

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CENTRO DE ARTES E ARQUITETURA  
CURSO DE DESIGN**

**MARIELI ZEN CAMPAGNOLLO**

**FLY DOWN: DESIGN THINKING AUXILIANDO PAIS NOS CUIDADOS E  
EMPODERAMENTO DE CRIANÇAS COM SINDROME DE DOWN**

**CAXIAS DO SUL  
2020**

**MARIELI ZEN CAMPAGNOLLO**

**FLY DOWN: DESIGN THINKING AUXILIANDO PAIS NOS CUIDADOS E  
EMPODERAMENTO DE CRIANÇAS COM SINDROME DE DOWN**

Monografia apresentada como requisito parcial para aprovação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Design do Centro de Artes e Arquitetura da Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof. Me. Ana Valquiria Prudêncio

**CAXIAS DO SUL  
2020**

**MARIELI ZEN CAMPAGNOLLO**

**FLY DOWN: DESIGN THINKING AUXILIANDO PAIS NOS CUIDADOS E  
EMPODERAMENTO DE CRIANÇAS COM SINDROME DE DOWN**

Monografia apresentada como requisito parcial para aprovação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso do curso de Design do Centro de Artes e Arquitetura da Universidade de Caxias do Sul, para obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof. Me. Ana Valquiria Prudêncio

Aprovado(a) em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Banca**

**Examinadora**

---

Prof. Dr. Gabriel Bergmann Borges Vieira  
Universidade de Caxias do Sul – UCS

---

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

---

Prof. Me. Douglas Onzi Pastori  
Universidade de Caxias do Sul – UCS

---

Prof. Me. Ana Valquíria Prudêncio - orientadora  
Universidade de Caxias do Sul – UCS

## **AGRADECIMENTOS**

O final dessa etapa representa a conquista de um sonho que iniciou a mais de 10 anos atrás, quando sai da casa dos meus pais em busca de conhecimento em uma cidade maior, a formação na universidade era um sonho tão distante naquela época, que hoje, olhando para trás, vejo o quanto devo meu agradecimento a tantas pessoas que me ajudaram nessa caminhada.

Meu total agradecimento aos meus pais Altair e Margarete, que estiveram ao meu lado me apoiando, me ajudando e embarcando em todas as minhas ideias malucas para os projetos do curso. Dedico esta conquista a vocês.

Um agradecimento especial para minha irmã Marine, que sempre foi minha melhor amiga e que esteve no meu lado desde o início, dando todo incentivo e apoio, a que sempre acreditou em mim e nos meus projetos, ajudando a me manter calma nos momentos de tensão e nunca me deixando desistir.

Agradeço imensamente a minha orientadora Ana Valquiria, que me ajudou muito principalmente nesse último semestre, com seus ensinamentos, apoio e paciência para o desenvolvimento deste projeto.

Por fim, agradeço todos meus amigos que torceram e me ajudaram no decorrer deste projeto, e a todos os professores por seus ensinamentos ao longo desses anos, meu muito obrigado.

“E é assim que as mudanças acontecem. Um gesto.  
Uma pessoa. Um momento de cada vez...”

Libba Bray

## RESUMO

A síndrome de down é uma condição genética, e que apesar dos avanços tecnológicos, não é possível determinar o nível de independência que conseguem atingir na fase adulta, essa luta é diária, portanto, os cuidados exercidos pelos familiares são extremamente importantes para o seu desenvolvimento. Este trabalho tem como objetivo, desenvolver uma pesquisa sobre o tema, compreendendo a sua complexidade, e através de estudos baseados no design thinking, foi proposto um serviço para pais de crianças com síndrome de down, em que ajude nos seus cuidados diários, na saúde, oferecendo consultas com especialistas, passando informações de como devem estimular o desenvolvimento das crianças, e que os empodere, para que encorajem os filhos, incentivado e acreditando nas suas capacidades.

**Palavras-Chave:** Design; Design Thinking de Serviços; Síndrome Down; Família;

## ABSTRACT

Down syndrome is a genetic condition, and despite the technological advances, it is not possible to determine the level of independence that they can achieve in adulthood, this struggle is daily, therefore, the care exercised by family members is extremely important for their development. . This work aims to develop a research on the theme, understanding its complexity, and through studies based on design thinking, a service was proposed for parents of children with down syndrome, in which they help in their daily care, in health , offering consultations with specialists, passing on information on how they should stimulate the development of children, and which empowers them, so that they encourage their children, encouraged and believing in their abilities.

**Key words:** Design; Service Design Thinking; Down syndrome; Family;

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Níveis de design emocional .....	29
Figura 2 - Criadora do livro “Guia de Diagramação para um Livro Acessível” .....	31
Figura 3 - Demonstração do livro .....	32
Figura 4 - As três lentes do HCD.....	34
Figura 5 - O processo HCD .....	35
Figura 6 - Gráfico pesquisa geral .....	39
Figura 7 - Persona 1, Maria Clara .....	43
Figura 8 - Persona 2, Gabriela .....	44
Figura 9 - Persona 3, Marcia e Renato .....	45
Figura 10 - Persona 4, Helena .....	46
Figura 11 - Painel semântico de Maria Clara .....	47
Figura 12 - Painel semântico de Gabriela .....	48
Figura 13 - Painel semântico de Marcia e Renato.....	49
Figura 14 - Painel semântico de Helena .....	50
Figura 15 – Painel Semântico do Conceito .....	54
Figura 16 - Análises comparativas de identidades visuais .....	56
Figura 17 - Análises de serviço Movimento Down.....	59
Figura 18- Análise de serviço Instituto Mano Down .....	60
Figura 19 - Análise de serviço Cromossomo 21 .....	61
Figura 20 - Análises de produtos.....	62
Figura 21 - Lista de ideias para naming .....	66
Figura 22 - Representação do naming .....	66
Figura 23 - Mood board de inspiração.....	67
Figura 24 - Paleta de cores .....	69
Figura 25 - Geração de alternativas de marca .....	70
Figura 26 - Alternativa escolhida .....	71
Figura 27 - Grid .....	72
Figura 28 - Padronagem Modelo 01 .....	72
Figura 29 - Padronagem Modelo 02.....	73

Figura 30 - Aplicação da marca.....	74
Figura 31 - Aplicação da marca.....	74
Figura 32 - Demonstração do site .....	75
Figura 33 - Fluxograma do site.....	76
Figura 34 - Site Flydown .....	76
Figura 35 - Site Flydown .....	77
Figura 36 - Site Flydown .....	77
Figura 37 - Site Flydown .....	78
Figura 38 - Site Flydown .....	78
Figura 39 - Fluxograma do aplicativo .....	79
Figura 40 - Aplicativo.....	80
Figura 41 - Aplicativo.....	80
Figura 42 - Aplicativo.....	81
Figura 43 - Aplicativo.....	81
Figura 44 - Aplicativo.....	82
Figura 45 - Aplicativo.....	83
Figura 46 - Aplicativo.....	84
Figura 47 - Aplicativo.....	84
Figura 48 - Aplicativo.....	85
Figura 49 - Aplicativo.....	86
Figura 50 - Aplicativo.....	86
Figura 51 - Aplicativo.....	87
Figura 52 - Aplicativo.....	88
Figura 53 - Produto .....	90
Figura 54 - Produto .....	91
Figura 55 - Produto .....	93
Figura 56 - Produto .....	93
Figura 57 - Produto .....	94
Figura 58 - Produto .....	94
Figura 59 - Produto .....	95
Figura 60 - Produto .....	96
Figura 61 - Produto .....	97

## LISTA DE ABREVIATURAS

SD Síndrome de Down

ONU Organizações das Nações Unidas

HCD Human Centered Design

APP Aplicativo

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	13
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	14
1.2	OBJETIVO GERAL	14
1.3	OBJETIVOS ESPECIFICOS	14
1.4	JUSTIFICATIVA	15
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO</b>	16
2.1	SINDROME DE DOWN: CONHECENDO O TEMA	16
2.2	A IMPORTÂNCIA DO NUCLEO FAMILIAR	20
2.3	A INFLUÊNCIA DO AMBIENTE	21
2.4	DOWN X SOCIEDADE	22
2.5	EMPODERAMENTO EM BUSCA DA AUTONOMIA	25
2.6	A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN	26
2.7	INICIATIVA POSITIVA	30
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	33
3.1	DESIGN THINKING	33
3.1.1	HUMAN CENTERED DESIGN	33
3.1.2	DESIGN THINKING DE SERVIÇO	35
<b>4</b>	<b>DESENVOLVIMENTO</b>	38
4.1	OUVINDO	38
4.1.1	Entrevistas individuais	39
4.1.2	Entrevista com especialista	41
4.2	CRIANDO	42
4.2.1	Personas	42
4.2.2	Storytelling	46
4.2.3	Cocriação	51
4.2.4	Briefing de Design	52
4.2.5	Conceito	53
4.2.5	Análises	55
<b>5</b>	<b>IMPLEMENTAÇÃO</b>	65
5.1	BRANDING	65
5.1.1	Estratégia de naming	65
5.1.2	Identidade visual	67

5.1.3 Pontos de contato.....	73
5.2 SERVIÇO .....	79
5.3 PRODUTO .....	89
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>98</b>
<b>7 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>99</b>
<b>APÊNDICE A - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL .....</b>	<b>102</b>
<b>APÊNDICE B - SITE.....</b>	<b>112</b>
<b>APÊNDICE C - APLICATIVO .....</b>	<b>113</b>
<b>APÊNDICE D - PLANIFICAÇÃO EMBALAGEM .....</b>	<b>117</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A Síndrome de Down, ou trissomia do cromossomo 21, é uma alteração genética provocada por um erro na divisão celular embrionária. Nessa alteração, acontece uma duplicação no cromossomo 21, que ao invés de gerar um par, como a genética normal de um indivíduo, gera um extra, formando três cromossomos (DRAUZIO VARELLA, 2020).

Devido essa formação genética, as pessoas que nascem com essa síndrome sofrem alteração em características físicas, motos e intelectuais. As mais comuns são: olhos oblíquos, mãos menores, dedos curtos, estatura baixa, maior tendência a obesidade, hipotonia, doenças endócrinas, deficiências auditivas e dificuldades na fala, maior risco de infecções e comprometimento intelectual, tendem a ter uma aprendizagem mais lenta (DRAUZIO VARELLA, 2020).

O Ministério da Saúde na elaboração de diretrizes de cuidados necessários às pessoas com síndrome de down explica que a definição da palavra “síndrome” representa um conjunto de sinais e sintomas, e “Down” indica o sobrenome do médico e pesquisador que foi pioneiro em descrever o conjunto de sinais característicos de uma pessoa com síndrome down.

Apesar de todas as experiências acumuladas nos últimos anos, não é possível definir o nível de autonomia que uma criança com a síndrome consegue obter na vida adulta. Essa luta é diária, portanto, a importância das equipes atua no cuidado da pessoa com síndrome de down, todo o investimento em saúde, educação e inclusão social são os fatores resultantes de uma vida adulta de melhor qualidade e com mais autonomia (DIRETRIZES DE ATENÇÃO ÀS PESSOAS COM SÍNDROME DE DOWN, 2012).

Segundo Gontijo (2015), é natural por instinto humano, de os pais buscarem a proteção de seus filhos, e quando o diagnóstico é de um filho com deficiência, a probabilidade de exagerar na dose de proteção é ainda maior. Com a melhor das intenções de querer a segurança criança, muitos pais, por desconhecimento ou medo, acabam caindo em uma armadilha. O cuidado exagerado atrasa, e até impede o desenvolvimento da criança.

Afirma ainda que, a deficiência não reflete na incapacidade do indivíduo, cada um tem suas potencialidades, e é dever dos seus responsáveis reconhecer e trabalhar em cima delas, e o caminho mais correto de evitar a superproteção é a informação. (GONTIJO, 2015)

### 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Como o design pode auxiliar os pais nos cuidados com as crianças com síndrome de down em seu empoderamento para uma vida adulta com mais autonomia?

### 1.2 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um serviço para familiares de crianças com síndrome de down, que auxilie nos cuidados necessários e principalmente que estimule o empoderamento das mesmas.

### 1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Estudar as dificuldades apresentadas pelas pessoas com a alteração genética de existência de um cromossomo extra;
- Realizar pesquisas com profissionais na área da saúde, afim de validar e entender as limitações de uma pessoa com síndrome de down;
- Entrevistar familiares e psicólogos buscando conhecer a visão e comportamento deles em relação as pessoas com a síndrome de down;
- Desenvolver um projeto que auxilie as crianças com síndrome de down em suas principais dificuldades;

## 1.4 JUSTIFICATIVA

A notícia de uma gravidez gera emoções intensas em uma família, a expectativa de como vai ser, que cuidados vão precisar, e uma avaliação de seus comportamentos e suas rotinas começam a ter um peso especial. Para pais e mães, a primeira e maior preocupação, na maioria dos casos, é que seus filhos (as) sejam saudáveis, e a notícia de que seu filho nascerá com alguma deficiência cria um medo e insegurança ainda maior por parte da família.

Para a família, a chegada de um bebê com deficiência pode gerar atitudes inadequadas, resultantes da falta de informação e de preparo. Muitas vezes com intensões positivas de querer proteger acabam interrompendo o processo de desenvolvimento. Comportamentos de superproteção, piedade ou rejeição, interfere muito na evolução da criança, é essencial ter uma base de apoio desde bebê, ainda dentro do núcleo familiar para que os filhos tenham uma vida com mais autonomia na fase adulta.

Segundo Duarte (2016), muitas pessoas que nascem com síndrome de down, ou com alguma deficiência intelectual, não tem independência na vida adulta, afirma ainda, que grande parte delas nem sabem o que isso quer dizer. São reféns de discursos científicos, reproduzidos pela sociedade e pela superproteção da própria família, que não acreditam em suas capacidades. Atesta que, essas atitudes tiram suas forças, e os impedem de crescer.

O papel dos designers sempre foi criar vínculos entre sociedade e tecnologia, o foco anteriormente era a inovação técnica, porém, os designers estão repensando seu modo de operar. Manzini (2008) diz, a inovação social é necessária, é essencial saber reconhecer os casos promissores, utilizar sensibilidades, capacidades e habilidades de design nos projetos de novos produtos com significado social.

Giddens (2000), acredita que vivemos em uma sociedade que todos tem a liberdade de projetar, vivemos em uma sociedade contemporânea que se define como uma trama de redes projetuais, e os designer tem uma crescente responsabilidade de estar presente nessas redes, abastecendo-a com seu conhecimento específico em design.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO

Segundo o Ministério de saúde, a importância da valorização e inclusão devido a diversidade humana está cada vez maior. A sociedade está se conscientizando de que pessoas com deficiência tem o direito de igualdade e que é essencial oferecer oportunidades para todos. Neste sentido este capítulo pretende contextualizar o tema, observando a importância da família e suas relações, com auxílio das lentes do design a fim de oportunizar novos olhares para busca do bem estar.

### 2.1 SINDROME DE DOWN: CONHECENDO O TEMA

Em 1866, foi relatada por John Langdon Down a SD (Síndrome de Down), chamada inicialmente essa condição de forma indevida por “idiota mongolóide”. John relata no seu trabalho:

A grande família Mongólica apresenta numerosos representantes e pretendo neste artigo chamar atenção para o grande número de idiotas congênitos que são mongóis típicos. O seu aspecto é tão marcante que é difícil acreditar que são filhos dos mesmos pais... O cabelo não é preto, como em um Mongol típico, mas de cor castanha, liso e escasso. A face é achatada e larga. Os olhos posicionados em linha oblíqua, com cantos internos afastados. A fenda pálpebra é muito curta. Os lábios são grossos, com fissuras transversais. A língua é grande e larga. O nariz, pequeno. A pele, ligeiramente amarelada e com elasticidade deficiente. É difícil acreditar que se trate de um europeu, mas pela frequência com que estas características são observadas, não há dúvida de que estes aspectos étnicos resultam de degeneração. O tipo de idiotia Mongólica ocorre em mais de 10% dos casos que tenho observado. São sempre idiotas congênitos e nunca resultam de acidente após a vida uterina. Eles são, na maioria, exemplos de degeneração originada de tuberculose nos pais (MOREIRA, EL-HANI, GUSMÃO, 2000).

Após diversas pesquisas, somente no ano de 1961, um grupo conceituado de pesquisadores biomédicos, tornaram mais sólidas as informações epidemiológicas e citogenéticas disponibilizando-as. Assinaram assim, uma carta publicada no periódico *Lancet*, pedindo para os colegas de profissão, não utilizarem mais o termo de mongolismo ao se referirem as pessoas com SD, e então, começariam a chamar de anomalia do cromossomo 21 (DUARTE, COSTA, GORLA, 2017).

Essas descobertas permitiram a possibilidade de teste pré-natais com base no cariótipo dos cromossomos a partir de células em metáfase derivadas do feto. Infelizmente, esses testes são bastantes utilizados para a interrupção de gestações

de fetos com SD, porém, servem também para preparar familiares a recebem uma criança nessa condição (DUARTE, COSTA, GORLA, 2017).

A SD ocorre por uma alteração genética, onde o número de cromossomos presentes nas células é maior do que o normal de um ser humano. Essa mudança genética, é formada por um cromossomo extra no par 21, com isso, a célula passa a ter 47 cromossomos. Essa síndrome tem origem ainda na formação dos gametas (óvulos ou espermatozoides) ou após a fase de fecundação, com a separação errada do cromossomo 21 (DUARTE, COSTA, GORLA, 2017).

Estudos mostram, que pessoas com a síndrome, possuem os cromossomos normais, somente o 21 que é duplicado, que produz um desequilíbrio genético, que causa o desenvolvimento e crescimento incompleto, mas não anormal (DUARTE, COSTA, GORLA, 2017).

A causa para o nascimento de crianças nessa condição ainda é desconhecida, porém, alguns fatores endógenos e exógenos, segundo Shwartzman (1999b apud SILVA; DESSEN, 2002), ajudam para a incidência dessa formação genética. Um dos fatores endógenos muito associados a esta síndrome é a idade da mãe, as mulheres nascem com uma quantidade de óvulos que envelhecem à medida que elas também envelhecem. Logo, a probabilidade de incidência de crianças nascerem com a síndrome é maior em mãe mais velhas.

De acordo com a tabela elaborada pelo ECLAMC – Estudo Colaborativo Latino-Americano de Malformações Congênitas (conforme citado por Brunoni, 1999), o risco de uma mulher de 34 anos, por exemplo, gerar uma criança com síndrome de Down é de um nascimento para cada 392 mães com 34 anos (1/392), e para uma mãe de 40 anos, o risco é de 1/80. No estudo de Pereira-Silva (2000), com seis famílias de crianças com SD, quatro mães tinham idades entre 36 e 43 anos. É preciso lembrar que estes dados não descartam a possibilidade de incidência da desordem em crianças com mães mais jovens. (apud SILVA; DESSEN, 2002)

Segundo resultados do Censo 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil apresenta, aproximadamente, 300 mil pessoas com SD, uma relação de 1 para 800 a 1.000 pessoas nascidas vivos.

