UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

TATIANE DA SILVA FELIX

DESIGN GRÁFICO COMO INSTRUMENTO PARA CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DO NASE NO CAA – UFPE

Caruaru
2024

TATIANE DA SILVA FELIX

DESIGN GRÁFICO COMO INSTRUMENTO PARA CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DO NASE NO CAA – UFPE

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientadora: Sophia de Oliveira Costa e Silva

Caruaru

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Felix, Tatiane.
Design gráfico como instrumento para conscientização sobre a existência do NASE no CAA ? UFPE / Tatiane Felix. - Caruaru, 2024.
43 p. : il.

Orientador(a): Sophia Costa e Silva
Cooorientador(a): Luciana Freire
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2024.
Inclui referências, apêndices.

1. Depressão. 2. Design Gráfico. 3. Campus Agreste. 4. Curso de Design. I. Costa e Silva, Sophia . (Orientação). II. Freire, Luciana . (Coorientação). IV. Título.

760 CDD (22.ed.)

TATIANE DA SILVA FELIX

DESIGN GRÁFICO COMO INSTRUMENTO PARA CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE A EXISTÊNCIA DO NASE – CAA – UFPE

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 18 de outubro de 2024, Caruaru-PE.

BANCA EXAMINADORA

_____

Profa. Ms. Sophia Costa (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Ms. Glenda Gomes Cabral (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Dr. Rosimeri Franck Pichler (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico aos meus pais, Fabiano e Marliete Felix pelo amor e incentivo incondicional ao longo de toda a minha jornada, que inconscientemente foram minha inspiração para escolha do curso de Design.

À Universidade Federal de Pernambuco e a todo o corpo docente, direção e coordenação que oportunizaram ao longo da minha jornada conhecimentos essenciais para minha formação.

À Professora Orientadora Profa. Sophia Costa pelo empenho e dedicação disponibilizando seu tempo e conhecimentos às orientações a mim ministradas.

À Profª Luciana Freire, que com o seu conhecimento acerca da depressão, contribuiu de forma singular para a minha compreensão da temática.

À todas as pessoas que direta ou indiretamente ajudaram na elaboração e conclusão deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos pelo desenvolvimento deste trabalho de conclusão do curso de Design que contou com a ajuda de diversas pessoas, volto a agradecer aos meus pais, Fabiano e Marliete Felix, por tudo que ensinaram e ensinam ao longo da vida.

À professora Luciana Freire por toda a disponibilidade em me auxiliar ao longo do curso de Design e que me permitiu concluir mais esta etapa.

À Profª. Ms. Sophia Costa por toda ajuda durante o curso e para a conclusão do mesmo.

A todo o corpo docente da Universidade Federal de Pernambuco, em especial aos professores do curso de design que além de conhecimento transmitem diariamente o amor pela profissão.

A todos os amigos do curso de Design que se propuseram a participar da pesquisa, obrigada pela colaboração e disposição no processo de obtenção de dados.

A Deus por colocar em meu caminho pessoas especiais como todas já citadas e assim como também Thâmara Negreiros que me incentivou a iniciar mais um curso superior.

RESUMO

O presente memorial descritivo tem como objetivo apresentar um projeto de Design Gráfico voltado para divulgação do NASE entre os discentes do CAA (Centro Acadêmico do Agreste). A depressão é uma doença mental que afeta milhões de pessoas em todo o mundo, incluindo estudantes universitários. Reconhecendo a importância de abordar essa questão no ambiente acadêmico, este projeto busca utilizar o Design Gráfico como uma ferramenta eficaz para informar e oferecer suporte aos estudantes do CAA que enfrentam problemas relacionados à depressão. A metodologia empregada neste projeto incluiu uma extensa pesquisa sobre o assunto, com auxílio das ferramentas metodológicas de Munari (2002), incluindo estudos de casos, entrevistas com estudantes e profissionais de saúde mental, além de uma análise da situação atual entre os discentes do Curso de Design do CAA. Com base nessa pesquisa, foram desenvolvidas estratégias de comunicação visual que visam transmitir mensagens de apoio, incentivo e informação sobre a atuação do NASE. Foi criado um cartaz, visando ser colocado em murais localizados em locais estratégicos dentro do campus do CAA, como corredores, salas de aula e áreas de convivência. Além disso, o projeto transmite empatia, acolhimento e esperança, a fim de estabelecer uma conexão consistente e reconhecível com a temática abordada. Espera-se que esse projeto de Design Gráfico contribua para reduzir o estigma em torno da doença, encorajar a busca por ajuda profissional e promover um ambiente acadêmico mais acolhedor e solidário.

Palavras-chave: Depressão. Design Gráfico. Campus Universitário do Agreste.

ABSTRACT

This descriptive memorial aims to present a Graphic Design project aimed at promoting NASE among CAA (Agreste Academic Center) students. Depression is a mental illness that affects millions of people around the world, including college students. Recognizing the importance of addressing this issue in the academic environment, this project seeks to use Graphic Design as an effective tool to create awareness, inform and offer support to design students facing issues related to depression. The methodology used in this project included extensive research on the subject, with the help of Munari's (2002) methodological tools, including case studies, interviews with students and mental health professionals, in addition to an analysis of the current situation among students of the Course of Design at CAA. Based on this research, visual communication strategies were developed to convey messages of support, encouragement and information about depression. A poster was created and placed in strategic locations within the CAA campus, such as corridors, classrooms and common areas. Furthermore, the project conveys empathy, acceptance and hope, in order to establish a consistent and recognizable connection with the theme addressed. It is hoped that this Graphic Design project will contribute to reducing the stigma surrounding the disease, encouraging the search for professional help and promoting a more welcoming and supportive academic environment.

Keywords: Depression. Graphic design. Agreste University Campus.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	As 12 Etapas da metodologia de Munari	14
Gráfico 1 -	gráfico elaborado através do questionário exploratório aplicado entre os alunos do Curso de Design	21
Gráfico 2 -	gráfico elaborado através do questionário exploratório	21
Figura 2 -	Painel semântico inspirado na análise dos dados	23
Figura 3 -	Campanha “Setembro Amarelo” (UFRGS)	24
Figura 4 -	Campanha "Saúde Mental na Universidade"	26
Figura 5 -	Primeira ideia para criação do cartaz	27
Figura 6 -	Segunda ideia para criação do cartaz	28
Figura 7 -	Criação de grids para cartaz	29
Figura 8 -	Criação de ilustração manual para cartaz	29
Figura 9 -	Criação de cartaz no CorelDraw	30
Figura 10 -	Paleta de cores	30
Figura 11 -	Tipografia PoppinsExtra Bold	31
Figura 12 -	Criação de faixa com tipografia Arial	31
Figura 13 -	Criação de tipografia para compor o cartaz	31
Figura 14 -	Criação de lettering utilizando a tipografia Brush Script MT	32
Figura 15 -	Criação de lettering e utilização da tipografia Poppins Extra Bold	32
Figura 16 -	Grid utilizado na versão final	33
Figura 17 -	Versão final do cartaz	33
Figura 18 -	Utilização do CorelDRAW versão 2022	34

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CAA	Centro Acadêmico do Agreste
NASE	Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante
PROAES	Pró-Reitoria para Assuntos Estudantis
UFG	Universidade Federal de Goiás
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO**	**11**
1.1	OBJETIVO GERAL	12
1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.3	JUSTIFICATIVA	12
2.	**METODOLOGIA**	**14**
3.	**DESENVOLVIMENTO PROJETUAL**	**17**
3.1	PROBLEMA E DEFINIÇÃO DE PROBLEMA	17
3.2	COMPONETES DO PROBLEMA	19
3.3	COLETA DE DADOS E ANÁLISE DE DADOS	19
3.4	CRIATIVIDADE	23
3.5	MATERIAIS E TECNOLOGIA	25
3.6	EXPERIMENTAÇÕES, MODELO E VERIFICAÇÕES	27
3.7	DESENHO E CONSTRUÇÃO	33
4.	**RESULTADOS E DISCURSSÕES**	**35**
	REFERÊNCIAS	**36**
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO COM ALUNOS DO CURSO DE DESIGN	**37**
	APÊNDICE B - ENTREVISTA COM PSICÓLOGO DO CAA	**40**
	APÊNDICE C - CONVERSA POR E-MAIL COM PSICÓLOGO	**43**

1 INTRODUÇÃO

O presente memorial descritivo relata as etapas para a construção de um cartaz utilizando o processo criativo de Bruno Munari (2002). Esse cartaz tem o intuito de informar os estudantes do CAA-UFPE sobre a existência de um núcleo de apoio aos discentes relacionados a problemas psicológicos.

