

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE ARTES E ARQUITETURA
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS – CARVI
CURSO DE DESIGN**

SABRINA VIANA ISSE

**SOUL MÃE: DESIGN THINKING APLICADO NO AUXÍLIO DE
MULHERES NO PERÍODO DO PUERPÉRIO**

BENTO GONÇALVES

2021

SABRINA VIANA ISSE

**SOUL MÃE: DESIGN THINKING APLICADO NO AUXÍLIO DE
MULHERES NO PERÍODO DO PUERPÉRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Design da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientadora Prof. Ma. Ana Valquíria Prudencio.

BENTO GONÇALVES

2021

SABRINA VIANA ISSE

**SOUL MÃE: DESIGN THINKING APLICADO NO AUXÍLIO DE
MULHERES NO PERÍODO DO PUERPÉRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Design da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Aprovado em ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. Júlio César Colbeich Trajano
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Dr. Mateus Zanatta
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Ma. Aline Valéria Fagundes da Silva
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Ma. Ana Valquíria Prudêncio
Universidade de Caxias do Sul - UCS

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer, primeiramente, a minha família, pais e namorado, que foram a minha rede de apoio durante todo o período da faculdade, principalmente durante esse semestre, me nutrindo de boas energias e me ajudando com as demais tarefas. Obrigada por me fortalecerem nos momentos difíceis e fazerem meus dias melhores.

Dedico um agradecimento especial à minha orientadora Ana Valquíria, pelos ensinamentos que foram para além da faculdade, me apoiando, dando conselhos e por fim tagarelado conversas mais que necessárias. Agradeço também a todos os professores que de alguma forma contribuíram para o meu aprendizado.

Por fim, sou grata a todas as mulheres que em algum momento me deixaram entrar em suas vidas para ouvir as suas histórias, abrindo seus corações e compartilhando seus sentimentos comigo, podendo assim concluir minha pesquisa, de que tanto me orgulho e tenho felicidade pelos aprendizados que conquistei.

*Somos todos capazes de mergulhar fundo
para viver nossos próprios processos de
vida sem seguir manuais de instruções.*

Maria Barreto

RESUMO

A maternidade é um convite para o autoconhecimento. Se tornar mãe é se desafiar todos os dias a enfrentar seus medos e frustrações, mas também é receber presentes em forma gestos e sentimentos vindos de um pequeno ser. Dentre esses desafios, o puerpério, para as mulheres, é uma fase de muitas mudanças em um período de curto tempo, sendo elas, tanto físicas quanto emocionais. Além disso, o momento exige adaptação à nova rotina, aos cuidados do bebê, aos cuidados em relação ao pós-parto resultando em uma sobrecarga que só é amenizada com noites de descanso, conhecimento, apoio emocional e acolhimento. Portanto, o presente trabalho tem o objetivo de auxiliar emocionalmente mulheres no período do puerpério, promovendo o autodesenvolvimento da mãe e o reforço de vínculo entre mãe e bebê. A fim de propor soluções para o problema, foi utilizado como base metodológica o Design Thinking e como apoio o método *Double Diamond* aliado ao Design emocional. O resultado foi o desenvolvimento de um sistema marca-produto-serviço que proporciona ferramentas de autoconhecimento e empoderamento para a mulher no período do puerpério, além de promover a conexão entre mãe e bebê.

Palavras-chave: Puerpério. Maternidade. Gravidez. Empoderamento. Design Thinking.

ABSTRACT

Motherhood is an invitation to self-knowledge. Becoming a mother is to challenge yourself every day and face your fears and frustrations, but it is also to receive gifts in the form of gestures and feelings from a small human being. Among these challenges, the puerperium, for women, is a phase of many changes in a short period of time, both physical and emotional. In addition, the moment requires adaptation to the new routine, baby care, postpartum care, resulting in an overload that is only alleviated with nights of rest, knowledge, emotional support and care. Therefore, this work aims to emotionally help women in the postpartum period, promoting the mother's self-development and reinforcing a bond between mother and baby. In order to propose solutions to the problem, Design Thinking was used as a methodological basis and as a support the Double Diamond method combined with Emotional Design. The result was the development of a brand-product-service system that provides self-knowledge and empowerment tools for women in the postpartum period, in addition to promoting the connection between mother and baby.

Keywords: Puerperium. Motherhood. Pregnancy. Empowerment. Design Thinking.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
MPB	Música Popular Brasileira
MS	Ministério da Saúde
OMS	Organização Mundial de Saúde

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Double Diamond.....	22
Figura 02 – O processo de Design de Ellen Lupton.....	23
Figura 03 – Fluxograma de métodos de Bernd Löbach.....	25
Figura 04 – Mapeamento das emoções.....	40
Figura 05 – Três camadas da experiência do usuário.....	41
Figura 06 – Mãe Fora da caixa (logo).....	42
Figura 07 – Mãe Fora da caixa (comunicação).....	43
Figura 08 – Painel Semântico Natália.....	49
Figura 09 – Painel Semântico Verônica.....	51
Figura 10 – Painel Semântico Rita.....	52
Figura 11 – Mamãe completa (logo).....	57
Figura 12 – Mamãe completa (site).....	57
Figura 13 – Mamãe completa (comunicação).....	58
Figura 14 – Babycenter (logo).....	59
Figura 15 – Babycenter (site).....	59
Figura 16 – Babycenter (comunicação).....	60
Figura 17 – Babycenter (newsletter).....	61
Figura 18 – Rede Amparo (logo).....	61
Figura 19 – Rede Amparo (site).....	62
Figura 20 – Rede Amparo (comunicação).....	62
Figura 21 – Coletivo Main (logo).....	63
Figura 22 – Coletivo Main (site).....	63
Figura 23 – Coletivo Main (comunicação).....	64
Figura 24 – Mapa mental da marca.....	65
Figura 25 – Naming.....	67
Figura 26 – Moodboard de inspirações.....	69
Figura 27 – Brain Dumping Visual.....	69
Figura 28 – Marca Soul Mãe.....	70
Figura 29 – Ícones da marca.....	71
Figura 30 – Estampa universo.....	72
Figura 31 – Paleta de Cores.....	73
Figura 32 – Mapa de Stakeholders.....	74

Figura 33 – Mapa do serviço - Online.....	75
Figura 34 – Mapa do serviço - Offline.....	76
Figura 35 – Jornada do usuário - Geral.....	77
Figura 36 – Jornada - Roda de conversa.....	78
Figura 37 – Jornada - Grupo de mães.....	78
Figura 38 – Jornada - Busca de informações.....	79
Figura 39 – Jornada - Interação mãe e bebê.....	80
Figura 40 – Jornada - Desenvolver materno.....	80
Figura 41 – Mochila Evolutiva Dona Chica Slingueria.....	83
Figura 42 – Canguru Fisher Price Hipset.....	84
Figura 43 – Canguru Loop Cosco.....	85
Figura 44 – Canguru Tula.....	87
Figura 45 – Canguru Boba X.....	88
Figura 46 – Canguru Ergobaby.....	89
Figura 47 – Sling Pacotinho.....	90
Figura 48 – Inspiração: criação de formas e sensações.....	92
Figura 49 – Geração de alternativas do produto.....	92
Figura 50 – Produto.....	93
Figura 51 – Manual de Identidade Visual.....	96
Figura 52 – Malha Construtiva da marca.....	98
Figura 53 – Especificações da marca.....	98
Figura 54 – Ilustrações.....	99
Figura 55 – Pontos de contato da marca.....	101
Figura 56 – Redes Sociais.....	102
Figura 57 – Mockup Site.....	104
Figura 58 – Site: Início.....	105
Figura 59 – Newsletter.....	105
Figura 60 – Site: Sobre.....	106
Figura 61 – Site: Loja.....	107
Figura 62 – Site: Planos do aplicativo.....	108
Figura 63 – Aplicativo: cadastro.....	109
Figura 64 – Aplicativo: menu.....	110
Figura 65 – Aplicativo: informações.....	111

Figura 66 – Aplicativo: Relações - roda de conversa.....	112
Figura 67 – Relações - grupo de mães.....	113
Figura 68 – Aplicativo: interação mãe/bebê - Leitura.....	114
Figura 69 – Aplicativo: interação mãe/bebê - Dança.....	114
Figura 70 – Playlist Spotify.....	114
Figura 71 – Aplicativo: interação mãe/bebê - Yoga baby.....	115
Figura 72 – Aplicativo: desenvolver materno - Diário.....	116
Figura 73 – Aplicativo: desenvolver materno - sentimentos.....	117
Figura 74 – Aplicativo: desenvolver materno - escrita.....	117
Figura 75 – Aplicativo: facilidades.....	118
Figura 76 – Mockup app modo diurno e modo noturno.....	119
Figura 77 – Canguru Soul Lar.....	120
Figura 78 – Detalhamentos produto.....	122
Figura 79 – Cartela de cores do produto.....	122
Figura 80 – Foto protótipo.....	123
Figura 81 – Embalagem do produto.....	124
Figura 82 – Tag + cartão presente.....	124
Figura 83 – Caderno de ferramentas e manual do produto.....	

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Processo de execução do projeto.....	26
Quadro 02 – Blueprint Roda de Conversa.....	82
Quadro 03 – Business Model Canvas.....	94
Quadro 04 – Fluxograma site.....	104

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	17
1.1 OBJETIVOS GERAL.....	18
1.1.1 Objetivos Específicos.....	18
1.2 JUSTIFICATIVA	19
2. METODOLOGIA	22
3. DESCOBRIR	27
3.1.1 Rede de apoio.....	30
3.1.2 Puerpério.....	32
3.2 AMAMENTAÇÃO E O REFORÇO DO VÍNCULO AFETIVO.....	35
3.2.1. Extero-Gestação.....	37
3.3 DESIGN EMOCIONAL E A MATERNIDADE.....	40
3.3.1 Cases.....	44
3.4 COLETA DE DADOS.....	45
3.4.1 Pesquisa Primária.....	45
3.4.2 Entrevistas.....	47
4. DEFINIR	50
4.1 PERSONAS.....	50
4.1.1 Natália.....	50
4.1.2 Verônica.....	52
4.1.3 Rita.....	54
4.2 BRIEFING.....	56
5. DESENVOLVER	58
5.1 IDENTIDADE VISUAL.....	58
5.1.1 Pesquisa Visual.....	58
5.1.2 Mapa mental da marca.....	67

5.1.3 Storytelling.....	68
5.1.4 Naming.....	69
5.1.5 Brain Dumping Visual.....	70
5.2 DESIGN DE SERVIÇO.....	76
5.2.1 Mapa de Stakeholders.....	76
5.2.2 Jornada do usuário.....	77
5.2.3 BluePrint do Serviço.....	84
5.3 DESIGN DE PRODUTO.....	84
5.3.1 Análises.....	85
5.3.1.1 Mochila Evolutiva Dona Chica.....	85
5.3.1.2 Canguru Fisher Price Hipset.....	86
5.3.1.3 Canguru Loop Cosco.....	87
5.3.1.4 Canguru Tula.....	88
5.3.1.5 Canguru Boba X.....	89
5.3.1.6 Canguru Ergobaby.....	90
5.3.1.7 Sling Pacotinho.....	91
5.3.2 Geração de alternativas.....	93
5.4 BUSINESS MODEL CANVAS.....	95
6. ENTREGAR.....	97
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	126
8. REFERÊNCIAS.....	128
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO ONLINE - PESQUISA PRIMÁRIA.....	133
APÊNDICE B - BRAINSTORMING DO NAMING.....	139
APÊNDICE C - PESQUISA DE REGISTRO DE MARCA NO INPI.....	142
APÊNDICE D - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL.....	145
APÊNDICE E - ILUSTRAÇÕES.....	161
APÊNDICE F - TELAS APLICATIVO.....	166

APÊNDICE G - TELAS DO SITE.....	177
APÊNDICE H - CADERNO DE FERRAMENTAS E MANUAL.....	184
APÊNDICE I - EMBALAGEM SACO DO PRODUTO.....	198
APÊNDICE J - FAÇA DE CORTE DA EMBALAGEM DE ENVIO.....	199
APÊNDICE K - CANGURU SOUL LAR (RENDER).....	200
APÊNDICE L - FOTOS DO PROTÓTIPO EM USO.....	203
APÊNDICE M - DESENHOS TÉCNICOS DO CANGURU SOUL LAR.....	206

1. INTRODUÇÃO

Sentimentos de culpa, impotência, insegurança e cansaço estão muito presentes quando o assunto é maternidade. Ao existir uma romantização do “ser mãe” pela sociedade, essas emoções, muitas vezes, são invisibilizadas, exigindo da mulher desempenho com as diversas funções e a externalização do instinto materno. A autora E. Badinter (1992) traz que isso não depende apenas da história pessoal da mãe, do desejo da criança ou da relação com o parceiro, mas também de fatores sociais e culturais envolvidos (apud CORREIA, 1998).

Correia (1998) ainda afirma que:

Ter um filho é considerado em cada civilização de um modo diferente; ser mãe pode ser visto como uma experiência perigosa, dolorosa, interessante, satisfatória ou importante, numa determinada mulher, numa determinada civilização. A forma de a vivenciar associa-se quer às suas características individuais quer à atmosfera cultural que a circunda.

Tendo isso em vista, o contexto em que a mãe está inserida poderá interferir em seus sentimentos em relação ao seu período gravídico-puerperal. Além disso, as expectativas criadas durante o planejamento da gestação ou a gestação, propriamente dita, podem influenciar na sua experiência, bem como as demais vivências que teve durante a sua trajetória de vida.

Andressa Bortolasso (2018) aborda em seu livro que:

A maternidade é uma perfeita reconstrução em todos os sentidos - físico, mental, emocional, espiritual. E é uma grande chance de a mulher entrar em contato consigo mesma, com suas sombras, com suas dificuldades e se tornar uma pessoa melhor (BORTOLASSO, 2018).

Esse trecho revela com intensidade uma parte do escopo deste trabalho, onde aborda questões de construção e reconstrução de ideais e pensamentos vividos pelas mulheres. Além disso, o trabalho procura fornecer ferramentas para cada uma poder se desenvolver internamente, no seu ritmo e da sua maneira. Buscar pelo empoderamento e confiança interna é a chave para a evolução de um pensamento e de uma sociedade.

Maria Barreto carrega uma fala muito potente em seu livro, onde traz o conceito de que muitas vezes acabamos por não respeitar as fases dos processos naturais do ser humano, bem como seus momentos na vida. Isso reflete muito os imediatismos, ansiedades, e pressa para que tudo seja resolvido o mais rápido possível.

Maternar é perder o controle do tempo, é se adaptar às situações instantâneas e arrumar soluções que cabem ao momento, é se despir dos afazeres cotidianos e viver um minuto de cada vez. Lidar com essas situações é esquecer-se do relógio convencional e se conectar com os relógios biológicos, tanto da mãe quanto do bebê, que a todo momento dão sinais do que o corpo e a mente precisam de fato.

Tendo isso em vista, a preocupação desta pesquisa, se dá sobre a perspectiva feminina, os direitos das mulheres e do lugar das mulheres na sociedade. Isso engloba vários aspectos relevantes, tratando de respeito, de igualdade, de cuidado, de tempo para se descobrir, e principalmente sobre a melhor forma de realizar suas escolhas. Visando as condições atuais impostas às mulheres, levantou-se alguns questionamentos: Como levar um puerpério mais leve tomando decisões mais conscientes? Como auxiliar emocionalmente as mulheres no período do puerpério?

Para responder essas perguntas acredita-se que o Design, pelo seu caráter multidisciplinar pode auxiliar nesse desafio, buscando entender, questionar e propor soluções.

1.1 OBJETIVOS GERAL

Desenvolver um projeto de design que contemple serviço, produto e marca onde o objetivo é auxiliar emocionalmente mulheres no período do puerpério, promovendo o autodesenvolvimento da mãe e reforço do vínculo entre mãe e bebê.

1.1.1 Objetivos Específicos

- Contextualizar, do período gestacional ao pós-parto, a fim de identificar os principais problemas enfrentados pelas puérperas;

- Entrevistar lactantes/mães, assim como, profissionais especialistas no tema, analisando as necessidades e dificuldades do puerpério e da amamentação;
- Estruturar uma metodologia que contemple etapas de desenvolvimento da pesquisa e do projeto adequadas aos objetivos citados acima.
- Desenvolver um projeto de design voltado para o acolhimento emocional das mulheres no período do puerpério, autodesenvolvimento da mãe e auxiliando no reforço do vínculo entre mãe e bebê.

1.2 JUSTIFICATIVA

A maternidade traz à tona um encontro com o próprio interior, um momento de descoberta desse novo mundo que para cada mulher se aflora de uma maneira diferente. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cada 21 segundos nasce um novo bebê no Brasil, em consequência, novas mulheres entram no período do puerpério.

Tendo em vista as diversas realidades que se apresentam no país, as discussões sobre o tema vão muito além da glamourização vista em comerciais de televisão e redes sociais. Se tornar mãe é viver o encontro com suas próprias sombras, retomar a vivência com a sua criança interior e também experienciar uma alegria e amor infinitos construídos ao longo dos dias, entre a mãe e o bebê.

Edinara Zanatta, em sua monografia de pós-graduação em psicologia, cita: "A vivência da maternidade constitui-se em uma experiência singular na vida da mulher, que envolve mudanças e adaptações". (Lopes, et al, 2010, apud Zanatta, 2015). Adaptações essas que são vividas diariamente, entre descobertas e frustrações, trazendo uma mistura de angústia, alegria, perda de identidade, cansaço, orgulho, sonho e excitação, segundo Laura Gutman, que é terapeuta e especialista em maternidade.

Relacionado ao tema, a revista Istoé entrevistou Betina Abs da Cruz, ginecologista e obstetra na Clínica Caza da Vila, localizada em São Paulo, que ressalta, portanto, algumas considerações importantes. Em sua fala, menciona que há uma projeção e idealização da maternidade, mas que o fato de cuidar de um outro ser humano é algo bem diferente. Traz ainda, que a mãe precisa ir se adaptando à

nova vida, conhecendo o bebê, buscando entender as mudanças do seu próprio corpo e a relação com as pessoas ao seu redor, onde uma etapa muito importante é o entendimento de que precisa de ajuda e que não vai conseguir resolver tudo sozinha, e ao entender isso, Betina diz que a mãe se sente mais tranquila. Ela comenta também que, em geral, as gestantes se preparam muito para o parto, deixando um pouco de lado os desafios que passarão no pós-parto (puerpério).

Relacionado a isso, entende-se a importância do amparo a essa mulher que está cheia de dúvidas e vivendo a cada segundo novas descobertas. Vê-se também que as vivências são muito particulares, e que é interessante aprofundar-se nelas, para poder se conhecer melhor e entender suas próprias emoções e necessidades.

Maria Barreto (2020) em seu livro *O pequeno livro sobre o puerpério* relata que:

A duração do puerpério não é um consenso nem na medicina convencional. A maior parte dos especialistas considera os aspectos físicos, definindo o final do puerpério como o momento em que a fisiologia da mãe volta ao estado anterior, o que costuma durar, em média, seis semanas. No entanto, para outros, esse período pode se estender por até um ano ou ainda ser definido pelo fim natural da lactação ou retorno das menstruações.

Portanto o puerpério é uma fase que vai além de questões relacionadas ao corpo e fisiologia, envolvendo-se também à uma estrutura emocional para atravessar esse ciclo. Barreto (2020) salienta ainda, a importância de ter uma rede de apoio afetiva, pois para a mulher, o período em que está vivendo, traz consigo memórias carregadas de feridas não cicatrizadas do seu passado.

Ao vivenciar esse momento, administrando o turbilhão de emoções, a puérpera se depara com uma atividade intensa e necessária para ela e principalmente para o bebê: a amamentação.

Segundo o Ministério da Saúde (MS) e Organização Mundial da Saúde (OMS), a amamentação exclusiva durante os primeiros seis meses do bebê traz diversos benefícios, tanto aos pequenos, quanto para as mães, pelos seus numerosos fatores imunológicos que protegem contra infecções.

Barreto (2020), aborda que o leite materno não é apenas um alimento em sua constituição física, mas também é a nutrição emocional, que se dá pelo contato corporal entre mãe e bebê.

Entretanto, apesar dos diversos benefícios que a amamentação traz e campanhas pró-amamentação, há muitas mulheres que não amamentam por razões externas, dores, machucados ou fatores hormonais que alteram a produção do leite, além de ocorrer também, casos de rejeição ou alterações fisiológicas por parte do bebê. Sendo assim, quebram-se alguns elos, trazendo à tona insegurança, esgotamento, cansaço e sentimentos de perda e incapacidade. Andressa Bortolasso (2018) em seu livro *“Sintonia de Mãe”*, aborda essas situações como um todo, trazendo a carga mental vivida pelas mães, e levando a um questionamento: “Nessas condições, como podemos nos conectar com a maternidade?”

Maria Barreto (2020), portanto, traz uma visão mais holística desse universo, sugerindo em seu livro, que as mães precisam emergir no seu próprio ser, conectando-se com seu coração e entendendo sua potência e força, sendo esse um trabalho diário de autoconhecimento. Assim, mais empoderadas e conscientes de seus saberes, podem seguir com mais segurança em suas decisões e ações.

Dessa maneira, entende-se a importância de aprofundar o tema, vendo que ele tem muitos segmentos para serem explorados. À partir das perspectivas abordadas acima, podemos então entender como o olhar do design pode contribuir com o assunto a fim de ofertar soluções possíveis, atendendo às necessidades do público-alvo.

O objetivo deste projeto é auxiliar emocionalmente mulheres no período do puerpério, trazendo ferramentas que possibilitem o autodesenvolvimento da mãe e o reforço do vínculo entre mãe e bebê.

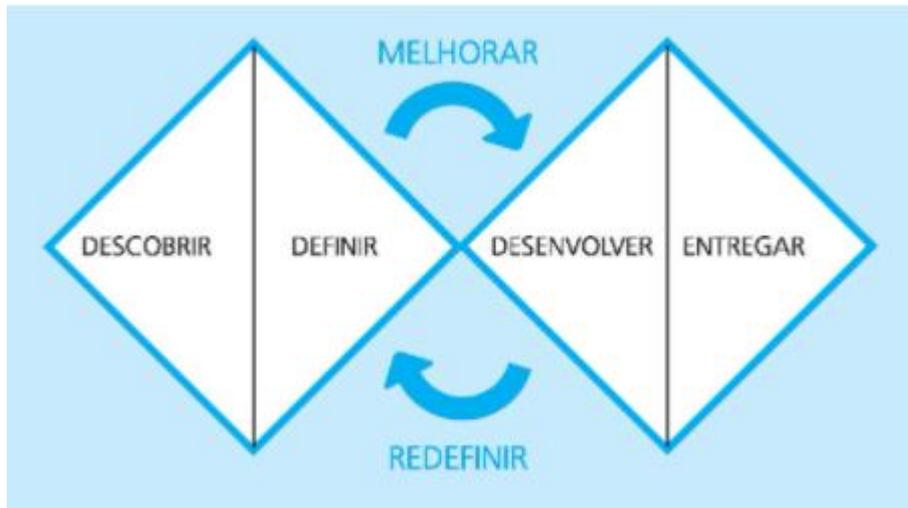
2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada em um projeto, tem o objetivo de nortear a pesquisa e o desenvolvimento do mesmo, direcionando a uma solução que condiz com o problema a ser explorado. Nesse sentido, a base metodológica que dará suporte a este projeto é o Design Thinking, sendo escolhido por ter uma abordagem centralizada no usuário. Adriana Melo e Ricardo Abelheira, em seu livro *Design Thinking & Thinking Design: metodologia, ferramentas e reflexões sobre o tema* (2015), abordam os três principais pilares estabelecidos pelo método: empatia (imersão), colaboração (ideação/cocriação) e experimentação (prototipação).

A empatia, segundo Melo e Abelheira (2015), se enquadra dentro do processo de imersão, onde o objetivo é se colocar no lugar do público-alvo para poder compreender as necessidades mais latentes. A segunda etapa, colaboração, se estabelece dentro do processo de ideação/cocriação, sendo esse um levantamento do maior número de ideias possíveis. E, por fim, a experimentação, que é contemplado pelo processo de protótipos, sendo esse o momento de por em teste as várias ideias geradas ao longo das demais etapas.

Tendo por objetivo uma melhor organização dos dados coletados e a garantia de que a solução do problema pode ser suprida, será utilizado como apoio o método do *Double Diamond* (traduzido como Duplo Diamante), que consiste em um modelo mental que alterna divergência e convergência. Quando operado no modo de divergência, busca criar opções para o projeto, já quando atua no modo de convergência, procura fazer escolhas (Melo e Abelheira, 2015). Sendo este um processo não linear e podendo ser utilizado em qualquer etapa do projeto, o *Double Diamond* possui quatro etapas principais, conforme imagem abaixo.

Figura 01 – Double Diamond



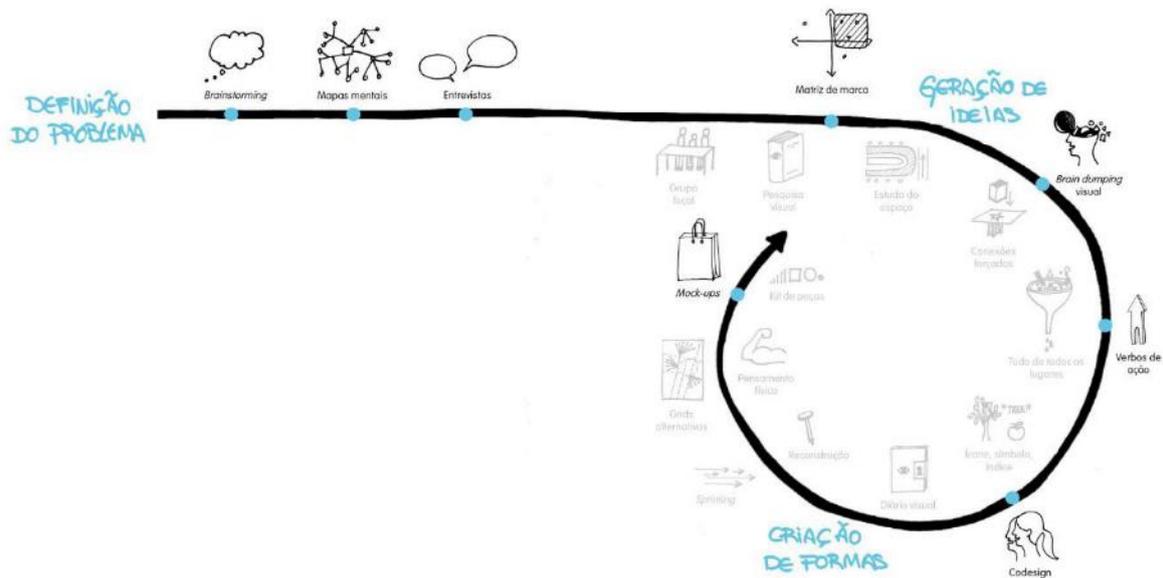
Fonte: Adriana Melo e Ricardo Abelheira (2015).

A primeira etapa, *descobrir*, consiste em uma etapa de expansão, onde o foco é fazer uma pesquisa aprofundada sobre o assunto, buscando investigar os possíveis problemas. Na etapa seguinte, *definir*, que fecha o primeiro diamante, o objetivo é filtrar e analisar o material coletado, definindo qual é o principal ponto de dor do tema em análise. Na terceira etapa, *desenvolver*, inicia-se uma nova fase de expansão, abrindo novamente o diamante, sendo esse, baseado nos resultados do pilar 'definir'. Essa etapa busca gerar ideias para a resolução do problema, utilizando diversas ferramentas como apoio no desenvolvimento. E por fim, *entregar*, baseia-se em finalizar e aprimorar as soluções concebidas.

Além das etapas já citadas, para fundamentar a criação da identidade visual, será aplicada a metodologia de Ellen Lupton, utilizando como apoio dois de seus livros : *Graphic Design Thinking* (Lupton, 2013) e *Storytelling* (Lupton, 2020).

Em seu processo, Lupton percorre uma trajetória, sendo ela dividida em três etapas principais: definição do problema; geração de ideias e criação de formas.

Figura 02 – O processo de Design de Ellen Lupton



Fonte: Ellen Lupton (2013)

Além dessas etapas, o caminho é repleto de ferramentas que ajudam a nortear o desenvolvimento do projeto como um todo.

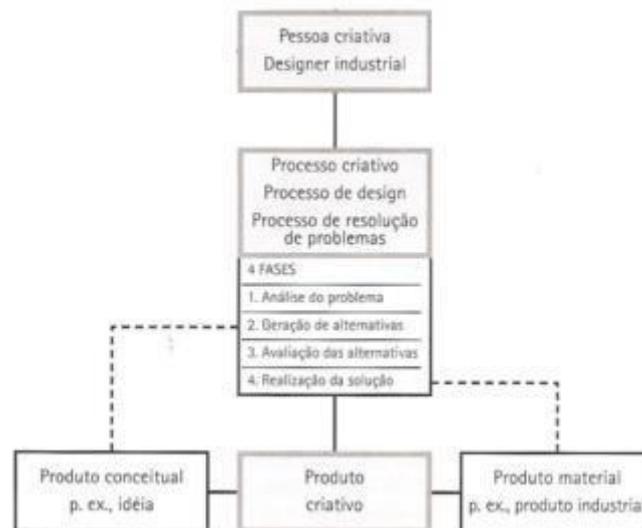
Para a criação do serviço, serão utilizados os seis princípios do Design Thinking trazidos por Stickdorn e Schneider (2014), descritos abaixo:

- a) *Centrado no ser humano*: consiste em projetar uma experiência para todas as pessoas que podem ser afetadas pelo serviço;
- b) *Colaborativo*: interação de diversos Stakeholders que entram em contato, de alguma forma, com o projeto;
- c) *Iterativo*: o serviço tem uma abordagem exploratória, adaptativa e experimental, esse pilar, portanto, promove a iteração do protótipo para a implementação do mesmo;
- d) *Sequencial*: promove a ação de sequência, dando sentido de continuidade nas ações e interações promovidas pelo serviço;
- e) *Real*: sendo as necessidades do usuário pesquisadas no mundo real, as ideias prototipadas devem interagir com a realidade física e digital do usuário;

f) *Holístico*: contando uma visão sustentável do projeto, as necessidades observadas ao longo do processo devem relacionar-se com os stakeholders, além das interações com as demais etapas do projeto.

Por fim, para o desenvolvimento do projeto de produto, será utilizado como apoio a metodologia proposta por Bernd Löbach (2001), que consiste em analisar o problema, gerar alternativas, avaliar e solucionar.

Figura 03 – Fluxograma de métodos de Bernd Löbach



Fonte: Bernd Löbach (2001)

Com base nas metodologias, métodos, técnicas e ferramentas descritas acima, foi criado um quadro resumindo os processos e ferramentas utilizadas.

Quadro 01 – Processo de execução do projeto

Descobrir

Pesquisa desk

Estudo de caso
Pesquisa qualitativa
Pesquisa primária
Entrevistas

Definir

Persona

Mapa de empatia

Briefing

O quê?
Por quê?
Para quem?
Como?

Desenvolver

Marca

Mapa mental da marca
Storytelling
Naming
Brand dumpind visual

Serviço

Mapa de staeholders
Jornada do usuário
Blueprint do serviço

Produto

Análises

Mercado
Função
Estrutural
Materiais e processos

Criação de formas

Business Model Canvas

Entregar

Design de Marca

MIV
Pontos de contato

Design de Serviço

Aplicativo/site
Redes Sociais

Design de Produto

Canguru Soul Lar

Fonte: a autora (2021)

3. DESCOBRIR

O intuito deste capítulo é buscar informações, assim como, contextualizar os principais conceitos relacionados às fases da maternidade, a fim de entender e analisar as referências, para então, aplicá-las no desenvolvimento do projeto.

3.1 MATERNIDADE

A vivência da maternidade vai muito além do nascimento do bebê e dos fatores fisiológicos, ali envolvidos. Ela carrega consigo a oportunidade de oferecer para a sociedade um novo modo de pensar e educar esse ser humano que está em formação. Conforme Violeta Salazar ressalta em sua tese de mestrado, "As mulheres são a unidade chave para que aconteça a reprodução social da humanidade, representam a 'fábrica' " (SALAZAR, 2018).

Além disso, o papel da mulher é totalmente reformulado ao se tornar mãe, pois há de ser considerado o contexto social e cultural em que está inserida, além de serem contabilizados seus sentimentos e experiências como indivíduo. De acordo com S. Kitzinger (1978), citado por Correia (1998):

O estilo de maternidade é uma expressão da cultura e engloba um sistema de valores relacionados com o que é a mulher e, também com o que é o filho; as atitudes para com ela variam de acordo com as classes sociais (S. KITZINGER, 1978 apud CORREIA, 1998).

Tendo isso em vista, a vivência de cada mulher é única. Após a descoberta da gestação, o corpo e o psicológico começam a passar por diversas transformações, tanto quando refere-se ao bebê, quanto quando refere-se às mudanças de significados dos próprios pilares emocionais da vida da mãe, transitando por muitas adaptações.

Edinara Zanatta, em seus estudos de Pós-graduação em psicologia, aborda sobre a experiência da maternidade com foco no primeiro filho, onde conclui que, "Durante a gestação, a mulher passa a se olhar e a ser vista de uma forma diferente, passando da condição de filha e mulher para a de mãe". (ZANATTA, 2015).

Essas mudanças são muito significativas, pois alteram os papéis da mulher em relação à sociedade, tendo ela que administrar todas as sensações e sentimentos que estarão por vir.

Em um estudo de psicologia realizado por Mirlane Gondim Leite (2014), analisou-se um grupo de gestantes, a fim de entender sentimentos relacionados a cada período da gestação, sendo eles: descoberta da gravidez, sentimentos em relação ao sentir-se mãe: a fase de aceitação e preocupações vivenciadas ao longo do período gestacional. No primeiro momento, logo ao descobrir que estavam grávidas, as mulheres do grupo trouxeram sentimentos negativos atrelados à felicidade, como medo, angústia e insegurança, principalmente as mães que não estavam esperando a gravidez. Já para as mulheres que desejavam ser mães, os sentimentos foram de alegria e satisfação.

Rapoport & Piccinini. 2006, citados por Leite (2014), trazem que o planejamento pessoal e o desejo que a mulher tem em ser mãe são fatores que contribuem para vivências positivas ou negativas, ressaltando também o apoio do companheiro e da família, esperado pela mesma, durante o período.

No decorrer da gestação, as emoções das mulheres já estão mais equilibradas, tendo elas se adaptado com o momento que estão vivendo, passando a olhar a maternidade de uma maneira diferente e mais amorosa. Leite (2014) aponta em sua pesquisa que os sentimentos são mais intensos após o segundo trimestre de gestação, que é a fase onde o feto começa a se movimentar, tornando mais palpável a existência do bebê dentro da barriga. Traz também que esse momento é carregado de emoções, como a conexão, principalmente após as mães ouvirem o coração do bebê na ultrassonografia. Segundo Milbradt (2008) “A percepção materna dos movimentos fetais é considerada um grande marco na gravidez, pois faz com que a mãe sinta o feto com maior concretude e incrementa as expectativas em relação a ele” (apud Leite, 2014).

Portanto, é nesse momento em que começa uma relação mais tangível do vínculo entre mãe e filho. Conforme ressalta Zanatta,

Assim, conhecer as expectativas maternas durante a gestação em relação ao seu bebê torna-se importante também para entender o lugar projetado

pela mãe para o filho. Nesse sentido, Piccinini, Gomes, Moreira e Lopes (2004) apontaram que com o avanço da gravidez a identificação de determinadas características do bebê, tais como sexo, nome, características psicológicas, interação mãe-bebê e saúde do bebê, serviram como estímulos para que se criassem mais expectativas e sentimentos em relação aos mesmos, favorecendo o vínculo mãe-bebê (PICCININI et al., 2004 apud ZANATTA, 2015).

Logo, se tornar mãe abrange uma imensidão de emoções e traz consigo, uma mistura de sentimentos que nem sempre conseguem ser traduzidos em palavras, sendo estes então, vividos individualmente pela mulher e refletidos diretamente para o bebê. Os dois seres estão conectados, não apenas fisicamente, mas também emocionalmente.

Ao longo das quarenta semanas de gestação, aproximadamente, a mulher pode se preparar para as situações que passará, durante a gravidez e também no pós-parto. Uma das maneiras de se informar sobre esses acontecimentos é através do acompanhamento pré-natal, onde é contemplado a assistência com diversos profissionais, a fim de atravessar esse momento, segundo a Caderneta da Gestante (2018) disponibilizada pelo Sistema Único de Saúde (SUS).

A gestação se dá por um espaço de tempo finito, sendo capaz de transformar a mulher em relação às suas ações, sentimentos e conceitos, a fim de prepará-la para as demais etapas que serão vividas durante a maternidade, além de introduzi-la nesse meio.

Outro momento de grande impacto é o parto por estabelecer uma ruptura, sendo ele a ponte entre o imaginário e a realidade. Durante a gravidez há uma idealização do bebê, gerando expectativas de como serão as suas características físicas e emocionais. Após o parto, algumas dessas visões serão sanadas, começando de fato uma longa jornada no mergulho da maternidade.

Segundo a Caderneta de Gestante (2018):

O parto é um momento de grande intensidade, uma vivência que marca para sempre a vida de uma mulher. É a preparação natural para a maternidade. Você terá a chance de experimentar sensações e sentimentos que podem fortalecê-la enquanto mulher e mãe (CADERNETA DE GESTANTE, 2018).

Também é nesse momento em que a mãe será a principal fortaleza e ponto de referência desse bebê, em especial, nos seus primeiros meses de vida, colocando em prática todos os aprendizados que consumiu e absorveu durante a sua gestação.

Além disso, dentre as tarefas da mãe durante a gravidez, está a escolha de pessoas que possam ser sua rede de apoio, que veremos no próximo título.

3.1.1 Rede de apoio

Conhecer melhor o bebê e viver o momento do pós-parto de forma integral e mais tranquila, exige da mulher uma preparação e a escolha de pessoas que possam apoiá-la, assim, deixando mais leve as demais tarefas, podendo então se dedicar inteiramente ao seu bebê.

Segundo Andressa Bortolasso (2018), autora do livro *Sintonia de Mãe e educadora perinatal*, a rede de apoio deve ser estruturada por todas as pessoas que convivem e que têm contato com a mãe ou com o bebê. Ela ressalta que essa rede é fundamental para sustentar a mulher no período do puerpério, pois nessa fase, o corpo passa por diversas transformações, resultantes das alterações hormonais, cansaço do parto, descida do leite, privações de sono, além dos longos dias cuidando do recém-nascido. A educadora ressalta também, que a mãe, nesse período, vive momentos intensos, como o luto da barriga e a fusão emocional com o bebê.

Andressa Bortolasso (2018) faz um comparativo entre a rede de apoio e uma rede de descanso, em que a mãe precisa se sentir relaxada, podendo se jogar nessa rede com confiança. Ela elenca ainda, alguns tipos de apoiadores para auxiliar a mãe na escolha das pessoas que farão parte da sua rede de apoio, são eles: Os apoiadores de base, secundários, profissionais da saúde e empresa amiga da criança.