As diretrizes de atenção às pessoas com síndrome de down, do ministério da saúde, apresentam um diagnóstico clínico no qual indica déficit de desenvolvimento

psicomotor, intelectual e pondero-estatural em pessoas com síndrome down (DIRETRIZES DE ATENÇÃO ÀS PESSOAS COM SÍNDROME DE DOWN, 2012).

Estão associadas a SD as características físicas como olhos amendoados, maior probabilidade ao desenvolvimento de algumas doenças e hipotonia muscular. Na maioria das vezes são menores na altura e têm mais dificuldades no desenvolvimento físico, mental e intelectual quando comparado com crianças da mesma idade (MOVIMENTO DOWN, 2020).

Em um estudo realizado por Pavarino Bertelli et al. (2009 apud DUARTE; COSTA E GORLA, 2017), as características observadas em mais de 90% das amostras foram perfil achatado, braquicefalia, fenda palpebral oblíqua, hipotonia muscular ao nascimento e ponte nasal baixa. Doenças cardíacas congênicas estiveram presentes em 56,5% dos casos, distúrbio de aquisição de linguagem em 87 e atraso no desenvolvimento global em 77,8%. Entre as complicações clínicas, 43% dos sujeitos apresentavam mais de um tipo de cardiopatia congênita, a saber: comunicação interventricular interatrial (57,1%); persistência do canal atrial (34,3%); comunicação interventricular (22,9%) defeitos do septo atrioventricular (17,1%); tetralogia de Fallot (5,7%); e insuficiência da válvula (14,3%).

Importante ressaltar que não existe tratamento ou cura para a SD, pois ela não é uma doença, e sim uma condição genética, porém essa condição está ligada em questões de saúde que devem ser analisadas desde o nascimento. As pessoas com SD possuem maior incidência em algumas doenças como cardiopatias e problemas respiratórios (MOVIMENTO DOWN, 2020).

Devido ao avanço nos processos de saúde a partir do século XX, principalmente da cirurgia cardíaca, a expectativa de vida de pessoas com SD aumentaram notavelmente. Esse aumento junto com a descoberta dos potenciais dessas pessoas, levou a criação de inúmeros projetos nas áreas educacionais, com vista na escolarização, na profissionalização, qualidade de vida e autonomia (DIRETRIZES DE ATENÇÃO À PESSOA COM SINDROME DE DOWN, 2020)

Uma das principais características das pessoas com SD, é a deficiência mental, à um atraso global no desenvolvimento, que varia de uma criança para outra (SILVA; DESSEN, 2002).

Ainda que, o QI (Quociente de Inteligência) dessas crianças seja classificado como abaixo da média, profissionais e pesquisadores, tem discutido a necessidade

de focar nas habilidades e realização de atividades do dia a dia de crianças deficientes mentais, como andar, vestir-se, alimentar-se com independência, aprender a ler etc.

Com relação ao quociente de inteligência (QI) de crianças com SD, Carr (1994) observou um declínio à medida que a idade de sua amostra avançava. Contudo, 2/3 dos jovens foram considerados independentes nas áreas de alimentação e toalete, de 1/3 a 2/3 em vestir-se, a metade em tomar banho e 1/4 em lavar os cabelos. Nove rapazes, em um grupo de 22, eram capazes de barbear-se sem ajuda e 12 moças, em um grupo de 19, podiam enfrentar sozinhas os cuidados com a menstruação. Pouco mais da metade das pessoas com 21 anos eram independentes em todas as quatro áreas: alimentação, vestir-se, lavagem dos cabelos e toalete. Esses dados comprovam que essas pessoas podem tornar-se independentes ao longo da vida, apesar de apresentarem um desenvolvimento mais lento e de haver diferenças de criança para criança. (apud SILVA; DESSEN, 2002).

Tem se falado muito sobre o termo “neuroplasticidade” em relação a essa síndrome, que por definição é qualquer modificação do sistema nervoso que não seja periódica e que tenha duração maior que poucos segundos. Ou também, a capacidade de adaptação do sistema nervoso, especialmente a dos neurônios, às mudanças nas condições do ambiente que ocorrem no dia a dia da vida dos indivíduos, um conceito amplo que se estende desde a resposta a lesões traumáticas destrutivas até as sutis alterações resultantes dos processos de aprendizagem e memória (2004, LENT R apud BORELLA; SACCHELLI, 2009).

A plasticidade neural é maior durante a infância, e declina gradativamente, sem se extinguir na vida adulta, e ocorre tanto no hemisfério intacto como no lesionado (et al. Johansson BB,2000). Há várias formas de plasticidade, regenerativa, axônica, sináptica, dendrítica, somática e habituação que é uma de suas formas mais simples.

Segundo SILVA; DESSEN, 2002, a inserção no contexto sociocultural poderia melhorar a vida das crianças com SD. O entendimento sobre a relação que a criança estabelece com o seu meio, durante seu ciclo de vida, tem uma importância enorme para uma compreensão mais assertiva no seu desenvolvimento, junto com as suas interações sociais. Ainda afirma que, é fundamental o papel da família, pois é ela que constrói o primeiro universo de relações sociais da criança, sendo assim, podendo oportunizar um ambiente de crescimento e desenvolvimento, ao invés de dificultar esse processo.

## 2.2 A IMPORTÂNCIA DO NUCLEO FAMILIAR

De acordo com GILBERT (2012), as pessoas com síndrome down possuem aspectos que os diferenciam, por essa condição vir ainda no nascimento, não existe quebra de processo de vida da criança, por mais que intercorrências graves, como cirurgias por exemplo, funcionem como marcos importantes, não existe antes e depois da SD, diferentes dos pais, que tem uma forte mudança. Porém, apesar desta condição diferenciada, a experiência de ter um filho com síndrome down é relatada como compensadora nas vidas das pessoas envolvidas.

Para a família enquanto grupo e individualmente, um dos momentos mais difíceis é a notícia do nascimento de uma criança com SD, podendo assim ter alterações nos relacionamentos, em especial no desenvolvimento do vínculo mãe-bebê (1998, BOLSANELLO apud SILVA; DESSEN, 2002).

Segundo Viviane Nunes, (MOVIMENTO DOWN, 2020) doutora em educação, pesquisadora do NeeDi (Núcleo de Estudos em Educação e Diversidade) e mãe de uma criança com SD, o momento do nascimento de sua filha, falavam sobre aberração genética, limitações, dificuldades, mas o mais impactante era quando relacionado como o “Momento do luto”, que se usa muito em consultórios psicológicos. Terapeutas usam esse termo afim de explicar uma perda, mas não necessariamente a morte de alguém, mas o momento de um divórcio, demissão de um trabalho, e também quando o diagnóstico de um filho com deficiência.

Viviane afirma, que esse termo foi parar na boca do povo, sem nenhuma análise adequada, e sugere a substituição de palavras duras por palavras suaves, que possam definir da mesma forma o novo momento. Complementa que, falar de semântica, isto é, do uso da palavra em si, de forma indevida, tem o poder de provocar sentimentos e sensações desagradáveis para os envolvidos (MOVIMENTO DOWN, 2020).

Casarin (1999 apud SILVA; DESSEN, 2002), afirma que repensar o significado da SD é fundamental, para atualiza-se da imagem deformada que possuem, construindo uma nova visão, não idealizada, que viabilize o seu comportamento com a pessoa com a alteração genética. Tornando assim, uma reorganização familiar mais fácil, no qual o ambiente familiar possa contribuir para o crescimento e desenvolvimento da criança.

No intuito, com intenções positivas de proteger, muitos pais, não percebem que a superproteção é uma maneira cruel de impedir o desenvolvimento do filho. Duarte (2009), afirma:

Muitos pais usam frases como “O mundo anda tão perigoso!” para justificar uma preocupação e um medo constante e, às vezes, desproporcional aos fatos. Reforçam ainda que seu filho “não enxerga a maldade no mundo ou não tem malícia por conta da deficiência”. Quando esse tipo de discurso chega até mim, costumo dar um exemplo bem-sucedido de um adulto, com síndrome down que conseguiu alcançar uma vida verdadeiramente independente.

O ato de superproteger o filho, envia uma mensagem inconsciente de que ele não seria capaz, por isso, precisa que alguém faça por ele. Os pais com esse tipo de atitude acabam se tornando o maior obstáculo do filho, travando o seu processo de aprendizagem (DUARTE, 2009).

A superproteção atua de forma característica, segundo Mielnik (1977), é como criar um círculo de ferro ao redor da criança, uma forma de barreira eletrificada, afim de impedir que a criança entre em contatos com os outros e outros com ela. Essa atitude acarreta, entre outros efeitos, a infantilização da criança, ou seja, a conservação da mesma em níveis atrasados de desenvolvimento psicológico. Com isso, as consequências da superproteção aparecem como o retardo na maturação intelectual, atraso na emancipação, uma dependência excessiva de um adulto, comportamento de criança mimada ainda quando adolescente ou adulto, aumento dos ciúmes, entre outros efeitos que será apontando a seguir.

### 2.3 A INFLUÊNCIA DO AMBIENTE

O primeiro universo de socialização de uma criança é o ambiente família (SILVA; DESSEN, 2002), é ali que sofre as transformações mais profundas após o nascimento de uma criança com deficiência mental, tanto em reações e medos, quanto a estrutura e funcionamento da família.

Um ambiente é mutável e dinâmico, segundo VYGOTSKY (1994 apud SILVA; DESSEN, 2002) ele exerce um papel variado no desenvolvimento infantil, dependendo da idade da criança. O ambiente muda à medida que a criança se desenvolve, e conseqüentemente, a sua forma de relação com esse meio se altera.

Entretanto, o lar da criança não é o único ambiente que consideramos, e sim os ambientes que ela começa a frequentar ao decorrer de sua vida, como creches, o jardim de infância, a pré escola, entre outros. Logo, o ambiente deve ser encarado como uma entidade estática e periférica em relação ao desenvolvimento infantil.

VYGOTSKY (1994 apud SILVA; DESSEN, 2002), relata ainda, que basicamente:

Em uma experiência emocional estão em relação tanto as características próprias do sujeito, como aquelas do ambiente, mas não é qualquer experiência que se torna relevante para o curso futuro do desenvolvimento da criança. Em decorrência disso, as situações vividas em cada ambiente podem influenciar diferentemente as várias pessoas que ali convivem, uma vez que, cada criança pode ter uma percepção diferente de um evento, experienciando o de um modo particular e, conseqüentemente, a influência deste sobre o desenvolvimento de cada criança acaba sendo muito peculiar. E é dentro desse contexto que inserimos a nossa criança com SD, a qual apresenta limitações em suas capacidades, porém não está imune às transformações de seu ambiente.

Portanto, de acordo com Silva; Dessen (2002), a criança se desenvolve em um contexto social e humano, que possibilita construir seu sistema de significados e de interiorizar experiências, contribuindo assim, novas formas de organização. Nesse pensamento, a criança com SD tem a oportunidades de vivenciar novos domínios, tornando-se uma cidadã ativa e incluída na nossa cultura. Por isso, a seguir mostra qual é o papel da sociedade em relação a vida social de pessoas com SD.

## 2.4 DOWN X SOCIEDADE

Em 1948, após segunda guerra mundial, o primeiro passo pelos direitos sociais no intuito de eliminar a discriminação, foi dado por governantes de inúmeras nações, com a intenção de construir um novo mundo propuseram a Declaração de Universal dos Direitos Humanos, que foi estabelecida pela Organizações das Nações Unidas (ONU), composta 48 países na época, incluindo o Brasil.

A declaração indicava o seguinte objetivo:

A presente Declaração Universal dos Direitos Humanos como o ideal comum a ser atingido por todos os povos e todas as nações, com o objetivo de que cada indivíduo e cada órgão da sociedade, tendo sempre em mente esta Declaração, se esforce, através do ensino e da educação, por promover o respeito a esses direitos e liberdades, e, pela adoção de medidas

progressivas de caráter nacional e internacional, por assegurar o seu reconhecimento e a sua observância universal e efetiva, tanto entre os povos dos próprios Estados-membros, quanto entre os povos dos territórios sob sua jurisdição (NACOEUNIDAS, 2020)

Atualmente a lei em vigor é definida de acordo com a Constituição Federal, determinada em 1988, o artigo 5º impõe os direitos de igualdade, nos seguintes termos:

Artigo 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade (PLANALTO, 2020).

Porém, o preconceito ainda está muito presente na sociedade. Vimos ele de diferentes formas, inclusive por autoridades que defendem os direitos humanos, como o exemplo o caso da desembargadora Marília Castros Neve, conforme divulgado em uma reportagem pela [buzzfeed.com](https://www.buzzfeed.com), publicada em 2018, questionou pelas redes sociais, após divulgação da conquista da Debora Seabra, que foi a primeira professora com síndrome down no Brasil, no seu comentário questionava como essa professora ia conseguir ensinar alguém.

A discriminação social é uma forma de preconceito coletivo na sociedade, que tem origem pela diversidade natural e diferença entre as pessoas, que influencia de supostas inferioridade e superioridade entre si. (ALMEIDA, 2009). Segundo a Organização Mundial da Saúde (ONU), dados coletados em 2011, 1 bilhão de pessoas possuem algum tipo de deficiência, ou seja, a cada sete pessoas no mundo, uma possui deficiência.

Esses números, foram destacados pelo secretário geral da ONU, Ban ki-moon, durante a conferência dos estados partes da Convenção sobre Direitos das Pessoas com Deficiência (CDPD), realizada em 2016. Na ocasião, o dirigente através de uma mensagem em vídeo exibida no evento, afirmou:

A deficiência não é uma incapacidade. Vamos trabalhar juntos para um mundo de oportunidades e dignidade para todos, para um futuro de inclusão e por um mundo onde todo mundo ganhe, sem ninguém ficar para trás (NACOEUNIDAS, 2020).

Assim, a inclusão social foi incluída nos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) nas Nações Unidas. O mesmo é composto por 17 objetivos e 169

metas a serem atingidas até 2030 com a promessa para uma nova transformação do mundo. Essa agenda mundial foi adotada durante a cúpula das Nações Unidas em setembro de 2015, em seu tema ODS 10, traz o objetivo de reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles, e conforme determina a meta 10.2:

Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra (NACOESUNIDAS 2020).

A partir disso, pessoas com síndrome down e apoiadores se reuniram na sede da ONU em Nova Iorque, no final de março de 2018, em um evento promovido para celebrar o Dia Mundial da Síndrome de Down, comemorado anualmente em 21 de março.

Para a comemoração da data, a ONU convidou toda a comunidade internacional para apoiar nas redes sociais a campanha #WhatIBringToMyCommunity, que aborda o modo como as pessoas com síndrome de Down podem fazer contribuições significativas, seja nas escolas, locais de trabalho, comunidade, cultura, mídia e esportes, ao longo de toda a vida. O evento foi uma chance de mostrar representantes do setor privado que as pessoas com SD podem e devem atuar em suas ocupações profissionais.

Na ocasião, Bruce Uditsky, diretor-executivo da organização Inclusion Alberta Canada, disse: “A inclusão dentro dos caminhos normativos e valorizados da vida familiar e comunitária é um dos principais meios para uma vida de significado, pertencimento e possibilidades.”

De acordo com Duarte (2009), a socialização de pessoas com deficiência está ligada com a opinião que os outros tem sobre si. Na infância, existe a necessidade de aprovação dos pais para se sentirem aceitos, conforme vão crescendo, a necessidade de aprovação de todos passam a ser importante, e muitos pais de pessoas com deficiência, focam na limitação de seus filhos, ao invés de apresenta-los pelas capacidades e talentos, falam com um discurso de reprovação,“ - Ele demora para falar, não consegue entender, é incapaz de socializar”.

Como o mundo enxerga e julga, segundo Duarte (2009), não deve ser levado em consideração, é dever próprio, da família e das pessoas próximas centralizarem

seus esforços e dedicação para o desenvolvimento da autonomia e empoderamento das pessoas com deficiência.

Qualquer ambiente segregador não será um ambiente onde o cidadão possa fazer o exercício da autonomia de forma real, pois sempre será fictício, superprotegido e segregado. Muito do que nós somos, independente de fatores genéticos, é resultado do contato que temos com o meio em que vivemos e das pessoas com as quais nos relacionamos durante toda a vida. Pensando assim, é realmente a deficiência que limita? (DUARTE, 2009)

A colaboração da sociedade é importante na conquista da independência das pessoas com deficiência, porém, cabe a família, que é a primeira responsável por esse avanço, trabalhar diariamente desde a infância o processo de conquista da autonomia e empoderamento das pessoas com SD (DUARTE, 2009). O poder de adquirir o empoderamento e autonomia será exposto a seguir.

## 2.5 EMPODERAMENTO EM BUSCA DA AUTONOMIA

A autonomia denomina-se pela capacidade de se governar pelos próprios meios (OXFORD LANGUAGES, 2020). O ato de se empoderar, tem como definição a ação de se tornar poderoso, ter autoridade e domínio sobre o empoderamento das classes desfavorecidas. Como gíria, é sobre ter domínio sobre sua própria vida, ser capaz de tomar decisões sobre o que lhe diz respeito (significados.com.br, acesso 2020).

Segundo FREIRE (1996), o conceito de empoderamento é de que a pessoa, grupo ou instituição empoderada é aquela que realiza, por si própria, as transformações e ações que a levam para a evolução e fortalecimento da mesma.

O empoderamento é apresentado pela OMS (1998), como processo de educação dos indivíduos e comunidades para assumirem uma postura proativa e incisiva sobre os fatores pessoais, socioeconômicos e ambientais que afetam a saúde. A Unesco ressalta que o empoderamento no âmbito de ações que podem proporcionar aos jovens as ferramentas necessárias para negociar com aqueles que tomam as decisões, tanto no nível macro quando micro.

Duarte (2009) diz que empoderar significa não desistir do outro, se eu reprovou ou não aposto eu despendero. Sem o empoderamento, a pessoa com deficiência fica

mais vulnerável ao preconceito e a influência de terceiros. Duarte (2009) enfatiza que a palavra tem poder, especialmente de bloquear a autoestima e fazer acreditar em crenças negativas que podem influenciar no futuro e na autonomia da pessoa com deficiência, além de o tornar vulnerável. A raça humana possui capacidade única de ser corajosos, ousados e nobre para tornar a vida do outro melhor.

Acreditar nas capacidades ao invés reforçar as dificuldades é essencial para evolução das pessoas, segundo Robbins (1993), quando se acredita em alguma coisa, seu cérebro opera sozinho, filtrando qualquer dado externo do ambiente, procurando referências para confirmar-se de que está certo.

BARBIRATO, DIAS (2011), afirma que toda criança deve ter a autonomia estimulada, aponta que a superproteção dos pais é um dos fatores que dificultam os filhos no desenvolvimento das capacidades e na conquista da autonomia e independência. Agindo dessa forma, os pais não deixam os filhos lidarem com frustrações e dificuldades, tornando assim, em um indivíduo isolado do contato social.

