade;

6. ESTRUTURA

Partindo-se da definição de requisitos, o plano da Estrutura objetiva organizar a forma como os recursos e funções do aplicativo se encaixam para a elaboração de um produto interativo. Assim sendo, esta estruturação é dada pela construção da arquitetura da informação, a qual define a forma navegacional em que o conteúdo e telas do aplicativo serão apresentados ao usuário (GARRETT, 2011). Sendo apenas uma hierarquia visual do seu *layout* final, a arquitetura se difere dos fluxos de tarefa, os quais delineiam os cursos de ação que o usuário irá tomar ao realizar alguma atividade através do produto, contando com detalhes de opções e caminhos que o mesmo poderá tomar (UNGER; CHANDLER, 2009).

Para o plano estrutural, portanto, foram construídas a arquitetura da informação do aplicativo, assim como os fluxos de tarefa de suas principais funções, como a realização de uma missão ou um registro diário no *Board*. A Figura 13 ilustra a arquitetura da informação em seu formato simplificado, tendo em vista que as definições para o projeto ainda poderão se modificar ao longo das próximas etapas. Inicia-se pelo processo de *onboarding*, em roxo, seguido dos elementos da *tab bar* – representados por blocos chapados na cor rosa – e os recursos respectivos acessados através dos mesmos.

Figura 13: Arquitetura da Informação

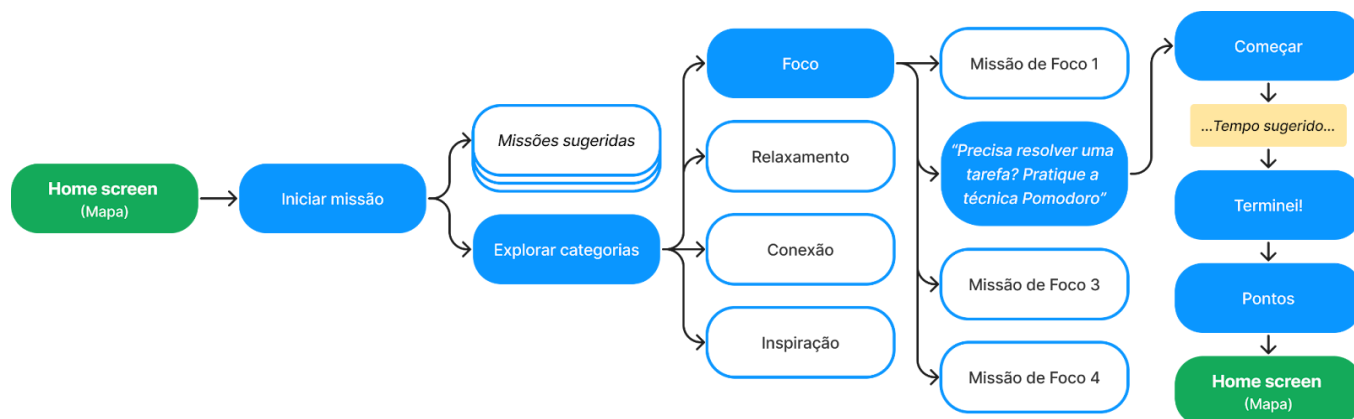


Fonte: Autora (2024)

O primeiro acesso do usuário ao aplicativo consiste em um processo de boas-vindas e configurações prévias, podendo ser pulado após o usuário fornecer o seu nome ou apelido. Após, é direcionado para a *home screen*, que trata do Mapa de níveis por onde o usuário irá avançar conforme completa suas missões diárias. Para a área de Missões, se tem acesso ao histórico de missões completadas, assim como aquelas que foram marcadas como favoritas, podendo ser sempre acessadas e refeitas. Em ambas as áreas, pode-se iniciar a missão diária, caso a mesma ainda não tenha sido feita no dia. A terceira área trata do *Board*, onde cria-se as anotações livres que ficam registradas no calendário interno do aplicativo, podendo ser acessado para visualização dos dias em que uma anotação foi feita. Por fim, a área de Perfil conta com as informações do usuário, assim como as configurações do app, incluindo a função de criação de notificações e a customização das cores do aplicativo.

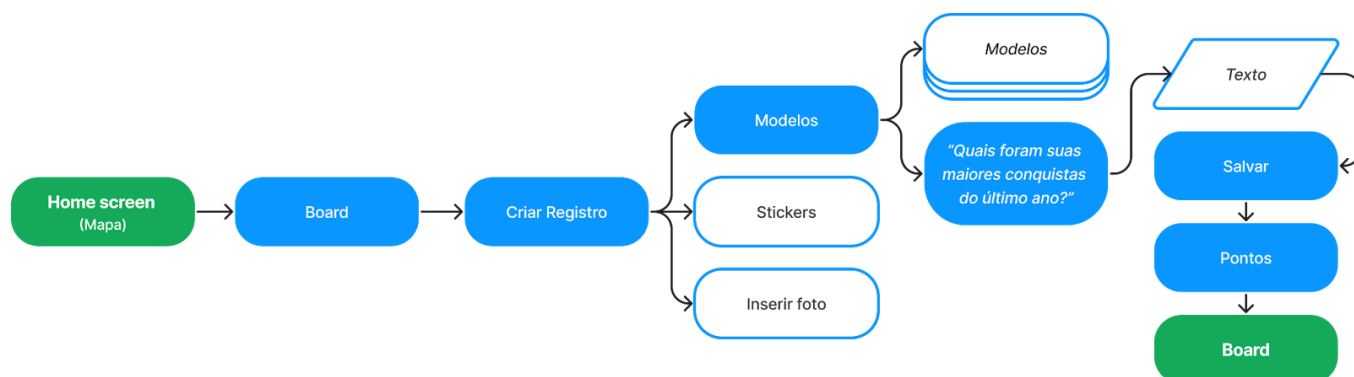
Para os fluxos de tarefa, representa-se através da Figura 14 o processo de realização de uma missão diária, considerando suas diferentes opções e caminhos, até sua finalização e consequente ganho de pontos. De forma breve, trata da escolha e realização de uma atividade, marcando-a como feita e ganhando pontos.

Figura 14: Fluxo de tarefas para realização da missão diária



Fonte: Autora (2024)

Para o segundo fluxo, a Figura 15 ilustra o caminho do usuário para a realização de um registro diário no *Board*. Sendo um processo puramente criativo e livre, o uso dos modelos fica a critério do usuário. Ao final, também ganha-se pontos pelo registro no dia, já que, assim como a missão, também exige esforço e é igualmente benéfica.

Figura 15: Fluxo de tarefas para processo de registro no *Board*

Fonte: Autora (2024)

Em vista disso, tendo definido as funções e recursos do aplicativo, assim como a forma que o usuário irá navegar por meio dele, conclui-se todos os procedimentos necessários para o término do plano da Estrutura. Da mesma forma, toma-se como construídas as bases teóricas e informacionais do projeto, seguindo-se, portanto, para as etapas dos planos do Esqueleto e Superfície, nos quais atribui-se ao aplicativo um formato concreto, estético e funcional.

7. ESQUELETO

O plano do Esqueleto delimita o início do desenvolvimento prático do projeto, onde suas etapas informacionais e estruturais anteriores tomam forma através da construção de uma interface tangível. Inicialmente, através de ferramentas como mapa mental, definição de atributos e elaboração de painéis semânticos, definiu-se um conceito para o projeto, etapa fundamental para atribuir a essência visual e da linguagem do produto que serão concebidas no plano seguinte. Logo, através de desenhos em baixa fidelidade – *sketches* feitos à mão –, foram geradas e selecionadas alternativas para a interface do aplicativo, considerando aquelas que melhor atendiam e se alinhavam aos requisitos de sistema e às definições conceituais. Por fim, concebeu-se o refinamento digital das mesmas através de *wireframes*, nos quais o layout, elementos e interatividade da interface foram elaborados para realização de seus primeiros testes com usuários, para os quais foram estruturados testes de usabilidade.

7.1 CONCEITO

Ao longo do desenvolvimento projetual, percebeu-se o quanto as diversas estratégias de enfrentamento, especialmente as autônomas, são imprescindíveis no dia a dia daqueles que sofrem com ansiedade. Em vista disso, considerando o objetivo de aliar a gamificação com estratégias para amenização da ansiedade, constatou-se a necessidade de oferecer uma experiência que possa ser benéfica para a maioria das pessoas, de forma que possa acolher os diferentes sintomas e formas com que a ansiedade se manifesta em cada um.

Portanto, a partir do problema de projeto apresentado no primeiro capítulo, assim como as necessidades e requisitos dos usuários levantados no plano do Escopo, foi concebido um mapa mental, presente no apêndice D, a partir do qual foram identificados os quatro atributos e pilares do aplicativo: suporte, construção, autocuidado e bem-estar. Nesse sentido, o aplicativo busca se encaixar na rotina diária dos seus usuários como uma ferramenta de enfrentamento para momentos difíceis, oferecendo suporte emocional por meio de abordagens gamificadas que estimulem o autocuidado e o bem-estar, assim como a construção de hábitos positivos. Logo, levando em conta o aspecto divertido e prazeroso que o aplicativo pretende propor mediante sua experiência de uso – em termos visuais e de

personalização –, o conceito foi definido através da seguinte frase: *Uma jornada leve em busca do seu bem-estar.*

Com base nesta definição, então, define-se a concepção do estilo do produto, ou seja, sua forma visual, que reflete seu objetivo e aspectos simbólicos através de sua expressão semântica (BAXTER, 2000). Portanto, a Figura 16 traz o painel semântico criado, por meio do qual busca-se representar o conceito do projeto.

Figura 16: Painel semântico do conceito



Fonte: Autora (2024)

Além de conceber a essência do projeto de maneira ilustrativa, o painel semântico também irá auxiliar nas definições posteriores acerca da identidade visual do aplicativo, como cores e elementos que irão compor a sua linguagem. Sendo assim, a próxima etapa compreende o início da construção da interface, na qual as alternativas começam a ser geradas ainda de maneira incipiente.

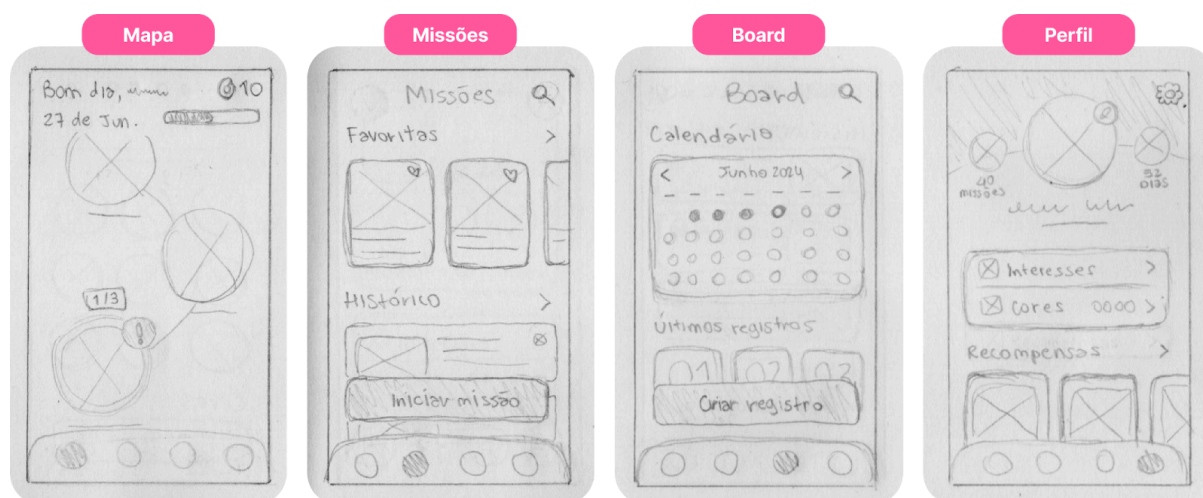
7.2 SKETCHES

Para o primeiro estágio de prototipação de um produto, a realização de *sketches* são essenciais para a exploração de ideias de uma maneira simples, rápida e flexível (ROGERS; SHARP; PREECE, 2013). Dessa forma, foram desenvolvidas diversas variações de interface para as quatro principais áreas do aplicativo, sendo elas as telas Mapa, Missões, *Board* e Perfil, como estruturadas no capítulo 6, assim

como para o *onboarding*. A totalidade dos esboços desenvolvidos podem ser conferidos por meio do Apêndice E.

Para as decisões iniciais acerca da interface visual, procurou-se seguir um viés estético que vá ao encontro do público alvo definido, tendo um caráter moderno e pregnante como visto através da análise de similares, assim como a adoção de componentes arredondados, garantindo leveza e maior descontração como exposto pelos requisitos de usabilidade e definições conceituais⁷. Assim, selecionou-se as alternativas que melhor se alinhavam a estes atributos, como ilustra a Figura 17, para cada uma das áreas do aplicativo. Ao longo de sua execução, elementos informacionais e recursos foram repensados ou adicionados, tendo em vista a necessidade de conceber uma interface intuitiva, coerente e prática para os usuários. Dessa forma, os esboços escolhidos servirão como base criativa para o seu posterior refinamento, podendo sofrer alterações visando sua melhoria.

Figura 17: *Sketches* selecionados



Fonte: Autora (2024)

A partir dos *sketches* selecionados, então, seguiu-se para o seu processo de transformação através da geração de *wireframes*, de forma a dar início à concepção do projeto em seu formato digital e interativo.

7.3 WIREFRAMES

Assim como os esboços em papel, os *wireframes* representam visualmente o esqueleto estrutural básico de uma interface, embora em níveis maiores de

⁷ Disponível nas páginas 65, 73 e 77.

detalhamento. Eles servem para projetar a configuração de todos os componentes de uma tela – como botões, texto e imagens –, bem como de sua estrutura navegacional (GARRETT, 2011). Nesse sentido, sendo protótipos de média fidelidade, os *wireframes* são compostos de elementos em escala de cinza, sem imagens, grafismos, tipografia e conteúdos textuais já definidos, indicando apenas a localização dos elementos na interface para a posterior aplicação do seu design visual (UNGER; CHANDLER, 2009).

Para a elaboração dos *wireframes*, assim como para todas as etapas seguintes de prototipação, foi utilizada a plataforma e ferramenta gratuita Figma, muito empregada na indústria por profissionais de UX e UI. Decidiu-se, também, tomar como diretriz para o desenvolvimento do aplicativo os parâmetros e guias do sistema iOS, chamados de Human Interface Guidelines⁸, feitos para dispositivos Apple. Assim, foi utilizado o tamanho de 390px de largura por 844px de altura para a construção do protótipo, referente aos celulares mais recentes da marca. Da mesma forma, o layout adotado teve como base a *safe area* – área de segurança – e margens do sistema, como ilustrado pela Figura 18, de 16px em cada lado. Quanto ao grid, optou-se por praticar uma malha de 4px, onde as dimensões e distâncias entre os elementos da tela serão sempre múltiplos de quatro, tornando a interface visualmente equilibrada e coesa.

Figura 18: Grid utilizado

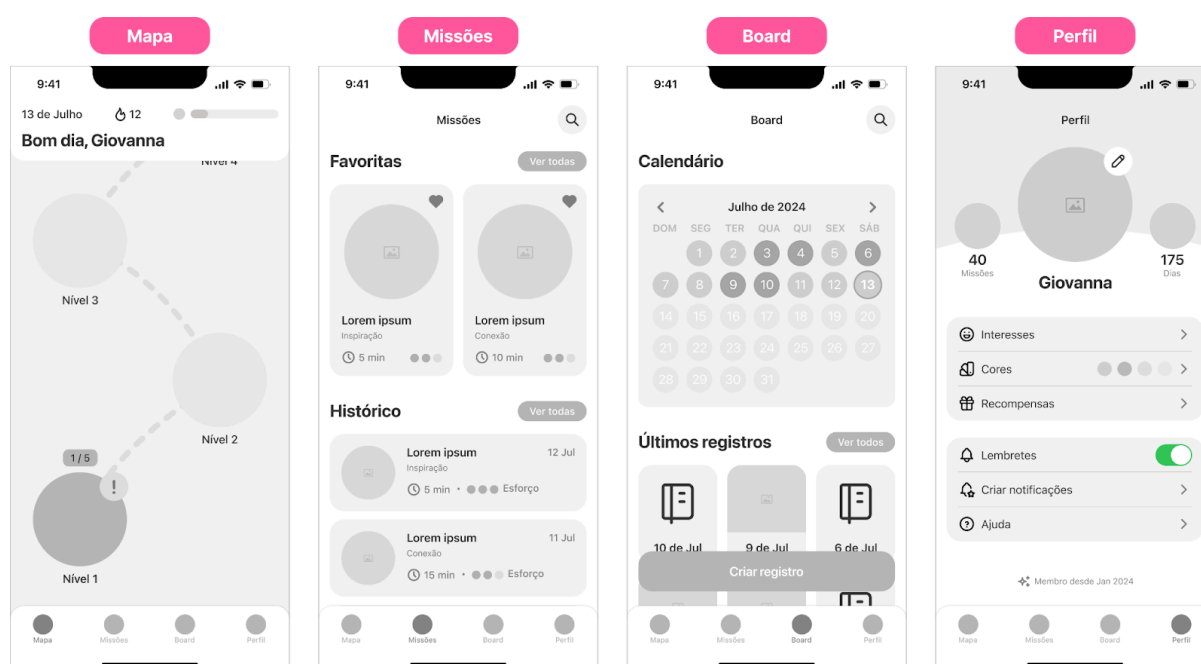


Fonte: Autora (2024)

⁸ Disponível em: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines>. Acesso em: 24 Abr. 2024.

Para além das telas desenvolvidas através dos *sketches*, a elaboração dos *wireframes* também contemplou o resto das telas descritas pela arquitetura da informação e os fluxos de tarefa apresentados no capítulo 6, podendo ser conferidas no Apêndice F. De maneira geral, indo ao encontro das características propostas nos *sketches*, buscou-se adotar uma linguagem *flat* para todos os componentes, sem o uso de sombras ou gradientes, deixando a interface visualmente mais limpa e, conceitualmente, mais leve. A Figura 19, portanto, traz as quatro telas principais acessadas através da *tab bar*.

Figura 19: *Wireframes* das telas Mapa, Missões, Board e Perfil



Fonte: Autora (2024)

Para a *home screen* Mapa, ilustrou-se o esquema de níveis linear através de um caminho direcionado de baixo para cima, contando com 8 níveis dispostos em sequência. Assim, considerando que as missões diárias serão feitas de forma a avançar pelos níveis, e cada nível possui uma quantidade específica de pontos para ser superado, optou-se por inserir a ação “Iniciar missão” dentro do nível atual do usuário, ao contrário do previsto pelo fluxo de tarefas da Figura 14. Este modelo mental também foi observado através da análise de similares⁹, nos quais a ação principal se encontrava inserida dentro do elemento em foco na tela. Dessa forma, dando destaque ao nível e incluindo no mesmo um símbolo de aviso, o usuário

⁹ Disponível na página 55.

compreende que existe uma ação disponível para ser acessada. Para a barra de tarefas superior, além do recado ao usuário e o controle de *streak*, também incluiu-se a data, tendo em vista a atividade principal do aplicativo em se basear no seu dia a dia e na construção de um hábito diário. Ademais, também se adicionou uma barra de progresso, de forma a ilustrar o avanço atual dentro do nível.

Quanto à tela Missões, optou-se por não incluir na mesma a ação de iniciar a missão diária, tendo em vista a lógica adotada no Mapa, onde é necessário acessar o nível para iniciá-la. Igualmente, considerando que o objetivo da área funciona como uma espécie de arquivo das missões realizadas pelo usuário, a possibilidade de iniciar uma missão ficaria alheia, de certa forma, neste contexto. Por fim, tendo em vista este mesmo objetivo, foi adicionado um botão de busca na barra superior, tanto em Missões quanto no Board, facilitando a pesquisa por alguma missão ou registro específico.

Para a área do Perfil do usuário, dentre as configurações pessoais como os interesses e as cores do aplicativo, também criou-se uma tela onde todas as recompensas disponíveis são listadas, permitindo que o usuário possa visualizar aquelas que já desbloqueou, assim como as que ainda não possui. Dessa forma, se vai ao encontro da oportunidade de tornar a experiência do usuário estimulante e personalizada, como levantada no plano da Estratégia¹⁰, deixando-o mais engajado para continuar subindo de nível. Além disso, considerando o Perfil como uma área pessoal, incluiu-se duas estatísticas do usuário ao lado do seu avatar, sendo elas o número de missões já realizadas e a quantidade de dias que já está presente no aplicativo.