Segundo Andressa (2018), os apoiadores de base serão as pessoas que estarão o tempo todo por perto, podendo contar em qualquer momento. Um exemplo de apoiador de base seria o pai do bebê, uma pessoa da família ou uma amiga bem próxima. Ela menciona o quão importante é essa pessoa estar bem informada sobre

o período que a gestante/puérpera estará passando. Já os apoiadores secundários, segundo Bortolasso (2018), seriam as demais pessoas que convivem com a mãe e que se dispõem em ajudar.

Outro pilar da rede de apoio mencionado são os profissionais da saúde, visando um acompanhamento da gestação, parto e pós-parto, que conta com obstetra, doula, pediatra, equipe de enfermagem, podendo ser incluídos também consultoras de aleitamento materno e sono, nutricionista, fonoaudiólogo, entre outros.

Dentro dessa rede, as obstetras, enfermeiras obstétricas e obstetrites, segundo Andressa (2018), são os profissionais responsáveis por fazer o pré-natal, acompanhamento da gestação, além de auxiliar na construção do plano de parto e no parto. A Doula refere-se a profissional que acompanha, assiste e orienta a mãe, dando suporte físico e emocional, durante e depois do parto. Já as consultoras de amamentação são pessoas que ajudam na continuidade da amamentação exclusiva, auxiliando a mãe com questões mais técnicas, estudos científicos e com informações, além disso, elas também fazem uma avaliação da mãe e o bebê em sua individualidade, indicando o que será melhor para os dois no momento.

A rede de apoio traz segurança para mãe poder viver esse mergulho no desconhecido, que é a maternidade. Barreto afirma, em seu livro que, uma mulher sozinha nesse momento, certamente passará por maiores dificuldades e menciona:

Aquele provérbio 'é preciso uma aldeia para educar uma criança' vale para o puerpério no sentido de que é preciso costurar muitas formas de suporte. (...) Onde está a sua aldeia? Você é responsável por achá-la ou construí-la e acessá-la, se abrir para receber, o que também se torna parte do desafio para muitas mulheres (BARRETO, 2020).

Além dos apoiadores citados acima, também são benéficas as redes de apoio formadas por outras mulheres que estão passando pela mesma fase, podendo ser grupos virtuais ou presenciais (Bortolasso, 2018). Esses grupos propõem trocas de informações baseadas em experiências individuais, trazendo, portanto, informações mais pessoais e humanizadas. Guimarães (1999), ressalta que os espaços virtuais oferecem diversas oportunidades de busca, a partir de uma perspectiva antropológica, sendo um fenômeno em ascensão no mundo contemporâneo (apud SALAZAR, 2018).

As redes de apoio se tornam então, uma fortaleza para a mulher que está frágil, cheia de inseguranças e exausta com a nova rotina. Ter com quem contar, traz para ela um momento de respiro e aconchego. De acordo com Stern (1997),

A presença da matriz de apoio à nova mãe no decorrer da gestação e do desenvolvimento do bebê é fundamental para auxiliá-la nos momentos de dúvida. Além disso, oferece-se como figura com quem ela pode se identificar ao desempenhar os cuidados de seu bebê (STERN 1997 apud ZANATTA, 2015)

Ter, portanto, uma rede de apoio potente e adaptável em todas as fases da maternidade, é de extrema relevância, pois ela traz consigo, empoderamento e confiança. No capítulo seguinte, trataremos sobre a próxima fase da maternidade, o puerpério, buscando entender seus conceitos e principalmente os pontos de fragilidades nele contido.

3.1.2 Puerpério

De acordo com a ciência ocidental, o puerpério é um período de tempo após o parto, onde o corpo feminino está retornando para o seu estado “pré-gravídico”, carregando então, mudanças físicas e psicológicas (BARRETO, 2020).

Dentro do período puerperal, a mulher passa por três fases: o pós-parto imediato, que ocorre entre o primeiro dia até o décimo dia após a parturição, na segunda fase, chamada de pós-parto tardio, acontece entre o décimo primeiro dia ao quadragésimo quinto dia, e por fim, o pós-parto remoto, que ocorre do quadragésimo quinto dia até o retorno da ovulação e menstruação (REZENDE FILHO; MONTENEGRO, 2014 apud RIBEIRO, 2018).

Além disso, nesse momento, acontecem diversas mudanças físicas no corpo feminino, bem como o lóquio, que corresponde a um sangramento, similar à menstruação, onde o mesmo está presente no pós-parto imediato, com o propósito de fazer uma limpeza corporal. Esse fato acontece independente da via de parto. Segundo uma matéria do Hospital São Lucas da PUCRS (2019), o sangramento pode se prolongar para o pós-parto tardio com menor intensidade.

Salvo as alterações físicas, Silvia Lobo, psicóloga, psicanalista e autora do livro “Mães Que Fazem Mal”, em entrevista para o site Pais & Filhos, ressalta que:

Sentir-se mãe não cai do céu, faz parte de um processo de aprendizado, descobertas e mudanças que percorrem anos de uma vida inteira. É um trajeto difícil, mas que pode ser de alegria, conquistas, valorização de si, ao ir sendo capaz de percorrê-lo (PAIS & FILHOS, 2019).

Nesse período, a mãe preocupa-se, principalmente com o seu bebê, buscando atender e adaptar-se às suas necessidades, fornecendo também as bases para o desenvolvimento da criança, excluindo então, de forma temporária e normal qualquer outro interesse que poderia vir a ter (ZANATTA, 2015).

Juliana Stefanello (2005), em sua dissertação de pós-graduação, cujo estudo se dá sobre *As vivências do cuidado no puerpério: as mulheres construindo-se mães*, aponta que apesar do puerpério ser considerado um período de vulnerabilidades, tanto física (hemorragias, infecções, intercorrências mamárias da lactação), quanto psicológicas (depressão pós-parto), em comparação com outras fases do ciclo gravídico-puerperal, o puerpério é a fase em que a mulher fica mais desassistida.

Essa desassistência ocorre devido à atenção estar voltada sobretudo para o bebê, fazendo-se necessária a estruturação anterior de uma rede de apoio efetiva para o período.

Barreto (2020) defende a necessidade de repouso da mulher recém-parida para enfrentar o novo ciclo que se estabelece. Ela compara também, o período com uma espécie de morte, trazendo à tona a importância de se reinventar, confiar e se entregar para a experiência.

Estamos lidando com o desconhecido e com nossos instintos de ser, que nos tornam mulher no sentido mais selvagem da palavra. Para muitas de nós, o que traz incômodos neste momento é que o controle sobre as coisas deixa de ser possível. Vamos sendo convidadas a lidar com esta grande sombra que carregamos, que é achar que controlamos tudo, desde a nossa expressão no mundo, passamos pelos nossos desejos íntimos até os planos práticos do dia a dia. Neste momento da nossa vida somos convidadas a confiar e não controlar (BARRETO, 2020).

Conforme citado acima, Maria Barreto evidencia o medo do desconhecido e a necessidade feminina de controle, instigando, portanto, a mulher a confiar mais em si mesma e buscar o autoconhecimento para escolhas mais efetivas.

Além do mais, o puerpério é o tempo de lidar com as expectativas que foram geradas ao longo da gestação, adequando então, o olhar materno para a realidade que se apresenta à sua frente. (PENNA, CARINHANHA, & RODRIGUES, 2006 apud ZANATTA, 2015).

Há muitas coisas para se aprender e também para por em prática logo após o nascimento da cria, tanto na vida pessoal da mãe, quanto em relação ao próprio bebê. Porém tudo isso só é possível quando a mulher consegue submergir de forma síncrona, com a imensidão do seu campo emocional, para então depois poder pensar em outras áreas da sua vida. Laura Gutman (2013) traz alguns exemplos das dualidades que são vividas nesse momento como, a transformação de mulher para mãe, agir ou esperar, a presença no mundo racional ou no mundo sutil, a permanência da identidade ou a perda de fronteiras, fazendo uma metáfora com a dança, onde nada é fixo e os sentimentos estão livres para transitarem entre si, podendo surgir a qualquer momento, sendo essa instabilidade não muito aceita pela sociedade atual. A autora associa também, o puerpério com a abertura da alma, um encontro com o próprio abismo, onde a mulher tem a decisão de mergulhar em suas águas e no desconhecido em busca do seu autoconhecimento.

Stern (1997) aponta alguns temas principais que farão parte da nova rotina da mãe como: vida e crescimento, relacionamentos primários, matriz de apoio e reestruturação da própria identidade. Nos dois primeiros temas, aborda a habilidade da mãe em acompanhar o crescimento do bebê, mantendo-se próxima e envolvendo-se com aspectos físicos da criança, fazendo um contraponto também com a capacidade emocional da mãe de estabelecer conexão com seu bebê, promovendo desenvolvimento psíquico e suprimindo as suas necessidades (apud ZANATTA, 2015).

Esse contato inicial mãe-bebê, que ocorre logo após o nascimento, carrega sentimentos como segurança, desenvolvimento do apego e sensações de acolhimento, gerando os primeiros laços afetivos fora da barriga (Rosa et al. 2010 apud ZANATTA, 2015).

Um fato que contribui para essa conexão é o da mãe poder ficar em casa juntamente com seu bebê por vários meses, devido a licença maternidade. Conforme leis estabelecidas na Constituição de 88, a licença maternidade é um período que

garante a estabilidade empregatícia e o afastamento do trabalho por 120 dias após o parto para todas as empregadas gestantes de carteira assinada.

A partir dos dados coletados até aqui, entendeu-se de suma importância a realização de uma pesquisa primária com mães e puérperas, a fim de entender mais de perto quais são as reais dificuldades e como essas mães veem a fase que estão vivendo. A pesquisa se deu via Google Formulário e será descrita por completo mais adiante no capítulo que traz a coleta de dados.

Dentre todas as respostas do questionário, observaram-se pontos de “dor” e também sensações recorrentes. Muitas mulheres relataram a culpa que sentem por não amamentarem ocasionando sentimentos de distanciamento do seu bebê.

Tendo isso em vista, no próximo capítulo trataremos sobre a amamentação como base para um melhor entendimento dessa fase da maternidade.

3.2 AMAMENTAÇÃO E O REFORÇO DO VÍNCULO AFETIVO

Segundo Maldonado (1997), a amamentação é uma forma de comunicação entre mãe-bebê, experienciada através de um contato pele a pele, troca de olhares e carinho transmitidos durante os muitos minutos ali dedicados. Vale salientar que esse processo de conexão pode ocorrer também com o uso da mamadeira ou outras formas de alimentação (apud ZANATTA, 2015).

Apesar do aleitamento materno ser visto, muitas vezes, como um processo natural e instintivo, nem sempre ocorre assim, tendo a necessidade de ser estudado e trabalhado antes e durante o período. Para ele ocorrer bem e de forma efetiva, muitos fatores devem ser analisados, tanto para o cuidado da mãe, como para o cuidado do bebê.

Um dos pontos de atenção a ser observado é o tempo de espera para a primeira mamada, que deve ocorrer em até uma hora após o parto. Esse período é chamado de hora de ouro. Segundo Bortolasso (2018), quanto mais tempo o bebê demorar para mamar, maiores dificuldades serão enfrentadas para a introdução do aleitamento. Isso ocorre porque logo após o nascimento, nos primeiros minutos fora

do útero, os reflexos neurais de sucção são mais fortes, estando ele portanto em alerta e com maior facilidade de aprender a mamar. Além disso, a consultora destaca que o primeiro leite é extremamente rico em anticorpos, trazendo imunização natural.

Olhando para além do alimento em si, a amamentação carrega diversos significados, devido a sua intensidade. Winnicott (1987/1999 apud Zanatta, 2015) aborda que a experiência de intimidade e união que é proporcionada pelo contato do seio com a boca do bebê reflete em sensações de satisfação, prazer e completude por ambos.

O aleitamento materno proporciona para a mulher um sentimento de ser a única fonte de alimento do bebê, sendo assim, singular e necessária. Ao momento em que acontece algum imprevisto e este não pode ser realizado, surgem então sentimentos negativos como culpa, frustração e impotência, relatados na pesquisa primária.

Segundo dados do UNA-SUS (2020), 45,7% das crianças com menos de seis meses são amamentadas exclusivamente pela mãe, onde ao fazer um recorte para bebês menores de quatro meses esse índice aumenta para 60%. Porém ao observar esses dados, percebemos que os outros 40% das crianças menores de quatro meses passam pelo desmame precoce, trazendo então, os sentimentos relatados acima.

É preciso salientar que além de existirem políticas públicas com o incentivo à amamentação, há também recursos para que os bebês que passam pelo desmame precoce sejam nutridos de outras formas.

No início, a amamentação tinha importância vital, pois, como não existia fórmula, se o bebê não mamasse, ele estava condenado à morte. Com o surgimento do leite artificial, surgiu uma opção ao leite materno. Esse período coincide com o momento em que as mulheres estavam saindo de casa para trabalhar, o que foi uma solução, porque elas não podiam deixar a mama junto com o bebê, aos cuidados de outra pessoa. Desse modo, as mães podiam ir para o mercado de trabalho e, ainda assim, os seus filhos sobreviviam. No entanto, a taxa de mortalidade infantil começou a crescer muito, e a Organização Mundial da Saúde passou a se preocupar com o declínio da amamentação e a perceber que o leite da mãe era fundamental para a saúde dos bebês. Nessa época iniciou o movimento de retomada do aleitamento materno, promovido principalmente por órgãos de saúde pública (BORTOLASSO, 2018)

Apesar das mães terem a possibilidade de fazer o uso de leites artificiais, Zanatta (2015) ressalta que o papel da amamentação acaba por estabelecer o vínculo entre mãe e bebê, colocando-os em uma mesma sintonia. Isso se dá pelas muitas horas e frequência em que o bebê, principalmente nos primeiros meses de vida, mama. Laura Gutman (2013) também enfatiza que a lactância é “contato, conexão, braços, silêncio, intimidade, amor, doçura, repouso, permanência, sensibilidade, olfato, corpo e intuição” para muito além do alimento.

Porém ao fazerem o uso de leites artificiais, alguns recursos usados se diferem da amamentação exclusiva, como por exemplo, a não necessidade de desnudar o seio e ter o contato pele a pele em todas as mamadas, a mamadeira fazer o processo de alimentação ser mais rápido devido a facilidade ao chupar o bico artificial, e por fim, este momento poder ser experienciado por outras pessoas, sem ser exclusivo da mãe.

Em contrapartida, há momentos que são comuns a qualquer uma das formas de nutrição, como enfatiza Andressa Bortolasso (2018) “olhar o bebê, sentir o seu cheirinho, escutar os barulhinhos que ele faz” e segundo Zanatta (2015) “(...) algumas mães destacaram a importância do sorriso do bebê como sinal de resposta a elas e da ligação afetiva estabelecida entre os dois”.

Outro período bastante importante que ocorre logo após o nascimento é a Extero-gestação que será tratada no próximo título.

3.2.1. Extero-Gestação

A Teoria da Extero-gestação foi apresentada de forma primária pelo antropólogo Ashley Montagu, sendo tratada recentemente e popularizada pelo pediatra americano Harvey Karp, que denominou esse período de quarto trimestre da gestação (BORTOLASSO, 2018).

Em uma matéria realizada pela Revista Viva Saúde, a pediatra Giuliana de Freitas Fongaro afirma que:

Por serem imaturos, antes que seu sistema nervoso central esteja completamente amadurecido, os seres humanos demorariam mais tempo para andar em comparação com às demais espécies animais, sendo

extremamente dependente de cuidados (...) A ideia da extero gestação, portanto, é que o bebê continua sendo “gestado” fora do útero por 100 dias, até terminar o seu desenvolvimento (REVISTA VIVA SAÚDE, 29 de junho de 2021.)

Logo, pela gestação estar sendo continuada, mesmo fora da barriga, o bebê depende de necessidades muito próximas de quando estava no útero. Segundo Bortolasso (2018):

Nessa fase, aconteceria o momento de reconhecimento e apego entre mãe e filho. Segundo teoria, o desenvolvimento cerebral do recém-nascido seguiria, mas com a necessidade de amor - uma característica da raça humana. O bebê pode ter alimento e tudo mais, porém, se não tiver o contato físico e o amor, ele não sobrevive. Quanto mais ele tiver sensações parecidas com o ambiente de dentro do útero, melhor e mais gradativa será a sua adaptação.

Para não gerar um impacto para além do parto na vida do bebê, é ideal que essa transição extra-uterina seja feita lentamente e que permaneça trazendo algumas características que ele recebia antes de nascer.

A Revista Crescer (2017) entrevistou Moises Chencinski que é pediatra, homeopata e presidente do Departamento de Aleitamento Materno da Sociedade de Pediatria de São Paulo, onde ele cita alguns atos que podem ajudar os cuidadores do bebê nesse momento. Sons que lembram os ruídos do organismo materno, barulhos contínuos e repetitivos como rádio fora da estação, secador de cabelo ou até mesmo o uso do "shhh" enquanto embala, lembrando que a voz da mãe também é um som muito reconhecido pelo bebê, já que ele ouviu essa voz por toda a sua vida. Comenta também sobre o uso de carregadores, para o neném se sentir bem próximo da mãe, simular o calor e aperto do útero, além do embalo que é gerado ao caminhar.

Andressa (2018) fala também em seu livro sobre esse momento. Ela categoriza e ressalta que o toque e contato pele a pele é fundamental, pois o tato é o primeiro sentido a ser desenvolvido nesse processo, além de ser o mais primitivo. Por isso ela fala:

O bebê precisa ser acariciado, carregado, beijado e massageado sempre que possível. Estar nos braços da mãe ou do pai é aconchegante para o bebê, e ele se sente muito seguro assim. Estudos recentes mostram que bebês que têm contato pele a pele por mais tempo com a mãe regulam melhor os batimentos cardíacos, a temperatura corporal, são menos estressados, choram menos e engordam mais.

Visto que as emoções, sensações e aprendizados percorrem por todos os períodos e estudos realizados acima, no próximo capítulo trataremos como o design emocional se relaciona com a maternidade.

3
·
3
D
E
S
I
G
N
E
M
O
C
I
O
N
A
L
E
A
M
A
T
E
R
N
I
D
A
D
E

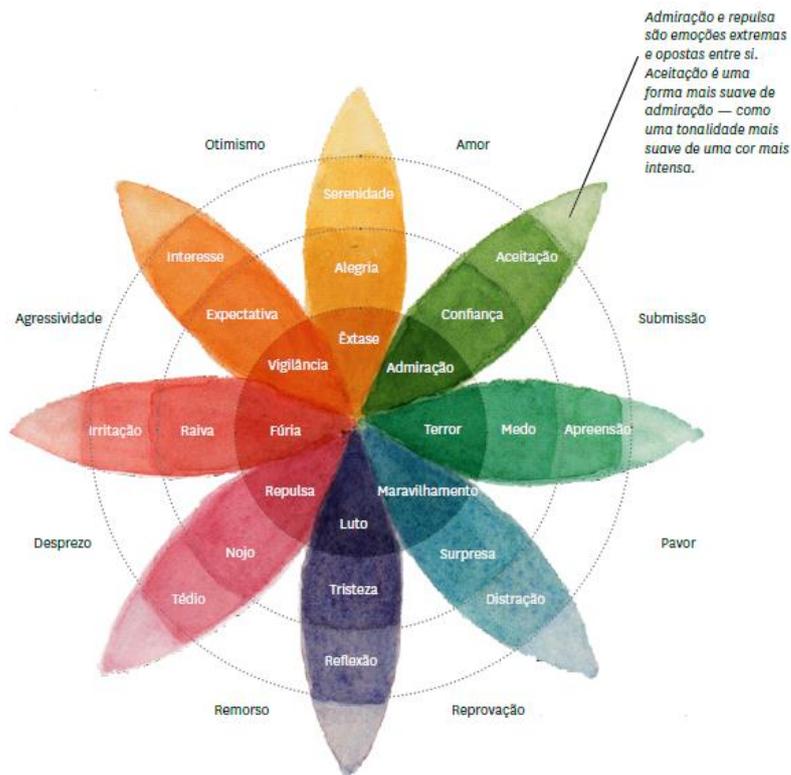
Segundo Ellen Lupton, em seu livro *Storytelling* (2020), o design emocional nos propõe pensar e estudar o usuário, a fim de entender como se sentirão em relação às expectativas geradas por uma experiência e, por fim, como isso será lembrado.

Lupton (2020) afirma que “Os designers mobilizam as emoções das pessoas para desencadear sentimentos de prazer, desejo, surpresa e confiança”. Sendo assim, é necessário gerar mais empatia em relação aos valores, aspirações e cultura dos usuários, adotando estratégias para acessar o contexto emocional dos produtos garantindo que os mesmos serão comprados e usados no futuro.

As emoções desencadeiam ações e comunicam sentimentos para nós mesmos e para as pessoas ao nosso redor. Donald Norman, em seu livro, *O Design do dia-a-dia*, traz que o design é esse ato de comunicação, tendo profunda responsabilidade no conhecimento e compreensão do público-alvo com quem está se comunicando.

Lupton (2020) cita que o psicólogo Robert Plutchik foi responsável por criar um mapa de emoções que se baseia na teoria da cor, identificando oito emoções primárias, onde cada uma delas recebe dezenas de variações quando graduadas e sobrepostas, conforme imagem abaixo.

Figura 04 – Mapeamento das emoções



Fonte: Ellen Lupton (2020).

As emoções são responsáveis pelo raciocínio e apreciação inicial. Em análise ao mapa, a intensidade das cores também representa em que nível é tocado cada emoção, seguindo da cor mais intensa como primeiros sentimentos e das cores com menos graduação para sentimentos que virão na sequência. Conforme a filósofa Martha C. Nussbaum (apud Lupton, 2020) “Emoções não são apenas o combustível que alimenta o mecanismo psicológico de uma criatura racional, elas são partes altamente complexas e desordenadas do próprio raciocínio desta criatura”.

É importante analisar que a construção e propósitos de um produto são baseadas em diversos pilares, sendo um deles a sua utilidade básica, mas não somente isso, deve ser considerado também o significado que o projeto terá na vida dos seus usuários (LUPTON, 2020).

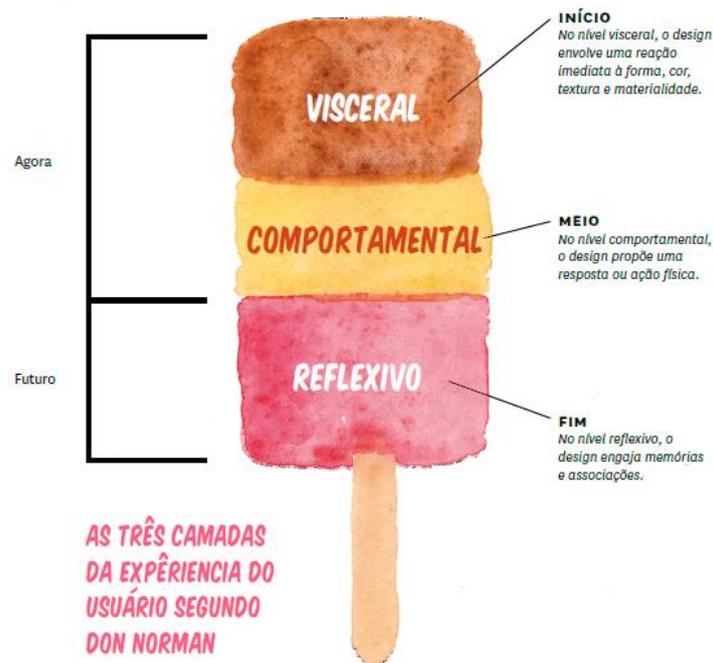
Lupton (2020) ainda faz uma análise, com a visão do design, em um pensamento e estudo realizado por Don Norman (2008) sobre os níveis emocionais vividos pelas pessoas, quando em contato com objetos.

Ele dividiu a experiência de usuário em três fases: visceral, comportamental e reflexiva. O componente visceral é o que processamos imediatamente

usando nossas mentes e corpos. É aqui que se manifestam a sensorialidade dos materiais, a combinação das cores e a atração das formas e das texturas. O comportamento é a ação que os usuários executam — apertar um botão, comprar um livro, ler uma legenda, encontrar a saída. Reflexão é o que lembramos depois, as associações emocionais que forjamos com o produto ou serviço ao longo do tempo (LUPTON, 2020).

Vejamos abaixo a forma ilustrada da explicação feita no parágrafo acima:

Figura 05 – Três camadas da experiência do usuário



Fonte: Ellen Lupton (2020).

Lupton (2020) ainda traz que os produtos têm a capacidade de levar os usuários para estados emocionais diferentes, transitando por diversos sentimentos e níveis de consciência. Isso se dá através de inúmeros recursos utilizados pelos designers na criação como, cores, texturas, luz, sons e que os mesmos são capazes de criar uma atmosfera emocional diante desse serviço, produto ou lugar.

Tendo isso em vista, a seguir será apresentado um case exemplificando como o design pode se relacionar com o ambiente materno e juntamente carregar os conceitos do design emocional.

3.3.1 Cases

“Mãe Fora da Caixa” é um projeto que aborda questionamentos sobre a maternidade e a vida. Thaís Vilarinho iniciou o projeto com um blog, a fim de conversar com outras mães e compartilhar sentimentos e sensações voltadas para o meio materno.

Recentemente lançou um aplicativo que aborda o mesmo tema, sendo esse, uma rede social para mães, com o intuito de gerar rodas de conversa e compartilhamento de informações.

Figura 06 – Mãe Fora da caixa (logo)

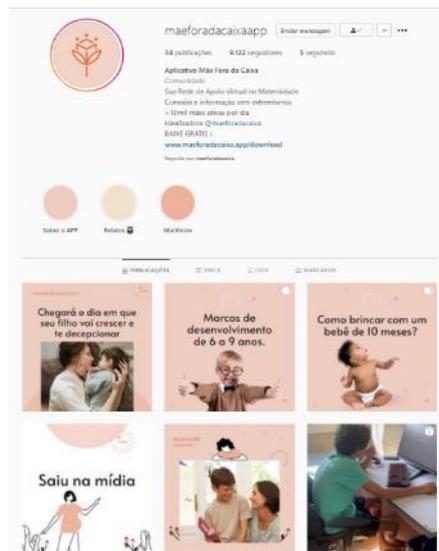


Fonte: Site Mãe Fora da Caixa (2021).

Em sua identidade visual traz cores quentes em tons pastéis rosados/salmão com ilustrações de abordagem acolhedora. A tipografia do logotipo é apresentada em caixa alta, gerando fácil entendimento. O símbolo utilizado traz características do *naming*, como uma caixa, onde na verdade, são pessoas de mãos dadas, representando uma grande rede de contatos e apoio. Na parte da base possui uma flor, que traduz delicadeza e acolhimento.

Ela se relaciona com o design emocional quando em sua comunicação e identidade visual utiliza cores, ilustrações e peças gráficas capazes de transmitir sentimentos para as suas usuárias.

Figura 07 – Mãe Fora da caixa (comunicação)



Fonte: Instagram Mãe Fora da Caixa (2021).

Em suas postagens, feitas no *Instagram*¹, aborda assuntos relacionados ao tema, seguindo uma mesma linguagem, trazendo uma imagem de capa e textos na legenda, sempre buscando trazer informações relevantes para seu público, a fim de trazer explicações que geram sentimentos de aprendizado.

3.4 COLETA DE DADOS

Dentro da etapa do descobrir, ainda com o intuito de exploração, conhecimento do público-alvo e geração de insights, foram realizadas as pesquisas primárias, feitas a partir de um questionário via Google Formulários que visava entender em um âmbito geral o puerpério e em um segundo momento, foram realizadas entrevistas de maneira mais focada com profissionais como doulas, psicólogas e consultoras de amamentação.

3.4.1 Pesquisa Primária

¹ *Instagram* é uma rede social utilizada de maneira online que traz fotos e vídeos para entretenimento dos usuários. Fonte: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>. Acesso em: 09 de junho 2021.

A pesquisa primária foi realizada com mães e puérperas, no primeiro trimestre de 2021, com um objetivo principal de entender territórios, seus respectivos medos, desejos, expectativas e sentimentos, obtendo-se 25 respostas no total. O público depoente possui idades entre 25 a 40 anos. O formulário foi enviado para uma lista de contatos pelo Whatsapp, um aplicativo de mensagens instantâneas. Todas as perguntas feitas serão encontradas no Apêndice A deste trabalho, sendo recortadas as informações mais relevantes e pontos-chaves para esse capítulo. Todas as participantes serão descritas de forma anônima.

Importante salientar que a maioria das perguntas feitas foram no intuito de obter respostas descritivas, dando um tom mais informal e deixando-as então, livres para darem seus relatos.

Foram feitas perguntas relacionadas ao parto, amamentação, puerpério como um todo, privações de sono, bem estar corporal, relação com o tempo, medos, sentimentos, alegrias, entre outras. Das mulheres que responderam 24 tinham apenas 1 filho sendo, portanto, mães primíparas. Outro ponto relevante é que 20 das 25 entrevistadas planejaram a sua gravidez, conseguindo então se organizar e se preparar para o momento.

Dentre seus pontos de dor, foram elencados dois principais: o parto e a amamentação. Nos dois casos foram expostos sentimentos de frustração pelas coisas não terem saído como o planejado e idealizado, e muitas vezes a própria mãe se punindo sobre isso, mesmo havendo fatores fisiológicos envolvidos. Além disso, um dos sentimentos que mais apareceram foram a culpa, insegurança e medo de errar.

Algo que marcou muito o questionário, foi o destaque dado para a rede de apoio, sendo essa formada pelas pessoas de confiança de cada mulher. Frisaram a importância de ter uma rede consistente, recebendo apoio então, em todos os momentos, tanto com respostas de dúvidas, quanto para o auxílio em atividades domésticas e pessoais.

Foram questionadas também sobre as mudanças que mais as afetaram para além do bebê, considerando apenas elas como ser. Foram relatadas então, mudanças corporais, o ganho de peso, aumento de estrias e celulite e com isso a

baixa da autoestima e insegurança. Outros fatos importantes expostos pós-maternidade foram as mudanças de pensamentos, amadurecimento, direcionamento no olhar, surgimento de forças internas e uma necessidade de desenvolvimento e transformação em relação a posicionamento e tomada de decisões.

Após essas respostas, foram então pesquisadas profissionais que pudessem agregar e trazer ainda mais informação para contribuir com o tema. Veremos no subtítulo abaixo.

3.4.2 Entrevistas

Para dar continuidade com a compreensão e aprofundamento no tema, foram entrevistadas 5 profissionais, sendo psicólogas, doulas e consultoras de amamentação, além de 3 mães com filhos de até 1,5 anos. As entrevistas foram realizadas através de videochamadas pelas ferramentas Google Meet e Skype.

A entrevistada “P” é mãe, psicóloga, doula e consultora de amamentação em Bento Gonçalves. Participou da entrevista não falando apenas do seu lado profissional, mas também da sua própria vivência com a maternidade. Em sua fala, evidencia a importância do apoio e do conhecimento, onde apesar de ter muita informação sobre o assunto, relata que seu período gravídico-puerperal foi bem intenso e cheio de processos a serem vividos. Além disso, fala da importância de redes de apoio construídas pelas próprias mães a fim de compartilharem suas experiências, relatou também, fazer grupos e conversas via vídeo chamadas com as suas pacientes gestantes e puérperas.

A entrevistada “N” é mãe e psicóloga em Bento Gonçalves. “N” relata que se planejou para a sua gravidez e estudou bastante sobre o assunto antes de qualquer passo dado, se baseou muito em livros e aplicativos de celular. Além disso, relatou ter algumas válvulas de escapes, fazendo coisas que sempre fez parte da sua vida, antes mesmo da gestação, como caminhar na rua e a habilidade da escrita, sendo estes adaptados à nova realidade. Como psicóloga afirma a importância de qualquer

pessoa ter atividades diárias que goste e que tragam bem estar a longo prazo, como boa alimentação, passeios, momentos de autocuidado, entre outros.

A entrevistada “D” é doula de pós-parto em São Paulo e faz parte de um coletivo, juntamente com outras duas profissionais que atuam nessa área. “D” frisou muito a questão da informação ser uma ferramenta poderosa, onde nas palavras dela “com a informação pode-se fazer escolhas mais conscientes e certeza de qual caminho é o melhor a seguir”. Disse também que dentro do coletivo, elas dão as ferramentas (informações) instigando as mães a fazerem suas próprias escolhas, confiando em si mesmas e no seu poder de decisão. Além disso, “D” fala sobre a importância da acessibilidade, no sentido de diversos públicos poderem alcançar esses recursos.

A entrevistada “G” é mãe e consultora de amamentação na região metropolitana de Porto Alegre. “G” evidencia a importância de estruturar uma rede de apoio, ainda durante a gestação, se possível, que seja uma fortaleza, para a puérpera realmente se sentir segura e poder viver o seu momento também como mulher. Outro ponto que trabalha muito na sua profissão é a comunicação não violenta, onde a mesma tem o poder de transmitir sentimentos de acolhimento, compreensão, compaixão e empatia.

A entrevistada “F” é mãe e consultora de amamentação em Fortaleza/CE. Durante a conversa, sua fala mais marcante foi o fato de, na sua profissão, entender o processo de cada mulher, sabendo que são pessoas diferentes e que cada uma carrega uma bagagem e situações de vida. Explica que nem sempre os profissionais são capazes de resolver todos os problemas, como por exemplo, o da amamentação, que constantemente as situações estão entrelaçadas com outros fatores, muitas vezes físicos por parte da mãe e muitas vezes vindas do próprio bebê e que a mãe e profissional, quando não há mais o que fazer, devem aceitar os processos e acolher, podendo assim passar por eles de uma maneira mais leve. “F” afirma também que no caso da amamentação, por mais que se tenha um desejo do aleitamento materno exclusivo, quando este não é possível, tem outras soluções no mercado hoje em dia, e que a mãe pode ficar mais tranquila em relação a isto, pois os leites artificiais foram estudados e podem ter bons resultados. O mais importante, segundo “F”, é a mãe ter

consciência que tem outras soluções e saber quais são elas, frisando novamente os pensamentos das outras profissionais escritas anteriormente.

Na entrevista com “P”, o que mais se destacou em suas palavras foram sua objetividade e praticidade. “P” teve uma gradidez não planejada e é mãe solo, então durante seus 9 meses de gestação estudou muito sobre o assunto com a intenção de que qualquer adversidade que viesse a ter, saberia o que fazer e estaria preparada para as situações. “P” relata que isso trouxe sentimentos de segurança e empoderamento, por saber o que está falando e fazendo, além disso, pôde ter mais certezas em suas decisões e posicionamentos, fala também que sua rede de apoio, formada principalmente pelos pais, irmã e dindos do bebê foram imprescindíveis para que pudesse se conectar com sua maternidade.

A entrevistada “B” é uma mãe empoderada e sempre foi muito independente. Relata que estudou muito sobre maternidade e que teve sua gestação planejada. Expõe que sempre teve muito apoio do seu marido. Por ter uma opinião forte, aprendeu a se posicionar em relação às suas decisões, conseguindo se impor e distinguir o que eram opiniões de experiências pessoais ou realmente informações baseadas em estudo, seguindo então, por caminhos que acreditava. Diz que isso fez bastante diferença tanto na sua gestação, quanto em seu puerpério.

Por fim, a última mulher entrevistada mora em Caxias do Sul e relatou não ter tido problemas e frustrações em relação ao seu parto, amamentação e puerpério. “A” fala que a escrita é um grande poder de consciência e que se arrepende por não ter feito tantos relatos quando seu bebê era pequeno, iniciando essa atividade depois dos 8 meses do bebê. Traz também que tudo é uma fase, e que muitas vezes passa bem rápido, porém isso não quer dizer que não seja intenso.

Ao finalizar as entrevistas e fazer uma análise dos principais pontos descritos acima, pôde-se perceber que as falas trazem alguns caminhos e posicionamentos como: o acesso à informação de qualidade, troca de experiências, empoderamento, rede de apoio e consciência.

4. DEFINIR

O intuito deste capítulo é buscar informações, assim como, contextualizar os principais conceitos relacionados às fases da maternidade, a fim de entender e analisar as referências, para então, aplicá-las no desenvolvimento do projeto.

4.1 PERSONAS

As personas são ferramentas utilizadas para auxiliar na compreensão do público-alvo. Segundo Melo e Abelheira (2015), o objetivo é projetar usuários fictícios baseados em situações reais e que se correlacionam com o contexto estudado.

A criação de personas, do ponto de vista de um design centrado no usuário, assegura que se está projetando para uma pessoa com identidade, problemas, trazendo características da sua personalidade e cultura.

Em sua criação, podem ser considerados focos diferentes, para melhor mapeamento do público. Um dos pontos é destacar funções oferecidas pelo serviço, explorando emoções e comportamentos que o usuário terá sobre em relação ao projeto, já o outro olhar, é se atentar para o papel do usuário (MELO E ABELHEIRA, 2015).

Para esse estudo serão mapeadas três personas, trazendo pontos de contato diferentes que o projeto irá alcançar para cada uma delas.

4.1.1 Natália

Figura 08 – Painel Semântico Natália



Fonte: a autora (2021)

Natália tem 25 anos e é mãe de primeira viagem. Descobriu sua gravidez duas semanas antes do seu aniversário e em um primeiro momento levou um susto, pois não estava esperando.

Casada, mora com seu marido, João, em um apartamento. João sempre apoiou sua esposa em suas decisões e sempre esteve muito presente, principalmente durante a gravidez, dando-lhe todo apoio, já que ela estava muito preocupada em relação ao parto, que por fim, acabou sendo mais tranquilo do que esperava.

Por ter dedicado majoritariamente seu tempo gravídico para leituras sobre parto, está sentindo dificuldades em seu puerpério e atarefada com as novas demandas que sua filha de 1 mês exige.

O que pensa e sente?

No momento está se sentindo cansada, desinformada e perdida de si mesma. Apesar de saber que isso pudesse acontecer, por ser algo novo na sua rotina, não imaginou que seria tão intenso seu puerpério.

O que escuta?

Em relação ao gosto musical, Natália gosta de ouvir músicas calmas, Música Popular Brasileira (MPB) e Rock Nacional. Gosta também de ouvir podcasts e notícias enquanto faz suas demandas da casa e no caminho para o trabalho.

Em relação ao que ouve das pessoas ao seu redor, é que esse momento do puerpério vai passar, sendo ele só uma fase e que depois de um tempo melhora.

O que fala e faz?

Natália trabalha em um loja de roupas como vendedora e no momento está de licença maternidade.