Muitas famílias que tem filhos com necessidades especiais se isolam do contato social mais amplo. Esse isolamento reforça padrões de superproteção valorizando a condição especial do indivíduo com algum tipo de déficit, seja físico ou psíquico. Educada assim, para a dependência e a fragilidade, a criança tem restringidas ainda mais as possibilidades de inserção na comunidade ficando dependente da família para a sobrevivência física e emocional. Tanto sujeita à rejeição como à superproteção, essa criança sai perdendo quando não é preparada para a autonomia.

Gontijo (2015) explica que o melhor caminho para evitar o isolamento da criança pela superproteção é a informação. Conhecer as capacidades de cada um e ajudar a superar as dificuldades.

Conforme os autores mencionados acima, acredita-se que crianças que são estimuladas em um ambiente mais confiante e propício, possam ter mais domínio de suas decisões e, conseqüentemente, ter uma vida adulta com mais independência e autonomia, com essa conclusão, pensamos como o olhar do design pode colaborar para a solução desse problema complexo.

## 2.6 A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN

Nas últimas décadas, a inclusão de novas tecnologias foi inserida em nossa sociedade, gerando inúmeras possibilidades. Porém, a gravidade dos problemas sociais e ambientes estão cada vez mais claros no dia a dia. Com isso, a manifestação de uma nova era de inovação social é evidente (2006, Young Foundation apud Manzini, 2008).

Os usuários não procuram as inovações com base na sociedade industrial mais a menos desenvolvida, e sim onde elas chegam mais rapidamente e com eficaz, aparecendo as comunidades criativas, que se movem e se adaptam as diferentes formas e contextos. “Um movimento de ideias e experiências que pode caminhar em todas as direções, do Norte para o Sul, do Oeste para o Leste e vice-versa” (MANZINI, 2008).

Denominado como casos promissores, de acordo com Manzini (2008), são aqueles que sugerem soluções que entrelaçam interesses pessoais com interesses sociais e ambientais, gerando alternativas de diversas maneiras, para orientar pessoas na sua expectativa e seu comportamento individual com a perspectiva sustentável.

Segundo Manzini (2008), o termo inovação social relata as mudanças das ações dos indivíduos, para solução de seus problemas, ou de gerar novas oportunidades. Essas inovações são mais guiadas pelas mudanças de comportamentos, do que por mudanças de mercado ou tecnológicas.

Um objeto, um espaço ou uma estrutura, não precisa ser necessariamente o melhor tipo de design, segundo Norman (2008), e sim um processo dinâmico e adaptável.

Precisamos de tecnologias que forneçam a riqueza de poder da interação sem a interrupção: sem precisarmos recuperar o controle sobre nossas vidas. Controle, de fato, parece ser o tema comum, quer seja para evitar a frustração, alienação e raiva que sentimos com relação a tecnologias atuais, quer para nos permitir que interagamos com outros de maneira confiável, quer para manter estreitos laços entre nós e nossa família, amigos e colegas (NORMAN, 2008).

Devido os avanços científicos, Norman (2008) acredita que a compreensão do cérebro sobre as emoções e cognição são totalmente ligadas entre si. Afirma que os cientistas como ele, estão começando compreender o valor das emoções no dia a dia.

Utilidade e usabilidade continuam com sua importância, mas a diversão e prazer, alegria e entusiasmo, e inclusive ansiedade e raiva, medo e fúria, fazem parte da vida, sem elas a vida seria incompleta.

As emoções trabalham por meio de substâncias químicas neuro ativas que penetram determinados centros cerebrais e modificam a percepção, a tomada de decisões e o comportamento. Essas substâncias químicas neuro ativas mudam os parâmetros de pensamento (NORMAN, 2008).

Para Norman (2008), o design centrado no ser humano, trata-se do profissional que se dedica a servir clientes com intuito de aliviá-los de frustrações, de confusão, e daquela sensação de impotência. É fazer os clientes sentirem o controle de estar no poder. O design centrado no usuário, fornece as ferramentas adequadas para explorarem por si que o oferecem, para serem capazes de fazer a escolha certa.

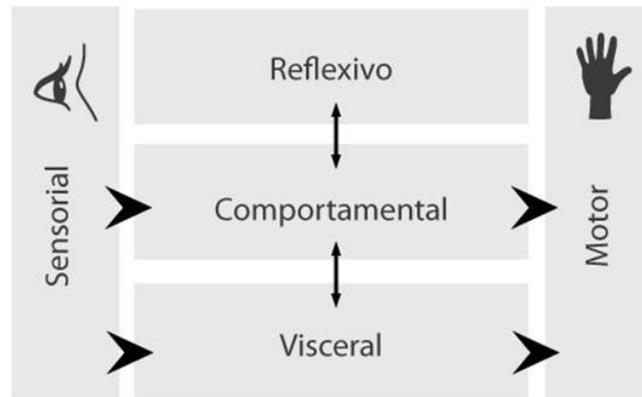
O design universal, ou seja, design para todos, é um desafio, mas vale a pena o esforço. De fato, a filosofia do "Design Universal" defende de maneira convincente que conceber coisas para portadores de necessidades especiais, os que não ouvem ou não veem, os que são menos ágeis que a média, invariavelmente torna o objeto melhor para todo mundo. Não existe desculpa para não conceber produtos que todos possam usar (NORMAN, 2008).

A empatia segundo Desmet & Hekkert (2007 apud MANDELLI, 2019) está no campo das habilidades sociais, é uma forma de expressão afetiva que entende e compartilha as experiências do outro, independente de seres positivas ou negativas. De forma comprimida, a empatia (2005 Del Prette e Del Prette apud MANDELLI, 2019) possui características específicas que devem fazer parte de cada ser humano, fazendo assim, tornando capaz de agir de forma empática.

Observar, prestar atenção, ouvir e demonstrar interesse pelo outro, reconhecer/inferir sentimentos do interlocutor, compreender a situação (assumir perspectiva), demonstrar respeito às diferenças, expressar compreensão pelo sentimento ou experiência do outro, oferecer ajuda, compartilhar (2005 Del Prette e Del Prette apud MANDELLI, 2019).

Segundo Norman (2008), existe três níveis de design emocional, são eles: design visceral, design comportamental e o design reflexivo.

Figura 1 - Níveis de design emocional



Fonte: adaptado pela autora, 2020.

O design visceral, é o que atua nos aspectos físicos, na aparência, no toque e no som dominante. Traz o que a natureza produz, os seres humanos evoluem para coexistir no ambiente com outros seres vivos, animais plantas, condições climáticas entre outros. Em decorrência disso, os seres humanos são sintonizados para receber poderosos sinais emocionais do ambiente, que são automaticamente notados nesse nível.

Já no design comportamental, na maior parte das vezes, a sua função é o que se destaca com mais importância. Para conseguir esse nível com excelência, o profissional deve ser centrado no ser humano, focando em compreender e satisfazer as necessidades do usuário.

O último nível, o design reflexivo diz respeito a culpa, a mensagem, tudo age para o significado de um produto ou seu uso. E também, para o significado das coisas, para as lembranças pessoais que alguma coisa invoca, ele diz respeito a autoimagem e as mensagens que um produto envia às outras pessoas.

Portanto, percebe-se que o nível reflexivo de Norman (2008) está totalmente ligado a esse projeto. As famílias de pessoas com SD precisam saber reconhecer as próprias atitudes para conseguir trabalhá-las.

É através de estudos na área do design emocional, que se busca entender as formas de experiências afetivas despertadas através da interação de usuários com artefatos de design (2007, Desmet & Hekkert apud MANDELLI,2019).

No ponto de vista do designer, deve-se estabelecer uma ideia inovadora de produto e serviço. Atualmente a ideia difundida é que produtos e serviços são projetados considerando o usuário apenas como uma expressão de problemas, a nova ideia é alterar, começar do que o usuário sabe, pode e deseja fazer. Resumindo é desenvolver projetos de colaboram na obtenção do que o usuário deseja, disponibilizando os meios para colocar suas próprias capacidades nesse processo, e se necessário, incentivar seu desejo de participação (MAZINI, 2008). Assim, o designer assume o papel de agente social, buscando não só a solução do problema, mas também despertar a criatividade e capacidade de interação dos usuários.

Saber conhecer as necessidades dos usuários para a solução do problema é o ponto chave desse projeto, com base nisso buscou-se as iniciativas já pensadas para soluções de problemas relacionados, conforme mostrado a seguir.

## 2.7 INICIATIVA POSITIVA

Fernanda Schaker, gaúcha, designer e diagnosticada geneticamente com trissomia do cromossomo 21, com seu projeto de um livro com o intuito de guia para a diagramação para um livro acessível, foi um dos destaques do III Fórum Municipal de Acessibilidade e Inclusão Social realizado na Feira do Livro de Porto Alegre.

Figura 2 - Criadora do livro “Guia de Diagramação para um Livro Acessível”



Fonte: [www.hypeness.com.br](http://www.hypeness.com.br), acesso 2020.

A designer explica no livro, o que pode fazer para transformar os livros em objetos mais acessíveis a todos.

A importância dos livros em nossas vidas é e deve ser tamanha que eles não podem estar restritos somente às pessoas que não enfrentam qualquer dificuldade para conseguir os ler. Seja por questões motoras, intelectuais ou visuais, o fato é que os leitores com necessidades especiais precisam ser contemplados pelas editoras na hora de fabricarem seus livros (HYPENESS, 2020).

O conteúdo do livro é diverso, explica sobre a gramatura do papel ao ser manipulado por uma ferramenta especial, uma espécie de clip para manter o livro aberto, a importância de uma boa escolha de da fonte, dos padrões de alinhamento e os limites do texto melhor aplicados e possui ainda uma sobre capa possibilitando que fique em pé em uma inclinação de 20°, entre outras dicas.

Figura 3 - Demonstração do livro



Fonte: [www.hypeness.com.br](http://www.hypeness.com.br), acesso 2020.

O livro surgiu do sentimento da autora de através do amor que possui por livros, ajudar outras pessoas, por isso a decisão do curso design gráfico, além do guia tornar um livro libertador para a outras pessoas com necessidades especiais, fazendo assim, alcançarem a superação de seus limites.

O principal foco dos designers é focar nas pessoas e na solução dos seus problemas, com isso, no capítulo a seguir explica como a solução desses problemas pode ser possível através do design.

### 3 METODOLOGIA

De acordo com Rouse (1991), é responsabilidade dos seres humanos, aprimorar as habilidades humanas em sistemas complexos, ajudando a superar as limitações humanas e propiciar a aceitação do usuário.

Shneider e Stickdorn (2014) trazem fundamentos, ferramentas e casos sobre o processo do design thinking, conforme veremos a seguir.

#### 3.1 DESIGN THINKING

Identificar problemas ou algo que prejudica o bem-estar das pessoas, em todos os aspectos, é também o papel dos designers. Sua tarefa é enxergar os problemas reais e gerar soluções adequadas e eficaz.

A palavra “design” é muito associada a qualidade e aparência estética de produtos, e o design como disciplina tem a finalidade deixar as pessoas com uma maior satisfação. Porém, a forma que o designer trabalha com seu modo de percepção e ação tem ganhado espaço em inovações empresarial.

Design Thinking, como já diz no nome, é a forma de um designer pensar, ter um raciocínio pouco convencional no meio empresarial. O designer desafia seus padrões, fazendo ou desfazendo suas deduções criando oportunidades de inovação. Nessa habilidade de sair do pensamento lógico, faz com que pense “fora da caixa”, sempre visando o alvo principal do projeto, focado nos seres humanos.

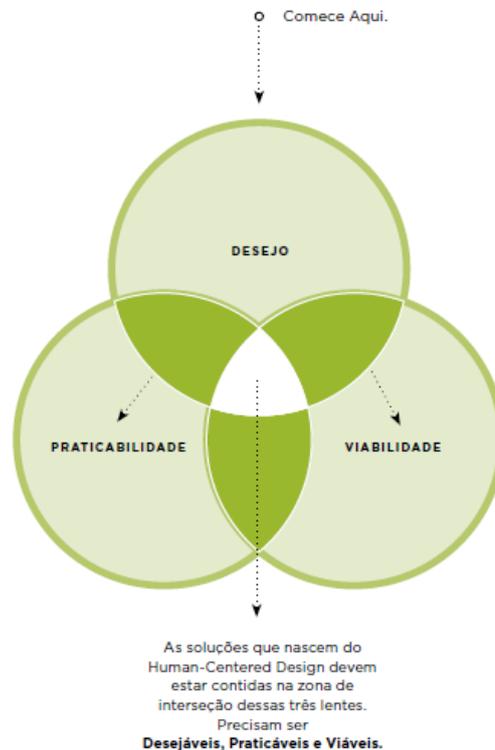
##### 3.1.1 HUMAN CENTERED DESIGN

O Human Centered Design (HCD), é um processo juntamente com um kit de ferramentas desenvolvidas pela IDEO, tem o intuito de produzir novas soluções para o mundo, nos ramos de produtos, serviços, ambientes organizações e modos de interação. Na segunda edição, a IDEO tomou como base outros projetos de impacto social, e se inspirou em seus usuários externos.

Esse processo é chamado de “Centrado no Ser Humano”, justamente pela razão dele começar pelas pessoas que desejam ser criado as soluções. Ele inicia

examinando as necessidades, os desejos e comportamento das pessoas, buscando entender o que querem, com isso foi criado as três lentes do HCD.

Figura 4 - As três lentes do HCD



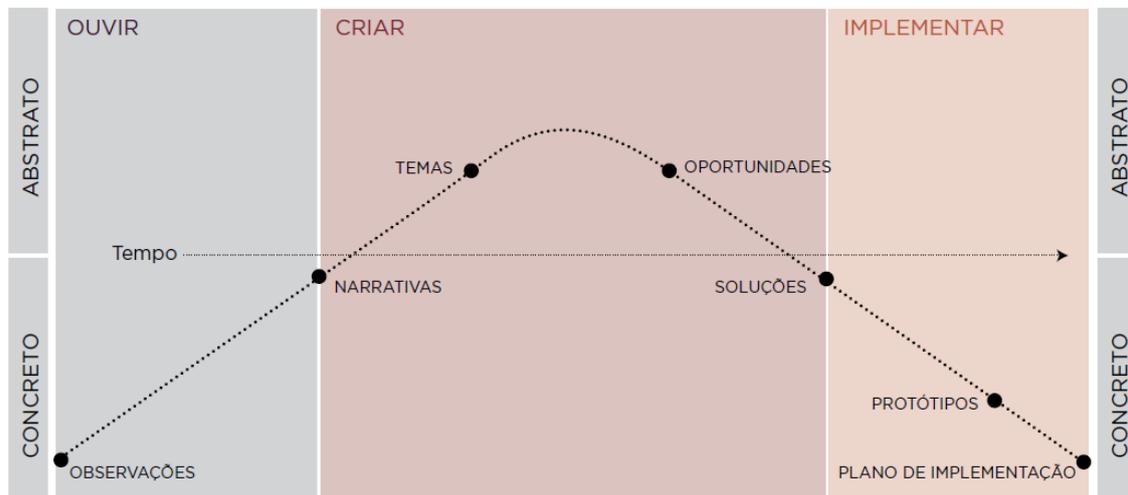
Fonte: Human Centered Design, IDEO.

Essa estratégia Centrada no Ser Humano (HCD), começa com um desafio específico, separados em três fases principais, inicia com ouvir (Hear), criar (Create) e implementar (Deliver). O processo intercala entre o pensamento concreto e o abstrato, identifica temas e oportunidades no abstrato, depois volta ao concreto com soluções e protótipos.

A fase de “Ouvir” (Hear), é onde a equipe de design escuta as histórias e se inspira nas pessoas. Nessa fase inclui a organização e coleta de pesquisas de campo. O “Criar” (Create) é o trabalho em equipe em formato de seminário, traduzindo em estruturas, oportunidades, soluções e protótipos com sabe do que ouviu nas pesquisas com os usuários. É nessa fase que o pensamento passa de concreto para abstrato, afim de conseguir identificar temas e oportunidades para depois voltar ao concreto com a criação. A última fase é a de “Implementar” (Deliver), que se inicia a

implementação das soluções através de um sistema rápido de modelagem de custos e receitas, incluindo estimativas de capacitação e planejamento de elaboração. Essa é a fase que ajuda impulsionar novas soluções.

Figura 5 - O processo HCD



Fonte: Human Centered Design, IDEO.

A criação de um plano para o aprendizado é essencial, passar pelas análises das necessidades do usuário, entendimento o contexto, desenvolvimento de referências e adquirir inspirações são o início do processo, passando depois pelas análises das ideias formadas, priorizar soluções e desenvolver o plano de implementação. Nesse plano deve-se escolher ideias, rastrear processos, iterar soluções e identificar consequências não intencionais, para após analisar o impacto, avaliar o retorno do investimento, gerar novas referências e identificar os próximos desafios.

Outro segmento baseado no ser humano é o design thinking de serviço, conforme apresentado a seguir.

### 3.1.2 DESIGN THINKING DE SERVIÇO

O Design Thinking de Serviço é baseado em cinco princípios: centrado no ser humano, cocriativo, sequencial, evidente e holístico.

Nos serviços centrados no usuário, a participação do mesmo é essencial, o serviço deve ser testado pelo olhar do cliente. Embora a criação do serviço parte da intenção de atender as necessidades do usuário, deve-se levar em consideração um bom entendimento dos hábitos, cultura, contexto social e motivação dos usuários. É preciso colocar o usuário no centro do processo de design de serviço.

Obter insights autênticos sobre os usuários envolve a aplicação de métodos e ferramentas que permitam ao designer de serviços colocar-se no lugar do usuário e entender sua experiência individual do serviço, bem como seu contexto mais amplo. Somos todos usuários - embora tenhamos diferentes necessidades e mentalidades. O design de serviços começa com a compreensão e a revelação dessas diferentes mentalidades. (SHNEIDER, STICKDORN, 2014)

Pensar em cocriação é pensar nos diversos stakeholders envolvidos na criação, prestação e consumo de um serviço, é envolver pessoas diferentes no processo, assim, sendo criativos. A criatividade não é um dom e sim um processo, de ouvir e preparar articulação conforme as ideias estão fluindo na mente de uma pessoa, e facilitar esse processo em grupos que sejam representativos de seus stakeholders, é um aspecto indispensável do design thinking e essencial no design de serviço.

O serviço deve ser visualizado como uma sequência de ações inter-relacionadas, todo processo segue uma transição em três etapas: o pré-serviço, que refere-se ao momento de entrar em contato com um serviço, posteriormente a prestação do serviço, que trata-se da experimentação do serviço com o usuário, e finalização com o pós-serviço.

O princípio da evidencia pode explicar certos aspectos de um ponto de contato ou do processo. Pode ocorrer de diversas formas: contas correspondências, e-mails, folders, placas, lembranças entre outros, esses elementos agregam um componente tangível a algo que seria uma experiência intangível, se eles não existirem. Porém, tornar um serviço tangível nem sempre pode ser desejado pelo usuário, um exemplo disso são aquelas que vão direto para o lixo.