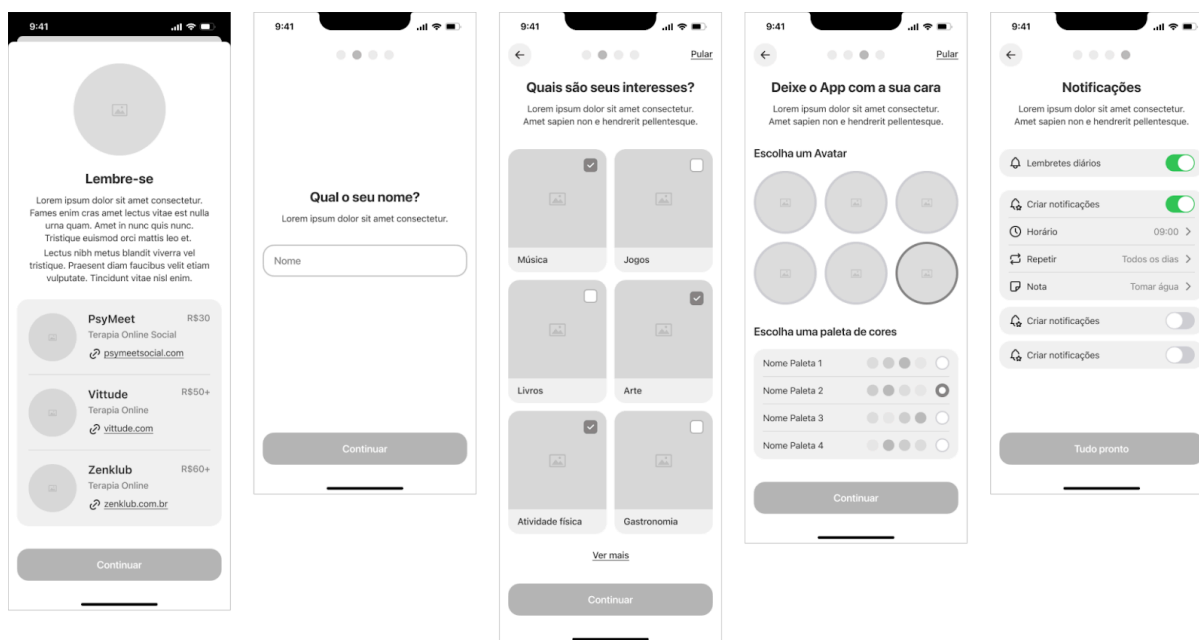
Quanto ao processo de *onboarding* (Figura 20), assim como previsto pelos requisitos elencados, incluiu-se o aviso inicial referente à importância do acompanhamento terapêutico, para o qual selecionou-se três plataformas online que oferecem serviços profissionais acessíveis. As mesmas foram escolhidas por terem sido indicadas por pessoas próximas da autora que já utilizaram seus serviços, assim como por serem plataformas práticas e eficientes para a pesquisa de profissionais que sejam adequados para diferentes tipos de necessidades. As plataformas selecionadas, então, foram a PsyMeet¹¹, Vittude¹² e Zenklub¹³.

¹⁰ Disponível na página 66.

¹¹ Disponível em: <https://www.psymeetsocial.com>. Acesso em: 17 Abr. 2024.

¹² Disponível em: <https://www.vittude.com/busca>. Acesso em: 17 Abr. 2024.

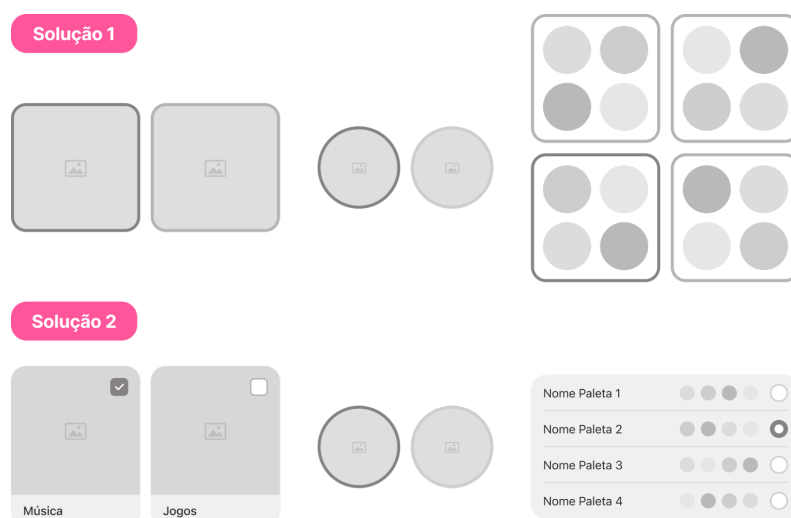
¹³ Disponível em: <https://zenklub.com.br/busca/>. Acesso em: 17 Abr. 2024.

Figura 20: Wireframes do processo de *onboarding*

Fonte: Autora (2024)

Para as telas referentes à seleção de interesses pessoais, avatar e cores do app, explorou-se diferentes soluções para os três elementos interativos da interface, como exposto pela Figura 21, tendo em vista apresentarem variados intuitos. A primeira interação do usuário se dá pela escolha dos seus interesses, podendo ser escolhida mais de uma alternativa, enquanto que para a seleção de avatar e paleta de cores, pode-se escolher apenas uma opção. Quanto à primeira solução, buscou-se corresponder os modelos mentais entre as três interações, através de uma seleção feita através de um destaque de cor. No entanto, levando em conta a diferença intrínseca entre o primeiro formato de interação e os demais, optou-se por adotar uma linguagem mais padronizada referente à elementos de interação em interfaces. Para a segunda solução, portanto, utiliza-se *checkboxes* – caixas de seleção – e *radio buttons*, em conformidade à Garrett (2011): a primeira, utilizada para quando o usuário pode escolher múltiplas opções; a segunda, para quando o usuário pode escolher exclusivamente uma opção. Assim, além de estar de acordo com a linguagem já adotada pelos próprios sistemas operacionais já existentes, como iOS e Android, o usuário consegue previamente diferenciar, de forma intuitiva, os objetivos entre cada interação.

Figura 21: Soluções para os elementos de seleção da interface



Fonte: Autora (2024)

Quanto ao restante das telas desenvolvidas (Apêndice F), adotou-se os mesmos padrões de espaçamento, hierarquia e componentes interativos como demonstrado pelas telas da Figura 19. Para o plano da Superfície, estas diretrizes serão refinadas e delimitadas, especialmente aquelas relativas aos padrões tipográficos. Por fim, tendo construído o primeiro protótipo interativo, parte-se para a rodada inicial de testes de usabilidade, os quais irão auxiliar no melhor refino da interface ao olhar de seus próprios usuários-alvo.

7.4 TESTES DE USABILIDADE

Assim como as diferentes formas de coleta de dados adotadas no plano da Estratégia, os testes com usuários também são essenciais no processo de design. Para Garrett (2011), estes testes podem ser feitos em qualquer etapa do desenvolvimento de uma interface, como através de um protótipo, seja ele em baixa ou alta fidelidade. Tendo em vista que o autor, ao longo de sua metodologia, não delimita um formato específico para realização de um teste, adota-se o método e definições de Unger e Chandler (2009) para testes de usabilidade. De acordo com as autoras, o teste consiste em criar uma lista de tarefas específicas a serem realizadas, convidar usuários para realizá-las, e observar e anotar sua experiência ao utilizar a interface – onde ocorreram problemas ou onde tiveram sucesso. Dessa forma, o designer consegue observar o contexto e obter *insights* a respeito do

comportamento do usuário, com o intuito de melhorar o design atualmente apresentado.

Assim, a partir do primeiro protótipo desenvolvido, gerou-se um roteiro (Apêndice G) composto por 10 tarefas a serem feitas em sequência, assim como três questões relativas aos *feedbacks* do usuário após realizá-las. Foram convidados, então, três usuários para a realização do teste, os quais fazem parte do público-alvo do aplicativo: sofrem com diferentes sintomas da ansiedade regularmente, tendo idade entre 20 e 24 anos. A realização dos testes ocorreu através de videochamada, nas quais o usuário foi convidado a compartilhar sua tela conforme navegava pelo protótipo, assim como realizar qualquer comentário conforme cumpria as tarefas, tendo uma duração média de 20 a 30 minutos. A observação constante da autora foi essencial para o entendimento do processo de tomada de decisões do usuário, assim como a conversa realizada após o teste, onde quaisquer dúvidas foram esclarecidas e obteve-se maiores percepções do usuário acerca da interface em si. Levando em conta que grande parte do conteúdo textual e visual presente neste primeiro protótipo ainda não estavam definidos, seu objetivo se deu para ilustrar todas as funcionalidades e telas que o aplicativo busca propor, tendo a autora deixado claro este objetivo para os usuários participantes.

Assim, de maneira geral, a principal dificuldade encontrada foi relativa à segunda tarefa, a qual solicitava que se iniciasse e concluísse uma missão diária. No primeiro contato com a tela inicial do protótipo, o Mapa, a confusão se deu pela tela iniciar ao final da trajetória dos níveis, sendo necessário rolar até o final da tela para acessar o primeiro nível. Considerando que o sentido adotado para a jornada entre os níveis é contrário ao sentido natural de rolagem em uma tela (de cima para baixo), a sensação foi de estranhamento para todos os usuários. No entanto, em sintonia com o conceito já estabelecido, a autora considerou que a jornada só poderia se dar de baixo para cima, no sentido de “evolução” ou “escalada” – utilizando a metáfora de escalar uma montanha, por exemplo, no sentido de superar desafios. Inicialmente, por uma limitação da própria ferramenta do Figma, uma tela só podia se iniciar pelo seu topo, não havendo, até então, soluções técnicas para esta questão. No entanto, no momento em que buscou-se correções para os apontamentos dos testes, a plataforma foi atualizada com novas funções, possibilitando que o problema fosse corrigido facilmente através de uma animação simples, onde a tela é, por conta própria, rolada para a posição do primeiro nível.

Como segundo ponto de confusão mais observado, foi a busca de uma missão dentro da categoria Foco, assim como por onde ela seria de fato iniciada. Um dos usuários demorou algum tempo para identificar que a missão era iniciada através do nível, tendo inclusive entrado na tela Missões enquanto procurava. Sendo assim, incluiu-se um aviso em formato de caixa de diálogo – apontando para o nível 1 – logo que o Mapa é acessado pela primeira vez, convidando o usuário a iniciar sua missão diária (quando clicado, desaparece). Dessa forma, indica-se de uma forma menos direta e mais agradável o caminho que o usuário deve tomar.

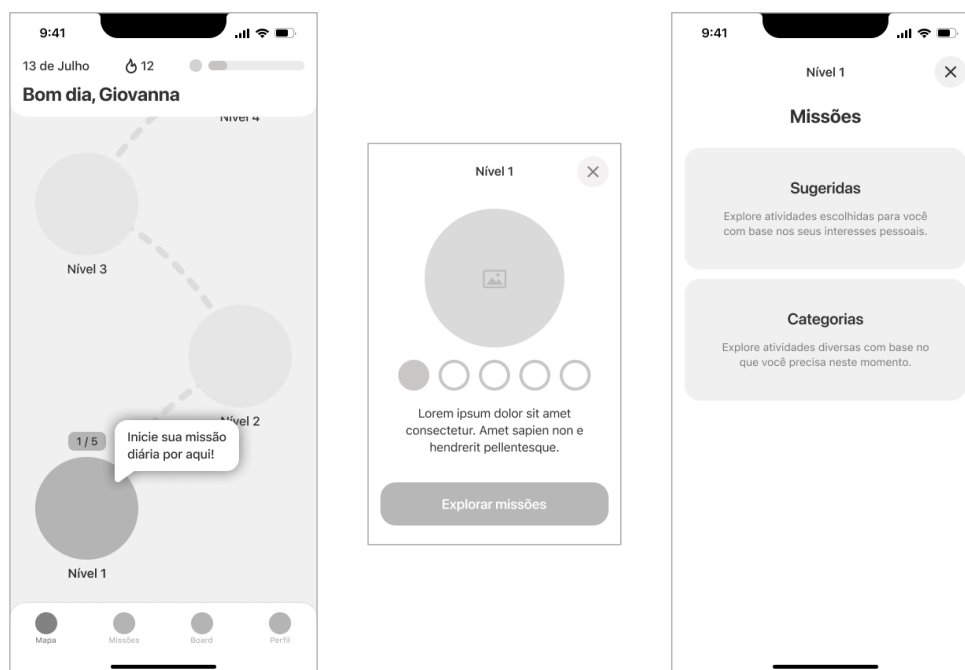
Em seguida, percebeu-se a necessidade de alterar o termo “Iniciar missão” presente no botão do primeiro *pop up*, já que alguns usuários entenderam que a atividade seria iniciada a partir daquele ponto. No entanto, isso também se deve pela falta de conteúdo textual específico no *pop up*, o qual tornaria mais claro o direcionamento pretendido. Assim, trocou-se o termo para “Explorar missões”, deixando mais explícito a existência de diferentes atividades disponíveis.

Como última questão levantada, foi a demora dos usuários em encontrar as categorias de missão, como solicitado pela tarefa. Novamente, talvez pela falta de conteúdo textual de apoio, tenha se tornado complicado a compreensão de que existem as missões sugeridas e as missões divididas por categorias. Nesse sentido, tornou-se necessário a criação de uma tela ou aviso extra no início do fluxo de missões, de forma que possibilite a escolha entre essas duas possibilidades ao invés de direcionar ao usuário apenas as missões sugeridas.

Por fim, quanto às demais observações dos usuários, todos relataram terem tido uma experiência bastante fluida e agradável com o aplicativo e seus fluxos de tarefa, assim como com os ícones e símbolos utilizados, os quais, de acordo com todos, foram intuitivos. Outro aspecto presente em todos os comentários foi quanto a mecânica da gamificação, como as recompensas e elementos de personalização, e como ela tornou a experiência mais divertida e incentivadora, considerando o interesse em utilizar o aplicativo diariamente e experienciar seus resultados ao longo do tempo.

A finalização do primeiro momento de testes com usuários, portanto, da-se pela segunda versão do protótipo em média fidelidade, para o qual as modificações realizadas são apresentadas pela Figura 22. Assim, tendo a estrutura navegacional completa do aplicativo, também é construída a sua arquitetura da informação final, em complemento ao plano da Estrutura, presente no Apêndice H.

Figura 22: Alterações no protótipo pós teste com usuários



Fonte: Autora (2024)

Logo, conclui-se o plano do Esqueleto, estabelecendo as bases estruturais da interface para o posterior refinamento e aplicação de seu sistema visual, através do último plano metodológico deste projeto.

8. SUPERFÍCIE

O plano da Superfície consiste na última etapa do desenvolvimento projetual, tendo como foco todos os detalhes relativos à aparência e estética final do produto. Após a construção do primeiro protótipo funcional, partiu-se para a concepção do nome do aplicativo – chamado de *naming* –, a partir do conceito e atributos já definidos. Em seguida, dando início ao processo de elaboração de sua identidade visual, definiu-se os padrões tipográficos e de iconografia da interface, seguido de seus padrões cromáticos, através dos quais criou-se o logotipo para o app. De forma a concluir o sistema identitário do produto, também foram desenvolvidas ilustrações originais para o aplicativo. Assim, aplicando o que foi elaborado aos *wireframes* previamente formulados, o protótipo em alta definição do app foi concebido, sendo o projeto concluído por meio de uma avaliação com um profissional da psicologia.

8.1 NAMING

Para a primeira etapa do último plano, atribui-se um nome para o produto que será desenvolvido, de forma que o mesmo contemple e transmita os requisitos, atributos e conceito levantados nas etapas anteriores deste projeto. Sendo assim, para auxiliar na geração de alternativas, foram estabelecidos três critérios base para a geração do nome, os quais tiveram como objetivo alcançar o público-alvo em termos de linguagem e tendências no meio digital, considerando ser um grupo muito presente neste cenário. Assim, indo ao encontro do requisito de adoção de uma linguagem descontraída e acessível, os critérios adotados foram os seguintes: se adequar à linguagem digital – gírias e afins –, ser um nome curto – de até 20 caracteres – e ser minimamente subjetivo, no sentido de não utilizar termos óbvios.

À vista disso, realizou-se a técnica *brainstorming*, a qual, de acordo com Baxter (2000), consiste em sessões de geração livre e ampla de ideias, não havendo julgamentos durante o processo. O autor separa a técnica em sete etapas, onde a primeira trata da determinação do problema e do estabelecimento de critérios, chamada de Orientação, culminando na etapa final, a Avaliação, onde as ideias são filtradas e selecionadas por meio dos parâmetros previamente estabelecidos. Não sendo necessário segui-las rigorosamente, Baxter também aponta o não engessamento do cumprimento de etapas, tendo em vista as diferentes necessidades entre cada projeto (2000). Sendo assim, a autora trabalhou a técnica através de quatro das sete etapas: Orientação (1), Preparação (2), Ideação (4) e Avaliação (7). Tendo os critérios já definidos para a etapa inicial, efetuou-se uma coleta de dados como prevista pela etapa de Preparação, onde dados acerca da linguagem digital de jovens e nomes de aplicativos concorrentes foram reunidos. Para a Ideação, optou-se pela realização de quatro sessões de geração de nomes, resultando na seleção de cinco alternativas entre cada uma. Sendo compiladas através do Figma, as 20 alternativas selecionadas podem ser conferidas pela Figura 23.

Figura 23: Alternativas selecionadas para o *naming*

Bora	Vamus	Por Ti	Busco Ser
Bem Você	Ô Bem Aqui!	Levemente	Por Mim
Bem Aqui	Você EmFrente	Levin	Bem Assim
PorAqui	reLeve	Bem Te Ver	Segue Aqui
Por Você	Levicê	emFrente	forMe!

Fonte: Autora (2024)

Partindo para a etapa de Avaliação, fez-se necessário realizar uma triagem das alternativas que mais se destacaram, segundo os critérios estabelecidos anteriormente. Dessa forma, foram selecionados 4 nomes, com base nas quatro sessões realizadas, a fim de construir uma matriz de valor para a escolha final (Quadro 11), com o intuito de atribuir pontos às alternativas segundo requisitos mais subjetivos: *pregnante*, *descontraído* e *sutil*. Para cada nome, com base em cada requisito, uma nota de 1 a 5 deve ser atribuída.

Quadro 11: Matriz de valor para nomes

	Bem Aqui	reLeve	emFrente	forMe!
Pregnante	3	5	4	5
Descontraído	2	4	3	5
Sutil	2	4	3	4
TOTAL	7	13	10	14

Fonte: Autora (2024)

Sendo assim, com base na maior pontuação final entre as alternativas elencadas, escolheu-se o nome *forMe!*, o qual melhor atendeu os critérios e requisitos definidos. Entrando no critério da linguagem digital, o termo traz o significado de “para mim”, do inglês *for me*, referenciando ao aspecto pessoal e único que o aplicativo busca trazer para cada usuário. A utilização do termo em inglês também se justifica pelo amplo uso da língua entre os jovens adultos, especialmente no formato de gírias e expressões. O nome também conta com duplo sentido, ao levar em conta a palavra “forme”, do verbo formar, a qual se conecta

com o objetivo do usuário de construir seu próprio caminho de enfrentamento e autocuidado por meio do app, “formando” sua jornada pelo seu bem-estar.

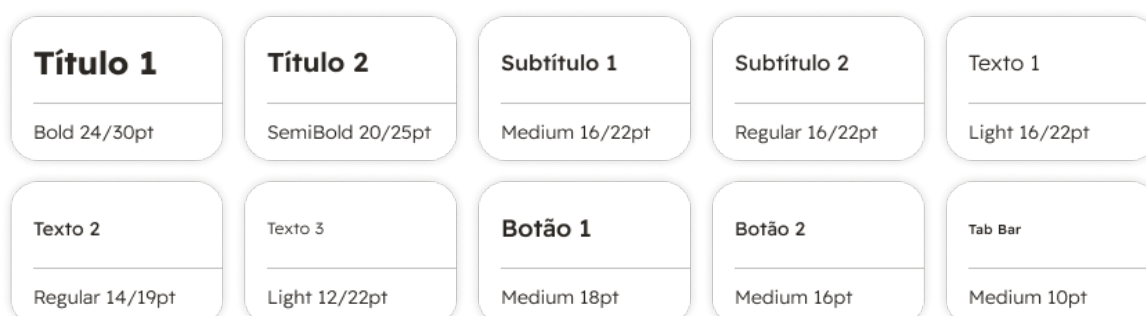
À vista disso, tendo definido um nome para o aplicativo, parte-se para a construção de sua identidade visual, onde as definições conceituais e subjetivas do produto serão traduzidas em sua linguagem estética.

8.2 TIPOGRAFIA

O padrão tipográfico de uma interface é imprescindível no papel de comunicar informações, assim como na capacidade de estabelecer contraste e hierarquia entre conteúdos textuais. Para além de critérios de usabilidade, sua escolha também deve transmitir a essência conceitual do produto, assim como já estabelecido pelos requisitos elencados no capítulo 5: utilizar uma tipografia contemporânea, amigável e de boa legibilidade. Em vista disso, toma-se como critérios a escolha de uma fonte não serifada e de forma arredondada¹⁴, além de dar preferência pela presença de caracteres com características singulares, contanto que não prejudique sua legibilidade.