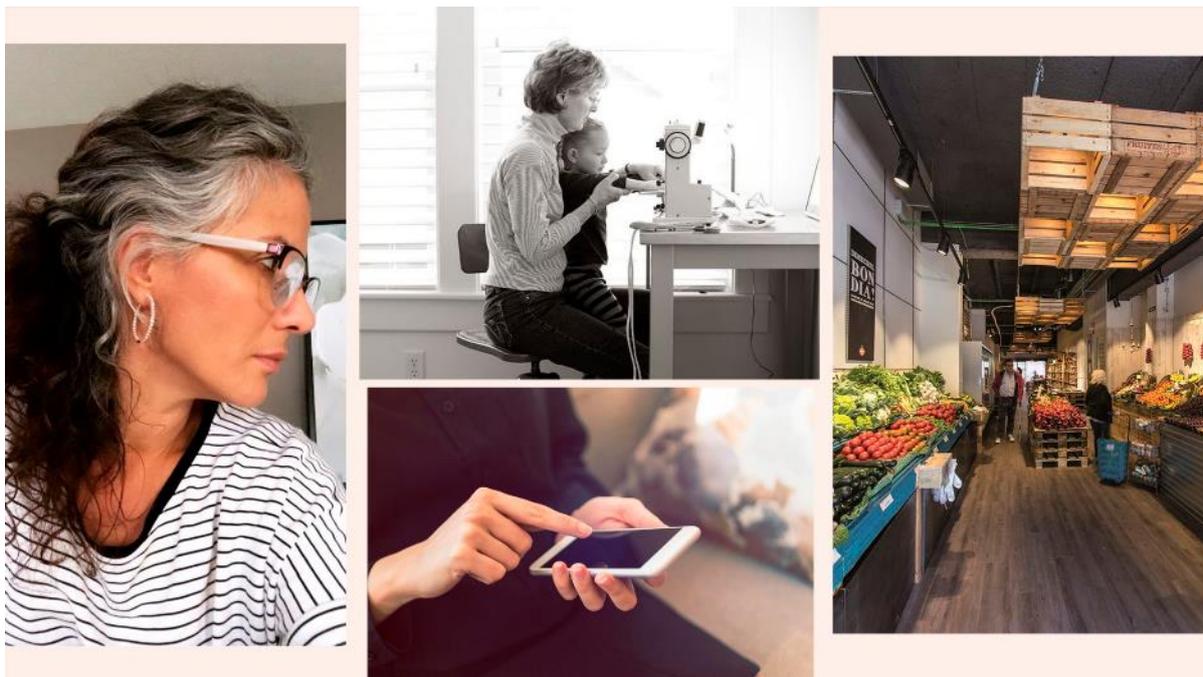
Sempre foi uma pessoa otimista e aberta a novas experiências, e nesse momento da sua trajetória sente que precisa buscar auxílio, não medindo esforços para o seu bem estar e o da sua bebê.

O que vê?

Natália está sempre buscando seu autodesenvolvimento e faz isso assistindo vídeos, lives, participando de bate-papos virtuais, principalmente depois da pandemia do Covid-19, onde o virtual ficou muito mais acessível, com diversos cursos e materiais.

4.1.2 Verônica

Figura 09 – Painel Semântico Verônica



Fonte: a autora (2021)

Verônica é mãe de Natália, sua filha do meio, de uma família de 3 irmãos. Quando descobriu que se tornaria avó, um misto de sentimentos brotaram do seu coração, mas com um prevalecendo: a felicidade. Ela sempre quis ser nona e se propôs a ajudar sua filha no que precisasse.

Verô, como é chamada pelas pessoas mais próximas, é uma mulher jovem de 55 anos, atendida nas mídias sociais e nas novidades que estão acontecendo ao seu redor.

O que pensa e sente?

Ao ver sua filha com uma bebê pequena, se lembra do momento em que viveu isso, há anos atrás. De como as coisas mudaram, mas que mesmo assim sente que ter pessoas próximas, dando apoio faz a diferença. Pensa também que quer ser essa fortaleza para sua filha e sua neta, tentando se dedicar o máximo possível para ajudá-las.

O que escuta?

A todo momento ouve informações e frequentemente distorce a realidade. Por vezes se sente em dúvida se essas são informações reais ou são relatos e

experiências pessoais de quem as conta. Ultimamente está se sentindo insegura de passar essas indicações para sua filha, procurando sempre pesquisar antes para ver se é verídico.

O que fala e faz?

Verônica trabalha em um supermercado grande da sua cidade e em seu horário de almoço gosta de tirar um tempo para se manter informada. Além disso, participa de alguns encontros mensais com suas amigas e conhecidas, onde hoje são feitos de forma virtual.

O que vê?

Ao observar o que as pessoas falam ao seu redor, nos seus círculos de amizade e trabalho, sente-se triste com os julgamentos que são expostos, principalmente quando são relacionados à mães.

4.1.3 Rita

Figura 10 – Painel Semântico Rita



Fonte: a autora (2021)

Rita é Doula há 3 anos. Ao ter passado por muitos processos de transformação após a gestação de Sara, Rita resolveu trocar de profissão e fazer algo que realmente conectasse com seus novos propósitos.

Mãe solo aos 29 anos, ela se adapta às situações e vive os momentos dia após dia. Criou uma forte rede de apoio, podendo contar com suas amigas, um primo próximo e sua mãe.

O que pensa e sente?

Como Doula, Rita quer levar o melhor que pode para suas pacientes, fornecendo informações e apoio que vão do parto ao pós-parto. Sente que isso pode mudar a vida de uma mãe e se ela pudesse em sua gestação ter recebido esses conselhos, com certeza teria lidado melhor com algumas situações que viveu.

O que escuta?

Por seu trabalho ser muito humano e criar uma relação de amizade com as pacientes, escuta muitos relatos dos problemas e situações vividas pelas mães, revelando diversas realidades.

Com o tempo, aprendeu a filtrar os comentários falados pelas pessoas ao seu redor, assim, preservando a sua essência e sentindo a necessidade de passar esses conhecimentos adiante, para que outras mulheres também pudessem experienciar esse posicionamento.

O que fala e faz?

Em seu tempo livre, gosta de passear com Sara e levá-la para descobrir coisas, além de estar sempre buscando se desenvolver e ler materiais que a ajude no âmbito pessoal e profissional.

Rita tenta integrar o seu trabalho com sua vida particular, fala que além de profissional ela ainda é mãe, dona de casa, é amiga e muitas outras funções. Portanto sente que tenta sempre abraçar o mundo com seus propósitos.

O que vê?

Em seu meio de trabalho, vê que as mulheres precisam ser acolhidas, ouvidas, amparadas e por fim, representadas. Vê também que quando se tem bons exemplos e apoio brota força de lugares que nem imaginava.

Rita também vê que ama o que faz e que nos últimos tempos se sente realizada com sua profissão e com o que conquistou até agora.

Como as personas se relacionam?

Verônica é mãe de Natália e está disposta a quebrar alguns conceitos pessoais, saindo do automático, para poder ajudar sua filha que está em pleno puerpério com uma bebê de um mês.

Natália sabe que pode contar com a ajuda de sua mãe, de sua doula Rita e de seu marido João, já que nos últimos tempos passou a se sentir sobrecarregada com tantas demandas e mudança brusca na rotina.

Rita é uma excelente profissional, que busca sempre estar estudando e buscando novos meios de se comunicar com suas pacientes. Entende que as mesmas precisam se sentir amparadas e seguras, para então conseguirem tomar suas próprias decisões de maneira mais assertiva e menos impulsiva.

4.2 BRIEFING

Para chegarmos ao briefing, foram levadas em conta todas as pesquisas realizadas até aqui, analisando a fundamentação, coleta de dados e personas. A partir disso, foram gerados insights e direcionamentos para o projeto.

Esses deverão ser seguidos como norteadores, em todas as demais etapas, sendo eles: acolhimento, empoderamento, informações, vínculo e rede de apoio.

O briefing, de acordo com Lupton (2013), é utilizado para nortear o processo de design e criação. A autora trata esta afirmação dizendo que requer que o designer e o cliente invistam tempo e esforços desde o início do projeto para que obtenham êxito. É importante também, conhecer bem seu público-alvo para ser possível refinar o briefing e desenvolver soluções adequadas às metas do projeto. Lupton (2013)

sugere que seja feita uma lista com perguntas sobre o projeto ao cliente. Para dar andamento, foram separadas quatro perguntas:

O QUE?

Desenvolver um projeto de design com o objetivo de auxiliar emocionalmente mulheres no período do puerpério, autodesenvolvimento da mãe e reforço do vínculo entre mãe e bebê e que atue em 3 pilares principais:

- Uma identidade visual que gere reconhecimento, identificação e que se conecte com o público;
- Uma plataforma que disponibilize ferramentas e promova autodesenvolvimento aos usuários e reforço do vínculo entre mãe e bebê, além de criar redes de conexão entre pessoas;
- Um produto que proporcione interação entre mãe e bebê, transmitindo acolhimento, segurança para ambos e liberdade para a mãe através de um acessório para transporte do bebê.

POR QUÊ?

A partir dos estudos e das entrevistas realizadas, pôde-se ver a importância do apoio à mulher no período do puerpério, sendo ele tão intenso e cheio de transformações para a mãe e para o bebê. Este projeto possui relevância, pois busca acolher, fortalecer e informar a puérpera, a fim de trazer mais segurança em suas escolhas. Além disso, o projeto tem a intenção de proporcionar a interação e conexão entre mãe e bebê.

PARA QUEM?

Este projeto foi pensado para mulheres no período do puerpério, integrando sua rede de apoio e também para profissionais que se relacionam com o assunto.

COMO?

Através da metodologia do Design Thinking, sendo escolhido por ter uma abordagem centralizada no usuário. Juntamente com ela, será utilizado como apoio o método do *Double Diamond*. Para auxiliar nos demais braços do projeto, serão utilizadas para a marca e a identidade visual Ellen Lupton (2013 - 2020), Bernard Löbach (2001) para produto e Stickdorn e Schneider (2014) para serviço.

5. DESENVOLVER

Nesta etapa do projeto o objetivo é abrir o segundo diamante e iniciar o desenvolvimento das possíveis soluções. É nessa fase que todos os dados obtidos anteriormente serão interpretados e transformados em alternativas e resultados.

Iniciaremos com a exposição do que foi elaborado na identidade visual, onde é ela que abraçará e costurará todos os pontos do projeto.

5.1 IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual do projeto foi trabalhada de acordo com a metodologia da Ellen Lupton (2013) que percorre uma trajetória dividida em três etapas principais: a definição do problema, guiado pelas ferramentas de mapas mentais, *brainstormings* e entrevistas; a geração de ideias que é composto pelo brain dumping visual, verbos de ação e codesign, e por fim, a criação de formas que é baseado em criação de mockups e kits de peças.

No próximo subtítulo será mostrada a pesquisa visual feita para o projeto.

5.1.1 Pesquisa Visual

Ellen Lupton em seu livro *Intuição, ação, criação: Graphic Design Thinking (2013)*, aborda três direcionamentos para a realização de pesquisas visuais, sendo elas: coleta, visualização e análise.

A coleta entende-se como a captação de imagens a fim de observar seus logotipos, estratégias de *naming*, cores, linguagens, entre outros aspectos. A etapa

da visualização requer uma análise visual buscando entender padrões repetitivos, como cores, vocabulário, tendências, entre outros. E por fim a análise, que é o momento em que serão agrupadas todas as informações recolhidas, descrevendo percepções e meios de se diferenciar da concorrência, mas ainda assim, comunicando-se com o público já mapeado.

A seguir serão apresentadas análises de algumas marcas com propósitos semelhantes, ou que se posicionam como concorrentes ao projeto retratado neste Trabalho de Conclusão de Curso.

“Mamãe Completa” é um projeto com o propósito de descomplicar a maternidade. Em sua estrutura, que consiste em um aplicativo por assinatura e comunicação via redes sociais, aborda diversos assuntos e segmentos que se relacionam com o universo da maternidade. Seu diferencial está nas abordagens serem feitas por profissionais parceiros do aplicativo.

Figura 11 – Mamãe completa (logo)

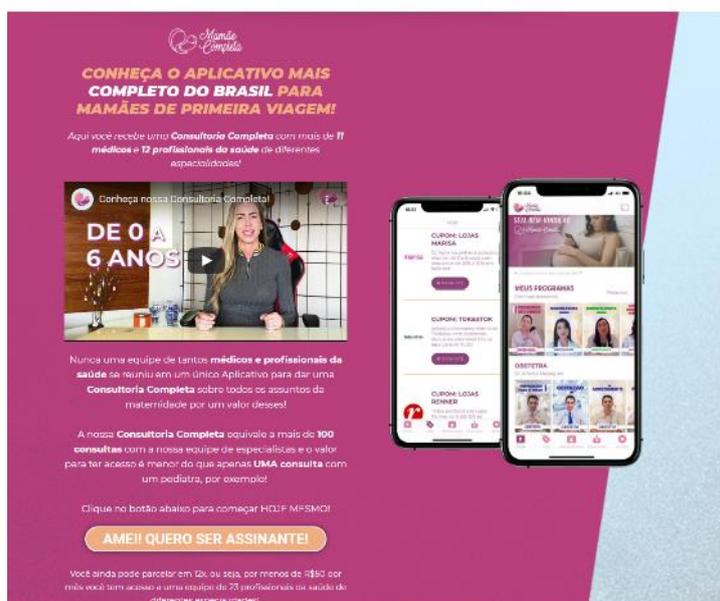


Fonte: Mamãe completa (2021).

Seu logotipo traz uma tipografia caligráfica e um símbolo que representa uma mãe segurando um bebê, onde olhando mais profundamente também significa duas metades de um coração que se complementam.

Em sua paleta de cores aborda tons vibrantes, com cor predominante no rosa. Seu site aborda assuntos institucionais com direcionamento principal para o uso do aplicativo.

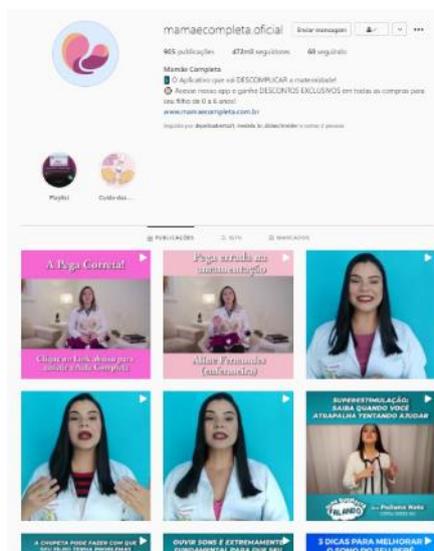
Figura 12 – Mamãe completa (site)



Fonte: Site Mamãe completa (2021).

Traz sua comunicação visual por meio do Instagram, é composta majoritariamente por trechos dos vídeos, que estão de maneira completa no aplicativo Mamãe Completa. Toda a comunicação do projeto tem o intuito de trazer informação à usuária.

Figura 13 – Mamãe completa (comunicação)



Fonte: Instagram Mamãe completa (2021).

O segundo projeto a ser analisado é a ferramenta digital “Babycenter”, que consiste em auxiliar no acompanhamento da gestação e do bebê. Ele é composto por

site, aplicativo, newsletter e redes sociais e traz informações de qualidade a fim de auxiliar mães e pais na criação de seus filhos.

Figura 14 – Babycenter (logo)



Fonte: Babycenter (2021).

Seu logo, conforme imagem acima, traz uma tipografia sem serifa, de formato mais arredondado. Em seu símbolo, aborda o desenho de uma plantinha em crescimento, remetendo então ao crescimento do bebê, também apresenta um círculo ao redor da planta, que dá a entender como conceito simbólico de uma rede de pessoas.

Em seu site expõe diversos conteúdos sobre o tema. Apesar de no cabeçalho do site ter um menu organizado e uma linha do tempo para acessar diretamente a fase em que está vivendo, o site é de certa forma desorganizado, misturando diversos assuntos, notícias e propagandas, onde ao entrar pela primeira vez o usuário pode ficar perdido.

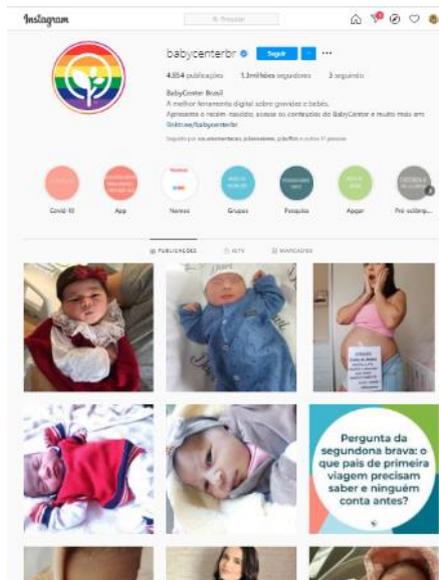
Figura 15 – Babycenter (site)



Fonte: Site Babycenter (2021).

Em sua comunicação via Instagram, a empresa exibe relatos e fotos de usuários da plataforma, trazendo de certa forma conexão com o público, porém por outro lado, a comunicação feita dessa maneira acaba não criando uma uniformidade.

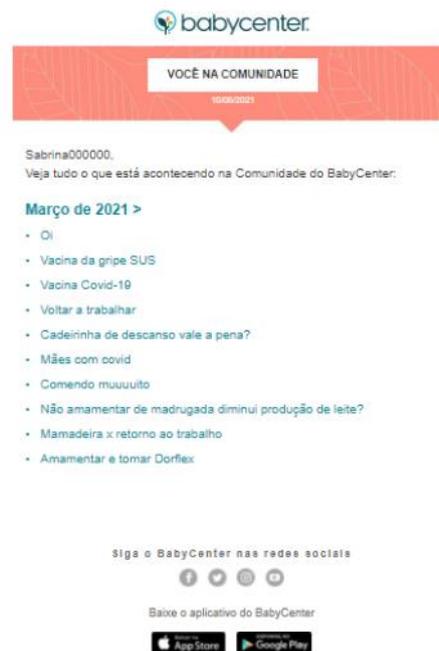
Figura 16 – Babycenter (comunicação)



Fonte: Instagram Babycenter (2021).

Por fim, a plataforma ainda possui uma newsletter com emails diários que trazem informações abordadas no aplicativo, gerando um link direto para cada assunto.

Figura 17 – Babycenter (newsletter)



Fonte: Newsletter Babycenter (2021).

A terceira empresa a ser analisada é a “Rede Amparo”, que é uma plataforma que visa ofertar uma rede de apoio virtual para mães e mulheres, abordando assuntos como parentalidade positiva, maternidade, autoconhecimento, entre outros.

Seu logotipo, trazido na imagem abaixo, revela a primeira letra do seu naming, onde também refere-se a uma casa, muito semelhante a casa de salva-vidas visto em algumas praias do Rio Grande do Sul.

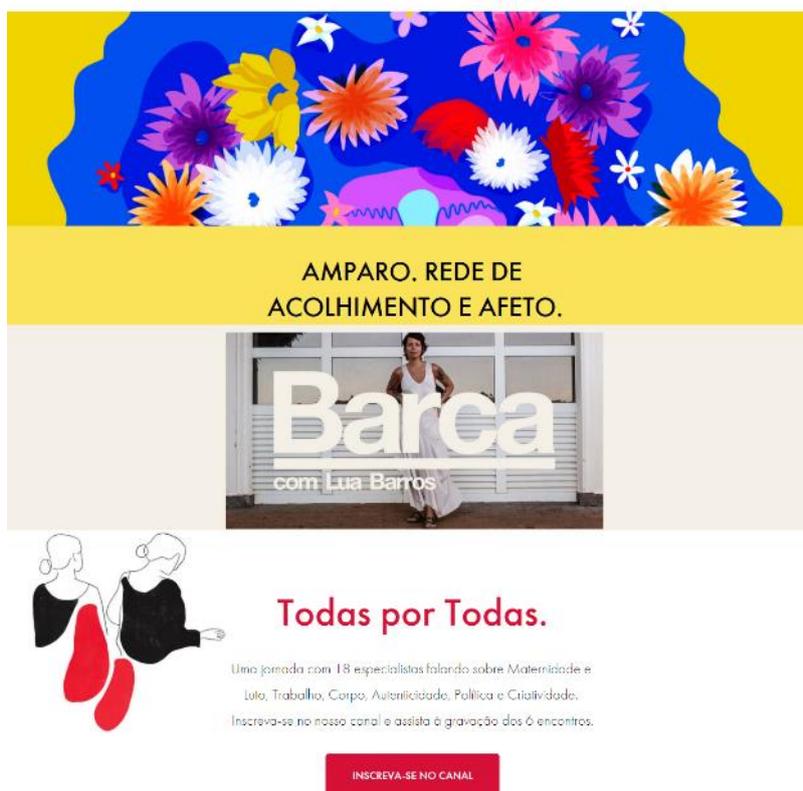
Figura 18 – Rede Amparo (logo)



Fonte: Rede Amparo (2021).

Em seu site, que aborda o projeto de uma maneira institucional, são ofertados ingressos dos cursos ministrados pela rede.

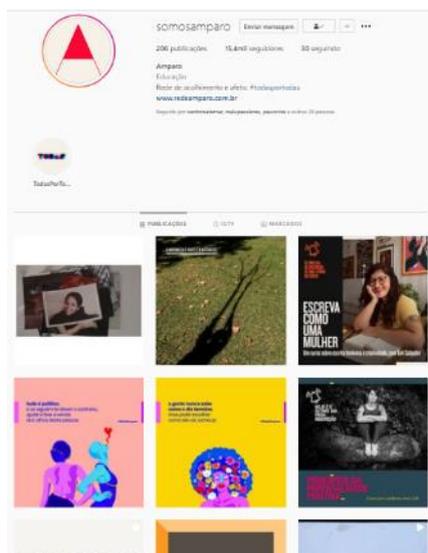
Figura 19 – Rede Amparo (site)



Fonte: Site Rede Amparo (2021).

Na comunicação como um todo, vê-se um planejamento formando uma unidade nas diversas ferramentas que utiliza.

Figura 20 – Rede Amparo (comunicação)



Fonte: Instagram Rede Amparo (2021).

E por fim, foi analisado o “Coletivo Maín”, que é um projeto que une profissionais com foco na assistência à saúde da mulher e no cuidado da gestação, parto e puerpério. O coletivo presta assistência individual domiciliar e virtual, além de ofertar reuniões semanais com roda de conversa gratuita.

O desenho do símbolo presente em seu logotipo exibe o formato de uma flor desabrochando, formada por várias partes, representando união. A tipografia escolhida foi uma letra sem serifa, de fácil entendimento e legibilidade.

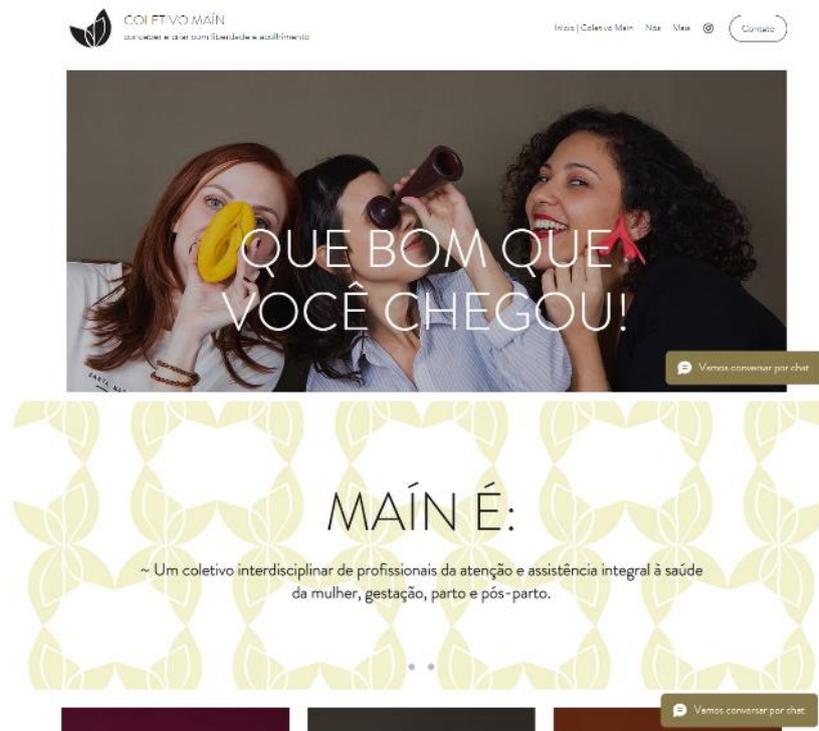
Figura 21 – Coletivo Main (logo)



Fonte: Coletivo Main (2021).

Seu site aborda, principalmente, a maneira como o projeto é conduzido, trazendo em evidência explicações do propósito da empresa. Além disso, oferece cursos, produtos da marca e inscrições para a roda de conversa.

Figura 22 – Coletivo Main (site)



Fonte: Site Coletivo Main (2021).

Em sua comunicação, feita de maneira planejada e condizente com as demais plataformas, traz um conteúdo e visual sequencial, criando uma identidade para cada assunto abordado, onde, ao cliente entrar na plataforma Instagram e analisar as imagens, logo percebe as postagens de cada segmento abordado.

Figura 23 – Coletivo Main (comunicação)



Fonte: Instagram Coletivo Main (2021).

Com o compilado de marcas citadas acima, pôde-se analisar que para o segmento, geralmente são utilizadas tipografias sem serifa e de fácil legibilidade.

Em suas paletas de cores, foram abordados tons quentes, na maioria das marcas analisadas. Outra observação a ser pontuada é que quando há aplicativos ou outros meios de comunicação, o site é usado de maneira institucional, fazendo pequenas interações e direcionando o usuário para suas outras plataformas.

Nas comunicações gráficas das marcas, quando há um planejamento, vê-se melhor o entendimento do público, formando assim, uma consistência no conteúdo.

Baseado nisso, no próximo subtítulo será abordado um mapa mental com sentimentos e sensações que devem ser observadas para a criação da marca.

5.1.2 Mapa mental da marca

Os mapas mentais, segundo Ellen Lupton (2013), são recursos em que designers podem explorar rapidamente um problema, tópico ou assunto. Trazendo para o centro a principal ideia, em seu entorno é possível mapear propostas que estão associadas ao assunto.

Em seu livro, Ellen aborda alguns direcionamentos para facilitar a criação desses mapas, como:

- 1 - Focar: Trazer um elemento para o centro da página.
- 2 - Ramificar: Criar associações relacionadas ao assunto principal
- 3 - Organizar: Criar categorias para facilitar o entendimento ao olhar o todo.
- 4 - Usar subdivisões: Através das ramificações, pode-se subdividir em categorias menores, para estudar ainda mais profundamente o assunto.

Assim, conforme os direcionamentos acima, foi criado um mapa mental com os propósitos e pilares que a marca deve ter.

Figura 24 – Mapa mental da marca



Fonte: Autora (2021)

Como tema principal do mapa, foi trazido a maternidade em âmbito geral, associando sentimentos relacionados ao conteúdo. Esses sentimentos e sensações estão presentes na vida das mulheres, desde a gestação, puerpério e o restante do materno.

Dentre as palavras trazidas, foram considerados sentimentos bons, referentes ao acolhimento em geral e a uma sensação de conforto e amparo. A partir dessas definições, será apresentado o storytelling trazendo-o como manifesto da marca.

5.1.3 Storytelling

Como storytelling da marca foi criado um manifesto que representasse o público alvo e seus respectivos sentimentos, a fim de contar uma história. Segue abaixo o manifesto de posicionamento da marca:

“Ser mãe é viver um processo contínuo de descobrimento, que acontece dia após dia. É se despir de antigos conceitos e abrir lugar para novos significados. É olhar o mundo de um outro ângulo e aprender a se respeitar. Se tornar mãe é se autoconhecer mais profundamente, em um mergulho infinito no seu próprio interior. É olhar para outras mães com mais ternura, deixando de lado julgamentos antes feitos.

Se tornar mãe é entender as linguagens que só você e sua cria sabem comunicar. É conectar-se profundamente com esse ser que depende de seus cuidados, e da mesma forma, é lembrar-se que você também precisa ser cuidada.

Por fim, renascer mãe é revelar fragilidades transformando-as em uma potência que nem você sabia que seria capaz de ter” (do autor 2021).

5.1.4 Naming

Para o desenvolvimento do *naming*, primeiramente fez-se um mapa mental, para assim organizar as ideias e fazer conexões entre os conceitos. Para a construção do mapa, foram pontuadas as seguintes diretrizes: O nome precisava se relacionar com a maternidade, trazendo preferencialmente algo que identificasse de cara com quem a marca estava se comunicando; Como segunda linha de pensamento, a marca deveria trazer algum sentido de imersão no assunto, buscando revelar uma profundidade e entendimento desse conceito pelo público.

Ao concluir o mapa mental e escolher as opções que mais se identificavam com o projeto, pesquisou-se os nomes no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), sendo selecionadas as sete opções que não haviam registro, para então, fazer um segundo aprofundamento nos conceitos e verificar se estavam dentro das diretrizes estabelecidas. As sete opções finais selecionadas podem ser vistas na imagem abaixo. As demais opções pensadas no desenvolvimento do *naming* serão encontradas no Apêndice B e conseqüente as pesquisas realizadas no INPI estarão no Apêndice C.

Figura 25 – Naming



Fonte: Autora (2021)

Como opção final escolhida, optou-se pelo nome “Soul Mãe”. Trazer a palavra mãe para o nome, reforça o público-alvo associado ao projeto, direcionando então, para pessoas realmente interessadas no assunto, além disso a palavra “Soul” traz a ideia de profundidade e imersão que se tinha nas diretrizes.

Esse *naming* também carrega alguns trocadilhos. “Soul” em inglês, significa alma, trazendo então como tradução literal “Alma de mãe”. Ademais, o segundo trocadilho composto é o da pronúncia, onde ao ler, de forma mais rápida o som sai como “Sou Mãe”, trazendo assim uma característica da usuária e gerando ainda mais conexão com a marca.

A partir disso, iniciou-se o aprofundamento nos conceitos e a geração de um Brain Dumping Visual, sendo abordado no próximo subtítulo.

5.1.5 Brain Dumping Visual

O Brain Dumping Visual, segundo Lupton (2013), consiste em transformar o clássico *Brainstorming*, realizado por meio da escrita, em uma maneira mais visual, trazendo desenhos e imagens, tornando-se assim, mais adequado para o uso individual.

Para este trabalho, o Brain Dumping Visual foi trazido como forma de gerar alternativas para o logotipo, ícones e estampas do projeto.

Figura 26 – Moodboard de inspirações



Fonte: autora (2021)

Conforme o *moodboard* da figura acima, foi olhado muito para o conceito de um mergulho, vindo este, inicialmente pelas pesquisas na etapa do Descobrir e em um segundo momento, nas entrevistas com mães e profissionais.

Buscando fazer conexão com o *naming*, as falas das entrevistadas e um conceito de imersão, amarrou-se o projeto para trazer a essência de um “*mergulho no universo da maternidade*”.

A partir disso, foram geradas alternativas para o logo, procurando transmitir ideias como: mar, universo, estrelas, lua, sol, ondas, mergulho, diferenças, leveza e união.

Figura 27 – Brain Dumping Visual

A marca buscou trazer uma formalidade através da tipografia escolhida para a palavra “Soul” e como complemento da composição, foi escolhida uma tipografia mais fluida para a palavra “mãe”, remetendo à uma assinatura manuscrita.

Para complementar a identidade visual, foram criados diversos ícones a fim de representar o conceito da marca. Primeiramente, queria-se destacar as diferenças de cada ser, onde cada pessoa tem as suas vivências, características e experiências. Pensando nisso e abordando o conceito de universo, foram trabalhados os signos dos zodíacos e suas respectivas constelações conforme figura 29.

Figura 29 – ícones da marca

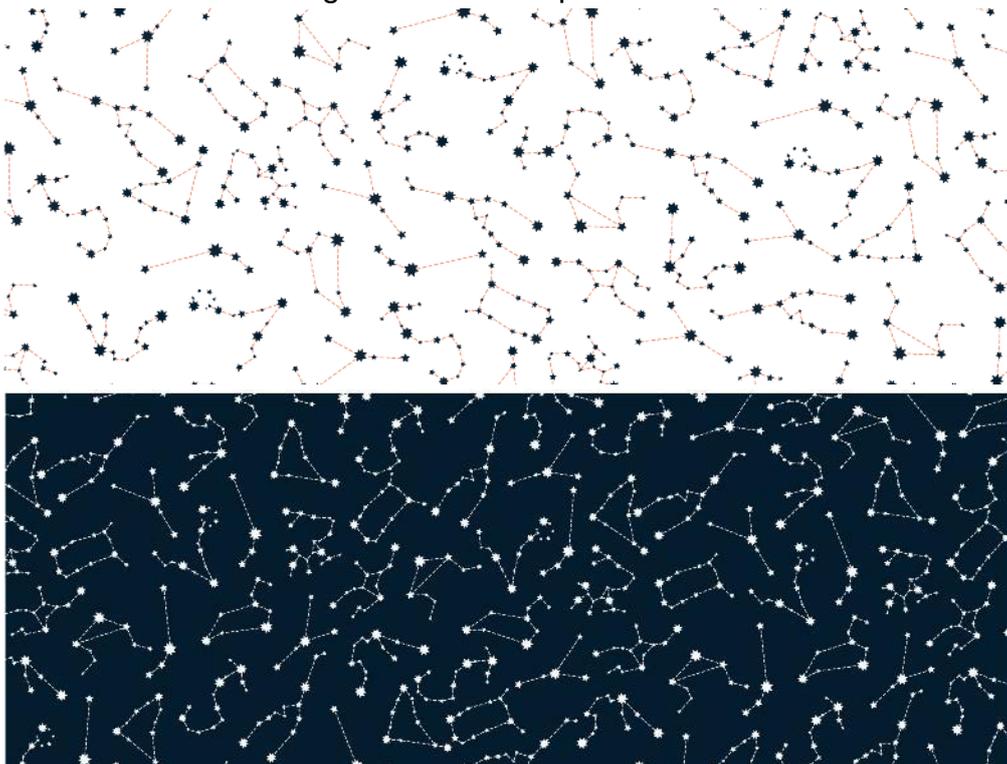




Fonte: autora (2021)

Dando sequência na criação e unindo conceitos de diversidade de perfis abordados pelas constelações, foi criada a “estampa universo”. A ideia da padronagem é representar as redes de apoio criadas no meio materno, onde unem-se pessoas com várias características diferentes por um mesmo propósito: Ajudar-se.

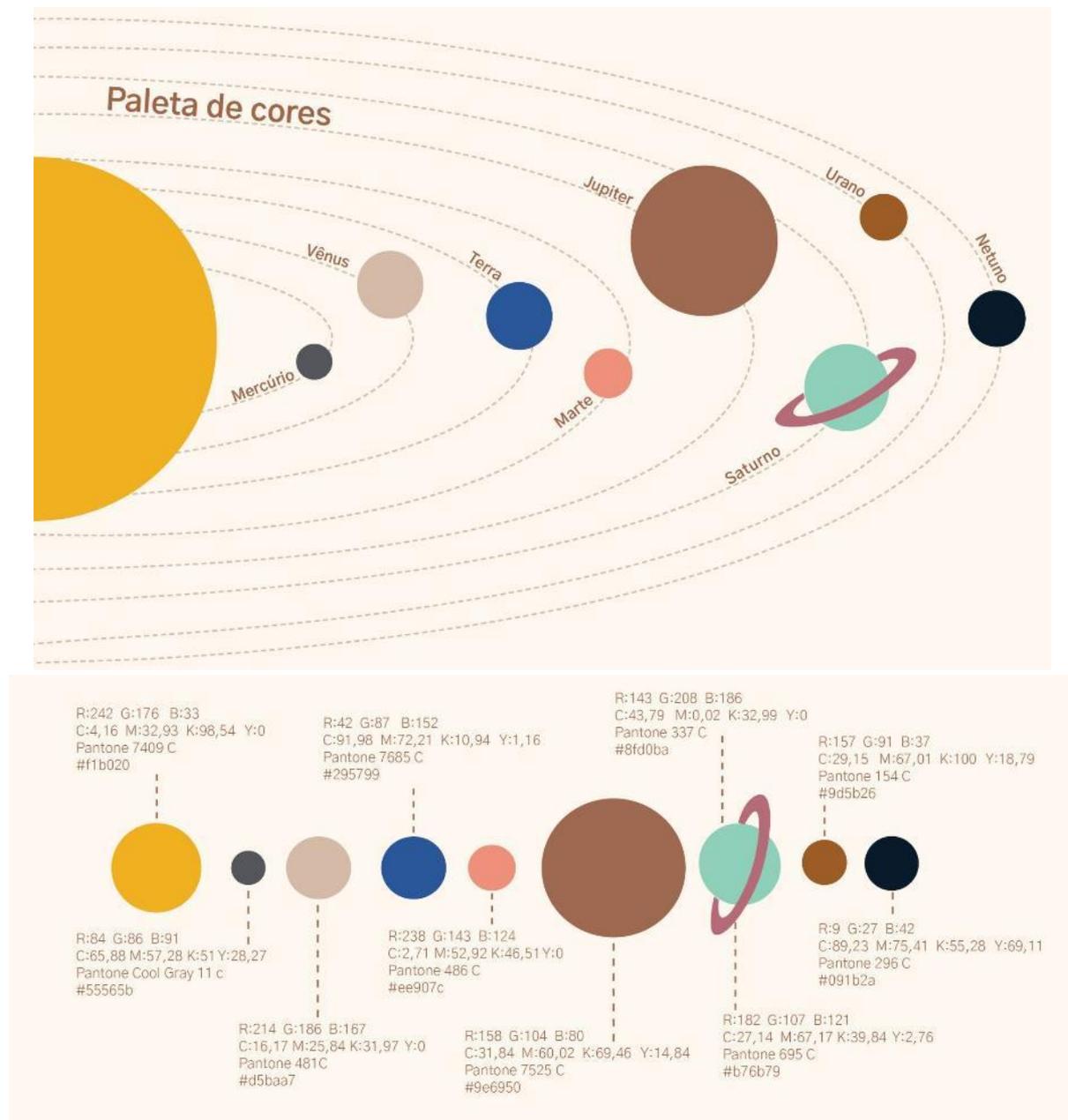
Figura 30 – Estampa universo



Fonte: autora (2021)

A paleta de cores do projeto foi baseada nas tonalidades dos planetas no sistema solar, adequando e mesclando tons terrosos com algumas cores mais vibrantes, assim, podendo fazer um mix. É importante ressaltar que essas cores foram pensadas para ser uma base, podendo ser usadas em outras intensidades dentro da mesma tonalidade.

Figura 31 – Paleta de Cores



Fonte: autora (2021)

5.2 DESIGN DE SERVIÇO

Para desenvolver a etapa de serviço, foram utilizadas ferramentas como Mapa de Stakeholders, Jornada do usuário e *blueprint* de serviços, sendo esses muito importantes para compreender o sistema como um todo. Para esse projeto, o serviço é uma parte essencial fazendo contato direto com o público-alvo. O seu propósito é proporcionar ferramentas, encontros, conversas e informações que tragam conforto, aconchego, segurança para a mãe no período gravídico-puerperal e para a sua rede de apoio.

Abaixo seguem maiores informações sobre cada ferramenta utilizada para seu desenvolvimento.

5.2.1 Mapa de Stakeholders

De acordo com Stickdorn e Schneider (2010), o mapa de stakeholders é uma forma de representar visualmente as pessoas envolvidas no serviço.

Um mapa de stakeholders é uma representação visual ou física dos diversos grupos/ públicos envolvidos em determinado serviço. Ao representarmos dessa maneira funcionários, clientes, organizações parceiras e outros stakeholders, podemos analisar e mapear as atividades entre esses grupos.

