



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE BELAS ARTES
CURSO DE DESIGN

ELIAS JUNIOR CARNEIRO MORAIS PEREIRA

**SISTEMA ONLINE PARA BUSCA DE CENTROS DE ATENDIMENTO VOLTADOS A
PSICOTERAPIA**

Salvador
2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE BELAS ARTES
CURSO DE DESIGN

ELIAS JUNIOR CARNEIRO MORAIS PEREIRA

**SISTEMA ONLINE PARA BUSCA DE CENTROS DE ATENDIMENTO VOLTADOS A
PSICOTERAPIA**

Memorial Descritivo do Projeto Experimental de Design apresentado ao Curso de Design da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Fernando de Almeida Souza

Salvador
2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE BELAS ARTES
CURSO DE DESIGN

ELIAS JUNIOR CARNEIRO MORAIS PEREIRA

**SISTEMA ONLINE PARA BUSCA DE CENTROS DE ATENDIMENTO VOLTADOS A
PSICOTERAPIA**

Memorial Descritivo do Projeto Experimental de Design apresentado ao Curso de Design da Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Fernando de Almeida Souza

Salvador,

Aprovado em: ____/____/____

Banca examinadora:

Paulo Fernando de Almeida Souza (Orientador)

Taygoara Aguiar do Carmo Sousa

Erica Andrade Ribeiro

PEREIRA, Elias. **Sistema online para busca de centros de atendimento voltados a psicoterapia**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação). Curso de Design, Escola de Belas Artes, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2018. 98p.

Resumo

O presente projeto visa oferecer uma alternativa para quem está em busca de ajuda psicoterápica, assim como ajudar a divulgar os espaços de atendimento dos psicoterapeutas, através do desenvolvimento de um sistema de busca online que possa dialogar com as necessidades destes dois tipos de usuários. O projeto parte de uma pesquisa qualitativa, exploratória, com uso de métodos de *design* específicos da área, tais como *design thinking*, experiência do usuário e *lean UX*. Optou-se por um desenvolvimento de um aplicativo para *smartphones* na condição de mínimo produto viável. Esta aplicação reuniu ferramentas essenciais para que os usuários — pessoas em busca de ajuda, e profissionais de psicoterapia — possam obter uma melhor forma de alcançar os seus objetivos: a busca por ajuda psicoterapêutica e divulgação do seu serviço.

Palavras-Chave: Plataforma de busca online; psicoterapia; *design* de interface, experiência do usuário; saúde emocional.

Abstract

The present project aims to offer an alternative to seeking psychotherapeutic help, as well as helping to show the psychotherapists' working spaces, through the development of an online search system which address the needs of these two types of users. The project starts from a quality, exploratory research, using specific design methods, such as design thinking, user experience and lean UX. It was decided to develop an app for smartphones as a minimum viable product. This app brings together essential tools so that users - people seeking help and psychotherapy professionals - can acquire better means to reach their objectives: the search for psychotherapeutic help and display of their service.

Keywords: Online search platform; psychotherapy; interface design; user experience; emotional help.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais pelo zelo com a minha educação e formação durante toda a minha vida. Não somente pelo amor incondicional e apoio emocional, mas por sempre estarem tentando dar o melhor de si pelo meu futuro. Aos meus irmãos, duas referências profissionais e acadêmicas das quais me orgulho não apenas pelos seus esforços, mas por serem pessoas firmes e comprometidas com seu papel no mundo. A minha madrinha querida que me fortalece com todo seu carinho e atenção. Aos meus tios e primos pelo carinho e torcida.

Agradeço as minhas amigas de infância que, mesmo quando longe fisicamente, fazem-se presente para mostrar que nunca estarei sozinho. Assim como agradeço aos colegas e amigos também concluintes nesta etapa de finalização de curso. Estes que trouxeram o apoio necessário para seguirmos firmes até o fim do processo. Assim como também quero agradecer a minha psicóloga pelo suporte para o meu desenvolvimento pessoal.

Apesar de não ser nativo de Salvador, esta cidade me proporcionou muito crescimento pessoal e profissional. A Escola de Belas artes foi primordial para conquista do meu conhecimento, de amigos e pessoas queridas as quais admiro e agradeço por terem feito parte da minha jornada de universitário. Por fim, agradeço a todos os envolvidos no projeto: meus consultores, meu orientador, minha corretora, normalizadora e grande amiga, aos entrevistados e pessoas em geral que cederam um pouco do seu tempo para mim. Foi uma imensurável honra ter a oportunidade de contar com vocês.

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	7
1.1 Apresentação	7
1.3 Justificativa e Motivação	9
1.4 Objetivos	10
1.4.1 Objetivo Geral	10
1.4.2 Objetivos Específicos	10
1.5 Metodologia	11
1.5.1 Design Thinking	11
1.5.2 Lean UX	13
1.5.1 Mapa de empatia	15
1.5.2 Canvas da proposta de valor	16
1.5.3 Project Model Canvas (adaptado)	17
1.5.6 Pesquisa Qualitativa	18
2.IMERSÃO	20
2.1 Compreendendo os Aspectos do Projeto	20
2.1.1 Contexto Social: Sociedade Líquida	20
2.1.2 Aprendendo sobre UX e aplicando Lean UX	24
2.1.3 Utilizando a Empatia	26
2.1.4 O Googlemaps pode te mostrar	28
2.2 Entrevista com o Profissional	29
2.3 Entrevistas com Pacientes	32
2.4 Coletando dados	35
2.4.1 Formulário Online	35
2.4.2 Pesquisa de Campo	40
2.5 Análise de similares	43
2.5.1 Doctoralia	44
2.5.2 Uber	49
2.5.3 Cittamobi	53
2.5.4 Zapimoveis	57
2.6 Aprendizados	61
3. IDEAÇÃO	63
3.1 Diretrizes do Material de Design do Google	63
3.2 Adequação aos requisitos do projeto	64
3.3 Personas	67
3.4 Wireframes	70

3.5 Card Sorting	78
4. PROTOTIPAÇÃO	80
4.1 Desenvolvimento de Interface	81
4.1.1 Identidade Visual	83
4.1.2 Biblioteca de Padrões	86
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
6. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	90
7. ANEXOS	93

1.INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação

Falar em fazer terapia não é uma coisa tida como fácil, já que quem se encontra na necessidade de procurar um psicoterapeuta geralmente está fragilizado emocionalmente. Além disso, existem algumas circunstâncias que podem influenciar na dificuldade em buscar ajuda, que são: falta de conhecimento sobre o tratamento, dificuldade em se deslocar até o local, falta de orçamento, desconhecimento sobre atendimento público ou clínicas sociais, dificuldade em conciliar horários e desistir de se tratar por não se adaptar a determinado profissional. Todas estas questões podem fazer com que a pessoa que esteja procurando tratamento se sinta mais pressionada a desistir de buscar ajuda, já que estas questões emocionais podem não necessariamente apresentar, a princípio, sintomas físicos (graves) como as demais doenças. Porém, estas questões, se não forem bem gerenciadas, podem causar doenças graves como depressão, transtorno de ansiedade e síndrome do pânico.

As questões emocionais, inclusive, estão sendo bastante relevantes para a sociedade nessa geração. É possível ver em diversos conteúdos nos meios de comunicação, como TV, cinema e redes sociais que abordam temas relacionados a estas questões, como *bullying* nas escolas, suicídio, homofobia e transição de gênero. Em 2017, por exemplo, foi estreada uma série chamada *13 Reasons Why* — traduzida para o Brasil como “Os 13 Porquês” — onde o tema central é o suicídio de uma garota após ela se deparar com diversas situações difíceis, as quais ela sentia não possuir suporte emocional ou de fato não recebeu. A série recebeu diversas críticas negativas sobre a forma como era exposto o tema, porém, segundo o Estadão (2017), depois da estreia da série — produto da Netflix que trata de *bullying* e suicídio em uma escola americana — houve um aumento de 445% do número de e-mails com pedidos de ajuda recebidos pelo Centro de Valorização da Vida (CVV).

Houve alta ainda de 170% na média diária de visitantes únicos no site. Ou seja, está se tornando cada vez mais relevante levar em conta esses temas.

Pensando nestas questões, o presente projeto — um sistema de buscas online para encontrar ajuda psicoterapêutica — tem a função de reunir ferramentas para ajudar as pessoas que estão em busca de tratamento. A ideia do projeto foi construir recursos através do design que pudessem servir para que estas pessoas necessitadas de um profissional de psicoterapia pudessem ter uma experiência facilitada ao buscar o tratamento e se adaptar a ele. Para isso, o projeto se baseou na utilização do recurso de geolocalização para situar o usuário através do uso do *GoogleMaps*, mostrando os locais de atendimento em relação ao usuário, buscando trazer informações relevantes sobre este local e o profissional de psicoterapia. O MVP (mínimo produto viável) escolhido para o projeto foi a versão em aplicativo, onde o usuário pode se cadastrar para procurar ajuda, assim como é possível os profissionais cadastrarem seus locais de atendimento e seu perfil. É preciso dizer que a maior relevância para a escolha do *app* como MVP partiu do interesse do autor em estudar e aprender mais sobre essa área.

O desenvolvimento do projeto ocorreu em várias etapas, utilizando diversos autores como Vianna, Teixeira, Gothelf e outros. Durante as fases do projeto foram feitas entrevistas com profissionais de psicoterapia, estudantes de psicologia, pacientes e ex pacientes de psicólogos, pesquisa sobre o contexto social da sociedade que apresenta tantos transtornos emocionais, além de realizar estudos sobre a Experiência de Usuário e o Design de Interfaces. Foram também analisados alguns aplicativos com funções similares, e foi feito testes com os usuários (*card sorting*) para definição das telas e melhoramentos. Além disso, o projeto contou com o apoio sempre de diversas pessoas que tinham experiência na utilização de aplicativos, que tinham empatia com as pessoas que estavam procurando terapias, e também com dois profissionais para consultoria, sendo um psicólogo e um programador.

1.3 Justificativa e Motivação

A capacidade do designer de formular serviços e desenvolver aplicações se relaciona basicamente com o bom relacionamento entre todos os envolvidos no projeto e a troca de informações. Dessa forma, um bom serviço é aquele onde a informação e o atendimento sejam facilitados, visando todos os tipos de usuário, já que “somos todos usuários — embora tenhamos diferentes necessidades e mentalidades” (SCHNEIDER, 2014, p. 39). Estas práticas são todas levadas com rigor quando se trata justamente da experiência de usuário, que busca, de todas as formas, testar a melhor maneira de resolver um problema de um determinado público, utilizando-o como matéria prima para criação do produto final.

Este projeto foi uma oportunidade de estar realizando algo que pudesse ser avaliado e que pudesse trazer crescimento dentro da área de desenvolvimento de aplicativos. É importante ressaltar que a escolha de desenvolver um MVP em forma de aplicação não pode ser retificada somente com base nas pesquisas concluídas durante o projeto, mas sim por haver uma questão em que o autor precisava tomar uma decisão sobre qual plataforma iria ser adaptado o sistema de busca. Assim, o projeto foi levado como uma experiência de estudo deste segmento, aproveitando a oportunidade de ser avaliado e orientado nesta tarefa.

Mesmo que esta pareça a maior motivação, a proposta baseou-se não somente na oportunidade de poder participar de um projeto que pudesse ser adicionado a carreira profissional, mas também no intuito que ali tivesse uma marca que revelasse um pouco da personalidade do autor que se preocupa bastante com a questão das interações humanas, com a ética e com o bem estar emocional dos seres humanos — características as quais considera a base fundamental para viver com saúde em um ambiente social. Outro ponto importante foi a oportunidade durante o desenvolvimento do projeto em estar atuando juntamente com profissionais de diferentes áreas, aprendendo ser mais dinâmico e multifacetado. Ou seja,

participando de um ambiente co-criativo. Além disso, buscou-se aprender a ser um bom empata — aquele que consegue se imaginar no lugar do outro para entendê-lo melhor.

Outra grande motivação foi a experiência de conviver perto de pessoas que trouxessem um pouco dessa realidade em necessitar da ajuda psicoterapêutica. Por exemplo, durante o ano de 2016 havia percebido que diversas pessoas tanto do ambiente universitário ao qual frequentava, quanto as do ambiente de trabalho pareciam estar sofrendo bastante por conta de não saber lidar com o seu estado emotivo. Era como se o fato de não estarem lidando bem com suas questões pessoais influenciasse de forma negativa em seus rendimentos escolares e profissionais. Então, postulou-se a seguinte pergunta com base para o desenvolvimento do projeto: “Como eu, na condição de designer, posso desenvolver uma ferramenta para ajudar essas pessoas a procurarem ajuda psicoterapêutica?”. Em contrapartida, lidando com o fato que a consultora psicóloga havia trazido um questionamento para o projeto que era: “como é que um aplicativo oferecerá apoio psicológico numa sociedade que as pessoas necessitam justamente de maior contato pessoal e reforçamento no laço social?”. Assim, a justificativa para o projeto seria encontrar uma solução que pudesse, além de atender as motivações e contexto do autor, também responder estes dois questionamentos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo Geral

Desenvolver as interfaces de um sistema de busca online que auxilie na busca de centros de atendimentos voltados a psicoterapia, utilizando os fundamentos do Lean UX e as ferramentas do *Design Thinking*.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar Análise de Similares visando obter requisitos e adequações projetuais para desenho do sistema de busca online;
- Desenvolver a identidade visual do projeto;
- Desenvolver uma ferramenta que possa divulgar o local de trabalho de profissionais voltados a psicoterapia, e suas especificidades.
- Desenvolver um mínimo produto viável para a composição da plataforma online.

1.5 Metodologia

1.5.1 *Design Thinking*

O *Design thinking* que pode ser traduzido como o pensamento do *design* tem a intenção de oferecer alternativas aos desconfortos que as pessoas em geral possam sentir. “Embora o nome “design” seja frequentemente associado à qualidade e/ou aparência estética de produtos, o design como disciplina tem por objetivo máximo promover bem-estar na vida das pessoas” (VIANNA, 2012, p.15). Então, essa forma de pensar visa promover soluções tecnológicas — seja em forma de produto ou serviço — para problemas enfrentados pela população.

Segundo Melo e Abelheira (2015), *Design thinking* pode ser entendido como uma forma de atuação para o design, que se distancia um pouco do design de produto ou da comunicação visual para de aproximar do mundo dos negócios, da área estratégica de uma empresa. Ou seja, o pensamento do *designer* visa propor resultados também no campo dos negócios, através da criação de estratégias de mercado, visando as resoluções que o designer prega em sua metodologia de trabalho para oferecer soluções enfrentadas por empresas em seu modelo de negócios.

Segundo Vianna (2012), a habilidade de pensar dessa forma não é necessariamente uma formação do designer, e sim uma característica de sobrevivência dos seres humanos, estes são *Design Thinkers* por natureza. Foi o pensamento abduutivo que permitiu a evolução de artefatos em nossa civilização, desde civilizações primitivas, passando pelo design vernacular e artesanato tradicional. Observar o mundo e gerar

novas soluções abdutivamente é uma habilidade coletiva humana que apenas recentemente passou a ser vista como algo que necessita de algum talento excepcional.

O método para aplicar o *design thinking* é o diferencial entre a forma do designer e os demais pensarem em soluções. E, as etapas que compõe esta metodologia são imersão, ideação e prototipação. Para Vianna (2012):

Estas possuem uma natureza bastante versátil e não linear. Ou seja, tais fases podem ser moldadas e configuradas de modo que se adequem à natureza do projeto e do problema em questão. É possível, por exemplo, começar um projeto pela fase de Imersão e realizar ciclos de Prototipação enquanto se estuda o contexto, ou ao longo de todo o projeto (VIANNA, 2012, p. 14).

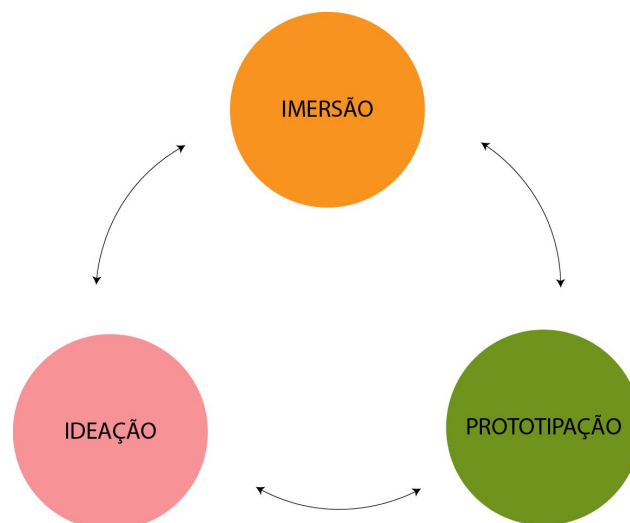


Imagem 1 - Fases do design thinking. Fonte:(elaborado pelo autor, 2017).

Na construção de um projeto, essa metodologia se aplica em cada etapa de uma forma diferenciada. A fase de imersão é a qual o designer se aprofunda dentro do universo do cliente e no seu contexto, explorando todos os aspectos que cercam as suas necessidades, conhecendo e identificando quem são os usuários e suas dores. A ideação é a fase onde começam a ser desenvolvidas as propostas que sugerem o projeto, geralmente correspondem as expectativas das dores encontradas na fase de imersão, ou podem partir de um *insight* criativo e depois ser aprofundado. E, por último, a prototipação, é a alternativa escolhida para ser elaborada, e que visa

validar o produto desenvolvido mediante testes e de sua experimentação através dos usuários.

Tim Brown, *CEO* e presidente da lendária firma de design IDEO, descreveu o *design thinking* como “inovação estimulada pela direta observação do que as pessoas querem e necessitam em suas vidas, e o que elas gostam ou não sobre a forma como alguns produtos em particular são produzidos, embalados, promovidos, vendidos (...). É a disciplina que utiliza a sensibilidade e os métodos do *designer* para combinar as necessidades das pessoas com o que é tecnologicamente factível (...)” (BROWN, 2008, traduzido pelo Autor).

1.5.2 Lean UX

Essa metodologia consiste, de forma geral, em facilitar a viabilização do projeto através da priorização da interface estando utilizável e pronta. Assim, podendo ser testada para se obter um melhor *feedback*, elimina-se o tempo gasto com todos os aspectos e etapas necessárias para desenvolver um produto. Nesta nova realidade, o tradicional “ter tudo resolvido primeiro” não é mais desenvolvível (GOTHELF, 2013, p. 3, tradução do autor). Assim, liberar mais cedo é uma alternativa melhor para se obter respostas de mercado e obter aprendizado sobre as expectativas dos clientes em termos de qualidade e tempo de resposta.



Imagem 2 - O processo de Lean UX, focando o primeiro passo. Fonte: GOTHELF, 2013, p. 18, (traduzido e adaptado pelo autor, 2017)

O Lean UX, o termo lean significa “enxuto”, e termo UX vem do termo user experience, que significa experiência do usuário e que, segundo Teixeira (2014), significa definir o problema que será resolvido, e definir para quem será resolvido. O lean UX é baseado em três grandes fundamentos, sendo eles o Design Thinking, o Agile software method e o método Lean Startup. De maneira geral, a tradução poderia ser feita como experiência do usuário enxuta, no sentido de apenas levar em consideração as partes de extrema importância.

A influência do *Design Thinking* é importante para este método pois cada aspecto relacionado a empresas e negócios podem ser observados e definidos através dos métodos de *design*. Isto estimula a prática onde um designer pode conceber, observar e desenvolver soluções em ambientes que não necessariamente de sua área. Da mesma forma que pessoas que não são *designers* podem utilizar a metodologia do *design* para resolver seus próprios desafios em seu ambiente de trabalho. Assim, o *design thinking* é o fundamento crítico que encoraja equipes a colaborar através de seus papéis e levar em consideração o *design* de produto a partir de uma perspectiva holística.

A metodologia de Lean Startup trata a definição do produto mínimo viável (MVP, do Inglês Minimum Viable Product), que significa um produto que já possa ser utilizado/testado gastando o menor tempo o possível. “O primeiro passo é descobrir o problema que precisa ser resolvido e então desenvolver um MVP o mais rápido possível” (RIES, 2011). Este fundamento se baseia no ciclo formado por: medir, construir e aprender. Este ciclo se fundamenta na ideia de que ao lidar com algo pronto, você consome menos tempo, pois só precisa “ajustar”.

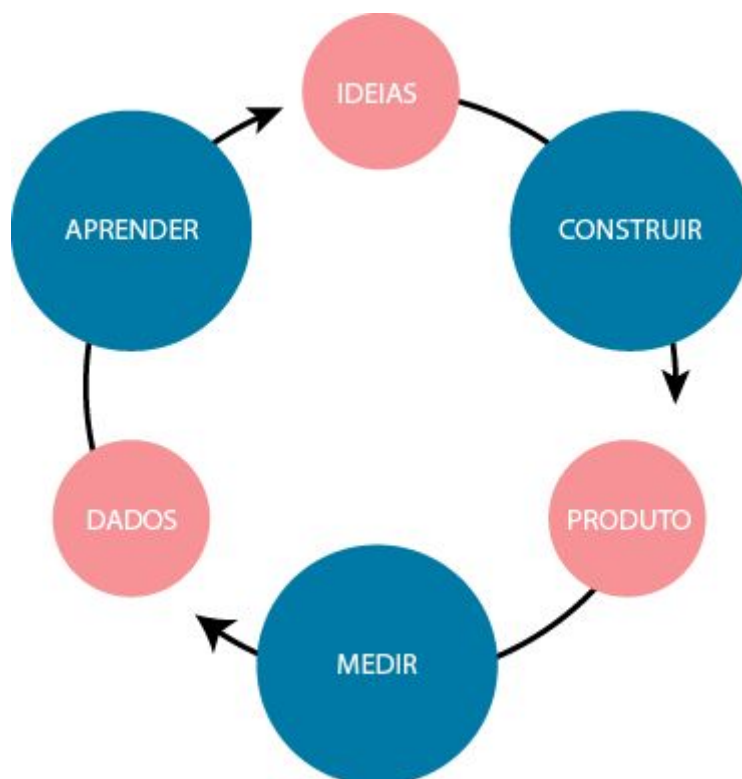


Imagem 3 - Ciclo de Feedback. Fonte: Ries, 2011

1.5.1 Mapa de empatia

Segundo Osterwalder (2011), poucos de nós tem uma equipe completa de cientistas sociais, mas qualquer um que examine um Modelo de Negócios pode rascunhar perfis dos segmentos de clientes atendidos. O mapa de empatia foi uma ferramenta desenvolvida pela companhia de pensamento visual XPLANE, essa ferramenta ajuda a ir além das características demográficas e desenvolver uma melhor compreensão do ambiente, dos seus comportamentos, das suas preocupações e aspirações.

Para utilizar a ferramenta é sugerido que primeiro se faça um *brainstorm* para avaliar todos os possíveis segmentos de clientes que quer atender utilizando seu modelo de negócio. Fazer isso permite desenvolver um Modelo de negócio forte, pois o perfil vai guiar o design para melhores propostas de valor, maneiras mais convenientes de alcançar os clientes, e um diálogo mais apropriado com os mesmos.

No quadro é possível ver 6 perguntas que possuem orientações para como devem ser respondidas. São elas:

O que ela vê? — Descrever o que a cliente vê em seu ambiente.

O que ela escuta? — Descrever como o ambiente influencia a cliente

O que ela realmente pensa e sente? — Tentar desenhar o que acontece na mente da cliente

O que ela diz e faz? — Imaginar o que a cliente pode dizer ou como se comporta em público.

Qual a sua dor? — Pensar em frustrações, obstáculos e riscos que a cliente pode ter.

O que ganha a cliente? — Pensar em quais são os seus sucessos, objetivos e o que ela realmente quer.



Imagem 4 - Mapa da Empatia. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

1.5.2 Canvas da proposta de valor

“A proposta de valor é o motivo ao qual os clientes escolhem uma empresa ou outra. Ela resolve um problema ou satisfaz a necessidade de um consumidor. Cada proposta de valor é um pacote específico que supre as exigências de um Segmento de Clientes específicos” (OSTERWALDER, 2011, p.22). O canvas da proposta de

valor então visa trazer questões que fazem com que as propostas do projeto possam tomar forma.

Seguindo a necessidade de trazer para sala de aula esta proposta, o professor Alessandro Faria adaptou este canvas e trouxe à classe para que os alunos pudessem utilizá-lo como ferramenta. Este canvas torna as propostas de valor visíveis e tangíveis e, assim fáceis de serem discutidas e administradas. “A essência do Design da Proposta de Valor é implantar ferramentas na busca desordenada de propostas de valor desejadas pelos clientes e, mais adiante, mantê-las alinhadas com aquilo que eles querem” (OSTERWALDER, 2014, intro xvi-xv).

A proposta do canvas resume-se em dois elementos centrais: “quem” e “o quê”. Então, através de seis perguntas — adaptadas pelo professor Alessandro Faria — o canvas propõe uma interação e relação de complemento entre o lado que representa o cliente e o lado que representa o produto.

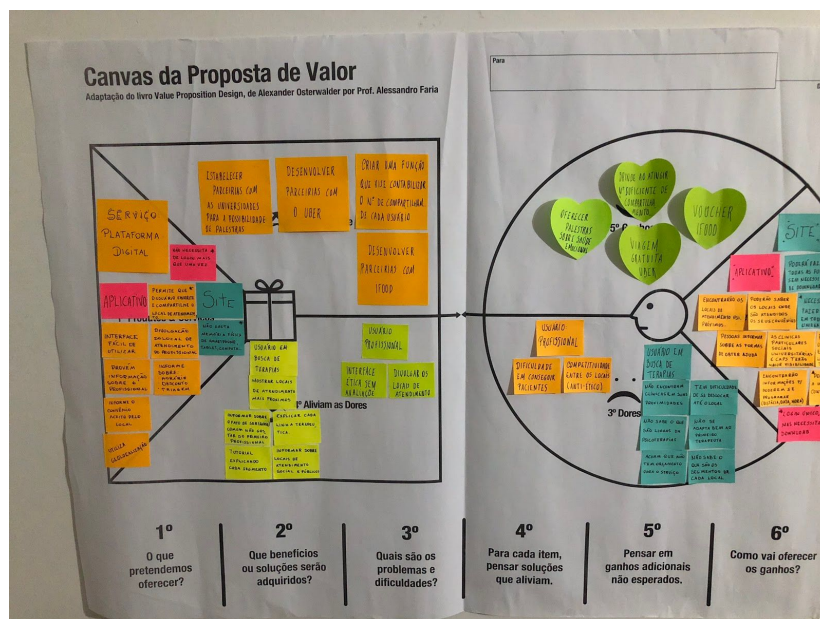


Imagem 5 - Canvas da proposta de valor. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

1.5.3 Project Model Canvas (adaptado)

O *Project model canvas* foi uma das ferramentas sugeridas durante o início do projeto para administrar melhor as demandas deste em relação aos custos, ambiente, tempo e fatores externos. Este recurso foi proposto por José Finocchio Junior, e neste caso foi adaptado por Alessandro Faria, professor da Escola de Belas Artes da UFBA, fazendo algumas alterações que achou pertinente para poder utilizar o canvas com seus alunos durante as suas aulas.

O preenchimento do conteúdo se divide em cinco aspectos que são levados em consideração na criação de um produto, negócio ou serviço. São eles:

1. Por quê? — justificativa, objetivos, benefícios.
2. O quê? — produto, requisitos.
3. Quem? — stakeholders, equipe.
4. Como? — premissas, restrições, entregas,
5. Quando e Quanto? — riscos, custos, prazos.

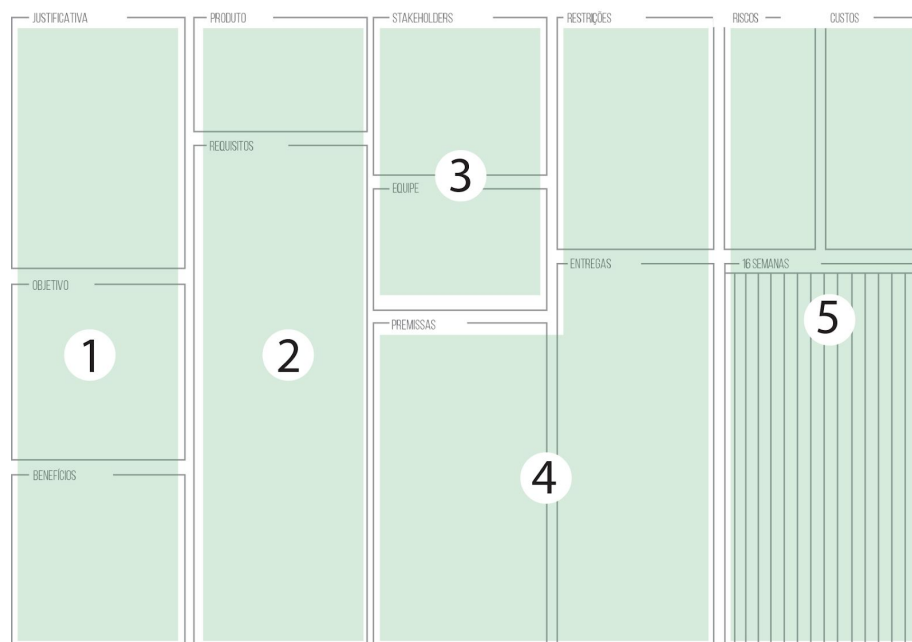


Imagem 6 - Exemplo de PMC, com os setores. (elaborado pelo autor, 2017).