O holístico é trabalhar com uma visão sistêmica, que é extremamente difícil, por mais que o serviço seja intangível, ele acontece em um ambiente físico, utiliza artefatos físicos e na grande maioria geram algum resultado físico, é preciso levar em consideração o ambiente como um todo. A interação do designer de serviço deve ser a de olhar da forma mais ampla possível para o contexto dentro do processo de um

serviço, para isso, trabalhamos com ferramentas adequadas conforme veremos no capítulo seguinte.

## 4 DESENVOLVIMENTO

Para a excelência das soluções das três lentes citadas acima no processo do HCD, que fala sobre a satisfação dos desejos dos usuários, a prática funcional e a viabilidade do projeto, começamos as etapas estratégicas utilizando as ferramentas desenvolvidas pela IDEO.

### 4.1 OUVINDO

A fase ouvir, segundo o HCD, é o primeiro passo do processo de *Design Thinking*. Nessa fase é compreendida as necessidades, expectativas e desejos futuros das pessoas. Métodos qualitativos de pesquisa proporcionam criar empatia pelos usuários do projeto desenvolvido, além de permitir que a equipe de projeto questione suposições e inspirações para novas soluções.

O início dessa fase começou com uma pesquisa geral com o objetivo de entender melhor o pensamento e os sentimentos das pessoas com relação ao tema. Através de um questionário enviado virtualmente pela autora, foram coletadas 159 respostas de pessoas com 18 a 81 anos de idade.

O resultado mostrou que maioria dos questionados, conhecem ou já tiveram contato com pessoas que possuem SD. Essa maioria acredita que as pessoas com SD possuem algumas características físicas específicas, e dificuldades no desenvolvimento em comparação com outras pessoas de mesma idade, porém, ainda um número considerável das pessoas julga como pessoas normais, somente com características físicas diferentes. Sobre o desenvolvimento, 19 pessoas entrevistadas entendem que a síndrome de down possui “grau”, e é ele determina quanto a pessoa consegue evoluir.

A última questão foi a proposta de uma ação de empatia, as pessoas foram convidadas a se colocar no lugar de pais e mães de pessoas com SD, a pergunta estimulava a pensar sobre o que sentiriam se estivessem nesta condição, no qual 33 pessoas disseram que mudariam suas vidas e seus hábitos diários para cuidar dessa criança, destinariam a sua vida para cuidá-la e protegê-la, não deixando que ninguém

à fizesse sofrer, com isso, afirmando que ainda existe o pensamento de superproteção citado no capítulo 2.

Figura 6 - Gráfico pesquisa geral

Se descobrisse hoje, que seria Pai/Mãe de uma criança com síndrome down, o que faria?



Fonte: Elaborado pela autora, 2020

Porém a maioria das pessoas, um total de 120 pessoas entrevistadas, a primeira atitude após a notícia, seria buscar entender melhor essa condição, concluindo que mais informação tem o poder de mudar conceitos antigos ou desconhecidos sobre essa síndrome. Posteriormente, foram realizadas entrevistas individuais para obter relatos de pessoas do meio.

#### 4.1.1 Entrevistas individuais

As entrevistas individuais proporcionam um profundo conhecimento do comportamento, das razões e experiências destas pessoas. Essa pesquisa foi realizada com familiares de pessoas com SD, de formas presenciais e online, no período de 05 a 19 de setembro de 2020.

Nas tentativas de agendamento de conversas com os familiares, percebeu-se um receio por parte dos entrevistados para falar sobre suas experiências com a síndrome. Ao decorrer das conversas, compreendeu-se que esse receio é baseado no preconceito que a sociedade ainda age com pessoas nessa condição.

Se destacou em todas as entrevistas, a falta de informação no momento da notícia do nascimento da criança com essa síndrome. A insegurança e preocupação era nítida perante aos materiais divulgados de forma negativa sobre o desenvolvimento que a SD poderia ter.

A entrevistada “A”, de 39 anos, mãe de uma criança de 6 anos de idade com SD, conta como foi o choque na hora do nascimento de sua filha, quando foi diagnosticada com a síndrome. Ela aponta que os dados divulgados na internet sobre essa condição são alarmantes, e hoje vê que a falta de informação adequada é algo ainda muito presente.

A entrevistada mostra sua filha por vídeo e expõe suas conquistas positivas, sua filha, caminha, fala, é muito inteligente e amorosa, a mãe reconhece a ajuda de sua pediatra como ponto positivo no desenvolvimento dela, mas percebe que existem ainda muitos profissionais com pensamentos e ações inadequados.

A mãe participa de grupos de familiares com SD, e diz que essa participação a tranquilizou, pois percebeu que não era a única mãe nessa condição. A entrevistada “A” é professora, e após o nascimento de sua filha se especializou em educação especial, hoje estuda a neuro psicopedagogia e fala como a informação é fundamental na vida de novos pais de crianças com SD, como da comunidade em geral, o desconhecido faz com que as pessoas cometam falhas.

Já para entrevistado “B”, também professor e pai de uma criança de 5 anos idade com SD, teve uma experiência diferente. Seu filho não fala nem caminha, o pai diz que o desenvolvimento dele é bastante lento. O entrevistado diz que leu um pouco sobre o assunto na notícia da condição do filho, mas que não acredita que mais informações ajudariam no conhecimento dessa condição, e só o tempo vai dizer como seu filho vai se desenvolver.

A comparação entre o entrevistado “A” e “B”, mostra claramente o que a aceitação da informação pode proporcionar na vida das pessoas, a negação e medo do novo pode causar sérios danos futuros de crianças com SD.

O entrevistado “C” é irmão de uma mulher com 32 anos de idade que possui a SD. O entrevistado explica que a irmã se expressa e fala algumas frases, porém é dependente da mãe, o irmão aponta seu arrependimento do processo de

desenvolvimento da irmã, afirma que na época do nascimento não existia informação de fácil acesso sobre o assunto, além da falta financeira para buscar recursos com profissionais especializados em cada dificuldade, o irmão aponta também a superproteção de sua mãe, um dos pontos negativos no desenvolvimento da irmã.

A minha mãe vive para ela, ela não tem mais vida, eu queria poder voltar atrás e tentar colocar na cabeça da minha mãe que a superproteção é um problema (Entrevistado "C", 2020).

A partir disso, buscou-se entender melhor sobre o comportamento humano, através de opiniões de especialistas sobre o assunto.

#### 4.1.2 Entrevista com especialista

A entrevista com especialistas de acordo com o HCD, é uma ferramenta para absorver informações técnicas e em profundidade. Com esse intuito, foi realizada uma entrevista com uma psicóloga no dia 15 de setembro de 2020.

Formada em psicologia, 30 anos de idade, a entrevistada fala sobre a configuração de uma família após o nascimento de uma criança, e explica que a expectativa da chegada da criança é muito grande, e ninguém cria essa expectativa para uma criança com alguma deficiência, por isso a chegada dessa nova vida deve ser trabalhada por parte dos pais.

A família é a primeira base de uma criança, e é ela quem assume as responsabilidades e os cuidados necessários para o desenvolvimento dos filhos. Os pais de crianças com algum tipo de deficiência, tem uma probabilidade de cuidados excessivos prolongados, que chamam de criação simbiótica, que se trata de uma metáfora biológica usada na psicologia para descrever a situação de dependência emocional entre indivíduos. Essa dependência é normal no período da gravidez e nas fases iniciais da vida, porém deixa de ser saudável à medida que a criança cresce.

Uma criança com condição diferente, exige sim cuidados diferentes segundo a psicóloga, as dificuldades devem ser trabalhadas de forma especial com profissionais qualificados em cada área, porém, os familiares não podem deixar de lado a família para a criação da pessoa com SD, a superproteção pode criar atrito entre a família, e

impactar não só no desenvolvimento deles mesmos mas também no dos irmãos e demais componentes da família.

A superproteção ao invés de ser um potencializador se torna um limitador da criança, a SD é segundo ela é uma condição genética, e as suas características são somente características, aponta que todas as pessoas possuem características diferentes umas das outras. Coloca como um exemplo sua própria característica devido a necessidade de usar óculos, e o fato de ter essa limitação visual não a torna anormal, e se questiona o porquê em casos como de SD muitas vezes é visto como anormalidade.

A entrevistada afirma que a SD é uma condição genética com suas características específicas, mas acima de tudo são pessoas, e precisam serem tratados como pessoas e respeitadas como pessoas.

Após as colocações, seguimos para a próxima fase de organização das informações coletadas e criação da solução.

## 4.2 CRIANDO

Para transformar as informações coletadas acima em soluções reais, o HDC sugere um processo de síntese e interpretação. Saber filtrar e selecionar informações importantes transformando em insights de oportunidades reais para o futuro. Essa fase é abstrata, pois é a fase de expor o maior número de ideias visando a solução do problema.

O processo da fase criar, se baseia em entender os dados, identificar padrões, definir oportunidades e criar soluções.

### 4.2.1 Personas

A criação de personas faz parte do grupo de ferramentas do design thinking, no qual tem o objetivo de conceber a partir das análises das entrevistas e da pesquisa elaborada, o comportamento e o perfil do usuário. São personagens fictícios criados

para representar as motivações, desejos, expectativas, necessidades e as características das pessoas envolvidas.

A partir dos dados e informações coletadas, criou-se quatro personas para representar o público alvo envolvido. Se inicia com a criação de personas apresentando as crianças com SD, conforme figura 7 e 8.

Figura 7 - Persona 1, Maria Clara



## Clarinha,

para os íntimos, ou Maria Clara, tem 6 meses, reside em Pelotas com seus pais e seu irmão mais velho Pedro de 15 anos.

Seu pai é empresário no ramo moveleiro, seu irmão estudante e sua mãe é contadora da empresa de seu marido e no momento dona de casa.

Clarinha nasceu geneticamente com um cromossomo a mais, mais conhecido como a Síndrome de Down, desde o nascimento a vida da família tem mudado constantemente para os seus cuidados.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A segunda persona é a Gabriela, representando ainda as crianças com um cromossomo extra, conforme demonstra figura 8.

Figura 8 - Persona 2, Gabriela



## Gabriela,

ou Gabi, como gosta de ser chamada, tem 4 anos de idade, morra com seus pais em Torres/RS.

Sua mãe é dentista, atende em um consultório local, e seu pai é advogado que presta serviços para um escritório de advogados associados.

Todos os dias, durante os 4 anos de vida de Gabi, diagnosticada com SD, seus pais se reinventam, buscando formas para a constante evolução de sua filha.

Gabi é uma menina apaixonante, amorosa e vaidosa. Ama usar vestidos e brincar com seu melhor amigo, o Tedy, cachorro da família.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Para simbolizar a parte no núcleo familiar, criou-se a persona 3, que relata a vida de um casal na espera de um filho com SD, conforme figura 9.

Figura 9 - Persona 3, Marcia e Renato



## Marcia e Renato,

são casados a 5 anos e residem em Nova Petropolis/RS.

Marcia é Advogada, tem seu escritório próprio de advocacia, tem 38 anos de idade, e Renato, com 37 anos, é corretor de imóveis de uma imobiliária local.

Eles adoram viajar, e curtir momentos juntos. Desde o casamento os dois falavam e desejavam muito ter um filho, e à meses atrás esse sonho se realizou e Pablo chegou ao mundo.

No momento do nascimento, o casal foi surpreendido com o diagnóstico da condição genética diferente do filho.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A última persona criada é para representar o profissional especialista no assunto, conforme imagem 10.

Figura 10 - Persona 4, Helena



## Helena,

é psicóloga, tem 42 anos de idade, natural do interior de Lages/RS, porém, vive e trabalha em São Paulo/SP há 25 anos.

Helena saiu da casa dos pais em busca de estudo e se especialização na área que amava, a psicologia.

Após concluir a graduação, buscou cada vez mais especializações na área. Aos 32 anos abriu seu próprio consultório em SP, e um dos seus primeiros cliente foi Pedro, pai de um menino com SD, e hoje atual marido de Helena.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

As personas foram construídas de forma a estarem relacionadas com os propósitos desse projeto. Com isso, criou-se o *storytelling* das mesmas.

### 4.2.2 Storytelling

O Storytelling é uma espécie de narrativa que faz parte do kit de ferramentas do design thinking que tem como intuito, construir narrativas envolventes da vida dos

usuários. Além disso, essa ferramenta relata significados emocionais e de empatia com os mesmos, sendo assim, ajudam na construção da estratégia de um bom relacionamento dos usuários com o produto marca e serviço.

Com base nessa ferramenta, foi desenvolvido storytelling e painéis semânticos correspondentes as personas citadas anteriormente.

#### 4.2.2.1 Storytelling de Maria Clara

A chegada de Maria Clara foi muito desejada por toda a família, mas principalmente por sua mãe Beatriz de 42 anos, que sempre teve o sonho de ter uma filha menina. Durante toda gestação ela tentava imaginar como seria o rosto de sua filha, se seria loira ou morena, cabelos longos cacheados ou lisos curtos, se imaginava fazendo penteados para ir na escola e levando-a ao balé no fim do dia.

Em julho de 2020, ela realizou seu sonho, Maria Clara chegou ao mundo, junto com uma explosão de sentimentos de toda família.

Figura 11 - Painel semântico de Maria Clara



No momento do nascimento, Beatriz teve a notícia do diagnóstico de que sua filha teria uma genética diferente, que possuía SD, para a família foi um choque, pois não tinham conhecimentos de como deveriam cuidar de uma criança nessa condição, a partir daí, a insegurança e o medo tomaram conta da família, porém, por mais que o olhar das pessoas expressassem tristeza por seu nascimento, sua família nunca deixou de ama-la.

#### 4.2.2.2 Storytelling de Gabriela

O nascimento de Gabriela trouxe muitas alegrias e incertezas para seus pais Marcos e Stela. Gabi é filha única, e muitas expectativas foram criadas para sua chegada. Os pais relatam a dificuldade no início, devido à falta de conhecimento da diferente condição genética da filha, apontam que quem os tranquilizou foi sua pediatra que deu todo suporte e conhecimento de como deveriam agir, reforçam, a importância dela no desenvolvimento de Gabriela.

Figura 12 - Painel semântico de Gabriela



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Os primeiros meses de vida de Gabi foram conturbados, somente depois da cirurgia cardíaca que começou a se desenvolver.

Apesar das dificuldades, Gabi está evoluindo, sabe andar, falar e arrisca até uns passos de dança. Seu melhor amigo é o Tedy, o cachorro da família, adora correr pelo quintal e colher flores para dar para sua mãe. É muito amorosa e vaidosa, gosta de abraçar e beijar todos da família.

#### 4.2.2.3 Storytelling de Marcia e Renato

Marcia e Renato se conheceram em um pub da cidade através de amigos em comum, se apaixonaram e após dois anos de união casaram. Tinham muitos planos juntos, adoravam sair sem destino, se aventurar e conhecer novos lugares.

Sempre quiseram ter filhos, porem Marcia tinha dificuldades para engravidar, durante o casamento sofreu dois abortos, e na última tentativa veio o Pablo, diagnosticado com SD no momento do nascimento.

Figura 13 - Painel semântico de Marcia e Renato



Após o nascimento de Pablo a relação do casal mudou, o companheirismo foi ficando de lado, e as responsabilidades caíram em cima de Marcia, porem ela nunca desistiu, procurou todos os recursos para o cuidado de seu filho, e o prometeu, que independente do que acontecesse, ela nunca o abandonaria.

#### 4.2.2.4 Storytelling de Helena

Helena saiu da casa de seus pais, interior de Lages/RS aos 17 anos de idade, quando ganhou um curso em São Paulo na área que amava, a psicologia. Trabalhava durante o dia servindo em um restaurante e estudava a noite. É uma mulher muito madura e decidida, luta pelos seus sonhos e sempre leva consigo os ensinamentos passados pelos seus pais, de respeito e empatia pelas pessoas.

Após concluir a graduação e especializações na área, Helena abriu seu escritório, foi ali então, que conheceu Pedro. Se apaixonaram e logo depois começaram a morar juntos.

Figura 14 - Painel semântico de Helena



Pedro tem um filho de 6 anos do primeiro casamento, o Victor, é um menino muito alegre, carismático, porém com grandes dificuldades motoras devido a condição genética de um cromossomo extra.

Desde que Helena conheceu o Victor, procurou se aprofundar sobre a síndrome, e desde então, além de psicóloga especialista em SD é também ativista da causa junto com Pedro. Fazem palestras, participam de congressos e movimentos tentando espalhar suas experiências e conhecimento sobre a síndrome, para os pais e para a sociedade.

#### 4.2.3 Cocriação

A cocriação é um dos aspectos fundamentais da filosofia do design, ela pode incluir diferentes pessoas relacionadas com o problema pensando juntos em uma inovação para o assunto determinado.

A partir dessa ferramenta do design thinking, foi desenvolvida pela autora a cocriação entre a entrevistada “A”, descrita anteriormente, que tem a condição de mãe de uma criança com SD, logo possui experiência e convivência com o tema, e também especialista da educação inclusiva e neuro psicopedagogia.

A troca de ideia aconteceu no dia 14 de setembro de 2020, de forma virtual por chamada de vídeo. Na conversa foi explorada todas as direções possíveis para a solução do problema, a mãe falou sobre as dificuldades encontradas no nascimento de sua filha, e assim, foram surgindo insights de melhorias e facilidades no processo de entendimento da síndrome por novos pais de pessoas nessa condição.

Se destacou a necessidade de informação de fácil acesso, para novos pais saberem como criar um filho nessa condição, diminuindo erros e atitudes inadequadas como a superproteção, porém, com os cuidados na medida certa para o seu desenvolvimento.

A troca de experiências e demonstrações de casos de sucesso também soou como um ponto positivo na aceitação dos pais em relação ao filho com SD, pois mostra, que apesar do momento apresentar turbilhões de emoções e preocupações, os pais não estão sozinhos, e que a evolução das crianças é totalmente possível.

Também ressaltou a importância de profissionais atualizados e com conhecimento específico sobre a síndrome para os cuidados das crianças, mas claro, de fácil acesso e financeiramente viável para todos.

Todos os insights abordados acima, foram considerados e levados para a criação do briefing de design a seguir.

#### 4.2.4 Briefing de Design

Para Lupton (2011), praticamente todo projeto de design bem sucedido possui um briefing concreto e conciso. Os designers fazem uma imersão em sua própria pesquisa e combinam com o feedback do cliente, gerando assim, de forma colaborativa as soluções eficazes e focadas.

Sendo assim, para o desenvolvimento do briefing, será utilizada a ferramenta 5W1H. Esta ferramenta de organização permite que o plano de ação seja realizado de forma prática e eficiente, conforme segue:

O que?

O desenvolvimento de um sistema de serviço, trabalhando como um guia para pais de pessoas com síndrome de down, disponibilizando informações sobre o tema, em formas de dicas rápidas de fácil entendimento. O serviço disponibilizará também a indicações de livros, website e demais materiais de apoio.