Figura 32 – Mapa de Stakeholders



Fonte: autora (2021)

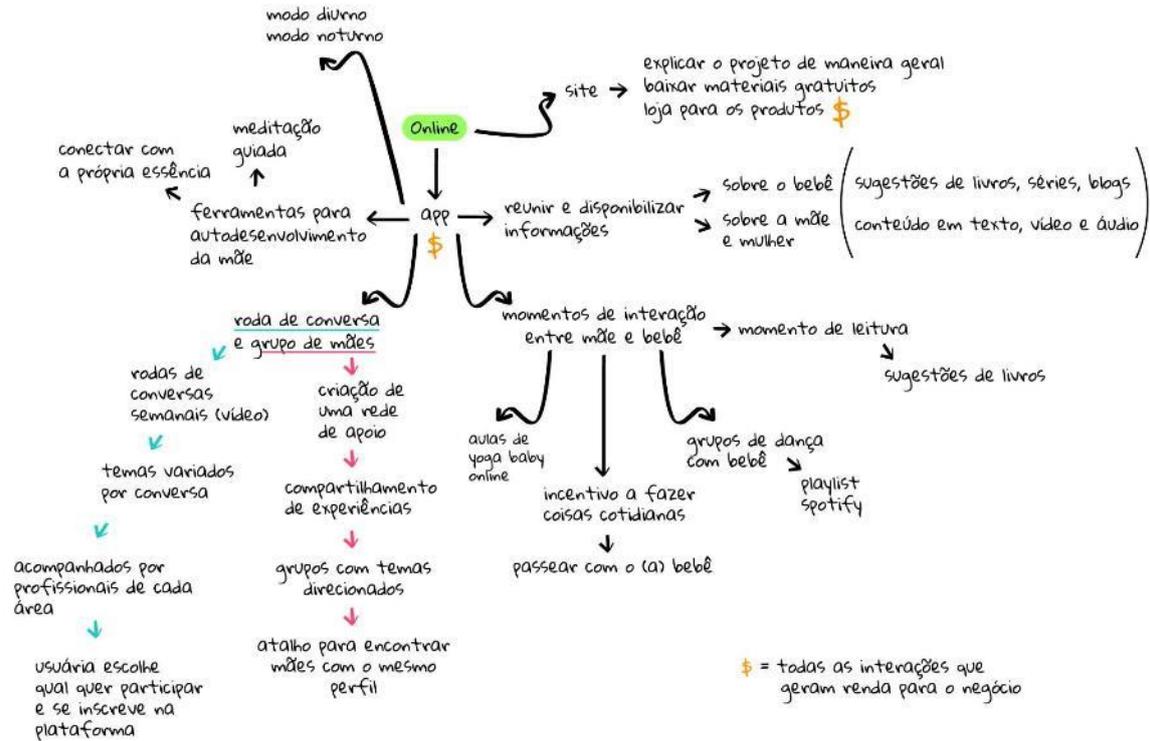
5.2.2 Jornada do usuário

A jornada do usuário é uma das ferramentas do Design Thinking de Serviços que ajuda a entender os pontos de contato que o usuário terá com o serviço. Segundo Stickdorn e Schneider (2010) ela oferece uma visualização dinâmica e estruturada da experiência do usuário.

Pensando nisso, foi criado, inicialmente, um mapa do serviço, com o intuito de entender o projeto como um todo, onde, nesse mapa, houveram duas principais separações, o online e o offline.

A figura 33 mostra as interações online do projeto, trazendo as atividades principais propostas conforme cada tipo de plataforma. Essas atividades foram escolhidas de acordo com os pontos de dores investigados na etapa Descobrir.

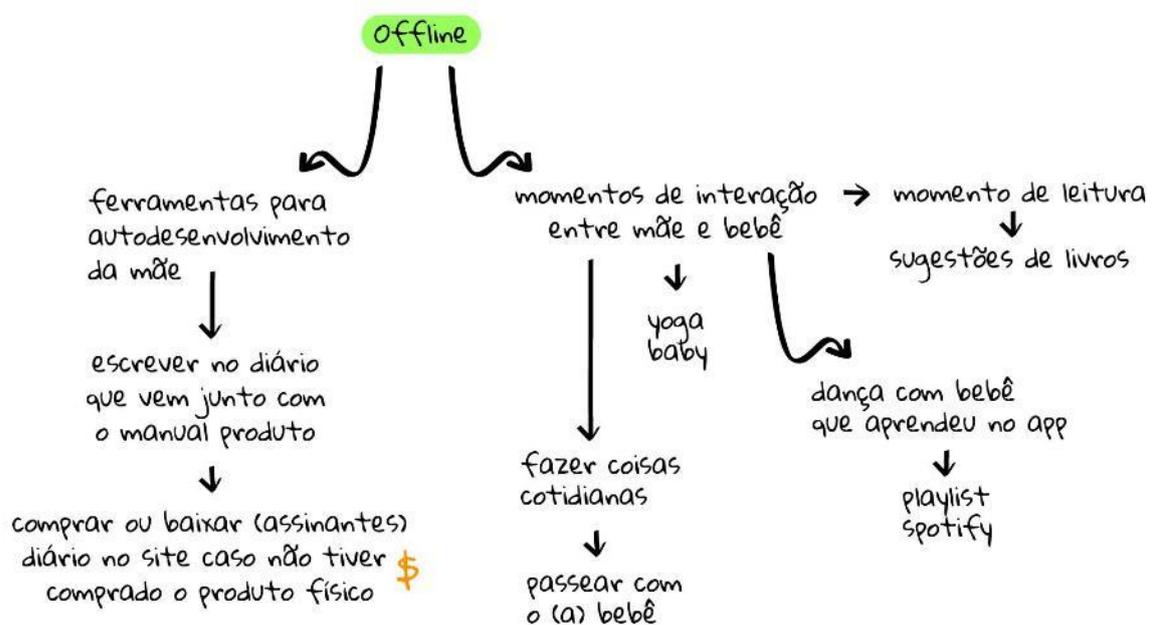
Figura 33 – Mapa do serviço - Online



Fonte: autora (2021)

Visando oferecer um serviço de maneira mais completa e unificada, foram pensadas também interações para serem feitas de forma offline, sem o uso necessário de aparelhos eletrônicos, mostradas na figura 34.

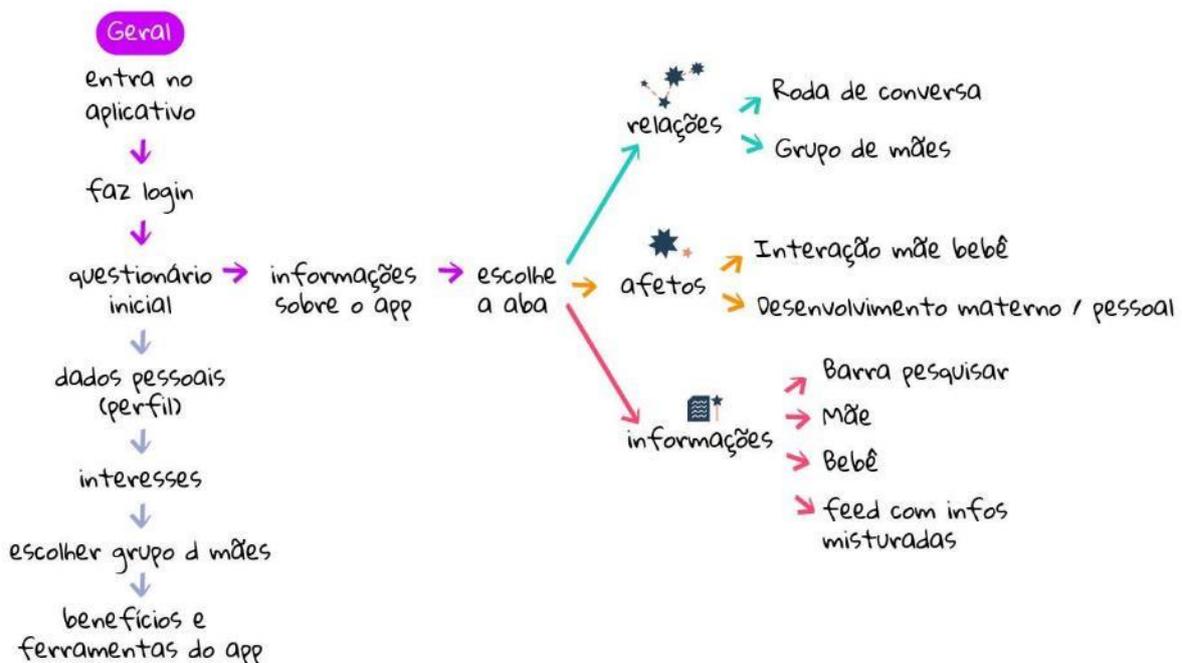
Figura 34 – Mapa do serviço - Offline



Fonte: autora (2021)

A partir de então, sentiu-se a necessidade de criar uma jornada do usuário de maneira geral, a fim de entender quais seriam os exatos pontos em que o cliente iria interagir com a plataforma. Essa jornada foi pensada para mapear o aplicativo, entendendo quais telas seriam necessárias serem projetadas e quais seriam os elementos que fariam parte de cada uma delas.

Figura 35 – Jornada do usuário - Geral



Fonte: autora (2021)

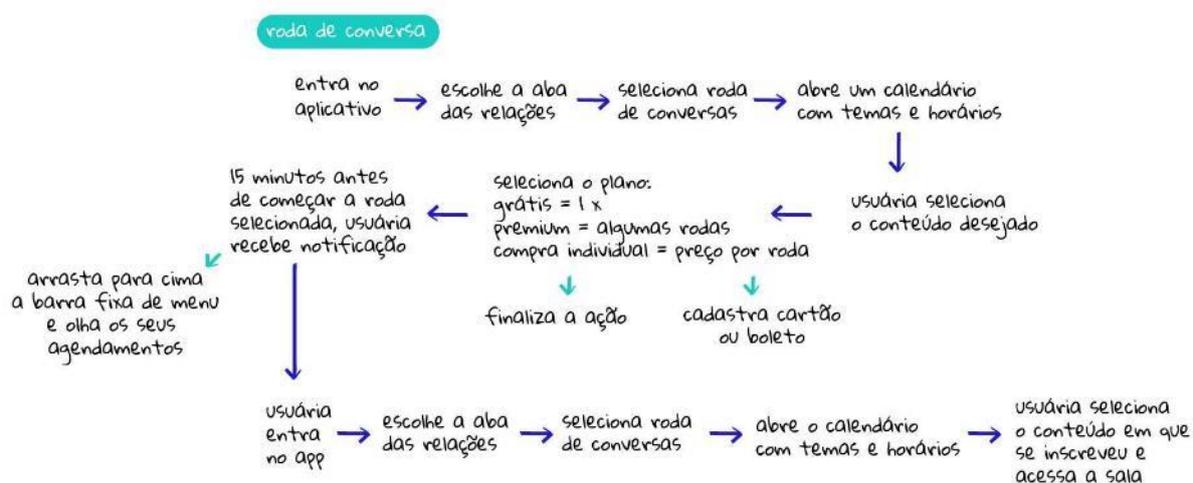
Ao estruturar o serviço, foi visto a necessidade do mesmo se basear em três pilares principais, de maneira que um complementasse o outro, são eles: Relações, afetos e informações, sendo elas com o mesmo nível de importância.

O eixo das relações foi baseado nas necessidades do ser humano de criar redes, além disso, essa foi uma das falas mais reforçadas entre as entrevistadas, sobre a importância de ter redes de apoio para os momentos de fragilidade, dúvidas e compartilhamento de experiências.

Sendo assim, as "relações" foram pensadas para suprir essa necessidade e foi desmembrada em dois outros pontos bem importantes: as rodas de conversa e os grupos de mães.

As rodas de conversa proporcionarão aos usuários um momento para tirar dúvidas com profissionais da área, sendo os assuntos das rodas escolhidos pela equipe que administra a plataforma. A ideia é ser uma pequena reunião, onde o tempo e a quantidade de pessoas irá variar por escolha do profissional que ministrará o encontro. Para participar da reunião os usuários precisarão efetivar a sua inscrição via calendário e escolher o plano que atua no momento, podendo ser a opção gratuita com uma roda para conhecer a ferramenta, premium com rodas de conversas ilimitadas e uma terceira opção podendo ser pago por encontro. A figura 36 ilustra essa jornada.

Figura 36 – Jornada - Roda de conversa



Fonte: autora (2021)

Já os grupos de mães fluirão de maneira mais orgânica, onde cada usuário poderá criar um novo grupo com algum assunto específico. Será sugerido a elas que entrem e criem grupos com algum assuntos predeterminados, assim já possibilitando direcionamento para a conversa. Os assuntos falados nos grupos poderão ir de conselhos e vivências a indicações profissionais, ficando livres para interagirem uns com os outros. A figura 37 ilustra essa jornada.

Figura 37 – Jornada - Grupo de mães

Grupos de mães

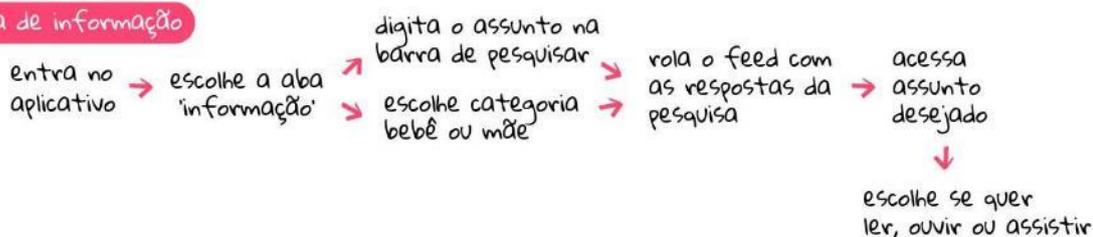


Fonte: autora (2021)

O segundo pilar do projeto é o das “informações”. O intuito desse pilar é proporcionar conhecimento de forma ágil com o propósito de possibilitar às usuárias escolhas mais conscientes e empoderadas. Para esse eixo, pensou-se em trazer três formas de pesquisa: filtrando por receber apenas informações sobre o bebê ou apenas sobre a mãe, e uma terceira forma seria mediante a barra de pesquisar, para buscas rápidas. A figura 38 ilustra essa jornada.

Figura 38 – Jornada - Busca de informações

busca de informação



Fonte: autora (2021)

Por fim, o último pilar, mas não menos importante. “Afetos” foi pensado para trazer conexão, tanto da mãe com o bebê, quanto da mãe com ela mesma. A figura 39 ilustra a jornada da interação entre mãe e bebê. Viu-se a necessidade de criar algumas ferramentas que possibilitasse esse contato, mostrando que apesar de todos os pontos de fragilidade vividos durante a maternidade, ainda há coisas simples que podem ser incluídas no dia a dia que reforçam esse laço.

Para ele, foram criadas três opções de interação: o momento de leitura, onde o projeto dá dicas de livros e também possui uma biblioteca integrada com alguns

exemplares. Há também o momento de dança com bebê, que é separado por três outras ramificações, sendo elas uma playlist Soul Mãe no Spotify (aplicativo de música), também há os grupos/aulas ao vivo, que funciona da mesma forma que a roda de conversa, por meio de inscrição e por fim, ainda dentro da dança, haveria um local onde poderiam ser acessados uma biblioteca de vídeos de aulas gravadas. Outro momento de interação, que também funcionaria via inscrição, é a Yoga baby, ministrada por uma profissional do ramo. Este pilar que traz a interação entre mãe e bebê se correlaciona diretamente com o produto proposto nesse projeto. A figura 39 ilustra essa jornada.

Figura 39 – Jornada - Interação mãe e bebê



Fonte: autora (2021)

A última jornada mapeada para o aplicativo é o Desenvolver materno, ilustrada na figura 40. Esse pilar foi pensado especificamente para as mães.

Figura 40 – Jornada - Desenvolver materno



Fonte: autora (2021)

A gestação é um momento de muitas mudanças físicas e mentais para a mulher, porém nesse período elas ainda têm um controle maior sobre sua rotina e desejos. Ao entrarem no puerpério novas atividades são adicionadas todos os dias, e muitas vezes atribuídas aos cuidados com o bebê, onde agora, o bebê determina a nova rotina e de certa forma, as mães acabam por se deixar como segunda opção.

Por isso, nesse pilar são disponibilizadas ferramentas para o seu autocuidado, reflexão e autodesenvolvimento materno. Essas ferramentas foram separadas em três categorias diferentes: o Diário de bordo, que traz um painel específico para criação e mapeamento da rotina, buscando ajudar na organização da puérpera. Ainda dentro dele, tem algumas dicas do que fazer pela manhã, tarde ou noite e essas dicas seriam conteúdos relacionados a contemplação, como por exemplo, alongamentos pela manhã, pois isso ajuda o corpo a ficar mais disposto.

Outra ferramenta disponibilizada é o “Como está se sentindo hoje?” que visa na usuária ter uma consciência dos dias que está triste ou feliz e poder fazer um monitoramento das suas emoções. Por fim, tem a ferramenta “Escreva para você mesma” com o propósito de instigar a escrita, e ter a compreensão de seus pensamentos e sentimentos. Nessa atividade, a ideia é que ela possa escrever nos dias felizes e ler seus recados nos dias tristes, ou vice-versa, podendo assim se reconhecer e se lembrar de suas fases.

Para poder entender melhor como o projeto funciona, foi feito um Blueprint da roda de conversa, sendo este, visto no próximo subtítulo.

5.2.3 BluePrint do Serviço

Segundo Stickdorn e Schneider (2010) o *blueprint* de serviços é uma ferramenta direcionada para especificar e detalhar etapas de um projeto. Sendo assim, para este trabalho foi desenvolvido uma *blueprint* direcionada para as rodas de conversa, que farão parte do aplicativo. Abaixo pode ser visualizado o quadro explicativo.

Quadro 02 – Blueprint Roda de Conversa

RODA DE CONVERSA	CONHECER	ENTRAR	USAR	COMPRAR	RECEBER	RETORNAR
FRONTSTAGE	Divulgação da plataforma: - via anúncios em redes sociais (instagram) e demais sites que falam do assunto; - indicação dos profissionais parceiros - indicação das redes de mães	- Baixa o app (ios/android) - Entra e faz login	- No menu principal entra no pilar das relações e escolhe roda de conversa	- Ao abrir o calendário, vê o dia de sua disponibilidade e assunto que lhe agrada. - Faz sua inscrição e escolhe o pacote que pertence (grátis, premium ou compra extra) - Finaliza a compra/inscrição	- Recebe a confirmação da inscrição no momento da compra via app e também por email. - 15 minutos antes da roda, recebe um lembrete - após encontro recebe o material conversado, caso haja	- Retorna quando quer participar de novos encontros fazendo o mesmo processo.
BACKSTAGE	- equipe interna: MKT e design fazem o material e a divulgação. Ajudam na curadoria dos conteúdos - equipe de recrutamento seleciona os profissionais que farão parte do projeto	- TI faz a manutenção do app - equipe de planejamento e design atualizam os conteúdos	- equipe de planejamento e design atualizam os conteúdos - profissional responsável pelo assunto cria conteúdo	- equipe financeira confirma o pagamento e automaticamente diminui o número de vagas disponíveis	- equipe envia lembrete - equipe de design monta graficamente o material e envia para o cliente	- equipe envia pesquisa de satisfação
FERRAMENTAS	- através do site, redes sociais, newsletter, e indicações - computadores, celulares	- aplicativo	- manter informações do aplicativo atualizadas			- manter informações do aplicativo atualizadas
SENTIMENTOS DO CLIENTE	- curiosa com a plataforma - decide experimentar	- mantém a curiosidade enquanto realiza cadastro	- decide experimentar a ferramenta roda de conversa, ficou curiosa	- feliz por ter encontrado o assunto que tinha dúvidas - se sentindo acolhida - curiosa para saber como vai ser no dia da roda	- participa da conversa, conhece novas pessoas e profissionais, tira suas dúvidas, feliz com a experiência	- decide participar de mais momentos assim durante o mês

Fonte: autora (2021)

Escolheu-se detalhar esta, por possuir os mesmos processos de outras interações que terão na plataforma, como por exemplo agendamentos, pagamentos e contato por vídeo.

5.3 DESIGN DE PRODUTO

Para o desenvolvimento do produto foi considerada a metodologia de Löbach (2001), que consiste em analisar o problema, gerar alternativas, avaliar e solucionar. A partir disso foram feitas análises de produtos da concorrência considerando alguns aspectos, podendo ser visto no próximo subtítulo.

5.3.1 Análises

Dentre as análises foram considerados alguns requisitos para serem observados como concorrência, análise da função, análise estrutural e materiais e processos utilizados.

5.3.1.1 Mochila Evolutiva Dona Chica

Figura 41 – Mochila Evolutiva Dona Chica Slingueria



Fonte: Dona Chica Slingueria (2021).

O primeiro canguru a ser analisado é a Mochila Evolutiva da marca Dona Chica Slingueria que une conforto, praticidade e estamparia. O produto possui diversas regulagens em suas alças, para adaptar-se a variados tipos de corpos, tanto do bebê, quanto do adulto que o carrega. Possui alças acolchoadas, para melhor conforto,

tecido macio e transpirável em algodão e com possibilidade de usar com ou sem capuz.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: Algodão com alças acolchoadas, correias e fivelas em nylon

Preço: R\$ 399,00

Peso do produto: 500 g

Dimensões: largura: 30 a 42 cm / altura: 30 a 40 cm

Regulagem do cinto: 60 a 120 cm

Idade da criança: de 3 meses à 3 anos ou até 20KG

País: Brasil

5.3.1.2 Canguru Fisher Price Hipset

Figura 42 – Canguru Fisher Price Hipset



Fonte: Multikids baby (2021)

O Canguru Fisher Price Hipset se diferencia por trazer 4 maneiras diferentes de ser usado. O produto se torna confortável para os pais, pois faz a distribuição do peso uniformemente entre a cintura e ombros, podendo então, carregar uma criança

com até 15kg de maneira mais confortável. Outro diferencial do produto é que possui uma estrutura para que o bebê possa ficar sentado de maneira mais natural.

Possui também diversos ajustes, adaptando-se a um maior número de corpos e traz consigo alguns bolsos, podendo os pais utilizá-los para guardar objetos pessoais.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: Material acolchoado em tecido respirável

Preço: R\$ 399,90

Peso do produto: 1kg

Peso da criança: de 3,5kg a 15kg

País: Estados Unidos (vendido no Brasil)

5.3.1.3 Canguru Loop Cosco

Figura 43 – Canguru Loop Cosco



Fonte: Cosco Kids (2021)

O canguru Cosco possui 3 diferentes opções de uso, sendo elas: o bebê virado para o adulto, o bebê virado para o ambiente ou ainda o bebê virado para as costas

do adulto. Suas alças já vem em formato de x, proporcionando maior estabilidade e distribuição do peso, com o propósito de não sobrecarregar as costas de quem estiver fazendo o transporte. Possui material macio em sua composição e totalmente lavável em máquina.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: Exterior: 100% poliéster; Partes plásticas: 100% polipropileno; Espuma: 100% poliéster

Preço: R\$ 149,90

Peso do produto: 280 g

Dimensões: L: 26 cm / A: 40 cm / P: 13 cm

Peso da criança: de 3,5kg a 9kg

País: Estados Unidos (vendido no Brasil)

5.3.1.4 Canguru Tula

Figura 44 – Canguru Tula



Fonte: Tula (2021)

O canguru Tula possui alças acolchoadas ajustáveis, fornecendo um maior conforto para os ombros e pescoço de quem carrega, além de ter um ajuste rápido e

fácil das suas alças. Possui tecido respirável e leve, produzido em 100% algodão, onde por possuir a maciez possibilita um desenvolvimento seguro do corpo do bebê.

O carregador Tula tem possibilidade de transporte traseiro e frontal, proporcionando posição ergonômica natural.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: Tecido 100% algodão

Preço: \$ 169,00 = R\$ 883,25

Peso do produto: 900 g

Dimensões: Assento: 44 a 46 cm de largura

Corpo: 30 a 40 cm de altura

Cinto quadril: 12 a 71 cm de largura com possibilidade de comprar uma cinta adicional

Peso e idade da criança: de 11 kg a 27 kg ou de 2 a 6 anos de idade

País: Estados Unidos

5.3.1.5 Canguru Boba X

Figura 45 – Canguru Boba X



Fonte: Boba (2021)

O Canguru Boba X possui diversas regulagens, podendo se encaixar no corpo de inúmeros adultos e bebês. A marca traz um design intuitivo com regulagens de largura e altura sem precisar de amarrações e desmontagens do formato final. Possui também, maneiras de ajustar o assento em que ficará o bebê, deslizando suavemente e travando no lugar desejado.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: tecido 100% algodão

Preço: \$ 160,00 = R\$ 836,22

Dimensões: Assento: 20 a 53 cm de largura

Corpo: 30 a 40 cm de altura

Cinto quadril: 25 a 58 cm de largura

Idade da criança: de 0 a 30 meses

Facilidades: Lavável à máquina

País: Estados Unidos

5.3.1.6 Canguru Ergobaby

Figura 46 – Canguru Ergobaby



Fonte: Canguru Ergobaby (2021)

O Canguru Ergobaby Recém-Nascido tem tecido macio, aconchegante e confortável, promovendo a conexão. Não possui amarrações, vindo já pronto para uso, evitando também excesso de tecido. Dispõe de um cinto na região do quadril para melhor apoio e alças que já vem cruzadas. Se molda em vários corpos, devido às suas regulagens, sendo exibidas fotos demonstrativas em seu site.

Um diferencial é que por possuir um tecido mais leve e macio, proporciona melhor dobra na hora em que não está em uso, facilitando o carregamento.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: malha 100% algodão

Preço: \$ 79,00 = R\$ 412,88

Dimensões: Assento: 20 a 53 cm de largura

Corpo: 30 a 40 cm de altura

Cinto quadril: 25 a 58 cm de largura

Peso da criança: de 3 kg a 11 kg

Facilidades: Lavável à máquina

País: Estados Unidos (vendido no Brasil)

5.3.1.7 Sling Pacotinho

Figura 47 – Sling Pacotinho

pacotinho
S · L · I · N · G



Fonte: Pacotinho Sling (2021)

O Sling Pacotinho é mais fácil de vestir que os demais slings de pano, pois não possui amarrações, nós, argolas ou fechos, vindo, portanto, pronto para uso. Esse sling vem com dois anéis de tecido colocados de maneira que forme um X no tronco. O Sling Pacotinho tem 5 possibilidades de uso diferentes que acompanham o crescimento da criança.

Por ele vir pronto e sem regulagem, dependendo da diferença de tamanho entre as pessoas que irão usar o produto, a marca não recomenda o uso do mesmo sling.

Abaixo segue a ficha técnica do produto:

Material: Algodão 100% orgânico com certificação GOTS

Preço: R\$ 419,00

Dimensões: Para quem usa blusa feminina P / M: sling tamanho 1

Para quem usa blusa feminina M / G: sling tamanho 2

Peso da criança: de 0 a 12 kg

País: Brasil

Ao analisar os produtos acima, vê-se uma estética mais mecânica, onde os produtos acabam se aproximando de mochilas, perdendo um pouco a cara de

conforto e acolhimento. Apenas nos dois últimos modelos remetem a algo mais macio, tanto para a mãe como para o conforto do bebê.

Foram analisadas também normas e legislação para os mesmos, onde nessa categoria de produto não existem normas compulsórias do Inmetro. Porém existem organizações internacionais que certificam essa categoria de produto baseados em análises ortopédicas, credenciados por cirurgiões ortopédicos, engenheiros biomédicos, prestadores de cuidados pediátricos, pesquisas e ensaios clínicos.

O International Hip Dysplasia Institute (IHDI), por exemplo, certifica carregadores e slings para bebês a fim de comprovar que esses produtos incentivam o desenvolvimento saudável do quadril, principalmente durante os primeiros seis meses do bebê, que é quando os quadris estão em formação e em fase de crescimento.

Após feito esse estudo, foram geradas alternativas que podem ser vistas no próximo subtítulo.

5.3.2 Geração de alternativas

Para a geração de alternativas foram utilizados os direcionamentos do briefing e a análise de similares, direcionando então para o projeto de um carregador de bebê em formato de canguru.

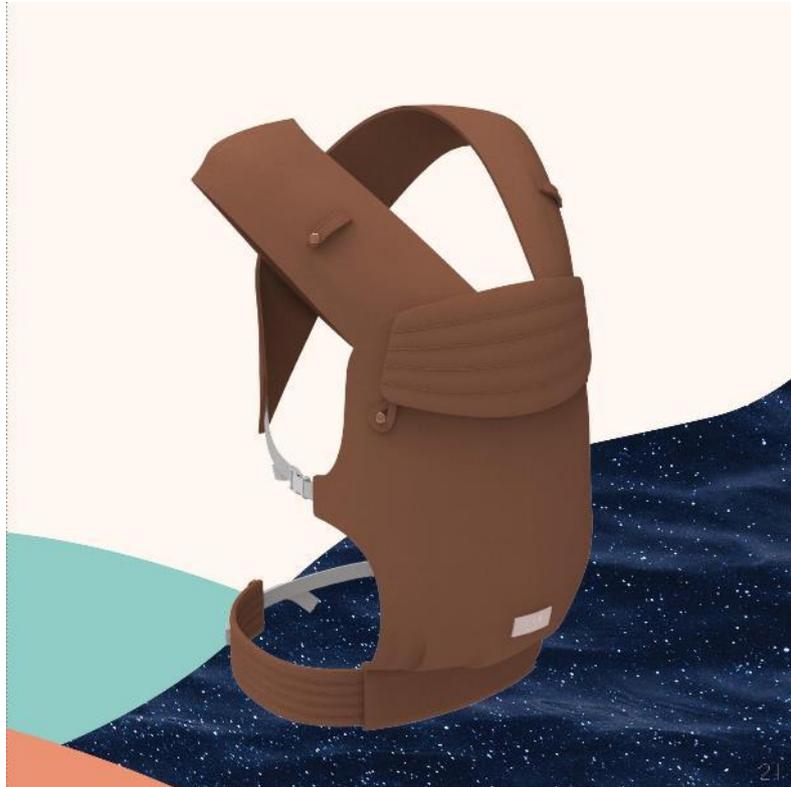
O objetivo principal é levar autonomia para a mãe e conforto para o bebê, unindo essas duas premissas em um produto. Segundo Andressa Bortolasso (2018) este acessório proporciona conexão e sintonia entre mãe e bebê pela proximidade física em que se encontram. Além disso, ela comenta que essa união traz benefícios aos bebês, pelo fato de estarem passando pela extero-gestação, transformando então essa mudança em um momento mais leve.

A figura 48 traz imagens que serviram de inspiração para a geração de alternativas.

Figura 48 – Inspiração criação de formas e sensações

Além disso, para as linhas do produto foram pensadas em traços contínuos que trouxessem uma unidade, passando a sensação de um abraço.

Figura 50 – Produto



Fonte: autora (2021)

Nos próximos capítulos será trazido maior detalhamento e funcionalidades do produto.

5.4 BUSINESS MODEL CANVAS

Por fim, como um fechamento do projeto como um todo, foi feito o *Business Model Canvas*, que é uma ferramenta utilizada pelo Design Thinking de Serviços para descrever e analisar modelos de negócios (Stickdorn e Schneider, 2010). Abaixo segue o quadro explicativo:

Quadro 03 – Business Model Canvas

PARCERIAS-CHAVE	ATIVIDADES-CHAVE	OFERTAS DE VALOR	RELACIONAMENTO	SEGMENTO DE CLIENTE
<ul style="list-style-type: none"> - Profissionais de diversas áreas como: . Doulas, . Consultoras de amamentação e sono . Professoras de dança e yoga 	<ul style="list-style-type: none"> - Atividades e ferramentas para interação entre mãe/bebê - Atividades e ferramentas para autoconhecimento da mãe. - Rede de acesso a informação através da plataforma - Roda de conversas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover o autoconhecimento e autoconfiança da mãe no período do puerpério - Fornecer ferramentas para auxílio da criação do vínculo entre mãe e bebê - Ser uma rede de acesso a informação, proporcionando recursos para fazer escolhas conscientes - Promover discussões e troca de ideias e experiências entre profissionais e usuárias da plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> - Geração de conteúdo - Roda de conversa - Aulas de dança e yoga baby - Playlist Spotify 	<ul style="list-style-type: none"> - Puérperas - Gestantes
	<p>RECURSOS-CHAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funcionários da empresa - Designer + publicitários - TI - conteúdo - criação 		<p>CANAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicativo - Site - Redes Sociais - SAC 	
<p>ESTRUTURA DE CUSTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infraestrutura e manutenção do app/site - Pagamento de funcionários - Pagamento de profissionais parceiros - Custo de produção de produto, embalagens. - Materiais gráficos 		<p>FONTES DE RENDA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assinatura Premium do aplicativo. - Venda de produtos. 		

Fonte: autora (2021)

Parcerias-chave: são pessoas e/ou empresas indispensáveis para que o negócio funcione, como doulas, consultoras de amamentação e sono, e professoras de dança e yoga, que atuarão como pilar para a criação de conteúdos postados no aplicativo, bem como ministrantes das rodas de conversas e aulas fornecidas pela plataforma.

Atividades-chave: dentre as principais ações que a empresa executará estão o fornecimento de atividades e ferramentas para interação entre mãe/bebê, como também ferramentas para o autoconhecimento da mãe. Além disso, haverá uma parte do projeto dedicada ao acesso à informação de qualidade sobre maternidade e autodesenvolvimento e, por fim, um espaço para criação de rede de apoio através de rodas de conversa.

Ofertas de valor: os objetivos da empresa são proporcionar autoconhecimento e empoderamento materno, fornecendo informações e ferramentas de qualidade através de atividades e conversas com profissionais que entendem do assunto. Além disso, são oferecidas atividades para que gere ainda mais conexão entre mãe e bebê.

Relacionamento: a aproximação com o público se dará com uma comunicação acolhedora, fornecendo sempre uma extensão da rede de apoio, gerando conteúdos relevantes, tirando dúvidas através de conversas e fornecendo momentos de relaxamento através da música e da yoga.

Segmento de mercado: os públicos principais são gestantes que estão se preparando para as demais fases da maternidade e puérperas buscam informações, troca de experiências e acolhimento.

Recursos-chave: os recursos principais para que o projeto funcione são os funcionários da empresa como designers, publicitários, setor administrativo e financeiro responsáveis por toda a parte operacional, recrutamento e criação que acontecerão dentro do projeto. Além disso, outro recurso fundamental são os profissionais de TI que farão constantemente atualizações no site e aplicativo para que tudo funcione bem.

Canais: os locais onde os usuários terão contato com o projeto são o aplicativo, site, redes sociais e SAC.

Estrutura de custo: dentro das estruturas de custo estão sendo consideradas a infraestrutura e manutenção do aplicativo e site, pagamento de funcionários e profissionais parceiros, custos com produção dos produtos e das embalagens e por fim, despesas com materiais gráficos.

Fontes de renda: as fontes de renda se dão através da assinatura Premium do aplicativo e venda dos produtos da marca.

6. ENTREGAR

A última etapa do projeto é a entrega com os resultados e suas respectivas especificações. Para essa etapa, além do modelamento 3D do produto, são feitos os protótipos, tanto do produto quanto do serviço, a fim de testá-los e refina-los.

Para abraçar o projeto como um todo, foi criada uma identidade visual que transmitisse os insights e também o propósito da marca. Como conceito principal foi utilizado a frase “*mergulho no universo da maternidade*” representada através de ilustrações, ícones, estampas e aplicações.

Maria Barreto (2020) fala que o momento do puerpério é um mergulho no seu íntimo, sem filtros, onde ao mesmo tempo que é desafiador, carrega transformações muito ricas e que isso é vivido individualmente por cada mulher.

Para a marca Soul Mãe foi elaborado um Manual de Identidade Visual que aborda todas as permissões e restrições que devem ser ponderadas para as aplicações da mesma.

Figura 51 – Manual de Identidade Visual





Fonte: autora (2021)

Este manual possui informações de cunho técnico, a fim de não descaracterizar a marca, tais como a malha construtiva (figura 52) com o propósito de visualizar proporções, alinhamentos e espaçamentos entre os tipos.

Figura 52 – Malha Construtiva da marca



Fonte: autora (2021)

Além disso, no documento é trazido também questões sobre arejamento, tamanhos mínimos e distorções proibidas. Para melhor visualização consultar Apêndice D.

Figura 53 – Especificações da marca



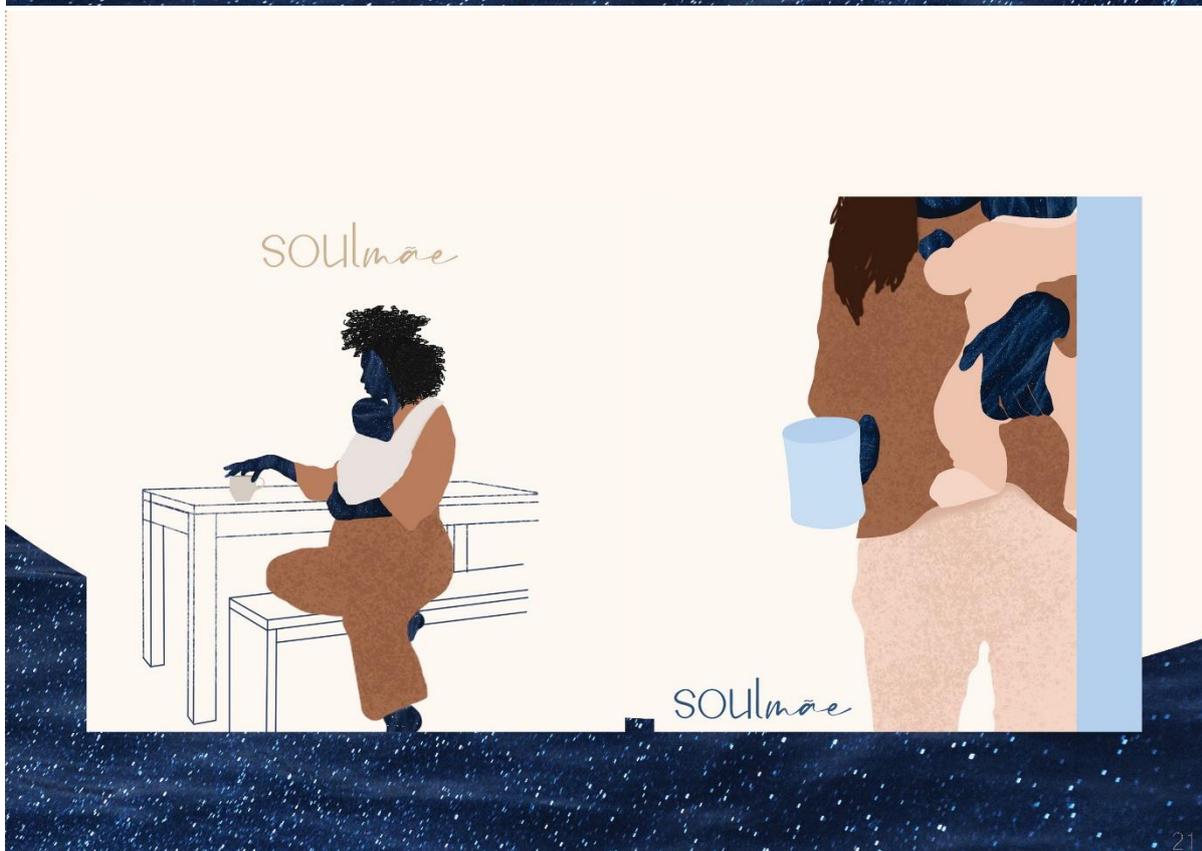
Fonte: autora (2021)

Como extensão da identidade e com o objetivo de ter maior proximidade com o público, foram criadas cinco ilustrações com cenas cotidianas, conectadas também ao produto, para representar não só momentos em que mãe e bebê estão

conectados, mas também momentos de respiro da mãe. Para sua melhor visualização consulte o Apêndice E.