1.5.6 Pesquisa Qualitativa

A pesquisa qualitativa é o método utilizado para identificar o contexto do produto que será oferecido e o público que será utilizado como referência. Ela envolve diversos métodos de pesquisa, como a exploratória, a bibliográfica (que também contempla a pesquisa desk) e entrevistas, visando trazer o máximo de conhecimento sobre os assuntos relacionados ao projeto. Segundo Viana (2012), os estudos relacionados a pesquisa qualitativa servem para criar um compilado de informações para gerar ferramentas que ajudam na construção das soluções.

2.IMERSÃO

Antes de entrar em contato com todas as pesquisas de campo, etnográficas, entrevistas e formulários, havia uma previsão sobre o formato que o projeto tomaria. A hipótese era que seria um sistema de busca, e que possuiria aspectos interessantes observados de outros produtos similares que serão analisados mais a frente. A quem o projeto atenderia estava dentro de uma esfera de pessoas que necessitassem de ajuda psicoterapêutica. Contudo, a forma como isso se deu, partiu da observação da facilidade que sistemas de busca que utilizavam geolocalização tinham em ser úteis para quem estava atrás de um local específico. Assim, a etapa de imersão que se seguirá nos próximos tópicos se baseia na pesquisa qualitativa, que teve a intenção de delimitar, questionar e tomar a decisão sobre como o projeto se comportaria. Ou seja, pensando em quem ele poderia atender e o que de fato ele seria.

2.1 Compreendendo os Aspectos do Projeto

A etapa de pesquisa sobre o contexto relacionado a psicoterapia e os problemas de origem emocional na sociedade, foi o ponto de partida para começar a compreender o que estas pessoas estão demandando. Além disso, conhecer o universo que rodeia as plataformas digitais e quais etapas precisam ser feitas, juntamente com quais formas precisam ser encontradas para se obter um produto dentro deste contexto. Dentro do projeto, foi preciso analisar qual melhor tipo de abordagem seria utilizado para se obter informações das pessoas inseridas nas pesquisas também. E, é imprescindível dizer que esta etapa de acumular conhecimento e informações não necessariamente se encerrou e deu continuidade as outras, e sim que foi um processo de aprendizado e coleta durante todo o processo.

2.1.1 Contexto Social: Sociedade líquida

Para obter a base teórica no sentido de compreender os aspectos que o projeto deveriam abordar, além da indicação de três autores — Zigmund Bauman, Leandro Karnal e Joel Birman — por parte da psicóloga consultora do projeto, foram utilizados para coletar dados: sites de rede social, programas de televisão e algumas matérias relacionadas ao assunto.

O sociólogo Bauman (2015) aponta que a sociedade atual vive em uma relação onde as pessoas não valorizam mais o permanente, e sim o temporário. Estas pessoas buscam demonstrar sua identidade a partir do que elas podem comprar e exibir. Este é o fenômeno chamado modernidade líquida, na qual nada possui uma forma ou solidez por estar em constante mudança, fazendo com que essa inconstância cause insegurança e medo. Ele cita que a população é o foco de preocupação, pois nessa comunidade atual a perspectiva de sustentabilidade das pessoas se modificou. Se antes na sociedade os filhos saíam do sustento de seus pais para fazer além do que eles fizeram, se estabelecendo financeiramente, no período atual mostra que essa nova geração pode se considerar “sortuda” caso consigam manter pelo menos os que os seus pais deixaram. Esta situação faz com que essa pessoas se sintam ansiosas e sentindo medo ininterruptamente.

Com isso, a possibilidade de sair da casa dos pais e seguir a sua própria existência se prolonga em demasia, pois os jovens têm poucos meios para irem embora. Neste particular, a condição da juventude hoje é dramática e real, ao mesmo tempo. Configura-se aqui também uma situação nova, pois se os jovens buscam prolongar os estudos para terem melhores condições de disputa no mercado de trabalho, por um lado, buscam também trabalhar em pequenos empregos, geralmente mal-remunerados, para possibilitar a sobrevivência e saírem então de casa, pelo outro. Por este viés também, a fragilização e a infantilização dos jovens se incrementam mais ainda (BIRMAN, 2005, p.18).

Em uma palestra realizada pelo autor Leandro Karnal, publicada no dia 26 de janeiro de 2016 na plataforma *Youtube*, abordando Bauman e o mesmo tema — a modernidade líquida — o Professor fala sobre como a sociedade anterior ao séc. XXI era feita de certezas, em comparação com a atual que é fluida.

Zigmund Bauman simboliza em seu livro 44 páginas do mundo líquido, um dos seus textos: A sociedade conectada, a sociedade permanentemente ligada a computadores, celulares e tablets. A sociedade que desconhece a noção de individualidade. A sociedade que comunica o almoço. A sociedade que comunica “estou indo jantar”. A sociedade que desconhece a noção de intimidade. A sociedade que esgarçou o conceito de violação da privacidade, não mais como crime, mas como um característica que somos nós os autores dessa violação da privacidade. A sociedade que troca mensagens comunicando tudo, e não vivem mais nada internamente. Esta é a sociedade clássica líquida. E quanto mais jovem se é, mais grave é isso (KARNAL, 2015).

Karnal (2015) discorre sobre a mudança de valores ocorrida após a modernidade líquida, onde estes valores não são mais reconhecidos como determinantes, e a credence de que as informações estão corretas quando estão no meio virtual. As mudanças de comportamento, como a de por conta própria ir pesquisar quais são as informações que podem constar em exame médico antes de consultar o médico, por exemplo. Ele aborda que hoje todas as pessoas são “especialistas”, graças ao google elas tem acesso a informação, contudo, infelizmente, não tem acesso a formação.

Com toda essa mudança em relação aos valores, a sociedade líquida afeta diretamente no campo da ética na sociedade. “O campo da ética é um campo muito complexo, é um campo que começou em vários sentidos na Grécia clássica. A ética racional, quando a grande ética que rege as normas humanas foi estabelecida. Quando pela primeira vez a filosofia se ocupou da ética, já que tradicionalmente a religião se ocupava da moral. E, a pequena ética — a etiqueta — (...) que tem uma origem bonita que é a relação microfísica do poder entre as pessoas. (...) É como não atrapalhar o vizinho, como não perturbar o vizinho. (...) A grande ética social e a pequena ética cotidiana estão em colapso no mundo líquido” (KARNAL, 2015).

De forma geral, Leandro Karnal aborda que as questões éticas são ignoradas por essa sociedade líquida do séc. XXI. Nesta sociedade, aspectos como bem e mal possuem significados e contextos diferentes. O bem muitas vezes é visto como fraqueza, assim como o mal pode ser visto como força. E, dentro deste contexto são explicitadas diversas situações onde a ética não é predominante principalmente nos

brasileiros, que tendem a priorizar apenas o seu bem estar, ignorando regras e mostrando condutas subversivas para com outras pessoas, seja em seu microambiente, ou nas macrorelações de sociedade.

Todas estas questões tem afetado as emoções da sociedade e modificado sua forma de se relacionar. Além do virtualismo estar presente em quase todas as situações, a questão do comportamento social tem contribuído para que as pessoas se sintam cada vez mais emocionalmente prejudicadas. Estas situações que podem partir de uma situação emocional onde o indivíduo não se sinta bem até se agravar em quadros como a depressão, a síndrome do pânico e o transtorno de ansiedade.

Segundo a OMS são 322 milhões de pessoas com depressão em todo o mundo – 4,4% da população e 18% a mais do que há dez anos. Além da depressão, a entidade indica que, ao redor do mundo, 264 milhões de pessoas sofrem com transtornos de ansiedade, uma média de 3,6%. (ESTADÃO, 2017).

Todo esse estudo serviu para levar em consideração a pergunta que a psicóloga consultora havia formulado juntamente a outros psicólogos do seu ambiente de trabalho que era:

“como é que um aplicativo ofertará apoio psicológico numa sociedade que as pessoas necessitam justamente de maior contato pessoal e reforçamento no laço social?”

Essa pergunta foi tomada como uma forma de premissa para o projeto, pois após imergir no contexto pesquisado, fez-se necessário pensar em como esse projeto poderia funcionar sem reter necessariamente o usuário nele, mas permitindo que ele apenas encontrar uma forma de buscar o que ele precisava nos momentos que achasse necessário, desvincilhando-se de aspectos como redes sociais, por exemplo.

2.1.2 Aprendendo sobre UX e aplicando Lean UX

Ux é um termo usado frequentemente para sintetizar toda a experiência com um produto de software. Ele não engloba somente as funcionalidade, mas também o quanto um aplicativo é cativante e agradável de ser usado. A UX de um aplicativo é maior que a soma de suas partes (Lowdermilk, 2013, p.26). Segundo Noman (2016), experiência de usuário não é apenas lidar com *websites* e aplicativos e sim a forma como você experiencia um serviço de maneira geral, partindo da experiência de abrir uma caixa com um computador (daqueles modelos antigos), e ficar receoso sobre sua capacidade de monta-lo, até a experiência de lidar com um aplicativo ou sistema operacional.

A maioria das pessoas acredita que User Experience é somente encontrar a melhor solução para os seus usuários – mas não é. UX se trata sobre definir o problema que precisa ser resolvido (o porquê), definir para quem esse problema precisa ser resolvido (o quem), e definir o caminho que deve ser percorrido para resolvê-lo (o como). (TEIXEIRA, 2015, p. 24).

A experiência de usuário é o termo designado para tratar das questões que visam otimizar a interação entre um serviço e seus usuários. Este conceito engloba alguns aspectos de outras disciplinas como de arquitetura da informação, desenho industrial, psicologia, aspectos ligados à ergonomia e design de serviço. “UX designers trabalham para construir produtos que sejam fáceis de usar (a tal usabilidade), reduzindo a fricção e permitindo que os usuários completem a tarefa desejada em menos tempo, com menos ruído e obstáculos” (TEIXEIRA, 2015, p.26)



Imagem 6 - O que a experiência de usuário propõe. Fonte:) ANDERSON, 2011 adaptado por TEIXEIRA 2015, p. 25

O estudo dentro da experiência de usuário se fez importante não somente para a aquisição de conteúdo, mas também entender o método de construção de um uma plataforma online e quais eram os passos que deveriam ser tomados até a finalização deste. E, apesar da construção de uma plataforma online possuir diversos entregáveis, não necessariamente isto é capaz de validar a necessidade da construção destes. Por isso, existem outros métodos que compreendem em focar mais na criação do produto e torná-lo melhor conforme exista feedback dos usuários. Segundo Gothelf, o método Lean UX visa criar exatamente este produto — chamado de MVP — para poder testa-lo o mais rápido possível e assim oferecer soluções mais assertivas.

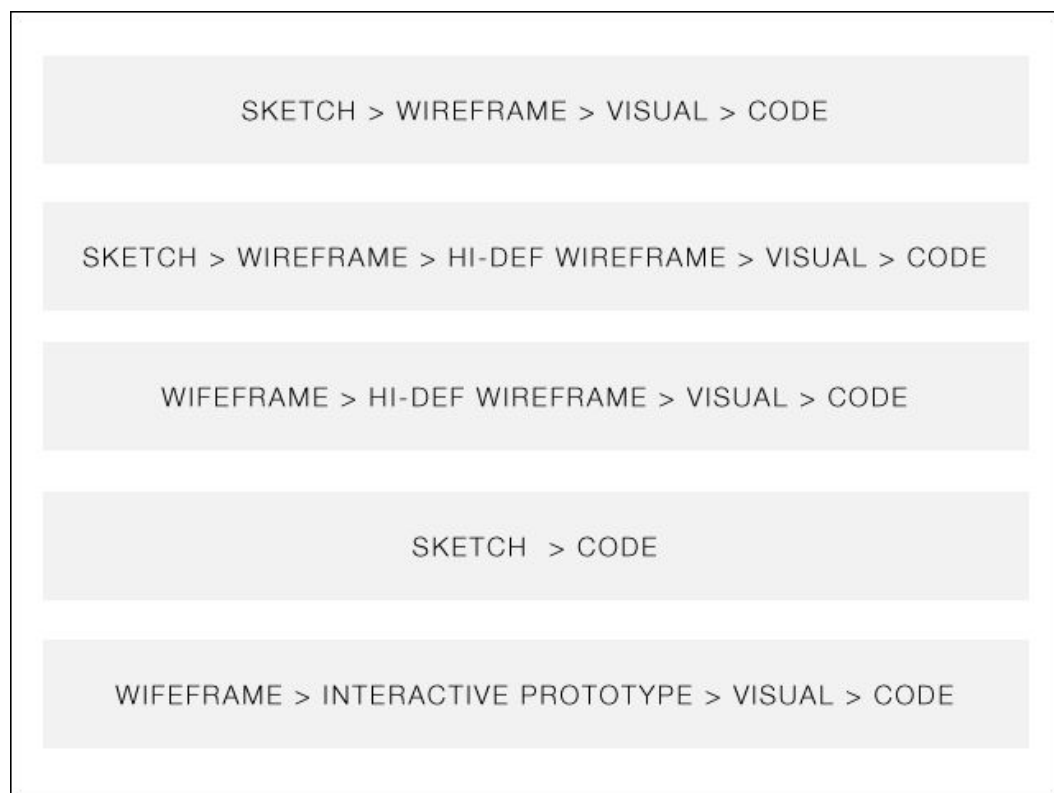


Imagem 7 - Diagrama com processos para construção de uma plataforma online. Fonte: LIM, 2012.

É possível chegar ao produto final de diversas formas, passando por diversas etapas, ou até mesmo indo direto ao ponto. Para o presente projeto, era importante estabelecer quais etapas o designer poderia desenvolver mostrando como o projeto

foi construído e como se chegou aos resultados. Teixeira (2015), por exemplo, cita 21 etapas como entregáveis para a execução de um projeto, que dentro da perspectiva do período de um projeto experimental seria inviável de se executar por questões de tempo e ausência de um grupo de pessoas (equipe) desenvolvendo cada projeto. Além disso, entender o universo da experiência de usuário visou entender a forma como este *UX Designer* pensa diante de problemas e quais soluções este profissional visa trazer.

2.1.3 Utilizando a Empatia

A empatia - capacidade de colocar-se no local do outro - é não somente uma característica ou traço, mas sim “o poder tanto de transformar nossas vidas quanto de promover profundas mudanças sociais” (KRZNARIC, 2014, p. 14, tradução Maria Luiza Borges). Este poder se tornou a ferramenta principal para o desenvolvimento de produtos que visariam atender o mais diversificado público ao longo dos anos, concebendo que a proposta de valor que está centrada no produto final está totalmente concebida no processo de interagir e perceber os interesses e as dores do usuário final do produto.

A designer Patrícia Moore levou a fundo o sentido da palavra empatia no processo de imersão de um projeto de design. Em 1979, sendo designer da empresa Raymond Loewy, situada em Nova York, em uma extensa equipe que se destinava a desenvolver uma geladeira, Patrícia sugeriu se não deveriam pensar em um tipo de porta que visasse ser de fácil manuseio para alguém que possuísse inflamação nas articulações, por exemplo. E, após perceber o desdém dos seus colegas, tomou a atitude que achou ser essencial para o projeto: “descobrir como era ser uma mulher de 85 anos”(KRZNARIC, 2014, p. 12, tradução Maria Luiza Borges). E assim ela se personificou.

Aplicou sobre o rosto camadas de látex que a fizeram parecer velha e enrugada, usou óculos velados que lhe borravam a visão, obstruiu os ouvidos

de modo a não poder ouvir bem, colocou suspensórios e enrolou bandagens em volta do torso para ficar encurvada, prendeu nos braços e pernas talas que a impediam de flexionar seus membros e arrematou o disfarce com sapatos desiguais que a obrigavam a ter um andar trôpego e precisar de uma bengala (KRZNARIC, 2014, p. 11, tradução Maria Luiza Borges)



Patricia Moore, quando jovem, em seus vinte anos, e transformada em uma senhora de 85 anos.



Imagem 8 - Patricia Moore em imersão no projeto. Fonte: KRZNARIC, 2014, p. 11, (adaptado pelo autor, 2017).

A forma como a designer encontrou para poder imergir no contexto dos seus usuários pode parecer peculiar, mas são ideias que parecem absurdas e trabalhosas como esta, é que conseguem perceber os detalhes que o designer procura. Ao relacionar com este projeto, por exemplo, onde existe um usuário que demonstra desconforto relacionado a outras áreas além de design, como a psicoterapia, é preciso imergir o suficiente para a partir do contexto e das histórias destes, poder encontrar finalmente as soluções de design que possam vir a lhes ajudar. A empatia neste caso se tornou a melhor solução para conhecer o universo deste grupo de

pessoas que estão buscando ajuda psicoterápica, já que era necessário quase que inevitavelmente ouvir seu contexto, mas sabendo posicionar o foco para a área de design.

2.1.4 O Googlemaps pode te mostrar

O serviço de mapeamento do google maps é uma poderosa ferramenta que tem a intenção de desenvolver a cartografia dos locais majoritariamente habitados pelos seres humanos. É possível obter este serviço em plataformas online como aplicações e sites. Dentro deste sistema é possível obter informações sobre locais, endereços, visão das ruas, criação de mapas personalizados, rotas, entre outros.

Em se tratando de ajudar a encontrar locais, deslocar-se e ter uma compreensão espacial relacionada ao tempo, o recurso da geolocalização pode ser uma solução primorosa para lidar com estas situações. E, em se tratando deste assunto, a Google oferece a ferramenta com este produto “já pronto” para adaptar as suas aplicações. o Google maps oferece direções úteis, informação de tráfego em tempo real e informações sobre empresas para milhões de pessoas (Google, 2017).

No caso deste projeto, onde se destina a localizar paciente e profissional, é de total importância o fornecimento desta ferramenta da Google, pois ela tem exatamente a função de fornecer informações espaciais que permitem que o usuário tenha um maior controle sobre o território, fazendo com que a tarefa de buscar algo em suas redondezas não seja uma tarefa tão desgastante.

Ademais, durante a fase de análise de similares, é possível compreender o potencial que esta ferramenta do *google* pode proporcionar, fazendo com que diversos serviços para variados tipos de profissões, por exemplo, possam usufruir de um benefício básico de poder localizar, medir deslocamentos, trânsito e rotas e tudo através de uma interface.

2.2 Entrevista com o Profissional

A questão da dificuldade em procurar ajuda poderia ter diversos tipos de resposta, a partir de quem fosse perguntado e explicasse todo o seu problema. Então, busquei orientação através de um profissional, marcando a primeira entrevista (de muitas outras que viriam), com a psicóloga Olga Amazonas. A ideia era de unir o profissional de psicologia juntamente com um profissional de design para discutir o que poderiam ser estas dificuldades, e tentar compreender quem seriam estas pessoas e começar a delimitar o público.

A entrevista é um método que procura, em uma conversa com o entrevistado, obter informações através de perguntas, cartões de evocação cultural, dentre outras técnicas. As informações buscadas permeiam o assunto pesquisado e os temas centrais da vida dos entrevistados (VIANA, 2012, p. 24).

Durante as entrevistas com a psicóloga, foi percebido que o público a ser atingido pelo projeto seria aquele que faz sessões de terapia no consultório. A profissional descreveu que seriam pessoas que certamente teriam a capacidade e cognição para utilizar o aplicativo, sendo o público mais restrito a pessoas com problema de origem emocional. Isso pois durante a exposição do problema, ela situou que o que seria mais comum é que pessoas que tenham o costume de utilizar aplicativos e redes sociais seriam o público mais frequente. Possivelmente, pessoas que sofrem de ansiedade, pessoas que sofrem de uma grande tristeza, *bordeliners* e depressivos poderiam ser os casos “clínicos” mais frequentes.

Assim, foram traçados três tipos de personas que seriam guias ou proto-personas para sustentar a teoria que a profissional havia citado.

PERSONAS



Imagem 8 - Ilustração das personas. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

Quem	Eduardo
Idade	14
Profissão	Estudante Colegial
Sintomas	<p>Passa a maioria do tempo trancado no quarto;</p> <p>Evita se relacionar e falar com as pessoas;</p> <p>Apesar de não ter dificuldade para aprender, tem baixo rendimento escolar;</p> <p>Prefere se comunicar por escrita, através de aplicativos e sites de relacionamentos;</p> <p>Se sente muito sozinho, inseguro e oprimido;</p> <p>Não tem muitos amigos na sua escola.</p> <p>Sofre bullying na sua escola.</p>

Tabela 1 - Proto-persona Eduardo. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Quem	Rafaela
Idade	20
Profissão	Estudante Universitário
Sintomas	<p>Ansiosa a maioria do tempo; Se automedica em diversas circunstâncias</p> <p>Utiliza diversos métodos contraceptivos ao mesmo tempo por medo de engravidar;</p> <p>Perde noites pois não consegue se acalmar para dormir em período de provas;</p> <p>Não fica tranquila após ter relações sexuais, por medo de engravidar;</p> <p>Sempre compra testes de gravidez;</p>

Tabela 2 Proto-persona Rafaela. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Quem	Maria
Idade	16
Profissão	Estudante Colegial
Sintomas	<p>Corta-se (automutilação de típico borderline);</p> <p>Tentativas de suicídio; Ideação suicida;</p> <p>Pensamentos de autodepreciação;</p>

Tabela 3 - Proto-persona Maria. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Ao final das entrevistas com a psicóloga, algumas premissas foram estabelecidas após alguns questionamentos sobre alguns efeitos que o app poderiam sugerir, e que talvez não fossem totalmente benéficos aos seus usuários. Assim, foi acordado que o app não seria utilizado como rede social, nem como veículo para comunicação entre os usuários que estão buscando ajuda. A finalidade do aplicativo seria um meio de encontrar ajuda física, e a partir daí iniciar o tratamento. E que o maior foco, inevitavelmente, seriam os jovens por estarem mais interessados em relação a plataformas online.

Pode-se dizer então que existe na atualidade um alongamento da adolescência, que começa hoje bem mais cedo do que outrora e que se prolonga também bastante, no campo que se denominava antigamente de idade adulta. No que se refere à tradição brasileira, considerando a sua inscrição na cultura urbana, a que vou me voltar principalmente aqui, este alongamento me parece evidente (BIRMAN, 2006, p.2)

Dando segmento ao trabalho, a consultoria com a psicóloga ainda se fez presente, e será mostrado mais a frente em relação às decisões do projeto.

2.3 Entrevistas com Pacientes

O processo de entrevistas com pessoas que praticam terapia funcionou como forma de verificar se o perfil traçado juntamente com a psicóloga era verdadeiro. Então, procurei pessoas que se identificavam nestes tipos de perfis para poder saber um pouco da sua história com a terapia, sua motivação em buscar ajuda e suas insatisfações. Durante as entrevistas, o cunho emocional era muito forte, então o uso da empatia foi bastante presente para poder colher as informações importantes sobre design. Pois segundo Krznaric (2014) faz parte do processo de empatia as aventuras experienciais, explorando vidas e culturas diferentes das nossas por meio de imersão direta, viagem empática e cooperação social.

As conversas foram com quatro pessoas que preferiram não se identificar e, que: já tinham iniciado algum tipo de tratamento e descontinuado; estavam em tratamento;

tinham receio em começar o tratamento; sentiam vontade mas ainda não achavam a tarefa de buscar o profissional algo simples.

Como as entrevistas foram muito pessoais e com diversas interferências, e não necessariamente de pessoa em pessoa, serão citadas algumas falas importantes que possam ser utilizadas como base para identificar algumas questões. Estas que influenciam não de forma emocional, mas de forma prática na dificuldade em procurar ajuda psicoterapêutica.

Aqui seguem alguns depoimentos de alguns dos entrevistados:

Comecei a terapia aos 17 pois minha mãe disse que eu estava muito distante da família. Fiz 6 meses de tratamento. Aos 19 anos após eu ir a uma consulta no psiquiatra, ele me recomendou que procurasse terapia novamente, pois eu estava apresentando sintomas de de pré-depressão. A motivação de ir ao psiquiatra era por conta de estar com pensamentos suicidas e de sentir uma grande angústia (ENTREVISTADO 1, 2017).

O entrevistado, pela experiência que contou, parecia ainda não ter consciência de como funcionava o tratamento pela primeira vez. Para um adolescente é muito mais complicado falar das suas questões e ter consciência do tratamento, do que é necessário ou não para chegar até lá. Foi importante ter consciência que o caminho da recomendação e do apoio dos pais ao mesmo tempo que impulsionaram o jovem a se tratar, pode ao mesmo tempo ter alguma interferência na busca pelo tratamento. Este ponto é relevante para o projeto para saber como seria a forma ideal de recomendar algum tipo de terapia a alguém que necessite.

Eu me considero meio assexuada, e por isso acho que deveria procurar terapia pra ver se é isso mesmo. Inclusive, foi o motivo para terminar o meu relacionamento. Foi o meu limite. E acho que já deveria ter ido buscar ajuda há muito tempo. Mas ainda não fui buscar por questão mesmo de comodidade. Estar na minha zona de conforto. Me sinto mais aliviada em não namorar para não precisar fazer sexo. Após eu ir a uma sexóloga, ela disse que não estava apta para lidar com meu problema. Desde então resolvi não ir mais em outro local (Entrevistado 2, 2017).

No caso do segundo depoimento, além de haver uma questão onde era visível que haveria a necessidade de profissional, fez-se uma referência ao que seria a uma “zona de conforto”, termo que define uma situação onde é mais fácil ignorar um

problema que incomoda, do que dedicar a findar o problema procurando outro profissional. Nesse caso, o depoimento mostrou que seria interessante haver mais informação disponível sobre os tratamentos de forma facilitada.

É século XXI e as pessoas ainda acham que fazer terapia é coisa de louco, só que não é (Entrevistado 2, 2017).

Esta é uma afirmação que é muito popular ainda entre as pessoas sem conhecimento. As pessoas associam tratamentos psicoterapêuticos a doenças mentais, ou até mesmo na a crença que estes tratamentos podem causar algum tipo de doença mental. É necessário fornecer mais conhecimento sobre as práticas desta terapia e evidenciar os seus benefícios.

A minha família vê como um desperdício o gasto que eu tenho com terapia. Ele acha que o que eu tenho, o desânimo que eu sinto é falta de ir para igreja. E até poderia ser por um tempo, mas agora não funciona mais. (...) Eu acho que se eu não fizesse terapia, eu estaria muito mal, doente fisicamente. Acabaria perdendo o semestre, perdendo aula. Todo mundo quer uma perspectiva de mudança, você não precisa dizer que mudou, mas pelo menos mostrar que está tentando mudar (Entrevistado 3, 2017)

Neste caso, é importante citar que além da questão financeira influenciar na perspectiva de tratamento, a falta de apoio da família também pode fazer com que a pessoa deixe de se cuidar, mesmo nesse caso onde estas questões emocionais acabam levando a pessoa a manifestar algumas doenças físicas por conta destas questões. É preciso haver maior conhecimento sobre tratamentos acessíveis financeiramente, ou serviços públicos.

Se eu não estivesse fazendo terapia, eu estaria no mesmo lugar de sempre, fazendo tendo o mesmo comportamento compulsivo obsessivo de sempre. Eu estaria na mesma bolha que eu criei pra mim. Estaria ainda fazendo bastante (cortando-se). Eu comecei a fazer isso tem um tempo, e utilizava como forma de me punir pois eu não me achava bom o suficiente. Só que isso voltou depois de um tempo de forma mais intensa. Era como um vício, era como tomar banho. E sempre no mesmo lugar. E sempre dizendo aos outros que estava tudo bem (Entrevistado 4, 2017).

O entrevistado 4 necessita de tratamento contínuo, pois apresenta uma manifestação mais grave em relação ao seu estado emocional. É significativo mencionar que em algumas situações o início de tratamento de forma precoce pode

prevenir o agravamento destas situações. É importante mais uma vez priorizar a educação em relação às práticas psicoterapêuticas.

Assim, da perspectiva dos depoimentos, em se tratando de problemas pessoais, foram-se coletados alguns pontos que poderiam ser interessantes para visualização do ponto de vista de um designer. E, tentando sistematizar as informações e o contexto dos entrevistados, pode-se notar alguns elementos que eram considerados importantes em relação ao processo de busca de um profissional.