Inicialmente, reuniu-se 4 famílias tipográficas que fundamentalmente já atendiam o critério de legibilidade, por já serem amplamente utilizadas em projetos de interfaces: Inter, Geist, Poppins e Lexend. Após análise de suas características formais (Apêndice I), optou-se pela utilização da família Lexend, na medida em que apresenta uma altura x – referente à altura de suas letras minúsculas – reduzida, tornando-a arredondada e encorpada, além de traços orgânicos sutis e caracteres distintivos, como nas letras “g”, “w” e “j”. A Figura 24, portanto, apresenta os estilos de texto adotados para a composição da interface.

Figura 24: Tipografia e estilos de texto



Fonte: Autora (2024)

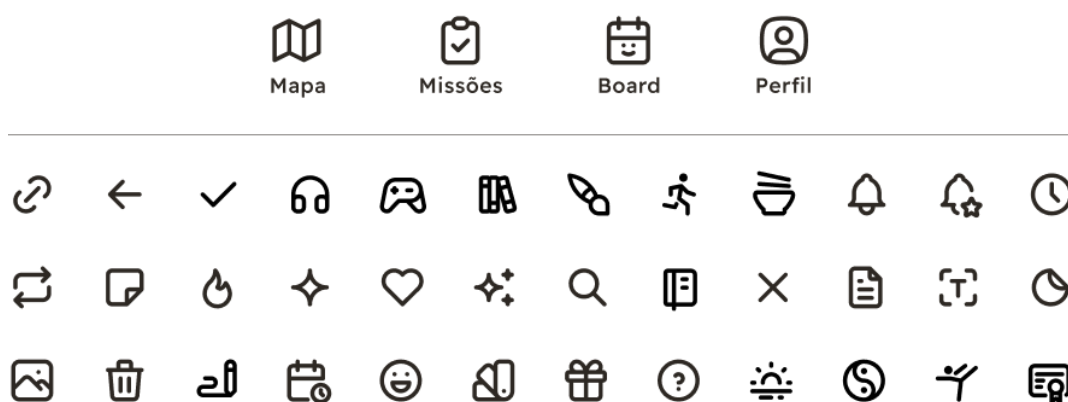
¹⁴ Disponível na página 26.

8.3 ICONOGRAFIA

Junto dos diversos componentes visuais que constituem uma interface, os ícones servem para auxiliar a navegação do usuário, na medida em que representam conteúdos e funções disponíveis no sistema. Sendo suas características formais igualmente relevantes para a composição estética da interface, faz-se necessário a escolha de uma biblioteca de ícones que se integre com a experiência do usuário já definida: formas arredondadas, amigáveis e acolhedoras.

Em vista disso, escolheu-se a família extensa de ícones *Tabler*, gratuita e de uso livre¹⁵, sendo bastante versátil. A Figura 25 contempla a totalidade de símbolos utilizados ao longo da interface, sendo todos em suas versões sem preenchimento, tornando suas aplicações visualmente mais leves. Consistindo em uma família de ícones de personalização livre, alguns sofreram leves alterações formais para, em conjunto com os demais, se tornarem consistentes e mais padronizados.

Figura 25: Iconografia da interface



Fonte: Autora (2024)

8.4 PADRÃO CROMÁTICO

Sendo uma das bases para a atribuição das qualidades visuais e de usabilidade em uma interface, a escolha de um padrão cromático também está ligada aos seus atributos afetivos. De forma a definir a paleta de cores que irá compor o presente aplicativo, faz-se necessário retomar às concepções estudadas no capítulo *Emoção e design*, onde toma-se como base a tese de cores psicológicas de Heller (2013).

¹⁵ KUNA, Pawel. Tabler. 2023. Disponível em: <https://tabler.io/icons>. Acesso em: 20 Abr. 2024.

Igualmente, utiliza-se de uma análise do painel semântico exposto pela Figura 16 para a composição cromática final, indo ao encontro do conceito proposto.

Com relação à transmissão de afetos positivos, diversas são as cores que podem desempenhar este papel, como se observa nos acordes cromáticos expostos pela Figura 3¹⁶ (HELLER, 2013). Em sentimentos como a ternura, o leve e o otimismo, percebe-se a presença de cores como amarelo, verde, laranja, rosa e azul, os quais também se repetem nas demais composições positivas. O amarelo e o laranja, embora muito associados à alegria e à diversão, possuem uma diferença intrínseca com relação à adição do vermelho. Nesse sentido, o laranja se torna um tom mais quente, afetuoso e aconchegante, enquanto o amarelo, em contraste, é deveras luminoso e eufórico. Da mesma forma, indo ao encontro das tonalidades do vermelho, o rosa se põe como uma versão suave e leve, transmitindo carinho, sensibilidade e ternura em contraponto à força e intensidade da cor primária. Embora dificilmente associado a sentimentos negativos, o azul necessariamente constitui um tom trivial, ao considerar o seu uso extremamente amplo, além de, em comparação a outras cores, se tornar frio, distante e passivo. O verde, por outro lado, ao carregar a vivacidade do amarelo, torna-se um tom tranquilo, agradável e confiante, além de se associar à juventude.

Partindo para a análise do painel semântico, percebe-se a predominância de tons suaves, sendo menos vibrantes e saturados. Os tons neutros e quentes também se destacam, como beges e brancos amarelados, assim como toques de laranja, rosa, verde e roxo, que atribuem a essência do painel. À vista disso, se estabelece uma relação direta entre as cargas simbólicas vistas anteriormente com os atributos e conceito proposto para o aplicativo: os tons quentes e suaves (bege, laranja e rosa) garantem a leveza e o aconchego da experiência do usuário; como cores secundárias, o verde e o roxo atribuem destaques positivos e singulares, na medida em que contrastam com as demais e garantem confortabilidade visual, assim como sutilmente trazem a harmonia do azul com o conforto do vermelho.

Sendo assim, traz-se tons pastéis de laranja e rosa como as cores primárias do aplicativo, junto do verde e do roxo como cores secundárias/auxiliares, servindo para atribuir destaques e direcionar o olhar do usuário quando necessário. De forma a ampliar a versatilidade da aplicação do padrão cromático (Figura 26) ao longo da interface, desenvolveu-se também uma paleta tonal, alterando valores de

¹⁶ Disponível na página 27.

luminosidade e saturação com base nos tons principais. Relativo às cores neutras, optou-se pela continuidade do tom laranja, aumentando ou diminuindo sua luminosidade para os fundos e conteúdo textual, respectivamente.

Figura 26: Padrão cromático e paleta tonal



Fonte: Autora (2024)

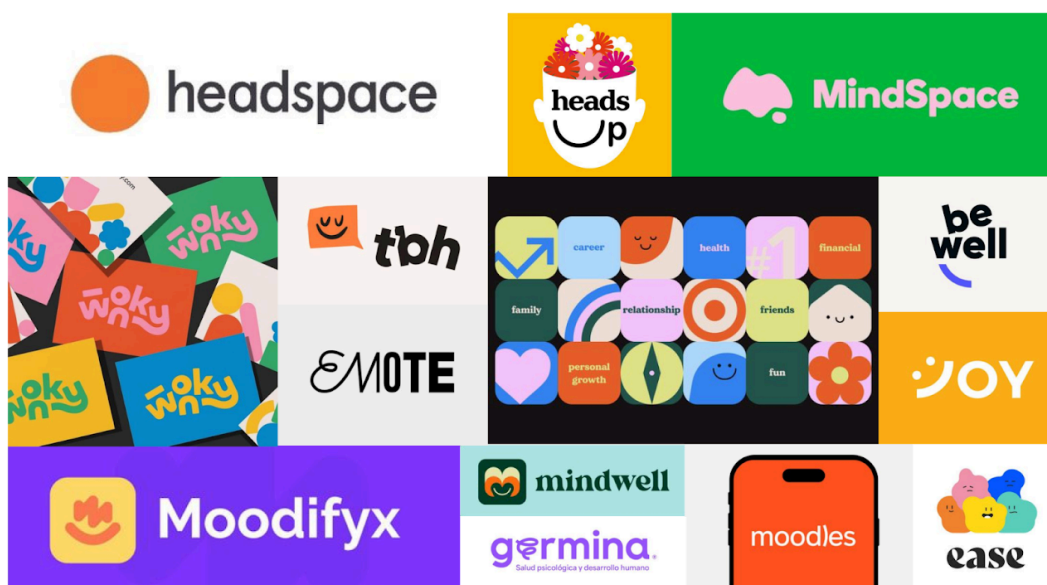
Considerando a necessidade de prezar por um contraste adequado entre conteúdos textuais e fundo, sendo um requisito essencial para a garantia das heurísticas de usabilidade vistas no capítulo 2.2, torna-se válido mencionar a conformidade do padrão cromático desenvolvido com as diretrizes de acessibilidade WCAG¹⁷. Se tratando de um guia fundamental de critérios voltados para tornar conteúdos web acessíveis e inclusivos, o esquema de cores adotado apresenta o contraste mínimo exigido de 4:5:1 (AA) ou maior (7:1, AAA).

8.5 LOGOTIPO

A partir da definição do sistema tipográfico e cromático do aplicativo, parte-se para o desenvolvimento da sua representação gráfica, o seu logotipo. Com esse objetivo, inicia-se por uma coleta de referenciais estéticos, tanto pela análise de logotipos análogos – de produtos relacionados à promoção da saúde mental –, quanto por estilos gráficos e tipográficos que conversem com o conceito proposto. Assim, elaborou-se um painel visual (Figura 27) com diversas referências encontradas, de forma que possa ser realizada uma análise das tendências e padrões estéticos coletados.

¹⁷ Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG22/#contrast-minimum>. Acesso em: 24 Jul. 2024.

Figura 27: Painel visual de logotipos análogos



Fonte: Autora (2024)

Observa-se por meio do painel, portanto, um direcionamento para a adoção de elementos tipográficos, a partir do nome do produto. Percebe-se, também, a utilização de símbolos gráficos que se mesclam ou trabalham em conjunto ao logotipo, criando-se uma marca – logotipo mais símbolo – mais versátil, na medida em que pode-se utilizá-lo como ícone do aplicativo e em diferentes aplicações dentro da interface.

Ao pensar na proposta estética amigável, jovem e leve do presente projeto, a geração de alternativas (Apêndice J) foi feita através da criação de um logotipo de caracteres desenhados de maneira mais dinâmica e interativa, objetivando o acompanhamento de um símbolo gráfico. Igualmente, a adoção de uma estética minimalista, como visto no painel, também garante a pregnância visual do logotipo.

Assim, o resultado final (Figura 28) se deu a partir do desenho manual de seus caracteres, procurando manter os mesmos destaques presentes no próprio nome do app: “M” maiúsculo e “!” como símbolo de exclamação. Quanto ao traçado geral, optou-se por uma aparência orgânica, sem uso de linhas retas, de forma que mantenha a aparência de um *sketch* manual, trazendo a característica do aconchego e da personalização. Além da assinatura horizontal e vertical, também incluiu-se um símbolo a ser usado no ícone do aplicativo e nos desdobramentos da marca, o qual se originou das ilustrações desenvolvidas e expostas na sessão seguinte. O símbolo apresentado no Apêndice J acabou por ser descartado, na

medida em que as ilustrações foram sendo desenvolvidas e o mesmo acabou perdendo sua representatividade no novo contexto do app. Quanto ao símbolo da Figura 28, levando em conta a representação do mapa de níveis – a qual encontra-se descrita na página 96 –, escolheu-se o Nível 1 como retrato conceitual do app, na medida em que representa o início da jornada do usuário.

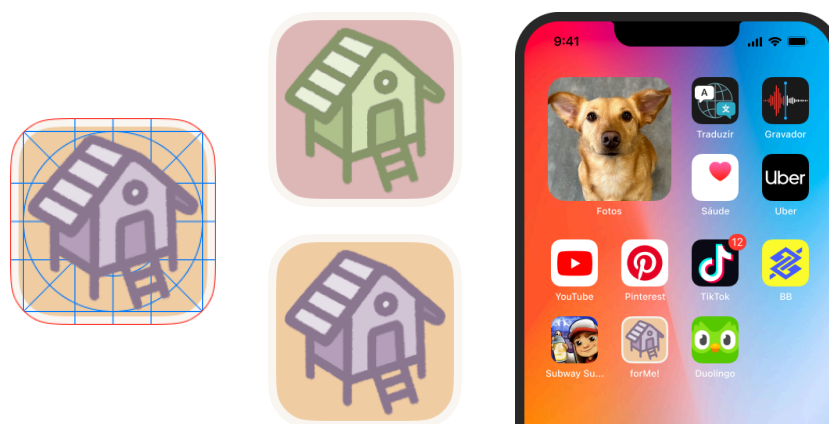
Figura 28: Versões do logotipo e símbolo final



Fonte: Autora (2024)

Quanto ao ícone do app, utilizou-se do grid fornecido pela *Human Interface Guidelines*, do sistema iOS, adotando suas proporções para aplicação do símbolo da identidade visual (Figura 29). Considerando as diferentes combinações de cores que o próprio aplicativo propõe, seu ícone também pode ser alterado conforme o gosto do usuário, como demonstrado pela simulação na tela do dispositivo.

Figura 29: Ícone do aplicativo



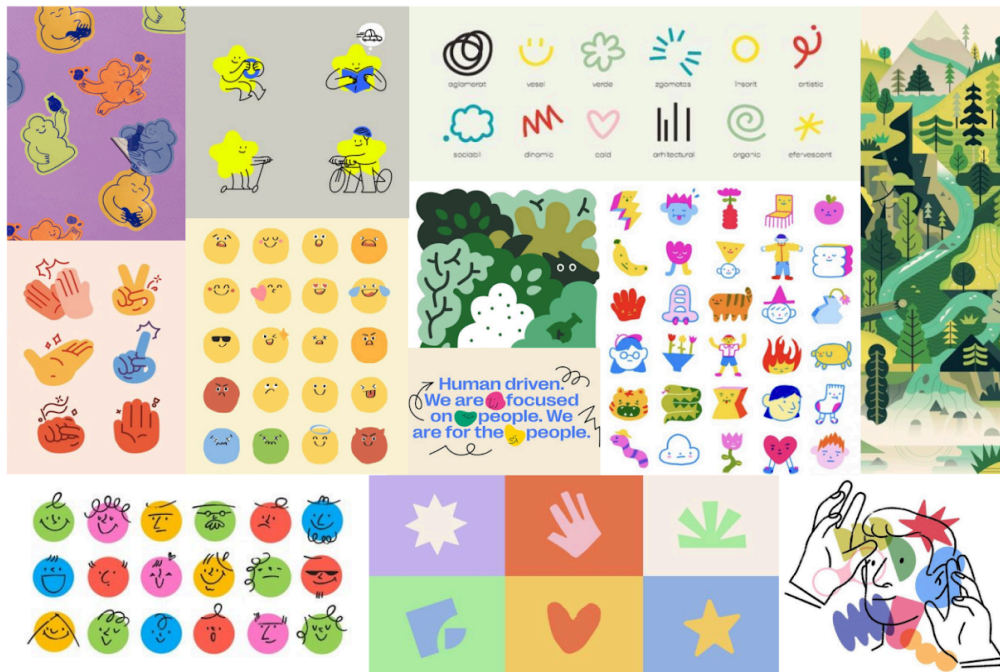
Fonte: Autora (2024)

Tendo finalizado a concepção da sua marca, parte-se para a última etapa da construção visual do aplicativo, na qual o desenvolvimento de ilustrações originais trarão vivacidade e essência visual para o projeto.

8.6 ILUSTRAÇÕES

Da mesma forma que a etapa anterior, faz-se necessário reunir diferentes referências estéticas e gráficas para esta criação (Figura 30), tomando como base o padrão visual já adotado no logotipo. Nesse sentido, as ilustrações adotarão uma aparência levemente orgânica e de desenho à mão livre, indo ao encontro do traçado alcançado previamente. Assim, as representações visuais serão as seguintes: mapa de níveis, 4 categorias (Foco, Relaxamento, Conexão, Inspiração), 7 avatares e 4 *stickers*. Quanto aos 10 interesses disponíveis para o usuário escolher, optou-se por não ilustrá-los, tendo em vista serem apenas representações visuais genéricas dos hobbies descritos, além de não serem um conteúdo singular do aplicativo, como os avatares e *stickers*, por exemplo.

Figura 30: Painel visual de ilustrações

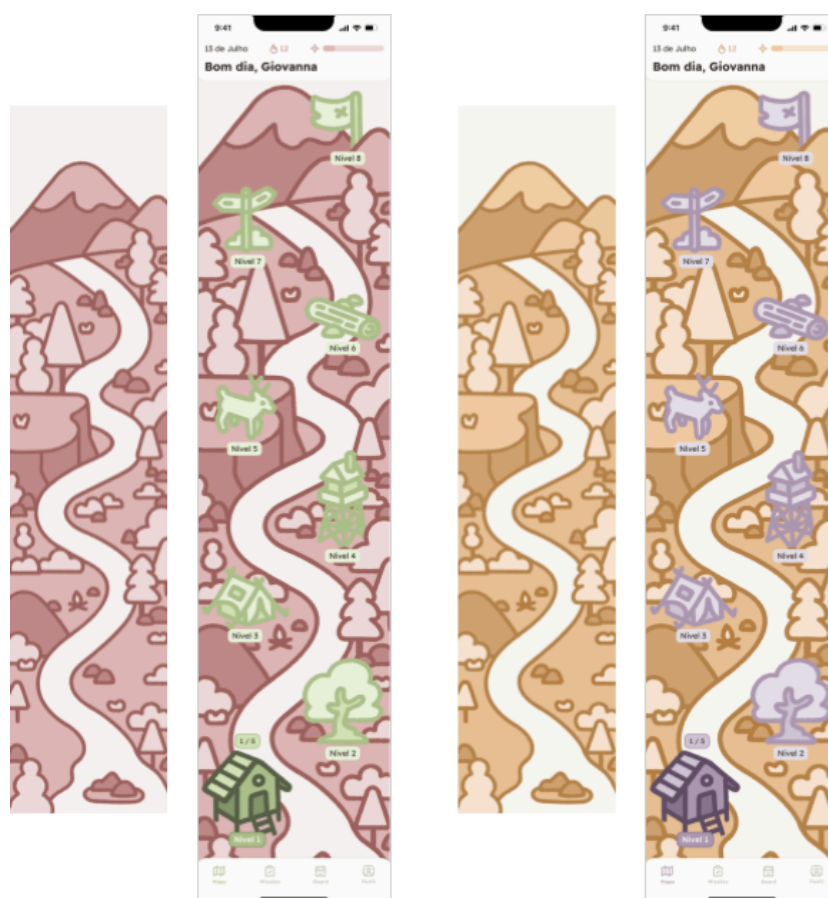


Fonte: Autora (2024)

Da mesma forma que o logotipo, busca-se trazer uma estética amigável e afetuosa para o restante das ilustrações, assim como a exposta no painel visual pelas referências coletadas. O conteúdo visual de maior grandeza será o mapa de

níveis, tendo em vista ser o elemento de maior importância dentro dos objetivos e funcionalidades do aplicativo. Pretende-se, portanto, adotar uma representação simbólica da jornada do usuário, conforme mencionado na página 84, a partir do objetivo da superação de desafios e evolução pessoal: sendo uma jornada de baixo para cima, apoia-se no sentido de “evolução” ou “escalada”, utilizando-se da metáfora de escalar uma montanha, por exemplo. Assim, optou-se pelo tema “bosque” ou “parque florestal”, empregando o cenário de uma floresta com um rio, montanhas e demais elementos da temática. Iniciando pela parte inferior, no Nível 1, segue-se o caminho do rio até o topo da montanha, chegando ao nível final e completando esta trilha. A cabana como nível inicial representa a base do usuário, um local de aconchego e conforto, assim como o seu porto-seguro. Seguir esta trilha, portanto, simboliza o enfrentamento de dificuldades e de bloqueios pessoais, através da realização das missões diárias e registros no Board. A Figura 31 ilustra dois estados da tela Mapa, a depender da paleta de cores escolhida pelo usuário, sendo esse um dos requisitos funcionais do app.

Figura 31: Mapa de níveis



Fonte: Autora (2024)

Seguindo a mesma temática, os 7 avatares também trazem outros elementos naturais deste cenário, incluindo fauna e flora, na forma de “personagens” individuais, por meio dos quais o usuário pode sentir uma maior conexão. Para os *stickers*, procurou-se representar emoções e reações, assim como feito por aplicativos similares, tendo em vista serem aplicados no Board com o objetivo de expressar visualmente o registro feito. Os avatares e *stickers* – em paletas de cores diferentes – podem ser conferidos na Figura 32 abaixo.