Figura 54 – Ilustrações





Fonte: autora (2021)

Como pontos de contato e produtos adicionais a serem vendidos pela marca, foram projetados objetos que pudessem auxiliar no bem estar, trazer conforto ou de alguma forma ajudar nas tarefas da puérpera.

Figura 55 – Pontos de contato da marca

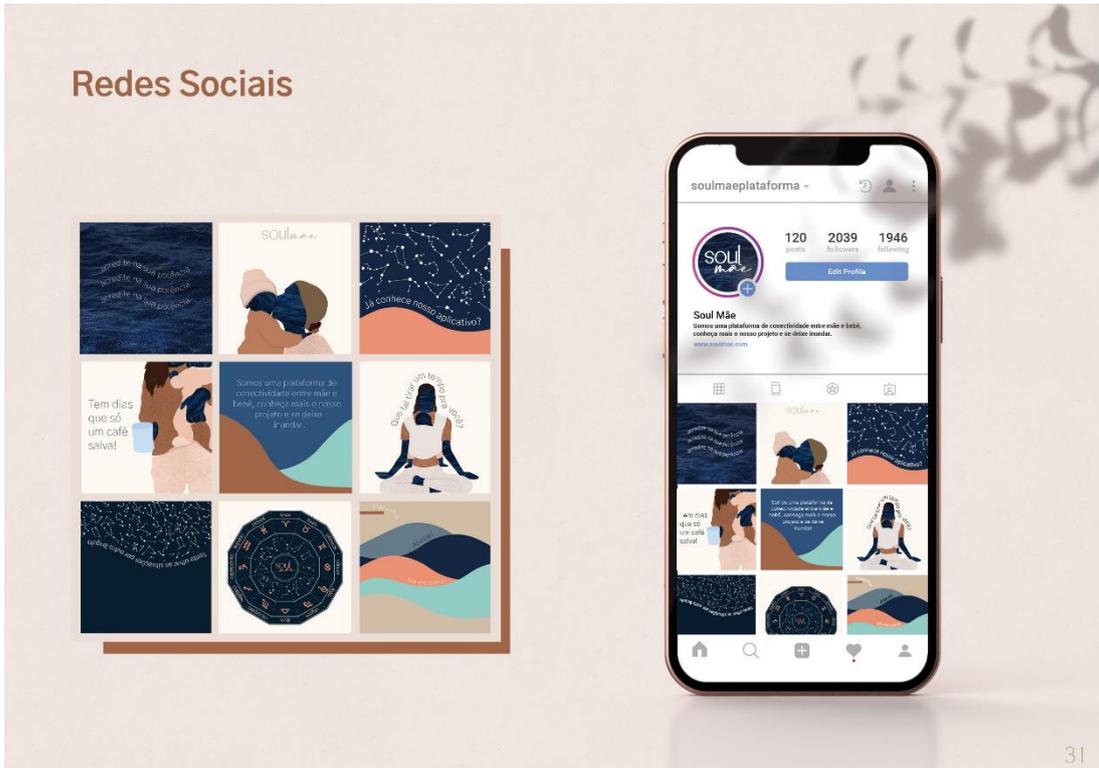


Fonte: autora (2021)

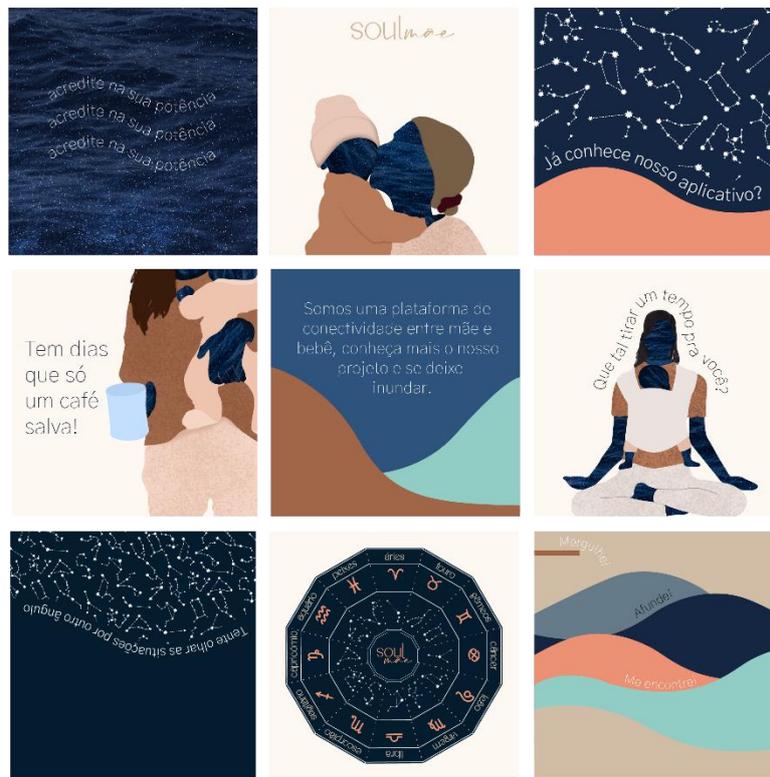
Por fim, outro ponto de contato muito importante é a comunicação e redes sociais, sendo exemplificado aqui pela plataforma do *Instagram*. A ideia foi trazer bem em evidência as cores da marca, bem como o movimento das ondas, presente na identidade, e para as mensagens, foram abordados recados e lembretes para a mãe não esquecer dela e reservar um momento para seu autocuidado.

Figura 56 – Redes Sociais

Redes Sociais



31



Fonte: autora (2021)

Para o desenvolvimento do site e para melhor entendimento das etapas necessárias, foi elaborado um fluxograma conforme quadro abaixo.

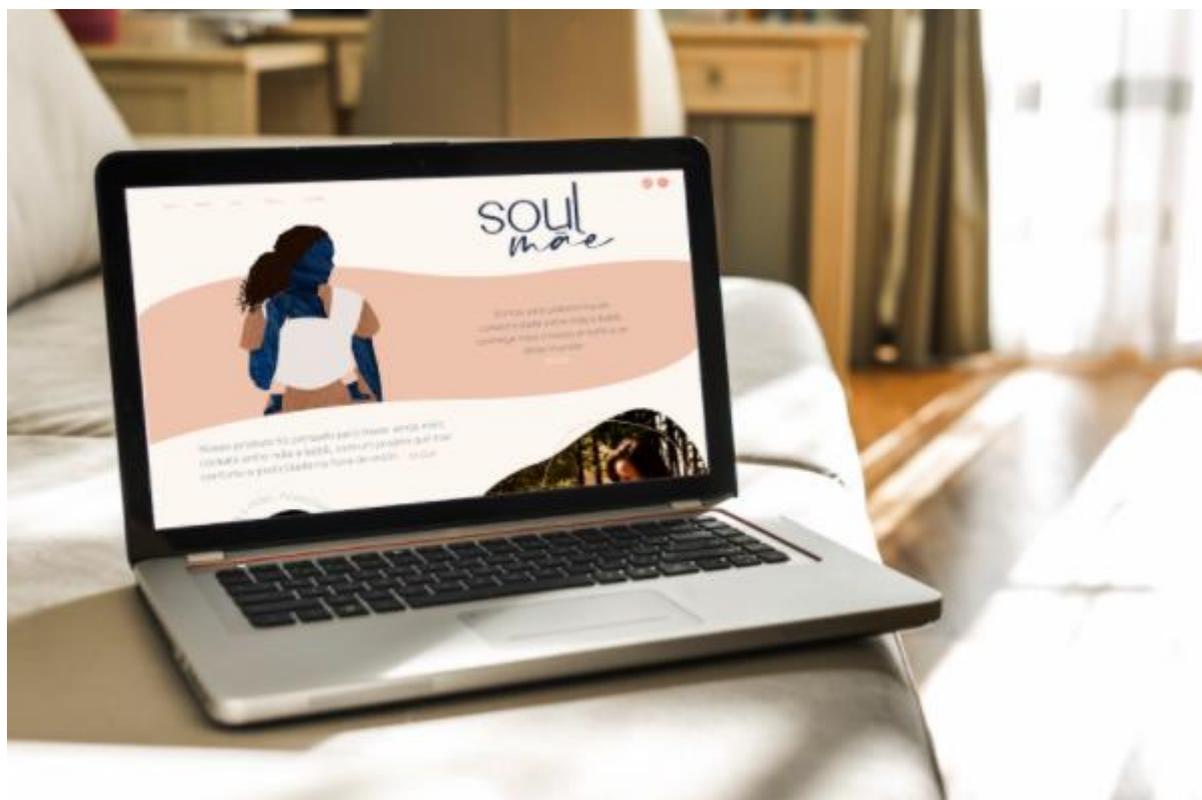
Quadro 04 – Fluxograma site

INICIAR	SOBRE	LOJA	PLANOS	CONTATO	CADASTRO/LOGIN	CARRINHO
<ul style="list-style-type: none"> - Apresentação - Seção produto - Seção app - Newsletter e rodapé 	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentação da marca - manifesto 	<ul style="list-style-type: none"> - Produtos da marca 	<ul style="list-style-type: none"> - Apresentação app - Planos 	<ul style="list-style-type: none"> - Formulário para contato com a marca 	<ul style="list-style-type: none"> - Formulário para cadastro ou login 	<ul style="list-style-type: none"> - Lista de produtos no carrinho - Finalizaçã da compra

Fonte: autora (2021)

O site foi subdividido em 7 telas sendo elas: iniciar, sobre, loja, planos, contato, cadastro/login e carrinho. Todas as telas seguiram a identidade visual do projeto, formando assim uma unidade e facilitando o reconhecimento pelo público.

Figura 57 – Mockup Site

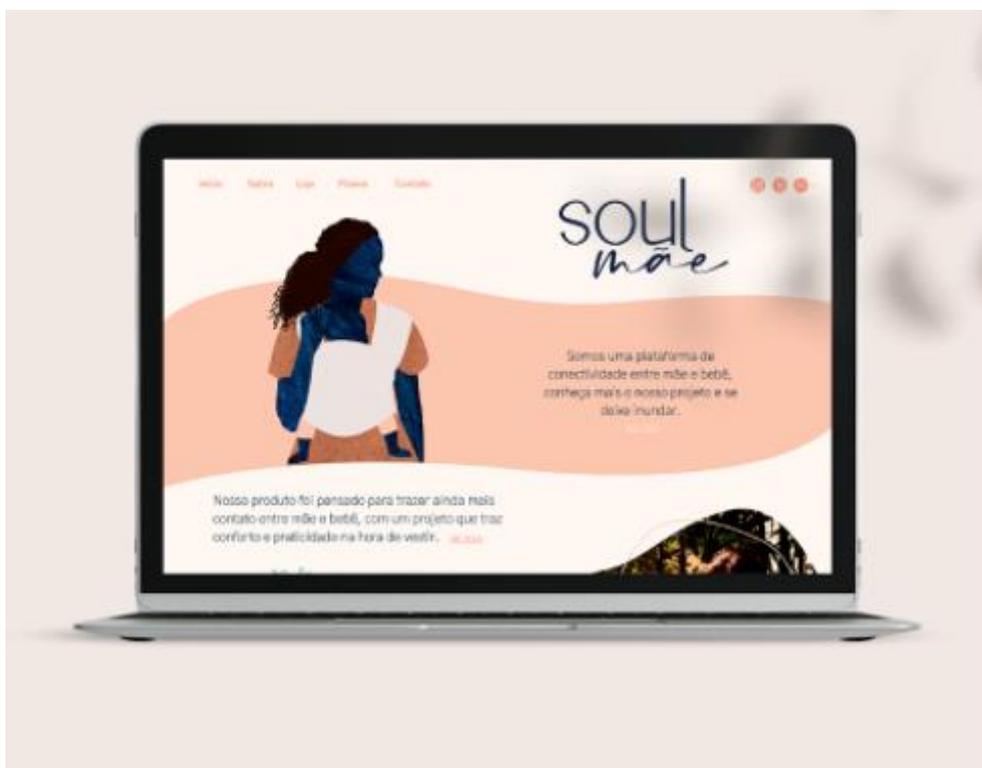


Fonte: autora (2021)

Essa plataforma permitirá ao usuário o entendimento do projeto como um todo, sendo ele algo mais institucional e com o objetivo maior de apresentação da marca. Sendo assim, a página iniciar (figura 58) foi estruturada para fazer um panorama geral, trazendo uma frase de identificação da proposta principal, após é mostrado

fotos do produto em uso e algumas de suas características. A indicação da marca ter um aplicativo com sua respectiva explicação vem logo depois, possuindo uma opção de “ver mais”. Por fim, foi projetado um rodapé com um espaço para se inscrever na newsletter, sendo este, presente em todas as demais páginas do site. Para sua melhor visualização consulte o Apêndice G.

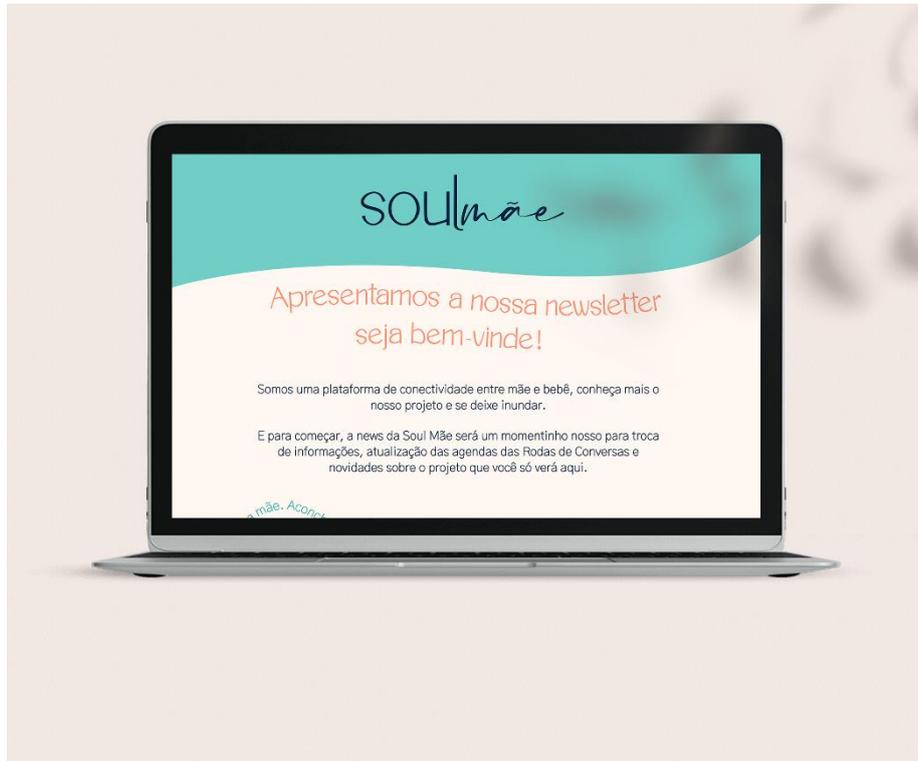
Figura 58 – Site: Início



Fonte: autora (2021)

Dentro da Newsletter, que segue a mesma personalidade da página inicial do site, são trazidos os conteúdos mais falados na semana, bem como as novidades e temas que serão abordados nas rodas de conversa. Outro diferencial desse *report* é ser baseado nas características que foram marcadas ao fazer o cadastro, podendo ser algo mais direcionado para gestantes, puérperas, rede de apoio, entre outras categorias.

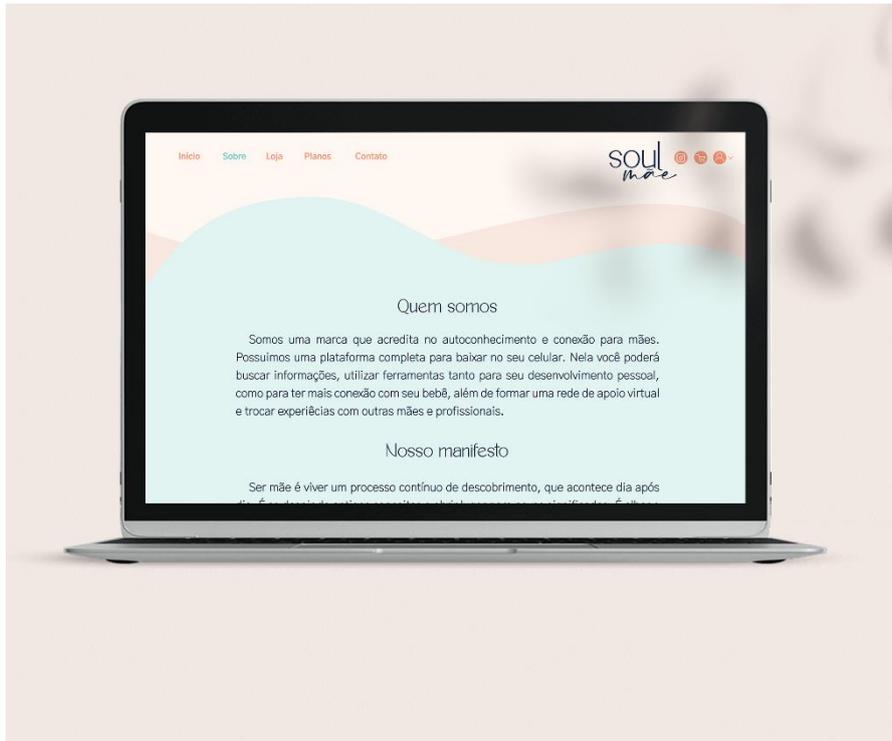
Figura 59 – Newsletter



Fonte: autora (2021)

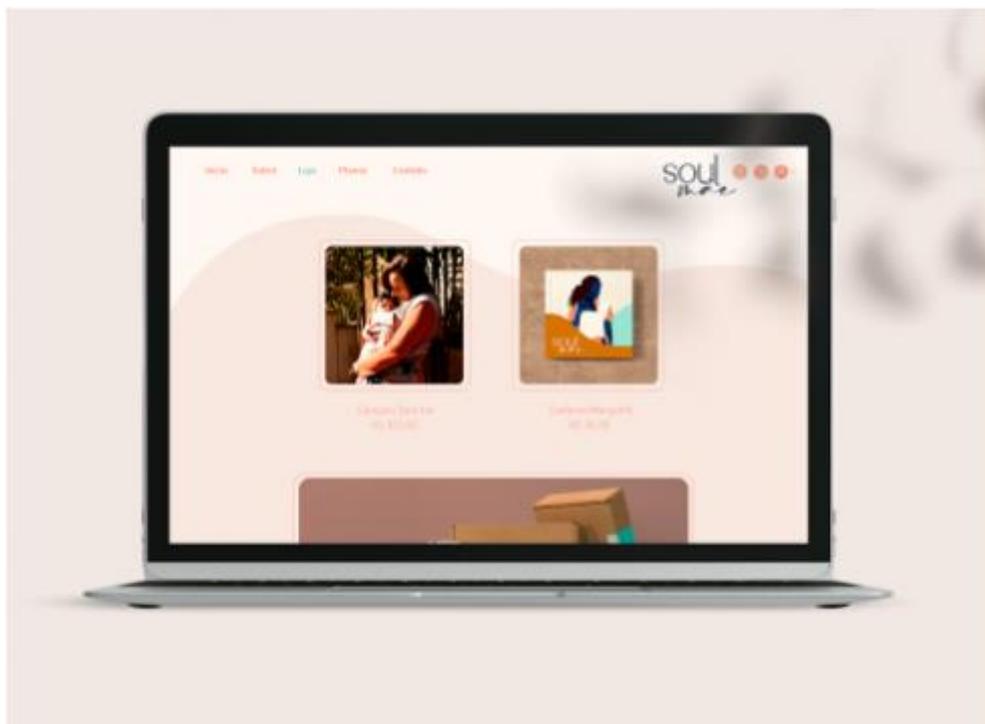
Na tela “Sobre” do site está presente uma explicação sobre o projeto, juntamente com o manifesto da marca. Outra página que terá no site é a “Loja”, nela terão produtos exclusivos da marca, sendo reabastecida ao longo das futuras criações. Para melhor entendimento do usuário em relação aos produtos, sempre serão utilizadas fotos de pessoas utilizando os mesmos.

Figura 60 – Site: Sobre



Fonte: autora (2021)

Figura 61 – Site: Loja

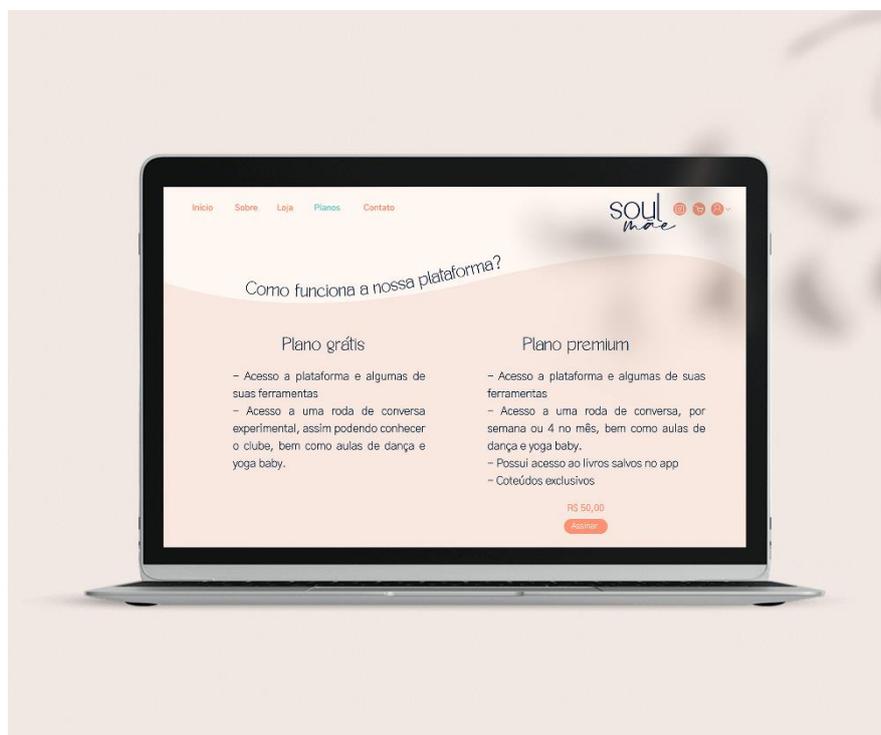




Fonte: autora (2021)

Por fim, as últimas duas telas do site são os planos de assinatura do aplicativo, com explicações das vantagens e itens que abarca, e a tela de contato, onde as usuárias podem tirar suas dúvidas e estabelecer um diálogo com a marca.

Figura 62 – Site: Planos do aplicativo

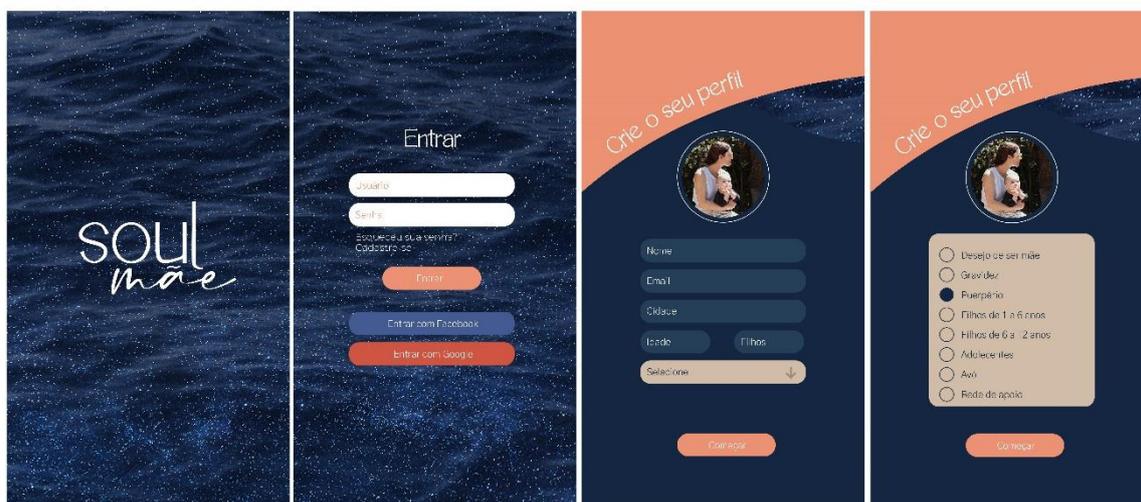


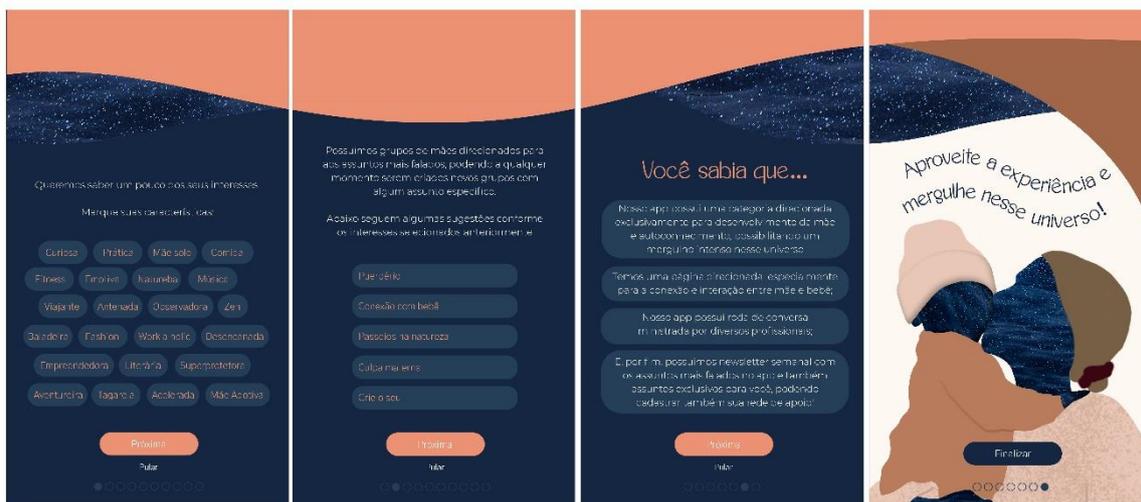
Fonte: autora (2021)

Já para o desenvolvimento do aplicativo, que é o maior responsável pelas interações geradas entre usuário e plataforma, tem três objetivos principais: levar informações para a mãe que está cheia de dúvidas, proporcionar o uso de algumas ferramentas que auxiliem no autoconhecimento da mãe como um todo e por fim, promover maior conexão entre mãe e bebê. O aplicativo foi desenvolvido para ser utilizado nas plataformas Android e iOS.

Ao baixar o aplicativo e fazer o cadastro, são trazidos alguns questionamentos para criar um perfil de usuário, assim direcionando conteúdos e pessoas com características próximas, podendo se cadastrar também pessoas que são redes de apoio da gestante ou puérpera. As imagens com maior tamanho e resolução podem ser visualizadas no Apêndice E.

Figura 63 – Aplicativo: cadastro





Fonte: autora (2021)

Logo após finalizar o cadastro, abre a tela de menu (figura 64), onde pode ser escolhido qual segmento quer interagir. Cada item do menu possui um ícone que traz características de cada divisão, mas sempre buscando trazer elementos que lembrem a identidade visual do universo. Nas “informações” foi trazido como ícone uma folha com anotações e uma caneta com uma tampa de estrela. Nas “relações” a ideia foi trazer várias estrelas com uma linha tracejada ligando todas elas, assim representando tanto uma constelação como a conexão entre várias mães. E no “afetos” pensou-se em representar a mãe como uma estrela maior e o bebê como a estrela menos, onde os dois se complementam em uma composição.

Figura 64 – Aplicativo: menu



Fonte: autora (2021)

Conforme a representação na figura 65, o eixo das informações traz conhecimento de forma ágil com o propósito de possibilitar às usuárias escolhas mais conscientes e empoderadas, podendo ser utilizado com filtros por categoria mãe, bebê ou até mesmo, os dois juntos. Além disso, para este segmento foi pensado em ter a possibilidade de ouvir qualquer reportagem em formato de áudio, assim, facilitando para quem não consegue ler devido ao momento da pesquisa. Outro detalhe a ser observado, é que quando selecionado qualquer um dos segmentos, o ícone principal sempre aparece no cabeçalho, assim possibilitando saber em qual segmento está logo ao visualizar a tela.

Figura 65 – Aplicativo: informações

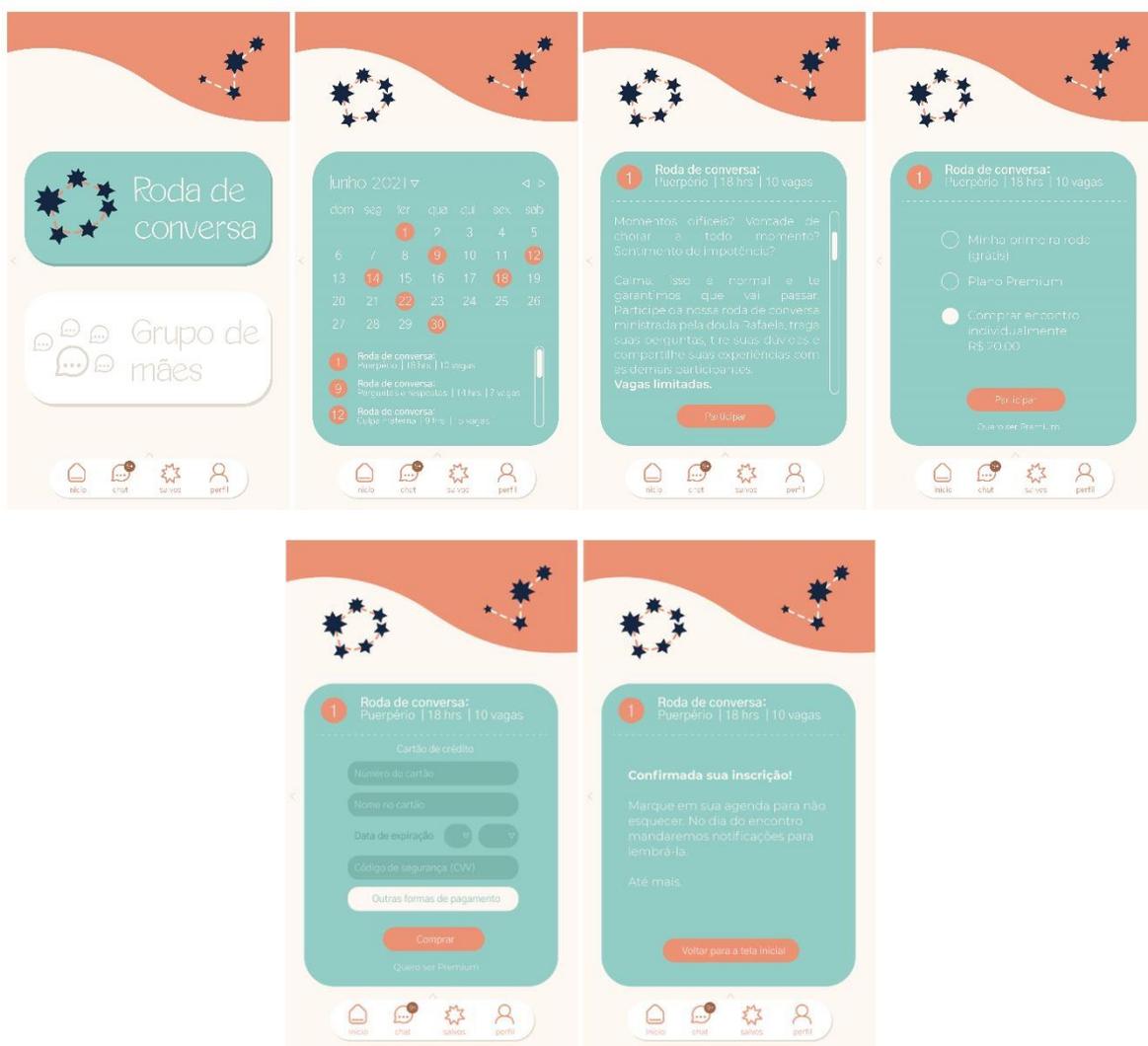


Fonte: autora (2021)

A figura 66 representa a ferramenta roda de conversa, que está dentro do segmento das relações. Seu ícone representa várias estrelas (pessoas) em uma roda, sendo bem literal ao nome e ao mesmo tempo místico. Nessa etapa, será visualizado um calendário com informações sobre assuntos e datas das rodas, precisando ser realizado uma reserva da vaga, pois para todos poderem interagir, sempre terá número de vagas limitado. Ao escolher o assunto que interessa, o usuário é direcionado à escolha do plano (grátis, premium, comprar reunião separado) e após finalizar o processo.

Nessa etapa, a ideia é sempre o evento ser ministrado por um profissional especializado no assunto, assim sendo realmente uma conversa de troca de informações e resolução de dúvidas, proporcionando acolhimento.

Figura 66 – Aplicativo: Relações - roda de conversa



Fonte: autora (2021)

Já o grupo de mães (Figura 67) funcionará de uma maneira mais orgânica, podendo ser criado pelas próprias usuárias do aplicativo. Aconselha-se neste, os grupos serem separados por assunto, assim facilitando a comunicação, e essa informação é exemplificada logo quando é feito o cadastro. Seu ícone é composto por vários balões de fala com cores diferentes, representando as diversas personalidades das pessoas que farão parte dos grupos. Para acessar de maneira mais fácil, pensou-se em trazê-lo na barra de menu fixada no rodapé das telas.

Figura 67 – Relações - grupo de mães



Fonte: autora (2021)

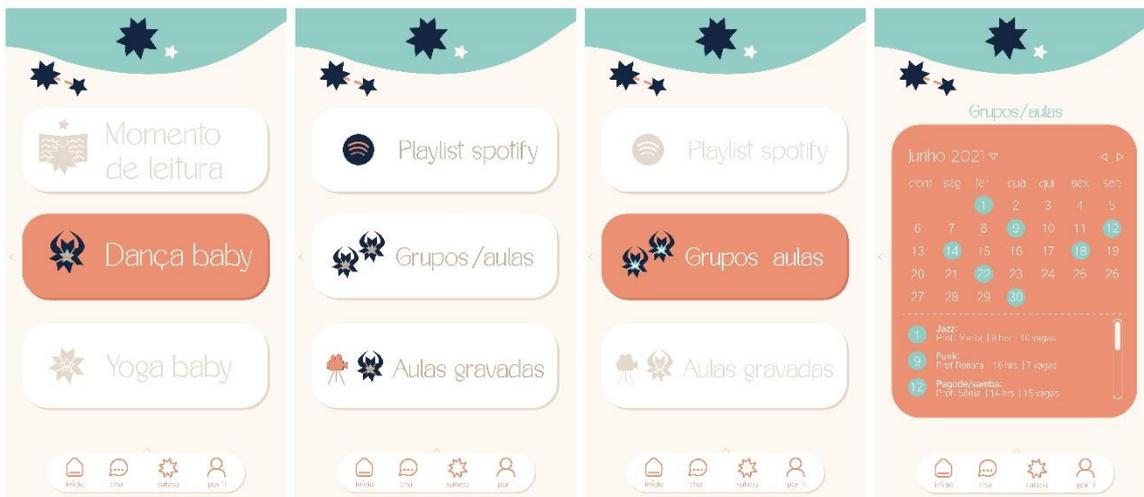
A parte do aplicativo que propõe momentos de interação entre mãe e bebê, que fica dentro do segmento “afetos”, está diretamente ligada ao produto que será proposto pelo projeto, portanto para os ícones das ferramentas que possuem movimento tem uma estrela (mãe) usando um canguru para carregar a estrela bebê. A ideia aqui é ter várias ferramentas para trazer momentos de conexão, acolhimento e afeto. As interações podem ser conferidas nas imagens abaixo.

Figura 68 – Aplicativo: interação mãe/bebê - Leitura



Fonte: autora (2021)

Figura 69 – Aplicativo: interação mãe/bebê - Dança



Fonte: autora (2021)

Figura 70 – Playlist Spotify



Fonte: autora (2021)

Figura 71 – Aplicativo: interação mãe/bebê - Yoga baby



Fonte: autora (2021)

Tanto para a dança quanto para a Yoga baby são utilizadas as mesmas ideias de agendamentos e escolha do plano que foi utilizado nas rodas de conversa.

Por fim, a última parte do aplicativo, mas não menos importante, é a parte de desenvolvimento materno, que traz um viés de autoconhecimento e autoconfiança para escolhas mais conscientes e empoderadas. A ideia foi propor ferramentas que trouxessem reflexão. Dentro do ícone pensado para esse eixo do projeto, foi desenhada uma escada e uma estrela maior (mãe), remetendo a ideia de que é um passo de cada vez, trazendo um crescimento contínuo.

Figura 72 – Aplicativo: desenvolver materno - Diário



Fonte: autora (2021)

Dentro das ferramentas propostas, uma delas foi o diário de bordo, que traz uma ideia de planner, assim a mãe podendo organizar melhor a sua rotina e tentar tirar um tempinho para si mesma e para o seu autocuidado. Além disso, são propostas pequenas tarefas e seus significados, para fazer de manhã, tarde e noite, todas elas promovendo momentos em que a puérpera possa respirar, e se reencontrar.

Figura 73 – Aplicativo: desenvolver materno - sentimentos



Fonte: autora (2021)

A fim de a puérpera poder fazer um monitoramento de seus sentimentos, foi proposto um ambiente em que ela pudesse inserir seus sentimentos (figura 73), trazendo também esse momento à consciência, podendo então ser trabalhado mais profundamente, se a mesma desejar.

Figura 74 – Aplicativo: desenvolver materno - escrita



Fonte: autora (2021)

A última ferramenta a ser proposta no aplicativo, é a que traz um momento para escrever. A habilidade da escrita revela ao longo do tempo sentimentos incubados e mais intimidade consigo mesmo, outra vantagem dessa ferramenta é a oportunidade de ler os bilhetes e cartas em períodos curtos ou longos, podendo assim lembrar momentos vividos. Além disso, essa ferramenta promove um momento exclusivo consigo mesmo.

Para melhorar a usabilidade do aplicativo, foi pensado em algumas facilidades através de "arraste para cima" para a visualização das agendas (figura 75), um ícone na barra de menu fixo para salvar as reportagens e notícias que considera importantes e também para salvar as ferramentas mais usadas, podemos os mesmos serem separados em pastas diferentes. Outra particularidade é o perfil, que faz um direcionamento direto às informações contidas no site, assim tendo interação entre as duas plataformas.