- a. Ser um processo que não cause tanto incomodo
- b. Custo e benefício
- c. Encontrar alguém que compreenda melhor o seu problema de forma mais eficaz.
- d. Informação sobre os processos

Ainda durante os registros, em alguns momentos fora da gravação foram citadas algumas informações importantes em relação a logística, como por exemplo, o fato de um dos entrevistados necessitar de dois transportes públicos para chegar ao consultório onde iria ser atendido. Além da descoberta do que são “clínicas sociais”, que serão abordadas mais a frente. Conjuntamente, é necessário dizer que a identidade dos entrevistados será mantida em sigilo por conta da exposição das questões íntimas de suas vidas, mas que o perfil dos entrevistados encontra-se no anexo deste memorial.

2.4 Coletando dados

2.4.1 Formulário Online

Durante a fase de pesquisa um formulário online do *google forms* foi gerado com o intuito de coletar informações sobre que o que as pessoas pensavam em relação a receber tratamento psicoterapêutico, as dificuldades de acesso a esse tipo de tratamento, e também sua relação entre as plataformas online: sites e aplicativos. A forma de divulgação do formulário se ocorreu através do compartilhamento da página pessoal do *facebook* do autor, além de compartilhamentos em comunidades

do mesmo site, e de compartilhamentos pelo aplicativo *WhatsApp*. Cento e onze pessoas responderam o formulário, no período de uma semana, ajudando a fazer algumas pontuações sobre o que o público em massa queria dizer.

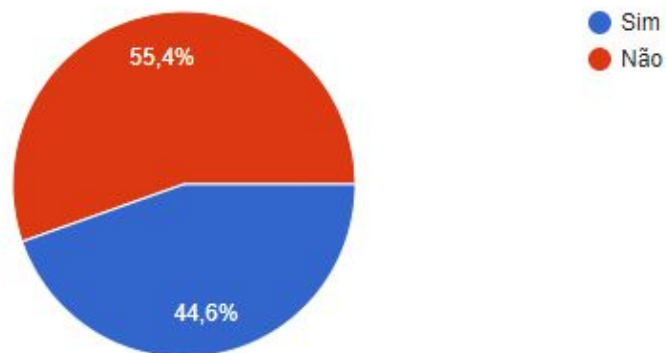


Imagem 10 - Divulgação no site Facebook. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Na pesquisa, a maioria do público se encontrava entre dezoito e vinte e cinco anos. O resultado também mostrou que a maioria dos participantes haviam feito terapia, e que quase a metade destas pessoas que fizeram terapia tiveram dificuldade em encontrar um local para receber atendimento.

Você teve dificuldade em encontrar um local para receber ajuda psicoterapêutica?

65 respostas



Você faz terapia/já fez?

111 respostas

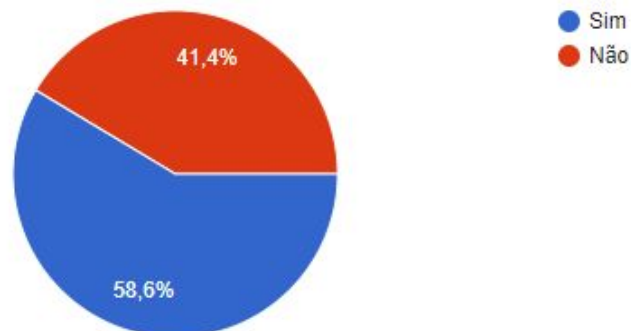


Imagem 11 - Gráficos da formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Algumas das perguntas foram elaboradas para demonstrar as dificuldades que os participantes previam que poderiam encontrar caso fossem buscar este tipo de assistência. O intuito da pesquisa também era perceber qual era a forma mais comum de buscar ajuda psicoterápica. No questionário, as perguntas eram de múltipla escolha e as opções foram sugeridas com base nos dados coletados nas entrevistas com os pacientes.

- Dificuldade em se deslocar para o local (Ex: Longe de casa ou trabalho; difícil acesso, etc.)
- Orçamento inviável
- Horários incompatíveis
- Encontrar um profissional que se adapte
- Aceite convênio (Plano de saúde)
- Para mim, o importante é ter referência do profissional
- Atendimento em rede pública, até mesmo pelo serviço médico universitário da ufba

Qual/Quais tipo(s) de dificuldade(s) você encontrou/acha que encontraria ao buscar ajuda psicoterapêutica?(Marque quantas opções achar necessário)

106 respostas

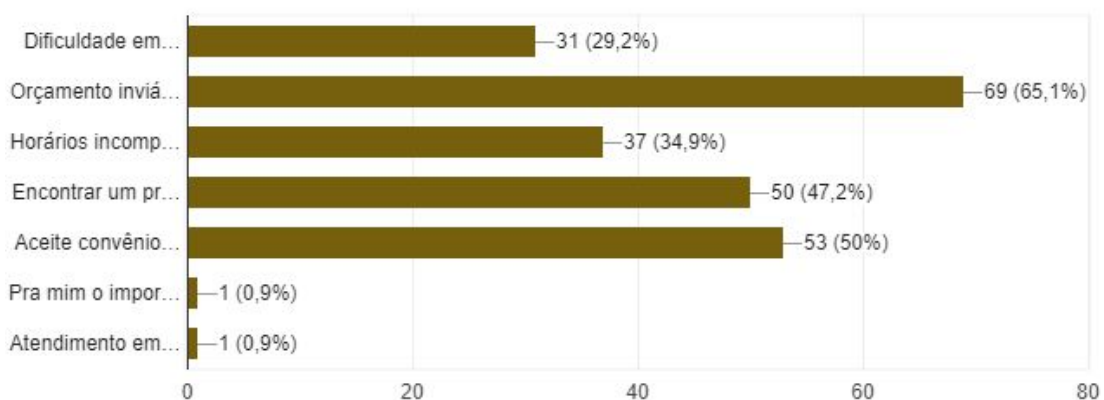


Imagem 11 - Gráficos do formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

- Site de busca
- Recomendação de Alguém
- Manual do Plano de Saúde
- Facebook
- Para mim, o importante é a referência do profissional.
- Buscaria pela especialidade do profissional
- Procurei nas redes públicas

Se você estivesse buscando ajuda psicoterapêutica, como você buscaria?

111 respostas

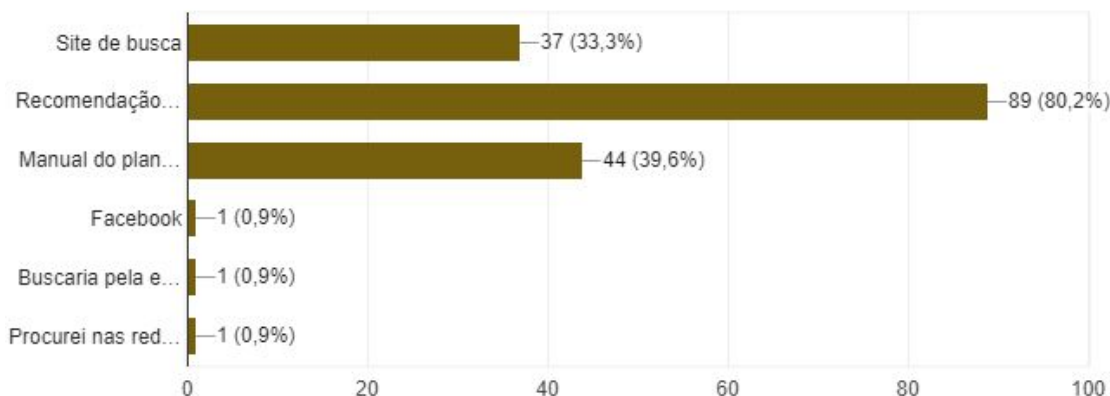
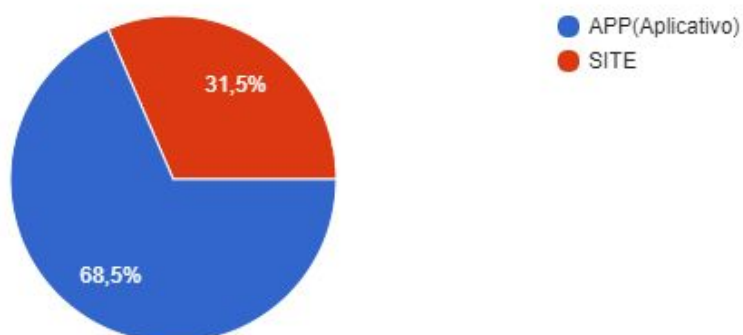


Imagem 12 - Gráficos do formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

E a etapa concluinte desta pesquisa visou compreender o que o público respondeu em relação ao uso de plataformas online como sites e aplicativos e, caso fosse desenvolvido uma plataforma que tivesse a intenção de facilitar essa busca por ajuda, qual seria a melhor opção entre site e aplicativo.

Qual tipo de plataforma online você prefere/preferiria utilizar para fazer suas tarefas diárias?

111 respostas



Você gostaria mais de um APP ou um SITE para encontrar um local de atendimento psicoterapêutico mais próximo de você?

111 respostas



Imagem 13 - Gráficos do formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Ao que indica os resultados, a maioria dos participantes preferem ter um aplicativo para executar suas tarefas. Contudo, quanto ao fato da melhor forma de se obter uma plataforma que ajude a encontrar locais de atendimento psicoterapêuticos, os participantes tiveram quase um empate, demonstrando que nesta situação havia afinidade entre as duas opções de plataforma.

2.4.2 Pesquisa de Campo

Após coletar informações diretamente da psicóloga, dos pacientes e da comunidade em geral através da internet, era importante saber também o que os estudantes de psicologia e os outros profissionais da área tinham para contribuir. Segundo Vianna (2012), para fazer uma pesquisa de campo a equipe sai às ruas para observar e interagir com pessoas envolvidas no contexto do projeto. Procurando por locais relevantes para o entendimento do assunto trabalhado e usuários do produto/serviço. No primeiro momento, foram apenas conversas com profissionais da área de psicologia e pessoas comuns, sem perguntar diretamente o propósito. Entre a preferência deles entre sites e aplicativos, muitos diziam utilizar mais aplicativos e gostar disso, mesmo que precisasse apagar algum outro *app* por conta

da memória cheia do seu *smartphone*. Além disso, ao questionar sobre a existência de um aplicativo ou um site que pudesse facilitar a busca por um lugar para ser atendido, a resposta foi sempre bem recebida, acrescentando sempre informações que poderiam ser pertinentes estarem presentes nessa plataforma.

Então, dando seguimento para finalizar a parte de pesquisa de campo, foram feitas entrevistas com os estudantes de psicologia no campus da UFBA de São Lázaro durante o período da manhã do dia 19 de dezembro de 2017. As entrevistas foram realizadas através a utilização de um formulário que tinha o intuito de compreender o que os estudantes de psicologia achavam sobre a facilidade de divulgar seu trabalho, sobre os métodos de divulgação mais eficientes e caso ele se interessaria em prestar um serviço social.



Imagem 14 - Entrevistando e aplicando formulários. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Dentro do campus as entrevistas e formulários foram executadas com pessoas que cursam os primeiros semestres e os estudantes que estão em conclusão de curso. Dos entrevistados, aproximadamente 60% eram novatos e 40% já estavam na metade ou concluindo o curso. É importante dizer que a maioria dos novatos tinham uma impressão de que divulgar seu local de trabalho era algo muito simples. Também foram deixados alguns formulários em uma clínica de psicologia. No total foram 38 questionários respondidos.

Você é

38 respostas

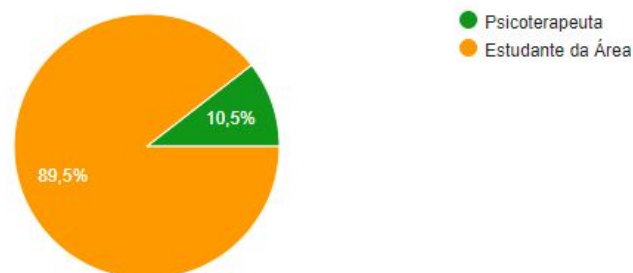
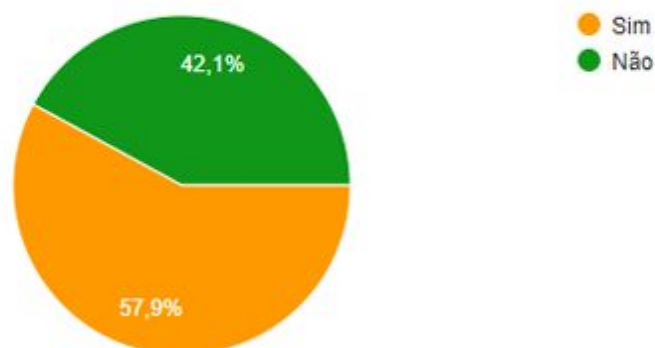


Imagem 15 - Gráficos do formulário físico. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Em relação a montar um consultório/espço de atendimento, você consideraria que as pessoas que buscam terapia teriam facilidade de encontrar seu local de atendimento?

38 respostas



Gráficos do formulário físico. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Você teria interesse de inscrever seu consultório em um APP ou SITE que o geolocalize em relação as pessoas que buscam ajuda?

37 respostas

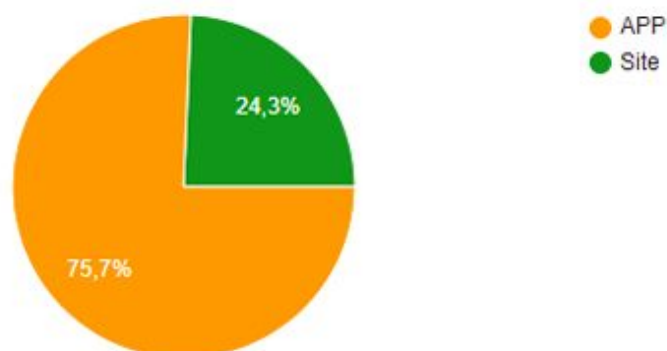


Imagem 16 - Gráficos do formulário físico. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Apesar do formulário buscar interagir com a forma de pensar futura — no caso dos estudantes — ele tinha a intenção de provocar quais ideias e sugestões estes que estavam em formação poderiam ter, pois essa aproximação com os usuários finais e atores do contexto fornecem um maior conhecimento de suas demandas e necessidades latentes, processo esse que possibilita a elaboração de um protocolo de pesquisa mais assertivo (VIANA, 2012, P.28). Ao final do processo, algumas informações que seriam importantes estarem na plataforma foram sugeridas por profissionais, estudante e uma professora da área. Por exemplo, informar se o local necessita de triagem; incluir todas as clínicas de universidades e unidades de atendimento público; se há algum desconto para estudantes; entre outros que serão demonstrados mais a frente.

2.5 Análise de similares

A análise de similares, mesmo que de forma superficial, foi um dos primeiros passos do projeto, pois foi através da observação do comportamento e da interface de alguns aplicativos que surgiu o insight de como o projeto seria. Estas plataformas

onlines que utilizavam o serviço do *google maps* — fundado por Jens Eilstrup Rasmussen e Lars Rasmussen — para encontrar lugares específicos pareciam, do ponto de vista do autor, formidáveis para ter uma noção espacial de tempo de deslocamento entre um local e outro, ou até mesmo se o local se encontra em uma zona ao qual seria mais confortável para transitar ou vivenciar. Dos apps que serão analisados, o Doctoralia, por exemplo, foi o último a ser descoberto, apesar de possuir a mecânica mais parecida com a do projeto, pois também é um serviço relacionado a profissionais da área de saúde. Os outros foram *app's* de mobilidade pública, serviço de taxi particular e busca de imóveis, como serão vistos a seguir.

Para analisar de forma mais adequada, foi utilizado o método de análise de *swot* que foi sugerido por Albert Humphrey ao conduzir um projeto na Universidade de Stanford entre a década de 60 e 70. A meta era identificar por que os planejamentos corporativos tinham falhado (HOFRICHTER, 2017, Locais do Kindle 18-20). O nome “*swot*” se refere a 4 palavras da língua inglesa que são *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* e *threats*, que significam forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Baxter sugere que este tipo de análise deve ser feita preferencialmente em grupo onde os integrantes tenham cargos e diferentes oportunidades. Se isso não for possível, pode ser feito por uma única pessoa que conheça bem a empresa (BAXTER, 2000, p. 111). Este método será aplicado de modo a analisar a interface dos aplicativos, compreendendo sua mecânica, ferramentas e comportamentos.

2.5.1 Doctoralia

O site Doctoralia, por exemplo, é uma plataforma que busca para o usuário profissionais da área de saúde, informando seu local de atendimento, marcação de consulta, convênios aceitos, especialidade médica, e as vezes, o perfil do próprio profissional. Além disso, a plataforma permite o usuário avaliar os profissionais e deixar comentários para estes, o que pode permitir a exposição da qualidade do seu trabalho na plataforma. Da mesma forma que é possível fazer perguntas aos profissionais da área sobre assuntos relacionados. Ou seja, diversas funções são

encontradas para tratar de todos os profissionais da área de saúde, muitas vezes trazendo um caráter de rede social, onde a criação de perfis colocam paciente e profissional “frente-a-frente”.



Imagem 17 - Tela inicial do site. Fonte: Site Doctorália

A empresa também criou um aplicativo com a finalidade de utilizar a geolocalização para procurar os profissionais que se encontram ao redor do usuário. O aplicativo possui poucas funções. Uma interface com apenas uma barra fixa de funções na parte inferior da tela, contendo os ícones de alvo (usado para geolocalização através do *google maps*), busca, favoritos, calendário e configurações. Na primeira tela é possível ver o mapa mostrando os locais onde os profissionais atendem, e suas poucas opções de filtro, contendo apenas a opção de especialidade do profissional e os convênios médicos. É possível duas formas de existência do registro no mapa com a localização, sendo eles apenas a clínica, e no outro caso o próprio profissional. Na aba do profissional é possível ver especialidade, contato, endereço e foto. Já na aba do clínica, mostra as as mesmas informações anteriores com a adição dos profissionais que atendem.

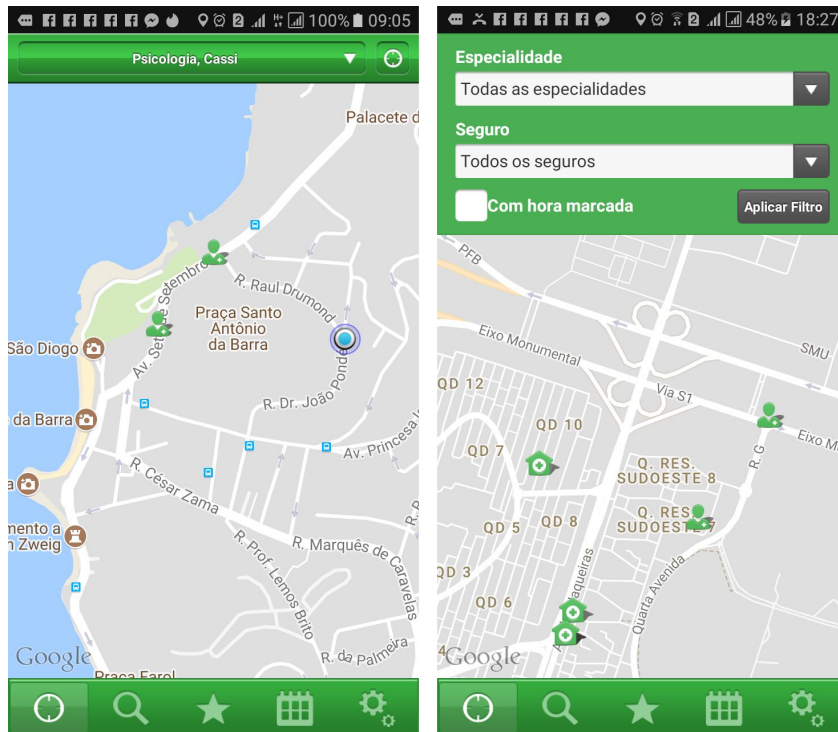


Imagem 18 - Tela de mapa e filtros. Fonte App Doctoralia

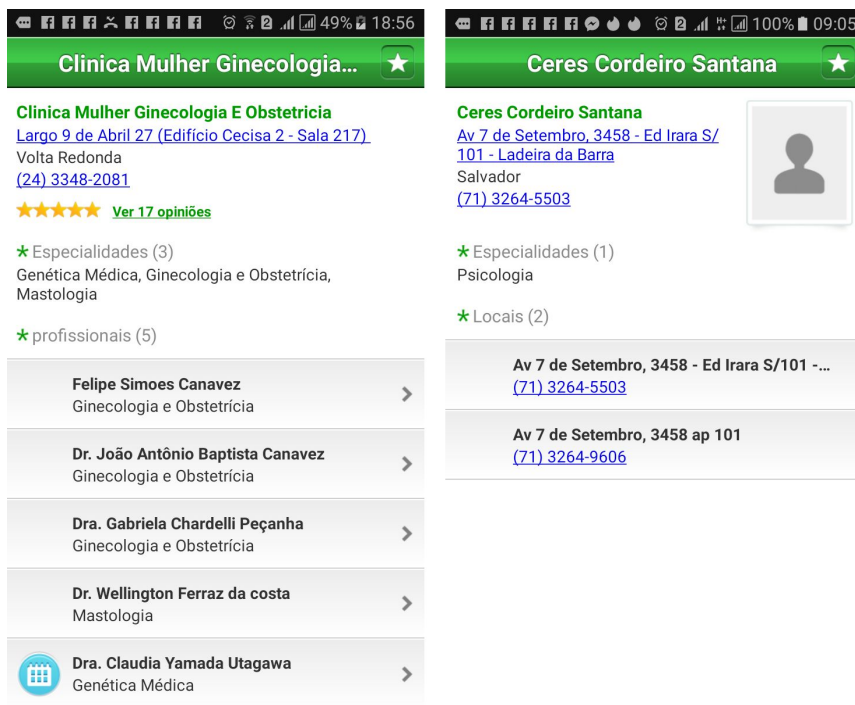


Imagem 19 - Tela da clínica e do profissional. Fonte App Doctoralia

As próximas abas são as de busca, favoritos, consultas agendadas e configurações. Na aba de busca é possível procurar tanto pela especialidade do profissional, como pelo nome e região onde há a preferência de atendimento. Na aba seguinte, é possível ver as clínicas e profissionais que o usuário marcou como favorito na aba de favoritos. Na aba de hora marcada é possível ver os profissionais que o usuário marcou horário, apesar de não mostrar nenhuma opção de marcação de horário na interface dos profissionais. E, por último, existe a aba de configurações onde pode-se gerar uma conta de forma muito básica, com apenas email ou número, e senha.

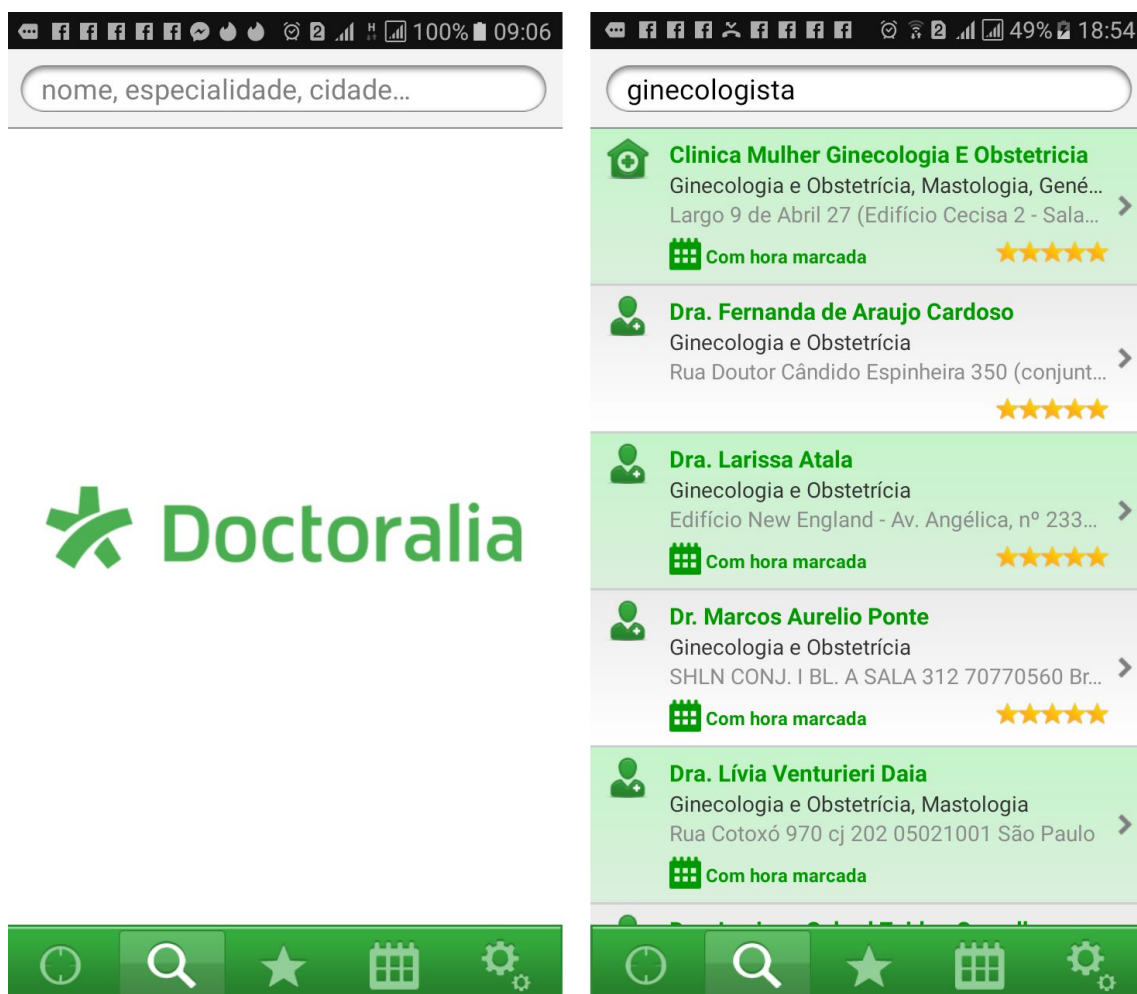


Imagem 20 - Telas de busca. Fonte: Doctoralia App

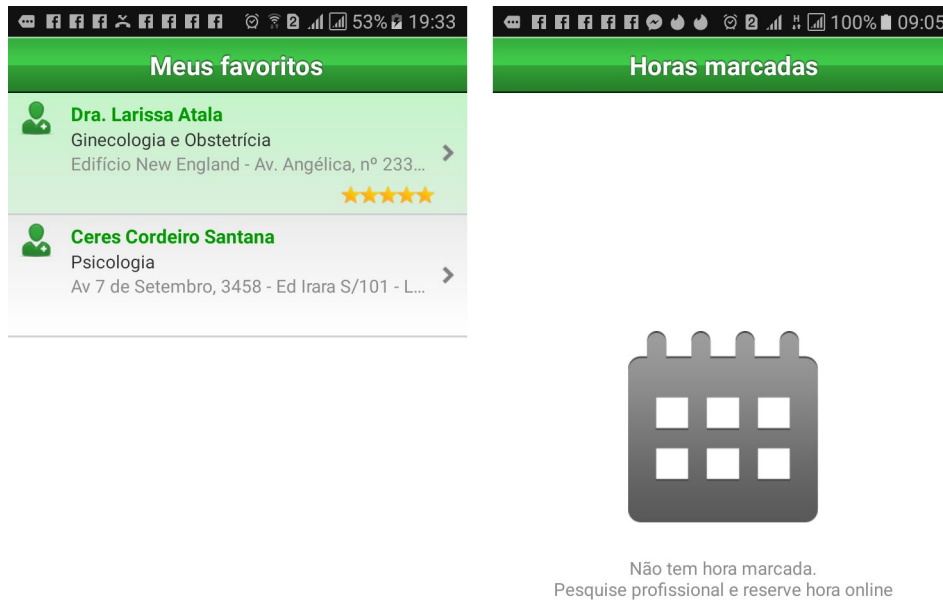


Imagem 21 - Telas de favoritos e horas marcadas. Fonte: Doctorália App

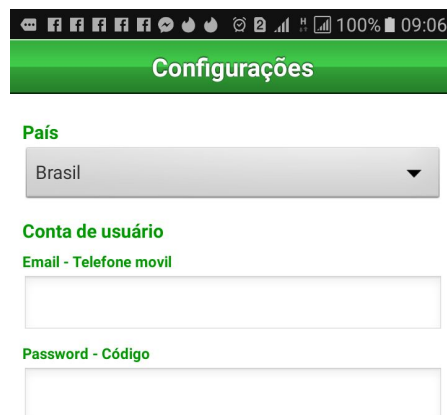


Imagem 22 - Tela de configurações. Fonte Doctoralia App

Das ferramentas e mecanismos pode-se fazer uma análise de swot que contemple o app.

Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Utilização de geolocalização Filtros por convênio busca pela especialidade	Falta de aplicação da Id visual nos contatos e endereços Opção de marcação de hora difícil de utilizar Ausente de informações sobre especialidades	Permite que o usuário tenha liberdade para encontrar profissionais onde estiver Possibilidade de entrar em contato através de hiperlinks	Ferramenta de marcação de horário sem utilização Oferece sistema de avaliação, criando competitividade entre profissionais Não segmenta de forma efetiva os tipos de profissionais de saúde.