Fará parte do serviço, uma lista de profissional especialistas no assunto com a possibilidade de consultas online de fácil acesso e com valor acessível.

Além da criação da identidade visual e demais materiais de apoio para o desenvolvimento do serviço, será criado uma espécie de diário, no qual os pais vão ter espaços para colocar informações, fotos e os momentos de alegria do desenvolvimento da criança, além disso, essas páginas terão juntos com as informações, QR codes que estarão ligado páginas a virtuais com informações mais completas e específicas de cada idade.

Por quê?

Para que a informação sobre a evolução de crianças diagnosticadas com síndrome de down chegue às famílias de forma prática, eficaz e acessível. Além de ajudar e motivar as famílias a estimular o desenvolvimento da criança.

Quando?

Durante o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso de Design, no segundo semestre de 2020.

Onde?

Primeiramente disponíveis para o Brasil. Posteriormente podendo ser expandido para outros países.

Quem (para quem)?

Principalmente para pais de crianças com síndrome de down, e demais pessoas interessadas no conhecimento do tema.

Como?

Através de um projeto de Design com base nas diretrizes projetuais e ferramentas do HCD, nos conceitos de Norman (2008) para o design emocional, nas fases projetuais de Ellen Lupton (2011) para a identidade visual e desenvolvimento do produto e na metodologia de Stickdorn e Schneider (2014), para o serviço.

#### 4.2.5 Conceito

A explicação conceitual deste projeto, foi baseado nos dados apresentados ao decorrer do trabalho. Como incentivo aos pais o conceito, vinculado com a marca, foi desenvolvido como uma forma de incentivar a capacidade de seus filhos e de deixá-los livres, porém com todo o apoio necessário. Para contextualizar o conceito foi desenvolvido um painel semântico exporto na figura 15.

Figura 15 – Painel Semântico do Conceito



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O conceito simboliza, através de um significado informal, o sentido de voar em todas as condições, passa a ideia de liberdade, rapidez e de seguir em frente, mesmo que a situação não esteja sempre favorável para o voo.

Ligado a ideia, o elemento utilizado para representar o projeto é um cata-vento, que tem como principal intuito, aproveitar a energia dos ventos e utiliza-la para se auto impulsionar. O cata-vento, que gira em torno de seu próprio eixo, possui ponteiros presos a um arco, que determinam a direção do vento, quanto maior a energia colocada nele, maior a sua velocidade, no qual é o principal objetivo deste projeto.

Para a implementação das ideias abordadas, foi realizada uma análise de marcas, produtos e de serviços presentes no mercado.

#### 4.2.5 Análises

A metodologia de Ellen Lupton (2013) será utilizada para análise de marca e de produto deste projeto, segundo ela, as pesquisas visuais são conduzidas em três etapas: coletar, visualizar e analisar. A etapa inicial é a coleta de informação sobre as estratégias de naming, cores e demais aspectos, após coletado, deve-se escolher uma área para analisar, como padrões repetitivos e tendências, e por fim, registrar as percepções das visualizações.

Complementando, usou-se a metodologia de Stickdorn e Schneider (2014) para criação do serviço, na qual, buscou-se mapear tipos de serviços similares a este projeto.

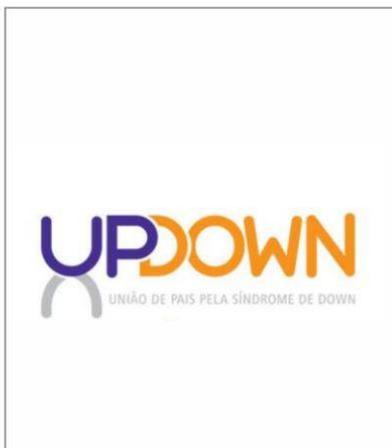
##### *4.2.4.1 Análise de identidade visuais*

Com base nas metodologias citadas anteriormente, foram realizadas pesquisas visuais de marcas existentes no mercado, afim de analisa-la nos presentes elementos, como o naming, slogan e símbolo, bem como, na descrição de aspectos referente a tipografia, cor e sensação passada através da marca. Conforme figura 16.

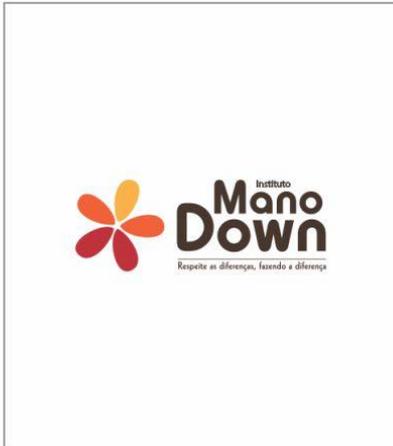
Figura 16 - Análises comparativas de identidades visuais



<b>Naming</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Slogan</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Simbolo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Tipografia</b>	Fonte Alta sem serifa				
<b>Cor</b>	Roxo e Cinza				
<b>Sensação</b>	Evolução, movimento				



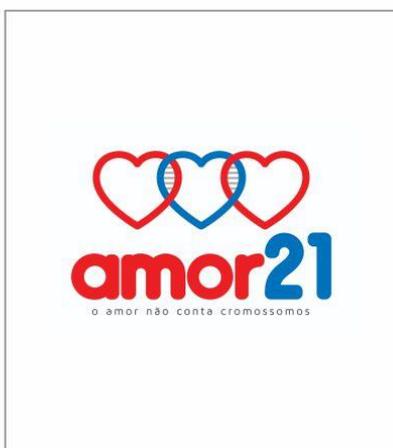
<b>Naming</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Slogan</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Simbolo</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Tipografia</b>	Fonte Alta sem serifa				
<b>Cor</b>	Laranja e azul				
<b>Sensação</b>	Inclusão e iguadade				



<b>Naming</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Slogan</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Simbolo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Tipografia</b>	Fonte Alta e Baixa sem serifa				
<b>Cor</b>	Marron, vermelho, laranja e amarelo				
<b>Sensação</b>	Cuidado e esperança				



<b>Naming</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Slogan</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Simbolo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Tipografia</b>	Manuscrita				
<b>Cor</b>	Preto e amarelo escuro				
<b>Sensação</b>	Amor e afeto				



<b>Naming</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Slogan</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Simbolo</b>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Tipografia</b>	Fonte baixa sem serifa				
<b>Cor</b>	Vermelho e Azul				
<b>Sensação</b>	Amor				

Conclui-se que o naming está sempre em evidência, juntamente com o símbolo na maioria dos casos, o slogan é também utilizado em algumas marcas como incentivo de igualdade a todos.

Em todas as análises notou-se a ausência de fontes com serifas, e a predominância de fontes com formato circular, com variações de caixa alta e baixa, muitas utilizando somente uma das versões, ou alta, ou baixa.

A paleta de cores utilizadas das marcas varia de duas a três cores, na qual, as mais usadas são as cores quentes, como amarelos, laranja e vermelho.

As sensações que as marcas despertam, giram em torno do carinho pelas pessoas nessa condição, o amor e esperança é algo em comum entre as marcas, assim como a igualdade, cuidado e confiança que as marcas tem o poder de transmitir.

Com isso, determina-se que a identidade visual deverá possuir o naming e símbolo em evidência, a criação de slogan é opcional, poderá ser utilizado no caso de complemento da marca. A escolha de fontes se dá pela preferência de sem serifas e com formato circular, sem variações de caixa alta e baixa. O conjunto de elementos de naming e símbolo devem simbolizar o propósito do projeto, juntamente com a luta pela igualdade de pessoas com síndrome de down, e claro, a aplicação de cores quentes e marcantes são fundamentais.

#### *4.2.4.2 Análise de serviço*

Após as análise de marcas, foram realizadas novas pesquisas de serviços já oferecidos no mercado com vinculo ao tema, com o intuito analisar afim de aprimorar o negócio que será proposto ao decorrer do projeto.

- Movimento Down: é um movimento que nasceu em 2012, no qual através de um web site disponibiliza informações sobre a síndrome de down para a sociedade, cartilhas sobre os cuidados com a saúde dessas pessoas, apoiam movimentos ativistas em prol de passar informações e diminuir o preconceito de pessoas nessas condições. Expõe seus direitos e demais notícias sobre o assunto. O movimento não tem fins lucrativos e sobrevive com doações e vendas de produtos personalizadas da marca. Conforme figura 17.

Figura 17 - Análises de serviço Movimento Down



Fonte: [www.movimentodown.org.br](http://www.movimentodown.org.br), acesso 2020.

- Instituto Mano Down: fundado em 2015, o instituto tem como propósito idealizar sonhos, acreditando nas pessoas com síndrome de down, para isso disponibilizam diversas atividades baseados no respeito, humildade, empatia e criatividade. Trabalham com crianças, adolescentes, adultos e idosos com a síndrome. Demais atividades oferecidas, demonstrada na figura 18.

Figura 18- Análise de serviço Instituto Mano Down



Fonte: [www.manodown.com.br](http://www.manodown.com.br), acesso 2020.

- Cromossomo 21: é um movimento que busca trabalhar as capacidades de pessoas com síndrome de down, autismo e outras deficiências. O movimento disponibiliza palestras, matérias, produções audiovisuais e oportunidades de emprego para esse

público. Publicaram um livro sobre o empoderamento e a produção de um filme demonstrando as algumas dificuldades da vida de pessoas com síndrome de down e mostrando também que é possível evoluir. Conforme figura 19.

Figura 19 - Análise de serviço Cromossomo 21



Fonte: cromossomo21.com.br, acesso 2020.

Todos os serviços analisados se encontram disponíveis através de web sites, somente um deles possui espaço físico.

Após as análises dos três serviços criados para ajudar pessoas com síndrome de down, notou-se uma vasta rede de informações, porém, os dados dispostos são vagos, a abrangência de informações gerais não prende a atenção, e o leque de informações gerais serve para todas as idades, com isso, não ficam claras as atitudes que devem ser tomadas em alguma fase em específico.

As mesmas informações, estão dispostas em textos longos e não objetiva. Notou-se também que somente uma, dentre as análises, possuem auxílio de profissionais, porem o auxílio acontece de formas presencial no instituto, localizada em Minas Gerais, dificultando pessoas com baixas condições financeiras, e indisponibilidade de viajar, terem acesso ao recurso.

#### 4.2.4.3 Análise de produto

Para o produto, os critérios analisados foram definidos levando em consideração os modelos das capas, o conteúdo apresentado, fechamento utilizado e a sensação que o produto transmite para o observador. Conforme figura 20.

Figura 20 - Análises de produtos



<b>Capa</b>	Colorida
<b>Fechamento</b>	Colado
<b>Conteúdo</b>	Páginas em branco
<b>Sensação</b>	Amor



**Capa**  Colorida

**Fechamento**  Colado

**Conteúdo**  Informações sobre o tema

**Sensação**  Carinho



**Capa**  Colorida

**Fechamento**  Espiral

**Conteúdo**  Calendário

**Sensação**  Força para planejar metas



**Capa**  Colorida

**Fechamento**  Colado

**Conteúdo**  Agenda

**Sensação**  Força para planejar metas

A partir das análises, conclui-se que as capas na grande maioria são coloridas e a união das folhas coladas são as mais utilizadas. Sobre o conteúdo, varia entre folhas em branco para os diários e calendários para os planner, também se nota que em alguns casos as folhas possuem informação específicas sobre a proposta do livro.

As emoções estão muito ligadas com as cores e a leveza das informações passadas, tem como evidencia o carinho, afeto e amor a cada detalhe das páginas.

Após realização nas análises, podemos dar continuidade as próximas etapas desse projeto durante a fase de implementação.

## 5 IMPLEMENTAÇÃO

O HCD, traz a fase de implementar como a hora da realização das melhores ideias, essa fase tem o objetivo de criar todos os elementos para o sucesso na solução do problema. Sendo assim, na etapa de branding, será desenvolvido a criação da marca, e de os todos elementos associados, juntamente com a identidade visual e suas aplicações. Posteriormente, serão apresentadas a proposta do serviço e do produto.

### 5.1 BRANDING

Segundo Stickdorn e Schneider (2014), o branding ajuda o usuário se aproximar emocionalmente com o tema ou com o contexto emocional da experiência fazendo associações positivas. Os ambientes visuais gerados a partir do branding fazem com que as pessoas se sintam mais à vontade na utilização de padrões conhecidos.

#### 5.1.1 Estratégia de naming

Segundo Lupton (2003), o brainstorm serve para atacar o problema de uma só vez em todas as direções possíveis, em forma de perguntas rápidas gerando soluções viáveis. Essas técnicas utilizadas ajudam a definir os problemas e gerar conceitos de um projeto, esses processos podem ser explorados a partir de listas por escrito bem como esboços e diagramas rápidos, tudo para abrir a mente de uma forma prática, liberando o poder das ideias inusitadas. Sendo assim, unindo com o conceito definido, foi gerado uma lista de possíveis ideias para o naming deste projeto.

Figura 21 - Lista de ideias para naming

UP DOWN	VOAR + 21
UP 21	FLYING
VOAR DOWN	FLY DOWN

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Pensando no significado e pronuncia das opções para o naming, vinculados com a representação do objetivo do projeto, optou-se pelo nome “FLY DOWN”.

O nome carrega o sobrenome do médico que relatou a síndrome em 1866, John Langdon Down. A palavra “Down”, tem como tradução do inglês “baixo”, e é muito conhecida também como uma abreviação da síndrome de Down, com isso, na junção com a palavra “fly”, que tem como tradução “voar”, que está diretamente relacionada ao conceito, formam a junção da expressão “Voar Baixo”, que tem como significado ter um bom desempenho em algo.

Figura 22 - Representação do naming



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O naming possui um contexto emocional ligados aos usuários, passando a ideia de força e esperança para os pais de crianças com SD. Para aumentar esse contexto, criou-se a identidade visual seguindo a mesma base de pensamento.

### 5.1.2 Identidade visual

Com base na metodologia de Lupton (2003), após a pesquisa visual de mercado, realizadas no capítulo 4, foi realizado um mood board para explorar inspirações para a definição da marca.

Figura 23 - Mood board de inspiração



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A inspiração para a marca é baseada na arte em bambu elaborado pelo designer Igor Hatanda. Filho de nipo-brasileiro, Igor é formado em design de produto pelo Centro Universitário Bela Artes/SP, e em 2012 voltou sua carreira de designer para o ramo de marcenaria. Em seu atelier produz, administra e arquiteta seus produtos inspirados na arte japonesa e propostas que lembram o design escandinavo (publicação redes sociais).

O cata-vento elaborado pelo designer, tem formas inusitadas, que foge dos padrões, passando a alegria no colorido em suas hastes.

As cores, segundo Heller (2013), tem um significado especial, elas podem produzir muitos efeitos, e atuam de modo diferente de acordo com a ocasião.

Para a paleta de cores da identidade visual, foi levado em consideração seus efeitos e significados, a partir disso, para a criação da paleta de cores (figura 26), foram escolhidas cinco cores, são elas:

**AZUL:** é a cor da simpatia, da harmonia, da fidelidade e da confiança. O azul tem as características e sentimentos bons, por isso é considerada dentre as coisas a cor mais querida por todos. Ela está também no topo do ranking, como a cor mais citada como preferida entre homens e mulheres. A cor, é considerada como principal cor das virtudes intelectuais, a cor da inteligência, da ciência e da concentração.

**VERMELHO:** mais antiga cor no mundo cromático, foi a primeira cor que o homem batizou. É a cor de todas as paixões, do amor, da energia e da força. O vermelho escuro simboliza o ventre, e é conhecido com um símbolo de proteção para mau-olhado.

**AMARELO:** cor do otimismo, da criatividade, da iluminação e do entendimento. O amarelo age de forma alegre, é compartilhada por todos como efeito simbólico de a cor do sol. Pessoas otimistas tem uma disposição ensolarada. Para a força de sua alegria ficar maior ele sempre precisa ficar unido com o vermelho e o laranja.

**VERDE:** é o símbolo da vida em seu mais amplo sentido, não só com relação à humanidade, mas a tudo que cresce. É a cor da saúde, na natureza e da esperança. O verde é a mais calmante dentre todas as cores, é a cor do sentimento de estar em segurança.

**LARANJA:** tem como ponto forte dessa cor a diversão, a sociabilidade e o lúdico. É considerada a cor da transformação.

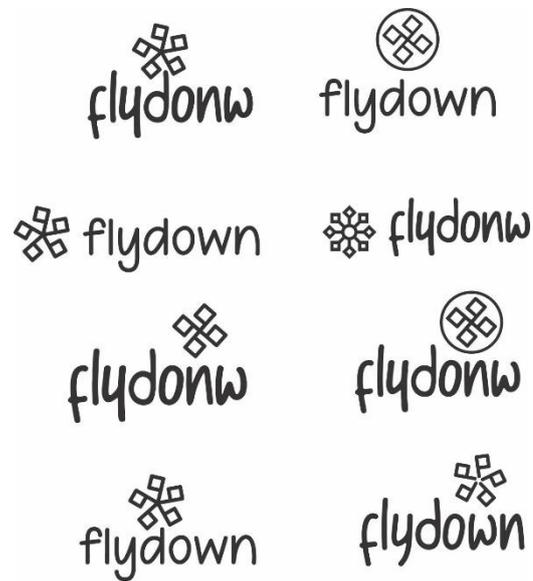
Figura 24 - Paleta de cores



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Diante disso, iniciou-se o processo de geração de alternativas, com o intuito de unir o sentido do naming, do símbolo e os efeitos das cores fortalecendo o objetivo do projeto.

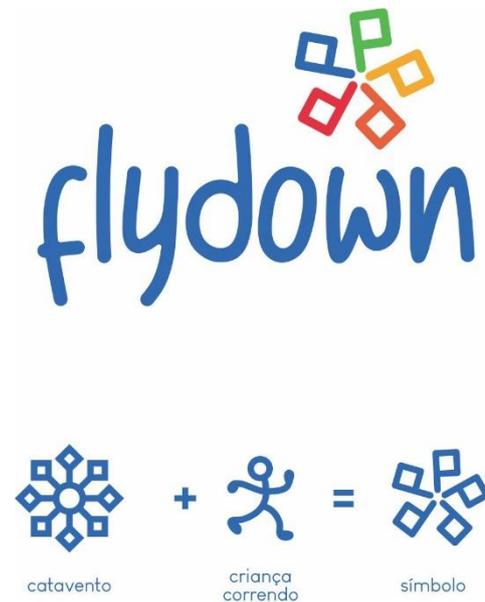
Figura 25 - Geração de alternativas de marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A alternativa final escolhida conforme figura (25), traz o letering mais adequado com formato arredondado conforme visto na pesquisa visual (capítulo 4), dando mais harmonia ao naming. Para o símbolo, foi criada a junção do conceito voar com o objeto símbolo de um cata-vento, ligando com a ideia de uma criança em desenvolvimento.