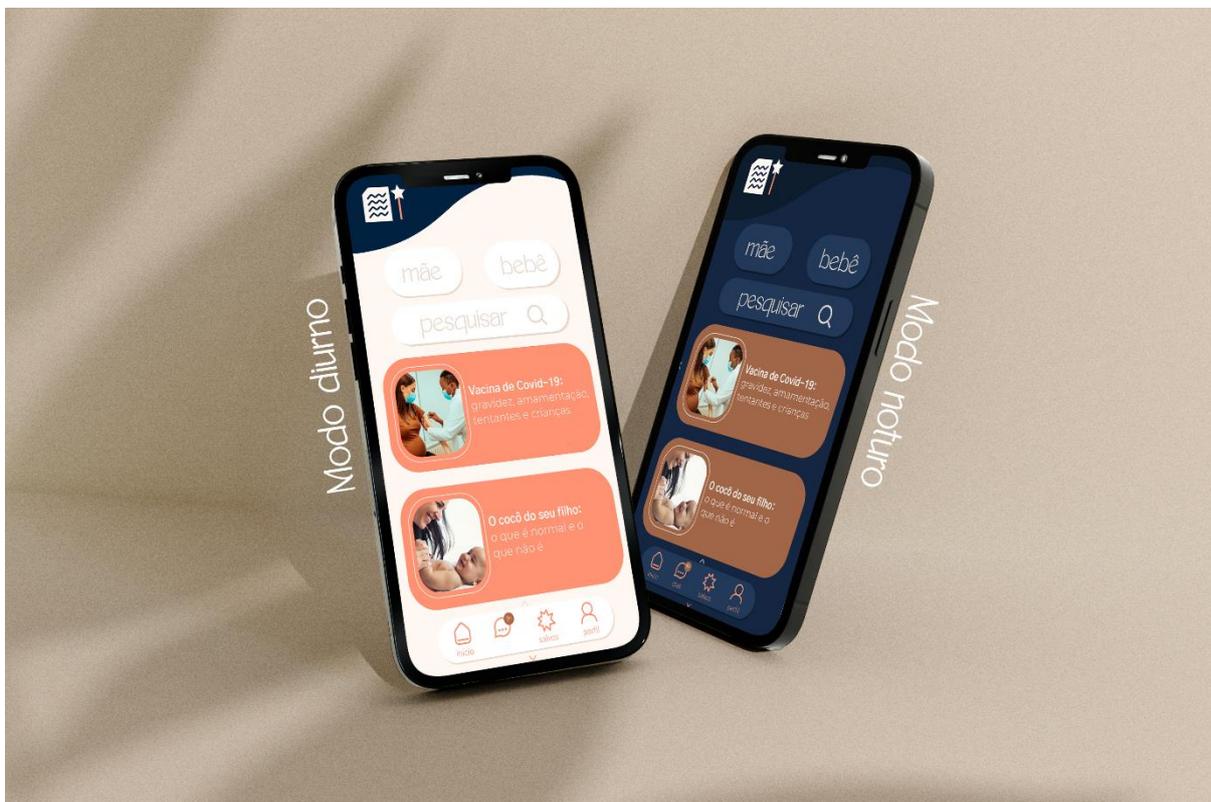
Figura 75 – Aplicativo: facilidades



Fonte: autora (2021)

Para ele poder ser usado por mães em horários variados, foi considerado modos de uso diurno e noturno, conforme representação da figura 76.

Figura 76 – Mockup app modo diurno e modo noturno



Fonte: autora (2021)

Por fim, a última etapa do trabalho é a apresentação do produto, que teve inspirações e objetivo de trazer sentimentos como conforto, liberdade, acolhimento e aconchego.

Figura 77 – Canguru Soul Lar



Fonte: autora (2021)

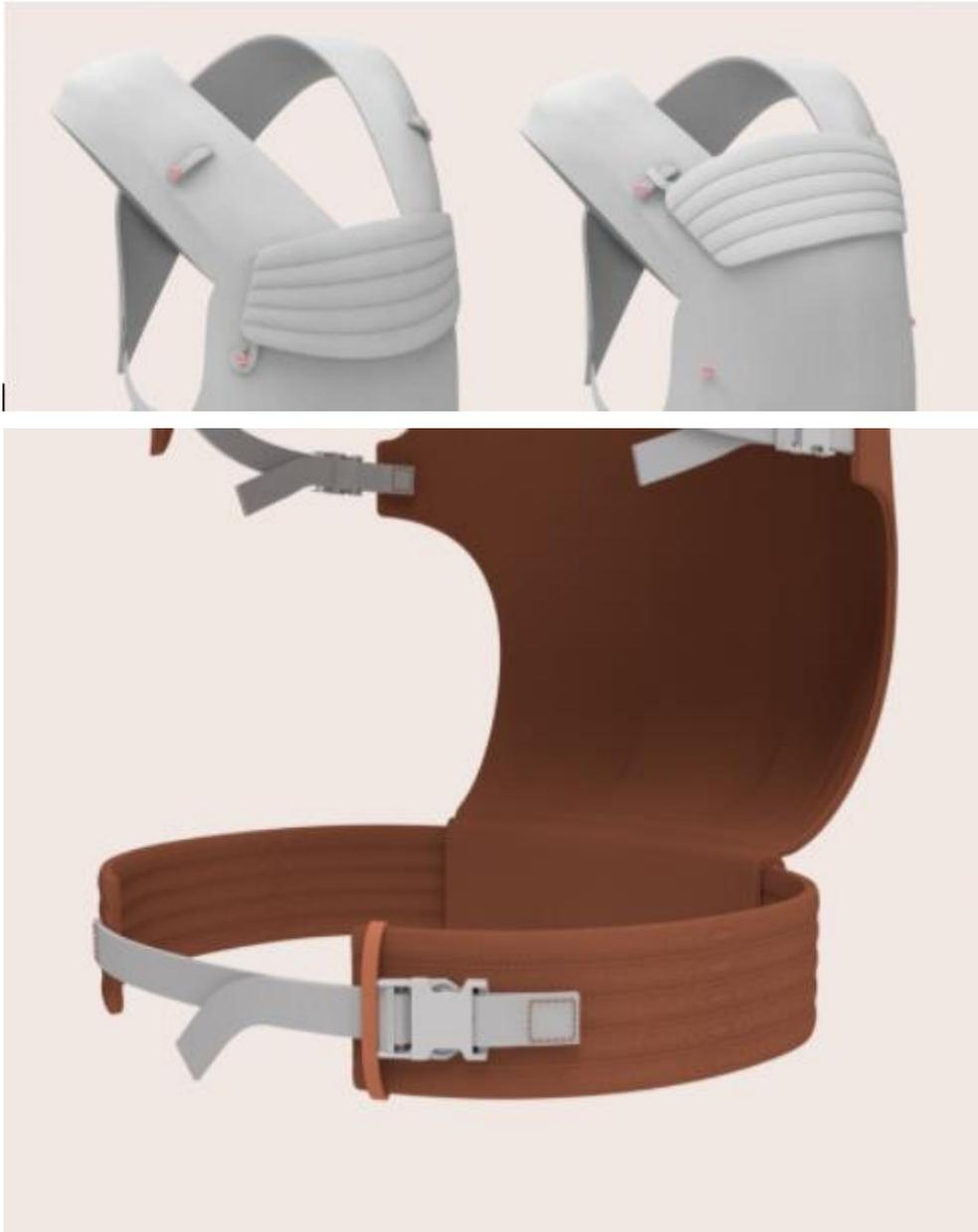
O produto Soul Lar foi projetado para ter o mínimo de peças e costuras possíveis, com a ideia de trazer uma aparência de unicidade, promovendo consequentemente conforto. Para a sua construção foram utilizados os padrões do homem, da mulher e da criança descritos no livro: *As medidas do homem e da mulher: fatores humanos em design* (TILLEY, A. R.; ASSOCIATES H. D., 2007).

Ele é composto por alças de tecido que se adaptam a diversos tipos de corpos, sendo elas ajustáveis aos ombros, podendo deixá-las mais estreitas e também mais largas. Além disso, as duas alças possuem regulagem através de uma peça plástica e fita têxtil. Em relação a materiais foram utilizados, para a construção das alças, malha em algodão antialérgico, sendo compostas cada uma por três camadas e costura invisível, costurado todo pelo avesso e virado para não ter sobras (figura 78).

O corpo, projetado em peça única, tem a função de abraçar, tanto o bebê quanto a mãe. O bebê fica em contato direto com a pessoa que o está carregando, trazendo segurança e conexão através do calor, sons, cheiros e contato pele a pele. Em relação a materiais foram utilizados, uma camada em malha de algodão antialérgico, uma camada em fibra siliconada de 5 milímetros, para dar estrutura e finalizando com outra camada de malha. Além disso, possui várias pequenas funcionalidades para trazer mais praticidade no dia a dia. Uma delas é a lapela da alça, que possui duas funções diferentes, a primeira é segurar e prender o extensor aberto e a segunda é para prender a bolsa, quando utilizado em passeios (figura 78).

Figura 78 – Detalhamentos produto





Fonte: autora (2021)

Outra peça do produto é o cinto, que traz toda a sustentação para suportar o peso do bebê. Para a construção dele foi usado malha, fibra siliconada de 1 cm e outra camada de malha, assim trazendo maior firmeza. O fechamento é feito por uma peça plástica de encaixe rápido e possui uma trava de segurança caso a peça se abra.

Abaixo seguem as cores disponíveis do produto e imagens do protótipo em uso.

Figura 79 – Cartela de cores do produto



Fonte: autora (2021)

Figura 80 – Foto protótipo





Fonte: autora (2021)

Ao comprar o produto, a usuária o receberá dentro de um saco de Tyvek, que é um material leve, impermeável feito de fibras de polietileno de alta densidade. Essa escolha se deu para a cliente receber o produto limpo e protegido, evitando plásticos de descarte rápido e com a possibilidade e incentivo de reutilizá-lo para outras funções. Tudo isso será enviado dentro de uma caixa de Kraft com adesivo em sulfite para fechamento. Adesivo e saco podem ser encontrados no Apêndice I e faca de corte da caixa no Apêndice.

Figura 81– Embalagem do produto



Fonte: autora (2021)

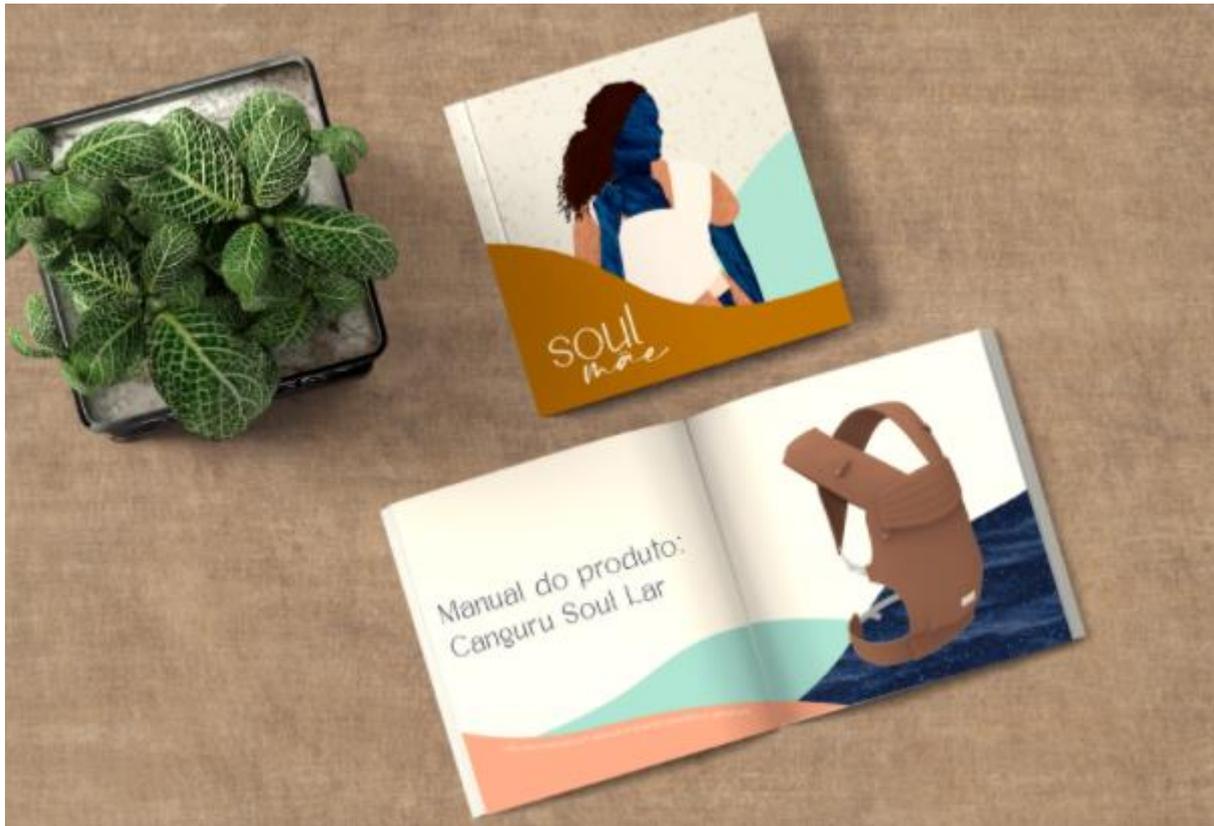
Juntamente com o produto irá uma tag que é um cartão presente, incentivando a conhecer e testar o aplicativo, nele tem um cupom para poder utilizar a plataforma por dois meses na versão premium, assim unindo o online com o offline (figura 82).

Figura 82 – Tag + cartão presente



Fonte: autora (2021)

Figura 83 – Caderno de ferramentas e manual do produto



Fonte: autora (2021)

Por fim, juntamente com o manual do produto, terá um caderno de atividades (figura 83) , propondo algumas reflexões para a usuária e trazendo uma atividade mais analógica, através da própria escrita. O manual completo pode ser visto no Apêndice H.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração deste projeto se deu pela vontade de entender um pouco mais do universo da maternidade que é tão vasto. Assunto esse, que exigiu aprofundamento e diversos estudos, análises e entrevistas com mães e profissionais, possibilitando então, ter um olhar mais aprofundado sobre o tema e, principalmente, compreender como o design poderia contribuir com as mães que estão passando pelo período do puerpério.

Ao identificar os pontos de dores enfrentados por essas mães, pôde-se ter mais clareza dos caminhos a serem seguidos. As dificuldades vividas se transformam em sentimentos de insegurança e culpa, muitas vezes trazendo o medo de se desconectar ou afastar-se do bebê. Essas sensações são reflexos de julgamentos e intitulações impostas pela sociedade e pela performance exigida no meio materno.

Entendeu-se portanto, que para solucionar o problema seria necessário trabalhar em diversos pilares como: empoderamento, autoconhecimento, informações para essas mulheres, além de oportunizar maneiras de manter e estabelecer o vínculo com o bebê.

Através disso, foi criado um pensamento 360° entregando ferramentas que trabalhassem de maneira online e offline, fornecendo informações de qualidade, bem como resolução de dúvidas com profissionais, pois acredita-se que ao terem conhecimento sobre as situações que podem surgir, teriam portanto, maior certeza do que precisaria ser feito. A proposta também carrega um apoio muito importante no autoconhecimento, trazendo assim, sentimentos de confiança, autoestima e poder de decisão. Além disso, foi pensado em ferramentas, juntamente com um produto, que trouxesse o bebê ainda mais perto da mãe, diminuindo assim, os medos de desconexão e proporcionando acolhimento para o recém-nascido, mas mesmo assim, trazendo liberdade e praticidade para a mãe.

Este projeto tem muitos espaços ainda para serem trabalhados e acrescentados, estando aberto para constantes evoluções e criação de novas ferramentas para o meio. Além disso, a maternidade é realmente um mergulho intenso, profundo e irreversível, capaz de proporcionar novas vivências a cada ano que passa, assim como a vida, que encerra as suas fases mas que todos os dias inicia novos processos.

8. REFERÊNCIAS

BABYCENTER BRASIL. Disponível em: <<https://brasil.babycenter.com/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

BABYCENTER BRASIL. Disponível em: <<https://www.instagram.com/babycenterbr/?hl=pt-br>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

BABY TULA. Disponível em: <<https://babytula.com/collections/ergonomic-baby-carrier-toddler/products/antlers-tula-toddler-carrier>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

BARRETO, Maria. **O Pequeno livro sobre o puerpério**. 1. ed. São Paulo: Primavera Editora, 2020.

BOBA. Disponível em: <<https://boba.com/collections/boba-x/products/boba-x-denim-rain>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

BORTOLASSO, Andressa. **Sintonia de Mãe**. 1. ed. Nova Petrópolis: Luz da Serra Editora, 2018.

CADERNETA DA GESTANTE MINISTÉRIO DA SAÚDE 2018. Disponível em: <<https://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2018/agosto/31/Caderneta-da-Gestante-2018.pdf>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **“Especial licença maternidade: evolução das leis e costumes sobre a licença maternidade no Brasil”**. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/radio/programas/293878-especial-licenca-maternidade-2-evolucao-das-leis-e-costumes-sobre-licenca-maternidade-no-brasil-0602/>>. Acesso em: 28 de junho de 2021.

CANALTECH. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

COLETIVO MAIN. Disponível em: <<https://www.instagram.com/coletivomain/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

COLETIVO MAIN. Disponível em: <<https://www.coletivomain.com/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

CORREIA, Maria de Jesus. **“Sobre a maternidade”**. Análise psicológica. - Psicóloga Clínica na Maternidade Dr. Alfredo da Costa. Lisboa. p. 7. 1998.

COSCO KIDS. Disponível em: <<https://www.coscokids.com.br/loop>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

DINIZ, Paula. A maternidade como ela é. **Isto é**, 2018. Disponível em: <<https://istoe.com.br/a-maternidade-como-ela-e/>>. Acesso em: 21 de abril de 2021.

DONA CHICA SLING. Disponível em: <<https://www.donachicasling.com.br/>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

DUPONT. Disponível em: <<https://www.dupont.com/tyvekdesign.html>>. Acesso em: 09 de julho de 2021.

EMIDIO, T. S.; HASHIMOTO, F.. **“Poder feminino e o poder materno: Reflexões sobre a construção da identidade feminina e da maternidade”**. Tese (Doutoranda em Psicologia) - UNESP - Universidade Estadual Paulista em Franca. São Paulo. p. 10. 2008.

ERGOBABY. Disponível em: <<https://ergobaby.com/baby-carrier/embrace/embrace-oxford-blue>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

GUTMAN, Laura. **Mulheres visíveis, mães invisíveis**. Tradução Luís Carlos Cabral. 1. ed. Rio de Janeiro: Best Seller Editora, 2013.

INTERNATIONAL HIP DYSPLASIA INSTITUTE. Disponível em: <<https://hipdysplasia.org/hip-healthy-products/>>. Acesso em: 08 de julho de 2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock>. Acesso em: 28 de junho de 2021.

LEITE, Mirlane Gondim. **“Sentimentos advindos da maternidade: Revelações de um grupo de gestantes”**. Psicologia em estudo - Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza-CE, Brasil. 2014.

LÖBACH, Bernd. Design Industrial: Bases para a Configuração dos Produtos Industriais. São Paulo: Edagrd Blücher Ltda, 2001.

LUPTON, Ellen. **O Design como storytelling**. [tradução Mariana Bandarra]. Osasco, São Paulo. Editora: G. Gili, 2020.

LUPTON, Ellen. **Intuição, ação, criação: Graphic Design Thinking**. [tradução Mariana Bandarra]. Osasco, São Paulo. Editora: G. Gili, 2013.

MÃE FORA DA CAIXA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/maeforadacaixaapp/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

MÃE FORA DA CAIXA. Disponível em: <<https://www.maeforadacaixa.app/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

MÃE FORA DA CAIXA. Disponível em: <<http://www.maeforadacaixa.com.br/quem-somos-2/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

MAMÃE COMPLETA. Disponível em: <<https://mamaecompleta.com.br/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

MAMÃE COMPLETA. Disponível em: <<https://www.instagram.com/mamaecompleta.oficial/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

MELO, A; ABELHEIRA, R. **Design Thinking & Thinking Design: Metodologia, ferramentas e reflexões sobre o tema**. São Paulo, SP. Editora: Novatec, 2015.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/08/ministerio-da-saude-lanca-campanha-de-incentivo-a-amamentacao>>. Acesso em: 28 de junho de 2021.

MULTIKIDS BABY. Disponível em: <<https://www.multikidsbaby.com.br/canguru-para-bebe-fisher-price-preto-bb310/p>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

NORMAN, Donald A.. **O design do dia-a-dia**. [tradução: Ana Deiró]. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2008.

O QUE É SER MÃE? Respondemos às principais pesquisas do Google. **Pais & filhos**, 2019. Disponível em: <<https://paisefilhos.uol.com.br/familia/o-que-e-ser-mae-respondemos-as-principais-pesquisas-do-google/>>. Acesso em: 24 de abril de 2021.

PACOTINHO SLING. Disponível em: <<https://pacotinhosling.com.br/produtos/sling-passaros-floral/>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

PUERPÉRIO: cuidados essenciais no período pós parto. **Hospital São Lucas da PUCRS**, 2019. Disponível em: <<https://www.hospitalsaolucas.pucrs.br/puerperio-cuidados-especiais-no-periodo-pos-parto/>>. Acesso em: 26 de abril de 2021.

RADAEL, Gisely Moura. **Respeite a Mãe**. 1. ed. 2019.

REDE AMPARO. Disponível em: <<https://www.instagram.com/somosamparo/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

REDE AMPARO. Disponível em: <<https://www.redeamparo.com.br/>>. Acesso em: 09 de junho de 2021.

REVISTA CRESCER. "**Extero Gestação: a gravidez pode durar mais de 9 meses?**". Disponível em: <<https://revistacrescer.globo.com/Bebes/Cuidados-com-o-recem-nascido/noticia/2017/01/exterogestacao-gravidez-pode-durar-mais-de-9-meses.html>>. Acesso em: 29 de junho de 2021.

REVISTA VIVA SAÚDE. "**Gestação para além do útero**". Disponível em: <<https://www.spsp.org.br/PDF/Materia-exterogestacao.pdf>>. Acesso em: 29 de junho de 2021.

RIBEIRO, Samila Gomes. "**Qualidade de vida relacionada à saúde em mulheres no puerpério imediato: Uma análise a partir de diferentes tipos de parto**". Tese (Doutoranda em Enfermagem) - Universidade Federal do Ceará. Fortaleza. p. 113. 2016.

SALAZAR, Violeta Sarai. "**Mães, falemos de maternidade**". **Estudo antropológico da maternidade**. Tese (Mestranda PPGAS) - Instituição de ensino superior em Manaus. Amazonas. p. 20. 2018.

SAÚDE BRASIL. "**A importância do leite materno nos primeiros seis meses da criança**". Disponível em: <<https://saudebrasil.saude.gov.br/eu-queiro-me-alimentar-melhor/a-importancia-do-leite-materno-nos-primeiros-seis-meses-da-crianca>>. Acesso em: 28 de junho de 2021.

STEFANELLO, Juliana. "**A vivência do cuidado no puerpério: as mulheres construindo-se mães**". Dissertação (Pós-graduação em Enfermagem) - Universidade de São Paulo. Ribeirão Preto. p. 118. 2005.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é Design Thinking de Serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TILLEY, A. R.; ASSOCIATES H. D. **As medidas do homem e da mulher: fatores humanos em design**. [tradução: Alexandre Salvaterra]. Porto Alegre: Editora Bookman, 2007.

TONETO, L. M.; COSTA, F. C. X.. **“Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa”**. Strategic Design Research Journal. São Leopoldo, RS. p. 1-10. Dezembro, 2011.

UNA-SUS. **“Pesquisa inédita revela que índices de amamentação cresceram no Brasil”**. Disponível em: <<https://www.unasus.gov.br/noticia/pesquisa-inedita-revela-que-indices-de-amamentacao-cresceram-no-brasil>>. Acesso em: 28 de junho de 2021.

VILARINHO, Thais. **Mãe recém-nascida**. 1. ed. São Paulo: Buzz Editora, 2019.

ZANATTA, Edinara. **“Ela enxerga em ti o mundo”**: A Experiência da **Maternidade pela Primeira Vez**. Monografia (Pós-graduação em Psicologia) - Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. p. 14. 2015.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO ONLINE UTILIZADO NA PESQUISA PRIMÁRIA

Pesquisa TCC Design - Sabrina Isse

Olá!

Meu nome é Sabrina Isse e estou fazendo a pesquisa do meu TCC de Design, na Universidade de Caxias do Sul (UCS – CARVI), cujo tema é: puerpério (pós-parto) voltado para os cuidados da mulher.

O intuito dessa pesquisa é entender os sentimentos e expectativas X realidade vividas por mulheres durante sua gravidez e depois do nascimento da(o) sua(seu) filha(o).

O objetivo principal do trabalho é poder ajudar outras mulheres a se autoconhecer, criar redes de apoio, diminuir a ansiedade, criar uma fortaleza dentro de si e poder viver uma vida mais leve seguindo o que acredita.

Seu relato e suas respostas são muito importantes para a construção da pesquisa primária do projeto, mas caso não se sinta confortável em responder alguma pergunta, está tudo certo 😊

A maioria das perguntas são descritivas, para que eu possa realmente entender a visão de cada mulher que responder a pesquisa. Então estou super aberta a sugestões, relatos, críticas e qualquer coisa que possa agregar ao trabalho.

Vou deixar meu número caso queira entrar em contato para conversarmos e trocar uma ideia.

(54) 996574559

@sabrinaire

Mande para suas amigas que tiveram bebê recentemente (últimos 3 anos) para que elas possam também contribuir com o projeto.

Grata desde já.

Nome: (opcional)

Texto de resposta curta

Com quantos anos você teve bebê e quantos anos você tem agora? *

Texto de resposta curta

Quantos filhas(os) você tem? *

1

2

3 ou mais

Sua gravidez foi planejada? *

Sim

Não

Como você vê o seu parto? Quais os sentimentos que você quer relatar sobre? Parto normal ou cesárea? *

Texto de resposta longa

Como você relataria do seu puerpério e quanto tempo você considera que durou? *

Texto de resposta longa

Como foi a sua relação com a amamentação? Caso se sentir à vontade comente sobre. (ex: por quanto tempo amamentou, se sentiu frustrada em algum momento, como foram os primeiros dias...)

Texto de resposta longa

Você teve períodos de privação do sono? Relate como foi esse período.

Texto de resposta longa

Se você pudesse descrever o puerpério em uma palavra, o que seria, na sua opinião? *

Texto de resposta longa

Quais foram as suas maiores alegrias e descobertas nesse período? *

Texto de resposta longa

Qual era a sua principal preocupação/medo pós-parto? *

Texto de resposta longa

Em algum momento você criou expectativas e não conseguiu realizar? Você se sentiu frustrada? *
Relate como se sentiu e como superou.

Texto de resposta longa

Teve algum momento em que você se sentiu incapaz/culpada? Caso se sentir à vontade comente sobre.

Texto de resposta longa

Você se comparou com outras mulheres (mães)? Como se deu essa relação? *

Texto de resposta longa

Você possui rede de apoio? Quem são as pessoas que fazem parte dessa rede? Relate também *
a importância dessa rede na sua opinião.

Texto de resposta longa

Você segue a sua intuição para tomar decisões? *

Texto de resposta longa

Como você se relaciona com a sua mulher interior e sua feminilidade após virar mãe? *

Texto de resposta longa

A sua relação com o seu corpo mudou após a gravidez? Como isso te afeta? *

Texto de resposta longa

Você tem rotinas de autocuidado? Se quiser, relate algumas. (ex: rotinas, produtos que usou para higiene pessoal..)

Texto de resposta longa

Como você se enxerga no passado e como você se enxerga hoje? Sente uma evolução? *

Texto de resposta longa

Como passou a ser a sua relação com o tempo após virar mãe? *

Texto de resposta longa

Como a pandemia impactou na sua vida, relacionado a esse período de filhos + pós-parto. *

Texto de resposta longa

Quando recebeu visitas, a atenção foi toda voltada ao bebê ou também houveram cuidados em relação a você? Como se sentiu? *

Texto de resposta longa

Durante a sua gravidez, você consumiu conteúdo sobre pós-parto? Se sim, cite alguns conteúdos e em quais plataformas buscou.

Texto de resposta longa

Você acha que conteúdo pós-parto deve ser mais explorado e compartilhado? E o que você considera mais importante compartilhar?

Texto de resposta longa

Você participa de grupos de mães? Em quais plataformas?

Texto de resposta longa

Nesses grupos de mães, vocês falam mais sobre o que está acontecendo com os filhos, ou com vocês mesmas?

Texto de resposta longa

Qual recado você diria a outras mães (futuras/atuais) sobre o puerpério? *

Texto de resposta longa

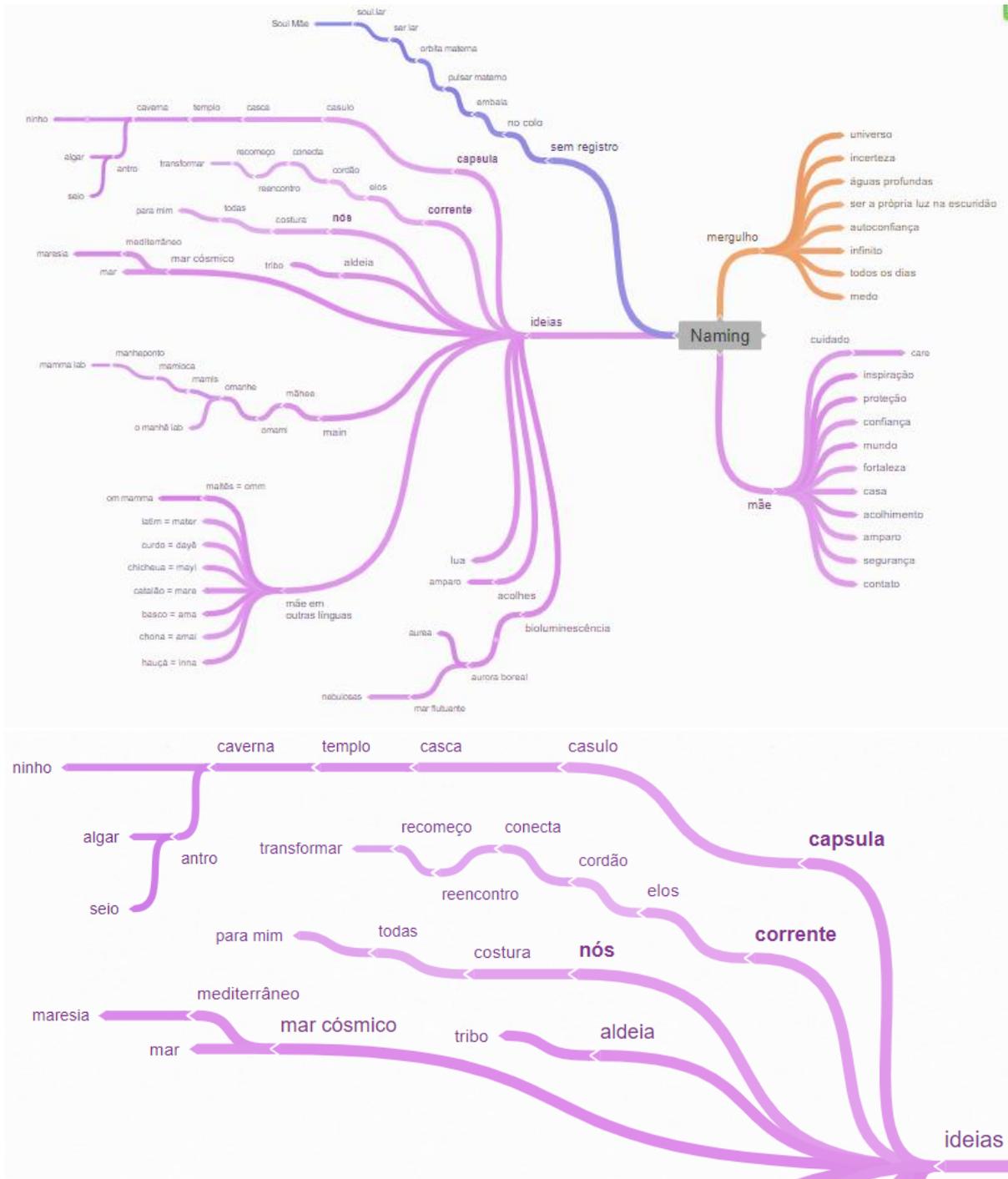
Sugestões, relatos, críticas

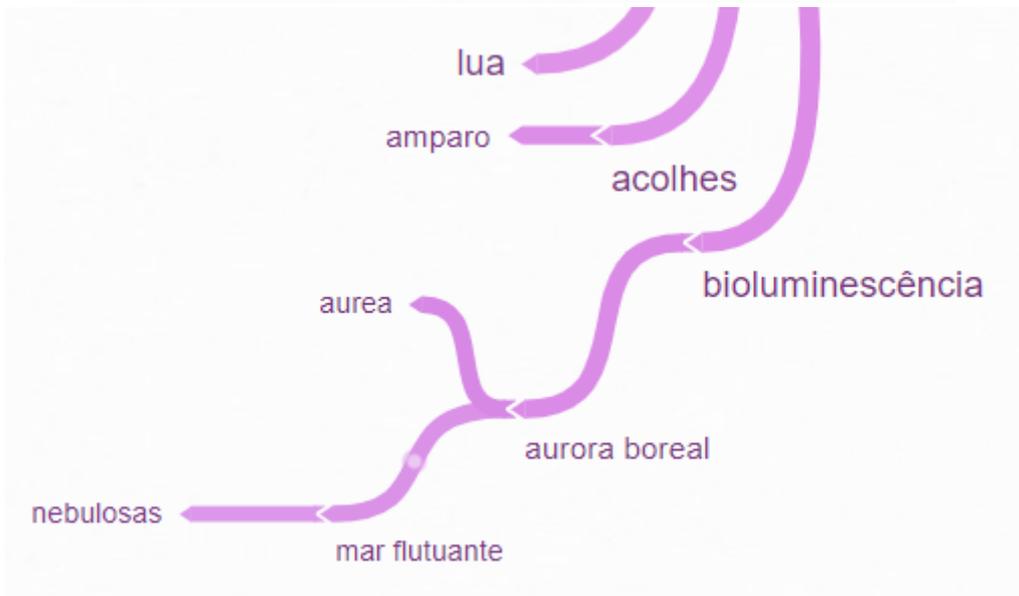
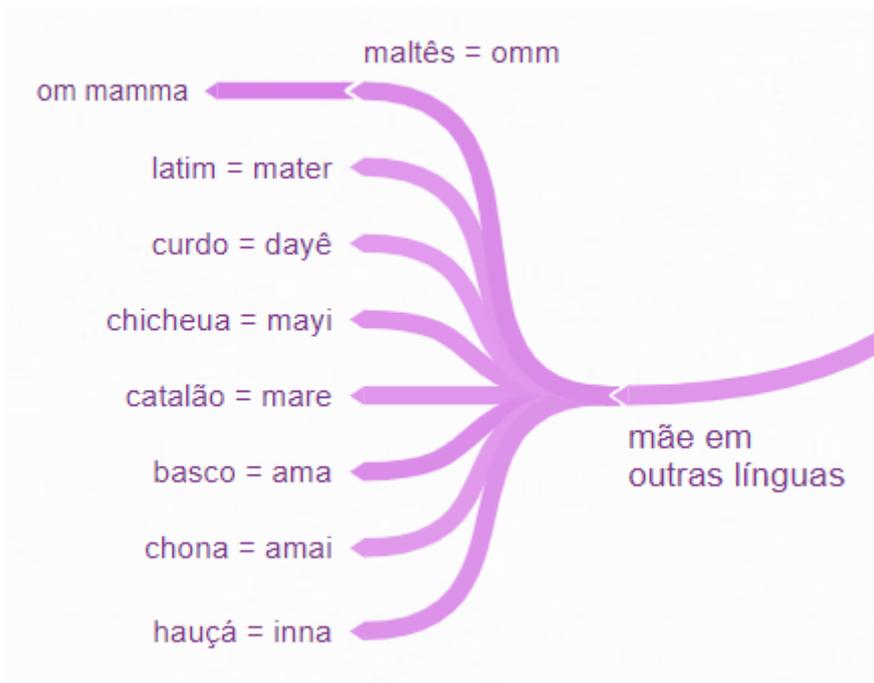
Texto de resposta longa

Deixe seu nome e contato caso queira participar da pesquisa secundária, que será mais focada a pontos específicos do tema.

Texto de resposta longa

APÊNDICE B - BRAINSTORMING DO NAMING







APÊNDICE C - PESQUISA DE REGISTRO DE MARCA NO INPI

 BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 09:36:48)

Marca: soul mãe

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **29/06/2021** - Nº da Revista:

 BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 09:38:24)

Marca: soul lar

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **29/06/2021** - Nº da Revista:

 BRASIL	Acesso à informação	Participe	Serviços	Legislação	Canais
--	---------------------	-----------	----------	------------	--------

Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI

[Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 13:24:28)

Marca: no colo

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **29/06/2021** - Nº da Revista:

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 13:25:32)

Marca: "embala"

Foram encontrados **6** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **1**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
811756998	29/10/1984	M EMBALA	✗ Extinto	EMBALA - EMPRESA NORDESTINA DE EMBALAGENS LTDA.	20 : 35
813774128	30/09/1987	M EMBALA	✗ Arquivado	INDUSTRIA DE EMBALAGENS LAGES LTDA	20 : 35
815067496	03/08/1989	M EMBALA	✗ Arquivado	EMPRESA DE EMBALAGEM DA AMAZONIA LTDA	16 : 10
828936048	19/01/2007	M EMBALA	✗ Arquivado	SOL EMBALAGENS PLÁSTICAS LTDA.	NCL(9) 16
828936056	19/01/2007	M EMBALA	✗ Arquivado	SOL EMBALAGENS PLÁSTICAS LTDA.	NCL(9) 35
840677782	15/10/2013	M EMBALA	✗ Pedido definitivamente arquivado	Embala São João Ltda Me	NCL(10) 35

Páginas de Resultados:

1

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 13:26:04)

Marca: pulsar materno

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **29/06/2021** - Nº da Revista:

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 13:26:30)

Marca: orbita materna

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **29/06/2021** - Nº da Revista:



» Consultar por: [Pesquisa Básica](#) | [Marca](#) | [Titular](#) | [Cód. Figura](#)]

RESULTADO DA PESQUISA (01/07/2021 às 13:26:56)

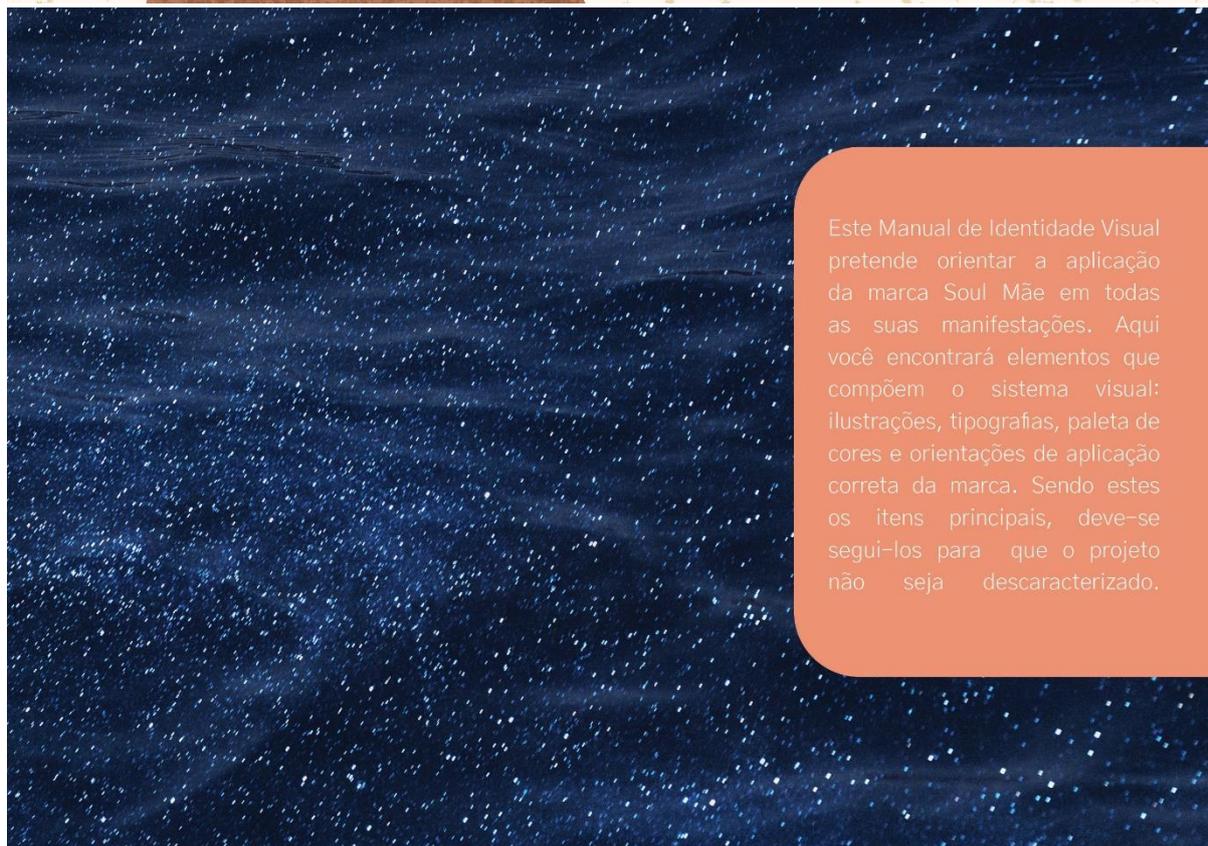
Marca: ser lar

- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.