No meio acadêmico, diferentes fatores influenciam o surgimento da depressão entre os discentes, medo, ansiedade, novas perspectivas, novas responsabilidades, mudança na moradia, o distanciamento da família e a dificuldade nos relacionamentos afetivos, são fatores determinantes para o surgimento da depressão entre universitários. Cobranças em relação a tarefas e a própria rotina universitária, faz com que a universidade se torne um lugar que convive diariamente com a depressão (Lima,G.O, *et al,* 2020).

No curso de Design, várias hipóteses podem ser levantadas sobre as causas da depressão entre os estudantes de Design, como por exemplo, o designer ser um indivíduo criativo e essa criatividade torna o designer muito sensível; a desvalorização profissional, o designer muitas vezes é rotulado de diversas maneiras pela sociedade, deste modo, carrega estigmas.

Ações que informem e conscientizem sobre a presença da depressão e os locais que podem acolher os estudantes dando apoio psicológico são fundamentais.

Nos últimos anos, tem havido um aumento significativo na preocupação com a saúde mental dos estudantes universitários, especialmente em relação à depressão. A pandemia de COVID-19 intensificou os problemas relacionados a saúde mental dos estudantes e trouxe consigo um conjunto único de desafios que afetaram negativamente, a economia, a sociedade, além da saúde mental dos indivíduos em todo o mundo (WHO, 2020).

Muitos governos foram pegos de surpresa em relação ao cenário pandêmico, e no cenário educacional, muitas instituições adotaram o ensino remoto, quando realizado em plataformas digitais, ou o ensino híbrido. Os docentes precisaram adaptar todos os conteúdos para o novo formato de aulas, a educação e a sociedade passaram por grandes mudanças. Foi possível analisar alguns impactos/fatores relacionados nos estudos, sendo eles: impactos físicos; psicológicos; sociais; na educação; na prática de atividade física. (SILVA, 2021).

O isolamento social, as restrições de movimento, as mudanças no formato das aulas e a incerteza geral, contribuíram para um ambiente acadêmico altamente estressante, que pode levar ao desenvolvimento ou agravamento de problemas de saúde mental, incluindo a depressão (Garcia e Duarte, 2020).

Nesse contexto, as aulas nas Universidades também aconteceram neste formato, nas plataformas digitais e de forma remota, o que distanciou bastante os estudantes do convívio social.

Desta forma, faz-se importante alertar sobre a presença do NASE (Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante) no campus universitário, informando aos discentes onde eles podem conseguir apoio psicológico. Uma das muitas formas possíveis são os cartazes, que surgem como uma ferramenta promissora para a divulgação do Núcleo, guiando os alunos para esse apoio psicológico.

1.1 OBJETIVO GERAL

- Desenvolver um cartaz para uma campanha de divulgação do Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante (NASE).

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar pesquisa quantitativa com estudantes do CAA sobre conhecimento a respeito do NASE.
- Realizar entrevistas com profissionais do NASE para saber informações sobre o funcionamento do núcleo.
- Utilizar a metodologia de Bruno Munari para desenvolvimento de peças gráficas para a campanha de divulgação do núcleo.

1.3 JUSTIFICATIVA

A depressão é um mal que afeta atualmente mais de 300 milhões de pessoas, sendo considerada a maior causa de incapacidade entre todas as idades, influenciando para o surgimento de diversas outras doenças. Ainda, com a pandemia de COVID-19, a necessidade de apoio psicológico aumentou, porém, durante décadas

a saúde mental vem sendo negligenciada pelos nossos governantes, o que só se intensificou durante a pandemia (OMS, 2022).

Desta forma, o Design Gráfico tem o potencial de comunicar de forma eficaz, o que pode ser utilizado para divulgar o NASE. O Núcleo que atua amparado nas diversas estratégias desenvolvidas pela PROAES (Pró-Reitoria para Assuntos Estudantis), no campo da assistência estudantil que visa ampliar o acesso ao cuidado integral através de profissionais qualificados para atendimentos dos estudantes do CAA-UFPE, utilizando elementos visuais e narrativas persuasivas para transmitir mensagens impactantes e informativas. Através de uma abordagem criativa e sensível, desta forma, o cartaz pode atrair a atenção dos estudantes, aumentar a conscientização sobre a importância da saúde mental e oferecer recursos de apoio necessários para lidar com os desafios emocionais enfrentados.

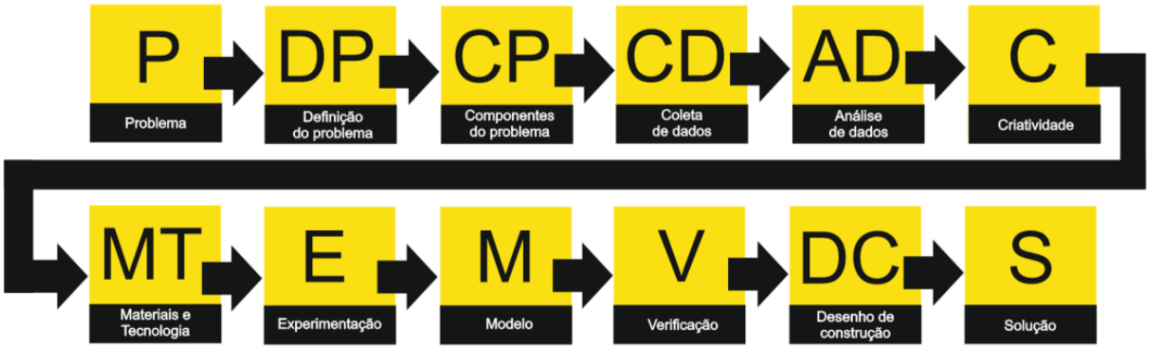
Este trabalho científico tem como objetivo explorar o papel do Design Gráfico na produção de um cartaz, voltado para a divulgação do NASE. Onde serão abordadas questões que ajudem nas condições de saúde mental dos estudantes, a importância da conscientização e do acesso a recursos de apoio, e o potencial do Design Gráfico como uma ferramenta efetiva para transmitir mensagens relacionadas à saúde mental de maneira acessível e atraente.

A partir desse contexto, poder colaborar com a criação de um cartaz de divulgação do NASE, e desta forma, ajudar diversos estudantes a cuidarem da saúde mental, fazendo com que os conhecimentos adquiridos durante a jornada acadêmica, tenham relevância, podendo assim, ajudar diversos outros estudantes a conseguirem lidar com os problemas de saúde mental tão presentes na jornada universitária.

2. METODOLOGIA

A metodologia é essencial para desenvolver um cartaz de forma eficiente e eficaz. Isso ocorre porque uma metodologia bem estruturada pode ajudar a garantir que o processo de design gráfico siga uma abordagem sistemática e organizada, permitindo que o designer alcance seus objetivos de maneira mais clara e consistente. A metodologia de Bruno Munari é uma abordagem do design gráfico que enfatiza a simplicidade, a funcionalidade e a experimentação, sendo por isso escolhida para realização do projeto. Na metodologia de Munari (2002) o processo criativo é formado por 12 etapas, que serão apresentadas a seguir para a criação do Cartaz. A seguir temos a (figura 1) que mostra as 12 etapas da metodologia de Munari (2002):

Figura 1 – As 12 Etapas da metodologia de Munari



Fonte: Autora (criação própria)

Optou-se por utilizar a metodologia de Bruno Munari por se tratar de uma metodologia eficiente para a utilização em design gráfico, que incentiva os designers a experimentarem e testarem diferentes soluções de design, explorando diversas formas, cores e materiais para criar soluções inovadoras e criativas. Isso pode ajudar os designers a saírem do convencional e criarem peças únicas e interessantes. Uma metodologia bem definida ajuda a manter a consistência visual do projeto gráfico, garantindo que a identidade visual seja mantida em todas as peças e materiais criados. Dessa forma, de acordo com Munari (2002, p.21), a criatividade não significa improvisação sem método, dessa maneira apenas se faz confusão e se cria nos jovens a ilusão de se sentirem artistas livres e independentes. A série de operações do método projetual é feita de valores objetivos que se tornam instrumentos de trabalho nas mãos do projetista criativo. Desta forma, utilizando a metodologia de