Tabela 4 - Quadro de análise de Swot. Fonte:(elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

2.5.2 Uber

O Uber é um aplicativo que oferece o serviço de transporte privado onde os dois tipos de usuários — o motorista e o passageiro — utilizam a plataforma para se deslocar de um local para o outro. No aplicativo, o passageiro que está em algum endereço seleciona onde ele se encontra e para onde quer ir. Então os motoristas disponíveis na área serão sinalizados sobre o pedido do cliente, e o que aceitar a oferta irá levar o passageiro até o seu destino. Não nos apegaremos ao seu modelo de negócios, mas sim sua interface e suas funcionalidades na visão do passageiro.

Utilizando como passageiro, o aplicativo em si possui algumas funcionalidades e mecânicas interessantes como o uso do *google maps* para buscar o endereço dos locais e as distâncias entre si. Além disso, ele simula o tempo entre um local e outro, relacionado também ao trânsito na área; o tempo estimado do motorista chegar até o local; a interface do motorista com sua imagem, informações e avaliações; a

visualização da forma de pagamento usada; a possibilidade de centralizar o mapa, se foi aplicado algum desconto ou não; e a possibilidade de entrar em contato com o motorista.

Após efetuar o login, podemos ver na primeira tela o mapa o menu principal e uma barra perguntando “para onde” o usuário deseja ir, além do ícone de agendamento de viagem. Ao selecionar o destino, ele mostra o trajeto através das ruas do local de partida até o local de destino, mostrando também em uma meia-aba as opções entre “uberX” (transporte convencional) e *SELECT* (transporte de luxo) e seus valores, a forma de pagamento, a quantidade de passageiros disponíveis e novamente a possibilidade de agendar ou confirmar o destino.

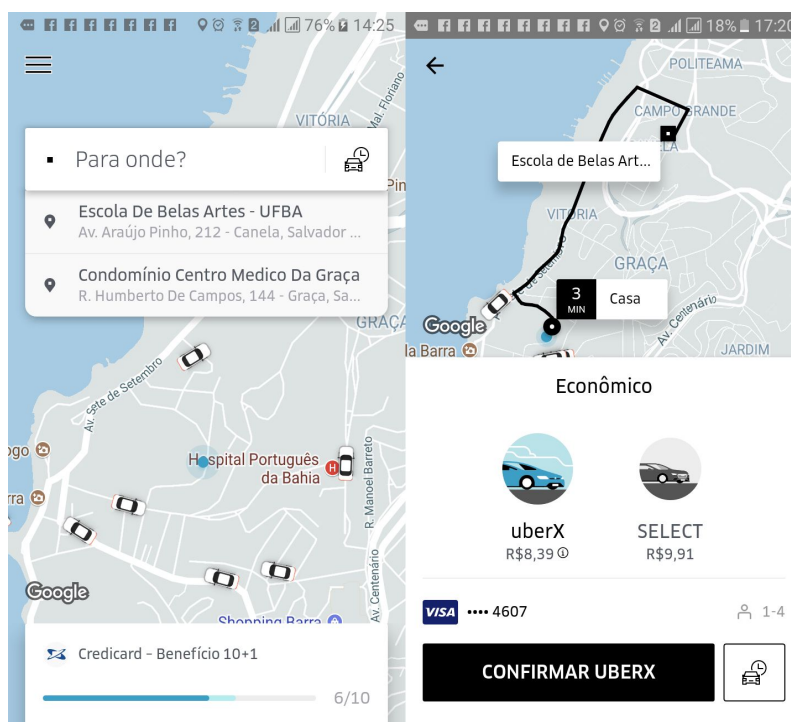


Imagem 23 - Tela inicial e tela de trajeto escolhido. Fonte: Uber

Após confirmar a corrida, o usuário pode escolher um ponto para se encontrar com o motorista, e então o motorista é selecionado, mostrando seu perfil, modelo e placa do carro. Também é mostrado o tempo de espera até ele chegar, aonde ele se encontra em relação ao usuário, a possibilidade de enviar mensagem via aplicativo, ou por ligação. Então, ao chegar ao destino, a corrida é encerrada e você é avaliado pelo motorista, assim você o motorista pode lhe avaliar também.

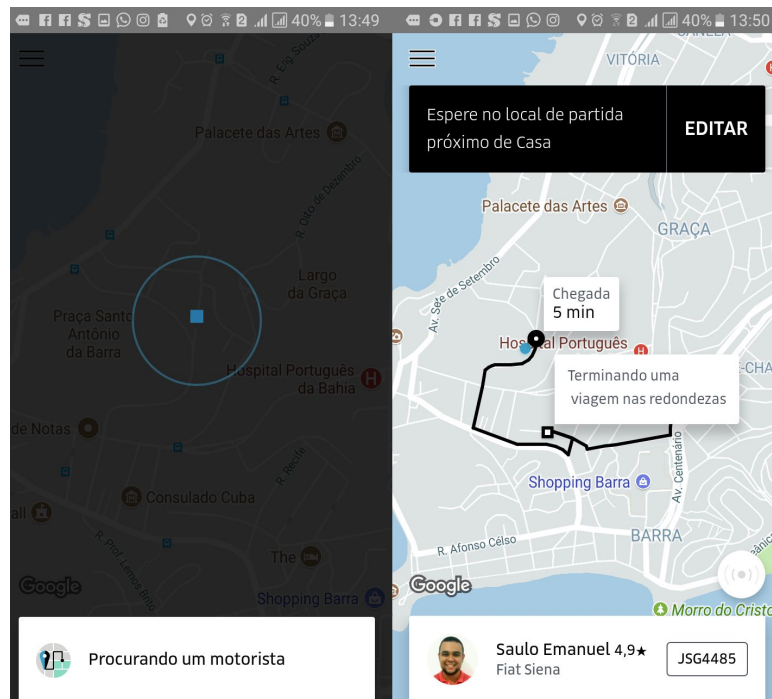


Imagem 24 - Telas após confirmar a corrida. Fonte: Uber

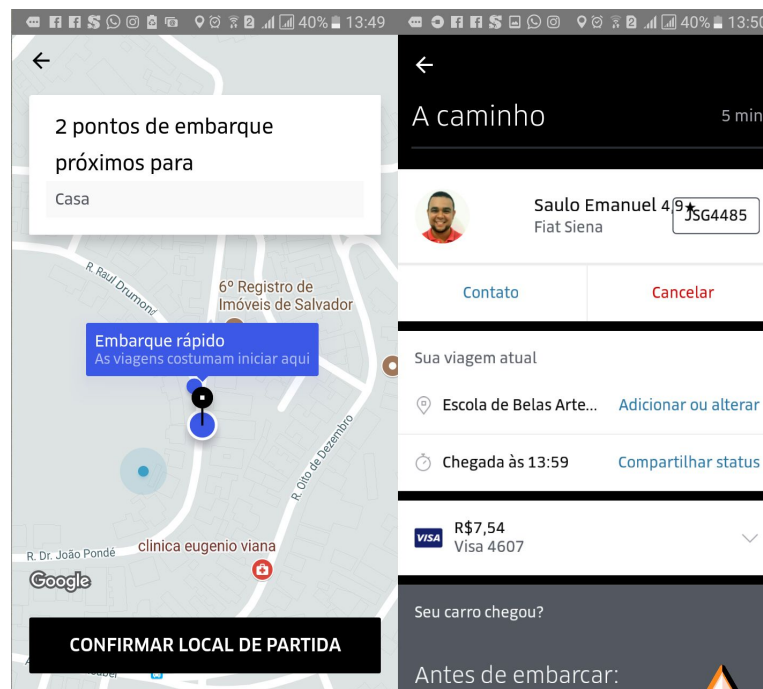


Imagem 25 - Telas após confirmar a corrida. Fonte: Uber

Por último, no menu principal é possível ver algumas opções como perfil, pagamento, viagens, ajuda, enviar uma viagem para alguém, descontos e configurações, além de de pedir para entregarem comida, a opção de se tornar

motorista e o regulamento. Em geral a plataforma se mostra super útil em sua proposta em relação a sua estrutura e *layout*, fazendo com que o usuário não precise pensar tanto para tomar uma decisão.

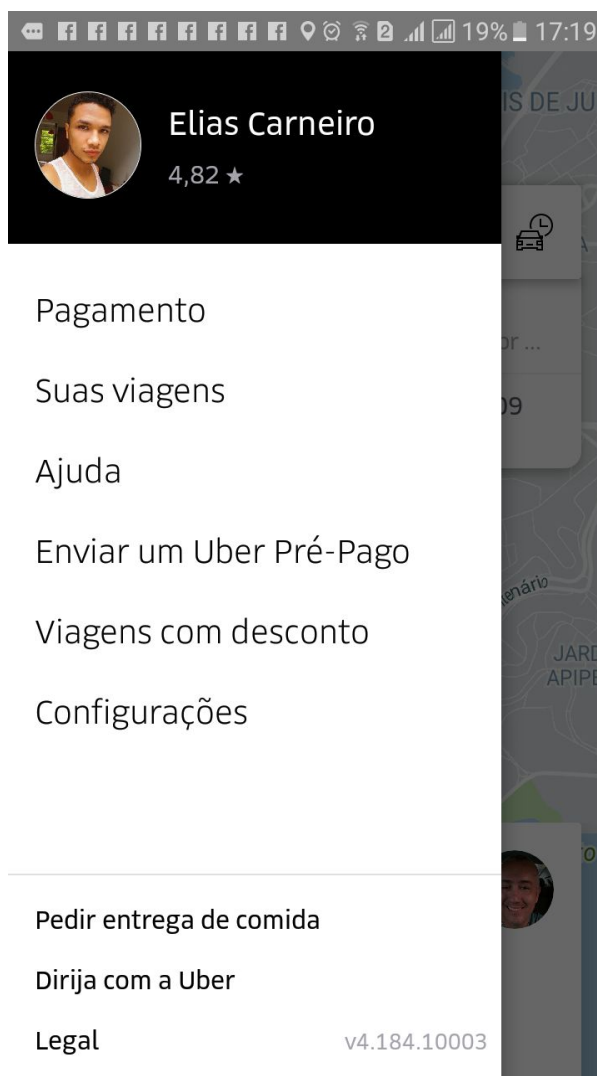


Imagem 26 - Tela do menu principal. Fonte: Uber

Dos ferramentas e mecanismos pode-se fazer uma análise de swot que contemplese o app.

Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
---------------	------------------	----------------------	----------------

<p>Utilização de geolocalização.</p> <p>Busca endereços pelo <i>google maps</i>.</p> <p>Possui desenho das trajetórias.</p> <p>Estima o tempo em relação a distância entre locais.</p>	<p>Complexo para usuários inexperientes.</p>	<p>Usuário pode ter maior controle de horários.</p> <p>Possibilidade de programar viagens.</p> <p>Possibilidade de se tornar motorista.</p>	<p>Excesso de opções podem afastar usuários menos experientes.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------

Tabela 5 - Quadro de análise de Swot. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

2.5.3 Cittamobi

O transporte público e seus horários sempre foram motivos de preocupação entre a maioria dos cidadãos, por isso o *cittamobi* apresenta-se como uma ótima ferramenta para o dia-a-dia, especialmente por ser gratuita. Seu funcionamento é da seguinte forma: através do serviço do *google maps* de geolocalização, todos os pontos de ônibus são sinalizadas no mapa, mostrando onde eles estão, em relação ao local que o usuário está. Assim, ao clicar no ícone de algum ponto, a interface mostra quais são as próximas a passar naquele ponto. A ferramenta se torna extremamente útil pois o usuário pode se programar para, principalmente, não se atrasar. Com esta aplicação é possível também localizar em que ponto passa o transporte que o usuário necessita para chegar ao seu destino.

Além de mostrar o planejamento das linhas de ônibus da cidade, permitindo acompanhar e fidelizar aquela mais útil ou de preferência para determinado deslocamento, e dando os horários das viagens, o *Cittamobi* possibilita interações que levam o usuário a colaborar com a administração municipal, inclusive fiscalizando o funcionamento do sistema. O aplicativo tem funcionalidades em que o passageiro avalia atrasos, itinerário, limpeza dos ônibus, comportamento dos motoristas e excesso de velocidade, entre outras (CORREIO, 2017).

A sua simplicidade e praticidade pode ser logo concebida na sua primeira tela, demonstrando basicamente o menu principal, o mapa, a possibilidade de ver rotas e uma barra de busca. Ao clicar em ponto a interface do ponto abre, mostrando a

possibilidade de três abas: visão geral, previsões e linhas favoritas. É importante ressaltar que ao favoritar uma linha, ao selecionar algum ponto, é possível ver se ele consta no itinerário deste ponto. Esta com toda certeza é uma função formidável. Além disso, você pode fazer uma reclamação através do ícone do altofalante. Nele já possuem alguns tipos de reclamações base para você se situar. É possível filtrar linhas com acessibilidade, e também favoritar a parada de ônibus.

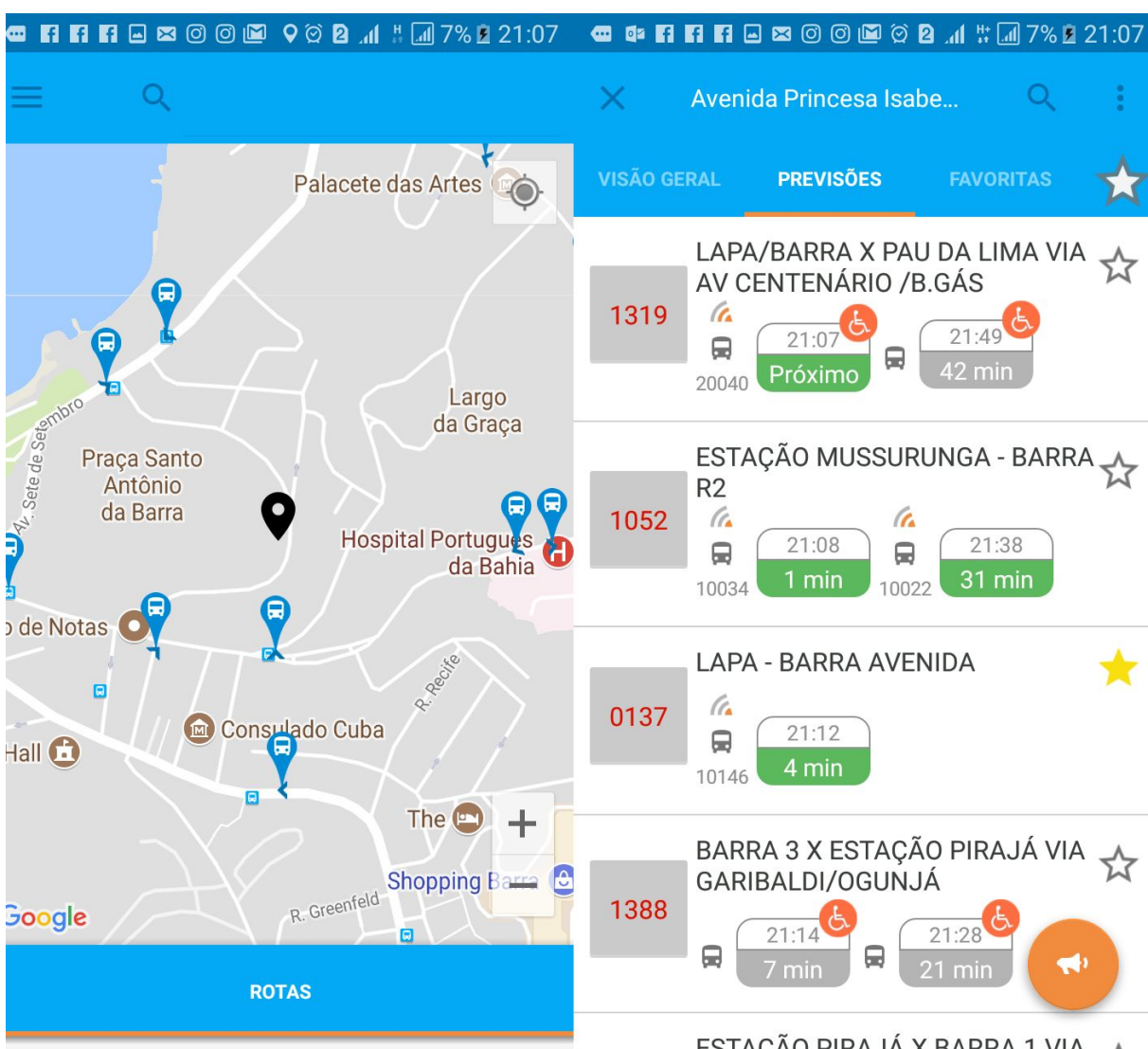


Imagem 27 - Tela inicial e tela ao clicar em um ponto de onibus. Fonte: CITTAMOBIL

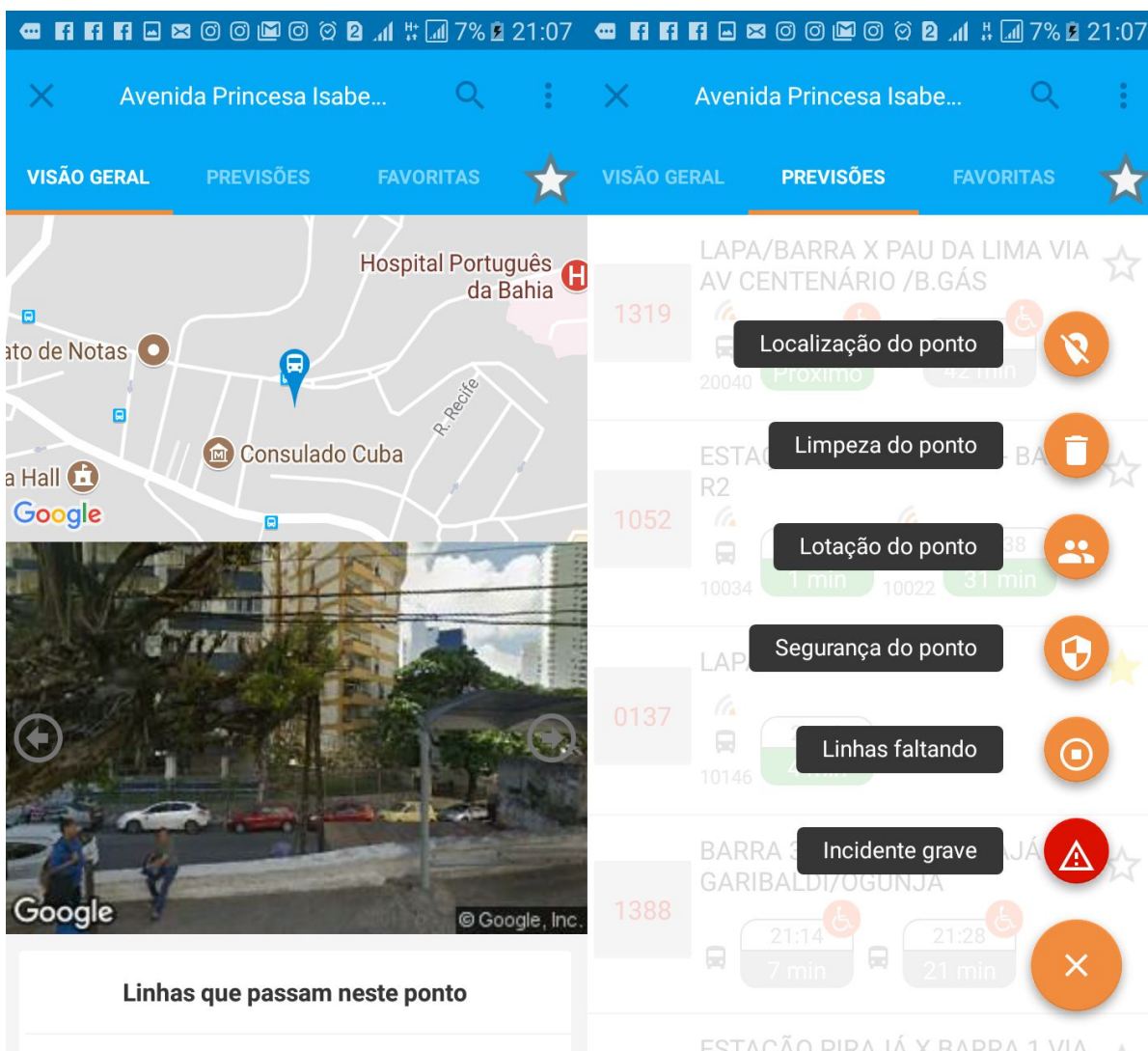


Imagem 28 - Tela da visão geral e tela de previsões ao clicar em reclamar. fonte: CittaMobi

Por último, o *app* oferece em seu menu principal um pouco de todos os aspectos que foram aplicados em outras abas, como a opção favoritos. Também existe algumas outras possibilidades como ver seu perfil, adicionar seus locais, adicionar seu bilhete de transporte, outros serviços, e mais algumas outras funções. Vale ressaltar que esta plataforma utiliza um método interessante para explicar seu funcionamento. Através do contato por email, é possível contactar um setor responsável que pode explicar mais detalhadamente sobre o aplicativo, caso o usuário sinta que precisa de mais informações além do tutorial.

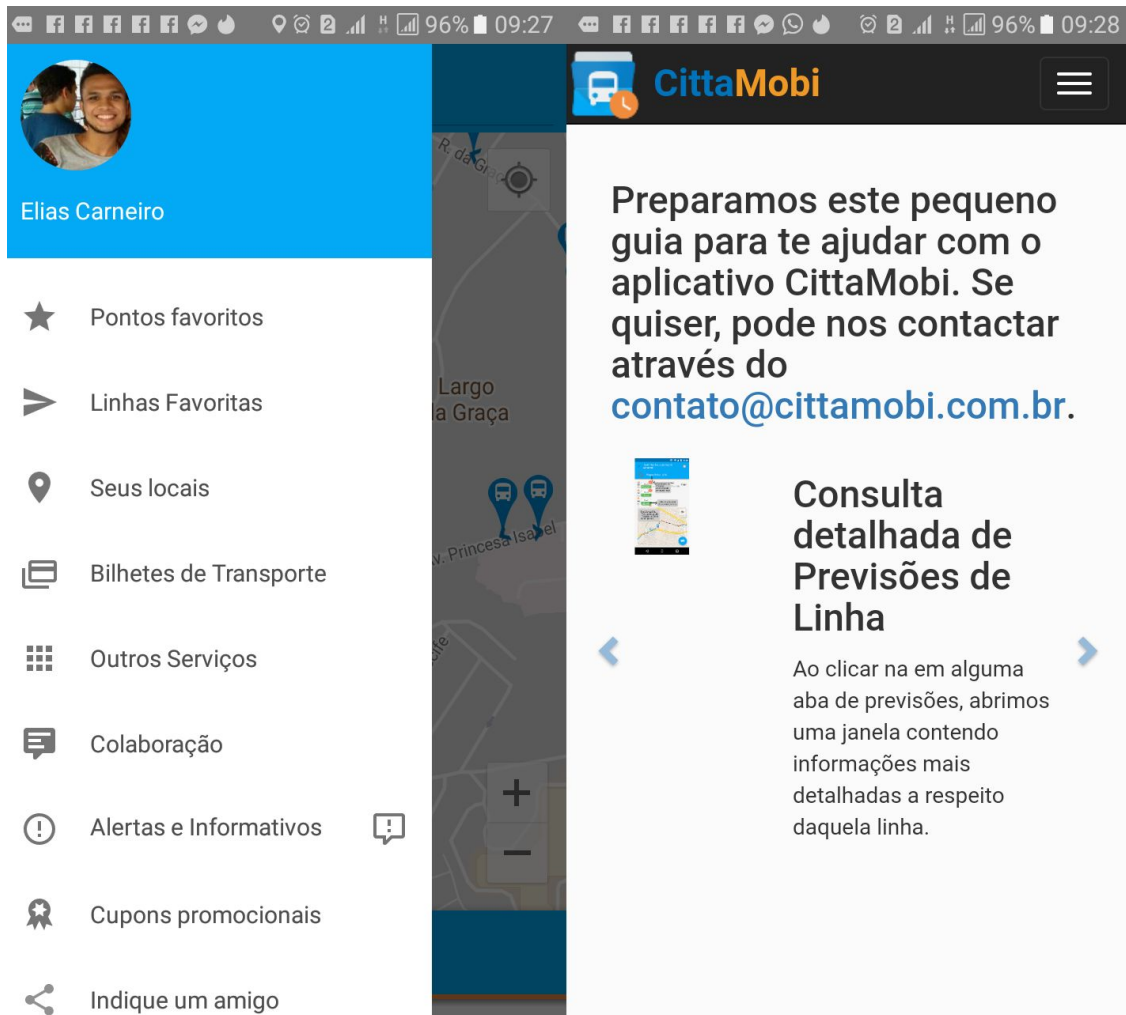


Imagem 29 - Tela do menu principal e tela de tutorial. Fonte: Cittamobi

Dos ferramentas e mecanismos pode-se fazer uma análise de swot que contemple o app.

Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
<p>Utilização de geolocalização.</p> <p>Previsão de chegada da linha.</p> <p>Possibilidade de fazer alertas sobre o ponto.</p> <p>Favoritar locais, pontos e linhas.</p>	<p>Tempo estimado nem sempre é o correto.</p>	<p>Usuário pode ter maior controle de horários.</p> <p>Possibilidade de saber todo trajeto de uma linha.</p> <p>Pesquisar qual rota a partir de partida e destino.</p>	<p>Por conta da falta de infra-estrutura da cidade, pode ser perigoso utilizar os <i>smartphones</i> na rua. Impedindo o uso do aplicativo.</p>

Tabela 6 - Quadro de análise de Swot. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

2.5.4 Zapimoveis

O Zap imóveis — a ferramenta que busca imóveis utilizando serviço de geolocalização através do *google maps* — facilita a busca do usuário por demonstrar os imóveis disponíveis para venda e aluguel que estão nas proximidades de sua localização. Neste serviço, o usuário é utilizado como ponto de referência dentro de um mapa através das coordenadas geográficas de onde ele está no momento. Dentro deste conceito, é possível que o usuário encontre nas localidades que deseja viver oportunidades de venda e aluguel de imóveis. Além disso, a plataforma possui "filtros" que servem para selecionar as características que certos imóveis possuem em comum, facilitando a comparação entre os locais que possuem semelhanças, como por exemplo, apartamentos que possuem apenas um quarto. O aplicativo possui ainda dois modos de visualização de sua interface, sendo eles mapa e lista. O primeiro já é citado seu modo de busca, e no segundo caso é mostrado em sequência os locais disponíveis. Em ambos os modos, o usuário consegue ter uma visão rápida do que está procurando, evitando de perder tempo buscando algo que não lhe satisfaça.

O aplicativo em si possui poucas telas e uma compreensão rápida de seu funcionamento, as primeiras já fazem questão de localizar o usuário para a região que ele deseja encontrar os apartamentos disponíveis, além das opções de mudar para o modo lista, centralizar onde o usuário se encontra, selecionar um local, filtros e o menu de opções.