Figura 32: Avatares e *stickers*



Fonte: Autora (2024)

Com relação às 4 categorias de missões – conforme os requisitos de conteúdo da página 72 – (Figura 33), optou-se pela criação de um símbolo abstrato, se utilizando do brilho/estrela que já estava sendo aplicado na representação do progresso dentro dos níveis (como pode ser visto na barra superior do Mapa, na Figura 31). Assim, com o brilho na cor de destaque, os demais traçados objetivam simbolizar a característica de cada categoria: uma “mira” para o Foco; a meia lua representando a quietude e o sossego, para o Relaxamento; dois brilhos entrelaçados retratando o contato entre pessoas, para a Conexão; e, para a Inspiração, traçados se dispersando do centro, como uma lâmpada acesa.

Figura 33: Categorias de missões



Fonte: Autora (2024)

Tendo a totalidade do conteúdo visual da interface finalizado, parte-se para o desenvolvimento final do seu conteúdo informacional, o que inclui textos de apoio, funções do Board e missões que ainda não haviam sido redigidos. Sendo o conteúdo principal do aplicativo, sua finalização tornará o protótipo concreto e suas funcionalidades plenamente navegáveis.

8.7 PROTÓTIPO EM ALTA FIDELIDADE

A partir dos *wireframes* concebidos no capítulo 7, o protótipo em alta fidelidade se concretiza por meio da aplicação das definições visuais feitas no presente plano, assim como a resolução final de seu conteúdo informacional, resultando na conclusão do desenvolvimento deste projeto. O protótipo final¹⁸, portanto, inicia sua apresentação através da Figura 34.

Figura 34: Tela inicial do celular, *splash screen* e *launch screen*



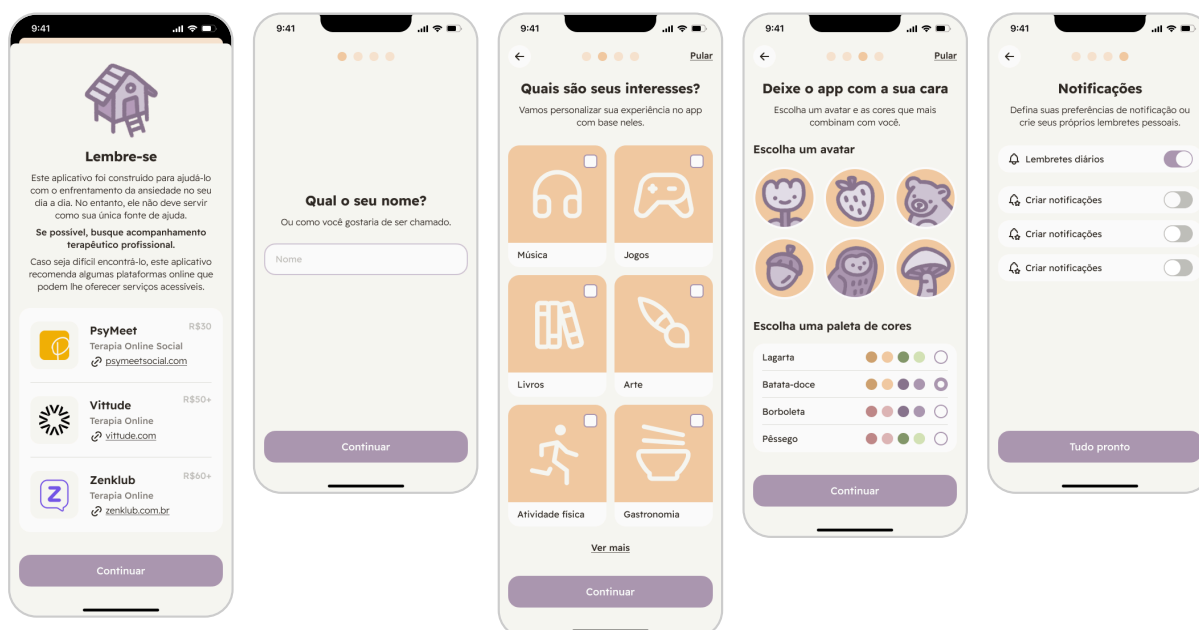
Fonte: Autora (2024)

O fluxo do protótipo se inicia na tela inicial do celular do usuário, onde pode-se acessar o app através do seu ícone. A entrada no aplicativo se dá pela *splash screen* – telas de carregamento que precedem a tela inicial, com exibição do logotipo em forma de animação –, nas quais a marca é exibida em conjunto com um elemento gráfico auxiliar ao fundo, o qual consiste em uma representação abstrata do trajeto do mapa de níveis. A tela inicial, por fim, recebe o usuário para acessar o

¹⁸ Disponível em: <https://is.gd/YSNysl>. Acesso em: 14 Ago. 2024.

aplicativo, contando com o conceito do produto como frase em destaque, na medida em que simboliza seu propósito e comunica-o diretamente. Não havendo processo de criação de conta, como observado pelas oportunidades levantadas na página 67, a entrada se torna simples e facilitada.

Figura 35: Fluxo do *onboarding*

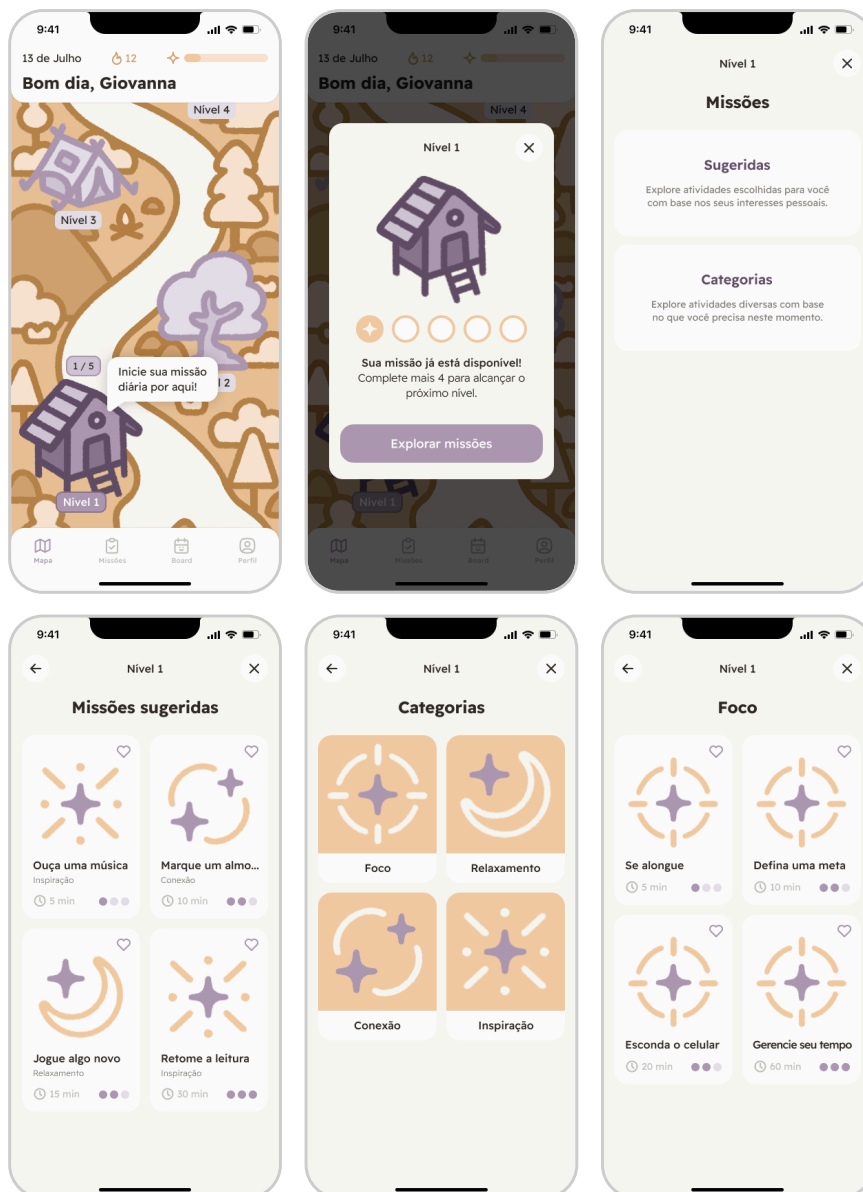


Fonte: Autora (2024)

Para o primeiro acesso do usuário ao aplicativo, passa-se pelo processo de *onboarding* (Figura 35) – exposto pelos *wireframes* na página 82 –, onde se inicia por uma etapa essencial para o contexto do projeto: o aviso referente à importância do acompanhamento terapêutico. Nele, deixa-se claro ao usuário a função do aplicativo, assim como reitera a necessidade de não torná-lo um meio exclusivo para o enfrentamento da ansiedade, deixando em destaque a seguinte frase: “se possível, busque acompanhamento terapêutico profissional”. Em seguida, ao considerar as diferentes situações e dificuldades de cada usuário, o app sugere plataformas online que possam oferecer serviços profissionais mais acessíveis àqueles que precisam – este recurso também possibilita a implementação futura de monetização, através da indicação de possíveis patrocinadores. Após, o usuário parte para as etapas de personalização que tornam sua experiência mais prazerosa, inserindo seu nome, selecionando interesses pessoais, avatar e cores para o aplicativo, assim como suas preferências de notificação. Ressalta-se, inclusive, a

possibilidade de voltar entre etapas, ou até mesmo pular este processo, através dos botões de navegação disponíveis na barra superior.

Figura 36: Mapa e seleção de missão

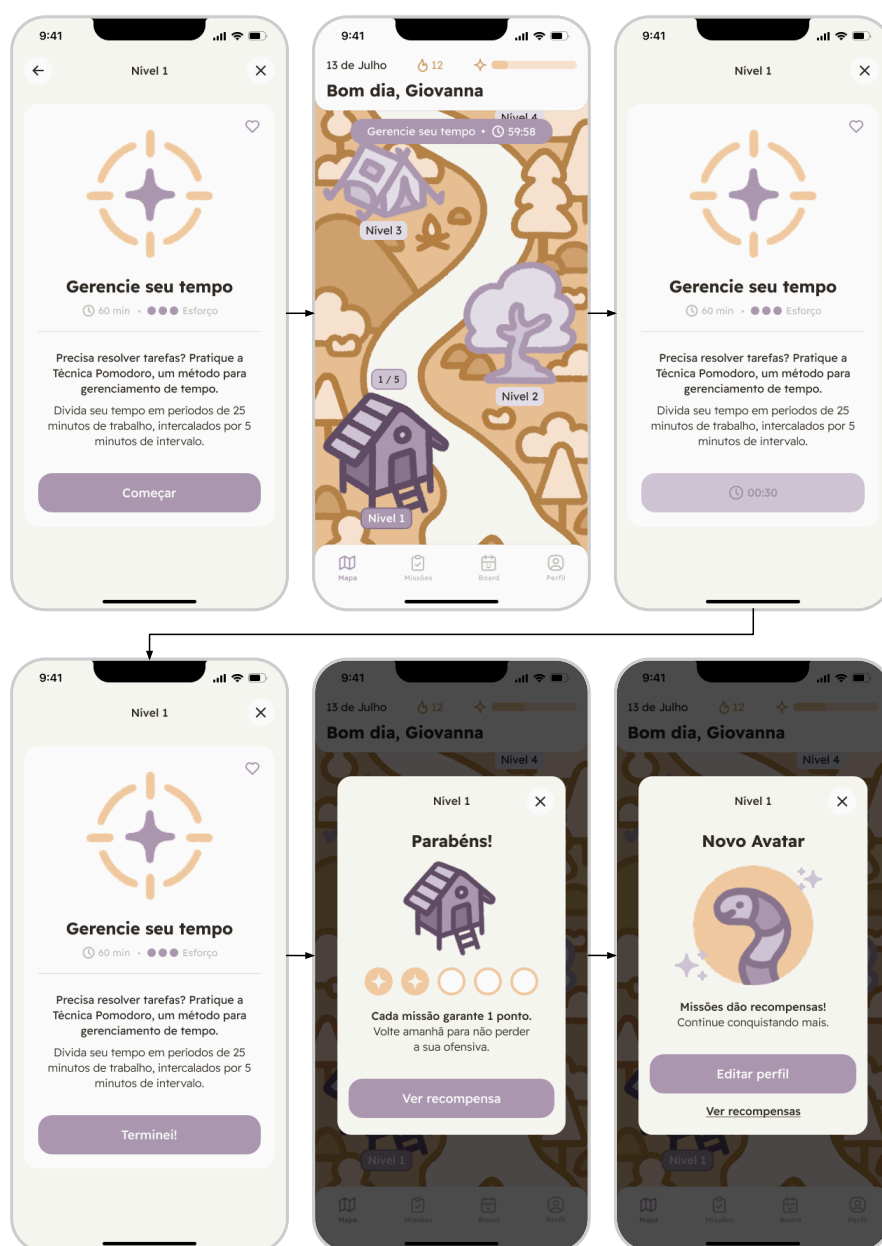


Fonte: Autora (2024)

Sendo direcionado para a *homescreen*, que consiste no Mapa de níveis por onde irá se avançar, uma animação e um balão de diálogo indicam e convidam o usuário a iniciar sua missão diária, tornando o fluxo intuitivo e agradável (Figura 36). Como descrito na página 81, a barra superior da tela – exclusiva para esta área do app – também recebe o usuário, além de dispor de alguns de seus status, como sua ofensiva (*streak*) e seu progresso dentro do nível atual. Ao acessar o nível, exemplificado pelo Nível 1, tem-se um incentivo para continuar progredindo, além do

acesso às diferentes atividades disponíveis para realização da missão. Ao optar pelas missões sugeridas, o usuário garante que as atividades estejam em sintonia aos seus interesses e gostos pessoais, enquanto que as categorias objetivam atender à uma necessidade do momento, como exemplificado pelo Foco, com missões que podem incentivar a concentração e a produtividade. Para todas elas, cujo conteúdo é disposto em *cards* – “cartões” de informação –, também é informado seu tempo de realização e nível de esforço, como elencado pelos requisitos de conteúdo, auxiliando o usuário em sua escolha.

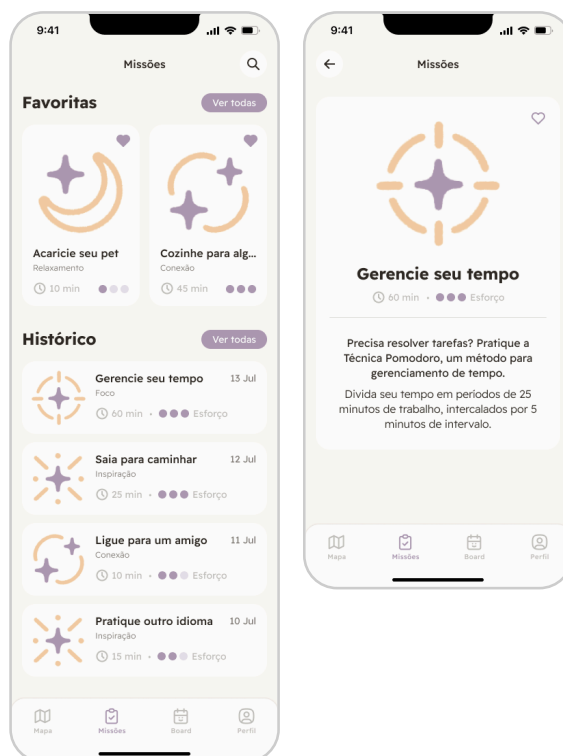
Figura 37: Fluxo de realização da missão diária



Fonte: Autora (2024)

O processo de realização e conclusão de uma missão diária, como exposto pela Figura 37, trata-se do momento em que o usuário se desvincula do aplicativo para se dedicar à atividade escolhida. Ao selecionar alguma, parte-se para uma tela dedicada à descrição da atividade, assim como o botão para iniciá-la. Clicando-o, o tempo da atividade começa a transcorrer, retorna-se ao Mapa automaticamente, e a missão que está em andamento fica em destaque e fixa na parte superior da tela, na forma de um botão dinâmico, contando com um *timer*. O mesmo dá acesso à missão, por onde o usuário informará ao app que a atividade foi finalizada, seja assim que o cronômetro chegar a zero, ou um tempo depois. Em seguida, um *pop up* congratula o usuário por concluir sua missão, além de lembrá-lo de manter sua ofensiva e voltar no dia seguinte. Por fim, através da recompensa, incentiva-o a continuar engajado em sua jornada.

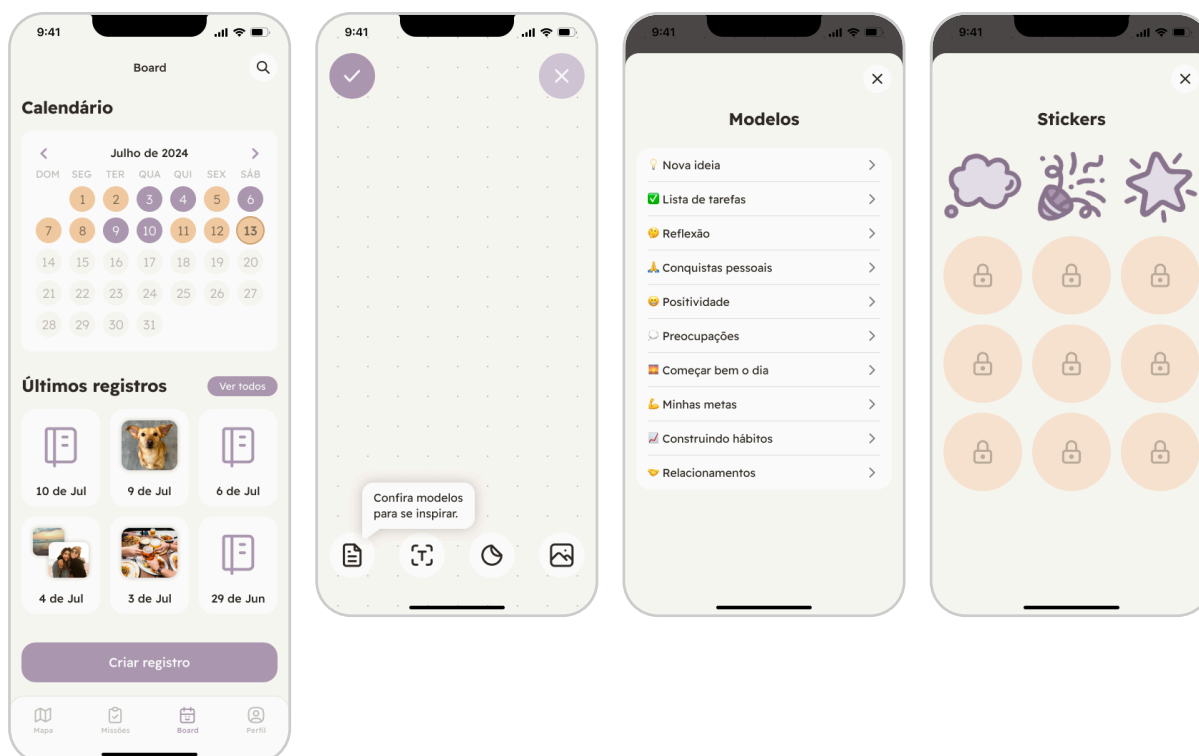
Figura 38: Missões e tela interna



Fonte: Autora (2024)

A segunda área da *tab bar*, Missões (Figura 38), trata de um repositório das missões que o usuário já realizou, tanto em termos cronológicos, como aquelas que foram favoritadas, também sendo dispostas em *cards*. Em cada uma, pode-se acessar novamente sua descrição, assim como no fluxo de missões, embora ela não possa ser iniciada a partir desta área, tendo em vista o seu propósito de acervo.

Figura 39: Board e seus recursos



Fonte: Autora (2024)

Seguindo para a terceira área e segunda mecânica principal do app, o Board objetiva ser um calendário para registros diários pessoais, feitos de forma livre ou por meio de modelos pré-redigidos. Em sua página principal, como exposto pela primeira tela na Figura 39, conta-se com um calendário interativo, onde o usuário pode visualizar os dias que fez um registro – em roxo –, podendo acessá-los novamente, tendo também o dia atual em destaque. Assim como em Missões, pode ser acessado o repositório de registros do usuário, dispostos em *cards*, contando com a data em que foi realizado e uma representação visual do seu conteúdo: para registros textuais, apenas, mostra-se um ícone de caderno; para registros com fotos, mostra-se as fotos anexadas.

Ao clicar em “Criar registro”, acessa-se o Board, onde uma caixa de diálogo indica ao usuário o recurso de modelos, tendo em vista ser um conteúdo singular do app e não facilmente identificável apenas pelo seu ícone. O mesmo conta com 10 tipos diferentes de modelo textual, a depender sobre o que o usuário gostaria de escrever e refletir no momento. Em complemento ao texto, também são disponibilizados *stickers* para adicionar livremente ao registro, os quais fazem parte do sistema de recompensas, e vão sendo desbloqueados conforme o usuário

conclui ambas mecânicas principais. Para este fluxo, disponível na Figura 40, exemplifica-se a adição do modelo “Conquistas pessoais”, onde o usuário registra os momentos em que se sentiu mais orgulhoso no último ano. Adicionando um *sticker* e finalizando sua escrita, salva-se o registro por meio do botão superior com um *check*, direcionando-se para a tela principal, e sendo congratulado com um *pop up*, assim como no fluxo de missões. Dessa vez, o usuário é lembrado que cada registro equivale a $\frac{1}{2}$ ponto no avanço de níveis e, portanto, pode concluí-los mais rapidamente em conjunto às missões. Por fim, recebe-se novamente uma recompensa.