AVISO: Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.

Dados atualizados até **29/06/2021** - Nº da Revista:

APÊNDICE D - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



Este Manual de Identidade Visual pretende orientar a aplicação da marca Soul Mãe em todas as suas manifestações. Aqui você encontrará elementos que compõem o sistema visual: ilustrações, tipografias, paleta de cores e orientações de aplicação correta da marca. Sendo estes os itens principais, deve-se segui-los para que o projeto não seja descaracterizado.

Sumário

Norteadores estratégicos	06
A marca	08
Grid	09
Arejamento e reduções	10
Restrições	11
Tipografia	12
Paleta de Cores	14
Estampas e ícones	16
Ilustrações	18
Aplicações	22
Aplicativo	29
Site	30
Redes Sociais	31

4

acredite na sua potência
acredite na sua potência
acredite na sua potência
acredite na sua potência

5

Ser mãe é viver um processo contínuo de descobrimento, que acontece dia após dia. É se despir de antigos conceitos e abrir lugar para novos significados. É olhar o mundo de um outro ângulo e aprender a se respeitar.

Se tornar mãe é se autoconhecer profundamente, em um mergulho infinito no seu próprio interior. É olhar para outras mães com mais ternura, deixando de lado julgamentos antes feitos.

Se tornar mãe é entender as linguagens que só você e sua cria sabem comunicar. É conectar-se intensamente com esse ser que depende de seus cuidados, e da mesma forma, é lembrar-se que você também precisa ser cuidada.

Por fim, renascer mãe é revelar fragilidades transformando-as em uma potência que nem você sabia que seria capaz de ter.

Nosso propósito

- Queremos proporcionar acolhimento para as mães, possibilitando um mergulho intenso no seu puerpério.
- Procuramos gerar uma comunidade que preze pelo próprio bem-estar e também o de outra mãe, promovendo assim, autoconhecimento.
- Desejamos ofertar conteúdo de qualidade, possibilitando escolhas mais conscientes e embasadas.
- Estimamos impulsionar o vínculo entre mãe e bebê através de momentos de conexão.

Nossa visão

Acreditamos que a autoconfiança e o conhecimento são capazes de proporcionar momentos mais leves para mulheres no período do puerpério, trazendo maior conexão com seu bebê e construindo uma rede de apoio com outras mães.

A marca

A construção do naming se deu pela busca de acolhimento e ao mesmo tempo, identificação.

A marca Soul Mãe significa de uma maneira mais literal “Alma de mãe” e visa proporcionar leveza, conexão, fácil entendimento e legibilidade.

HORIZONTAL

The logo 'SOULmãe' is presented horizontally. 'SOUL' is in a clean, uppercase, sans-serif font, while 'mãe' is in a lowercase, cursive script font. The two parts are joined at the end of 'SOUL'.

VERTICAL

The logo 'SOULmãe' is presented vertically. 'SOUL' is stacked above 'mãe'. 'SOUL' is in a clean, uppercase, sans-serif font, and 'mãe' is in a lowercase, cursive script font.

8

Grid

The horizontal logo 'SOULmãe' is shown overlaid on a light gray grid. 'SOUL' is in a clean, uppercase, sans-serif font, and 'mãe' is in a lowercase, cursive script font. The two parts are joined at the end of 'SOUL'.

The vertical logo 'SOULmãe' is shown overlaid on a light gray grid. 'SOUL' is stacked above 'mãe'. 'SOUL' is in a clean, uppercase, sans-serif font, and 'mãe' is in a lowercase, cursive script font.

9

Arejamento e reduções da marca

Para ter uma boa legibilidade do logo e símbolo, para a versão horizontal foi escolhido termos uma medida mínima de 25mm e 94,5px.

Já para a versão vertical optou-se pelas medidas de 18mm e 51px.

Nas duas versões com redução os traços da tipografia foram adaptados para ter melhor legibilidade.



As limitações da marca servem para futuras aplicações.

Deve-se manter uma área de respiro ao redor do logo para termos maior legibilidade.

10

Restrições

O uso indevido do logo representa a quebra da identidade da marca. Nunca devemos alterar a forma, subtrair ou adicionar elementos.

Por isso, sempre utilize os arquivos originais eletrônicos e nunca altere nada, para garantir a unidade da marca em todas as aplicações.

A seguir, alguns exemplos de distorções que não devem ser feitas.

The image shows the logo 'SOULmãe' where the letters are squeezed together horizontally, making them difficult to read.

Distorção por condensação

The image shows the logo 'SOULmãe' where the letters are stretched horizontally, making them look thin and distorted.

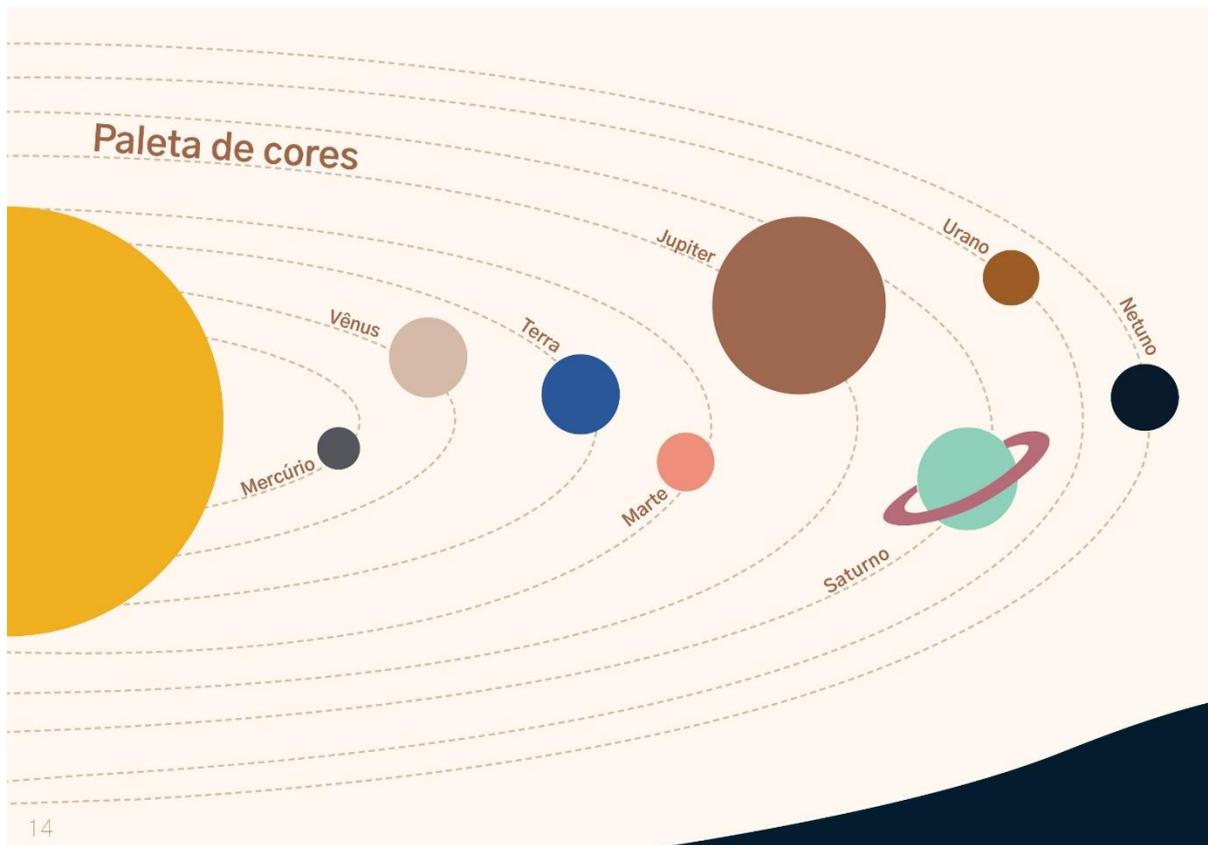
Distorção por expansão

The image shows the logo 'SOULmãe' where the letters are skewed or slanted, losing their original shape.

Distorção por transformação

11





14

Planet	Color Code	Pantone
Sun	R:242 G:176 B:33 C:4,16 M:32,93 K:98,54 Y:0 #f1b020	Pantone 7409 C
Mercúrio	R:84 G:86 B:91 C:65,88 M:57,28 K:51 Y:28,27 #55565b	Pantone Cool Gray 11 c
Vênus	R:42 G:87 B:152 C:91,98 M:72,21 K:10,94 Y:1,16 #295799	Pantone 7685 C
Terra	R:238 G:143 B:124 C:2,71 M:52,92 K:46,51 Y:0 #ee907c	Pantone 486 C
Marte	R:158 G:104 B:80 C:31,84 M:60,02 K:69,46 Y:14,84 #9e6950	Pantone 7525 C
Jupiter	R:143 G:208 B:186 C:43,79 M:0,02 K:32,99 Y:0 #8fd0ba	Pantone 337 C
Saturno	R:182 G:107 B:121 C:27,14 M:67,17 K:39,84 Y:2,76 #b76b79	Pantone 695 C
Urano	R:157 G:91 B:37 C:29,15 M:67,01 K:100 Y:18,79 #9d5b26	Pantone 154 C
Netuno	R:9 G:27 B:42 C:89,23 M:75,41 K:55,28 Y:69,11 #091b2a	Pantone 296 C

Quando houver fundos escuros, aplicar o logo em cores claras e vice-versa, sempre respeitando as áreas de arejamento da marca.

15

Estampas e ícones

As estampas, ícones e ilustrações foram produzidas para gerar conexão entre as usuárias e a marca.

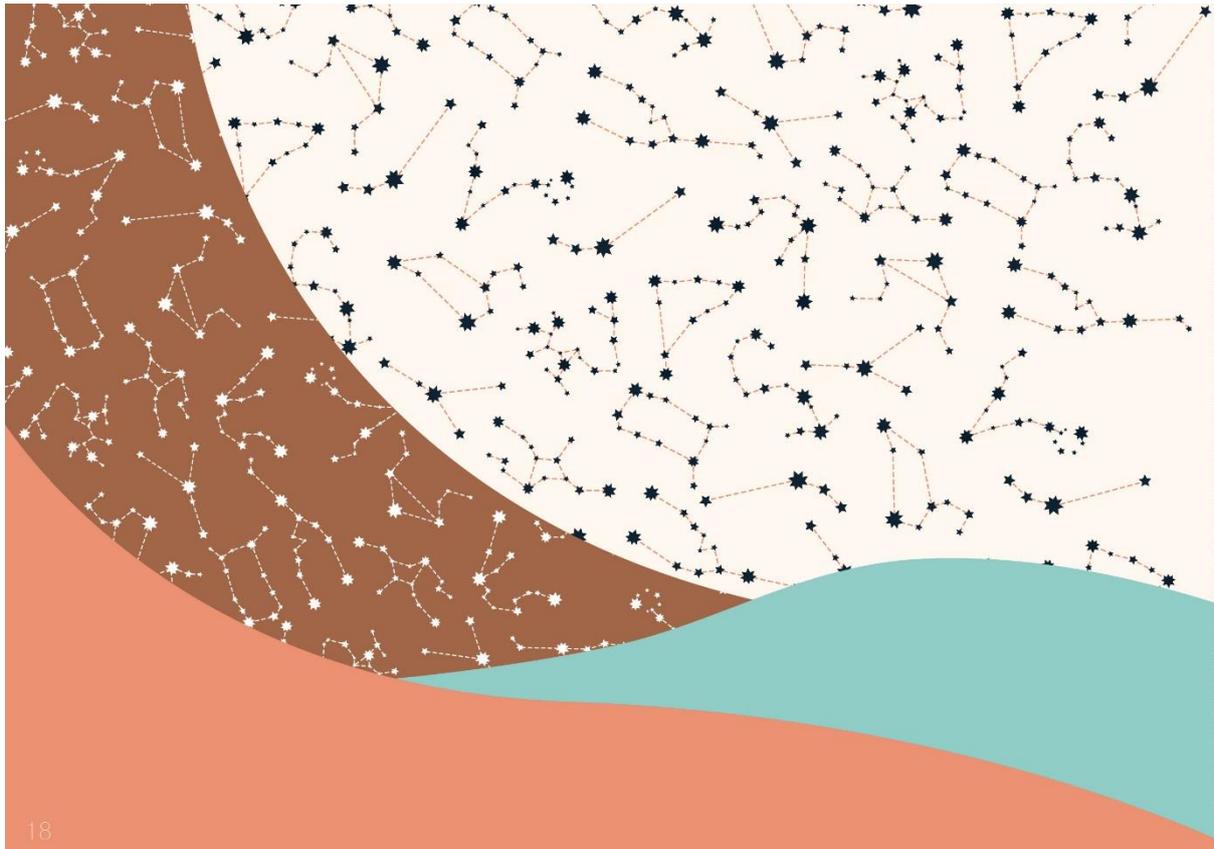
Dentre os ícones, pensou-se em abordar o tema de universo e signos, buscando representar a diferença de personalidade e situações vividas pelas mulheres, e trazendo as constelações como as ligações e redes de apoio que são criadas nesse meio.



16



17



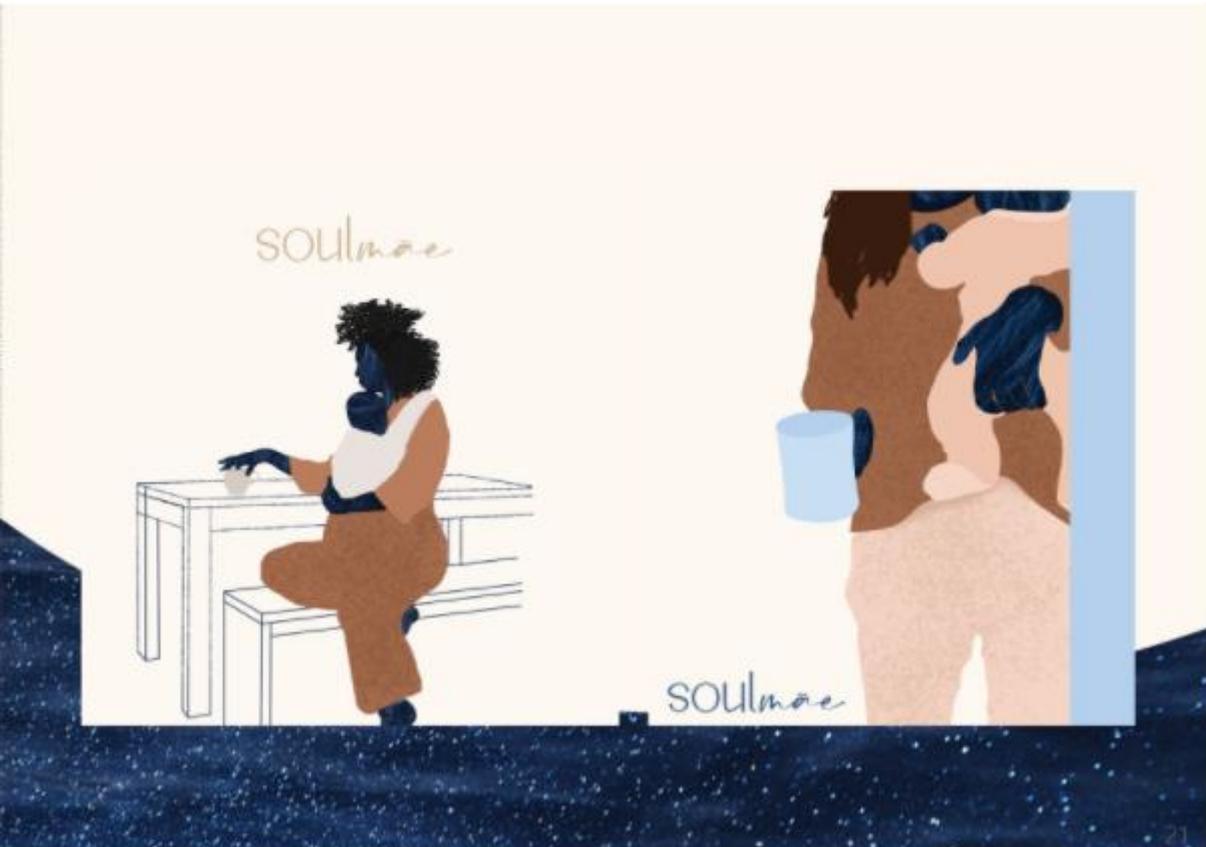
Ilustrações

A ideia das ilustrações foi representar um pouco do dia a dia e da doação materna, porém, ao mesmo tempo, evidenciando a importância da liberdade e autocuidado da mãe.

Cada mulher é um universo, e a maternidade é um mergulho nesse universo desconhecido. A conexão entre mãe e bebê é gerada desde a gestação, porém ela deve ser estimulada.

As ilustrações transmitem isso, levando esse universo de conhecimentos e sentimentos que pertencem à mãe para o bebê.

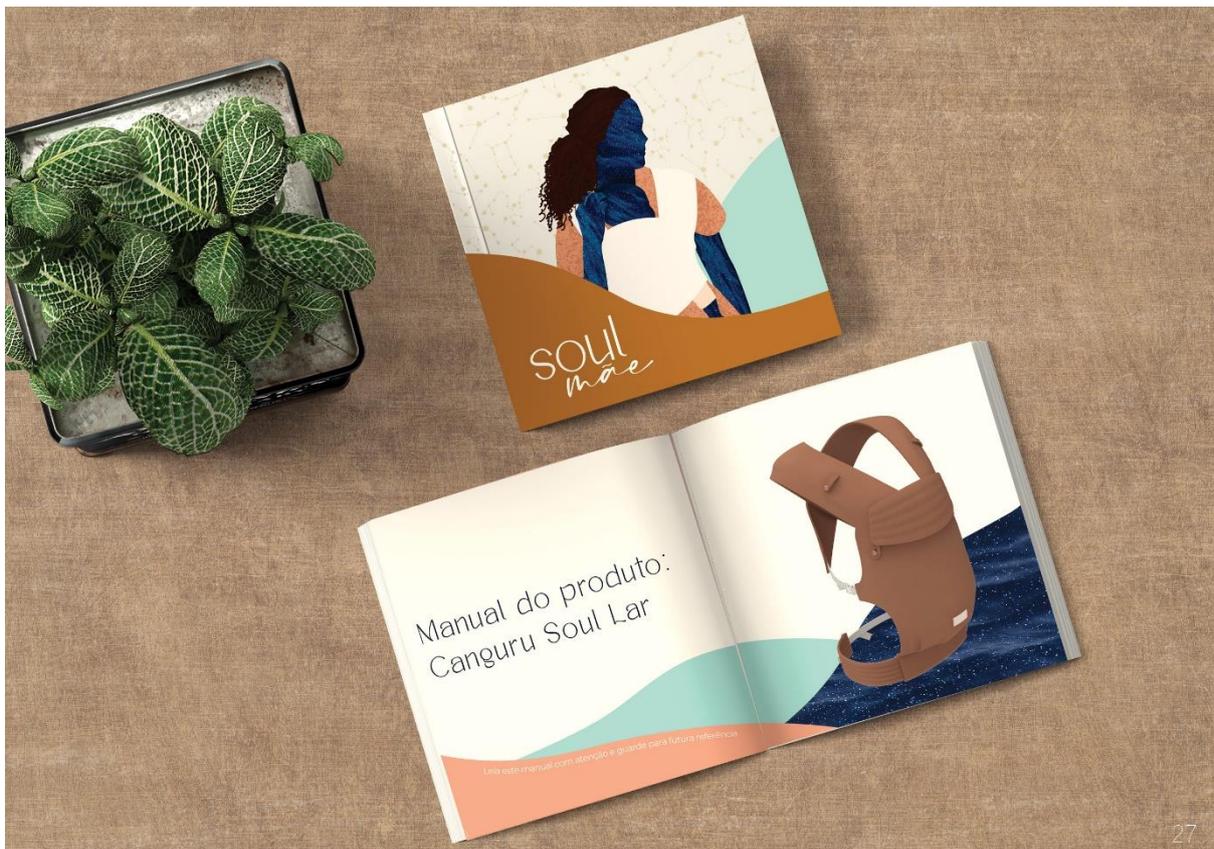




Aplicações da identidade visual e produtos





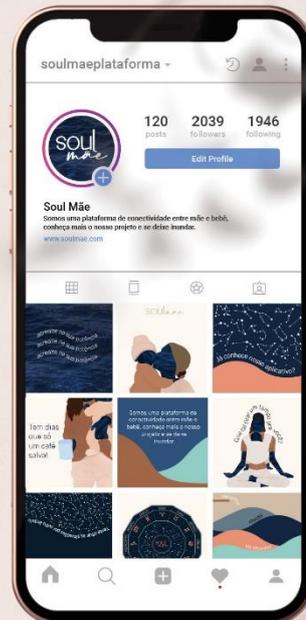




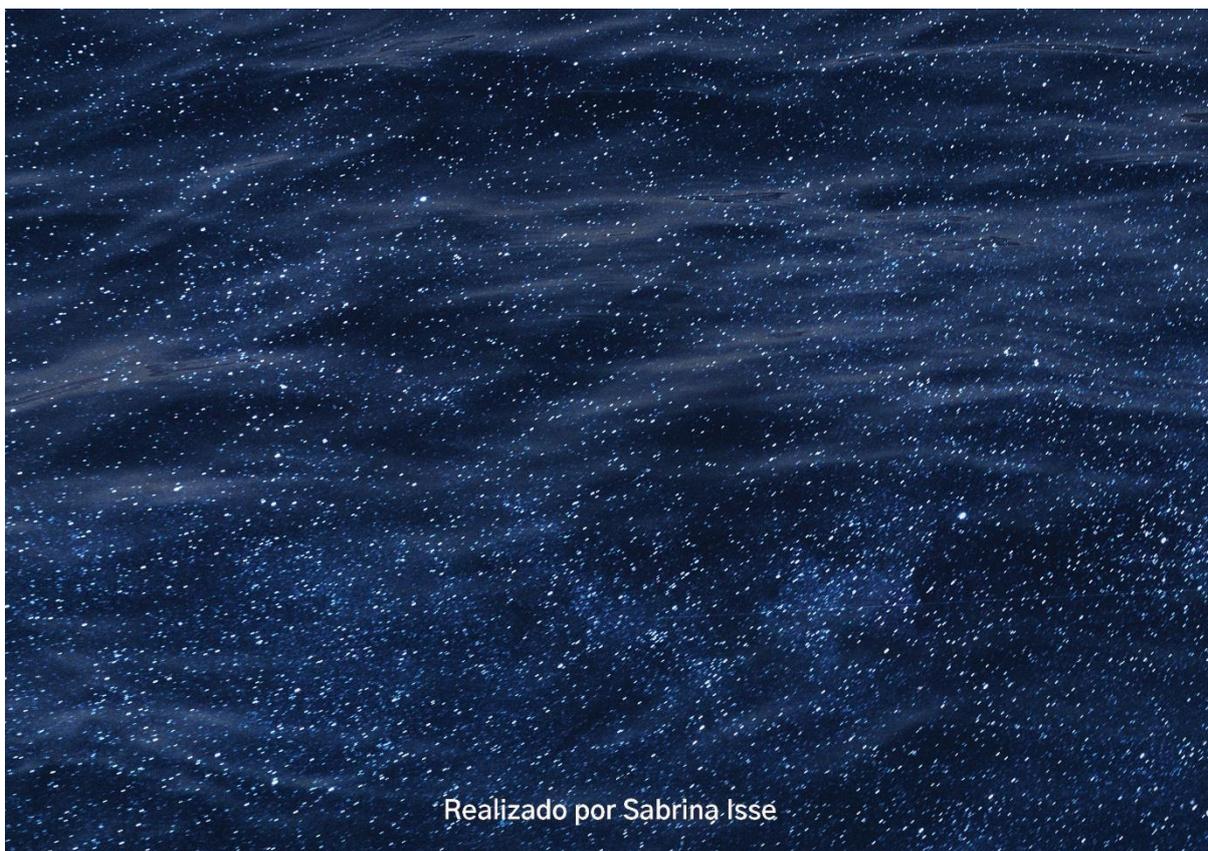


30

Redes Sociais

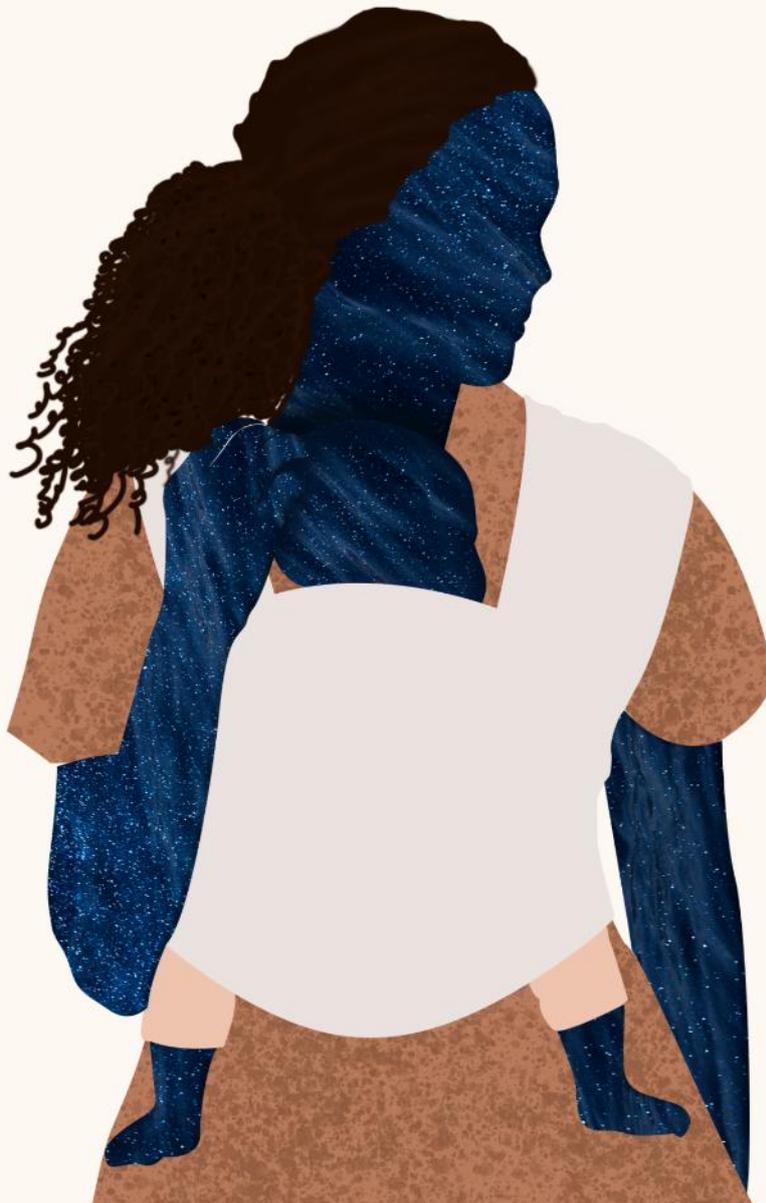


31



APÊNDICE E - ILUSTRAÇÕES

Soulmãe



SOULmāe





SOULmãe

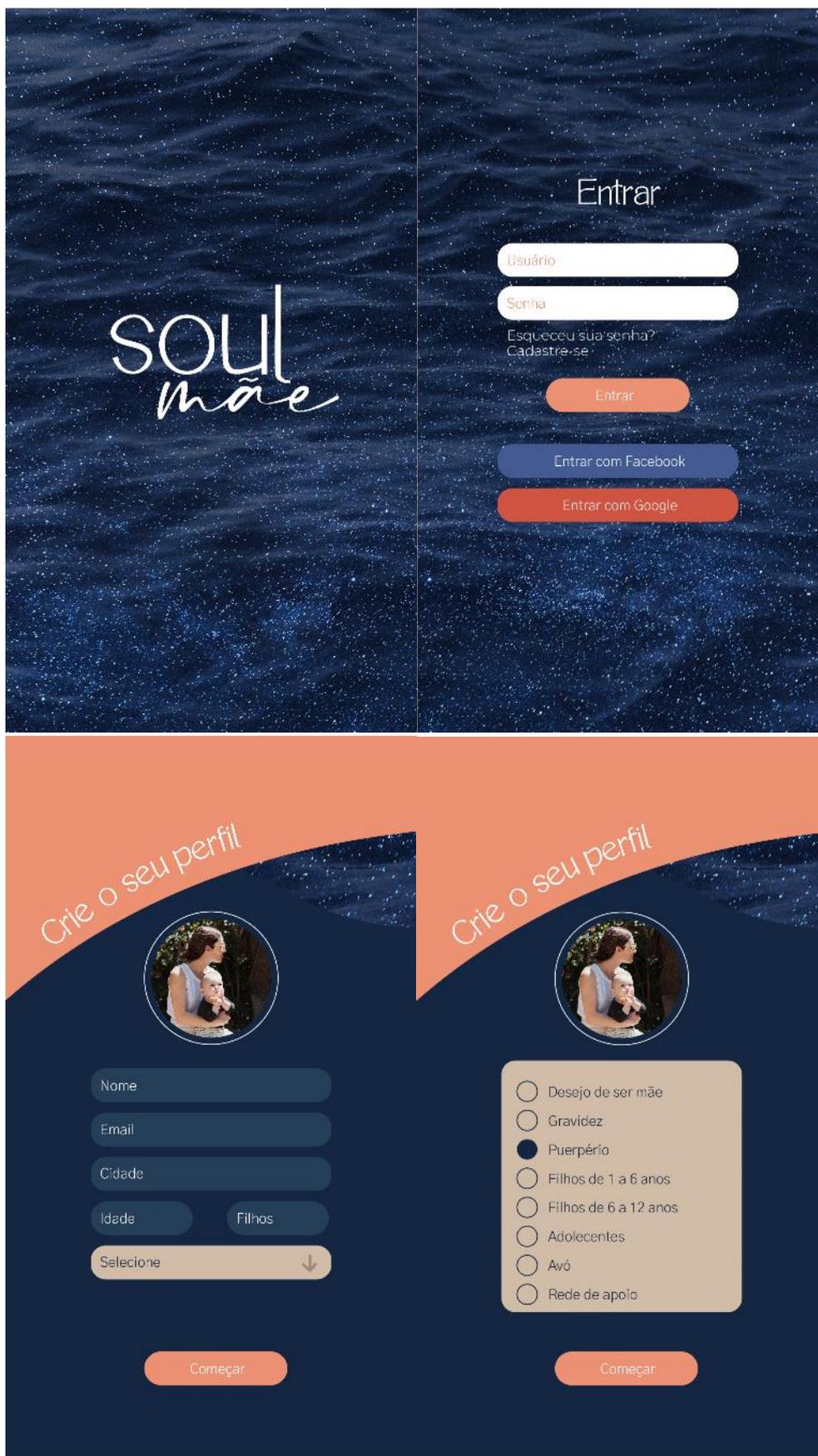
SOULmāe



SOULmāe



APÊNDICE F - TELAS APLICATIVO



Queremos saber um pouco dos seus interesses.

Marque suas características:

Curiosa Prática Mãe solo Comida
 Fitness Emotiva Natureba Música
 Viajante Antenada Observadora Zen
 Baladeira Fashion Work a holic Desencanada
 Empreendedora Literária Superprotetora
 Aventureira Tagarela Acelerada Mãe Adotiva

Próxima Pular

Possuímos grupos de mães direcionados para aos assuntos mais falados, podendo a qualquer momento serem criados novos grupos com algum assunto específico.

Abaixo seguem algumas sugestões conforme os interesses selecionados anteriormente:

Puerpério
 Conexão com bebê
 Passeios na natureza
 Culpa materna
 Crie o seu

Próxima Pular

Você sabia que...

Nosso app possui uma categoria direcionada exclusivamente para desenvolvimento da mãe e autoconhecimento, possibilitando um mergulho intenso nesse universo.

Temos uma página direcionada especialmente para a conexão e interação entre mãe e bebê.

Nosso app possui roda de conversa ministrada por diversos profissionais;

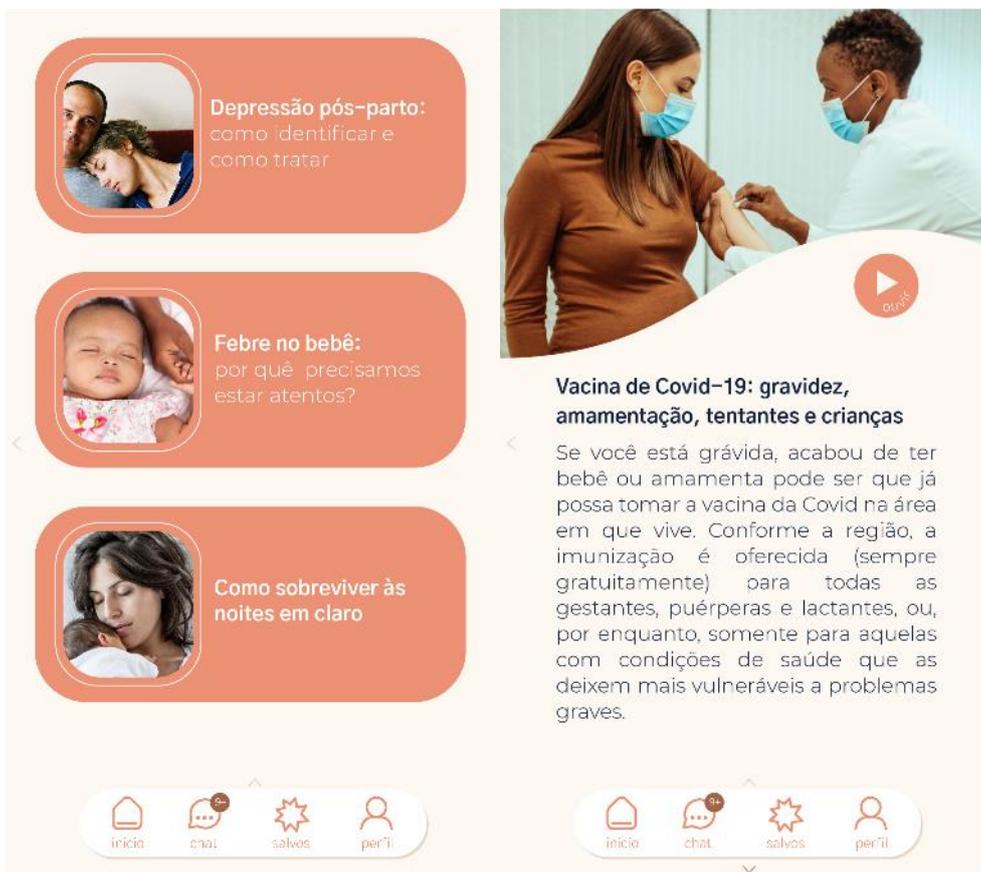
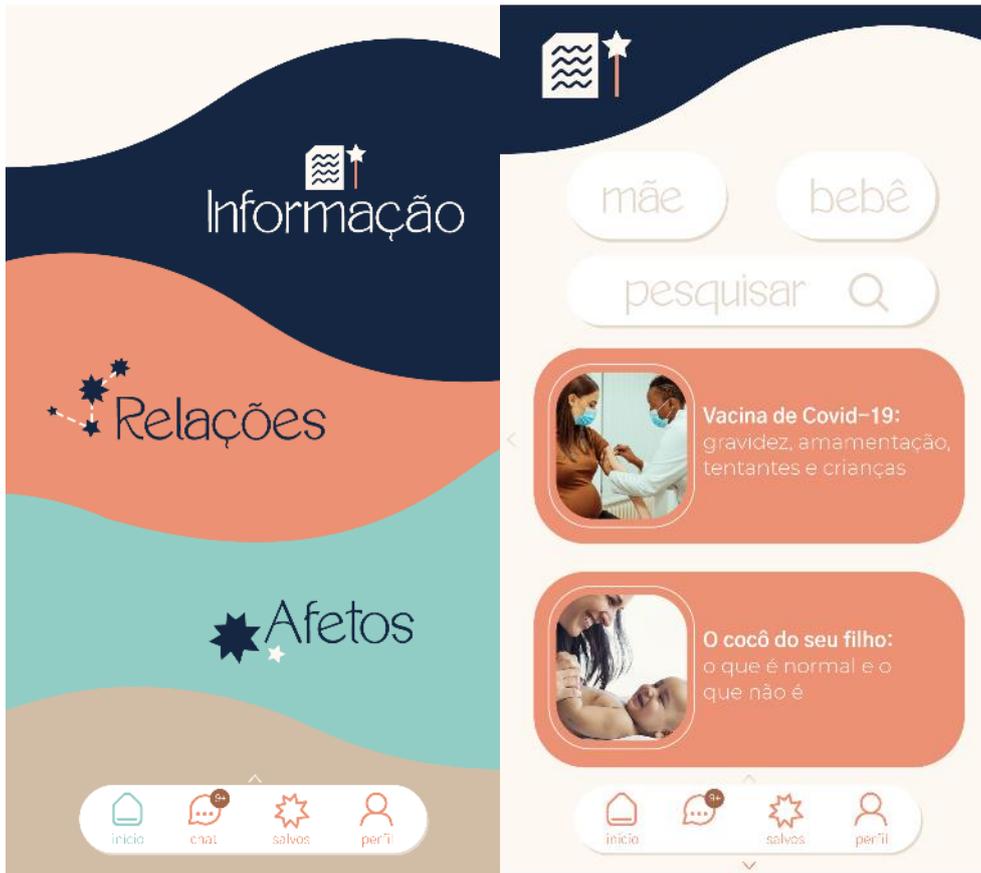
E, por fim, possuímos newsletter semanal com os assuntos mais falados no app e também assuntos exclusivos para você, podendo cadastrar também sua rede de apoio!