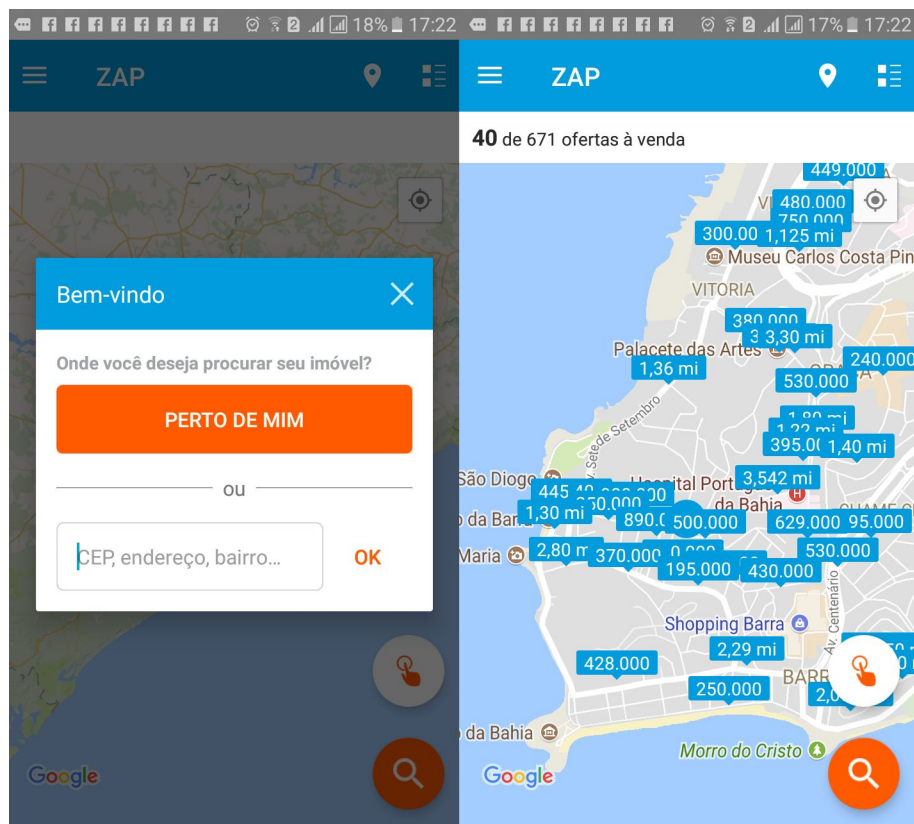


Imagem 29 - Imagem Tela inicial e modo de visão com mapa. Fonte: Zapimoveis

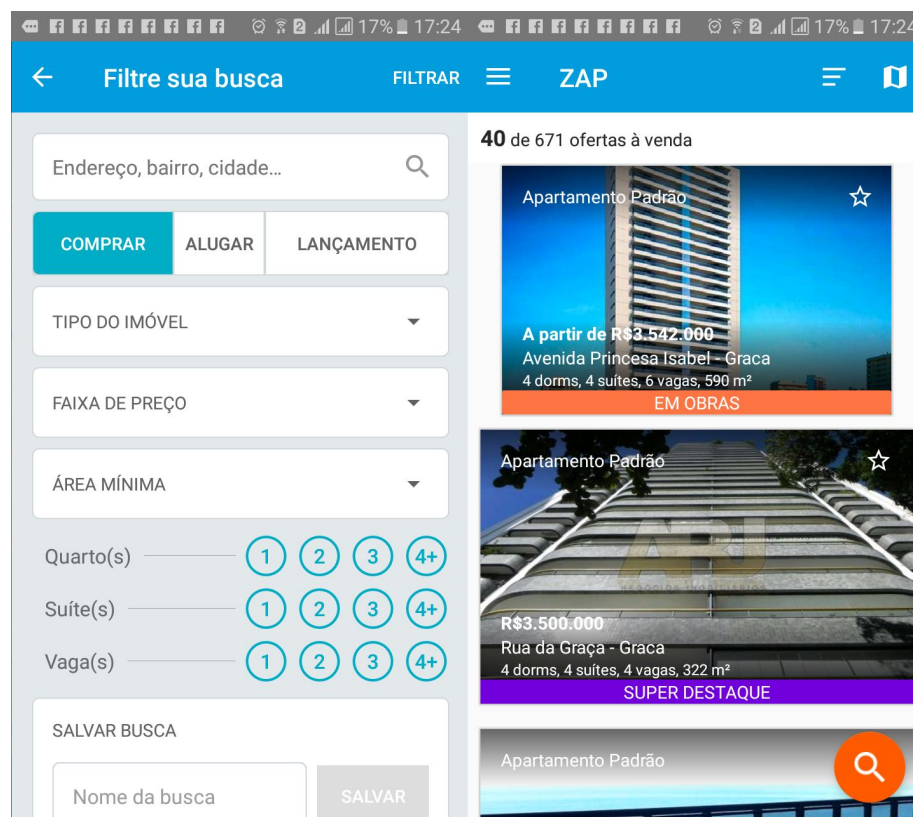


Imagem 30 - Tela de filtros e modo lista. Fonte: Zapimoveis

Ao clicar em algumas das ofertas, a interface do local se abre mostrando as fotos e informações da moradia, a maneira contactar o anunciante que pode ser via telefone ou email e também uma opção de explorar a região onde esta moradia se encontra.

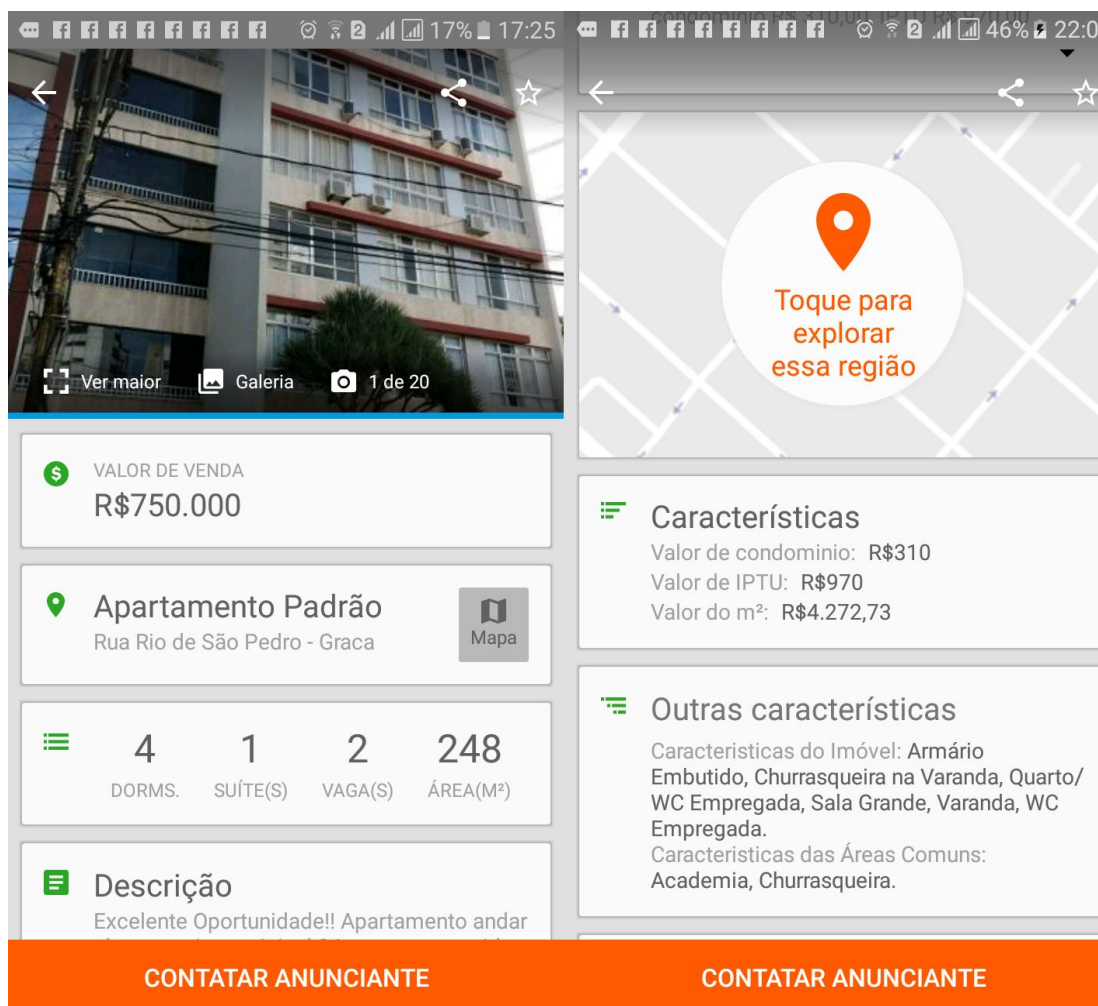


Imagem 31 - Tela do local a venda. Fonte: Zapimoveis

O aplicativo também possui um menu de opções que é quase padrão em todos os apps, e uma ferramenta bastante interessante que permite que o usuário faça um desenho na área do mapa para “circular” a área de deseja encontrar uma moradia.

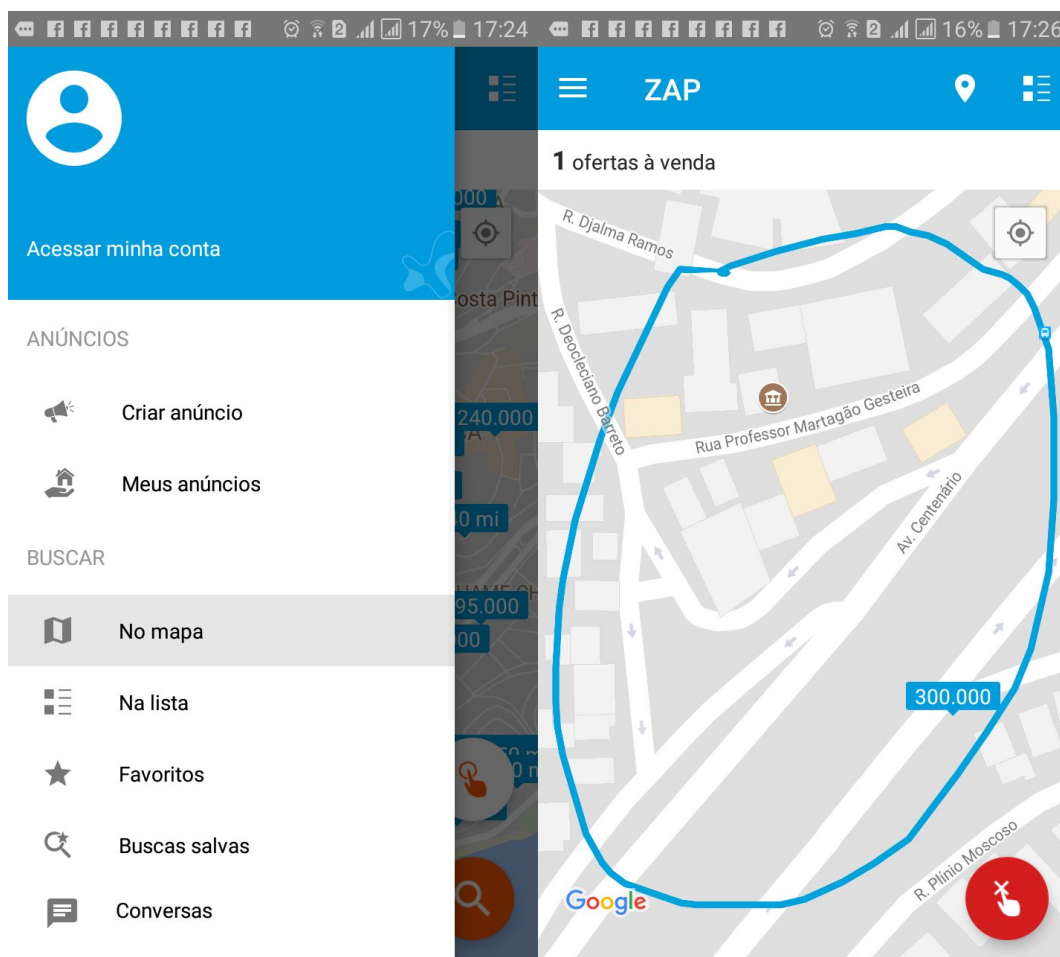


Imagem 32 - Menu padrão e ferramenta de desenho de área. Fonte Zapimoveis

Dos ferramentas e mecanismos pode-se fazer uma análise de swot que contemple o app.

Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
<p>Utilização de geolocalização.</p> <p>Diversas opções de filtros adequadas a moradia.</p> <p>Ferramentas que cativam. Preços em destaque.</p>	<p>Nem sempre os perfis são completos.</p> <p>Comunicação pode demorar.</p> <p>Não é obrigatório preencher o perfil completamente.</p>	<p>Fácil obtenção de orçamento quando o perfil é preenchido</p> <p>É possível ver com facilidade as outras ofertas na mesma área.</p>	<p>Ausência de padronização nas fotos pode afastar os clientes.</p> <p>Abundância de perfis incompletos pode causar desconforto no usuário.</p>

Tabela 7 - Quadro de análise de Swot. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

2.6 Aprendizados

Todo o processo de imersão ajudou a analisar diversos pontos sobre os usuários envolvidos no projeto. Até mesmo nas situações de lidar com a recepcionista do consultório que deixei alguns formulários. Nesta situação, ao fazer a aplicação de *shadowing que*, segundo Schineider (2014), é uma imersão dos pesquisadores na vida dos usuários, pessoal de atendimento e funcionários visando observar comportamentos e experiências. Pôde-se concluir que ela não sabia explicar o qual segmento e forma que os psicólogos e psicanalistas que ali trabalhavam faziam. E, fazendo um paralelo em relação aos pacientes entrevistados neste capítulo no tópico 2.3, em que um dos entrevistados diz que ainda não quis “sair de sua zona de conforto”, não surpreende que uma resposta comum, que poderia ser sugerida pela atendente como “Por que você não vem aqui e conversa com o profissional?” poderia de alguma forma deixar o “cliente” desconfortável.

Todos estes desconfortos, observações, sugestões e idéias que foram concebidos na etapa de imersão precisavam ser organizados para dar seguimento ao trabalho e, para isso utilizei o Mapa da Empatia, desenvolvido pela companhia de pensamento visual XPLANE adaptado pelo professor Alessandro Faria. Esta ferramenta, que também gostamos de chamar de “fácil analisador de clientes”, ajuda você a ir além das características demográficas e desenvolver uma compreensão melhor do ambiente, dos seus comportamentos, das suas preocupações e aspirações. (OSTERWALDER, 2011, p. 131)

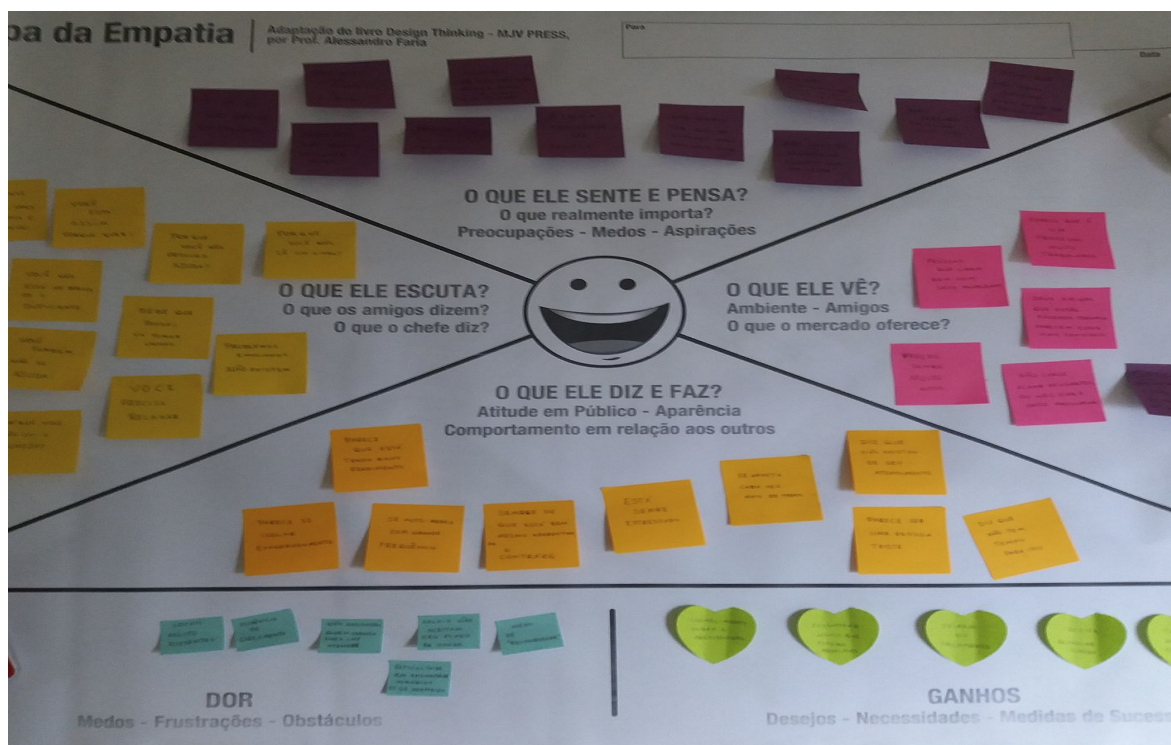


Imagem 34 - Mapa da Empatia. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Após desenvolver o mapa de empatia, e começar a fazer as conexões com a ferramenta que eu planejava desenvolver, o projeto começou a tomar forma. Agora era a etapa de reconhecer — dentro de toda essa pesquisa — quais eram as propostas de *design* que poderiam contemplar o projeto, e quais eram os problemas que poderiam ser sanados através de alguma alternativa de interface. E então o reconhecimento se baseou em cinco principais problemas que eram enfrentados pelos usuários:

- a. Dificuldade em encontrar um profissional que sinta afinidade.
- b. Problemas em se deslocar até o local de atendimento.
- c. Reconhecer como inviável financeiramente
- d. Dificuldade em encontrar locais que atendam seu convênio médico.
- e. Dificuldade em estabelecer horários para ser atendido.

Houveram também aprendizados importantes sobre os locais de atendimento psicoterápicos no decorrer da etapa da pesquisa de campo. Durante as conversas com os alunos de psicologia e com uma professora do curso, foi citado que existem

diversos locais com profissionais capacitados a atender estas pessoas que possuem quadros de tensão emocional. Por exemplo, Clínicas particulares; Clínicas sociais, que fazem atendimento ao paciente através de orçamentos simbólicos; Clínicas das Universidades, que prestam atendimento gratuito nas próprias universidades; Caps, que são centros de Atenção Psicossocial brasileiros e prestam serviço público a população. É importante frisar que as práticas comunitárias são feitas através de triagem dos pacientes, levando em consideração seu contexto emocional, financeiro e local onde vive.

3. IDEAÇÃO

3.1 Diretrizes do Material de Design do Google

Diretrizes do Material de Design do Google (Google Material Design Guidelines) é um material composto por diversas orientações direcionadas a designers e programadores em relação a plataformas online (site e app). O conteúdo deste material se encontra em forma de site e tem a função de orientar na utilização de elementos como tamanho, espaçamento, posicionamento, resolução, boas práticas de usabilidade e navegação, entre outros.

O conteúdo disponível pode ser utilizado de forma gratuita, e os desenvolvedores deste mencionam “Eles se desafiaram a criar uma linguagem visual para seus usuários que sintetize os princípios clássicos do bom design com a inovação e possibilidade de tecnologia e ciência”. (GOOGLE, introdução). Em todos os tópicos explicativos, o material declara haver aspectos relacionados importância da plataforma ser construída com responsividade, clareza, fluidez e usabilidade.

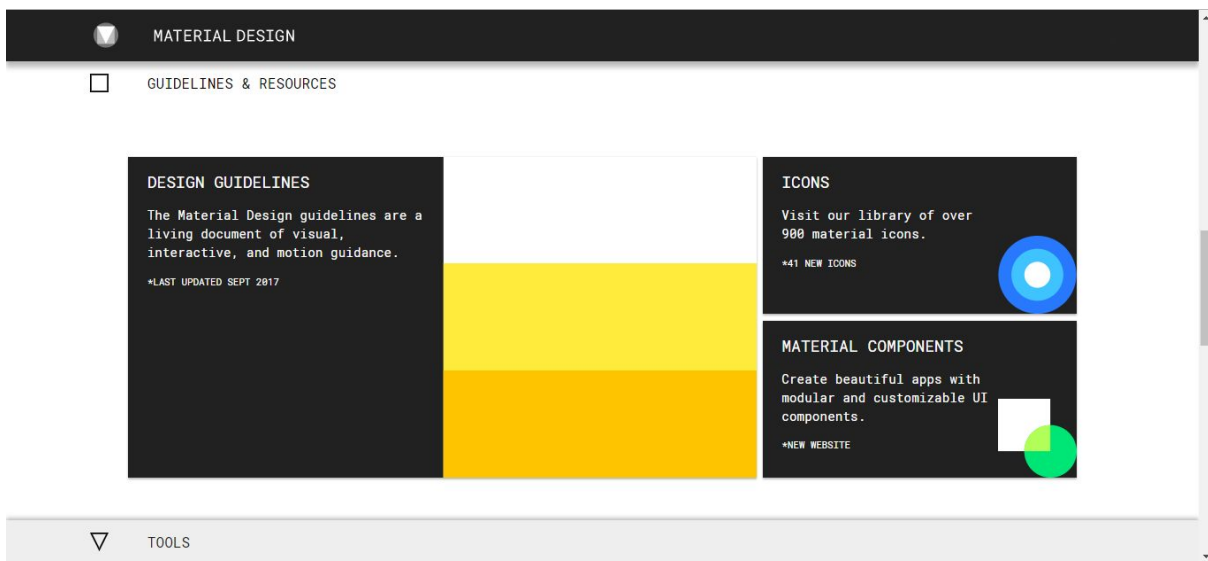


Imagem 35 - Tela do site Google Material Design. Fonte: Google

Ao longo da construção do projeto algumas orientações deste material serão levadas em consideração para o desenvolvimento das interfaces.

3.2 Adequação aos requisitos do projeto

O conteúdo adquirido durante a fase de pesquisas foi o componente necessário para começar a desenhar o “esqueleto” do projeto. Durante a fase de imersão, diversas respostas foram respondidas, ao passo que outras iam surgindo e, apesar da pesquisa qualitativa trazer diversos aprendizados sobre o conteúdo, a tomada de decisão sobre qual plataforma seria idealizada para o MPV ainda se fez presente.

Existem vantagens e desvantagens em cada um dos casos. Sites estão sempre atualizados, são compatíveis com vários sistemas operacionais, são mais facilmente encontráveis pelos buscadores e ideais para usuários que estão tendo contato com a marca pela primeira vez. Por outro lado, aplicativos podem ter melhor performance, podem ser usados offline em alguns casos, permitem mais liberdade criativa na interface e ajudam a criar fidelidade com os usuários. (TEIXEIRA, 2015, p.220)

Para Teixeira, qualquer uma das escolhas tem seus ganhos. Porém, as pesquisas quantitativas para determinar se a melhor escolha era um APP ou um Site, ficaram praticamente empatadas. E, apesar das pessoas durante a pesquisa demonstrarem terem afetividade significativa por aplicativo, a escolha desse não poderia ser

validada somente por este argumento. Então, partindo da proposta de que eu, como autor do projeto, tenho interesse profissional e pessoal em desenvolver um aplicativo, não desconsiderando também a performance e eficiência de um site responsivo, tomei a decisão de desenvolver para o projeto experimental um MVP no formato de aplicativo para smartphones.

E para adequação do projeto, em relação ao seu formato, era necessário retomar a premissa da psicóloga consultora havia mencionado desde o início do projeto:

“como é que um aplicativo ofertará apoio psicológico numa sociedade que as pessoas necessitam justamente de maior contato pessoal e reforçamento no laço social?”

Por conseguinte, era necessário ter em mente, em primeiro lugar, que o aplicativo deveria estar dentro dos conceitos de ética. Evitando criar algum tipo de rede social que retivessem o usuário imerso no aplicativo, ou caracterizar avaliações para o profissional de forma a qualificá-lo com base em opinião. Assim, o usuário não perde a oportunidade de recomendar o profissional que achou eficaz dentro do aplicativo, porém não o qualifica de modo comparativo com outros a ponto de criar “rivalidade” de mercado.

Para isso, tentei adaptar o produto, organizando o que era e para quem ele seria oferecido. Consequentemente, avaliando como ele se sustentaria em relação a isso. Utilizei o Canvas da Proposta de valor — criada por Alexander Osterwalder — como ferramenta para evidenciar entre o produto e o usuário quais eram suas relações de troca.

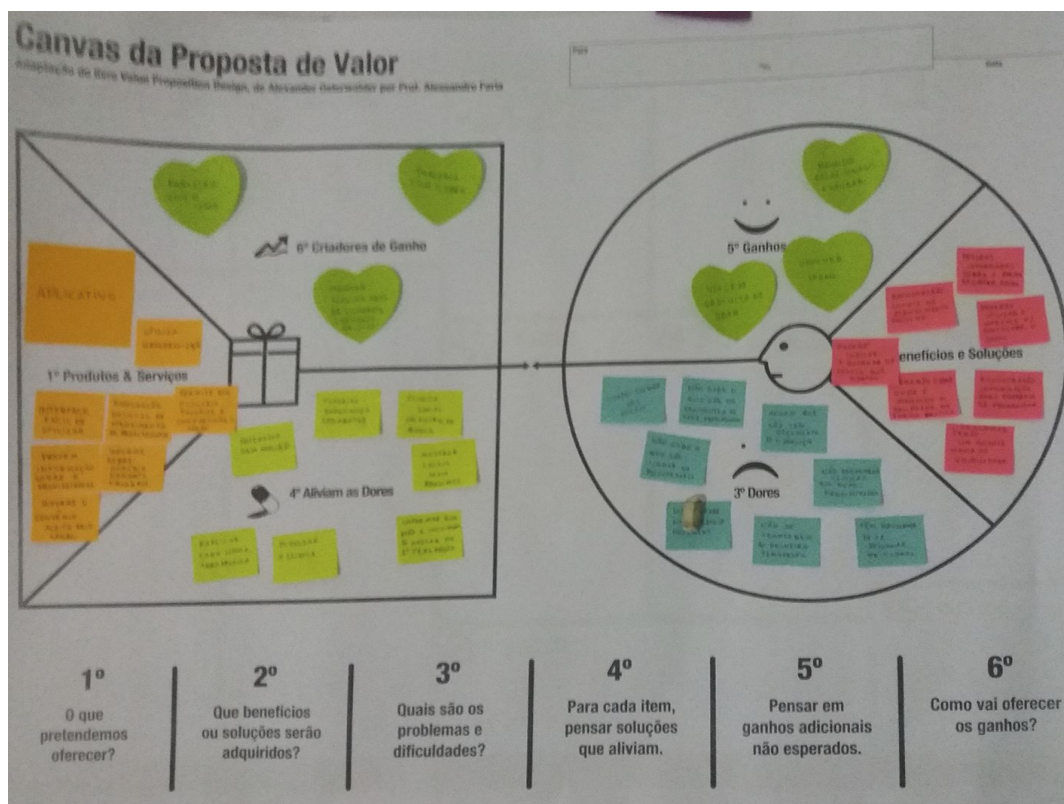


Imagem 36 - Canvas da proposta de valor adaptado pelo professor Alessandro Faria. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Com base em todos os estudos e propostas foi possível compreender, de maneira geral, como o MVP funcionaria e qual o objetivo de cada função. Assim, foi-se desenvolvido um quadro das funções principais da aplicação, nomeando-as e explicando os seus mecanismos.

Função	Informar
O que?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sobre especialidade dos profissionais; 2. Atendimento por convênios; 3. Horários disponíveis; 4. Necessidade de triagem; 5. Clínica social; 6. Atendimento público 7. Convênios aceitos;
Por quê?	<p>Pois estas são informações indispensáveis para um usuário que está buscando este tipo de atendimento. Pois muitas vezes ele pode não ter disponibilidade de ser atendido no horário comercial, não ter condições de pagar uma consulta no valor total, ou só poderem utilizar o serviço via plano de saúde. Além do fato de estarem cientes que alguns locais necessitam de</p>

	triagem para receber atendimento, evitando mal entendidos.
--	------------------------------------------------------------

Função	Educar
O que?	Sobre os segmentos que cada profissional estudou e aplica em suas sessões, explicando que cada tipo de linha tem sua função, sua lógica e seu tempo de resposta ao tratamento.
Por quê?	Pois muitos usuários não tem noção de que o psicoterapeuta pode, assim como um médico, apenas atuar em sua especialidade. E por não saber disso, pacientes podem vir a desistir do tratamento e, sobretudo evitar tentar com outro profissional por achar que todos atuam da mesma forma.

Função	Localizar
O que?	Os usuários em relação aos locais de atendimento.
Por quê?	Pois os usuários poderão ter uma perspectiva especial e de tempo gasto em relação ao deslocamento até o local de atendimento.

Função	Divulgar
O que?	O espaço de atendimento do profissional.
Por quê?	Alguns profissionais citam que não é um processo fácil montar uma clínica, pois é necessário arranjar pacientes que iniciem e permaneçam no tratamento. Mas com a divulgação de seu local através do <i>app</i> , é possível chamar a atenção de usuários que possam vir a se tornar pacientes.

Tabelas 8 - Funções do aplicativo. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

3.3 Personas

No subcapítulo anterior, as principais funções do aplicativo foram explicadas, demonstrando quais elas são e as motivações delas serem confeccionadas. Estes passos foram aplicados previamente pelo uso do Canvas da Proposta de Valor, que tem o intuito de medir e enquadrar exatamente esta relação entre cliente e produto, fazendo com o que o produto traga as soluções para as dores destes clientes, e demonstrando o que o cliente poderá fazer com cada função do produto. Além disso, o canvas propõe formas de pensar em ganhos inesperados e pensar em qual forma estes poderiam ser adquiridos.

Utilizando as referências do subcapítulo 2.2 ao qual foram utilizadas proto-personas, que segundo Gothelf (2013) é um processo onde primeiro se cria personas, fazendo suposições de que esta proto-persona seria o seu público alvo. Assim, depois de utilizar desse método para pesquisar este público foi possível confirmar estas expectativas, e definir a persona de fato com maior precisão. Portanto, após pesquisar e confirmar este público-alvo, era possível restringir as informações necessárias para a construção deste MVP (mínimo produto viável) — em referência a metodologia Lean UX. Do mesmo modo, foram percebidos outros aspectos em relação a quais tipos de atendimento poderiam ser fornecidos no aplicativo. A aplicação poderia fornecer visualização para além de clínicas particulares, e isto poderia abrir espaço espaço para que estas personas fossem reformuladas. Dessa maneira, é necessário reiterar que o público do aplicativo, no caso do usuário em busca de ajuda, está centrado em um público jovem-adulto, geralmente estudante, que está conectado a internet. É o tipo de público que utiliza aplicativos e sites para se comunicar, promover-se a fim de obter informações.