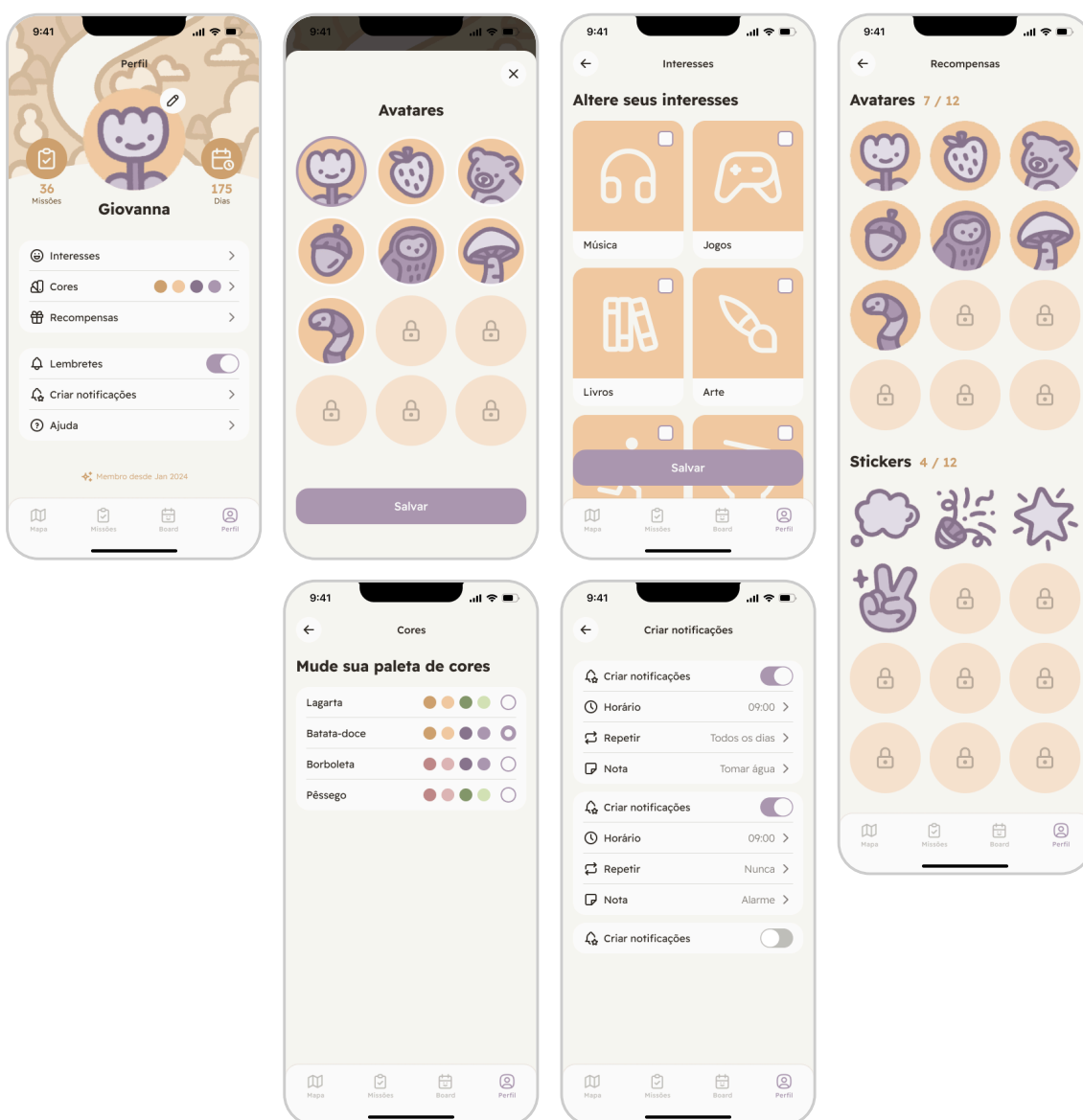
Figura 40: Fluxo de realização de registro no Board



Fonte: Autora (2024)

Partindo para a última área, o Perfil do usuário trata da sua área pessoal, contando com suas configurações e preferências do aplicativo (Figura 41). Em vista disso, também é exposto duas de suas métricas ao longo do seu tempo de uso, como a quantidade de missões que já realizou e a quantidade de dias que já se faz presente no app. As opções de customização, portanto, encontram-se disponíveis nesta área, como alteração do seu avatar e paleta de cores, modificar ou adicionar novos interesses pessoais, e a criação de notificações personalizadas, podendo-se definir horário, repetição e mensagem de forma livre. Quanto às recompensas que vão sendo coletadas ao longo dos níveis, as mesmas são exibidas em uma tela exclusiva, onde pode-se visualizar quantas faltam para completar sua coleção.

Figura 41: Perfil e telas internas



Fonte: Autora (2024)

Por fim, em conformidade ao último requisito funcional, relativo ao recebimento de lembretes diários, a Figura 42 simula o recebimento de notificações do aplicativo: a primeira, sendo um aviso para o usuário de que sua missão diária já está disponível; enquanto a segunda se trata de um lembrete orgânico, voltado para a manutenção do seu bem-estar.

Figura 42: Lockscreen com notificações do app



Fonte: Autora (2024)

Sendo assim, finaliza-se a apresentação do protótipo em alta fidelidade, em conformidade às oportunidades e requisitos definidos até então. Com o intuito de realizar um fechamento oficial ao conteúdo desenvolvido, segue-se para a etapa seguinte, visando uma verificação com um profissional da psicologia.

8.8 AVALIAÇÃO COM ESPECIALISTA

Para a última etapa de desenvolvimento do projeto, como elencado pelas definições metodológicas, faz-se necessário realizar uma revisão formal do conteúdo disposto no aplicativo, considerando seu objetivo na contribuição da saúde mental de seus usuários. Assim, realizou-se um segundo momento de reunião com a psicóloga entrevistada que se apresenta no capítulo 4. Para tanto, foi feita uma videochamada, onde a autora apresentou o protótipo e os objetivos do aplicativo por meio de um roteiro estruturado (Apêndice K), contando com algumas perguntas que

objetivaram uma avaliação da profissional relativa ao conteúdo exposto e sua sintonia com as melhores práticas na área da psicologia.

Após a avaliação, destaca-se a totalidade das considerações da profissional como sendo positivas e de entusiasmo, tanto em relação a proposta do app, quanto relativo às mecânicas de missões diárias e registros. Como usuária, a psicóloga pontuou a qualidade das ilustrações como fator essencial na garantia de uma experiência agradável e lúdica, assim como a diversidade de atividades disponíveis para realização da missão diária, as quais deixaram-a com vontade de utilizar o aplicativo no seu dia a dia. No papel de psicóloga, ela enxerga o seu conteúdo e proposta como pertinentes e efetivos, na medida em que o app garante a praticidade de poder desenvolver estratégias de amenização da ansiedade de forma que possa se encaixar na rotina e gostos de qualquer usuário. Igualmente, a mecânica de registros propicia a oportunidade de se manter um “diário emocional”, contribuindo também com o próprio acompanhamento psicológico que o usuário possa estar realizando. Vinculado à sua fala anterior, a profissional afirma que indicaria, sim, o aplicativo para os seus pacientes, ao enxergar os benefícios que o mesmo pode proporcionar.

Quando questionada acerca de sugestões sobre o conteúdo desenvolvido, especialmente o textual, a profissional destacou não haver nada a retificar, com exceção do termo utilizado na primeira tela do *onboarding*: “se possível, busque acompanhamento terapêutico profissional”. Na sua visão, como profissional deste meio, o termo “acompanhamento terapêutico” faz referência a uma modalidade de terapia específica, sugerindo a troca por um termo mais amplo: “se possível, procure acompanhamento psicológico”. Assim, fez-se o ajuste final para a conclusão do protótipo, como exposto pela Figura 43.

Figura 43: Ajuste textual pós avaliação



Fonte: Autora (2024)

A partir da avaliação, conclui-se, então, o desenvolvimento do aplicativo que dá forma ao presente trabalho de conclusão, demonstrando a aplicabilidade de todos os seus requisitos, assim como sua potencial efetividade na promoção de uma experiência agradável, divertida e construtiva para o bem-estar do seu usuário.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao considerar as motivações iniciais que levaram à origem deste trabalho de conclusão, com os objetivos de construir uma ferramenta de bem-estar através do design visual, foi possível perceber o quanto o aspecto da saúde mental era de extrema importância. Através das vivências e relacionamentos pessoais da autora, os quais foram inteiramente refletidos por meio da coleta de dados realizada, percebeu-se o peso que a ansiedade traz para a vida das pessoas, e como as diversas estratégias de enfrentamento, sejam elas autônomas ou terapêuticas, são imprescindíveis.

Mediante a fundamentação teórica, na qual se compreendeu de forma mais profunda os transtornos de ansiedade, a forma como o design pode construir soluções visuais mais afetivas, assim como os diferentes impactos das mecânicas de gamificação, tornou-se mais tangível o caminho que o projeto poderia trilhar para atingir seus objetivos fundamentais. Da mesma forma, a etapa estratégica deste trabalho foi essencial para a compreensão do público-alvo e suas necessidades. Na medida em que o questionário e a entrevista foram realizados, foi possível perceber os diversos encaixes e oportunidades na intersecção entre gamificação e estratégias de amenização da ansiedade, demonstrando a relevância e pertinência que o projeto pode tomar.

Igualmente, ao observar os produtos digitais atuais que procuram servir como suporte à saúde mental, constatou-se a escassez de soluções que conseguem oferecer recursos para além de estratégias genéricas. Nesse sentido, ficou ainda mais evidente a necessidade de oferecer uma experiência que possa ser benéfica para a maioria das pessoas, com estratégias que possam acolher os diferentes sintomas e formas com que a ansiedade se manifesta em cada um.

Por fim, ao pensar em trabalhos futuros com o aplicativo, espera-se poder realizar novos testes com uma maior quantidade de usuários, assim como novas avaliações com diferentes especialistas, visando um melhor refinamento do seu conteúdo. Igualmente, abre-se oportunidades de expansão de suas funcionalidades, como através da criação de uma comunidade de usuários, podendo existir uma lista de amigos com os quais pode-se compartilhar suas conquistas e estatísticas pessoais. Expansões como esta, portanto, objetivam tornar o aplicativo cada vez mais acolhedor e engajador.

REFERÊNCIAS

- WORLD HEALTH ORGANIZATION - WHO. **World mental health report: Transforming mental health for all**. Geneva: World Health Organization, 2022. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240049338>. Acesso em: 26 Jun. 2023.
- MENA, Fernanda. **8 em cada 10 jovens tiveram problemas recentes de saúde mental, aponta Datafolha**. Folha de S.Paulo, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrio/2022/10/8-a-cada-10-jovens-tiveram-problemas-recentes-de-saude-mental-aponta-datafolha.shtml>. Acesso em: 26 Jun. 2023.
- BRASIL. Ministério das Comunicações. **Celular segue como aparelho mais utilizado para acesso à internet no Brasil**. 16 Set. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2022/setembro/celular-segue-como-aparelho-mais-utilizado-para-acesso-a-internet-no-brasil>. Acesso em: 26 Jun. 2023.
- ROGERS, Y.; SHARP, H.; PREECE, J. **Design de interação: além da Interação Humano-computador**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.
- NORMAN, Donald A. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- JONES, C.M.; SCHOLLES, L.; JOHNSON, D.; KATSIKITIS, M.; CARRAS, M.C. **Gaming well: links between videogames and flourishing mental health**. *Frontiers in Psychology*. 2014. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2014.00260/full>. Acesso em: 27 Jun. 2023.
- BURKE, Brian. **Gamificar: Como a Gamificação Motiva as Pessoas a Fazerem Coisas Extraordinárias**. São Paulo: DVS Editora, 2015.
- LÓPEZ, Pérez; GARCÍA, Rivera; FERNÁNDEZ, Delgado. **Improvement of healthy lifestyle habits in university students through a gamification approach**. *Nutricion Hospitalaria*. 2017. Disponível em: <https://europepmc.org/article/med/29095020>. Acesso em: 27 Jun. 2023.

EISENSTADT, Mia; LIVERPOOL, Shaun; INFANTIL, Elisa; CIUVAT, Roberta M.; CARLSSON, Courtney. **Mobile Apps That Promote Emotion Regulation, Positive Mental Health, and Well-being in the General Population: Systematic Review and Meta-analysis**. JMIR Mental Health. 2021. Disponível em: <https://mental.jmir.org/2021/11/e31170/>. Acesso em: 27 Jun. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Marco legal: Saúde, um Direito de Adolescentes**. Secretaria de Atenção à Saúde, Área de Saúde do Adolescente e do Jovem. 1. ed. Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2007.

BOCK, Ana Mercês B.; FURTADO, Odair; TEIXEIRA, Maria de Lourdes T. **Bem-estar e Saúde Mental**. São Paulo: Editora Saraiva, 2021. E-book. ISBN 9786587958255. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587958255/>. Acesso em: 15 Ago. 2023.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE - OPAS/OMS. **Relatório da OMS destaca déficit global de investimentos em saúde mental**. Escritório Regional para as Américas da Organização Mundial da Saúde, 8 Out. 2021. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/8-10-2021-relatorio-da-oms-destaca-deficit-global-in-vestimentos-em-saude-mental>. Acesso em: 25 Out. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Ministério da Saúde amplia em R\$ 414 milhões por ano os recursos para custeio dos serviços da Rede de Atenção Psicossocial**. 3 Jul. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/julho/com-foco-em-atendimento-humanizado-e-cuidado-integral-ministerio-da-saude-fortalece-assistencia-para-saude-mental-no-sus>. Acesso em: 25 Out. 2023.

CASTILLO, Ana Regina; RECONDO, Rogéria; ASBAHR, Fernando R.; MANFRO, Gisele G. **Transtornos de Ansiedade**. Brazilian Journal of Psychiatry, v. 22, p. 20-33, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbp/a/dz9nS7gtB9pZFY6rkh48CLt/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 15 Ago. 2023.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **What are Anxiety Disorders?**. 2023. Disponível em:

https://www.psychiatry.org/patients-families/anxiety-disorders/what-are-anxiety-disorders#section_1. Acesso em: 15 Ago. 2023.

BYSTRITSKY, A.; KHALSA, S.S.; CAMERON, M.E.; SCHIFFMAN, J. **Current Diagnosis and Treatment of Anxiety Disorders**. Pharmacy and Therapeutics, v. 38, n. 1, p. 30-57, 2013. Disponível em:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3628173/>. Acesso em: 31 Out. 2023.

CRASKE, M.G.; RAUCH, S.L.; URSANO, R.; PRENOVEAU, J.; PINE, D.S.; ZINBARG, R.E. **What Is an Anxiety Disorder?**. FOCUS, v. 9, n. 3, p. 369-388, 2011. Disponível em:

<https://focus.psychiatryonline.org/doi/full/10.1176/foc.9.3.foc369>. Acesso em: 30 Out. 2023.

JANSEN, K.; MONDIN, T.C.; ORES, L.C.; SOUZA, L.D.; KONRADT, C.E.; PINHEIRO, R.T.; SILVA, R.A. **Transtornos mentais comuns e qualidade de vida em jovens: uma amostra populacional de Pelotas, Rio Grande do Sul, Brasil**.

Cadernos de Saúde Pública, v. 27, n. 3, p. 440-448, 2011. Disponível em:

https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/csp/v27n3/05.pdf. Acesso em: 31 Out. 2023.

MALTONI, J.; PALMA, P. de C.; NEUFELD, C. B. **Sintomas ansiosos e depressivos em universitários brasileiros**. Psico, [S. l.], v. 50, n. 1, 2019.

Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistapsico/article/view/29213>. Acesso em: 1 Nov. 2023.

BRASIL. Ministério da Educação. **Censo da Educação Superior 2022**. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Diretoria de Estatísticas Educacionais. Brasília, 10 Out. 2023. Disponível em:

<https://static.poder360.com.br/2023/10/censo-educacao-superior-2022.pdf>. Acesso em: 6 Nov. 2023.

PAULINO, Silmara dos Santos. **Design e saúde mental: proposta de jogo de cartas para amenizar a ansiedade no dia a dia dos universitários**. Rio Tinto, PB, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/17022>.

Acesso em: 6 Nov. 2023.

LEPRE, Priscilla Ramalho. **Transtorno de ansiedade generalizada e terapia cognitivo-comportamental: desenvolvimento de um *planner* como instrumento terapêutico**. Maceió, AL, 2021. Disponível em:

<https://www.repositorio.ufal.br/handle/123456789/10345>. Acesso em: 6 Nov. 2023.

SAMARA, Timothy. **Design Elements: a Graphic Style Manual: understanding the rules and knowing when to break them**. 1. ed. Glouvester, MA: Rockport Publishers, 2007.

SHERIN, Aaris. **Design Elements, Using Images to Create Graphic Impact : a Graphic Style Manual for Effective Image Solutions in Graphic Design**. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2013.

CULLEN, Kristin. **Design Elements, Typography Fundamentals: a Graphic Style Manual for understanding how typography affects design**. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2012.

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

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

GALITZ, Wilbert O. **The Essential Guide to User Interface Design: An introduction to GUI design principles and techniques**. 3 ed. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc., 2007.

NIELSEN, Jakob. **Usability 101: Introduction to Usability**. 2012. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

MOLICH, Rolf; NIELSEN, Jakob. **Improving a human-computer dialogue**. In: **Communications of the ACM**. Volume 33. 1990. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/77481.77486>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

NIELSEN, Jakob. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. 1994. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

EXPERIÊNCIA. *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/experiencia/>. Acesso em: 20 Nov. 2023.

NORMAN, Donald A. **O Design do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

UNGER, Ross; CHANDLER, Carolyn. **A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making**. Berkeley, CA: New Riders, 2009.

DALMINA, Leonardo; BARBOSA, Jorge Luis V.; VIANNA, Henrique D. **A systematic mapping study of gamification models oriented to motivational characteristics**.

2019. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0144929X.2019.1576768?role=tab&scroll=top&needAccess=true&journalCode=tbit20>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

DETERDING, Sebastian; DIXON, Dan; KHALED, Rilla; NACKE, Lennart. **From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification”**. 2011.

Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2181037.2181040>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

CAPONETTO, Ilaria; EARP, Jeffrey; OTT, Michela. **Gamification and Education: A Literature Review**. *In*: EUROPEAN CONFERENCE ON GAME BASED LEARNING, 8°, 2014, Berlin. Disponível em:

https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=ledEBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA50&dq=gamification&ots=bG1g-X0n0-&sig=aZBv_ap3wyDrR0CjvNv6_eLHQkA#v=onepage&q=gamification&f=false. Acesso em: 16 Ago. 2023.

CHENG, V. W. S.; DAVENPORT, T.; JOHNSON, D.; VELLA, K.; HICKIE, I. B.

Gamification in Apps and Technologies for Improving Mental Health and Well-Being: Systematic Review. *JMIR Mental Health*. 2019. Disponível em:

<https://mental.jmir.org/2019/6/e13717/#ref13>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

GLOVER, Sarah; BURNS, Jane; BUTLER, Helen; PATTON, George. **Social Environments and the Emotional Wellbeing of Young People**. *In*: AUSTRALIAN INSTITUTE OF FAMILY STUDIES. **Family Matters**. Volume 49. Southbank, AU: Australian Institute of Family Studies, 1998. Disponível em:

<https://search.informit.org/doi/epdf/10.3316/ielapa.981111430>. Acesso em: 16 Ago. 2023.

CHAMMAS, A.; QUARESMA, M.; MONT'ALVÃO, C. **Metodologias para criação de aplicativos: uma análise com foco no design centrado no usuário**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ERGONOMIA E USABILIDADE, DESIGN DE INTERFACES E INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR, 14°, 2014, Rio de Janeiro. Disponível em:

https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/4330157/mod_resource/content/1/Metodologias%20para%20o%20design%20de%20apps.pdf. Acesso em: 14 Ago. 2023.

FRITZEN, Camila Rotert. **Projeto de aplicativo para auxiliar em rotinas domésticas de repúblicas**. Porto Alegre, 2019. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/199410/001100499.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 Jun. 2023.

CONCEIÇÃO, Nathália Nunes da. **Aplicativo de auxílio acadêmico para os alunos dos cursos de design da UFRGS**. Porto Alegre, 2017. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/174546/001062638.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 Jun. 2023.