Figura 26 - Alternativa escolhida



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Após definição da marca, foi desenvolvido o grid para organização, de acordo com Lupton (2003), os grids servem para estruturar e organizar as informações, porém, os grids alternativos levam os parâmetros do design para um campo experimental, permitindo explorar novas formas e organizações de conteúdo. Eles podem ser desenvolvidos através imagens do cotidiano, e criar padrões com as informações criadas.

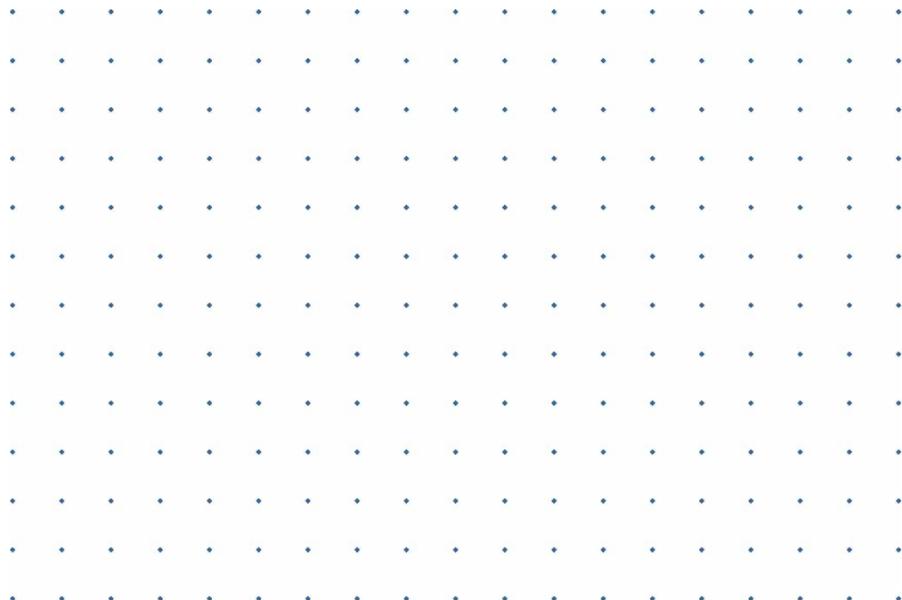
Figura 27 - Grid



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

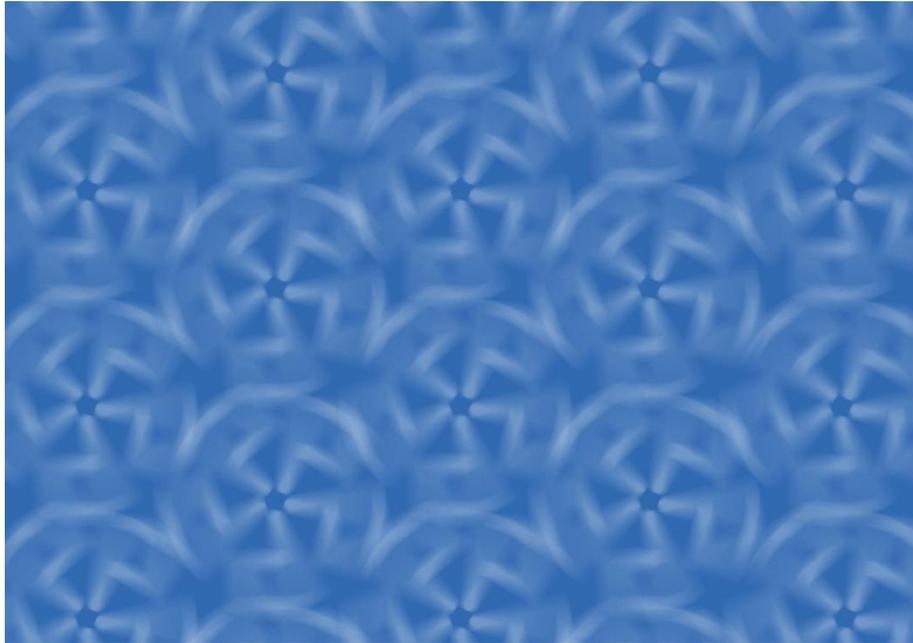
Após o grid, criou-se duas padronagens para representar e valorizar ainda mais a marca, as padronagens podem ser usadas em todas as cores da identidade visual, com o contraste da cor branca, conforme figura 28 e 29.

Figura 28 - Padronagem Modelo 01



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 29 - Padronagem Modelo 02



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O modelo 01 da padronagem, representado por mini quadrados com o ângulo de 45°, representa as pontas do cata-vento, já a padronagem do modelo 02, simula os cata-ventos girando constantemente.

As padronagens e demais informações para utilização de forma correta da marca, encontra-se no manual de identidade visual, conforme apêndice A.

### 5.1.3 Pontos de contato

Para dar continuidade, a fase da implementação prevê a criação de pontos de contatos, na qual desenvolve formas de comunicação e de interação entre a marca e seu público.

As aplicações da marca, foram pensadas em objetos que auxiliam no dia a dia do público alvo, onde posteriormente, eles estarão disponíveis para a compra.

Figura 30 - Aplicação da marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 31 - Aplicação da marca

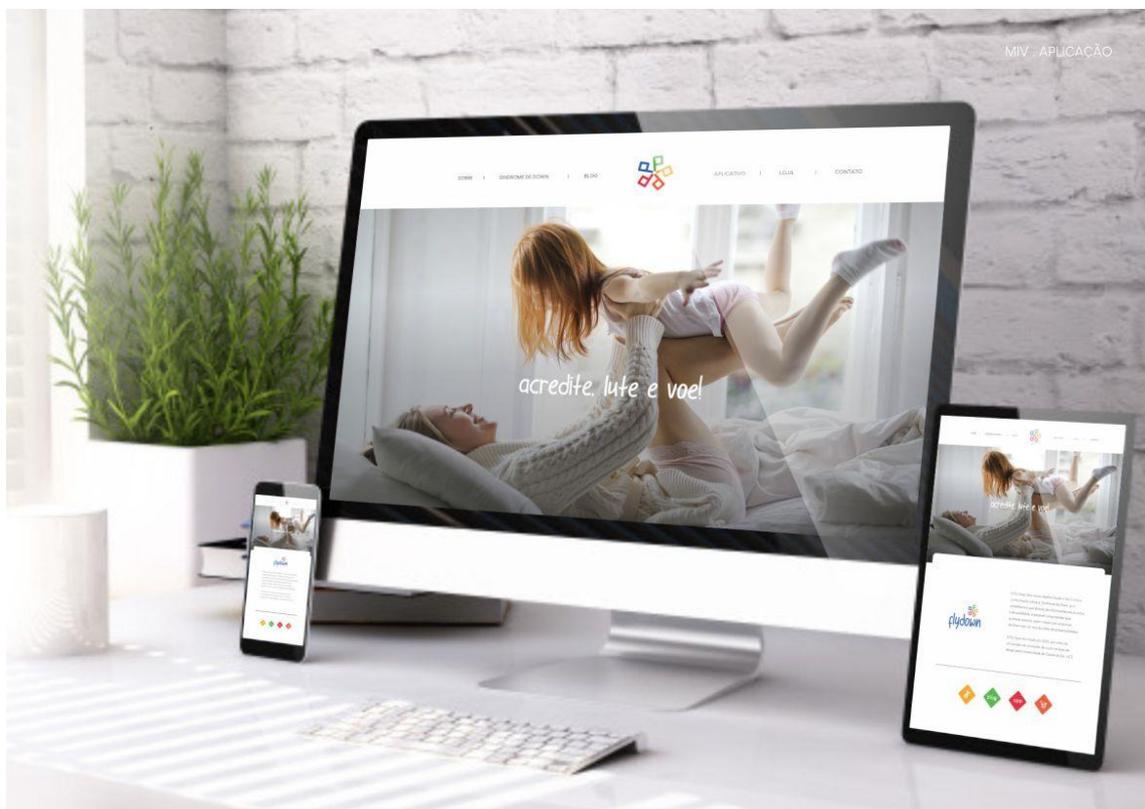


Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Outro importante ponto de contato são as plataformas virtuais, é através delas que estarão sendo divulgado o serviço e todos seus materiais complementares. Para isso, foi criado um site responsivo, que tem como objetivo servir de apoio, com informações importantes sobre o tema e também é um dos principais contatos com os usuários do serviço.

Para o site, a tela inicial foi usada como forma de incentivo aos familiares acreditarem nas potencialidades de seus filhos, lutarem por eles e voarem juntos.

Figura 32 - Demonstração do site



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A partir das pesquisas desenvolvidas e resultados das mesmas, visando atender as reais necessidades do usuário, foi desenvolvido um fluxograma sobre os conteúdos que serão explorados no site, conforme Figura 33.

Figura 33 - Fluxograma do site



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

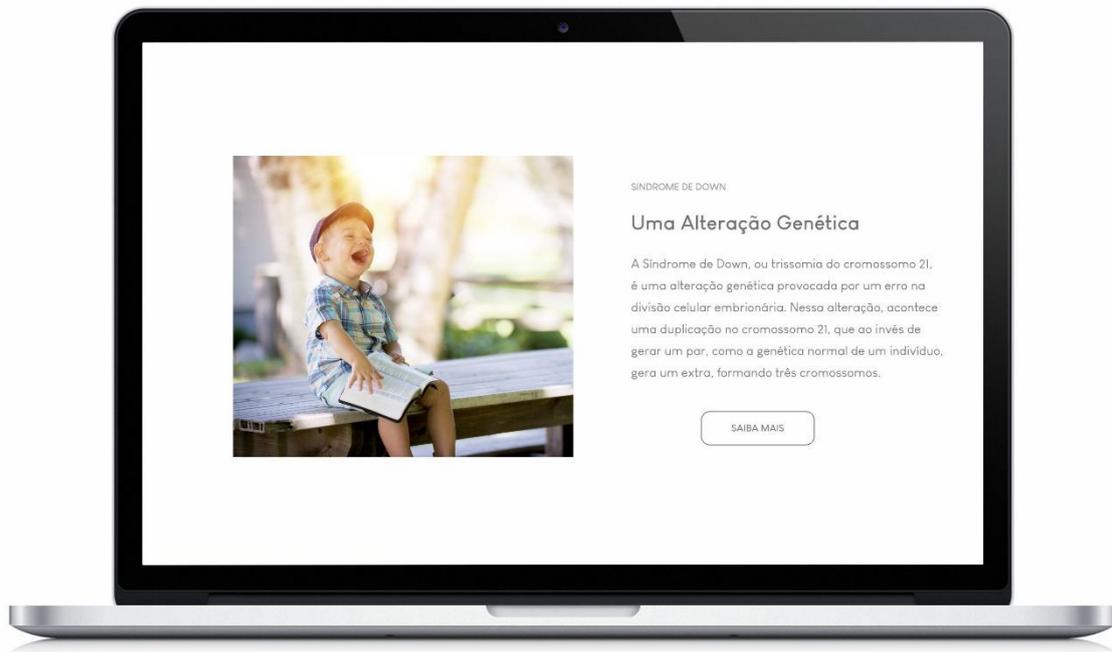
O conteúdo do site, inicia com uma breve apresentação instrucional da empresa, passando por informações gerais e notícias sobre a SD. O conteúdo do site não oferece a mesma profundidade de informações que o aplicativo e o produto, por isso, ficam alocados também na página inicial, o acesso para download do aplicativo e para compra do produto.

Figura 34 - Site Flydown



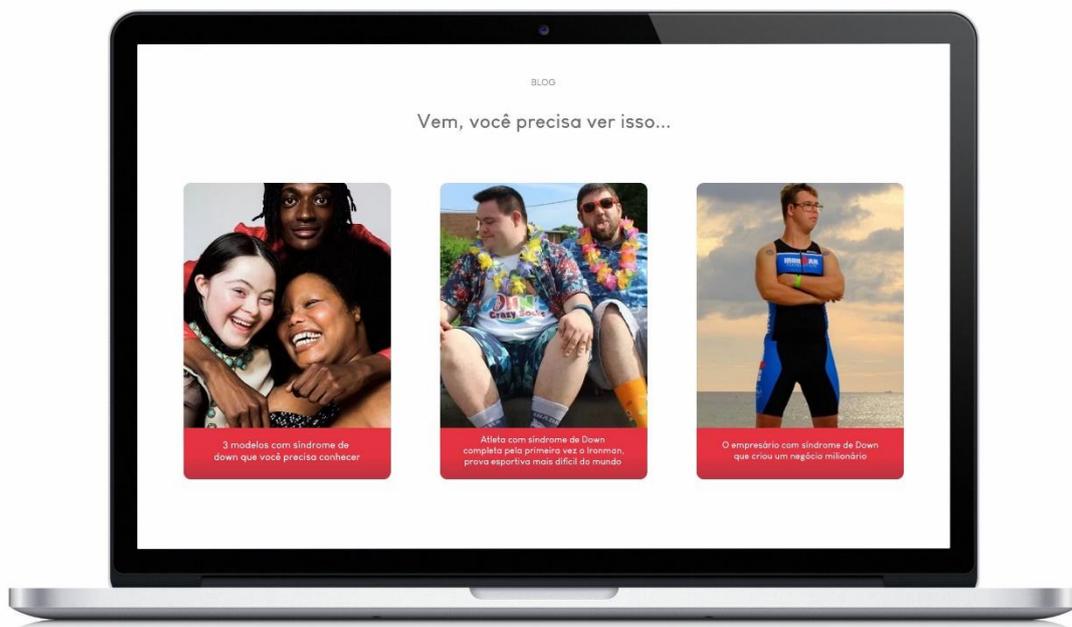
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 35 - Site Flydown



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 36 - Site Flydown



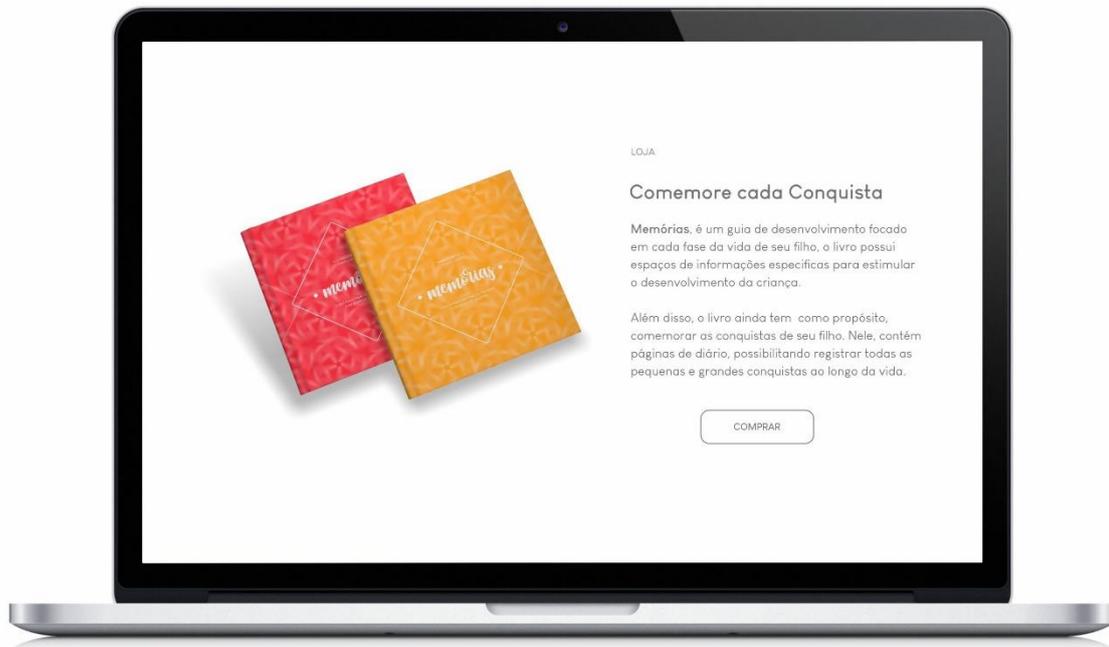
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 38 - Site Flydown



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 37 - Site Flydown



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A página inicial completa encontra-se no apêndice B.

## 5.2 SERVIÇO

Para Shneider e Stickdorn (2014), o design de serviço é uma nova forma de pensar que está em constante evolução. O mundo virtual está tomando cada vez mais força, a procura por informação de fácil acesso e praticidade estão crescendo constantemente. Por isso, para suprir as necessidades do público alvo, criou-se um serviço em forma de aplicativo que engloba todas as informações necessárias em um único lugar.

O aplicativo Flydown é um serviço completo de apoio para os pais de crianças com síndrome de down, suas principais funções foram pensadas para que pequenas mudanças do dia a dia possam contribuir no desenvolvimento das crianças. Para isso foi criado um fluxograma dessas principais funções do APP (aplicativo), conforme figura 39.

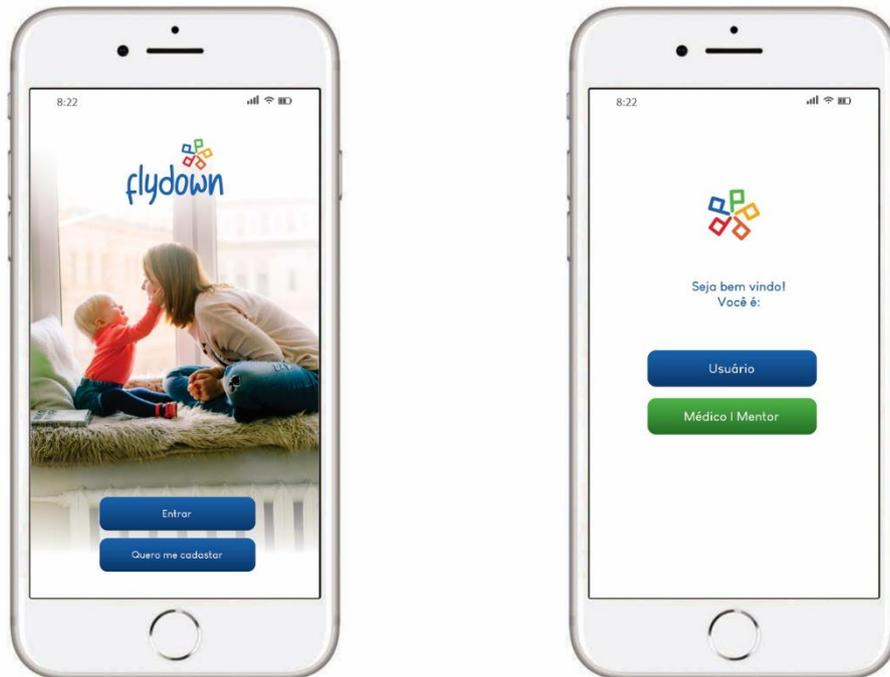
Figura 39 - Fluxograma do aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O download do APP é gratuito e encontra-se pelo site Flydown. As telas iniciais, começam com o login para usuários já cadastrados ou a opção de criar uma conta, essa opção conta com duas interfaces, uma voltada para os usuários e outra para os profissionais.