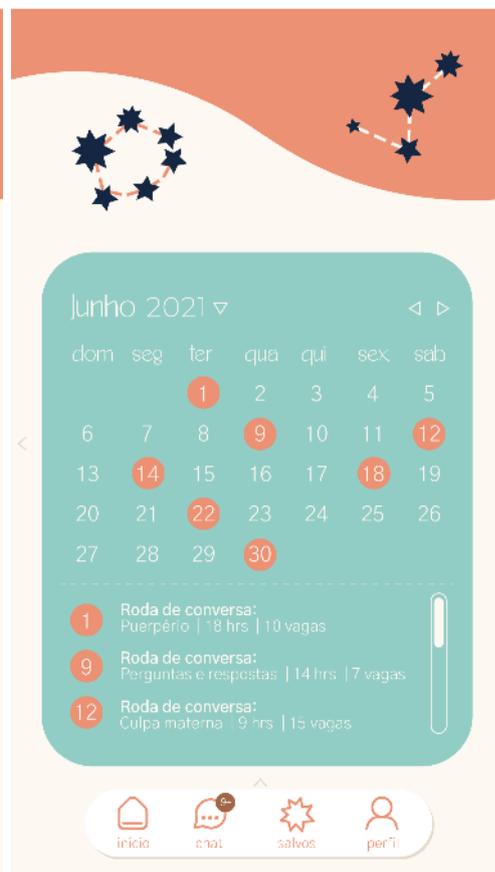
Próxima Pular

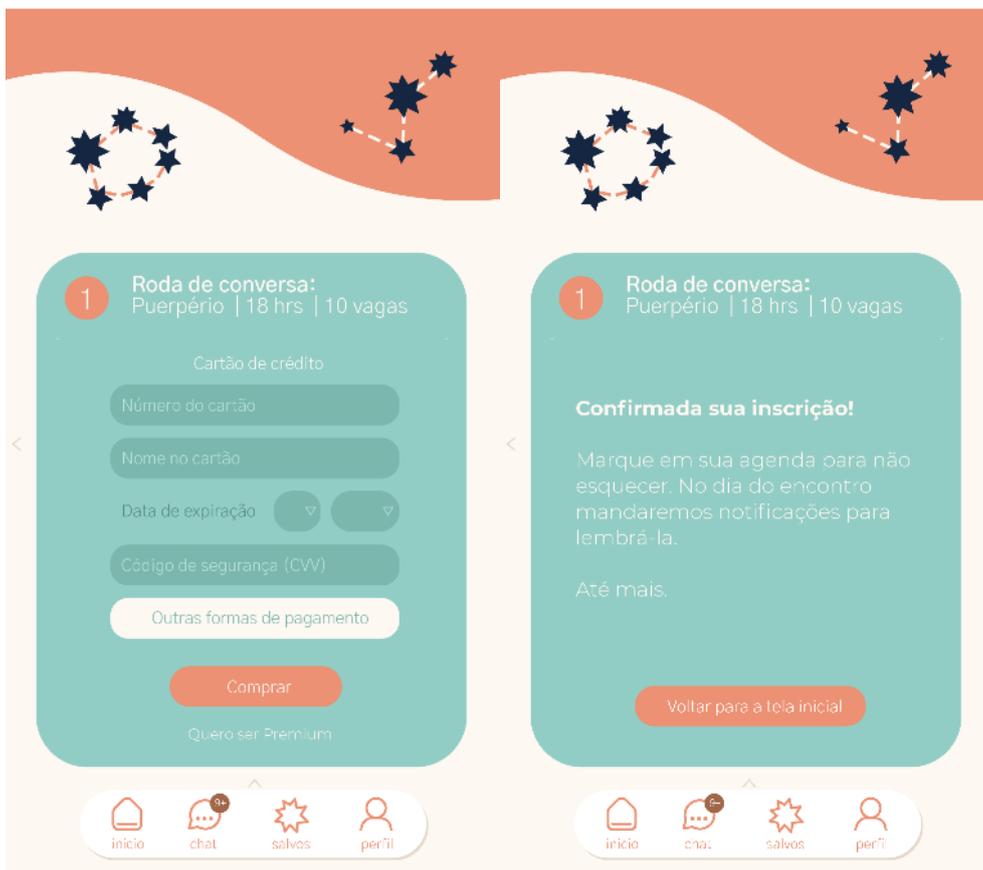
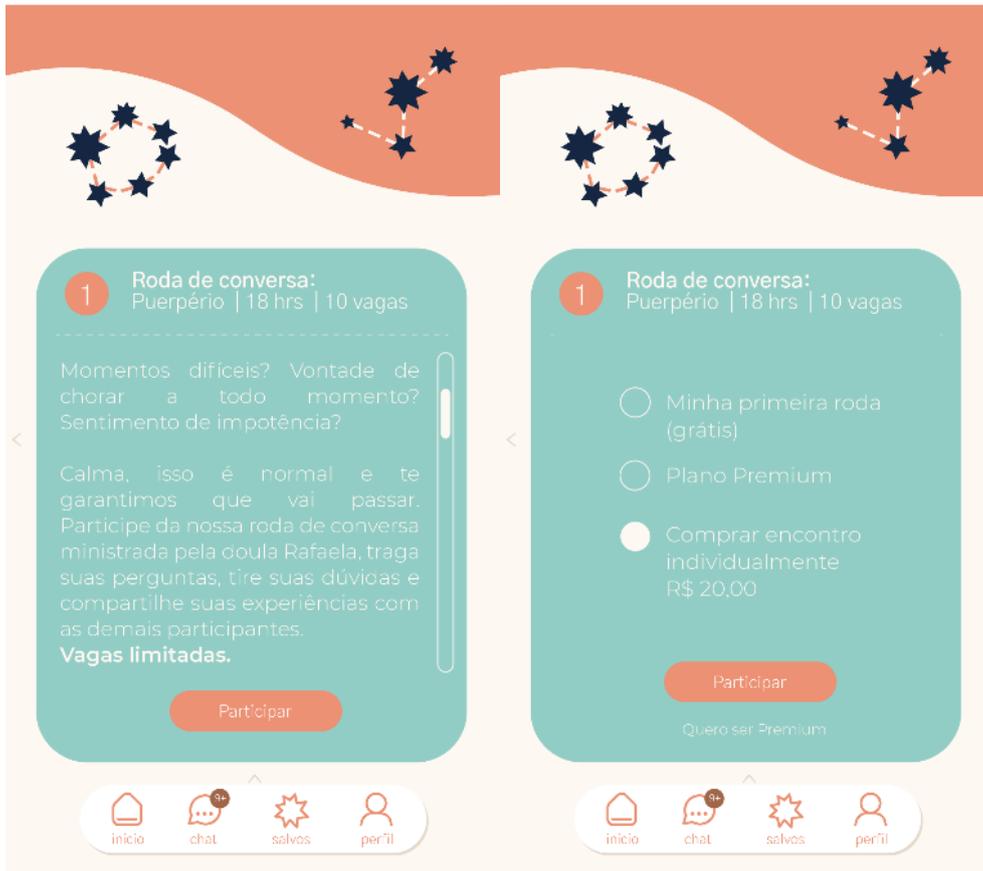
Aproveite a experiência e mergulhe nesse universo!

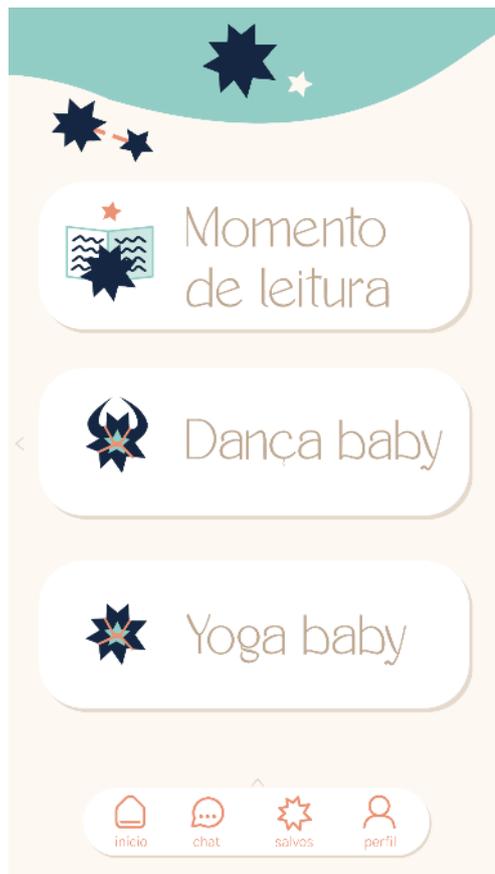
Finalizar

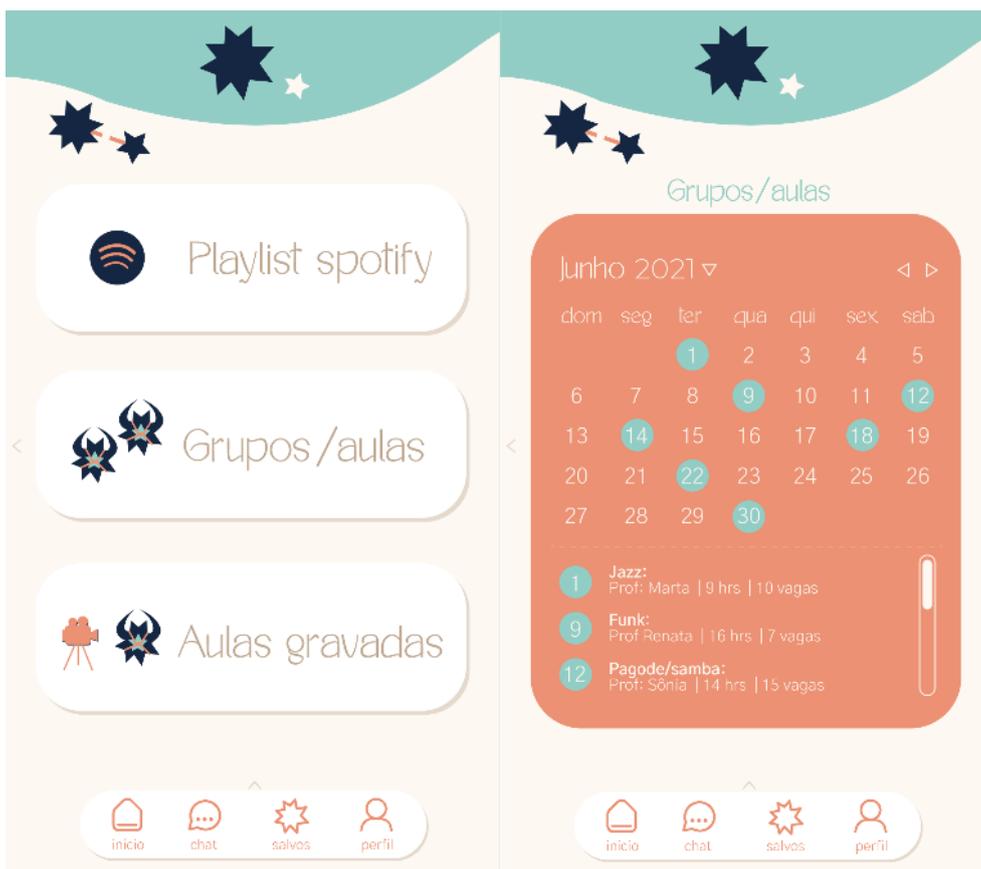
Progress indicator with 10 circles, the 7th is filled.







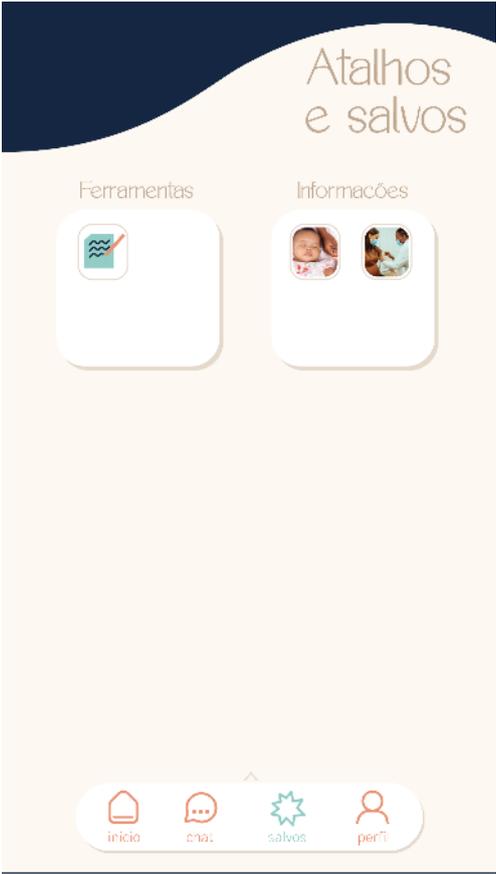












soul mãe



Somos uma plataforma de conectividade entre mãe e bebê, conheça mais o nosso projeto e se deixe inundar.

[ver mais](#)

Nosso produto foi pensado para trazer ainda mais contato entre mãe e bebê, com um projeto que traz conforto e praticidade na hora de vestir. [ver mais](#)



Conheça nosso aplicativo

Uma plataforma completa direto no seu celular. Nela você poderá buscar informações, utilizar ferramentas tanto para seu desenvolvimento pessoal, como para ter mais conexão com seu bebê, além de formar uma rede de apoio virtual e trocar experiências com outras mães e profissionais.

[ver mais](#)



Cadastre você e sua rede de apoio na nossa newsletter semanal e fique por dentro de conteúdos exclusivos.

Nome

Selecione

Digite seu email para se cadastrar na newsletter

Enviar

Quem somos

Somos uma marca que acredita no autoconhecimento e conexão para mães. Possuímos uma plataforma completa para baixar no seu celular. Nela você poderá buscar informações, utilizar ferramentas tanto para seu desenvolvimento pessoal, como para ter mais conexão com seu bebê, além de formar uma rede de apoio virtual e trocar experiências com outras mães e profissionais.

Nosso manifesto

Ser mãe é viver um processo contínuo de descobrimento, que acontece dia após dia. É se despir de antigos conceitos e abrir lugar para novos significados. É olhar o mundo de um outro ângulo e aprender a se respeitar.

Se tornar mãe é se autoconhecer mais profundamente, em um mergulho infinito no seu próprio interior. É olhar para outras mães com mais ternura, deixando de lado julgamentos antes feitos.

Se tornar mãe é entender as linguagens que só você e sua cria sabem comunicar. É conectar-se profundamente com esse ser que depende de seus cuidados, e da mesma forma, é lembrar-se que você também precisa ser cuidada.

Por fim, renascer mãe é revelar fragilidades transformando-as em uma potência que nem você sabia que seria capaz de ter

Cadastre você e sua rede de apoio na nossa newsletter semanal e fique por dentro de conteúdos exclusivos.

Nome

Selecione

Digite seu email para se cadastrar na newsletter

Enviar



Canguru Soul Lar
R\$ 320,00



Caderno Mergulho
R\$ 30,00



Cadastre você e sua rede de apoio na nossa newsletter semanal e fique por dentro de conteúdos exclusivos.

Nome

Selecione

Digite seu email para se cadastrar na newsletter

Enviar



Canguru Soul Lar

R\$ 320,00

Nosso produto foi pensado para trazer ainda mais contato entre mãe e bebê, com um projeto que traz conforto e praticidade na hora de vestir. [ver mais](#)

Cores:



Quantidade

1

Tamanho único

[Comprar](#)



Detalhamentos 

Cadastre você e sua rede de apoio na nossa newsletter semanal e fique por dentro de conteúdos exclusivos.

Nome

Selecione

Digite seu e-mail para se cadastrar na newsletter

[Enviar](#)



Canguru Soul Lar

R\$ 320,00

Nosso produto foi pensado para trazer ainda mais contato entre mãe e bebê, com um projeto que traz conforto e praticidade na hora de vestir. [ver mais](#)

Cores:



Quantidade

1

Tamanho único

[Comprar](#)



Detalhamentos 

Cadastre você e sua rede de apoio na nossa newsletter semanal e fique por dentro de conteúdos exclusivos.

Nome

Selecione

Digite seu email para se cadastrar na newsletter

Enviar

Como funciona a nossa plataforma?

Plano grátis

- Acesso a plataforma e algumas de suas ferramentas
- Acesso a uma roda de conversa experimental, assim podendo conhecer o clube, bem como aulas de dança e yoga baby.

Plano premium

- Acesso a plataforma e algumas de suas ferramentas
- Acesso a uma roda de conversa, por semana ou 4 no mês, bem como aulas de dança e yoga baby.
- Possui acesso ao livros salvos no app
- Conteúdos exclusivos

R\$ 50,00

Assinar

Perguntas frequentes



Soul
mãe



Cadastre você e sua rede de apoio na nossa newsletter semanal e fique por dentro de conteúdos exclusivos.

Nome

Selecione

Digite seu email para se cadastrar na newsletter

Enviar

Soul Mãe

Apresentamos a nossa newsletter seja bem-vinde!

Somos uma plataforma de conectividade entre mãe e bebê, conheça mais o nosso projeto e se deixe inundar.

E para começar, a news da Soul Mãe será um momentinho nosso para troca de informações, atualização das agendas das Rodas de Conversas e novidades sobre o projeto que você só verá aqui.



Já conhece o
nosso produto?

Nosso produto foi pensado para trazer ainda mais contato entre mãe e bebê, com um projeto que traz conforto e praticidade na hora de vestir.

[VER MAIS](#)

Rodas da semana

junho 2021

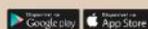
dom	seg	ter	qua	qui	sex	sab
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

- 1 Roda de conversa: Planejamento | 18 hrs | 10 vagas
- 9 Roda de conversa: Planejamento e inscrições | 14 hrs | 17 vagas
- 12 Roda de conversa: Lógica materna | 19 hrs | 15 vagas

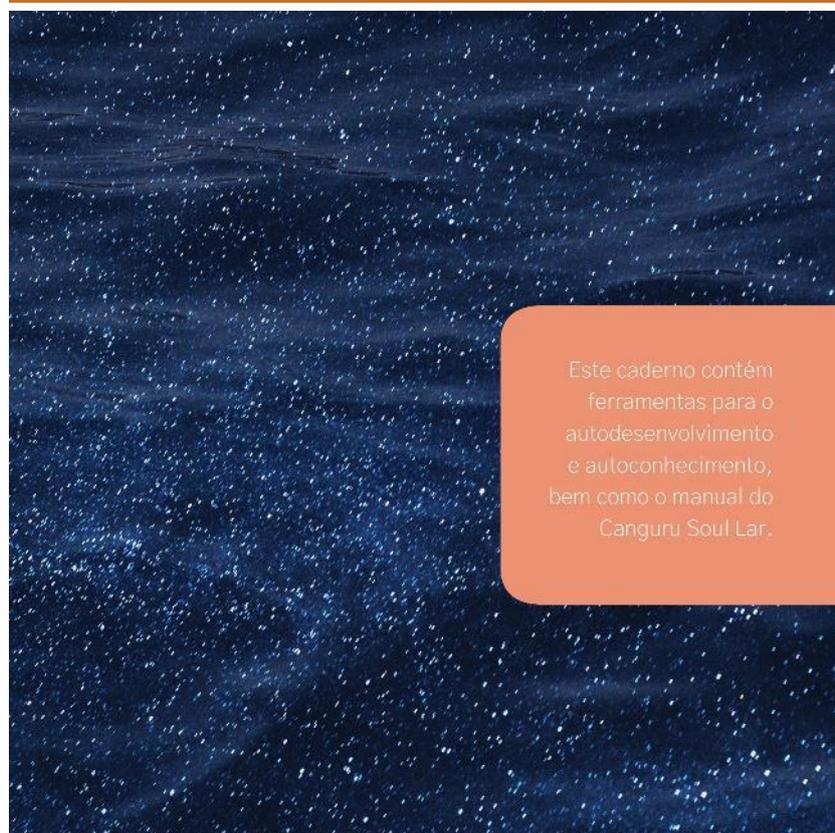
Conheça nosso aplicativo

Uma plataforma completa direto no seu celular. Nela você poderá buscar informações, utilizar ferramentas tanto para seu desenvolvimento pessoal, como para ter mais conexão com seu bebê, além de formar uma rede de apoio virtual e trocar experiências com outras mães e profissionais.

[VER MAIS](#)

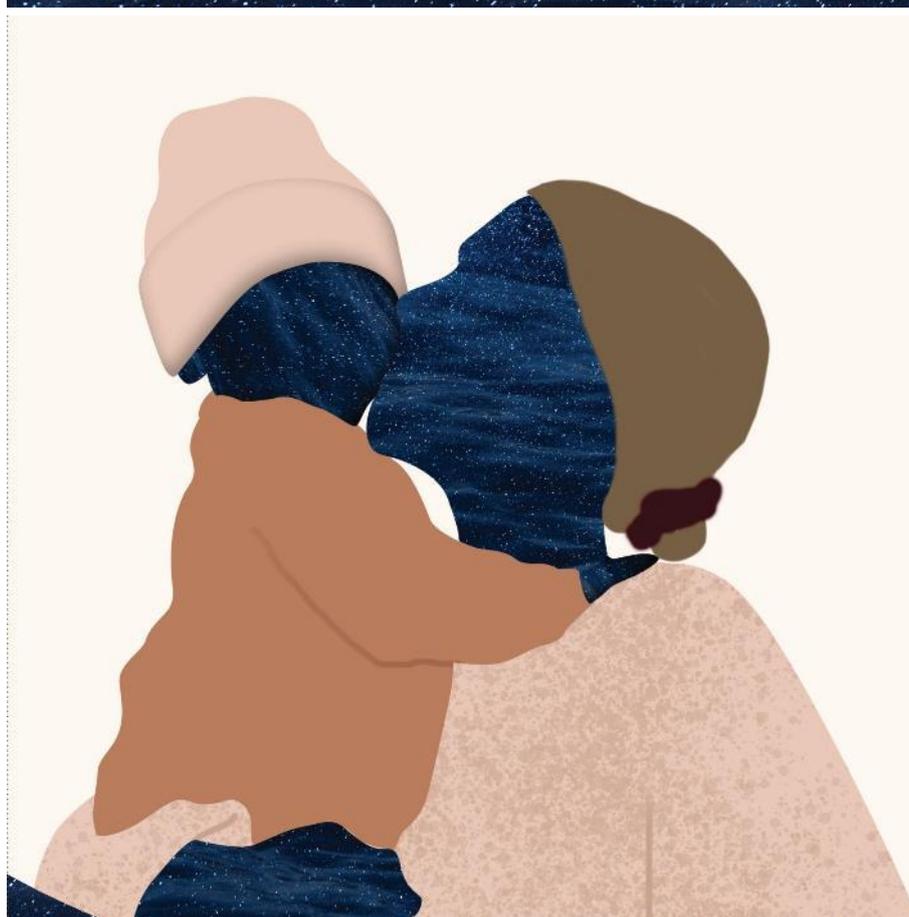


Conheça nosso site! [Clique aqui](#)



Sumário

O que acreditamos	06
Caderno de reflexões	08
Manual do produto	20



Ser mãe é viver um processo contínuo de descobrimento, que acontece dia após dia. É se despir de antigos conceitos e abrir lugar para novos significados. É olhar o mundo de um outro ângulo e aprender a se respeitar.

Se tornar mãe é se autoconhecer profundamente, em um mergulho infinito no seu próprio interior. É olhar para outras mães com mais ternura, deixando de lado julgamentos antes feitos.

Se tornar mãe é entender as linguagens que só você e sua cria sabem comunicar. É conectar-se intensamente com esse ser que depende de seus cuidados, e da mesma forma, é lembrar-se que você também precisa ser cuidada.

Por fim, renascer mãe é revelar fragilidades transformando-as em uma potência que nem você sabia que seria capaz de ter.

acredite na sua potência
acredite na sua potência
acredite na sua potência

Este caderno possui ferramentas com o propósito de gerar questionamentos e reflexões, em busca de um aprendizado constante.

Ele foi pensado não só para a mãe que está para nascer, mas também para aquela que já nasceu. Essas perguntas e ferramentas são servem como base para aprofundamentos maiores que estão por vir.

Use esse caderno como um diário, escreva seus pensamentos, releia-os depois, reflita. Transborde aqui sentimentos e não se esqueça: mergulhe no seu momento!

Este caderno pertence a

.....

Quantos filhos tem e quais seus nomes?

.....

.....

.....

8

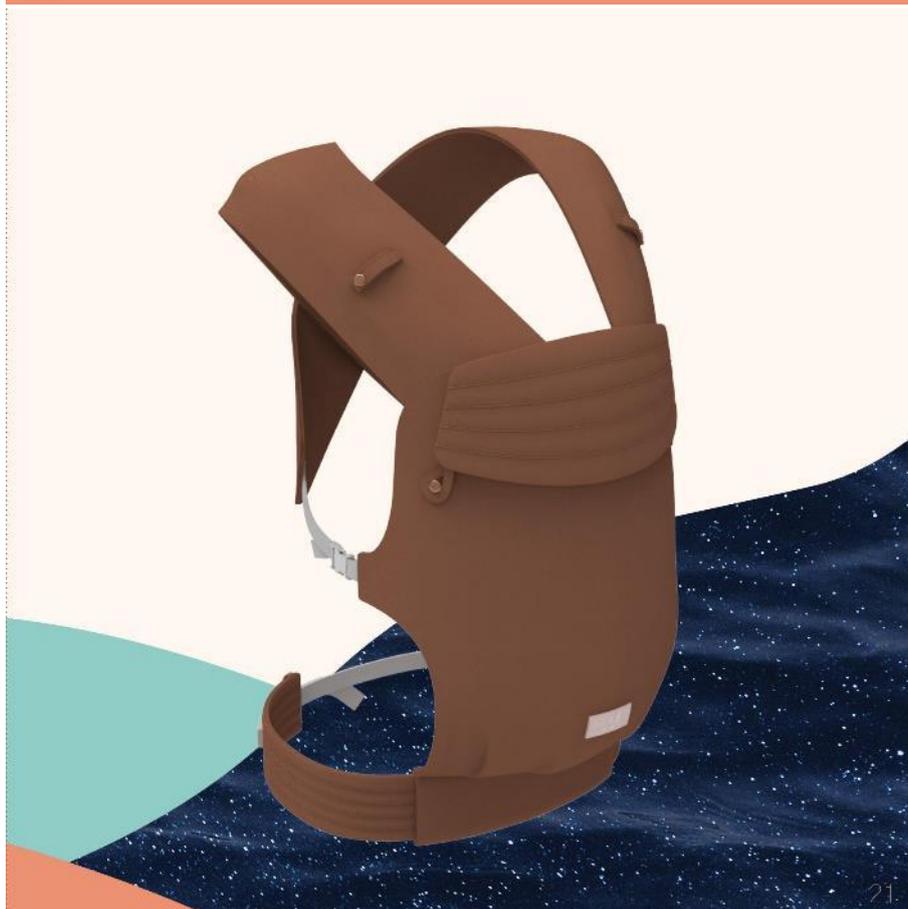


9

Manual do produto: Canguru Soul Lar

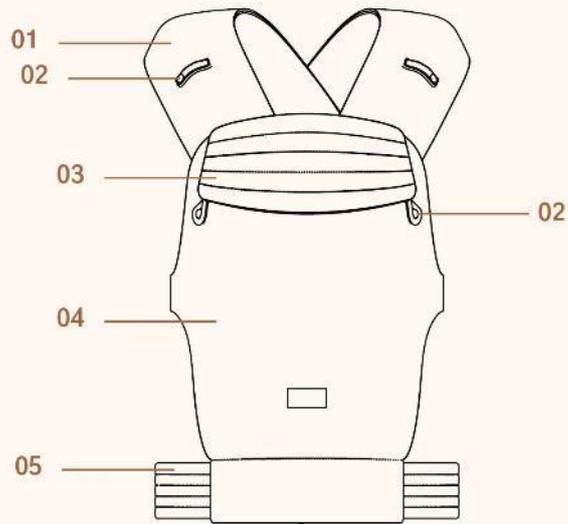
Leia este manual com atenção e guarde para futura referência

20



21

Apresentação



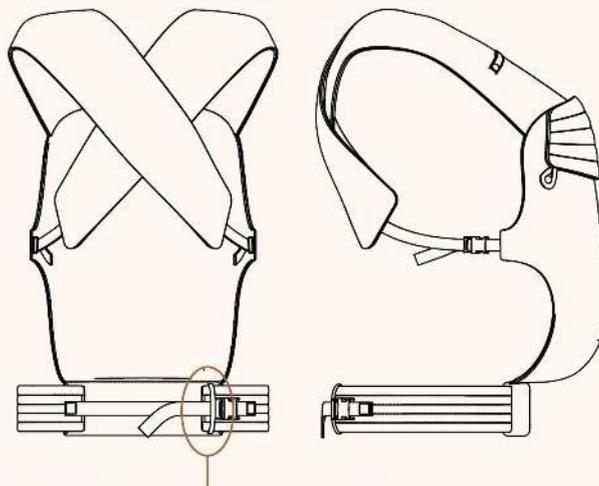
Alça	01	Corpo	04
Botões	02	Cinto	05
Lapela extensora	03		

22

Avisos importantes:

Este produto deve ser ajustado, primeiramente, sem a presença do bebê.

Verifique sempre que todas as fivelas estejam devidamente fechadas.



Este elástico garante que o cinto não se abra por completo, em caso de falha da fivela de engate rápido.

23

Como usar:



1 – Coloque o cinto e regule conforme ficar firme em seu corpo;

2 – Agrupe o corpo do Canguru Soul Lar todo para o centro, deixando o tamanho mais próximo do quadril do bebê;



3 – Coloque o bebê de modo que ele fique de frente para você;

24



4 – Coloque uma das tiras sobre o ombro, transpasse em suas costas, e prenda a tira no locker. Faça o mesmo com a outra tira.

5 – Ajuste o bebê de modo que ele fique confortável e que suas pernas fiquem em formato de M.



Para tirar o bebê, faça o processo inverso.

Caso ficou com dúvidas, assista o vídeo em nosso site!

25

Possibilidades de uso:



01



02

- Para bebês menores, a lapela extensora pode ficar posicionada para baixo (figura 01);
- Para quando o bebê estiver dormindo ou crescer um pouco, a lapela pode ser usada como um extensor do corpo do produto (figura 02).

26

Manutenção e limpeza:



Lavagem moderada na máquina de lavar em até 40°C.



Não alvejar/ não utilizar produtos com cloro.



Secagem em máquina com temperatura até 60°C.



Não passar ferro.



Não lavar a seco.

Garantia:

Agradecemos por adquirir este produto e garantimos ao comprador que este produto é livre de defeitos quando usado em condições normais, tendo garantia por um período de um ano a partir da data da compra. Este produto foi fabricado no Brasil.

Em caso de dúvidas acesse nosso site:
www.soulmae.com.br

27

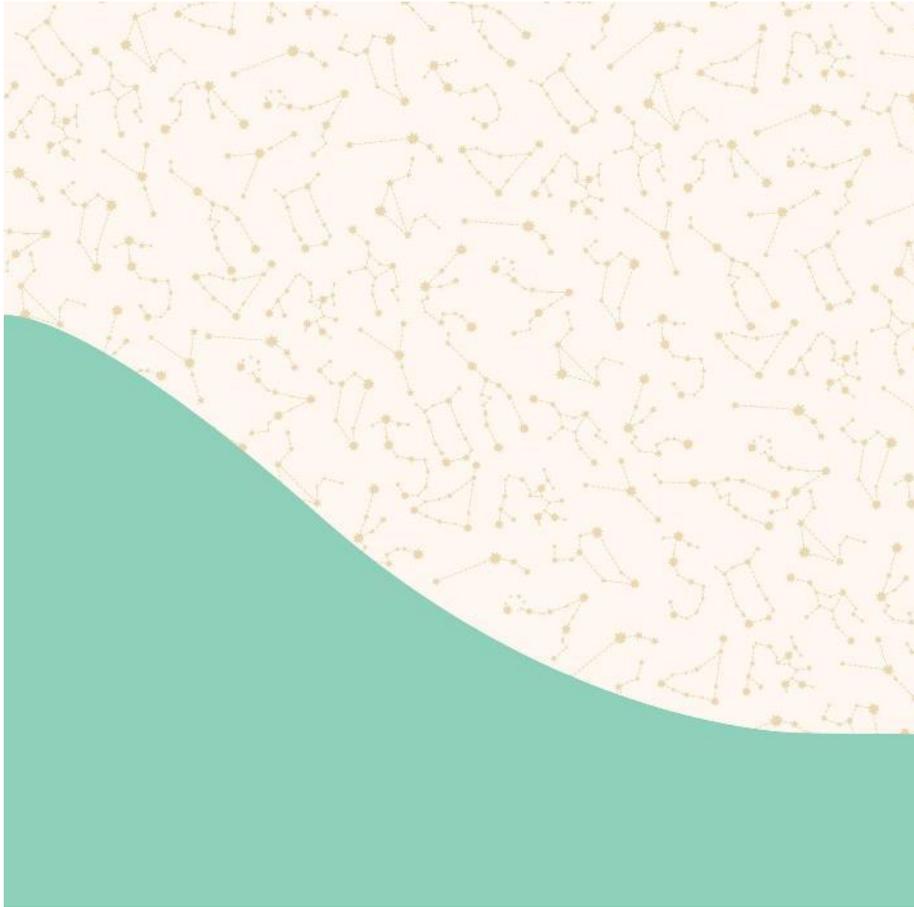
Avisos de segurança:

- Este canguru é destinado para crianças com até 15 kg;
- **Atenção:** não use este transporte como veicular;
- **Atenção:** não use este produto correndo, patinando, em bicicleta, a cavalo, em moto ou qualquer veículo motorizado ou situações similares. Este produto foi projetado apenas para caminhadas e para uso doméstico;
- **Atenção:** não use este produto se encontrar costuras soltas, rasgos ou avarias estruturais;
- Verifique se todas as fivelas estão fechadas adequadamente, quando em situação de uso;
- **Atenção:** não use este produto se sentir dores nas costas ou outros desconfortos físicos;
- Tome cuidado ao abaixar-se usando este produto. Mantenha sempre a postura ereta e dobre os joelhos.
- Seu equilíbrio pode ser alterado usando esse produto.

28

Cadastre-se na nossa newsletter e fique por dentro dos nossos encontros e projetos.

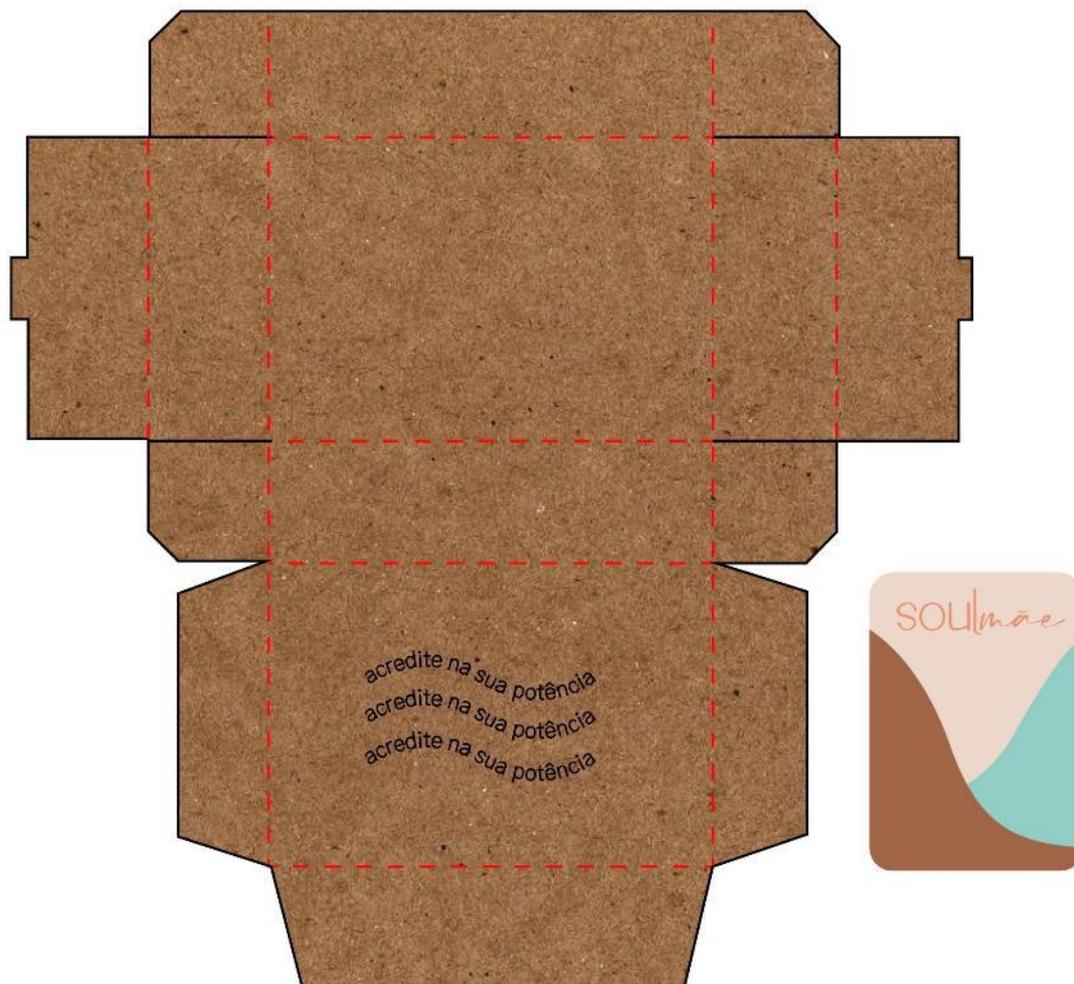
Baixe também nosso aplicativo, insira o Código: **CANGURU SOUL MÃE 254865** e ganhe uma mês de acesso premium.



APÊNDICE I - EMBALAGEM SACO DO PRODUTO



APÊNDICE J - FACA DE CORTE DA EMBALAGEM DE ENVIO



APÊNDICE K - CANGURU SOUL LAR (RENDER)







APÊNDICE L - FOTOS DO PROTÓTIPO EM USO







APÊNDICE M - DESENHOS TÉCNICOS DO CANGURU SOUL LAR