BAXTER, Mike R. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2 ed. São Paulo: Blucher, 2000.

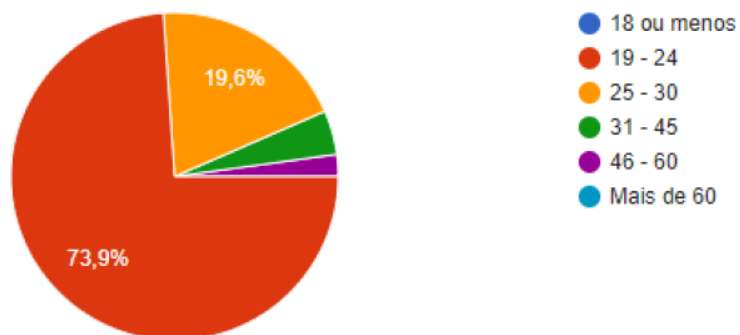
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO ONLINE

Seção 1

46 respostas

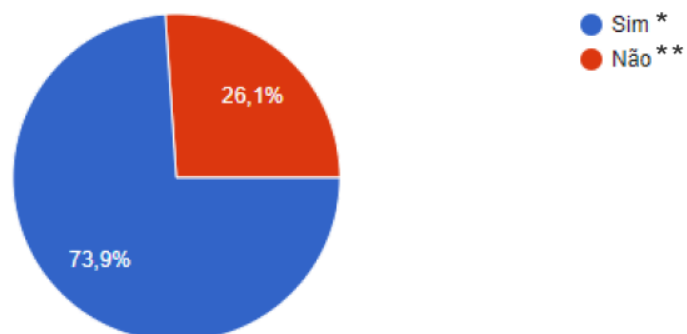
Qual a sua faixa etária?

46 respostas



Você sofre com ansiedade regularmente?

46 respostas



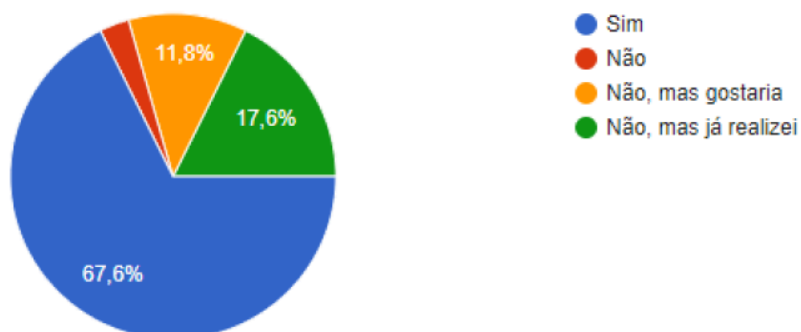
*Vai para "Sobre a ansiedade" / **Vai para "Sobre saúde mental"

Sobre a ansiedade

34 respostas

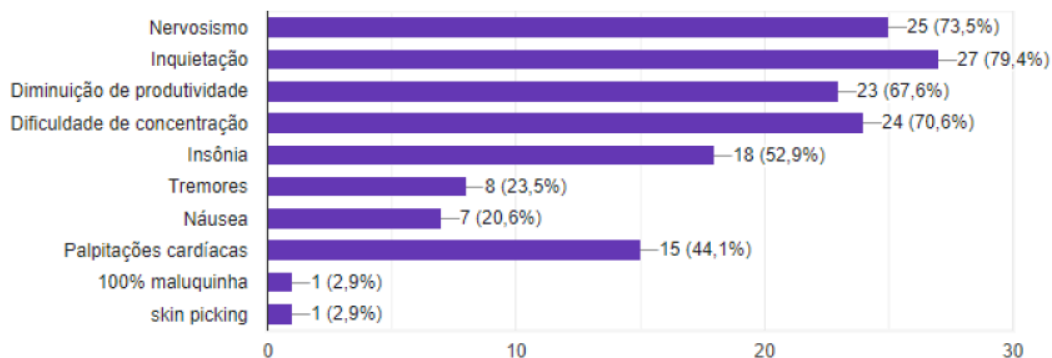
Você realiza acompanhamento psicológico ou psiquiátrico?

34 respostas



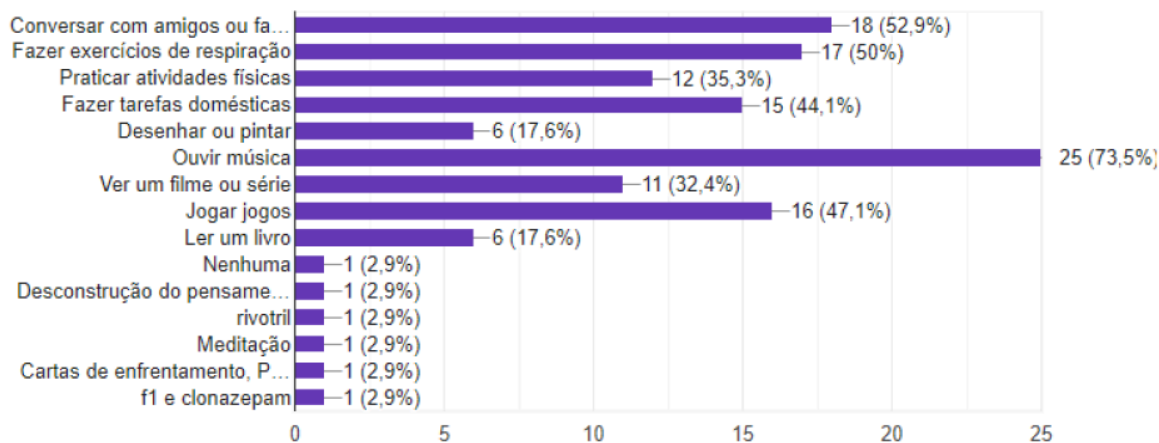
Quais são seus sintomas mais recorrentes?

34 respostas



Quais estratégias você utiliza, sozinho, para amenizar esses sintomas?

34 respostas

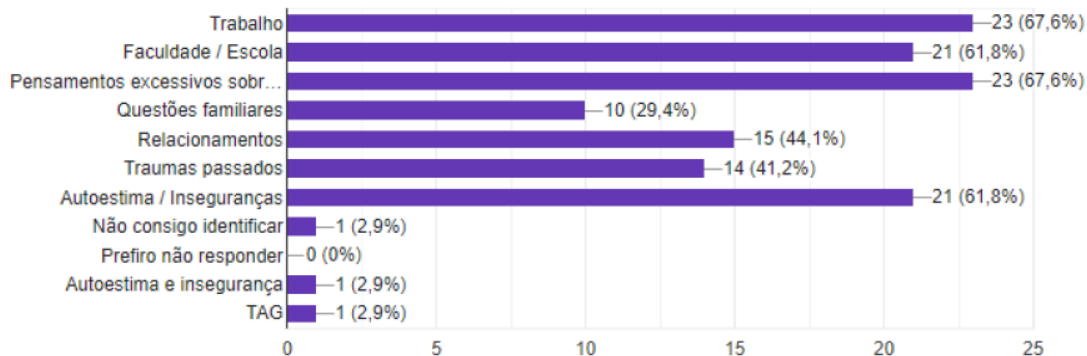


Sobre a ansiedade

34 respostas

Caso consiga identificar, quais seriam as possíveis causas da sua ansiedade?

34 respostas

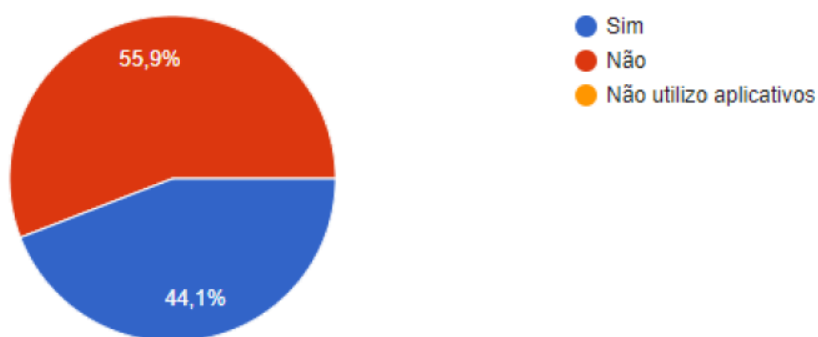


Sobre aplicativos

34 respostas

Fora as redes sociais, você utiliza algum aplicativo diariamente?

34 respostas



Se sim, qual seria?

16 respostas

Google drive

Duolingo

acompanhamento do obra, bancos, joguinhos, lojas e aula de ingles

Waking Up (meditação)

Sobre aplicativos

34 respostas

Se sim, qual seria?

16 respostas

Google, Teams, Uber, aplicativos de banco.

Sim, aplicativos de organização para o trabalho e estudos. São o Notion e o Google Agenda

Microsoft ToDo (apontamento de tarefas diárias) e Notion

de lojas/ para design/ youtube

Uber, spotify agenda Google e Gmail

Nonogram

App SmartFit

Google Drive

Duolingo / Busuu

Shein, alguns jogos

todos menos facebook que eh coisa de velho doido

Tripadvisor (review de restaurantes e viagens)

Caso saiba responder, o que te motiva a utilizá-lo todos os dias?

17 respostas

trabalho e faculdade

Meu objetivo de aprender novas linguas

necessidade + entretenimento

Percebo os benefícios de utilizá-lo e é pago, então estaria desperdiçando o dinheiro investido se não utilizasse.

Para pesquisas gerais, para o trabalho, para transporte e para pagamentos, respectivamente.

Utilizo para organizar minhas tarefas diárias, de trabalho, estudos e questões pessoais. Muito para me lembrar das coisas que tenho que fazer

Sobre aplicativos

34 respostas

Caso saiba responder, o que te motiva a utilizá-lo todos os dias?

17 respostas

O ToDo me ajuda a organizar de forma prática o que eu preciso fazer hoje, o que me ajuda a ver a situação de forma mais realista. Tudo o que eu preciso fazer no dia, anoto ali. Conforme vou fazendo, dou um "check" e a lista vai diminuindo (bom demais).

Já o Notion funciona como meu caderno pessoal, onde vou anotando ideias e pensamentos para que eu não esqueça mais tarde. A própria pressão de não esquecer de algo é uma coisa que me deixa ansioso, então anotar isso em algum lugar me ajuda a ficar mais tranquilo quanto à essa pressão.

consumir conteúdo/ produzir

Deslocamento, lazer, organização da rotina e acompanhamento de comunicação com terceiros, nesta ordem.

Jogo lógico para passar o tempo

Prática regular de exercícios

Trabalho e faculdade

Acho divertido e leve para aprender novas línguas.

distração e me manter atualizada

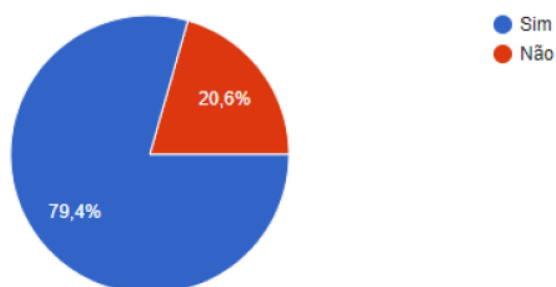
Shein: ganho de descontos Jogos: Matar tempo, distração

ansiedade kkkk

Porque eu gosto de planejar viagens e conhecer restaurantes

Você acredita que um aplicativo possa servir como estratégia para você amenizar seus sintomas da ansiedade?

34 respostas

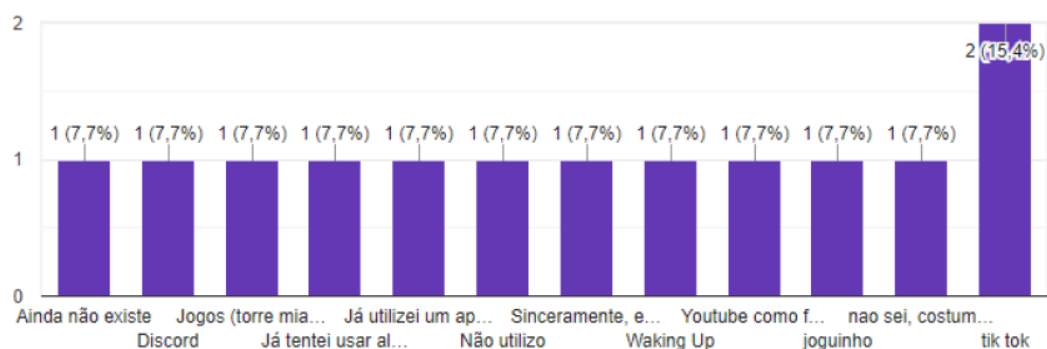


Sobre aplicativos

34 respostas

E caso exista, quais aplicativos que você utiliza que já lhe ajudam a amenizar a ansiedade ou contribuem para o seu bem-estar?

13 respostas

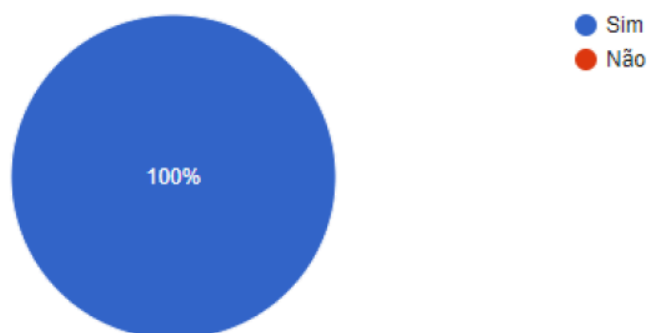


Sobre a proposta

34 respostas

Você teria interesse em utilizar um aplicativo gamificado que se proponha a ajudar a amenizar os sintomas da ansiedade?

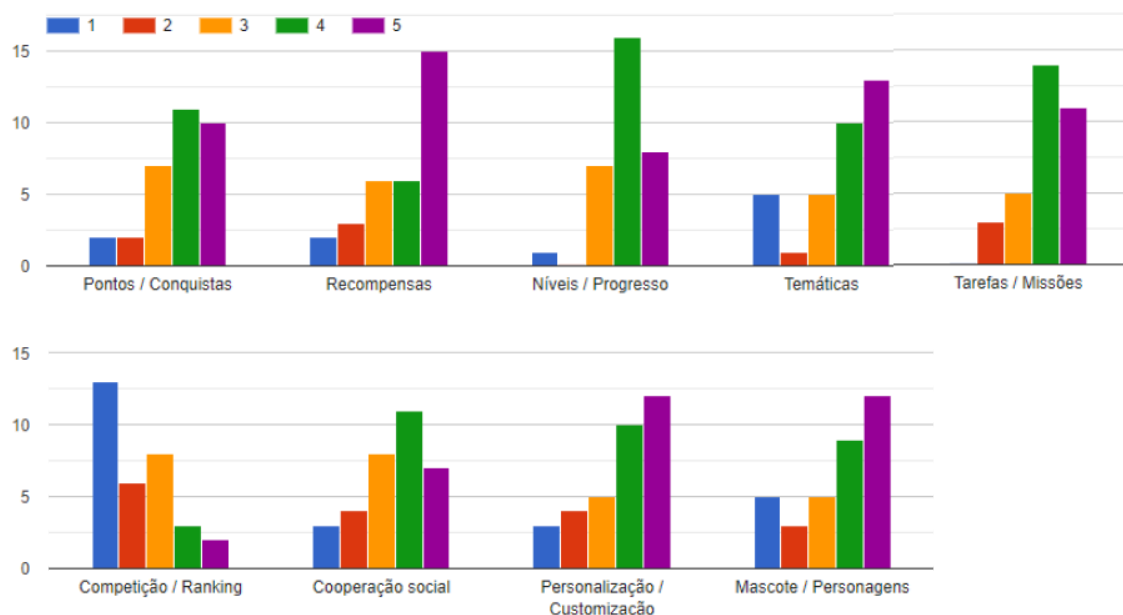
34 respostas



Sobre a proposta

34 respostas

Se sim, o quanto os seguintes recursos ou funções iriam lhe motivar a usar o aplicativo todos os dias?



Quais outras funções ou características você gostaria que o aplicativo oferecesse?

7 respostas

Liberdade criativa, anotações com imagens

alguns joguinhos, mas amei a ideia geral

Sistema de "streaks" como o duolingo tem.

Relato/opinião super pessoal, do ponto de vista alguém que, hoje, está em fase de "alta" da terapia (tenho ido apenas uma vez ao mês, pois tenho conseguido gerenciar muito bem minhas questões): vejo que tanto a ansiedade quanto o processo de se passar a conviver bem com ela são muito pessoais. Ou seja, a minha ansiedade não necessariamente se manifesta pelos mesmos motivos que se manifesta em outra pessoa. Da mesma forma, o que faz ela "passar" para mim, não necessariamente vai funcionar para outra pessoa.

Acho que grande parte dos aplicativos que se propõem a ajudar pessoas a aliviar sua ansiedade acabam negligenciando essas questões. Acabam tratando o "monstro da ansiedade" como uma coisa só, o que faz ele ser efetivo para uma pequena parcela das pessoas, que eventualmente se encaixem na abordagem que o aplicativo traz.

Pensando em um app voltado á saúde mental, seria importante saber o que é que o usuário-paciente vêm enfrentando, para ser capaz de propor uma abordagem mais personalizada. Por exemplo, se a pessoa lida com um estresse pós traumático, meditar por 15 minutos não necessariamente vai fazer ela ter uma melhora no quadro.

...

Sobre a proposta

34 respostas

Quais outras funções ou características você gostaria que o aplicativo oferecesse?

7 respostas

Compartilhando um pouco do meu caso: só consegui ter uma melhora significativa na minha ansiedade depois de entender que, além de ansiedade, eu possuía um TDAH não diagnosticado na infância. Não ter esse conhecimento sobre minha condição fez com que eu negligenciasse várias das minhas limitações, e somando isso ao longo de anos e anos, me transformou em uma pessoa muito ansiosa. A partir do momento em que minha terapeuta me ajudou a ir atrás de um diagnóstico e tivemos essa confirmação, começamos um processo de me ajudar a lidar com o TDAH e a aceitar minha condição. Tratando a raiz, conseguimos lidar beem melhor com a ansiedade por tabela.

Acabei me alongando na resposta, peço desculpas. Mas foi só para explicar melhor meu ponto de vista. Enquanto pessoa TDAH, são poucos os aplicativos que vão além do básico e do que se encontra aos montes na internet. Muitos acabam tratando o assunto com tanta leveza e superficialidade, que parece mais um cosmético do que um software que realmente se propõe a ajudar. Por isso, seria interessante ir atrás de compreender a fundo as causas da ansiedade e como o aplicativo poderia dar suporte a isso. Talvez, não necessariamente ele precise "resolver" o problema da ansiedade, mas ser um suporte ao atendimento profissional, permitindo acompanhamento com o terapeuta ou algo assim. Enfim, apenas ideias para se pensar :)

Que enviasse uma notificação para eu lembrar de entrar frequentemente uahsushau

talvez um tracker pra controlar dias que tu teve habitos ruins por conta ansiedade ajudaria a ver mais progresso (fumar cigarro, roer unha etc)

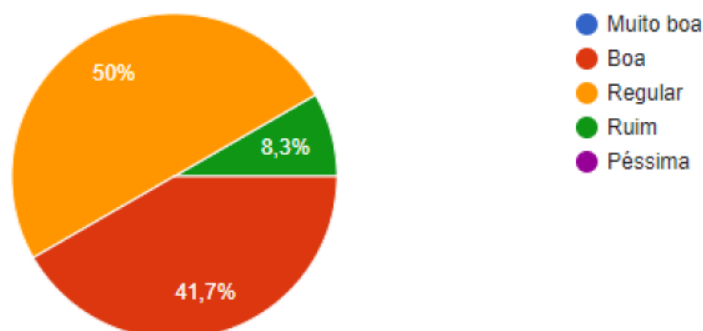
Não consegui pensar em nada

Sobre saúde mental

12 respostas

Como você avaliaria sua saúde mental nos últimos meses?

12 respostas

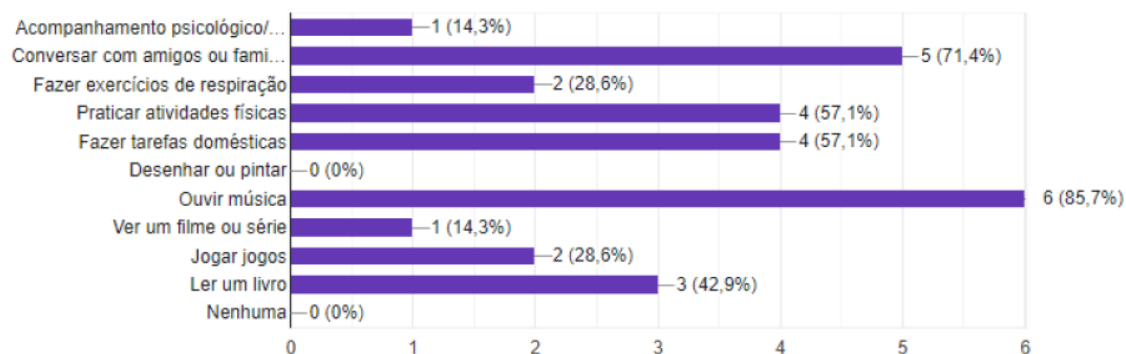


Sobre saúde mental

12 respostas

Caso sua resposta anterior seja de regular a péssima, que estratégias você utiliza para lidar com isso?