Murani (2002), foi elaborada uma tabela onde houve a junção de algumas etapas, assim, estas serão as etapas de construção desse projeto:

1. Problema e definição do problema	1. Design de um cartaz para uma campanha de divulgação do Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante (NASE). 2. Orientar os alunos sobre a existência do NASE.
2. Componentes do problema	1. Alunos do CAA-UFPE 2.Pouco conhecimento sobre a possibilidade de ter um apoio psicológico.
3. Coleta de Dados e Análise de Dados	1.Questionário direcionado a estudantes de Design. 2.Entrevista com psicólogos do NASE 3.Pesquisa de exemplares do mesmo tema.
4. Criatividade	1.Observar outras campanhas relacionadas ao tema. 2.Buscar elementos na pesquisa que ajudem a encontrar cores, tipografia, diagramação que ajudem a compor o cartaz. 3.Produzir alternativas que ajudem a criação.
5. Materiais e Tecnologias	1.Elaboração de cartaz com organização manual de elementos gráficos. 2.Tipos de folhas e qualidade de impressão para elaboração do cartaz. 3.Software de edição gráfica para organização do cartaz.
6. Experimentação, modelo e verificação	1.Testar alternativas para dessa forma direcionar a produção. 2.Criar um modelo físico utilizando a alternativa escolhida.

	3.Analisar possíveis erros e corrigi-los caso seja necessário.
7. Desenho e Construção	1.Detalhar o desenvolvimento do cartaz
8. Solução	O cartaz

3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

3.1 PROBLEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O projeto é a criação de um cartaz direcionado para a divulgação do NASE (Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante), onde todo o pensamento para a criação das peças gráficas está direcionado nesse contexto universitário, a existência de um núcleo de apoio ao estudante no CAA UFPE. Optou-se por realizar uma campanha com a utilização de cartazes por ser uma alternativa com um custo baixo e com uma excelente comunicação em massa.

Algumas universidades brasileiras já realizaram campanhas de combate à depressão e outras doenças mentais, uma delas é a campanha "Você não está sozinho" da Universidade de São Paulo (USP), em 2017, a campanha contou com cartazes, vídeos e atividades presenciais para conscientizar a comunidade universitária sobre a importância de buscar ajuda em casos de depressão. Outra campanha que foi realizada recentemente foi a campanha "Saúde Mental na Universidade" da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - em 2019, a campanha contou com palestras, rodas de conversa e atividades culturais para discutir a importância da saúde mental na universidade e combater a depressão e outros transtornos.

A Universidade Federal de Pernambuco possui o Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante (NASE), que oferece atendimentos psicológicos e psiquiátricos aos estudantes da universidade, incluindo o tratamento da depressão e outros transtornos mentais. Porém, não existe uma divulgação desse apoio no campus através de cartazes, apenas no site da UFPE acontece essa divulgação.

O trabalho em questão tem como objetivo aplicar o design gráfico na produção de um cartaz, para ser exposto na Centro Acadêmico do Agreste - UFPE , com mensagens que orientem os alunos sobre a existência do NASE (Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante), tendo em vista o crescente número de estudantes que apresentam problemas relacionados à depressão e desconhecem sobre esse apoio fornecido pela Universidade. O NASE é um núcleo que atua através do PROAES (Pró-Reitoria para Assuntos Estudantis), visa cuidar da saúde dos estudantes da

Universidade Federal de Pernambuco, e para isso possui profissionais atuando em diversas áreas: serviço social, nutrição, psicologia, clínica médica, ginecologia, psiquiatria, enfermagem e dermatologia. Ainda atua juntamente com o Sistema Único de Saúde (SUS), em casos que o NASE não possua recursos efetivos para o atendimento. O acolhimento é realizado através de agendamento prévio, onde os estudantes devem preencher um formulário com algumas informações básicas. O NASE não realiza atendimentos de emergência, caso exista essa necessidade, o estudante será encaminhado às Unidades de Pronto Atendimento Móvel de Urgência (SAMU), podendo ser utilizado mediante uma ligação telefônica para o número 192.

Nesta etapa Munari (2002), apresenta a importância de não querer solucionar o problema com ideias, mas, conhecer o problema geral que delimita os limites e as expectativas com os quais o designer vai trabalhar.

A definição do problema é importante para se conhecer de fato o problema, no caso do objetivo proposto é um projeto para a criação um cartaz que consigam informar estudantes, professores e toda e qualquer pessoa que tenha acesso ao cartaz, sobre a presença e atuação de um Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante e que atua também no Campus Agreste.

Para elaboração deste trabalho, foi realizada uma entrevista com a psicóloga do CAA Alessandra Barros Viana, especializada em saúde mental universitária, com o objetivo de compreender melhor a natureza da depressão entre os estudantes universitários. A entrevista abordou questões relacionadas aos fatores de risco, desafios enfrentados, impacto na vida acadêmica e estratégias de intervenção. Através dessa discussão, busca-se ampliar o conhecimento sobre a depressão na universidade e fornecer insights relevantes para a promoção da saúde mental no ambiente acadêmico.

3.2 COMPONENTES DO PROBLEMA

Para Munari qualquer problema pode ser subdividido em seus componentes, dessa forma facilita a execução do projeto. Os componentes são todos os elementos que constituem o problema e podem ser divididos em componentes diretos ou indiretos, os componentes diretos são aqueles que estão diretamente ligados a execução do projeto, pois facilita a execução do projeto e a elaboração das peças gráficas. Os componentes diretos do projeto são os alunos do CAA e com eles foi aplicado um questionário onde o tema depressão foi abordado para dessa forma entender como a depressão está presente no ambiente universitário. Como componente indireto está o campus universitário que é um lugar onde a depressão se faz presente, no caso o ambiente.

3.3 COLETA DE DADOS E ANÁLISE DE DADOS

Nesta etapa da metodologia de Munari (2002), vale compreender a importância do local onde a campanha irá acontecer, no caso da campanha em questão a UFPE-CAA, onde observou-se diretamente os alunos no campus e o ambiente onde a campanha será aplicada, a fim de obter informações detalhadas sobre as características e necessidades específicas. Desta forma, foi realizado um questionário com os alunos (apêndice A), além de entrevista virtual com um dos psicólogos do Campus (apêndice B). O Psicólogo Breno Danda, que forneceu informações iniciais sobre os protocolos de atendimento (anexo 3). Também foi realizada uma entrevista presencial com a Drª Alessandra Viana (apêndice B), uma das responsáveis pelos atendimentos aos alunos do Campus Agreste, CAA. Diversas informações foram coletadas acerca da depressão no campus nas entrevistas com os psicólogos, além de dados importantes para a construção da campanha:

- Antes da pandemia o curso de Design era o curso com maior número de atendimentos;
- Após a pandemia, o curso de design é o 5º em número de atendimentos.
- O número de alunos que buscam atendimento psicológico diminuiu bastante após a pandemia;
- Antes da pandemia os atendimentos eram apenas presenciais e não necessitava de agendamento;

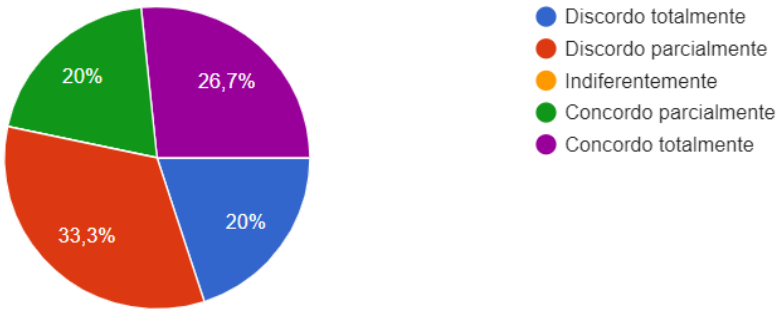
- Atualmente os atendimentos são agendados virtualmente em sessões presenciais;
- Durante a pandemia existiu atendimento remoto (porém a procura por atendimentos diminuiu drasticamente, de acordo com a psicóloga Alessandra).
- Do total de atendimentos realizados pós-pandemia (após o retorno às aulas presenciais), 6% são dos alunos do Curso de Design;
- Existe um calendário de campanhas a serem realizadas durante o ano.
- O atendimento é exclusivo para alunos. Professores e serviços terceirizados não possuem atendimento psicológico.
- Não existe um acompanhamento em forma de tratamento, apenas momentos de escuta.