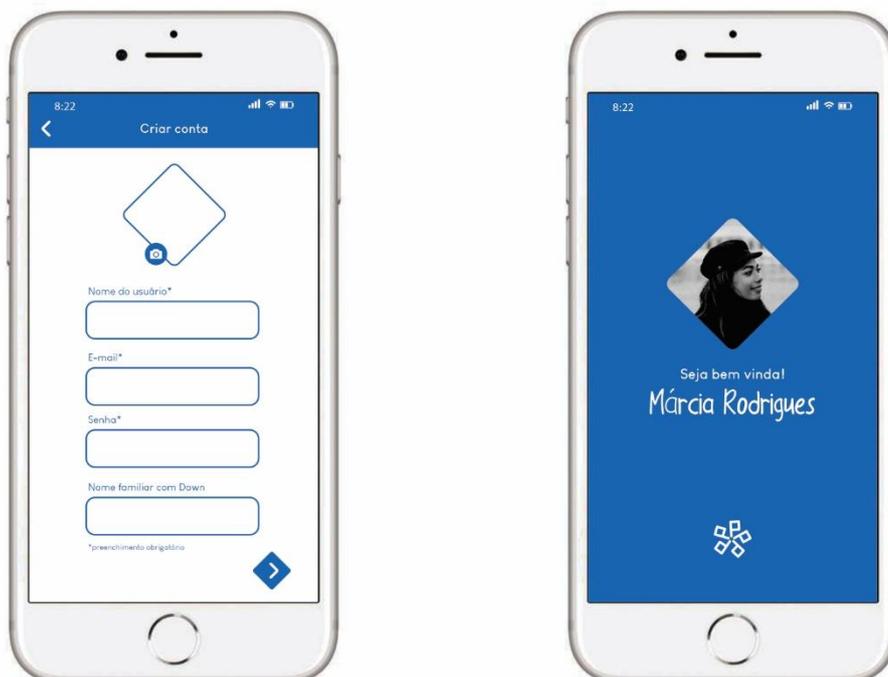
Figura 40 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

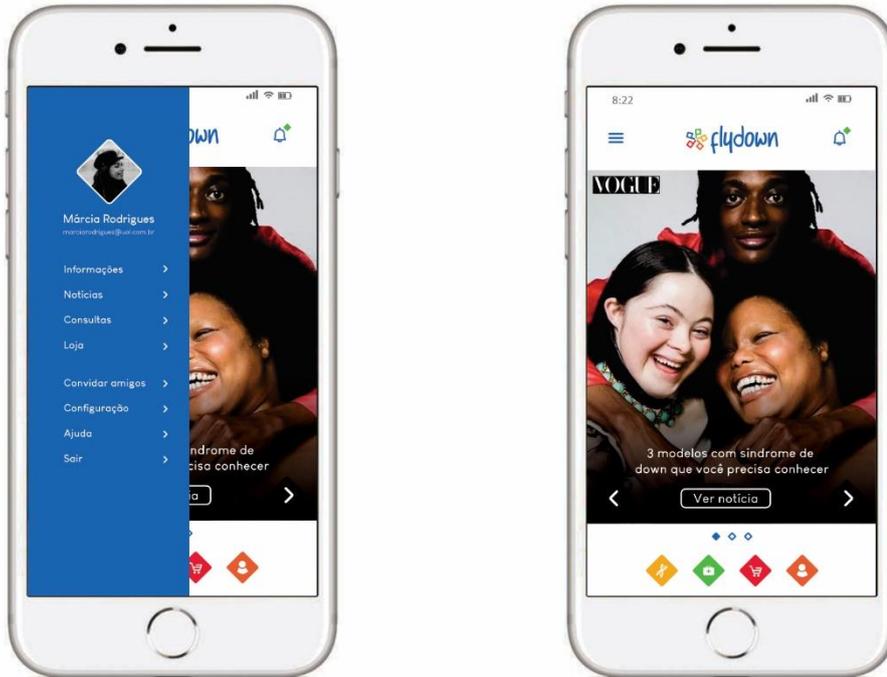
Para os usuários, assim que efetuarem o cadastro já possuem acesso as funções do app, conforme citado no fluxograma conforme figura 39.

Figura 41 - Aplicativo



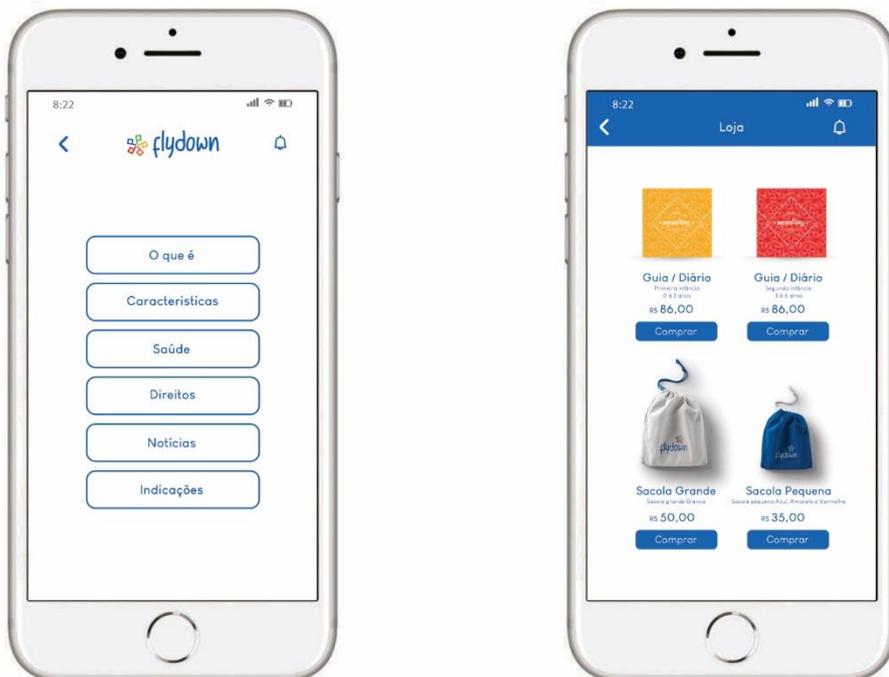
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 43 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

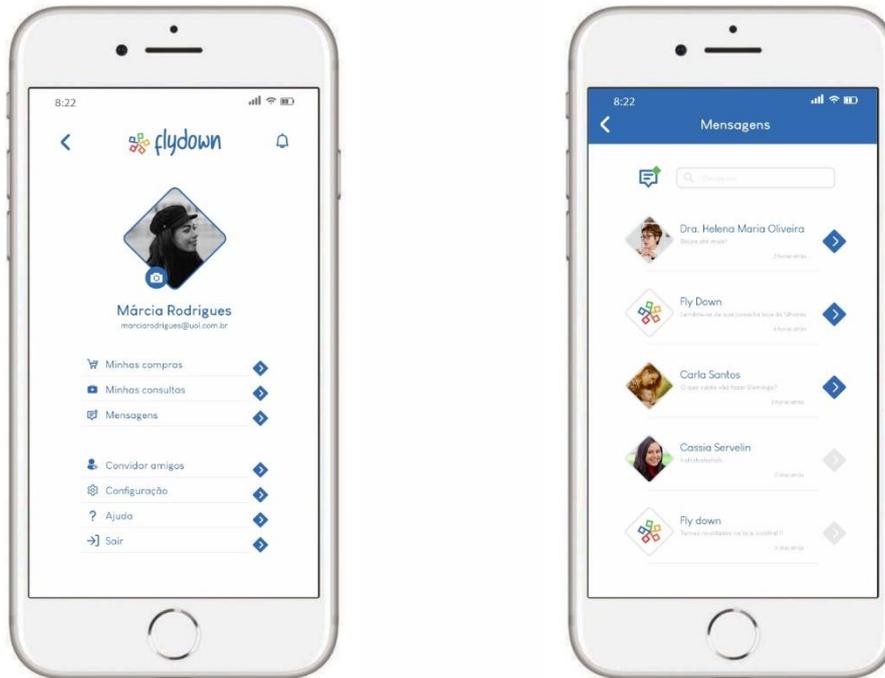
Figura 42 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A página de mensagens permite o contato entre usuários para trocas de experiências vividas, criando grupos de amizades e ajudando-se entre si, além de servir também, como forma de contato para lembretes e avisos importantes.

Figura 44 - Aplicativo

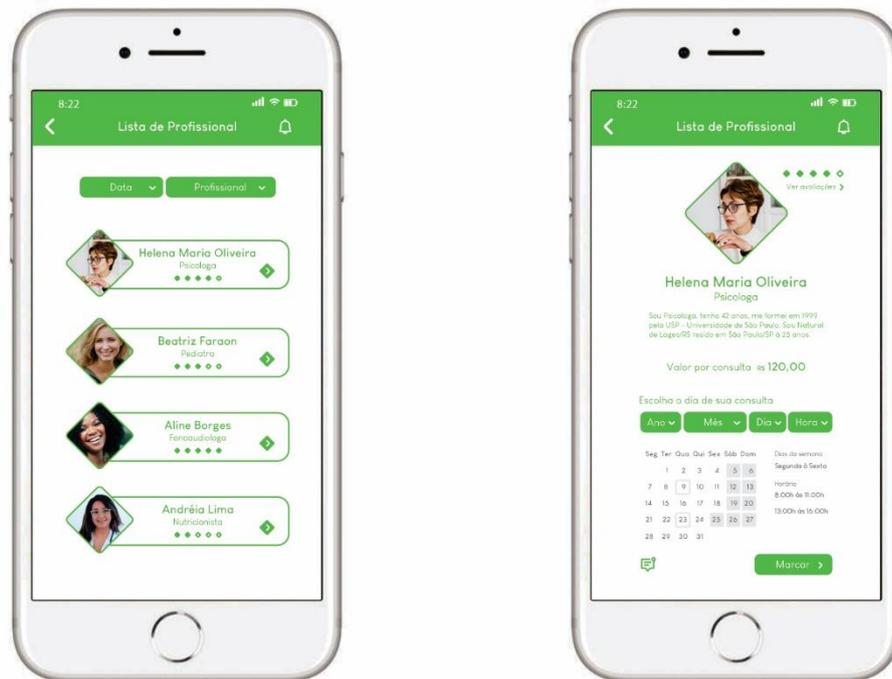


Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Um dos diferenciais do app é a possibilidade de consultas online oferecidas pelo serviço, essas consultas visam potencializar o desenvolvimento das pessoas com síndrome de down e auxiliar os pais nos seus cuidados e como devem agir para uma evolução ainda maior. Essas consultas podem ser realizadas com diversos profissionais na área da saúde, e assim focando diretamente na dificuldade em especial de cada caso, e também, a possibilidade de bate-papos com mentores experientes e ativistas na causa, falando sobre assuntos de inclusão social, sobre o autoconhecimento dos pais e de como devem agir em determinadas situações.

Com profissionais qualificados em todo país, as consultas online possibilitam facilidades e um melhor custo benefício.

Figura 45 - Aplicativo



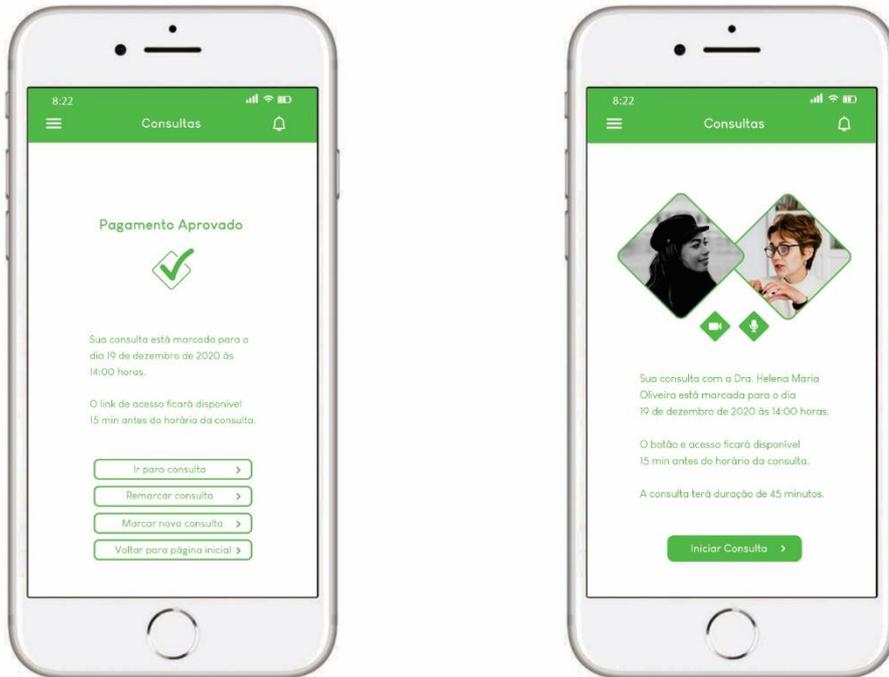
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A lista de profissionais é gerada a partir dos cadastros na plataforma, que será apresentada a seguir, figura 48.

Essa lista pode ser filtrada pela data da consulta desejada e pelo profissional mais adequado conforme necessidade do momento. Na breve apresentação do profissional estará sua biografia e qualificação, junto com uma avaliação feita por usuários que já tiveram consultas com esse profissional, e também o valor cobrado por consulta, sendo assim, o usuário terá como avaliar qual perfil profissional se encaixa melhor no que procura, e também, de acordo com seu orçamento.

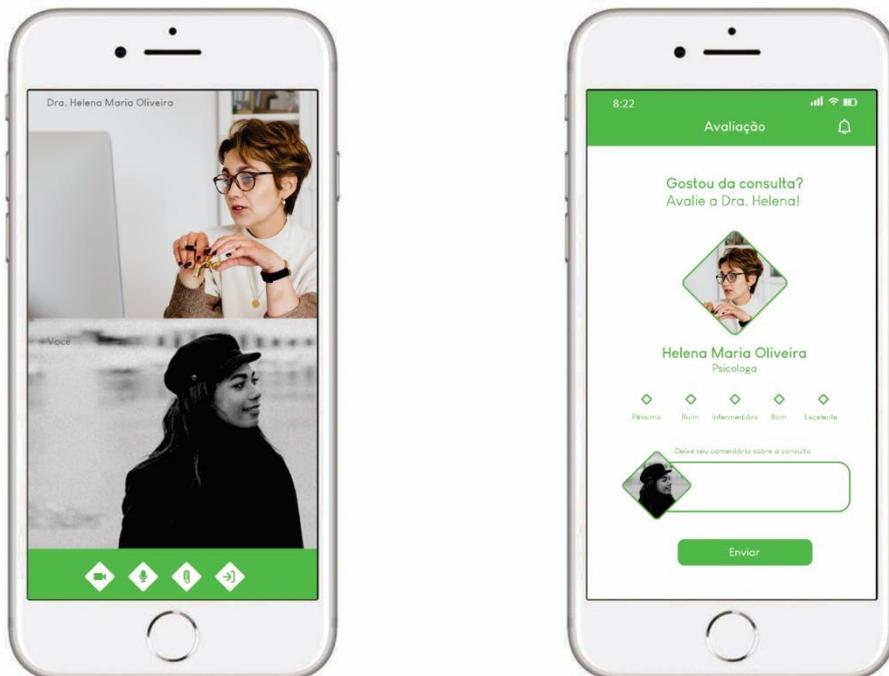
Após a escolha do profissional, data e hora desejada, passa pela etapa de pagamento da consulta e assim que aprovado, é disponibilizado o acesso à consulta por vídeo conferência.

Figura 47 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 46 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O cadastro dos profissionais na plataforma passa por algumas etapas obrigatórias, como preencher dados pessoais necessários, a disponibilidade de sua agenda, o valor cobrado pelas consultas, o envio de certificados de qualificações que serão analisados pela equipe Flydown e por fim, a aceitação dos termos estipulados pela equipe.

Os termos preveem uma taxa de adesão ao serviço, pago uma só vez ao se cadastrar na plataforma e uma porcentagem sobre as consultas efetuadas pelo app.

Figura 48 - Aplicativo

The image displays two sequential screens from a mobile application titled "Criar conta".

The left screen shows a registration form with the following fields and elements:

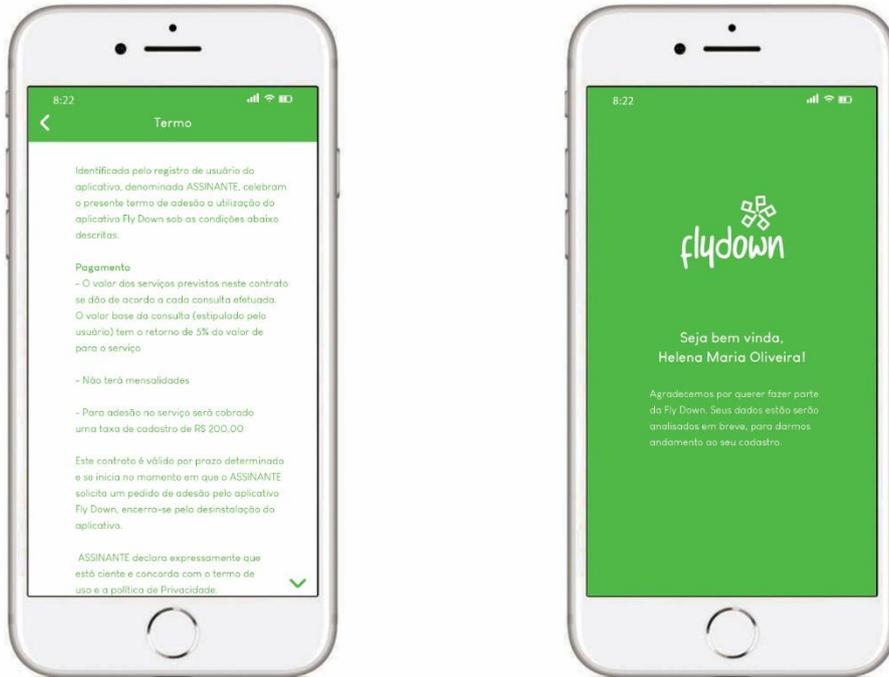
- Nome do profissional\*
- Idade\*
- Profissão\*
- Formação\* (with a dropdown arrow)
- Qualificação\* (with a dropdown arrow)
- \*preenchimento obrigatório
- termos (button)
- Eu aceito os termos\* (checkbox)
- A green arrow button at the bottom right indicates the next step.

The right screen shows the scheduling interface:

- Valor da consulta\* (input field)
- Agenda\* (calendar view for December 2020)
- Biografia (input field with a dropdown arrow)
- A green arrow button at the bottom right indicates the next step.