7 respostas

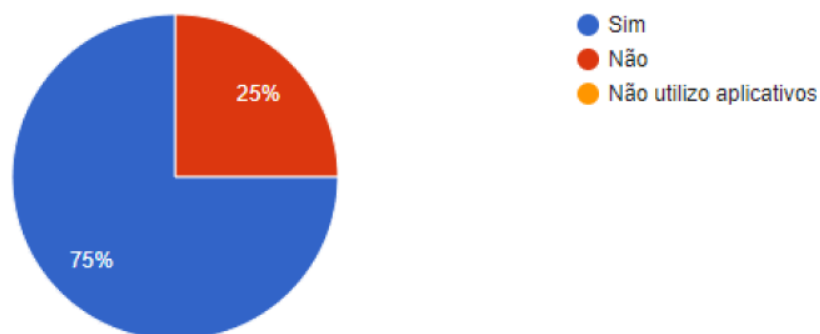


Sobre aplicativos

12 respostas

Fora as redes sociais, você utiliza algum aplicativo diariamente?

12 respostas



Se sim, qual seria?

8 respostas

Apps de áudio e compras

Bancos, compras, GZH, Streams

Aplicativo de banco

Instagram e twitter

Sobre aplicativos

12 respostas

Se sim, qual seria?

8 respostas

Duolingo

aplicativos de musica, casas de aposta e jogos.

fico vendo os aplicativos de compras

Whats e Insta

Caso saiba responder, o que te motiva a utilizá-lo todos os dias?

8 respostas

acredito que o hábito tem um grande papel nisso

gostar muito de música e estudar o que quero comprar para ver se vale a pena

Facilidade

Organização pessoal

Vício

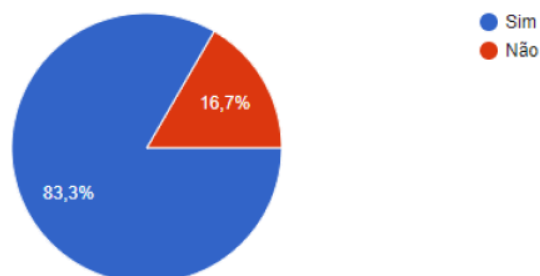
Distração

Gosto de ver os valores e as avaliações de coisas que quero comprar mas raramente compro

Trabalho, comunicação com colegas e amigos(whatts) e ver conteúdos dos meus interesses (insta)

Você acredita que um aplicativo possa servir como estratégia para você contribuir com sua saúde mental?

12 respostas

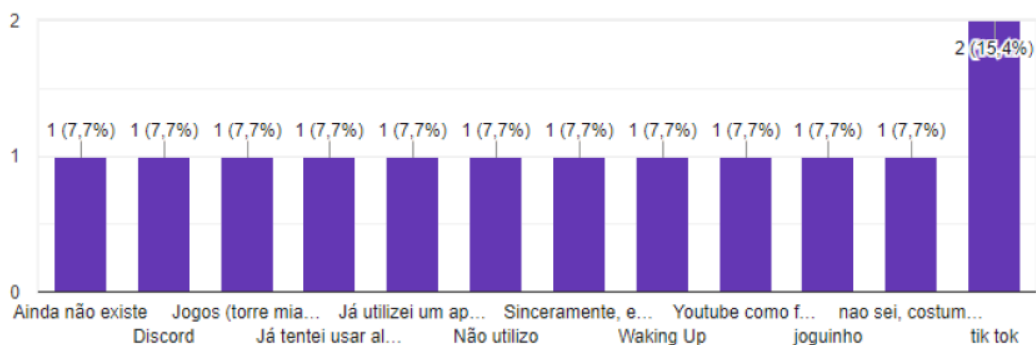


Sobre aplicativos

12 respostas

E caso exista, quais aplicativos que você utiliza que já lhe ajudam a amenizar a ansiedade ou contribuem para o seu bem-estar?

13 respostas

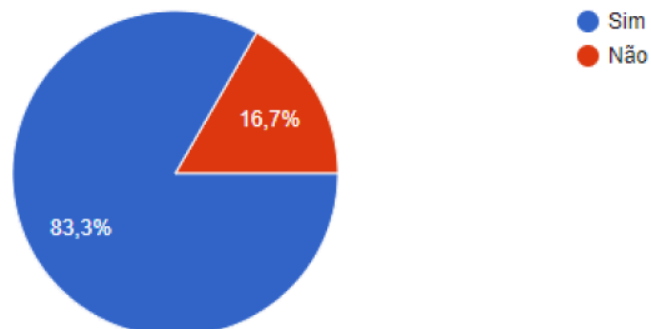


Sobre a proposta

12 respostas

Você teria interesse em utilizar um aplicativo gamificado que se proponha a servir como suporte à saúde mental?

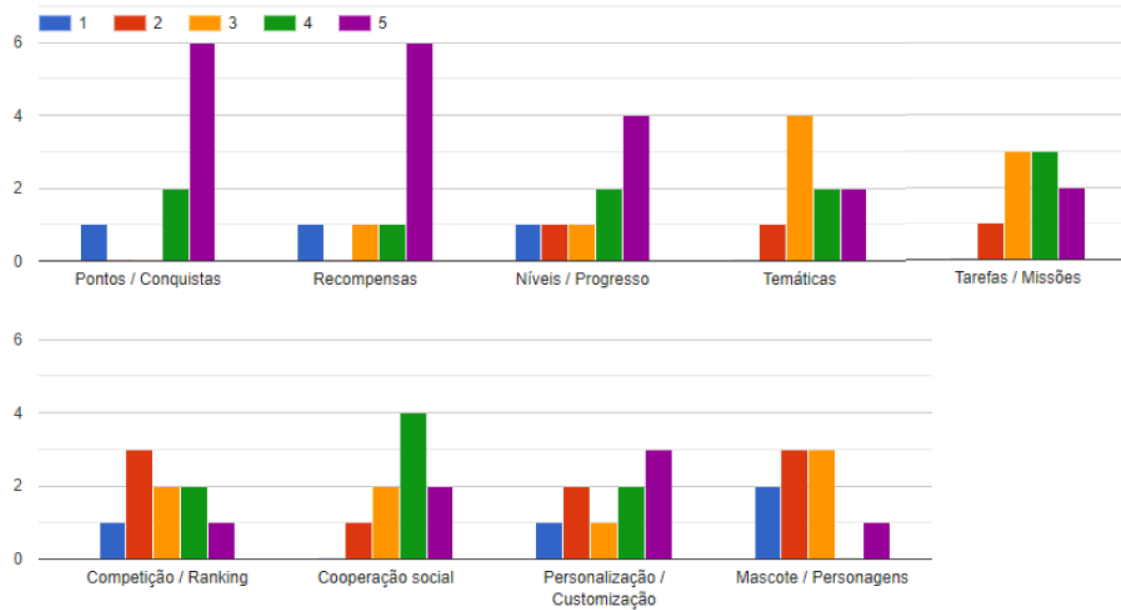
12 respostas



Sobre a proposta

12 respostas

Se sim, o quanto os seguintes recursos ou funções iriam lhe motivar a usar o aplicativo todos os dias?



Quais outras funções ou características você gostaria que ele oferecesse?

1 resposta

Não tenho ideia

APÊNDICE B - ENTREVISTA

Entrevista com a psicóloga Vanessa B., realizada no dia 18 de dezembro de 2023 por meio de videochamada.

1. Quais são as características e sintomas mais comuns dos transtornos de ansiedade?

R: Irritabilidade, alguns também podem apresentar sensações físicas de ansiedade como taquicardia, sudorese e pensamento obsessivo, que também é algo bem relacionado a ansiedade, o pensamento ansioso, tendo pessoas que pensam mais nas coisas que tem que fazer. Outras pessoas chegam a ter comportamentos mais repetitivos de sintomas de ansiedade, saindo para fora do pensamento, que seriam rituais de ansiedade. Pessoas que podem ter muita ansiedade também tendem a ter um sono mais quebrado, como insônia. A ansiedade também está em alguns comportamentos mais singulares, como roer unha ou ficar olhando o relógio toda hora, na tentativa do controle do tempo. Alimentação também é uma questão, pessoas que às vezes ficam muito ansiosas e nem conseguem comer porque tem tamanha ansiedade, ou que comem compulsivamente. A ansiedade também pode estar relacionada a vários outros fatores, tendo sintomas específicos e estando relacionada a vários transtornos. Por exemplo, uma pessoa ansiosa pode ter tendência a comprar mais, ou ter mais compulsões alimentares, ou fazer algum comportamento repetitivo que seja também de acordo com a ansiedade. Ela pode ser visível ou não, podendo estar no corpo da pessoa em demonstrações físicas, ou somente no pensamento, tendo pessoas que disfarçam bem a ansiedade enquanto outras a manifestam mais. A ansiedade é algo bem comum na nossa sociedade, tendo inclusive aumentado bastante o nível na pandemia, desde crianças até pessoas mais velhas. Ela pode estar relacionada a algo mais situacional, como uma situação que gere ansiedade, ou pode ser mais definida, como o diagnóstico de uma pessoa que tenha ansiedade.

2. Quais técnicas ou ferramentas uma pessoa pode usar para ajudar a amenizar esses sintomas?

R: Uma rotina bem estabelecida é importante, porque a rotina tende a diminuir a ansiedade. Considerando que a ansiedade é uma tentativa de controle do tempo, se a pessoa fica com a cabeça muito vazia, a ansiedade se manifesta de uma forma mais frequente. Poder perceber o que que acalma essa pessoa, “estou muito ansioso, o que que me acalma?": tomar um banho gelado, ou se for inverno tomar um banho quente; escutar alguma música que te deixe tranquilo; praticar exercício físico, que também é uma forma de liberar, ou colocar para fora, a ansiedade; se distrair lendo alguma coisa ou vendo um filme. Cada um, conforme a sua personalidade, vai ter uma forma de trabalhar com isso. Poder criar uma rotina e, dentro da sua ansiedade, saber o que lhe acalma é importante. Tem pessoas que possuem uma ansiedade mais física, existindo técnicas de respiração que podem ser realizadas; terapia também é uma indicação para quem possui ansiedade; e o autocuidado, relacionado não só à parte terapêutica mas também ao cuidado físico, cuidado com a saúde mental, com a alimentação, com o corpo, sendo tendências a ajudar no controle da ansiedade.

3. Você acredita que aplicativos podem ajudar a amenizar os sintomas de ansiedade? Se sim, de que forma?

R: Eu acho que sim, porque ele poderia entrar dentro desta questão da rotina, dentro de algo que acalme, que faça a pessoa tirar a situação do pensamento ansioso e passar a ir em busca de algo que a tranquilize. Então sim, acho que a ideia de um aplicativo é válida, ainda mais no mundo de hoje, na era da tecnologia, onde as pessoas tendem a estar sempre perto de algum celular, tablet, computador. Aplicativos estão em alta, então acredito que poderia ajudar sim.

4. Você conhece aplicativos, ou outros tipos de produtos digitais, que se propõem a ajudar o usuário no controle da ansiedade, ou que não possuam esse propósito mas geram o mesmo efeito? Se sim, quais?

R: Não conheço.

5. Que tipo de experiência você acredita que um aplicativo que se propõe a contribuir com o bem-estar e amenizar os sintomas de ansiedade deveria proporcionar?

R: Eu acho que, primeiro, uma experiência de relaxamento instantâneo, como algo que você busque já com um objetivo em mente: “estou ansioso, vou buscar tal coisa”; como disse anteriormente, uma pessoa que está ansiosa vai buscar fazer algo como uma corrida, ler um livro ou escutar uma música. Pensando em um aplicativo, seria a mesma coisa, no sentido de que se busque um relaxamento imediato, que se possa liberar a sensação de endorfina que está muito forte, e sentir mais leve. Como seria eu não sei, mas diria que algo voltado a um relaxamento inicial, de concentração até, que a pessoa passasse a não concentrar seu pensamento ansioso e passasse a se focar nessa questão do relaxamento.

6. E que tipo de funções ou características ele deveria ter?

R: Acho que o aplicativo precisa ser algo que a pessoa veja que seja necessário para ela, para ela ter esse aplicativo. Então tem que conversar com essa pessoa, tem que haver um público para conversar. Bom, pessoas ansiosas, o que elas têm em comum? O que elas iriam buscar no app? Por exemplo, questionário é algo que alivia, a maioria das pessoas gosta de responder questionários; ou uma questão de pontos, para somar, para ver onde se enquadra; algo distrativo também, que usasse a criatividade, talvez podendo ter música ou não. Algo nesse sentido, que deixe o cérebro associar de várias formas.

Eu vi esses dias, em uma série, algo como “Qual foi o ponto alto do teu dia?”. Lembrar de uma coisa muito boa faz você se sentir seguro, auto confiante e relaxado de certa forma, então poder ter uma lembrança boa do seu dia talvez seja algo que possa corroborar com a diminuição da ansiedade ou com um aumento da autoestima, por exemplo. Lembro também de alguns aplicativos onde a pessoa insere seus sintomas do dia, como “hoje estou de tal forma” ou “comecei meu dia de tal forma”. Como um diário, botar como foi o dia da pessoa, permitindo com que ela possa relacionar situações com o fato de estar menos, ou mais, ansiosa – como a prática de um esporte, terapia, dia de prova, ou outras coisas que fez que estão relacionadas à saúde mental. Acho que a pessoa passa a regular mais suas emoções de acordo com o que ela percebe, na relação entre comportamento versus sintoma. Conheço mais aplicativos nesse sentido, que tratam de humor.

7. Por fim, caso queira contribuir com alguma outra informação, fique à vontade.

R: Eu gostei dessa ideia, de ter alguma coisa para fazer na hora e poder resolver uma situação de ansiedade, como uma resolução, não só escrever o que se está sentindo. No contexto da ansiedade é importante ter uma atividade, como disse antes, ir meditar, ouvir uma música, ler um livro, dar uma volta na quadra, fazer algo que libere a ansiedade, porque desfoca o pensamento. A ideia de ser lúdico também acho legal, porque as pessoas funcionam muito pelo visual. Se for uma coisa bonitinha, que tu goste e que te agrade, a tendência é querer repetir aquilo.

APÊNDICE C - CENÁRIOS

Para a criação dos cenários, utilizou-se o nome *App* para representar o aplicativo que será construído, tendo em vista que, no momento atual do projeto, seu nome ainda não foi definido.

Giovanna

Por estar estudando há muito tempo e ainda não ter passado no vestibular, se sente cada vez mais desacreditada do seu potencial, já que não enxerga o resultado dos seus esforços. Desde o último ano, tem se sentido desmotivada para estudar, especialmente ao ver seus seguidores conseguindo alcançar o sonho de entrar na faculdade, o que a faz duvidar dos seus métodos e menosprezar sua inteligência, embora continue sentindo prazer em manter seu conteúdo semanal no Instagram. Embora a terapia tenha ajudado bastante nos últimos meses, alguns hábitos que sempre teve para tentar relaxar durante o dia, como assistir a vídeos no YouTube, já não estão sendo mais efetivos, tendo tido dificuldades para achar uma atividade prática e rápida para realizar em qualquer momento do seu dia.

Em um dia corrido de estudos, e por recomendação de uma de suas seguidoras, baixa o *App* e já explora todas as suas funções, por ser curiosa e se empolgar com soluções digitais diferentes. As possibilidades de customização já a deixam cativada, e resolve já trocar seu avatar. Vendo que precisará de mais pontos para desbloquear outros elementos, parte para a sua primeira missão diária. Na tela de missões, então, se depara com a categoria “Foco” e resolve explorar suas opções, já que o foco é justamente o que precisa no momento. Algumas sugestões envolvem estratégias para concentração, e Giovanna escolhe a missão “*Precisa resolver uma tarefa? Pratique a técnica Pomodoro*”, onde se sugere dividir, no período de 1 hora, três blocos de trabalho de 15 minutos cada, com intervalos de 5 minutos entre eles. Ao terminar a prática e ver que foi bastante proveitosa, aproveita para favoritar esta missão, já que será extremamente útil para sua rotina poder repeti-la novamente.

Em seguida, por já ter chamado sua atenção inicialmente, Giovanna explora o *board* do app, onde se permite fazer registros diários de forma livre ou através de questões pré-prontas, tendo se interessado por uma delas: “*Quais foram suas maiores conquistas do último ano?*”. Com a possibilidade de inserir fotos e adicionar *stickers*, Giovanna decide fazer uma pequena colagem com fotos de momentos que mais se sentiu grata no último ano. Além de se divertir, conseguiu refletir sobre sua jornada pessoal e o quanto seu ano foi proveitoso, salvando sua produção em formato de imagem e compartilhando-a através do seu perfil de estudos.

Assim, após se sentir produtiva e autoconfiante, Giovanna decide inserir o *App* na sua rotina, sabendo que vai poder utilizá-lo sempre que se sentir ansiosa, não importa onde esteja. Além disso, vai de fato poder ver seus resultados pessoais sendo refletidos na forma de níveis, tornando-a mais resiliente, motivada e determinada a seguir seus objetivos.

Lucas

Conversar e jogar com seus amigos no Discord é o único momento do dia em que Lucas se sente mais relaxado, embora a hora de dormir acabe sendo a mais complicada, já que seus pensamentos o mantêm acordado todas as noites. Não tem se sentido satisfeito com seus projetos da faculdade, e fazê-los tem se tornado cada vez mais penoso, pois percebe que seu curso talvez não seja sua verdadeira ambição. Por questões financeiras, no entanto, continua estagiando na área, embora trate apenas como uma obrigação. Tendo iniciado a terapia recentemente, na qual a abordagem adotada é a cognitivo-comportamental, sua terapeuta já o sugeriu que comece a registrar diariamente seus sentimentos em algum local, de forma que possa, por exemplo, refletir sobre o que o fez feliz durante o dia. No entanto, não sente que vai se sentir suficientemente motivado para criar esse hábito e, após testar alguns aplicativos recomendados por sua psicóloga, percebe que se entedia muito facilmente.

Procurando por soluções na loja de aplicativos, durante mais uma madrugada em claro no meio da semana, Lucas encontra o *App*. Ao entrar pela primeira vez, é convidado a selecionar seus principais interesses, dentre diversas opções dispostas em blocos, havendo uma mensagem informando que isso servirá para personalizar sua experiência ao utilizar o app. Lucas, então, seleciona música, jogos digitais, gastronomia, entre outros. Acessando a página inicial, recebe uma breve explicação das funcionalidades do aplicativo, e já se sente interessado pela mecânica de níveis e recompensas. Como primeira atividade, o app o convida a realizar sua primeira missão diária, havendo sugestões baseadas nos seus interesses. Como o seu intuito no momento é apenas relaxar e tentar pegar no sono, Lucas escolhe uma atividade que não seja tão estimulante, mas que o ajude a desfocar dos seus pensamentos intrusivos. Logo, escolhe a missão “*Aprenda 5 palavras novas no idioma do seu interesse*”, indo para o aplicativo de aprendizagem de idiomas que utiliza diariamente e avançando em algumas lições de vocabulário. Ao concluí-las, retorna ao *App* e recebe seus primeiros pontos, avançando nos níveis e se sentindo estimulado a concluir mais missões.

Em seguida, se depara com a função de anotações (*board*), e percebe que a mesma também conta com questões pré-prontas para serem preenchidas, indo ao encontro do que sua terapeuta havia sugerido. A possibilidade de anexar fotos o motiva a fazer seu primeiro registro, anotando sobre os bons momentos do seu dia e, junto, inserindo uma foto de seu cachorro. Ao final, também ganha mais pontos pela sua realização, e é informado que subiu de nível, ganhando 1 *sticker* e 1 avatar novo para o seu perfil. Já sendo fã de alguns aplicativos gamificados, percebe que o *App* pode ser a solução que estava procurando.

Apesar de compreender a importância de ter um acompanhamento terapêutico, Lucas sempre teve dificuldade para falar sobre seus sentimentos com outras pessoas e ainda se sente desconfortável para tratar do assunto. Ao encontrar um aplicativo onde possa, sozinho, aliar seu gosto por jogos com a manutenção da sua saúde mental, consegue trilhar esse caminho de uma forma muito mais prazerosa. Além disso, tendo anotado suas frustrações e felicidades ao longo da semana, pode trazê-las para suas sessões semanais, tirando de si o peso inicial de ter de comunicá-las.