Desta forma, além das entrevistas com os psicólogos do CAA, o projeto gráfico da campanha utilizou-se de questionário. Esse questionário foi criado no Google Forms e enviado por e-mail e por aplicativo WhatsApp para estudantes do Curso de Design. O questionário foi elaborado utilizando a Escala Likert[1] de cinco pontos como forma de coletar os dados que ajudaram na criação da campanha. Entender um pouco sobre o nível de conhecimento dos alunos acerca da depressão, além de buscar informações sobre a presença da depressão no Campus, assim como também acerca dos núcleos de apoio ao combate a depressão existentes na Universidade Federal de Pernambuco, foram essenciais para a criação da campanha.

Para a construção da campanha foi utilizado um questionário exploratório entre os alunos do Curso de Design, para identificar a existência de problemas relacionados à depressão entre os estudantes, onde observou-se uma necessidade de conscientizar os alunos sobre a existência de apoio psicológico no campus (NASE), ou seja, conscientizar que os alunos têm para onde recorrer caso precisem de algum tipo de atendimento psicológico. Quando perguntados se os estudantes do Curso de Design desconheciam a existência de um apoio psicológico, podemos observar a seguir no gráfico 1, o gráfico com as respostas desses estudantes:

[1] Elaboração de uma lista de frases que manifestem opiniões radicais (claramente positivas ou negativas) em relação à atitude que se está a estudar tendo o cuidado de cobrir as diferentes vertentes que se relacionam com o assunto. (LIMA,2000)

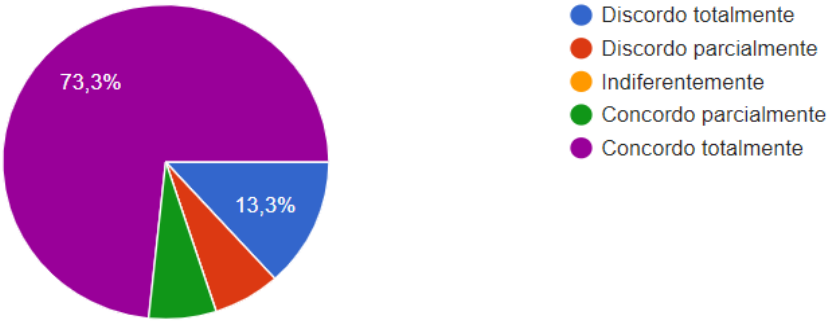
Gráfico 1 – gráfico elaborado através do questionário exploratório aplicado entre os alunos do Curso de Design



Fonte: Autora (2024)

Analisando o questionário exploratório aplicado entre os estudantes do Curso de Design, foi perguntado se em algum momento o estudante já foi diagnosticado com alguma forma de depressão e/ou ansiedade. As respostas sugerem que existe um quantitativo elevado de alunos que sofrem desse mal, como podemos observar a seguir no gráfico 2:

Gráfico 2 – gráfico elaborado através do questionário exploratório



Fonte: Autora (2024)

Desta forma, percebemos que a depressão é presente no campus e os estudantes convivem diariamente com ela no campus universitário, o problema do projeto em estudo, é criar uma campanha que divulgue a existência de um local onde os estudantes que sofrem de depressão possam ser acolhidos. Embora muitas campanhas já tenham sido elaboradas no cenário universitário, a campanha em questão, busca conscientizar os alunos sobre a existência do NASE na Universidade

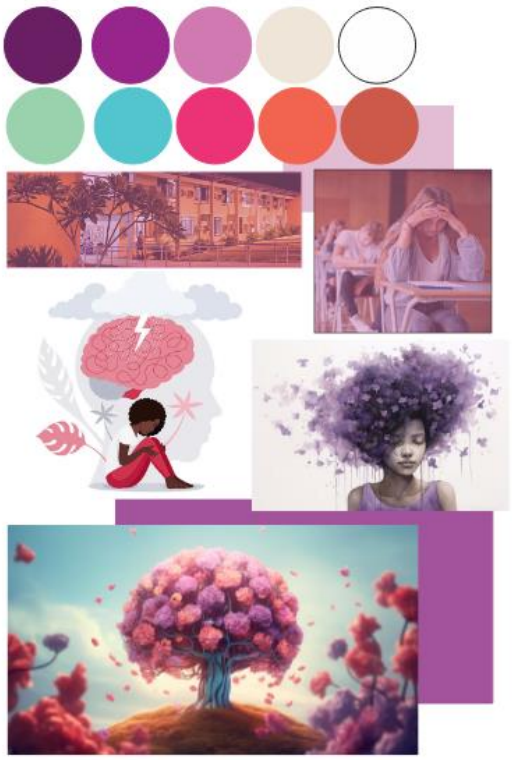
Federal de Pernambuco - UFPE. A necessidade dessa campanha surge principalmente neste momento em que a presença da depressão é constante no convívio universitário, afetando profundamente a vida dos estudantes, sua saúde mental, seu desempenho acadêmico, seus relacionamentos e bem-estar no geral. Importante ressaltar que essa campanha é uma campanha Institucional e informativa, necessária para que dessa forma os estudantes saibam da existência desse apoio.

Na quinta etapa da metodologia de Munari (2002), aborda-se a importância da análise de dados, onde o designer deve analisar esses dados para encontrar padrões e a fim de encontrar informações que possam ser utilizados na construção da campanha durante o processo criativo. De acordo com os dados coletados, faz-se necessária a criação de mais campanhas que abordem a saúde mental, pois 66,7% dos alunos nunca presenciaram nenhum tipo de campanha de combate a depressão no âmbito universitário, assim como melhor esclarecimento sobre as redes de apoio que existem na universidade para esse fim, pois 26,7% dos alunos de design que responderam ao questionário não sabem que existe apoio psicológico no campus. Notou-se também que a presença da depressão é bastante frequente, pois 73,3% dos alunos que tiveram acesso ao questionário já foram diagnosticados com alguma forma de depressão e/ou ansiedade no passado ou atualmente. Desta forma, a depressão é uma realidade que muitos estudantes universitários enfrentam, mas a conscientização, o acesso a recursos e o combate ao estigma podem fazer a diferença. As campanhas de combate à depressão nas universidades desempenham um papel fundamental na criação de um ambiente de apoio e na promoção do bem-estar mental dos estudantes, garantindo que todos tenham a oportunidade de aproveitar ao máximo sua experiência acadêmica. Portanto, é necessário que as instituições de ensino superior invistam na realização de campanhas eficazes de combate à depressão. O investimento na saúde mental dos estudantes é um investimento no futuro desses estudantes e no futuro da sociedade como um todo. Além disso, divulgar os atendimentos psicológicos no campus torna-se fundamental, além da necessidade de realizar campanhas de conscientização da presença da depressão no campus.

3.4 CRIATIVIDADE

A criatividade acontece da construção de toda a análise dos dados referentes aos componentes do problema. Dessa forma, de acordo com Munari (2002), a criatividade se mantém nos limites do problema. Nesta etapa, podem ser utilizados painéis semânticos que sirvam de inspiração ao objeto de estudo. Após a análise dos painéis que buscam referência ao tema envolvido, se constrói referências padronizadas para criação das peças gráficas. A seguir buscou-se obter referências ao tema estudado como podemos ver no painel semântico (Figura 2):

Figura 2 – Painel semântico inspirado na análise dos dados



Fonte: Autora (2024)

Outras campanhas de combate à depressão já foram realizadas em universidades e serviram de apoio visual para a elaboração do cartaz de divulgação do Núcleo de Atenção à Saúde do Estudante (NASE). A seguir (figura 3), podemos observar um material produzido para campanha "Setembro Amarelo" da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS):

Figura 3 – Campanha “Setembro Amarelo” (UFRGS).