 <p>Claudia</p>	<p>Informações</p> <ul style="list-style-type: none"> - Universitária - Mora longe dos pais. - Solteira - Ansiosa
<p>Dor</p> <p>Claudia sente necessidade de fazer terapia, porém seu orçamento não é suficiente para pagar uma consulta. Claudia não possui plano de saúde.</p>	<p>Soluções</p> <p>Ao utilizar o app, Claudia encontrou nas suas redondezas algumas clínicas que fazem atendimento social em troca de um valor simbólico.</p>

Imagem 37 - Quadro com uma das personas. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).


 <p>Pedro</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jovem Adulto - Recém Formado - Homossexual em conflito de aceitação.
<p>Dor</p> <p>Pedro possui plano de saúde porém não entendeu nem gostou do tratamento que recebeu da última terapeuta que frequentou.</p>	<p>Soluções</p> <p>Através do app, Pedro aprendeu sobre as linhas terapêuticas e sentiu-se incentivado a procurar um outro profissional.</p>

Imagem 38 - Quadro com uma das personas. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).



Imagem 39 - Quadro com uma das personas. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

3.4 Wireframes

Wireframe é um desenho básico da estrutura de determinada interface que demonstra de forma simplificada como o produto final deverá funcionar (TEXEIRA, 2015, p.68). De maneira geral, os *wireframes* ajudam a estabelecer de forma mais rápida a questão dos mecanismos que estarão contidos na plataforma. Por ser uma alternativa simples, ele permite observar os aspectos dimensionais, estruturais, de conteúdo, peso, entre outros aspectos que estarão contidos na interface final.

Normalmente, ele é feito em tons de cinza, sem imagens, e o maior objetivo é organizar os elementos que entrarão na composição final do design. Esse tipo de documentação ajuda tanto os diretores de arte – a entenderem os elementos essenciais na hora de criar o layout – quanto os desenvolvedores – que, a partir do wireframe, já conseguem estimar o esforço de trabalho, começar a modelagem de dados e até a testar soluções de front-end que se adequem à solução proposta pelo UX designer (TEIXEIRA, 2015, p.69).

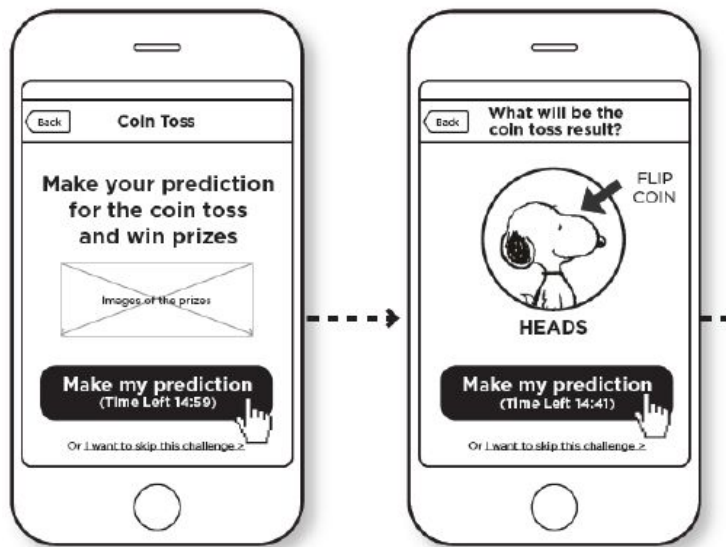


Imagem 40 - Esboço da função de um wireframe. Fonte: TEIXEIRA, 2015, (adaptado pelo Autor, 2017).

O processo de construção dos *wireframes* pode ser feito de diversas formas. No caso deste projeto, eles foram desenvolvidos após algumas etapas de construção e concepção das funções necessárias em cada tela, juntamente com a idealização do caminho percorrido entre uma função e outra. Para isso, foi desenvolvido através de *sketches* alguns fluxogramas anteriores a construção do mapa conceitual, que futuramente serviria para criar os esboços dos *wireframes*. Este processo serviu como uma forma mais abstrata para criar o *sitemap*, um dos entregáveis que Teixeira (2015) cita.



Imagem 41 - Esboço do mapa Conceitual. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

Desenvolvido por Joseph Novak — e aplicado neste caso para uma proposta de design — de maneira ampla, mapas conceituais são apenas diagramas que indicam relações entre conceitos. Mais especificamente, podem ser interpretados como diagramas hierárquicos que procuram refletir a organização conceitual de um corpo de conhecimento ou parte dele. Ou seja, sua existência deriva de sua estrutura conceitual de um conhecimento. (MOREIRA, 2006, p.9). Assim, a estrutura foi utilizada para traçar os caminhos para onde a aplicação se seguiria, desenvolvendo o mapa conceitual partindo dos usuários e traçando todos os caminhos e funções disponíveis. O mapa conceitual e os wireframes se encontram também nos anexos deste memorial.

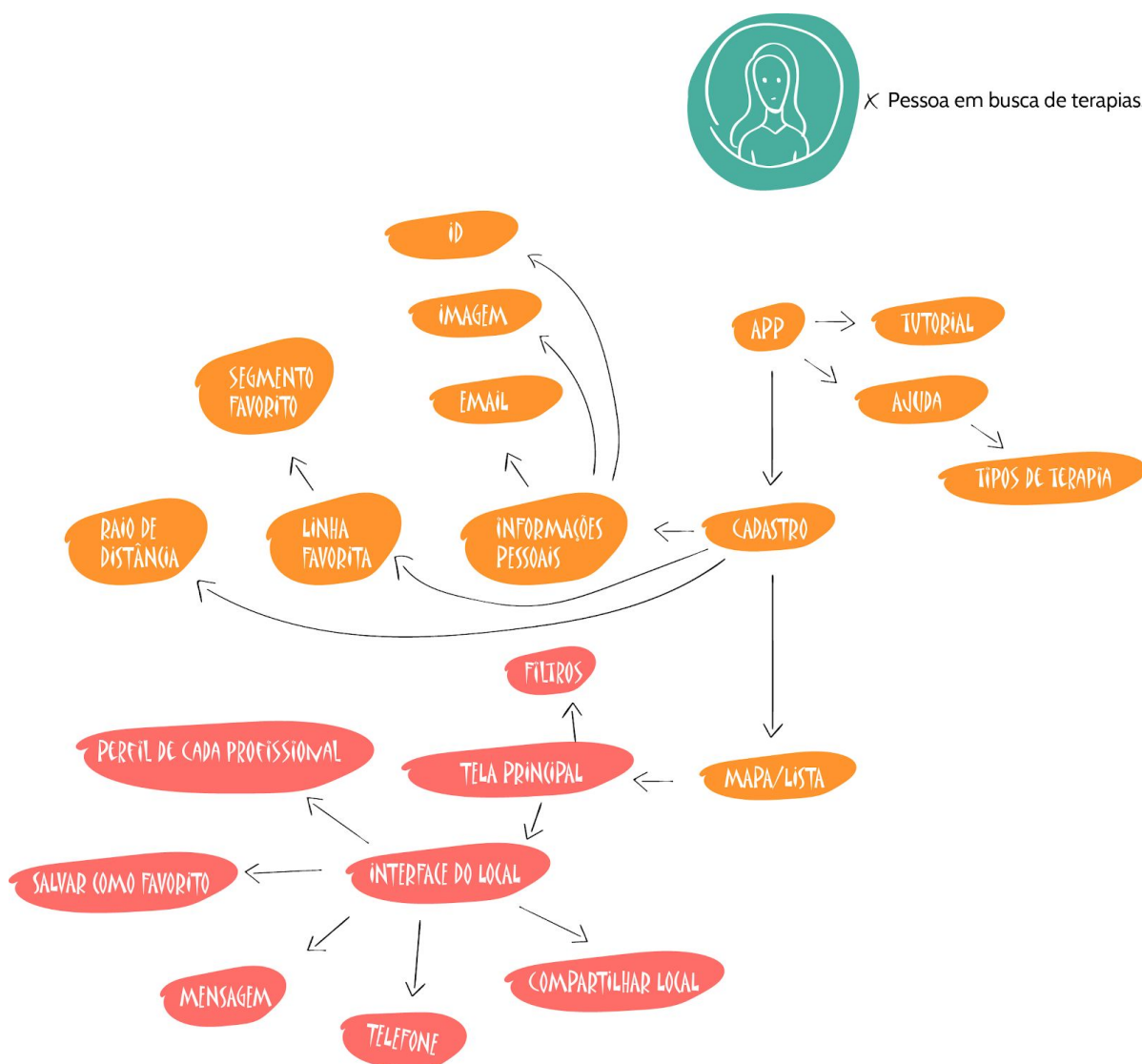


Imagem 42 - Mapa conceitual para usuário em busca de terapias. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

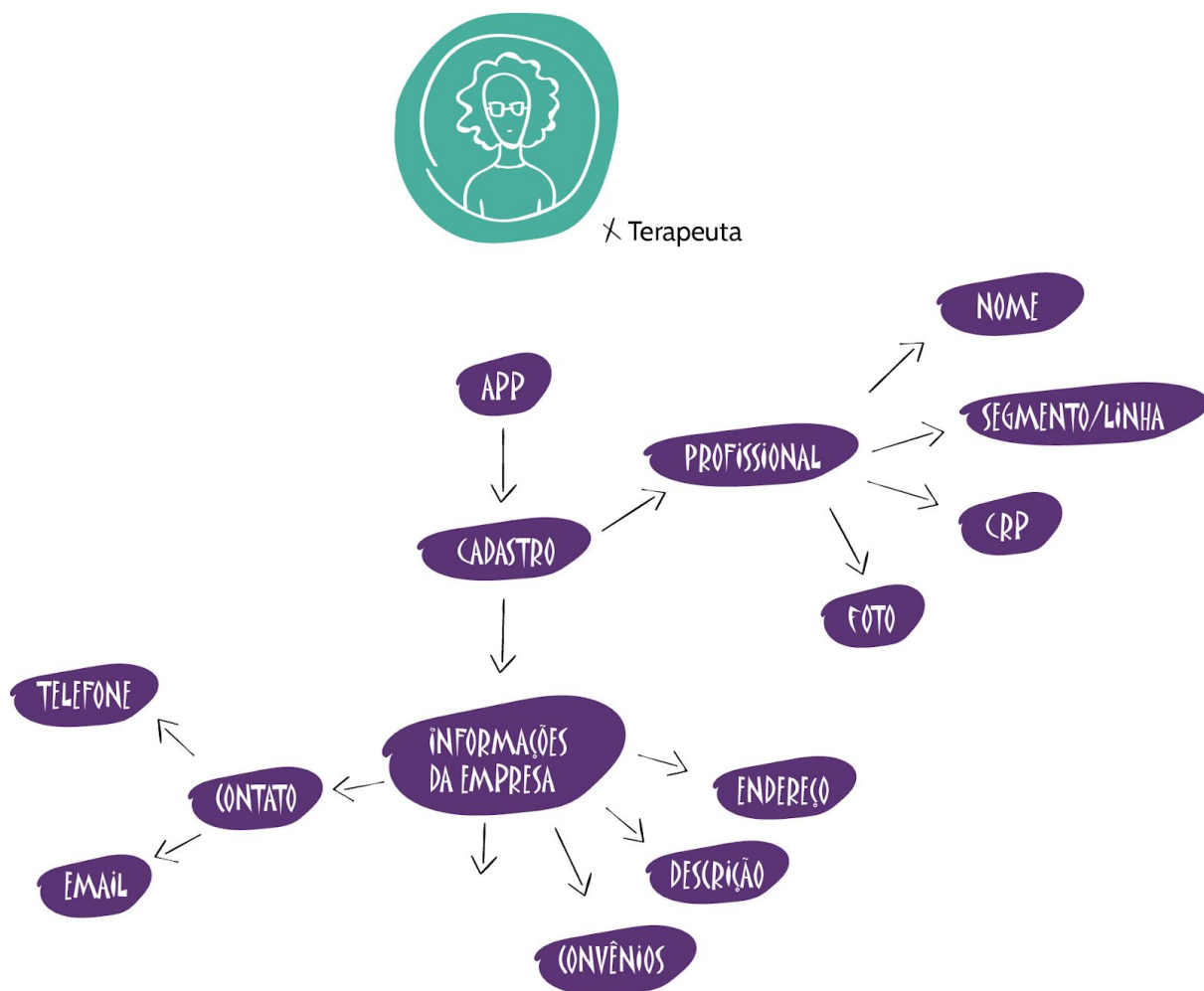


Imagem 43 - Mapa conceitual para usuário profissional. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

No caso deste MVP, como seriam dois tipos distintos de usuários envolvidos no processo, foram necessária a criação de dois mapas conceituais, um visando o usuário que viria a ser o paciente, e o outro mapa desenvolvido para o usuário que é o profissional de psicoterapia.

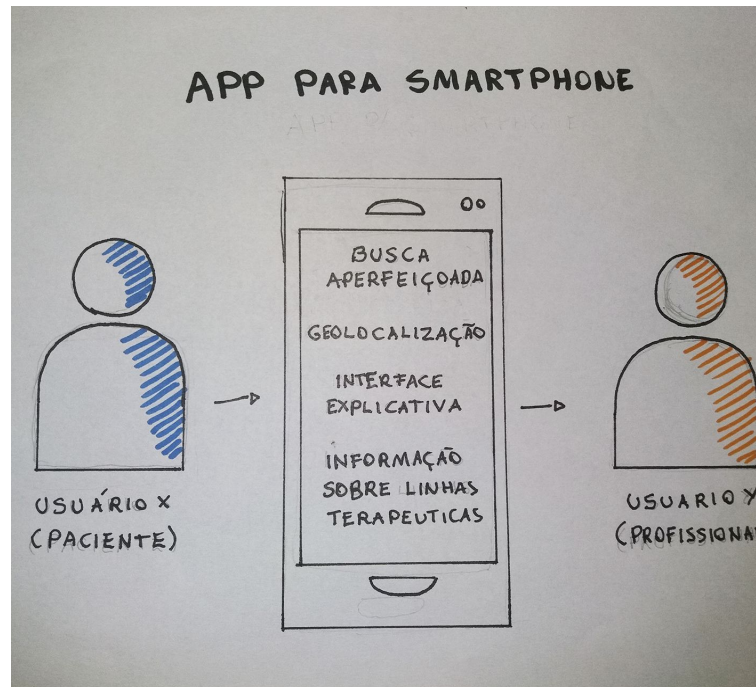


Imagem 44 - Esboço do funcionamento do *app*. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

Após o desenvolvimento do mapa conceitual, da proposta do *app* e das funções, foi possível então começar a desenvolver o que seriam futuramente as telas dos aplicativos. Estas telas primárias foram idealizadas através de *sketches* — rascunhos e desenhos que servem de base para um desenho definitivo. Segundo Teixeira (2015), estes rabiscos ou *sketch*, ao qual ele denomina “rabiscoframes”, tem a intenção de auxiliar na criação do desenho final, pois sua baixa fidelidade permite uma maior exploração e imaginação sem se preocupar tanto com o desenho final.

A expressão “rabiscoframe” é uma mistura bem humorada do termo *sketch* (esboço, rabisco) com o já conhecido termo *wireframe*. Em muitos times de desenvolvimento já se tornou parte essencial do processo de desenho de interfaces, especialmente naquele momento do projeto em que as ideias começam a tomar forma e sair do etéreo mundo do PowerPoint (TEIXEIRA, 2014, p.95).

Os rabiscoframes foram idealizados baseando-se em uma tela do *smartphone galaxy J5*, desenhados a lápis e preocupando-se com o que cada tela devia constar. Com o auxílio do consultor em programação Vinicius Sá foi possível ter uma noção em relação a construção dos esboços. Estes rascunhos posteriormente viriam a ser melhores adaptados utilizando as Diretrizes do Material de Design do Google como referência.

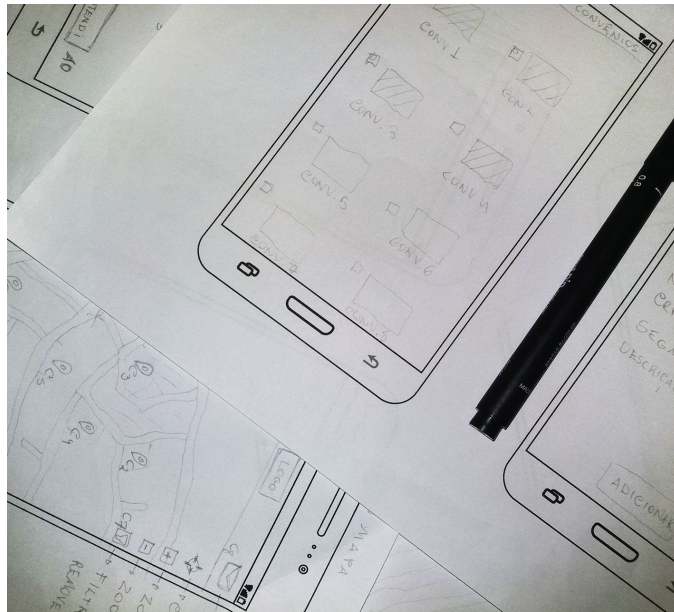
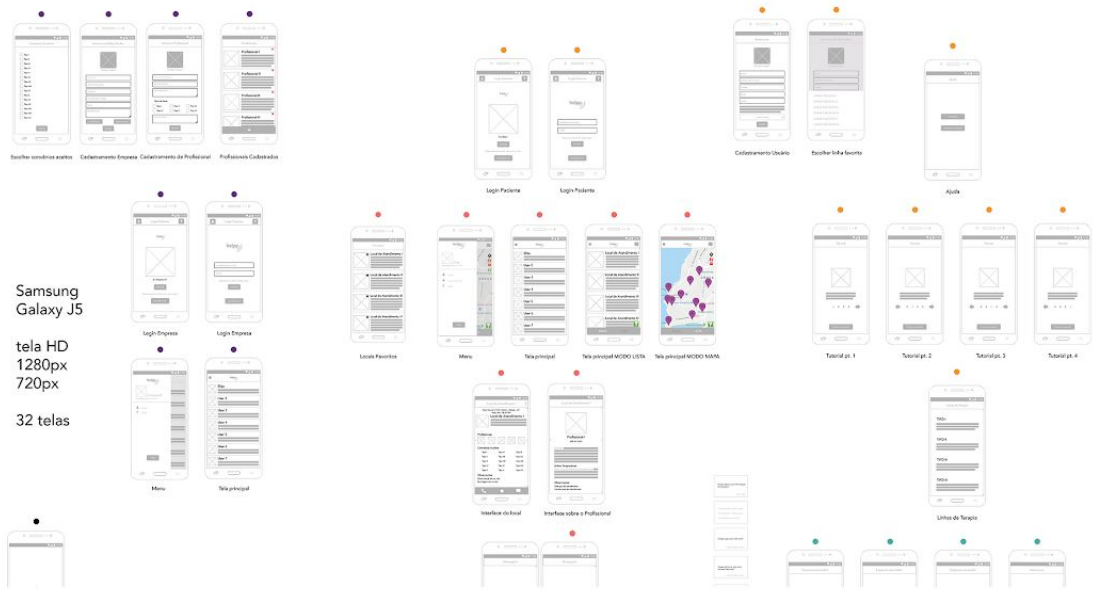


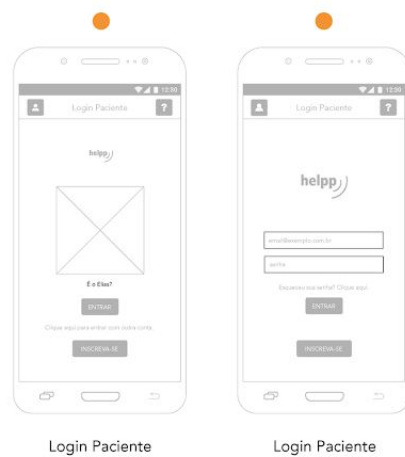
Imagem 45 - Rabiscoframes. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017).

Para construção dos wireframes foram levadas em conta algumas considerações, sendo algumas delas sugeridas por Teixeira (2015) em questão de usabilidade, clareza e afetividade. Os wireframes foram construídos em forma de vetores, utilizando o programa *Adobe Illustrator*. Outros aspectos foram levados em conta para a construção deste desenho. Foram eles:

- a. Os objetivos de negócios do cliente, que normalmente são passados no início do projeto em formato de briefing;
- b. Adaptação as recomendações de tamanho, espaçamento e hierarquia sugeridos pelas Diretrizes do Material de Design do Google;
- c. Priorização de funções, sugeridas pelo programador consultor, para questões da implementação do protótipo em tempo útil;
- d. As boas práticas conhecidas de usabilidade e navegação;
- e. As possibilidades, limitações e boas práticas do hardware onde a interface será acessada;

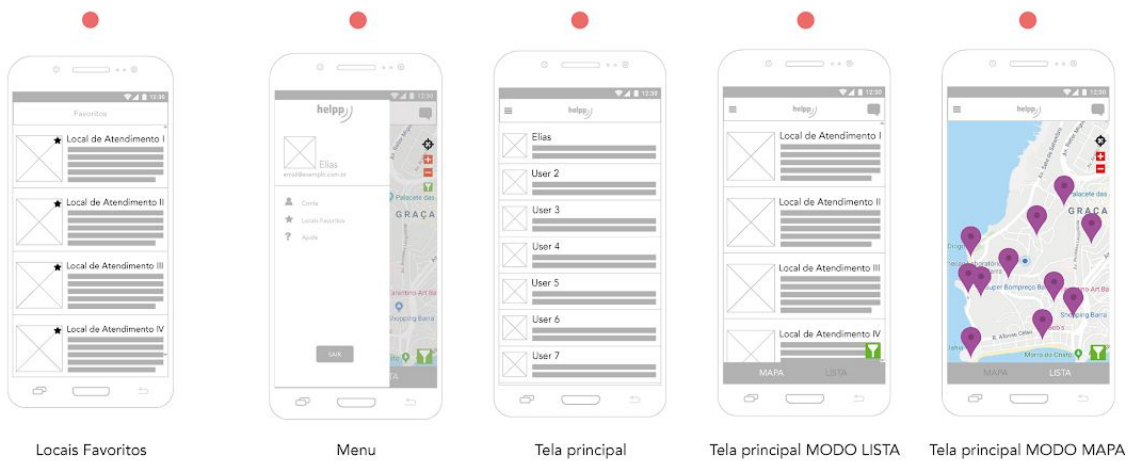


Samsung
Galaxy J5
tela HD
1280px
720px
32 telas



Login Paciente

Login Paciente



Locais Favoritos

Menu

Tela principal

Tela principal MODO LISTA

Tela principal MODO MAPA

Imagem 46 - Demonstração dos Wireframes. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017)

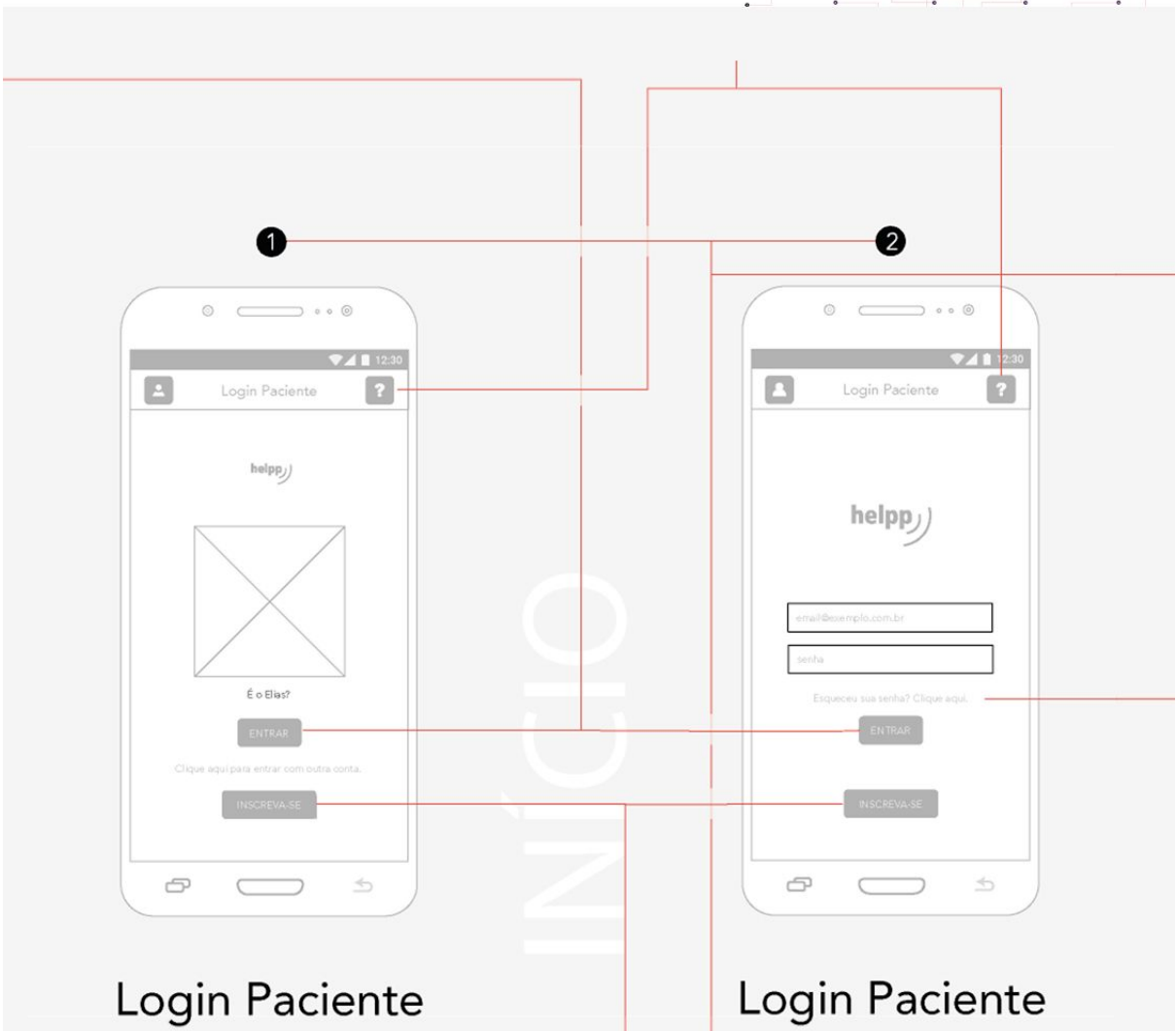
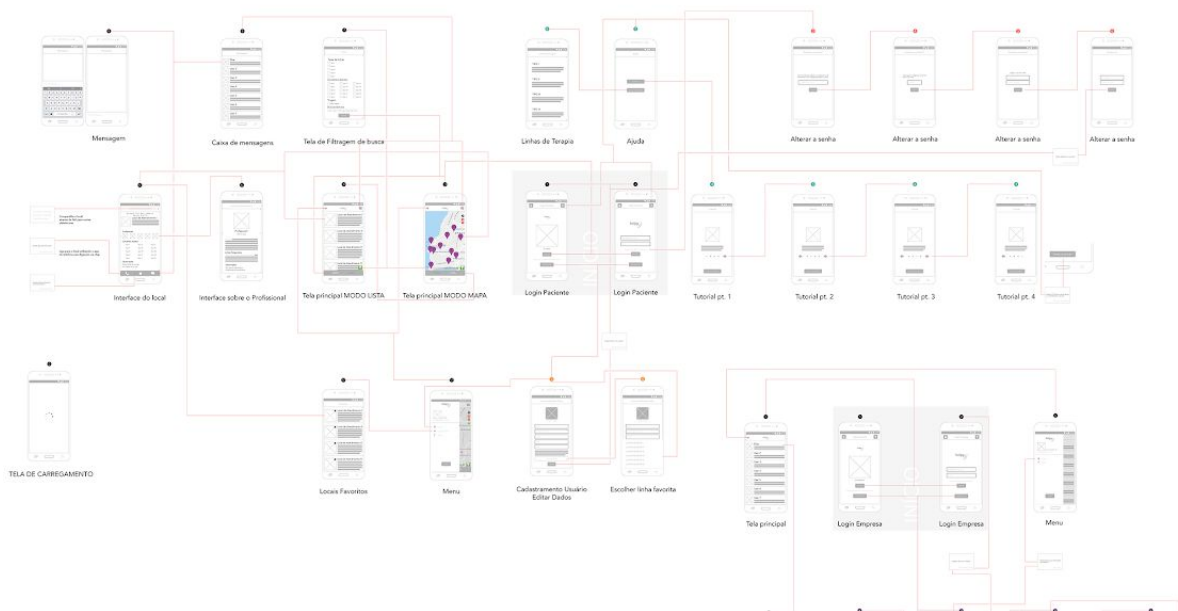


Imagem 47 - Demonstração do fluxo de usuário através das telas. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017)

3.5 Card Sorting

Após o desenvolvimento dos wireframes, era necessário testar a navegação, ver se os elementos estavam adequados e entendíveis visualmente, além de testar a legibilidade da tipografia. Para isso, utilizei a o método de card sorting, uma técnica que consiste em pedir aos usuários que agrupem conteúdos e funcionalidades em categorias. “Este método de avaliação do projeto dá inputs valiosos ao time sobre hierarquia de conteúdo, organização e taxonomia” (TEIXEIRA, 2015, p.63)

Para realizar este procedimento, reuni algumas pessoas que fazem terapia e tinham interesse em contribuir com o projeto. Então, utilizando as telas em wireframes impressas e recortadas, baseando-se no tamanho da tela do *samsung galaxy J5* (720x1280 px), apresentei sequencialmente todas as telas do projeto. Assim, estas pessoas puderam dar o *feedback* em relação a navegação, elementos visuais, texto (coerência), legibilidade, tamanho de fonte, e por último algumas sugestões. Estas foram:

- a. Fazer login com a conta *google/facebook*;
- b. Formas de pagamento como cartão de crédito e destaque para que tipo de ambiente é o local(ex: Clínica social, Caps, Clínica particular, Clínica universitária).
- c. Mesmo que haja botão de compartilhamento, as pessoas ainda podem utilizar a opção *printscreen* para compartilhar sobre o app.
- d. Notificação para mensagens recebidas, enviadas e quando houver novas mensagens na caixa de mensagens.
- e. Possibilidade de interação dentro do aplicativo entre o paciente e seu profissional.