Marina

Por ter deixado sua cidade natal quando iniciou a faculdade, sentiu dificuldade em criar novas amizades na capital, já que não conhecia ninguém e sempre foi muito introvertida. No entanto, acabou conhecendo suas duas melhores amigas, com as quais mantém contato diário até hoje. Morando sozinha e tendo que se acostumar com a independência financeira, também acabou criando novos hábitos, incluindo alguns que gostaria de mudar, como fumar. Saindo de casa apenas por necessidade, também passa grande parte do seu tempo em seu apartamento, e percebe que isso tem se tornado problemático tanto para sua saúde quanto para a manutenção das suas habilidades e contatos sociais. Sem condições financeiras para voltar a terapia, já que só recebe indicações de opções de valor muito elevado, acaba por se agarrar nos seus hobbies como suporte emocional, sendo útil em alguns dias, mas em outros não.

Recomendado por uma de suas amigas, Marina baixa o aplicativo *App* com o objetivo de começar a lidar de vez com seus sintomas ansiosos, ou ao menos tentar. Logo no seu primeiro acesso, o app já a relembra da importância do acompanhamento terapêutico, incluindo recomendações de plataformas que oferecem serviços acessíveis e de rápido agendamento. Marina aproveita para salvar essas sugestões, já que não fazia ideia que existiam, e já pretende procurar uma opção ainda no mesmo dia.

Por gostar bastante de organizar sua vida pessoal, fazendo *checklists* ou definindo metas no trabalho, enxerga na possibilidade de definição de lembretes e notificações personalizadas uma oportunidade para incentivá-la a criar hábitos melhores. Ainda no *onboarding*, então, já define alguns lembretes, como para lembrá-la de tomar água ao longo do dia. Entrando no aplicativo e se deparando com as possibilidades para a realização da missão diária, percebe que elas também são classificadas por níveis de esforço, decidindo procurar por uma que possa desafiá-la um pouco mais, já que ainda tem tempo para aproveitar do seu horário de almoço do trabalho. Decide pela missão “*Saia para caminhar por 15 minutos*”, já que quase nunca sai de casa ou pega um sol e, quando precisa, sofre com uma ansiedade social que a incomoda profundamente. Após, dando um *check* em sua missão e recebendo pontos que a fazem avançar na sua jornada interna com o app, se sente cada vez mais realizada.

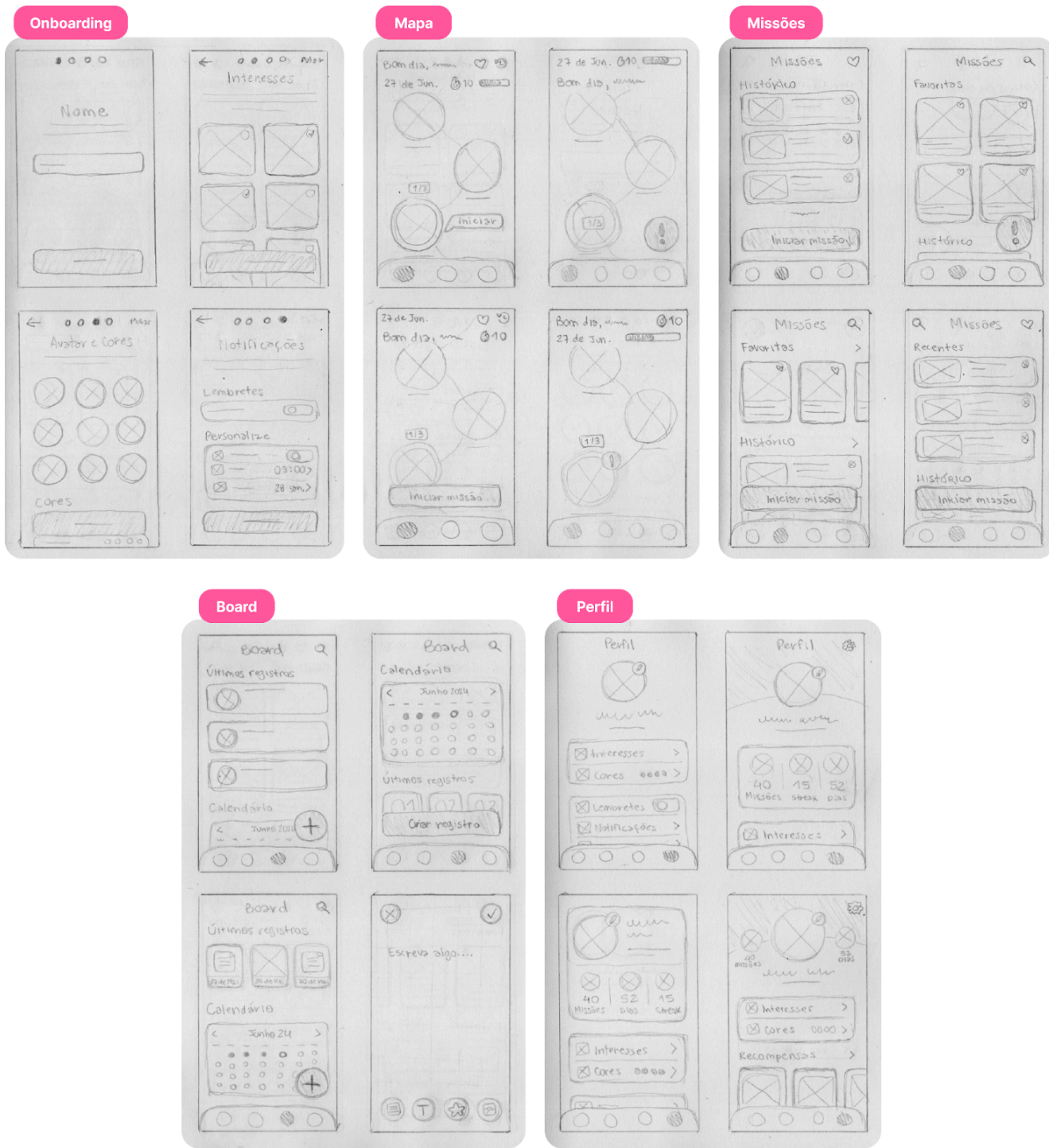
Marina, então, enxerga no *App* uma possibilidade de incentivá-la a criar novos hábitos e tomar rumos melhores para sua saúde física e mental. Ademais, percebe que a própria missão diária pode ajudá-la a substituir hábitos ruins, como fumar quando está estressada, já que sabe que a missão vai sempre poder indicá-la alguma tarefa positiva e benéfica para o momento em que estiver passando.

APÊNDICE D - MAPA MENTAL DE ATRIBUTOS



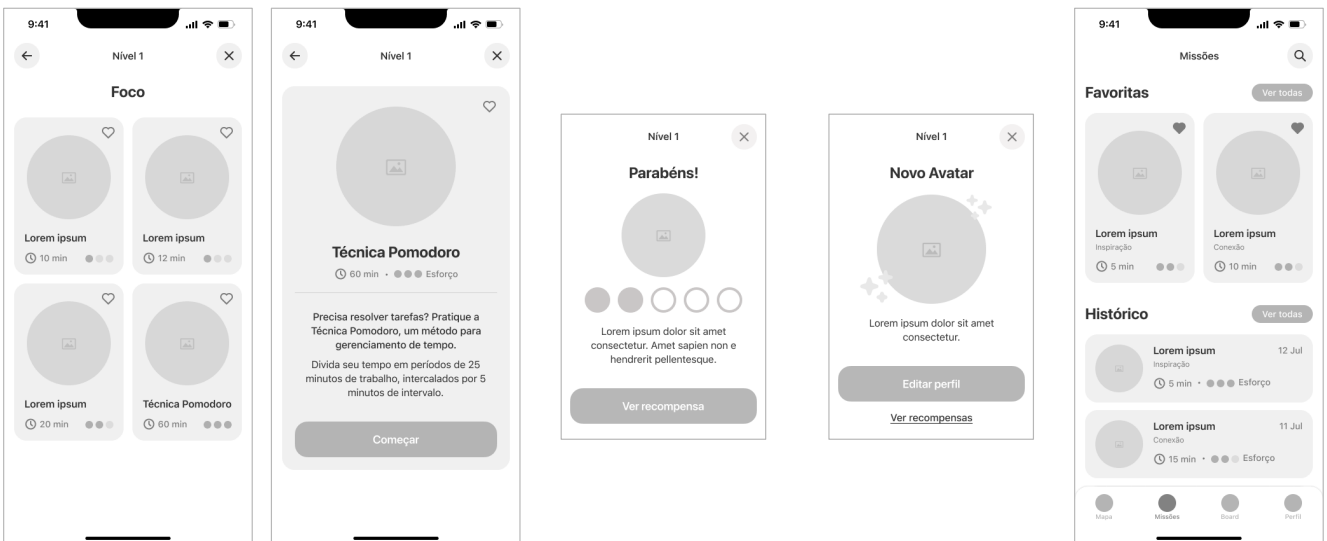
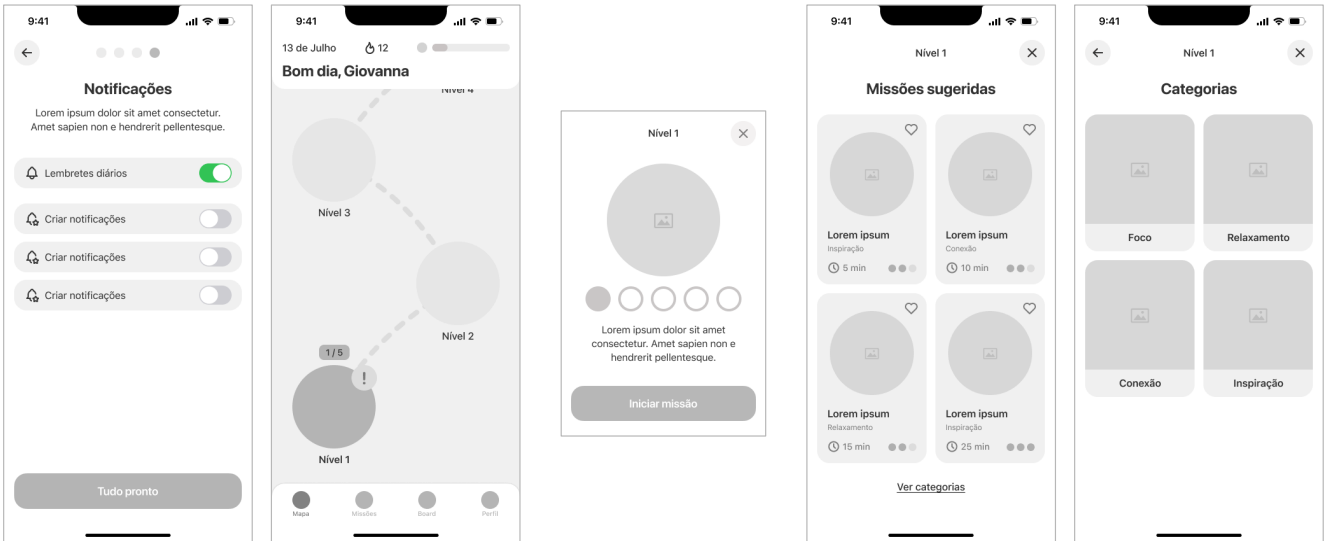
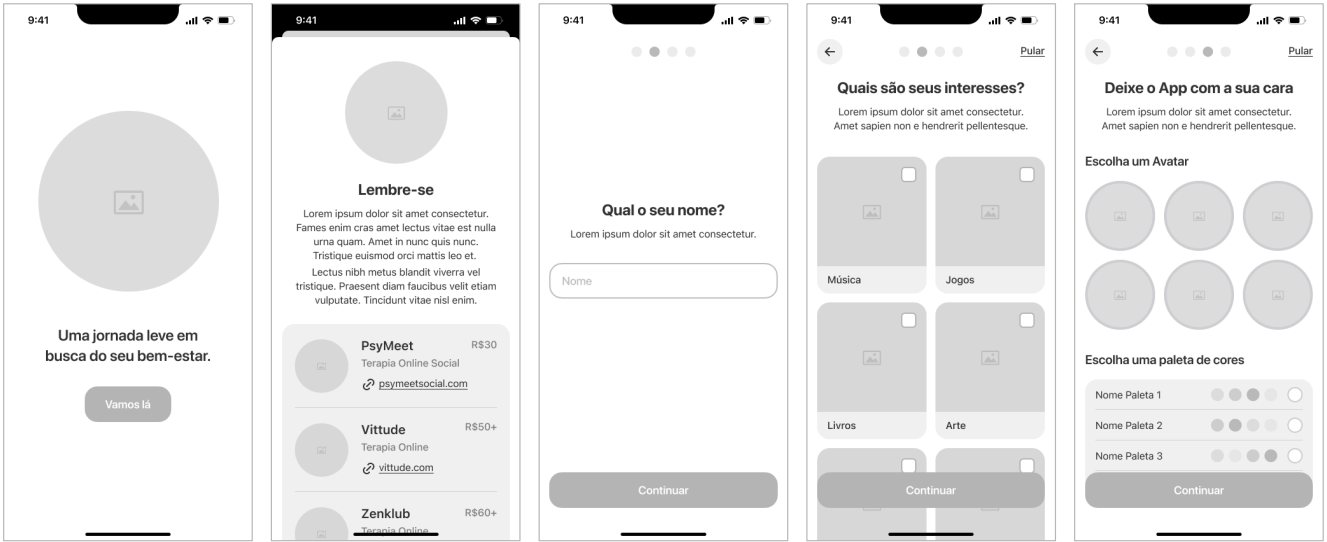
Fonte: Autora (2024)

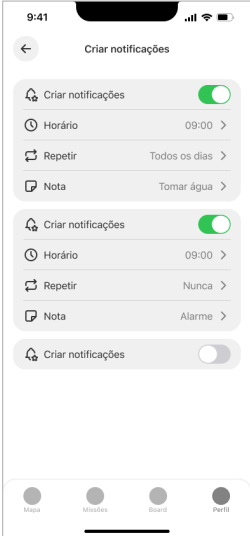
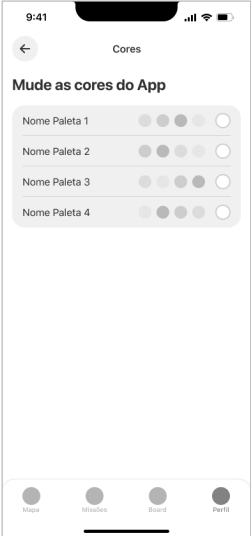
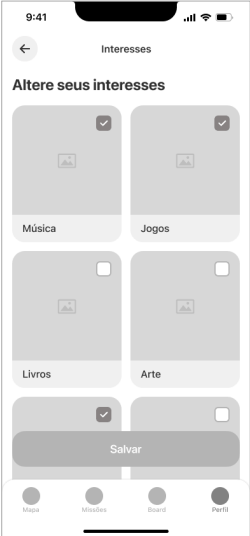
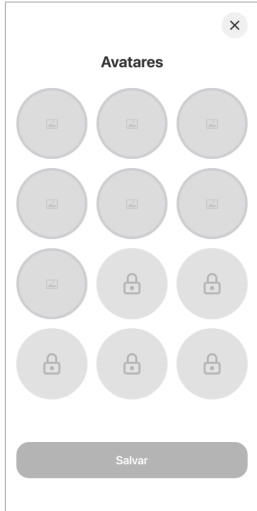
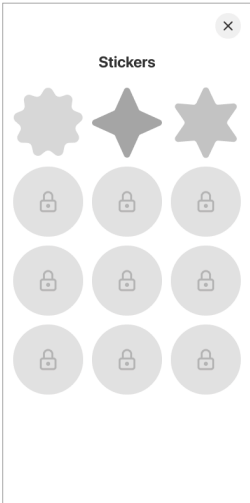
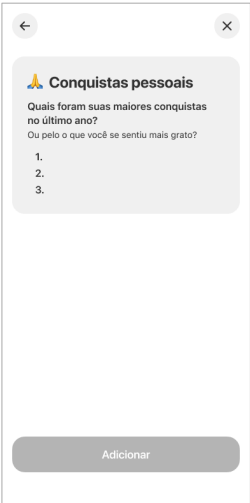
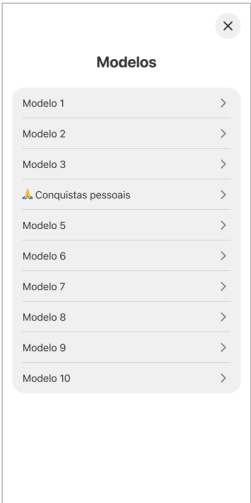
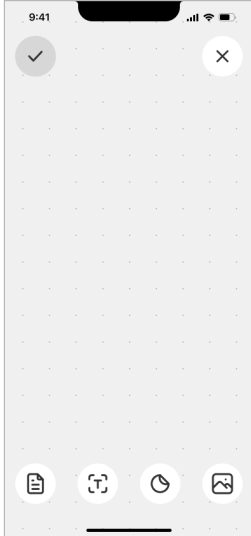
APÊNDICE E - SKETCHES



Fonte: Autora (2024)

APÊNDICE F - WIREFRAMES





✕

6	38
7	39
8	40
9	41 AM
10	42 PM
11	43
12	44

Salvar

✕

Todo domingo

Toda segunda-feira

Toda terça-feira

Toda quarta-feira

Toda quinta-feira

Toda sexta-feira

Todo sábado

Salvar

✕

Alarme

0 / 200

Salvar

APÊNDICE G - ROTEIRO PARA OS TESTES DE USABILIDADE

Tarefas


Considere que o conteúdo presente no protótipo é apenas fictício, servindo para ilustrar suas funcionalidades apenas. Neste cenário, você é a Giovanna, e hoje é dia 13 de Julho.

1. Você está entrando pela primeira vez no aplicativo. Passe por todas as etapas do processo de *onboarding*.
2. Inicie e conclua uma missão diária da categoria Foco.
3. Favorite uma missão.
4. Cheque seu histórico de missões.
5. Crie um registro no board, utilizando um modelo e adicionando um sticker.
6. Cheque suas recompensas.
7. Modifique seus interesses selecionados.
8. Mude a paleta de cores do aplicativo.
9. Troque seu avatar.
10. Edite uma notificação personalizada.


Questões pós-teste


1. Como foi a sua experiência com o aplicativo?
2. Você se imagina utilizando o app no seu dia a dia? Por que?
3. Tens algum comentário geral, sugestão etc.?

APÊNDICE I - ANÁLISE DE TIPOGRAFIAS

Inter 
altura x elevada
+retangular

The quick brown fox
jumps over the lazy dog
0123456789

Geist 
 The quick brown fox
jumps over the lazy dog
0123456789

Poppins 
arredondads

The quick brown fox
jumps over the lazy dog
0123456789

*visualmente
igual*

c e

Lexend 
diferencial

The quick brown fox
jumps over the lazy dog
0123456789

c e
+respiro






Fonte: Autora (2024)

APÊNDICE J - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS LOGOTIPO


forMe! FOR) FOR) FOR)
for(ne) Me.) Me.) Me.)




FOR) FOR) FOR)
Me.) Me.) Me.)




FOR) FOR) FOR)
Me.) Me.) Me.)

FOR) FOR) 
Me.) Me.) 
 FOR) 
Me.) 

FOR) FOR) FOR)
Me.) Me.) Me.)

FOR) 
Me.)

 

FORMe!) FOR
Me.) Me.)

APÊNDICE K - ROTEIRO PARA AVALIAÇÃO COM ESPECIALISTA

Apresentação do aplicativo e seus objetivos

Ao longo do desenvolvimento do projeto, especialmente após a entrevista e consulta com usuários, percebi o quanto as estratégias autônomas de enfrentamento da ansiedade no dia a dia são imprescindíveis. Então, tomei como objetivo aliar a gamificação a essas estratégias, visando a amenização da ansiedade. Da mesma forma, eu também quis oferecer uma experiência que possa ser benéfica para a maioria das pessoas, podendo acolher os diferentes sintomas e formas com que a ansiedade se manifesta em cada um.

Portanto, tomando como pilares do aplicativo o suporte, a construção, o autocuidado e o bem-estar, ele busca se encaixar na rotina diária dos seus usuários como uma ferramenta de enfrentamento para momentos difíceis, oferecendo suporte emocional por meio de abordagens gamificadas que estimulem o autocuidado e o bem-estar, assim como a construção de hábitos positivos. O app também objetiva proporcionar uma experiência divertida e prazerosa, tanto pelas suas características visuais quanto de personalização.

Questões para avaliação

Solicitou-se que a psicóloga navegasse pelo app, seguindo seu fluxo principal para acesso a todas as telas desenvolvidas.

1. Como usuária, como foi a sua experiência com o aplicativo?
2. Como psicóloga, como você enxerga o conteúdo e a proposta do app?
3. Tens algum comentário ou sugestão relativo à mecânica de missões diárias?
4. E relativo ao registro no Board e seus modelos?
5. Por fim, você se imagina indicando o aplicativo para algum paciente? Se não, por que?