Fonte: Linkedin < https://pt.linkedin.com/posts/ufrgs_setembroamarelo-activity-6707426378997878784-_H5E>

A campanha "Saúde Mental na Universidade" da Universidade Federal de Goiás (UFG), também é outro exemplo de campanha destinada ao combate à depressão no meio acadêmico. Essa campanha foi realizada para divulgar a existência da depressão, com palestras e seminários na universidade, onde esse material foi veiculado nas redes sociais. A seguir, na figura 4, podemos observar alguns dos materiais produzidos para essa campanha:

Figura 4 – Campanha "Saúde Mental na Universidade"

Fonte: UFG < https://ufg.br/e/27568-palestra-organizacao-do-tempo-e-do-espaco-para-estudar-remotamente>

3.5 MATERIAIS E TECNOLOGIAS

Para Munari (2002), esta etapa consiste em buscar informações e dados sobre materiais e tecnologias que possam ser aplicadas na campanha, serão os materiais e tecnologias que o designer poderá ter a sua disposição e aqueles que também compreender aqueles que não terá acesso. Essa etapa é bem importante para que o designer possa saber até onde pode utilizar sua criatividade e qual será a disponibilidade, onde também irá definir as peças que irá utilizar na experimentação.

Durante o processo criativo, pensou-se em diversas formas de transmitir as informações, no início do processo criativo, o cartaz utilizava como tema central a cor amarela, amplamente associada ao mês setembro amarelo (mês de combate ao suicídio) em conjunto com informações e cores institucionais, como pode ser observado na figura 5:

Figura 5 – Primeira ideia para criação do cartaz

Fonte: Autora (2024)

Posteriormente, pensou-se em tentar focar no público mais jovem, onde seria desenvolvida uma ilustração que conseguisse transmitir uma mensagem menos formal, também optou-se por não utilizar a cor amarela, pois ela possui uma forte ligação com o setembro amarelo que é o mês de combate ao suicídio.

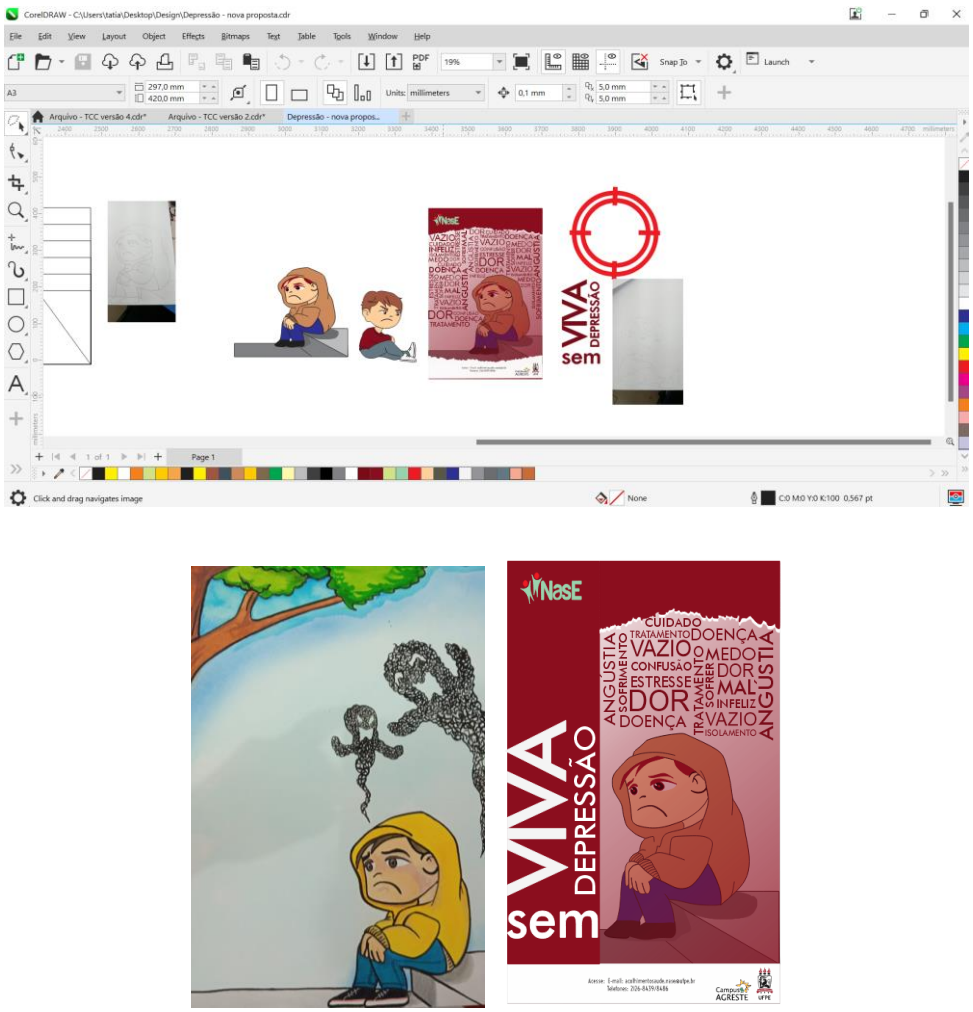
Para a criação do cartaz, foi escolhido o CorelDRAW. O tipo de impressão escolhida foi a impressão digital, pois, é um tipo de impressão que não necessita de matriz e os comandos são enviados pelo computador.

O papel utilizado para o cartaz é o papel couché, pois é ideal para designs coloridos e detalhados, este papel tem um acabamento liso e brilhante que realça as cores e detalhes gráficos. A gramatura escolhida é a 180g/m², por ser uma gramatura ideal para a produção de cartazes e o tamanho é o A3.

3.6 EXPERIMENTAÇÃO, MODELO E VERIFICAÇÃO

Para a criação do cartaz, foi desenvolvida uma ilustração e posteriormente utilizou-se o software CorelDraw para redesenhar o cartaz. A ilustração focava em um personagem triste, sentado em uma escadaria e na composição, utilizava as cores institucionais e palavras que remetem à depressão. Como podemos observar na figura 6:

Figura 6 – Segunda ideia para criação do cartaz

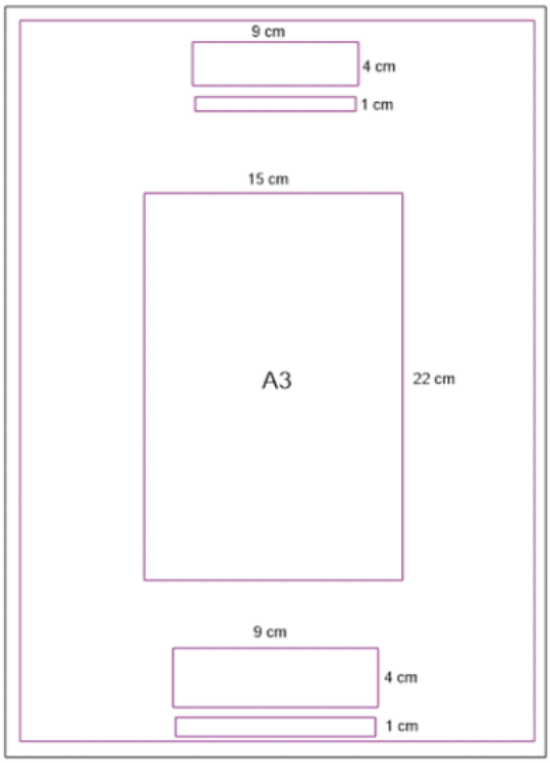


Fonte: Autora (2024)

Após algumas observações, o projeto precisou ser ajustado, pois foi necessário focar na saúde mental e não na depressão. Optou-se por fazer um cartaz leve, alegre, que utilizaria o lilás como cor predominante, pois, o lilás também é amplamente utilizado em ilustrações como tema sobre a saúde mental. De acordo com Heller (2008), o lilás está associado a coisas boas. Também foi testada uma paleta de cores

que incluía tons terrosos. As tipografias utilizadas, foram organizadas em forma de lettering[2] para trazer mais leveza para o cartaz. A seguir, podemos ver um exemplo de grid[3] que foi criado a fim de organizar as informações contidas no cartaz como podemos observar na figura 7:

Figura 7 – Criação de grids para cartaz (criação própria)



Fonte: Autora (criação própria)

Para a criação do cartaz foi realizada uma composição a mão livre, utilizando papel A3 e aquarela, onde foram utilizados tons terrosos e criados personagens em momentos descontraídos. Como podemos observar na figura 8:

[2] Lettering ou letreiramento, é uma arte gráfica, uma ilustração feita com letras dispostas para transmitir uma mensagem. Nessa arte, as letras são criadas para a mensagem, diferentemente da tipografia, que desenvolve o design do alfabeto completo para ser utilizado várias e várias vezes em contextos diversos. (OFICINA DE LETTERING,2019)

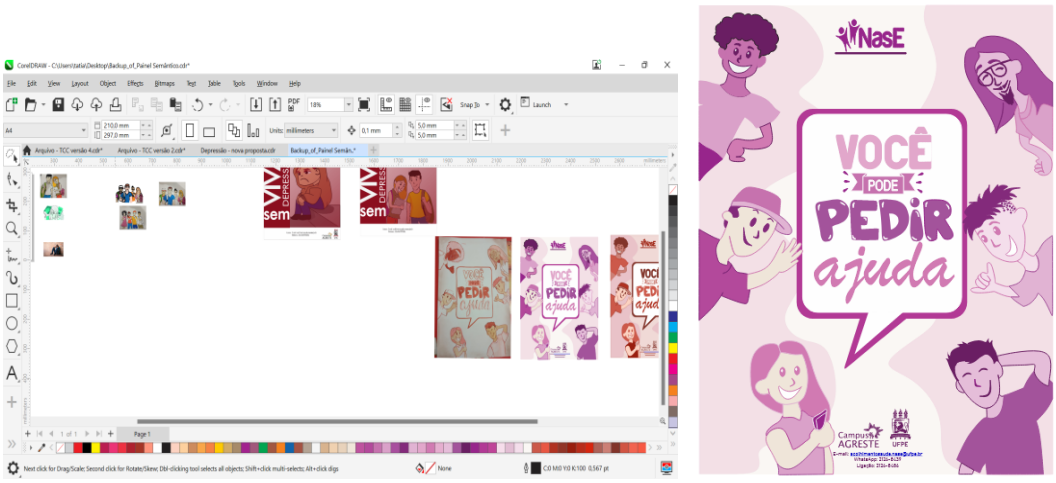
[3] Grid, estrutura básica que norteia a diagramação, formada por eixos verticais e horizontais.(WHITE, 2006)

Figura 8 – Criação de ilustração manual para cartaz

Fonte: Autora (criação própria)

A partir da ilustração, foi criada uma peça gráfica digital utilizando a paleta de cores lilás, onde, o software utilizado foi o CorelDraw como podemos observar na figura a seguir:

Figura 9 – Criação de cartaz no CorelDraw



Fonte: Autora (criação própria)

Vários testes foram feitos e achou-se necessário acrescentar mais cores no cartaz. Para composição do cartaz foram utilizadas ilustrações de jovens em momentos diversos, chamando atenção para o *lettering* centralizado no cartaz. A

paleta de cores utilizadas, prioriza tons de lilás, como podemos ver na figura a seguir e alguns tons pasteis que harmonizam bem com os tons lilás e uma cor quente para trazer mais alegria:

Figura 10 –Paleta de cores

Fonte: Autora (criação própria)

Para a composição do lettering, foram utilizadas algumas tipografias, que remetesse a diversão. Para a palavra “você”, optou-se por uma tipografia sem serifa, PoppinsExtra Bold, como podemos ver na figura a seguir:

Figura 11 – Tipografia Poppins Extra Bold

Fonte: (criação própria)

A composição do lettering possui também a palavra “pode”. Nessa palavra, optou-se por utilizar uma faixa sinalizando a palavra “pode” com a tipografia Arial.

Figura 12 –Criação de faixa com tipografia Arial

Fonte: Autora (criação própria)

Ainda para compor o *lettering* do balão maior, foi criada a tipografia sem serifa, com bordas arredondadas, com ideia de volume, acentuada pelo brilho em cada letra, como podemos ver na figura 13:

Figura 13 – Criação de tipografia para compor o cartaz

Fonte: Autora (criação própria)

Para compor o lettering, foi utilizada a tipografia Brush Script MT, uma tipografia cursiva, sem serifa, que imita a letra manual.

Figura 14: Criação de lettering utilizando a tipografia Brush Script MT

Fonte: Autora (criação própria)

No balão menor de mensagem localizado na parte inferior direita, foi criado um *lettering* composto com a palavra NASE – Nesta palavra desenhamos a letra em papel e digitalizamos, transformando em um desenho vetorizado. Também colocamos a palavra "*Whatsapp*" o número de telefone. Foi utilizada para essa composição a

tipografia American Signs para palavra “whatsapp” e Poppings Extra Bold para o número de telefone, como podemos observar nas figuras 15:

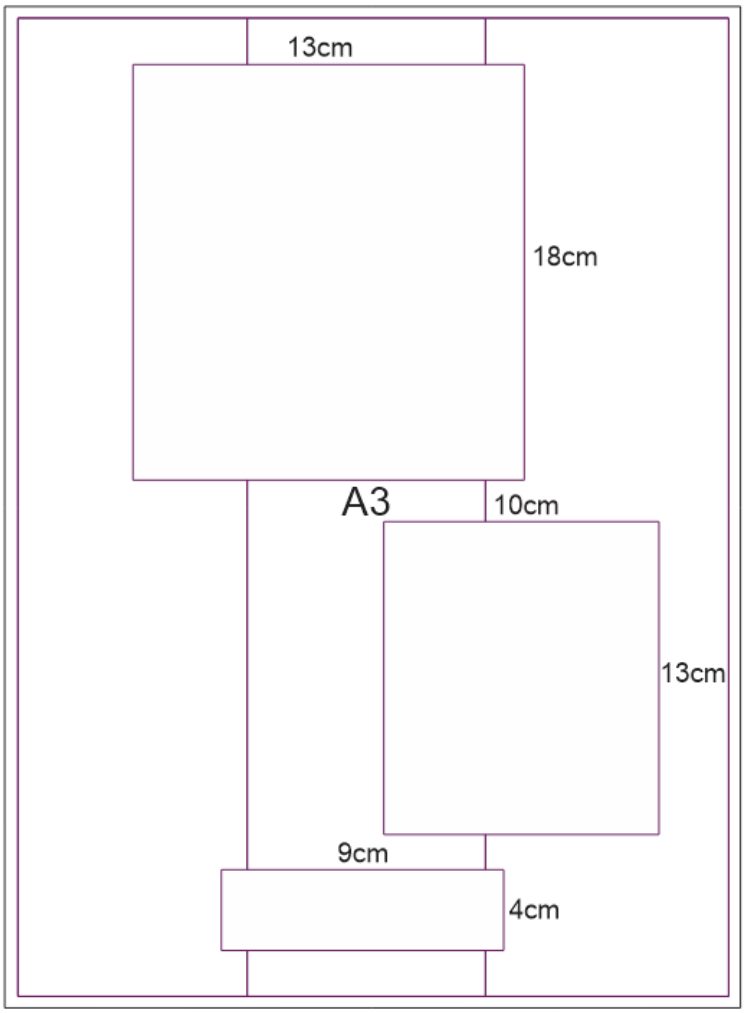
Figura 15: Criação de lettering e utilização da tipografia

Fonte: Autora (criação própria)

3.7 DESENHO E CONSTRUÇÃO

Para a criação do cartaz, foi redesenhado um grid, que pudesse organizar as informações do cartaz de uma forma que preservasse a hierarquia na leitura das informações.