As pontuações destes “usuários” foram muito pertinentes, pois além de estarem acostumados a usarem aplicativos, eles tinham uma noção de como seria o ambiente ideal para eles se conectarem ao seu tratamento através deste sistema. A usabilidade que Teixeira (2015) explica foi o ponto mais presente durante o card

sorting, trazendo as questões mais práticas como um fazer um *login* mais rápido, ou ser notificado e alcançar informações de forma mais facilitada. Durante as correções, após o card sorting, inclusive, foi necessário reavaliar a interação entre o profissional e o paciente dentro do aplicativo, pois segundo um dos testadores, utilizar outros aplicativos como *whatsapp* poderia não ser efetivo por este não ser um *app* específico para lidar com estas questões, trazendo a hipótese de haver um momento de grande necessidade de comunicação por parte do paciente para com o profissional que pode passar despercebido diante de outras mensagens que possuem intuitos diferentes.



Imagem 48 - Execução do Card Sorting. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Como produto da avaliação, as telas foram readaptadas e algumas funções adicionadas, levando em conta a consideração dos integrantes do teste e a possibilidade de melhorias do aplicativo.

4. PROTOTIPAÇÃO

Para o desenvolvimento do protótipo foi preciso tomar a decisão sobre qual seria o caminho e o produto que iria ser apresentado. Para isso, é importante levar em conta que este sistema possui um potencial de aplicação efetivo em diversas plataformas online. As pesquisas quantitativas e qualitativas feitas durante o projeto mostraram que não eram argumentos o suficiente para a tomada de decisão sobre qual a melhor plataforma a ser escolhida, no entanto, pelo desejo de aprender e experienciar profissionalmente a criação de uma aplicação para smartphones, o desenvolvimento do protótipo se deu na criação das interfaces de um *app* para celulares *smartphones*. Isso levando em consideração a metodologia de Lean UX, que visa a criação de um produto mínimo viável.

Para testar a navegação das telas foi utilizado o aplicativo *INVISION* que é um site onde simula a navegação de plataformas online para sistemas operacionais diferentes como *Android* e *IOS*. É possível criar links através das telas, utilizando a área da imagem para simular botões, fazendo com que uma tela possa interagir com a outra, além da possibilidade do compartilhamento do protótipo, fazendo com que as pessoas possam avaliar o seu projeto, e sugerir modificações. O link para acessar o protótipo se encontra nos anexos deste memorial.

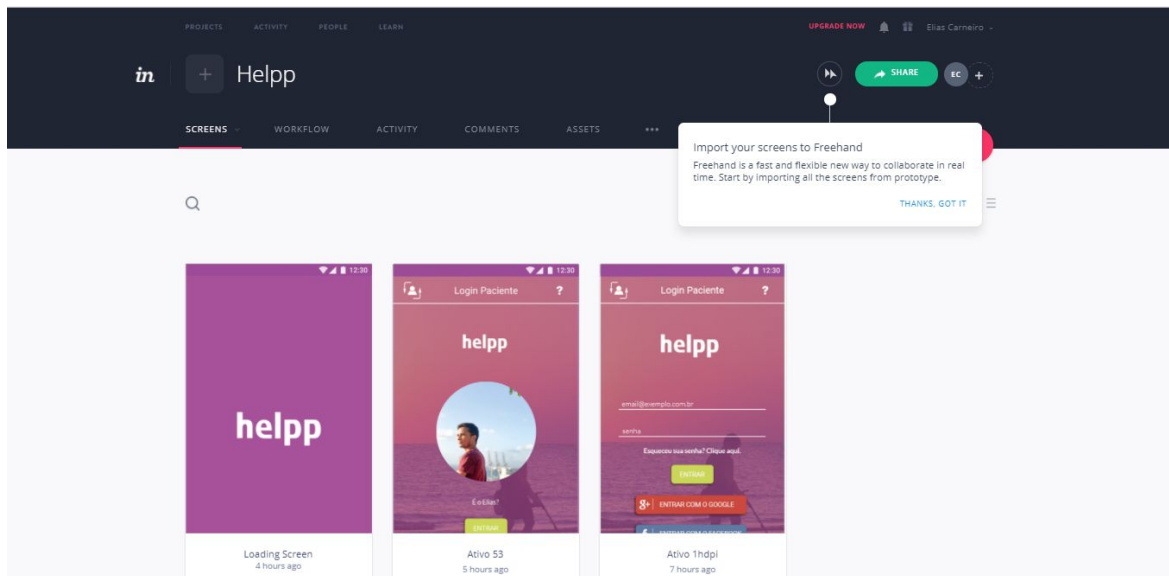


Imagem 49 - Desenvolvimento do protótipo no *site Invision*. Fonte: Invision

É necessário também levar em conta que pelo fato da plataforma apenas simular as telas, houveram problemas em relação a botões estáticos, além da apresentação de todas as telas de aviso. De forma geral, a intenção ao utilizar o site foi de promover o caminho do fluxo do usuário de forma interativa, fazendo com que quem tivesse contato com o protótipo pudesse se guiar pelo caminho por si.

4.1 Desenvolvimento de Interface

A construção da interface — como projeto gráfico — foi uma sucessão de desenhos em busca de adaptar os interesses dos usuários levando em consideração as suas necessidades dentro do app e, além disso, buscando atender as boas práticas em UX citadas por Teixeira (2015). A participação do consultor em programação foi bastante relevante ainda durante a construção dos rabiscoframes, pois algumas dicas em relação a desenvolvimento das telas, como espaçamento entre botões, utilização de ícones entre outros. Estes serviram para a construção tanto dos wireframes, quanto da tela finalizada do mínimo produto viável.

É preciso também levar em consideração que o desenvolvimento das telas partiu do conceito do Lean UX, que tende a reduzir o processo de construção, visando obter um produto que possa ser testado e melhorado. Inclusive, algumas telas e funções

tiveram que ser repensadas, na etapa final do processo, pois não somente através do card sorting, mas também revisando o projeto, foram percebidas as necessidades de algumas mudanças nas interfaces. E que, conforme a metodologia, provavelmente irão se modificar conforme se o projeto tome forma. Isto faz um paralelo com o tópico 1.5.2 desse projeto onde é explicado pelo ciclo de Lean UX que está sempre se construindo, aprendendo e se modificando o produto.

Para adequar o design do app em relação a plataforma *android*, foi-se utilizado como referência O *Google Material Design*, que é um manual com especificações e sugestões sobre como desenvolver os aspetos da tela em relação a espaço, volume, legibilidade, hierarquia, tipo de fonte. Ademais, esse site oferece um pacote para *download* com *templates* de telas com elementos como a barra superior e o menu principal utilizado em aplicativos da google. O objetivo deste material é de se obter uma melhor padronização dos aspectos dos aplicativos para *Android*. Para adaptar a resolução, foi utilizado como referência o *smartphone* do autor — *Samsung Galaxy J5* — que possui uma tela HD de 720 x 1280 pixels.

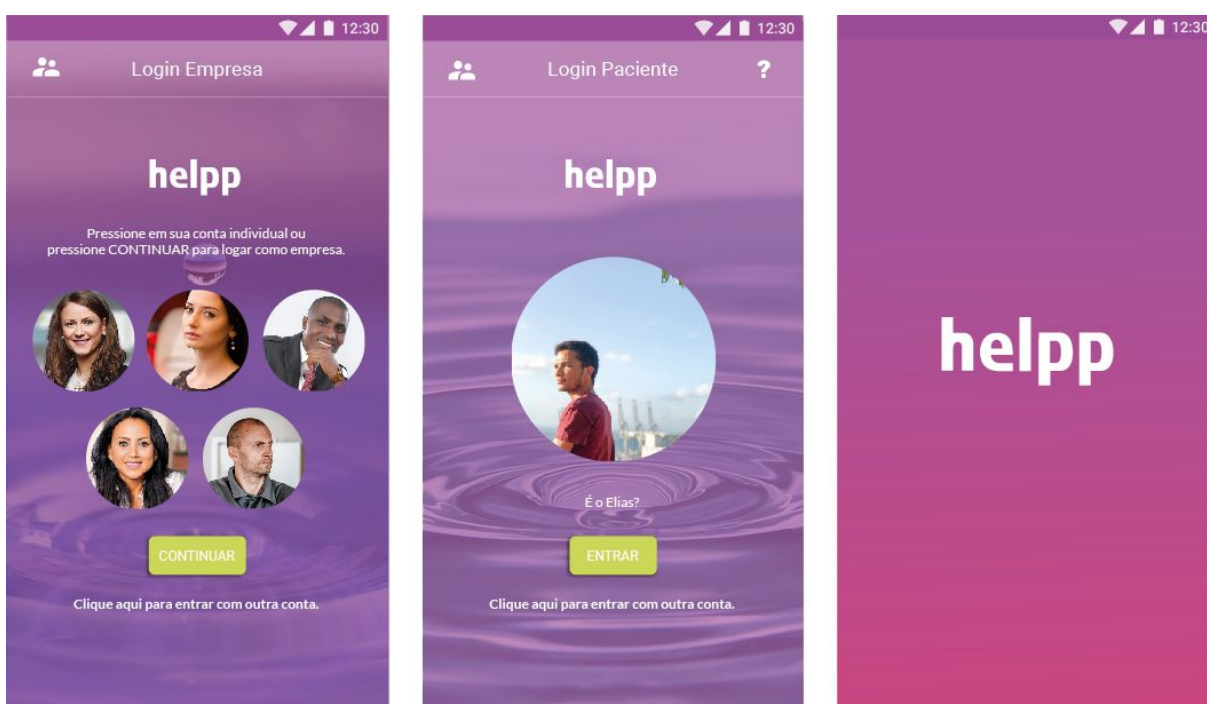


Imagem 50 - Algumas telas do aplicativo. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

4.1.1 Identidade Visual

A Criação da identidade visual foi toda voltada para a aplicação do projeto. Para isso, foi-se pensado primeiramente em um nome que pudesse corresponder ao que o aplicativo poderia oferecer: ajuda para as pessoas que estavam em busca de tratamento psicoterapêutico. Então, pensando neste aspecto, houve o insight de unir a palavra inglesa *help* que significa “ajuda” juntamente com o termo *app* que significa aplicativo, criando assim o nome “helpp”. Ainda assim, como havia a necessidade de fazer a composição dos sketches e wireframes, foi criada uma marca provisória que atenderia as necessidades de composição das telas provisórias e conforme o projeto pudesse ir se desenvolvendo, ela ganharia suas modificações.

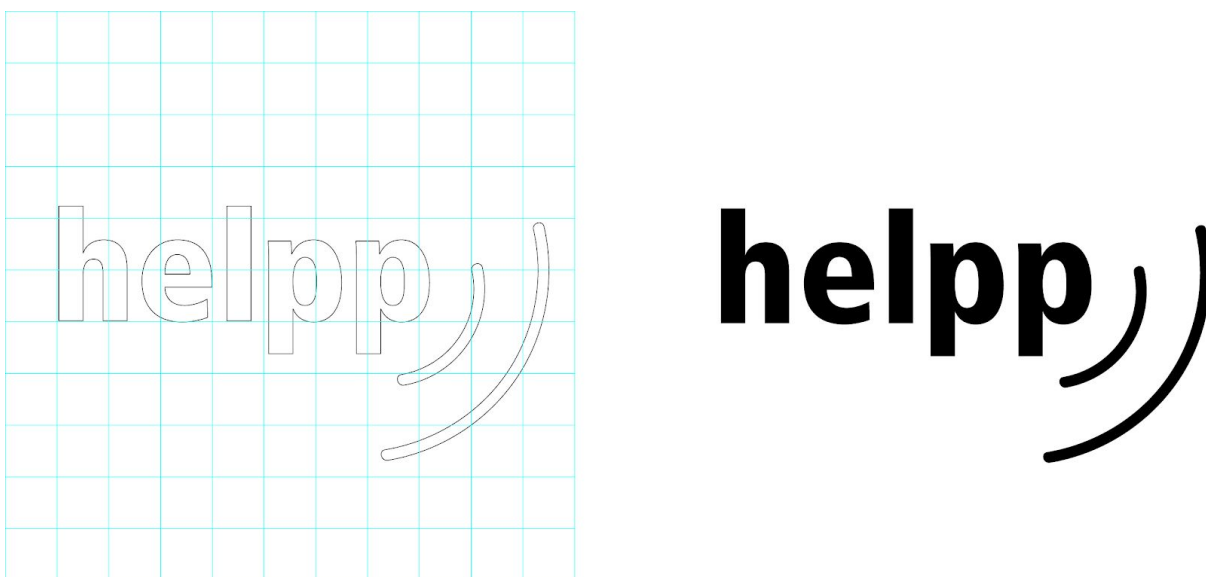


Imagem 50 - Primeira alternativa da marca do projeto. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Com a evolução do projeto, era necessário finalizar a marca para fazer a sua composição cromática e as escolhas tipográficas. No entanto, o excesso de elementos na marca anterior poderia causar ruídos com as funções do aplicativo. Pensando nisso, foi-se criado um painel semântico contendo referenciais do que era requerido esteticamente na identidade visual, como cores e formas, referências de aplicações em sites e aplicativos, além de ideias que marca deveria passar.

As cores escolhidas para a marca se basearam em tons de violeta e rosa, pois são tons de cores que trazem relaxamento para o sistema nervoso, e suas cores complementares, já as cores secundárias foram escolhidas para os destaques entre as funções e filtros presentes no app. No caso da escolha das fontes, a tipografia que serviu de referência para confecção da marca foi a fonte Avenir. Já no caso das fontes para uso no app, o material do *google* orienta a utilizar a fonte da família Roboto que o próprio *google* utiliza como padrão dos *app's* para *Android*, e ainda assim ele sugere quais são as combinações de tipografia mais frequentes utilizadas com a fonte Roboto, sendo uma dessas a fonte da família Lato, a qual foi a escolhida para o projeto.

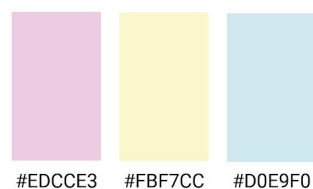
Cores Principais



Cores Secundárias



Aplicação em fundos



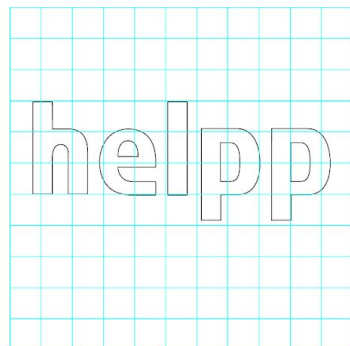
Títulos e Botões

Roboto Bold
Roboto Regular
Roboto Light

Caixa de Texto

Lato Bold
Lato Regular
Lato Light

Imagem 52 - Padrão cromático e fontes. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)



helpp

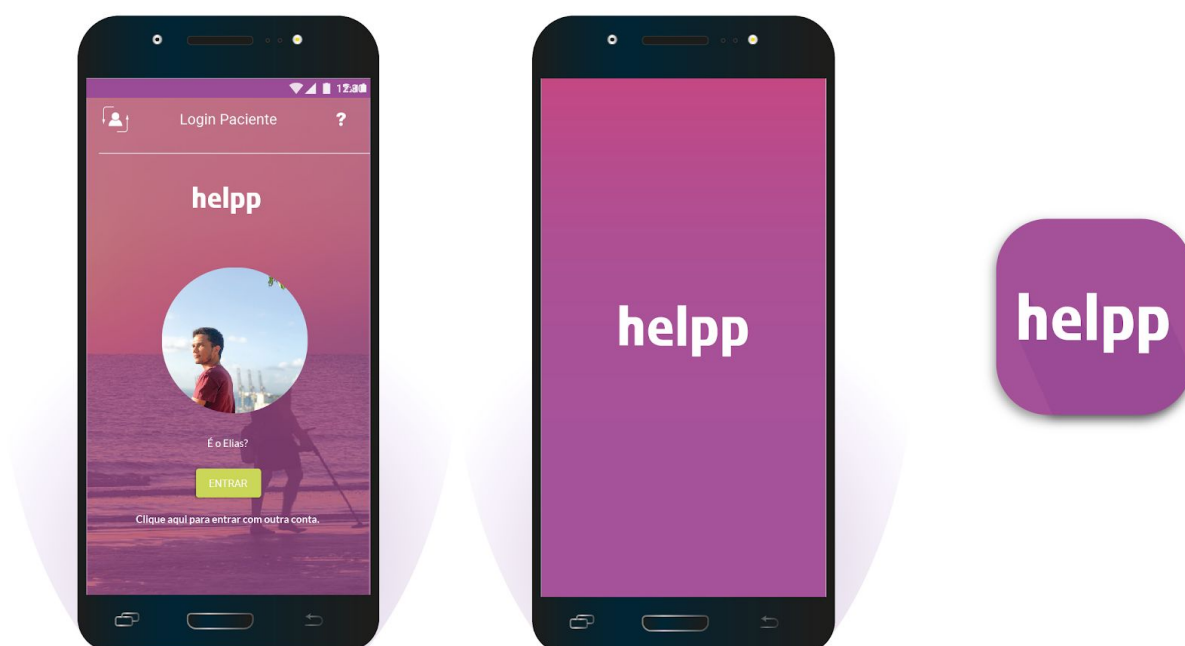


Imagem 53 - Marca e aplicações em tela e ícone do app. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

4.1.2 Biblioteca de Padrões

A biblioteca de padrões são os elementos visuais criados para compor a aparência da interface do aplicativo. O desenvolvimento desta se deu de forma gradual, conforme foram surgindo a necessidade de criar funções ou adaptar outras. Segundo Teixeira (2015), a biblioteca de padrão serve principalmente para se reutilizar das soluções que já foram construídas caso haja necessidade.

A criação de bibliotecas de padrões é uma forma de colecionar as soluções de design que aparecem várias vezes dentro de um mesmo site. Cada solução é criada para resolver um problema de design. As galerias de fotos,

por exemplo, são uma solução para exibir e permitir que o usuário navegue por uma série de imagens que fazem parte de um mesmo tema (TEIXEIRA, 2015, p.163).

A biblioteca de padrões desenvolvida para esse projeto também foi influenciada pelo *Google Material Design*, visto que este já possui alguns elementos gráficos padronizados para se utilizar levando em consideração que o aplicativo será feito para a plataforma *Android*.

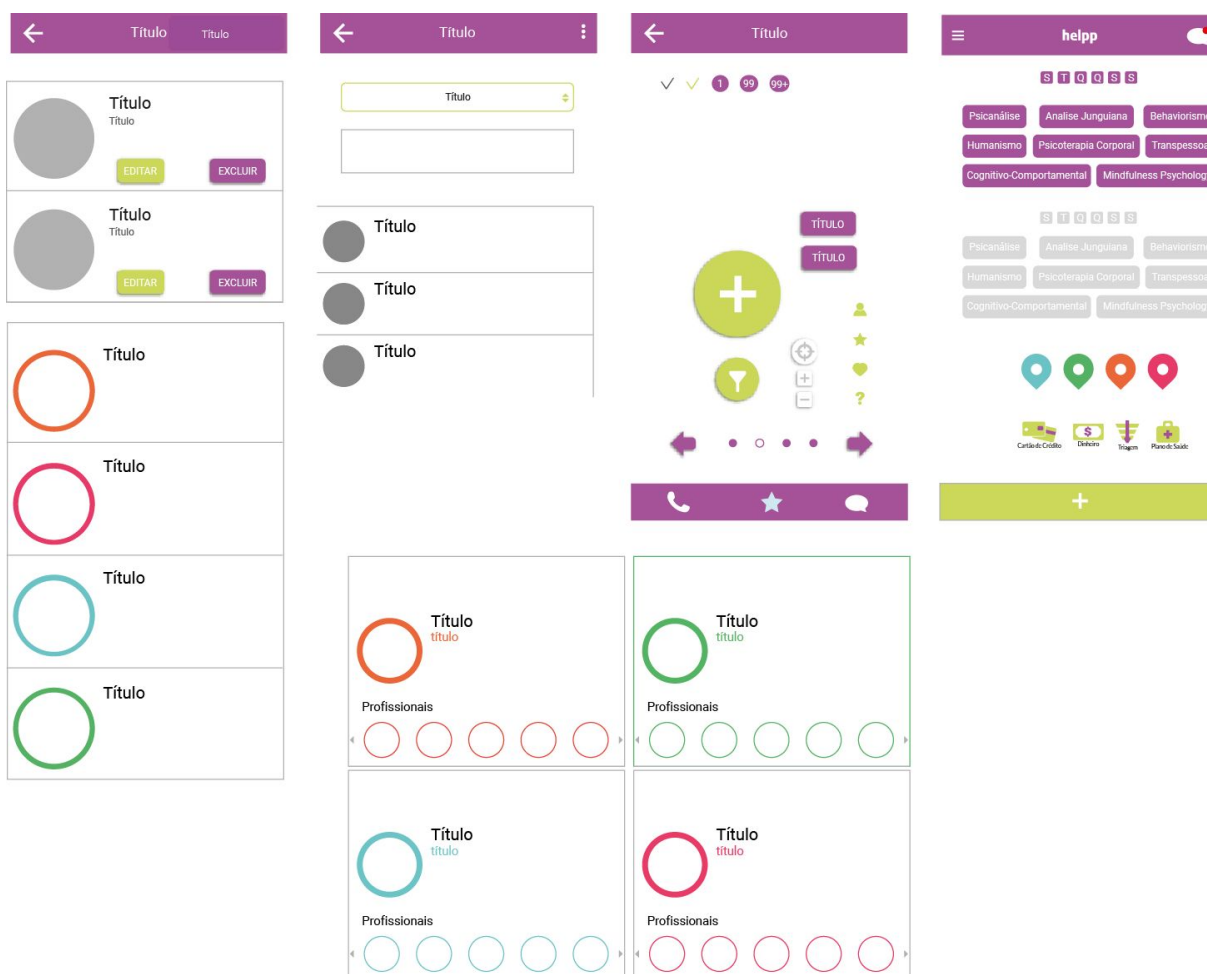


Imagem 53 - Alguns Elementos da Biblioteca de Padrões. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Primeiramente, tenho de dizer que estou muito contente e agradecido pela oportunidade em participar de um projeto que teve uma influência tão forte em minha vida pessoal e se projetou em minha vida profissional. Acredito que por ser alguém que preze pela sensibilidade dentro de um contexto social, sempre estive refletindo sobre como é efetivo e positivo quando você ajuda alguém que está em uma situação de tristeza, ansiedade, angústia. E, trazendo a possibilidade de trabalhar em algo que possa falar destas questões visando ajudar, foi sem sombra de dúvidas um trabalho gratificante, seja pelos elogios das pessoas que participaram das entrevistas e conteúdos do projeto, ou pela constatação do meu próprio processo de trabalho.

É imprescindível dizer também que apesar deste sistema de busca facilitado estar apenas em forma de um MVP, são inúmeras as plataformas que ele pode abranger, e os serviços e funções que ele pode conter. Até porque, para a adaptação do projeto eu reduzi o público praticante de terapias apenas a psicoterapia por questões de tempo. Contudo, existem diversos tipos de profissionais que fazem terapias e pessoas em buscas destes métodos “não convencionais”. A idéia é que o projeto conforme venha a ser desenvolvido, comece abranger estes outros profissionais e oferecer ganhos através de parcerias como foi idealizado no canvas da proposta de valor. Para que este sistema pudesse ser de fato efetivo, necessitaria ser desenvolvido não somente um app mobile, mas como um app para desktop e também a existência de um site responsivo. Dessa forma, os dois usuários, tanto o paciente quanto o profissional teriam uma forma mais eficaz de executar suas tarefas.

O fato do semestre ser atípico e cair próximo de tantas datas comemorativas também tornou mais difícil o contato com as consultorias e com os participantes do projeto da etapa de card sorting, por exemplo. Além de não ter havido condições de programar o projeto através do APP inventor, não consegui registrar o feedback dos

usuários no protótipo de navegação, não podendo inserir o tópico de navegação em tempo hábil. Contudo, fico contente pela possibilidade de haver uma forma de testar a navegação do projeto.

6. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

KARNAL, Leandro. **Leandro Karnal - Zygmunt Bauman: Mundo Líquido. Youtube.** 10 de jan. 2017 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zKPvRuuLf1U&t=5270s>>. Acesso em 20 de maio de 2017.

BAUMAN, Zygmund. **Zygmunt Bauman "Modernidade Líquida" Entrevista. Youtube.** Publicado 17 de jan de 2015 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GTu_bycoEEw&t=1s>. Acesso em 20 de Maio de 2017.

LIM, Winnie. **Guia Sobre Wireframing Para Iniciantes.** Disponível em: <<https://webdesign.tutsplus.com/pt/articles/a-beginners-guide-to-wireframing--webdesign-7399>>. Acesso em: 17 de dezembro de 2017.

ROBERTSON, Christian. **ROBOTO.** Disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/Roboto>> Acesso em: 1 de fevereiro de 2018

DZIEDZIC, Łukasz. **LATO.** Disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/Lato>> Acesso em 1 de fevereiro de 2018.

BIRMAN, Joel. **Tatuando O Desamparo: A juventude na atualidade.** In. Cardoso, Marta Rezende (org). Adolescentes. São Paulo: Escuta, 2006.

BIRMAN, joel. **O Sujeito Desejante na Contemporaneidade.** In. Seminário de Estudos em Análise do Discurso, 2. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Letras, Porto Alegre, 2005.

PALHARES, Isabela; CHADE, Jamil. **Brasil tem maior taxa de transtorno de ansiedade do mundo, diz OMS.** Disponível em: <<http://saude.estadao.com.br/notici>

as/geral,brasil-tem-maior-taxa-de-transtorno-de-ansiedade-do-mundo-diz-oms,70001677247> Acesso em 17 de dezembro de 2017.

BURTON, Michael; FELKER, Donn. **Desenvolvimento de Aplicativos Android Para Leigos**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: guia prático para o projetode novos produtos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

IBARZ, Julian. **Atualizando o Google Maps com Aprendizagem Profunda e Street View** Disponível em: <<https://productforums.google.com/forum/#!topic/maps-pt/QNdFnPbYjzk>> Acesso em: 8 de janeiro de 2018.

MOREIRA, M.A. **Mapas Conceituais e Diagramas V**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Intituto de Física, 2006. Disponível em: <<https://pt.slideshare.net/aurelyano/livro-mapas-conceituais-e-diagramas>> Acesso em: 5 de janeiro de 2018.

AGNI, Edu. **Don Norman e o termo “UX”**. Disponível em: < <https://uxdesign.blog.br/don-norman-e-o-termo-ux-6dff3f8d218> >. Acesso em: 8 de janeiro de 2018.

LOWDERMILK, Travis. **Design Centrado no Usuário - Um Guia Para o Desenvolvimento de Aplicativos Amigáveis**. São Paulo: O’Reilly Novatec, 2013.

GOTHELF, Jeff. **Lean UX: Applying Lean Principles to Improve User Experience**. Sebastopol: O’Reilly Media, 2013.

TEIXEIRA, Fabricio. **Introdução e Boas Práticas em UX Design**. São Paulo: Casa do Código, 2015.

VIANNA, Mauricio et al. **Design Thinking: Inovação em Negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo. **Design Thinking & Thinking Design**. São Paulo: Novatec, 2015.