Figura 16: Grid utilizado na versão final



Fonte: Autora (2024)

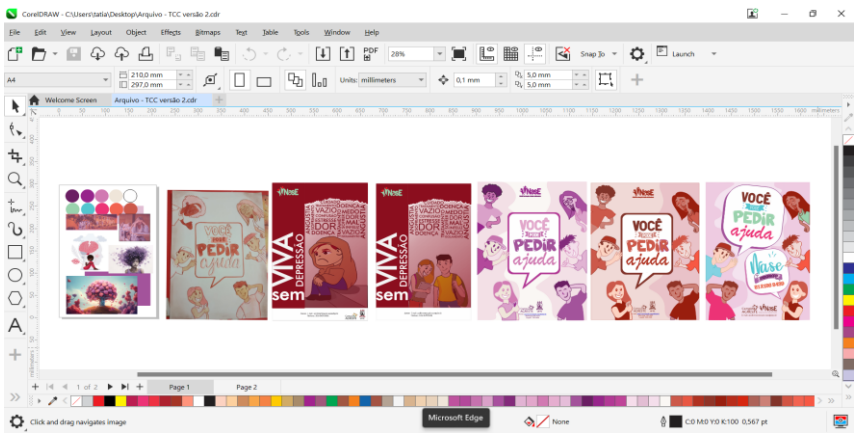
Entre as possibilidades criadas, chegou-se a versão final do cartaz, uma composição leve, porém que consegue transmitir as informações. Como podemos observar na figura 17:

Figura 17: Versão final do cartaz

Fonte: Autora (criação própria)

Foi utilizado o software CorelDRAW versão 2022, por se tratar de um software com muitas opções e recursos.

Figura 18: Utilização do CorelDRAW versão 2022



Fonte: Autora (2024)

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

É de total importância produzir um cartaz que divulgue o NASE para a comunidade acadêmica do CAA, pois, além de ser um tema cercado de estigma e muitas vezes negligenciado pelo governo, aqueles que precisam de auxílio nem sempre tem conhecimento sobre a existência desse núcleo e da possibilidade de conseguir apoio psicológico.

Este projeto tem como objetivo a divulgação do NASE, informando sobre a existência desse núcleo para estudantes do CAA. As informações do cartaz direcionam os estudantes a buscaram ajuda caso seja necessário.

Conhecendo um pouco sobre a atuação do NASE, percebeu-se a importância de que outras ações sejam implementadas, não apenas de divulgação do NASE, mas também, ações que promovam a saúde mental dos estudantes, como palestras, momentos de lazer entre outras ações.

Dessa forma, entender que a saúde mental de todos que compõe o CAA é de fundamental importância, pois, o ambiente universitário pode ser estressante, com pressões acadêmicas, sociais e financeiras. Isso pode levar a problemas como ansiedade, depressão e estresse, que afetam o desempenho acadêmico e a qualidade de vida dos estudantes.

Promover a saúde mental nas universidades de várias formas ajuda a reduzir o estigma associado a esses problemas, encorajando os estudantes a buscar ajuda quando necessário. Instituições que priorizam a saúde mental criam um ambiente mais inclusivo e acolhedor, beneficiando toda a comunidade acadêmica.

REFERÊNCIAS

SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GARCIA, Leila.; DUARTE, Elizete**. Intervenções não farmacológicas para o enfrentamento à epidemia da COVID-19 no Brasil**. Editorial. 2020

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**. Editora G. Gili, Ltda. São Paulo. 2013.

LIMA, D. L. F. (2020). **COVID-19 no Estado do Ceará: Comportamentos e crenças na chegada da pandemia.** Ciênc. Saúde Coletiva Preprints. Disponível em: http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/covid19-no-estado-do-cearacomportamentos-e-crencas-na-chegada-da-pandemia/17540

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Martins Fontes, São Paulo, 2002.

Organização Mundial da Saúde. **Constituição da Organização Mundial da Saúde**. 2022. Disponível em: <OMS-Organiza%C3%A7%C3%A3o-Mundial-daSa%C3%BAde/constituicao-da-organizacao-mundialda-saude-omswho.html> Acesso em: 12/10/2023.

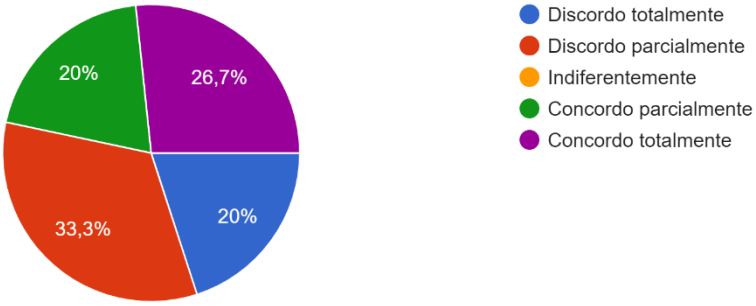
SILVA, F. T.; SILVA, A. P. da. **Educação, currículo e teoria crítica em tempos de pandemia: o que pensam docentes e a comunidade escolar**. Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação, Araraquara, v.16, n.3, p.1604-1628, 2021.

WHO. **World Health Organization**. Disponível em: https://www.who.int/about/accountability/results/who-results-report-2020-2021 Acesso em: 15 de abril de 2023.

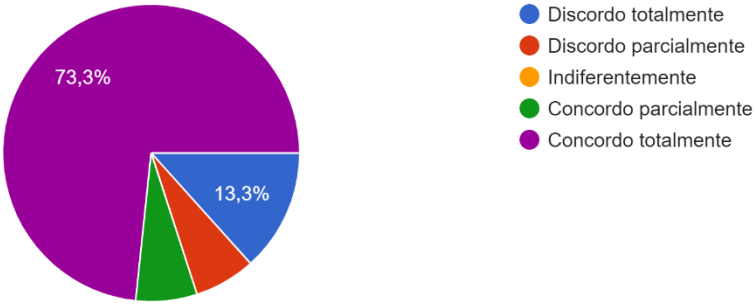
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO COM ALUNOS DO CURSO DE DESIGN

Link para o formulário: https://docs.google.com/forms/d/1ARNkELxSqjy1s0-BYyq2Iz1Wvt-ZGmMF_pvuXSX5c-w/prefill

Desconheço se existe apoio psicológico no campus.
15 respostas

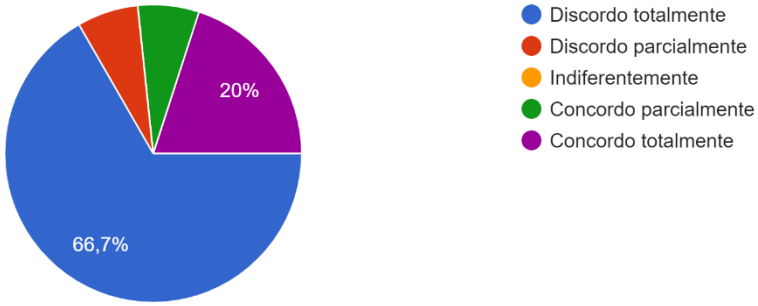


Você já foi diagnosticado com alguma forma de depressão e/ou ansiedade no passado ou atualmente.
15 respostas



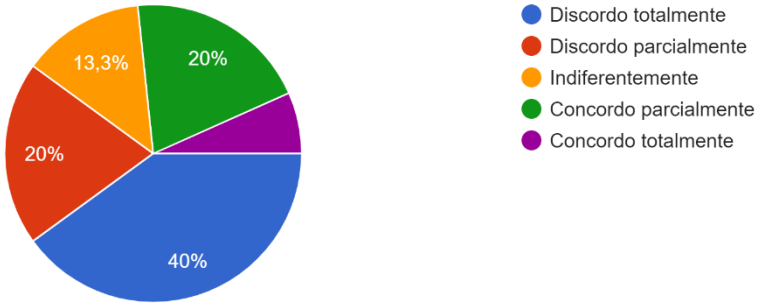
Você já acompanhou algum tipo de campanha relacionada a depressão e ansiedade na UFPE, Campus Agreste.

15 respostas



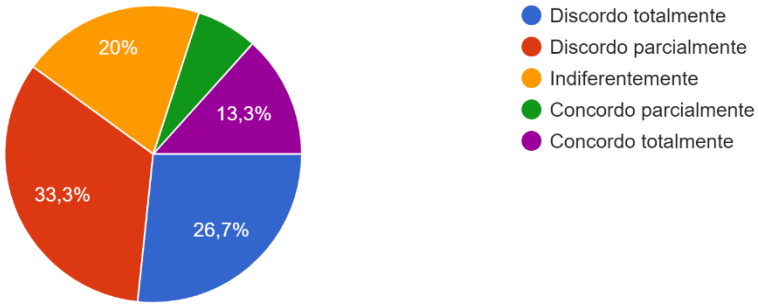
Você se sente deprimido, ansioso, em pânico e sabe a quem recorrer na universidade caso precise de atendimento psicológico?

15 respostas



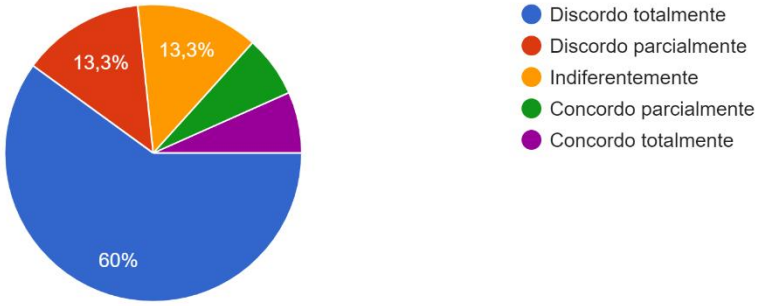
A universidade é um ambiente saudável para sua saúde mental.

15 respostas



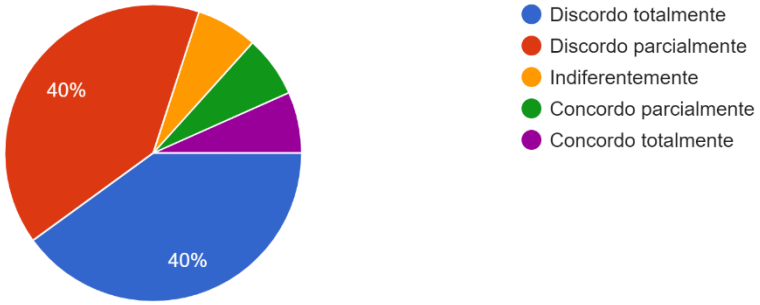
A política de combate a depressão na universidade é satisfatória.

15 respostas



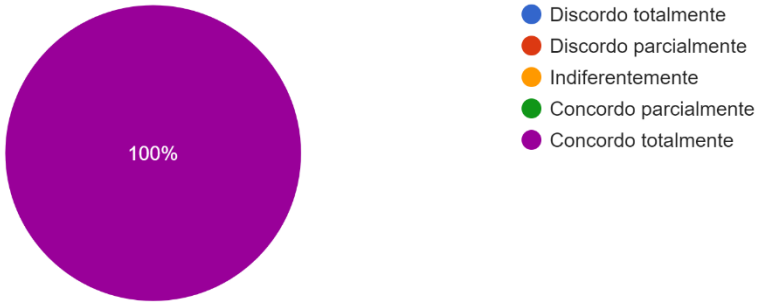
Sempre existem campanhas relacionadas a depressão na universidade.

15 respostas



Acho importante campanhas de combate a depressão na universidade.

15 respostas



APÊNDICE B – ENTREVISTA COM PSICÓLOGO DO CAA

a) Antes da pandemia você já fazia o acompanhamento psicológico dos alunos?
Trabalha na UFPE desde 2017, já fazia atendimentos, porém os atendimentos eram feitos de forma diferente, os alunos chegavam no consultório por algum problema e já eram atendidos, não existia agendamento, a universidade queria apenas que esses alunos tivessem um local de escuta. A psicóloga Alessandra, deixou claro que não fazem diagnósticos, mesmo naquela época e nem existe um tratamento, apenas escutas, quando elas conseguiam identificar algum problema mais sério, aí sim, esses alunos, caso quisessem, eram encaminhados para o acompanhamento com o Dr. Brenno Danda. Ele sim, tentava fazer algum tipo de tratamento, porém sempre de forma bem limitada. Não existe qualquer tipo de diagnóstico nesses atendimentos, por isso, saber se o aluno possui depressão não faz parte desses atendimentos.

b) Se sim, notou alguma diferença no número de atendimentos?
Em relação ao número de atendimentos, não existe um número específico de atendimentos a serem realizados por dia, atualmente os agendamentos são on-line, não existe mais a escuta de imediato. Em relação ao número de atendimentos, a UFPE não faz um controle, tem os dados, porém não são utilizados para criação de campanhas, ações para esses fins. Porém, a psicóloga faz um acompanhamento próprio de atendimentos, em 2017 o curso de design era disparado o curso com maior número de atendimentos, em 2018 e 2019 o curso de medicina foi o que teve a maior procura por parte dos alunos. Durante a pandemia os atendimentos ficaram bem difíceis. Mesmo sabendo que era um período que os alunos mais necessitavam de atendimentos, foi o período de menor procura de apoio psicológico, Drª Alessandra suspeita das dificuldades financeiras, da falta de conectividade pelo alunado da UFPE ser mais carente. Atualmente, nesse período pós pandêmico, os números de atendimentos ficaram bem diferentes, a seguir a porcentagem sem dízimas de atendimentos por curso:

15% - Comunicação Social
15% - Pedagogia
14% - Física

12% - Administração
12% - Medicina
7% - Design
7% - Engenharia Civil
5% - Matemática
5% - Química
3% - Economia
1% - Engenharia de Produção

c) Existe alguma “preocupação" da universidade de aumentar o número de atendimentos?
Nesse momento a psicóloga suspirou fundo e abriu o jogo, em teoria os atendimentos precisam existir, se são 100 alunos ou 1 que serão atendidos, para universidade não vai ter nenhuma diferença, nenhuma ação diferente vai acontecer. Infelizmente a universidade é um ambiente tóxico e eles (os psicólogos), fazem o que dá pra fazer.

d) Gostaria de saber nesse período de pandemia, nesses últimos dois anos, como ficaram os atendimentos psicológicos dos alunos?
Apenas de forma remota, em ambiente virtual, porém caíram drasticamente o número de atendimentos.

e) Você tem acesso ao número de atendimentos por curso, ou quando o aluno chega é indiferente o curso que ele faz na Universidade?
Existe sim um campo no formulário que eles preenchem para participar dos atendimentos, onde eles indicam o curso que estão fazendo, porém é utilizado apenas para controle da própria psicóloga.

f) Existe algum tipo de divulgação dos atendimentos psicológicos da universidade?
No site, existe a página que direciona para um formulário em que o aluno agenda seu atendimento.

g) Geralmente, vocês (UFPE) vinculam campanhas para divulgar esses atendimentos ou algum tipo de ambiente virtual? Facebook, Instagram, Site?
Geralmente acontecem em dias especiais, dia mundial da saúde, setembro amarelo, porém nada muito organizado ou com objetivo de aumentar o número de atendimentos. Apenas campanhas institucionais, nada baseado em dados.

h) Se sim, existe algum calendário para esse tipo de campanha?
Não existe, pode acontecer, ou pode não acontecer.
Acontecem apenas em datas especiais, raramente.

i) Se não, existe algum motivo? Existia esse calendário de campanhas antes da pandemia? Existe algo de impeça? Questões financeiras, falta de programação?
Falta de programação, não existe parceria ou campanhas associadas entre os curso.

j) Os atendimentos são voltados apenas para alunos ou qualquer funcionário, professor, técnicos de laboratório, terceirizados podem solicitar atendimento psicológico?
Os atendimentos são apenas para alunos.

k) Como posso marcar um atendimento psicológico?
No site da UFPE, em um formulário Google

APÊNDICE C – CONVERSA POR E-MAIL COM PSICÓLOGO

Bom dia,

Seria muito importante ter uma
Primeira conversa com o senhor,
Para entendermos o contexto do
Caa, pois não sabíamos onde ir
Pedir dados, até este momento.

Podemos marcar um dia
No CAA, mesmo?

Veja, os dados que tenho sobre depressão são da minha própria atividade clínica no campus. É um levantamento que faço sobre meus próprios atendimentos, com marcações de quadros clínicos apenas para ter ciência do que é mais frequente em meus atendimentos. Todavia, esses dados têm pouco valor científico pois não são oriundos de avaliação psicológica formal com uso de instrumentos padronizados. É apenas uma escala subjetiva pessoal sobre o público que eu atendo. Todo modo, caso queira tomar conhecimento, posso fazer o levantamento e disponibilizar.

Quanto ao planejamento de materiais de saúde mental, peço que entre em contato com a psicóloga verônica do NCV. Ela estará mais disponível para te ajudar nesse sentido, já que suas atividades não são de atendimento sistemático no campus, como as minhas. São atividades mais voltadas a essas ações de saúde.

Estou disponível para sanar quaisquer dúvidas e para conversar, tá bem? Estou no campus nas quartas à tarde e nas quintas e sextas manhã e tarde.

Atenciosamente,