GOOGLE. **Material Design**. Disponível em: <<https://material.io/guidelines/material-design/environment.html#>> Acesso em: 19 de dezembro de 2017.

OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Tradução de Raphael Bonelli. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. 300p.

OSTERWALDER, Alexander et al. **Value Proposition Design**. Tradução: Bruno Alexandre. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob (org.). **Isto É Design Thinking de Serviços: Fundamentos, Ferramentas, Casos**. Tradução: Mariana Bandarra. Porto Alegre: Bookman, 2014.

KRZNARIC, Roman; **O Poder da Empatia - A Arte de Se Colocar No Lugar do Outro Para Transformar o Mundo**. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. – 1.ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

— Mapa de Empatia

<https://goo.gl/Zr7gL4>

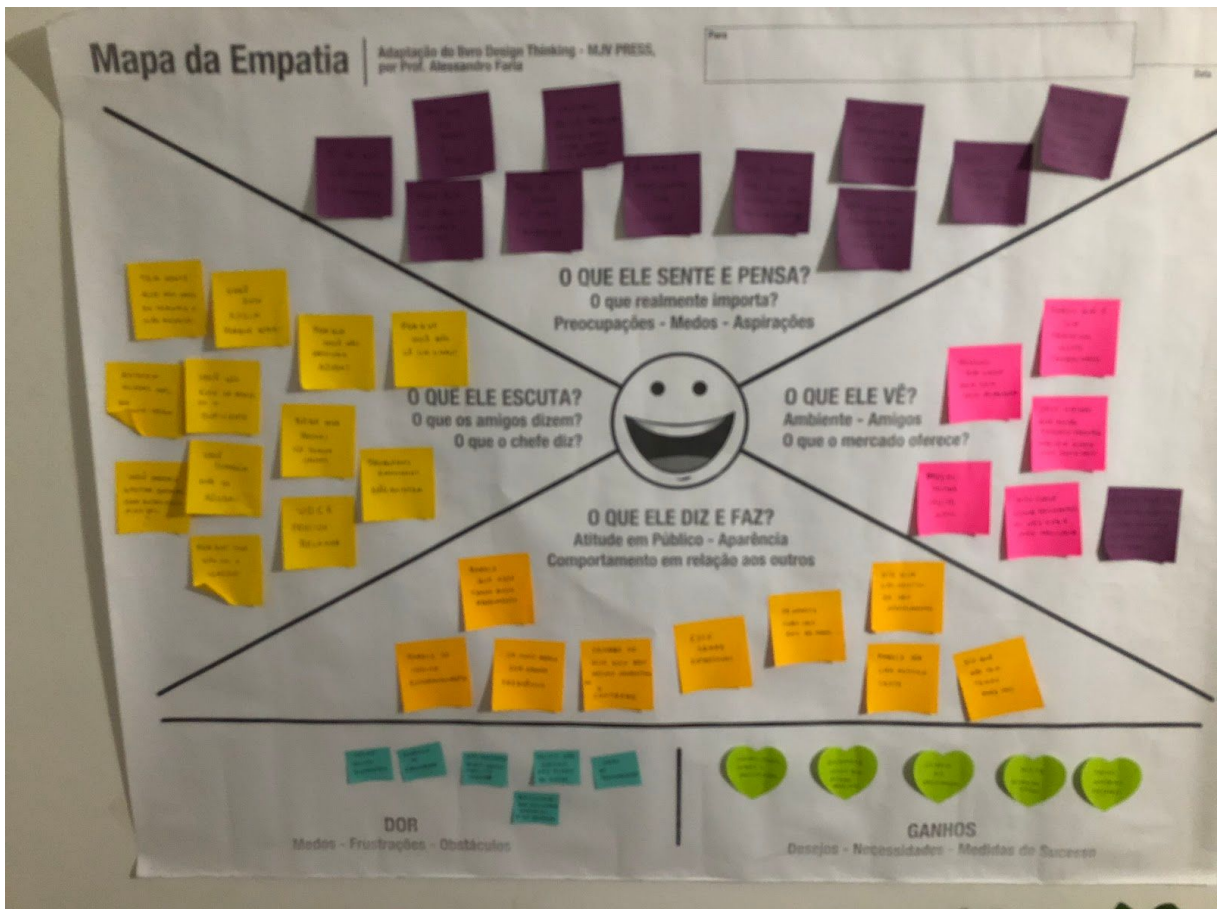


Imagem 56 - Mapa da empatia. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

— Fluxo do Usuário em Telas

<https://goo.gl/Qd1xZ8>

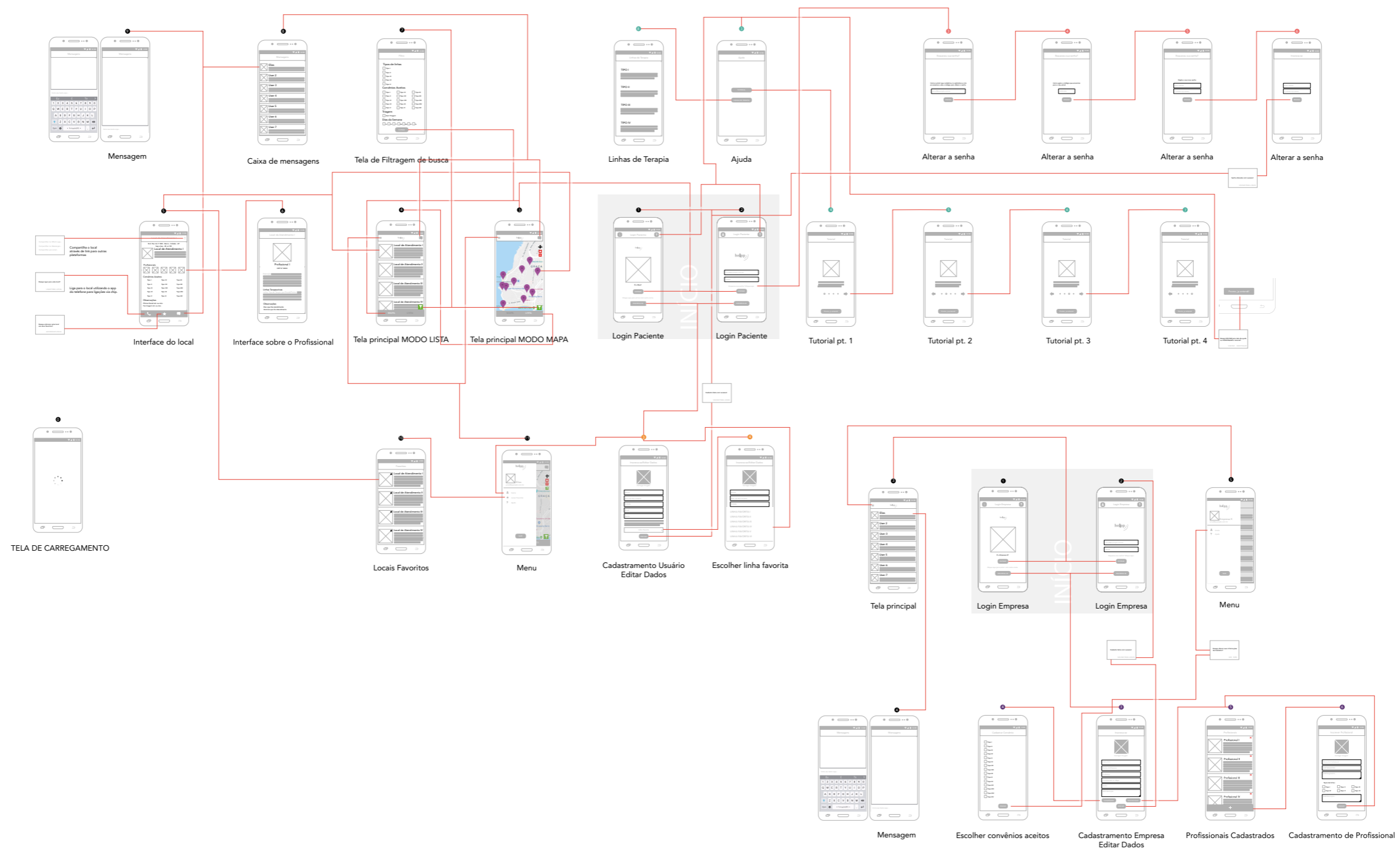
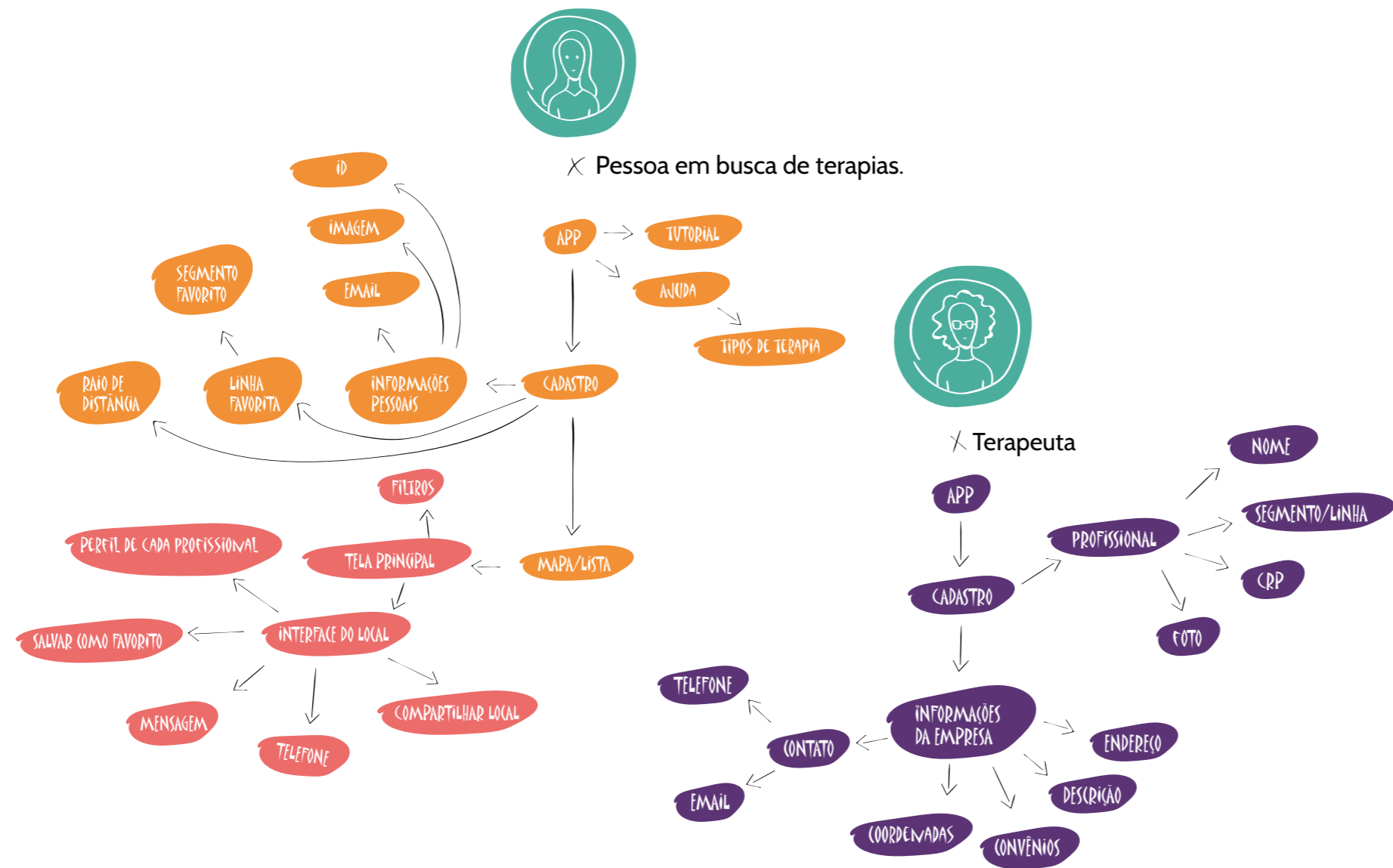


Imagem 57 - Fluxo do usuário. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

— Mapa Conceitual

<https://goo.gl/asA5Ss>



APP -Interface onde o responsável pelo estabelecimento preenche o cadastro com informações abaixo.

1.Cadastro:

1.1 Profissional: - Espaço onde o profissional(terapeuta) preenche seu perfil profissional.

- a)Nome - Nome utilizado pelo profissional
- b)Segmento - Tipo de abordagem terapeutica utilizada
- c)CRP/Registro - Registro do profissional
- d)Foto - Avatar do profissional

1.2 Informações da Empresa:

- a)Endereço - Endereço do local de Atendimento
- b)Descrição - Descrição do local, informações sobre valores de consultas e descontos.
- c)Convênios - Tipos de planos de saúde aceitos
- d)Coordenadas - Coordenadas do local via gps para geolocalização
- f)Contato - Email e telefone para contato

1.APP

1.1 Cadastro - Cadastro do usuário com suas informações pessoais

1.1.1 Informações pessoais:

- a) Email - email do usuário
- b) Imagem - foto do usuário
- c) ID - nome do usuário

1.1.2 Linha Favorita - Linha preferida do Usuário

1.1.3 Raio de Distância - Para utilização no modo lista, raio de alcance distancial entre o usuário e os locais de atendimento

1.1.4 Mapa/Lista - Modo de busca entre mapa ou lista

1.2 Tutorial - tutorial rápido de como utilizar o aplicativo

1.3 Ajuda - Espaço para explicação dos tipos de abordagens terapeuticas de forma básica.

1.Mapa/lista

1.1 Filtros - Seleciona especificidades do local

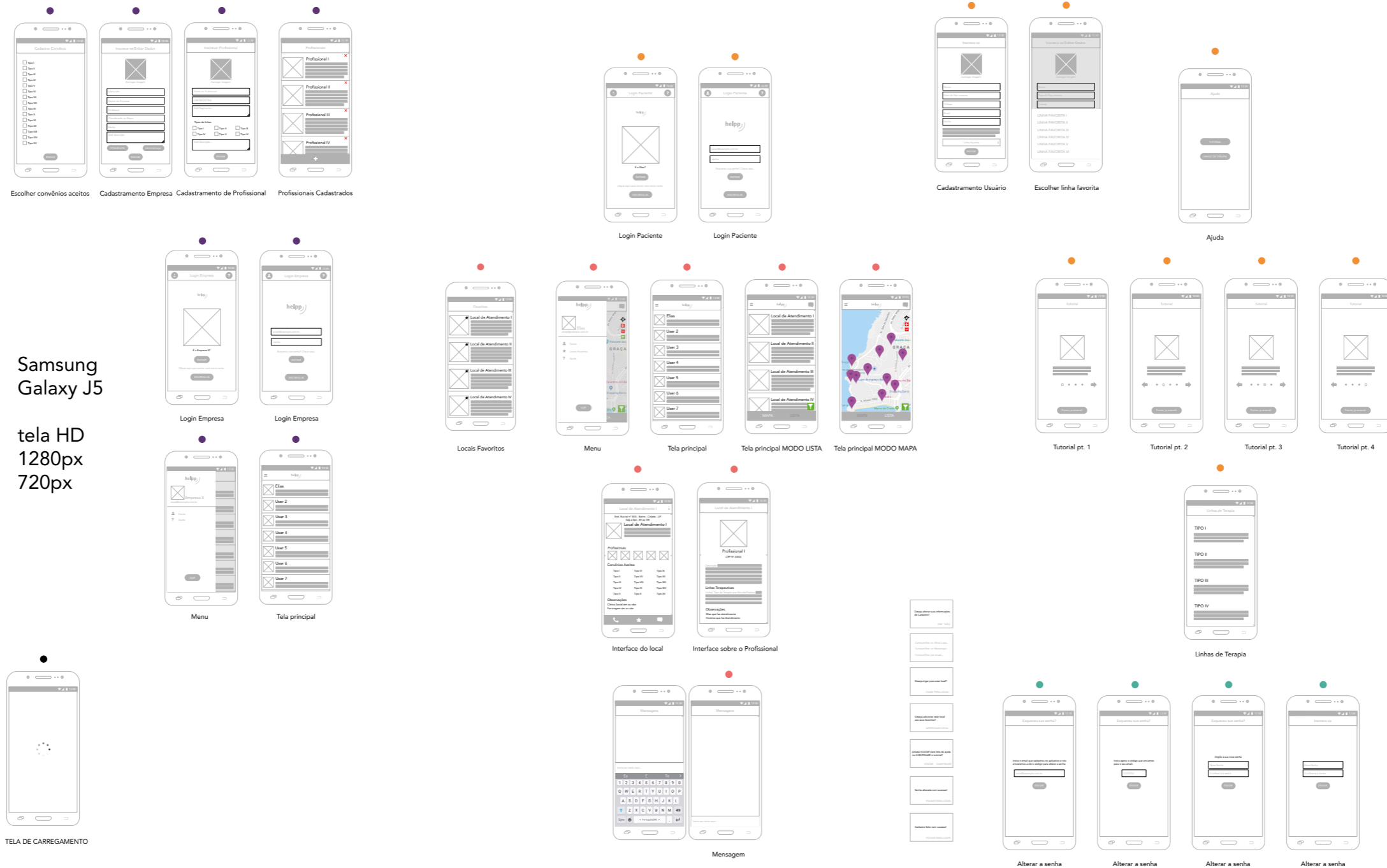
1.1.1 Local - Interface com informações sobre o local, como endereço, informações sobre triagem, descontos, horários e dias de atendimento convênios aceitos,

- a)Profissionais disponíveis
- b) Salvar como favorito
- c) enviar mensagem
- d) Telefonar
- d) Compartilhar em outro aplicativo

Imagem 58 - Mapa Conceitual. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

— Wireframes

<https://goo.gl/1b4tKh>



Samsung
Galaxy J5

tela HD
1280px
720px

Imagem 59 - Wireframes. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

— Protótipo Navegável

<https://goo.gl/Ert2bP>

— Perfis dos Pacientes Entrevistados

<https://goo.gl/jTXU9Z>

Quem	Entrevistado 1
Idade	24 anos
Profissão	Estudante Universitário
Experiência com Terapia	Fez terapia dos 17 aos 19 anos com algumas pausas. Foi induzido pela família que o considerava “depressivo”.

Tabela 9 - Perfil entrevistado 1. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Quem	Entrevistado 2
Idade	20 anos
Profissão	Estudante Universitário
Experiência com Terapia	Faz terapia atualmente. Foi em busca de ajuda por conta própria pois houve um período ao qual não conseguia encontrar um profissional capaz de lhe atender, pois achava que seu corpo não era adaptado para fazer sexo. Reclamava de dores que foram consideradas pelo profissional como um desconforto psicológico.

Tabela 10 - Perfil entrevistado 1. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Quem	Entrevistado 3
Idade	21 anos
Profissão	Estudante Universitário
Experiência com Terapia	Buscou terapia por conta própria pois não conseguia lidar com a sua ansiedade, te também pelo fato de não lidar bem com as pessoas do seu ambiente universitário. Além disso, possuía o hábito de se medicar com frequência por medo de gravidez. Além disso, não contava com o apoio dos pais para continuar no tratamento.

Tabela 11 - Perfil entrevistado 3. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

Quem	Entrevistado 4
Idade	22 anos
Profissão	Estudante Universitário
Experiência com Terapia	Apresentou hábitos de se isolar e se mutilar durante a adolescência sem que seus pais ainda soubessem. Procurou terapia por conta própria também, através do aconselhamento de amigos e pessoas próximas.

Tabela 12 - Perfil entrevistado 1. Fonte: (elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada, 2017).

— Termo de Anonimidade

<https://goo.gl/ZgyZaW>

— Formulário Online

<https://goo.gl/JTpDrB>

Qual é sua idade?

111 respostas

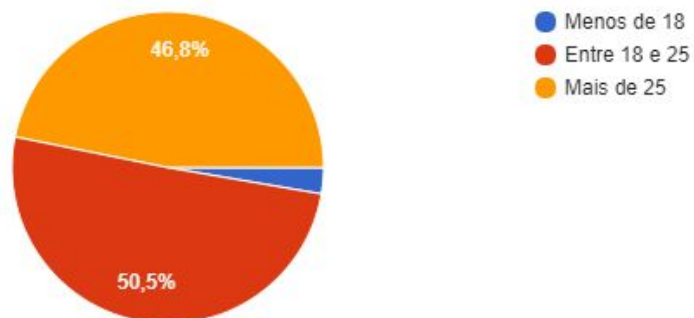


Imagem 60 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Você faz terapia/já fez?

111 respostas

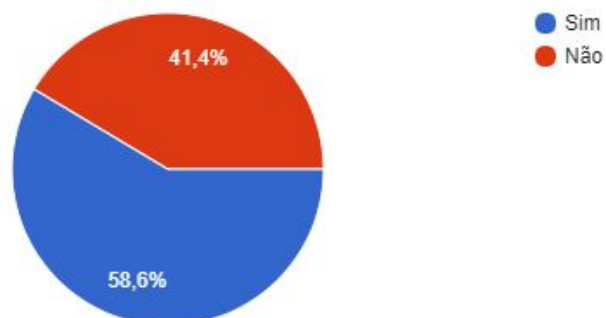


Imagem 61 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Você teve dificuldade em encontrar um local para receber ajuda psicoterapêutica?

65 respostas

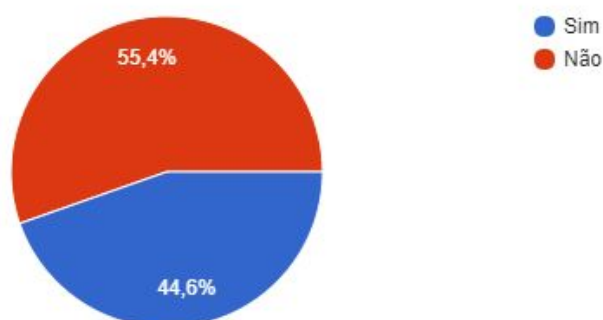


Imagem 62 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Qual/Quais tipo(s) de dificuldade(s) você encontrou/acha que encontraria ao buscar ajuda psicoterapêutica?(Marque quantas opções achar necessário)

106 respostas

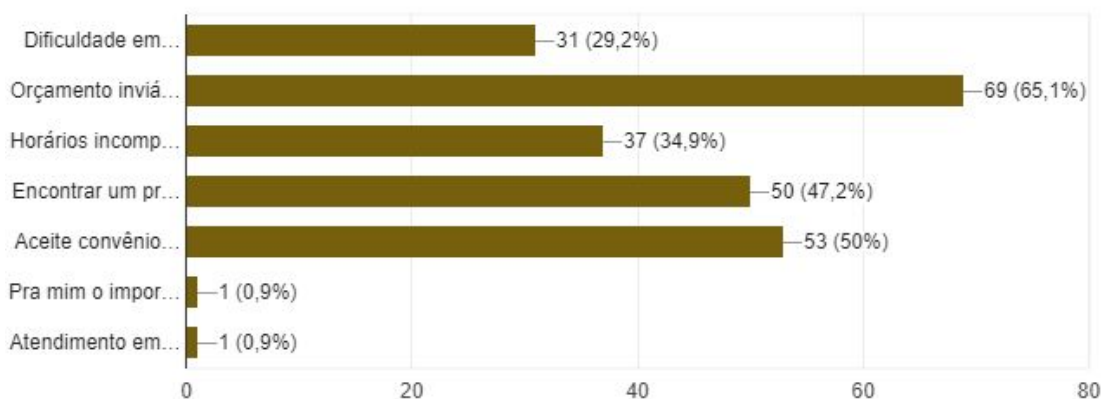


Imagem 63 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Você tem smartphone?

111 respostas

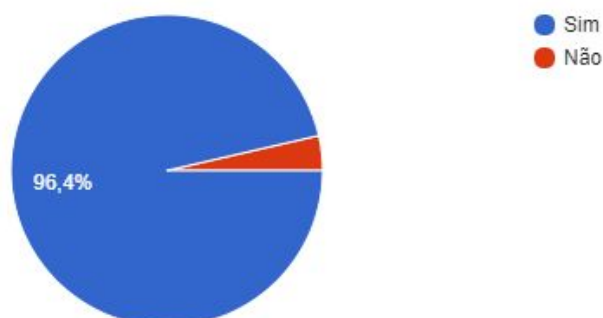


Imagem 64 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Você utiliza aplicativos para se locomover pela cidade?(ex: cittamobi, google maps)

107 respostas

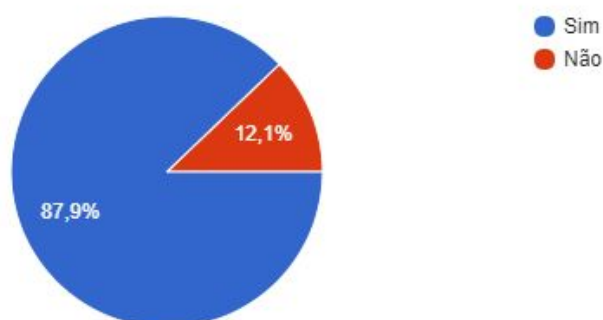


Imagem 65 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Se você estivesse buscando ajuda psicoterapêutica, como você buscaria?

111 respostas

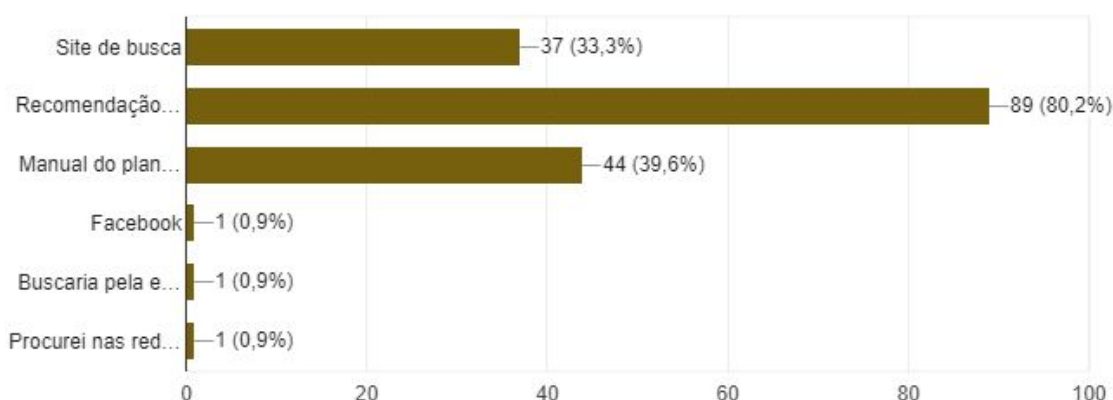


Imagem 66 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Qual tipo de plataforma online você prefere/preferiria utilizar para fazer suas tarefas diárias?

111 respostas

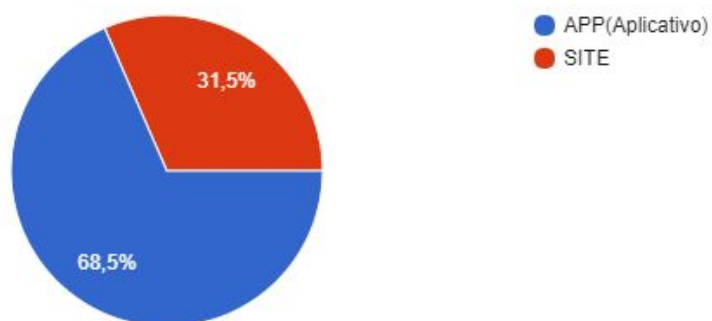


Imagem 67 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

Você gostaria mais de um APP ou um SITE para encontrar um local de atendimento psicoterapêutico mais próximo de você?

111 respostas



Imagem 68 - Gráfico formulário online. Fonte: (elaborado pelo autor, 2017)

<https://goo.gl/dkaFD6>

Pesquisa de Campo TCC Design 2017.2

Aluno: Elias Carneiro
Orientador: Paulo Souza

Helpp - Plataforma de mapeamento de centros de atendimento voltados a psicoterapia.

1. Você é?

a) Psicoterapeuta b) Estudante da Área

2. Qual forma você utiliza/utilizaria para divulgar o seu trabalho?

a) Internet b) Boca a boca c) Rede social d) Anúncios

3. Em relação a montar um consultório/espço de atendimento, você consideraria que as pessoas que buscam terapia teriam facilidade de encontrar seu local de atendimento?

a) Sim b) Não

Você acha que a existência de um aplicativo que divulgue seu local de atendimento e informações sobre o local traria mais pacientes(clientes) para o seu consultório?

a) Sim b) Não

4. Qual tipo de plataforma online você prefere utilizar para fazer suas tarefas diárias?

a) App b) Site

5. Você teria interesse de inscrever seu consultório em um APP ou SITE que o geolocalize em relação as pessoas que buscam ajuda?

a) App b) Site

6. Você conhece algum tipo de serviço por parte de - tos aos seus pacientes?

a) Sim b) Não

7. Você teria interesse em participar de algum serviço relacionado a este?

a) Sim b) Não