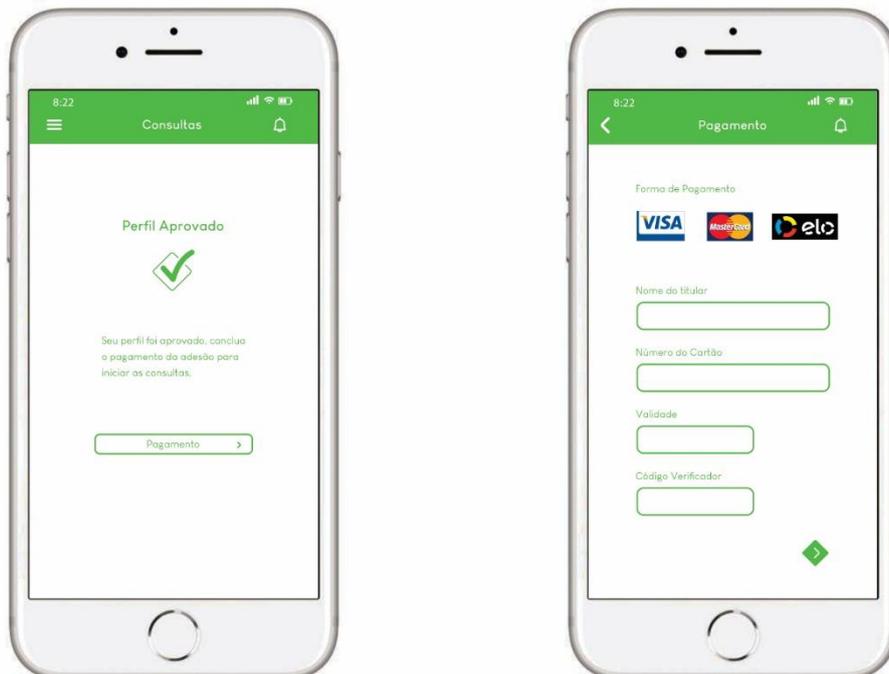
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 50 - Aplicativo



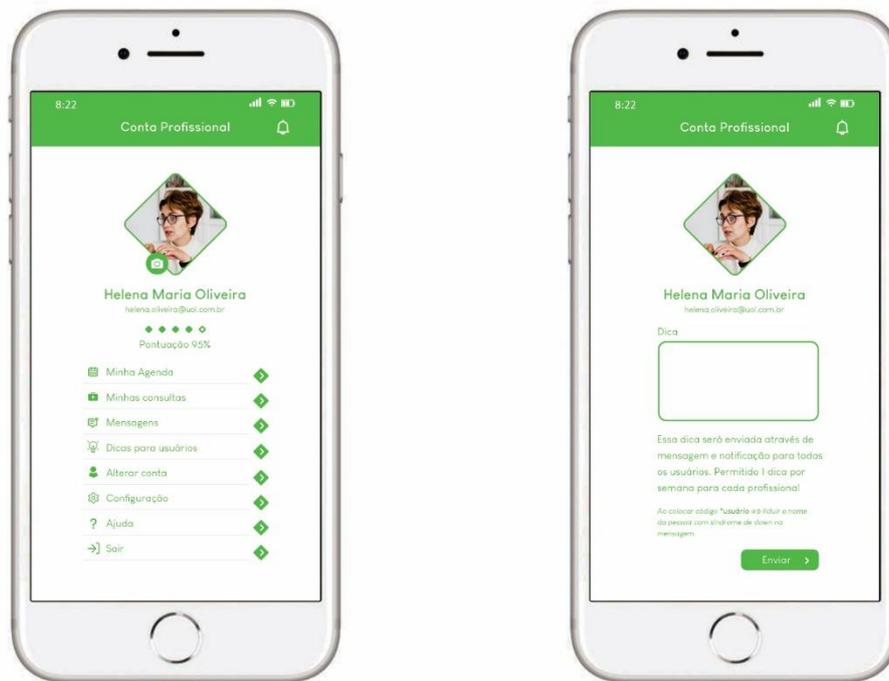
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 49 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 51 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Uma forma dos profissionais se destacarem e serem vistos pelos usuários além de seu perfil na lista de profissionais, é a possibilidade de criação de dicas, que serão enviadas a todos os usuários da plataforma. As dicas além de ajudarem a incentivar os cuidados diários das pessoas com síndrome de down, trazem uma aproximação entre profissional e usuário, criando empatia e despertando o interesse de mais informações, com isso, levando-os a se tornarem seus possíveis pacientes.

Figura 52 - Aplicativo



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

As demais telas no app podem ser vistas pelo apêndice C.

Além dos recursos disponibilizados nas plataformas virtuais, foi desenvolvido um produto complementando o serviço.



### 5.3 PRODUTO

Segundo Norman (2008), o lado emocional do design pode ser determinante para o sucesso de um produto, os objetos são mais que bens materiais, as pessoas tem orgulho deles por causa dos significados que ganham ao decorrer de suas vidas.

Com base nisso, o produto foi desenvolvido com um valor especial, valor esse, que empodera as pessoas com síndrome de down, ao verem que eles são sim, capazes de evoluírem, guardando marcos felizes, comemorando a cada conquista e estimulando cada vez mais o seu desenvolvimento, que ficaram para sempre, guardados na memória.

Figura 53 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

“Memórias” é um livro guia para auxiliar pais de pessoas com síndrome de down em seus cuidados, segundo as diretrizes em ação, MEC (2015), é um pensamento equivocado pensar que crianças pequenas sabem pouco, e que começam adquirir conhecimentos somente após os seis anos de idade quando começa a frequentar o Ensino Fundamental.

Contudo, trata -se de um pressuposto errôneo. Os vários estudos de psicologia genética e de psicologia evolutiva sustentam e demonstram que,

pelo contrário, a criança sabe, começa, a saber, a partir do momento de seu nascimento, e que seu conhecimento desenvolve -se nos primeiros dias, nos primeiros meses e nos primeiros anos mais do que ela se desenvolverá pelo resto da vida. Nesse primeiro período, portanto, a criança vive experiências decisivas e fundamenta toda a construção posterior, seja social, cognitiva ou emotiva. (TONUCCI, 2005:17)

Por isso, o produto é dividido em dois livros englobando as fases iniciais da vida da criança. O primeiro livro leva informações e cuidados necessários focados na primeira infância da criança, do nascimento aos 3 anos de idade, já no segundo, trabalha com os 3 aos 6 anos de idade, pensando nisso, as capas foram feitas simulando uma forma de encaixe, onde um complementa o outro, conforme figura 54.

Figura 54 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Além do guia, os livros servem como diário para guardar conquistas e lembranças felizes das fases da vida da criança, e um planner, para anotações de compromissos e para se auto desafiar com definições de metas mensais para o desenvolvimento do filho (a).



Figura 55 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 56 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 57 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 58 - Produto



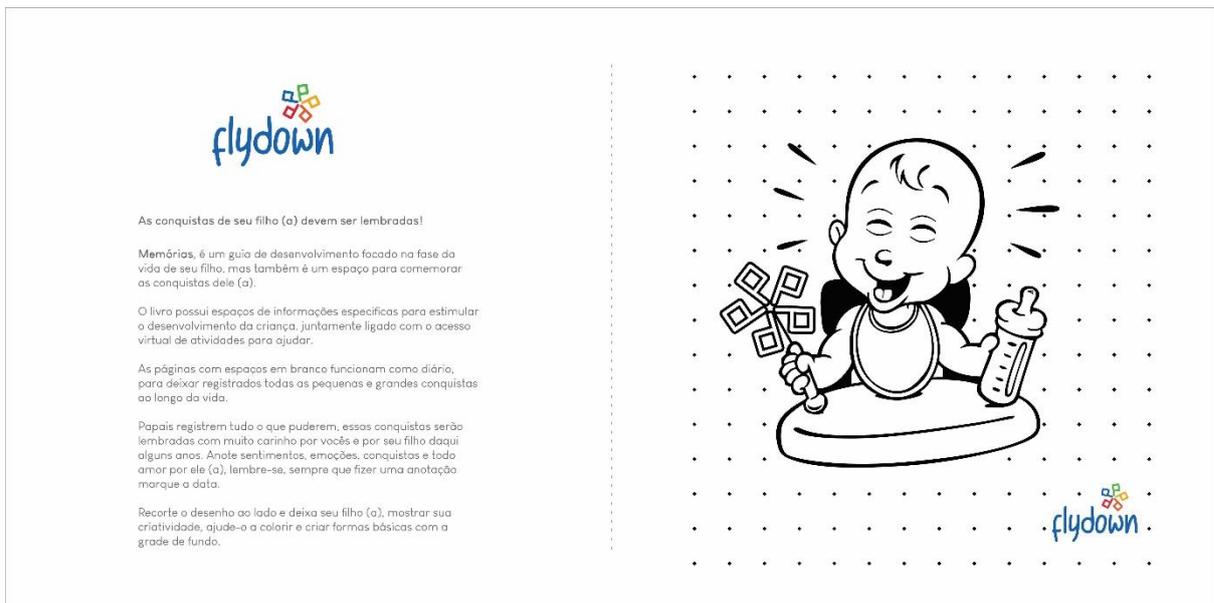
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O guia apresenta informações específicas da idade que a criança está passando, junto com as informações, a página possui um QR code que dá acesso a uma página virtual com informações mais completas e técnicas de como trabalhar determinados assuntos.

Os livros são de capa dura, com folhas em papel markatto 180g coladas, e com dimensão de 300x300mm.

Acompanham os livros uma embalagem em cartonagem, revestidas de tecido, e uma orientação para os pais de como preencher o diário, com um desenho para as crianças mostrarem sua criatividade colorindo e ajudando no seu desenvolvimento motor, criando formas com o auxílio da padronagem ao fundo. A embalagem planejada encontra-se no apêndice D.

Figura 59 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Figura 60 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Os livros representados nas figuras 57 e 58, estão preenchidos de forma ilustrativa. Estes dois livros servem como demonstração e pilotos da ideia, posteriormente, almeja-se criar, juntamente com profissionais de educação o conteúdo ideal para cada fase, incluindo novos livros para outras fases importantes da vida como a adolescência e a vida adulta.

Complementado, será enviado juntamente com o livro um cata-vento símbolo da marca, conforme figura 61.

Figura 61 - Produto



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O cata-vento além de servir como interação da família com a marca, ajuda a estimular o desenvolvimento motor das crianças e explorar a imaginação e a alegria.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema do projeto foi definido no início do semestre, em meio a uma pandemia mundial, onde o contato e busca por informações tiveram que ser remanejados muitas vezes, a única certeza e grande vontade, era de querer poder ajudar as pessoas com síndrome de down, porém, não se tinha ideia de como poderia amenizar esse problema complexo.

Apesar de conhecer algumas pessoas com a alteração genética, não tínhamos conhecimento algum sobre a síndrome, notamos, através de questionários e conversas informais, que muitas pessoas, assim como nós, não tinham esse conhecimento. Através de pesquisas, análises e entrevistas realizadas, pode-se aprofundar no tema, e ter uma empatia ainda maior por elas, foi então, que começamos nos apaixonar e acreditar no sucesso do projeto.

Acredita-se que a falta de conhecimento pode acarretar sérios problemas no desenvolvimento, e que o design, com soluções inovadoras e criativas, é uma poderosa ferramenta para propor soluções eficazes.

Entende-se que para um problema complexo como este, temos que dar um passo de cada vez, por isso, podemos afirmar que este projeto não está finalizado, e que a proposta dele é evoluir e aprimorar constantemente.

## 7 REFERÊNCIAS

BARBIRATO, Fabio; DIAS, Gabriela. A mente do seu filho: como estimular as crianças e identificar os distúrbios psicológicos na infância. Rio de Janeiro: Agir, 2009.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de Outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em 22 set. 2020.

COSTA, L.T.; DUARTE, E.; GORLA, J.I. Síndrome de Down. Crescimento, maturação e atividade física. 1. ed. São Paulo: Phorte, 2017.

DIRETRIZES EM AÇÃO: QUALIDADE NO DIA A DIA DA EDUCAÇÃO INFANTIL. INSTITUTO AVISA LA. PORTAL MEC 2015. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=32941-educ-infantil-diretrizes-em-acao-pdf&category\\_slug=janeiro-2016-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=32941-educ-infantil-diretrizes-em-acao-pdf&category_slug=janeiro-2016-pdf&Itemid=30192)>. Acesso em: 07 Set 2020.

DUARTE, Alex. Como empoderar pessoas com deficiência. Champion editora, 2019

ESTA DESIGN COM SINDROME DE DOWN CRIOU UM MANUAL DE DIAGRAMACAO PARA LIVROS ACESSIVEIS. HYPENESS. Disponível em: <[www.hypeness.com.br/2016/11/esta-designer-com-sindrome-de-down-criou-um-manual-de-diagramacao-para-livros-acessiveis](http://www.hypeness.com.br/2016/11/esta-designer-com-sindrome-de-down-criou-um-manual-de-diagramacao-para-livros-acessiveis)>. Acesso em: 15 set. 2020.

FREITAS, Ana Virginia Porto et al. Relações Privadas, direitos humanos e desenvolvimento no século XXI. 1. v. 1. Ed. Fortaleza: Mucuripe, 2019.

GONTIJO, Leonardo. Não importa a pergunta a resposta é o amor. 1. ed. São Paulo: Literare Books, 2015.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como atuam as cores sobre os sentimentos e a razão. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

MIELNIK, Isaac. Nosso mundo mental, guia prático de orientação psicológica. v. 88. São Paulo: Ibrasa, 1977.

MOREIRA, Lília MA; EL-HANI, Charbel N; GUSMAO, Fábio AF. A síndrome de Down e sua patogênese: considerações sobre o determinismo genético. Rev. Bras. Psiquiatr., São Paulo, v.22, n.2, p.96-99, jun. 2000. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-4446200000200011&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-4446200000200011&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso: 10 out. 2020.

ONU: Inclusão de pessoas com deficiência é fundamental para a implementação da Agenda 2030. 2016. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/73639-onu-inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-e-fundamental-para-implementacao-da-agenda-2030>>. Acesso em: 30 ago. 2020.

OXFORD LANGUAGES. Disponível em: <<https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/>>. Acesso em: 04 ago 2020.

RAMOS, Aline. BUZZ. 2018. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/br/ramosaline/professora-sindrome-de-down-desembargadora-marilia>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

REIS, Vivi. Diagnóstico de deficiência não é luto, é vida!. 2018. Disponível em: <<http://www.movimentodown.org.br/2018/08/diagnostico-de-deficiencia-nao-e-luto-e-vida/>>. Acesso em: 28 Set. 2020.

RIBEIRO, Amarolina. "Declaração Universal dos Direitos Humanos"; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/geografia/declaracao-universal-dos-direitos-humanos.htm>>. Acesso em 07 de dezembro de 2020.

ROBBINS, Anthony. O poder sem limites. Rio de Janeiro: Best Seller, 1987.

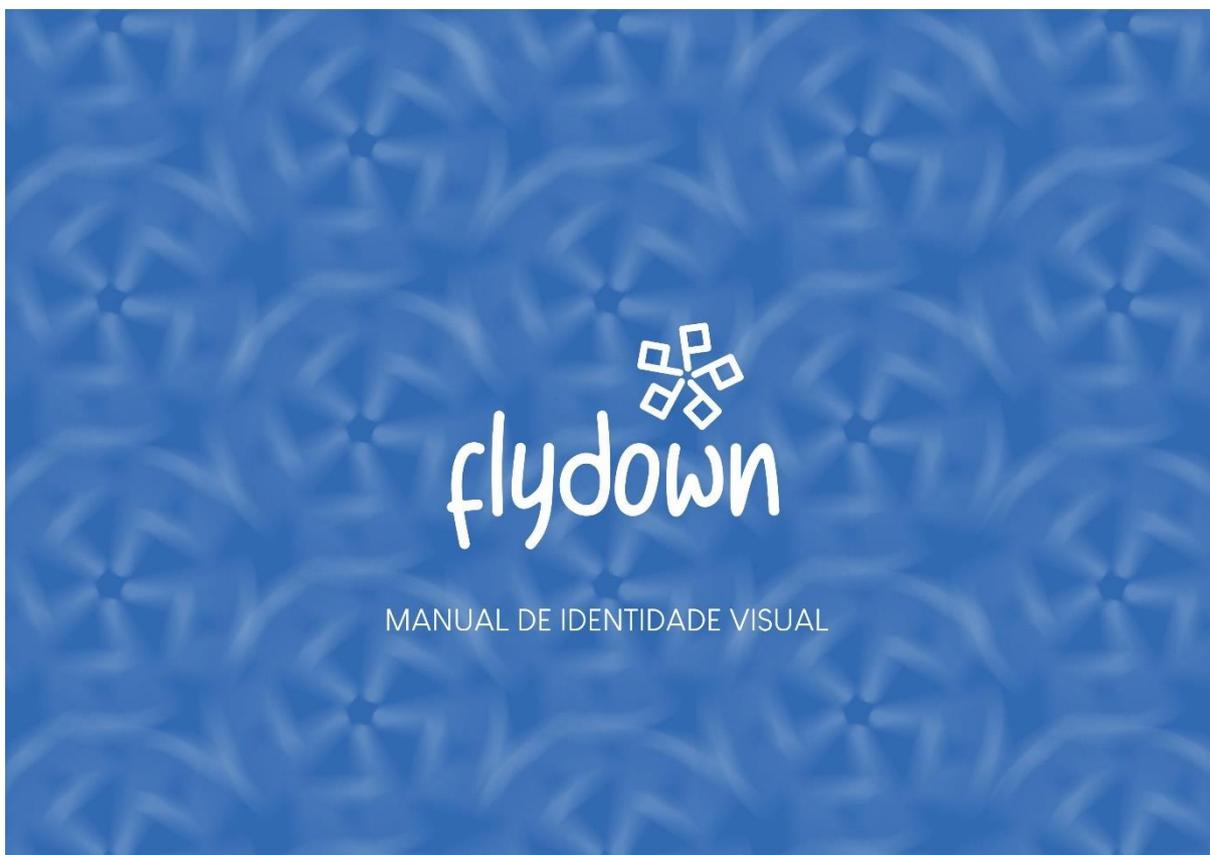
SIGNIFICADO DE EMPODERAR. Significados. Disponível em: <[https://www.significados.com.br/empoderar/#:~:text=Empoderar%20%C3%A9%20um%20verbo%20que,determinada%20situa%C3%A7%C3%A3o%2C%20condi%C3%A7%C3%A3o%20ou%20caracter%C3%ADstica](https://www.significados.com.br/empoderar/#:~:text=Empoderar%20%C3%A9%20um%20verbo%20que,determinada%20situa%C3%A7%C3%A3o%2C%20condi%C3%A7%C3%A3o%20ou%20caracter%C3%ADstica.)>. Acesso em: 25 set 2020

SILVA, Nara Liana Pereira; DESSEN, Maria Auxiliadora. O que significa ter uma criança com deficiência mental na família?. Educ. rev., Curitiba, n. 23, p.161-183, June 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-40602004000100011&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602004000100011&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 15 set. 2020.

SINDROME DE DOWN. Características. Disponível em:<<http://www.movimentodown.org.br/sindrome-de-down/caracteristicas/>>. Acesso em: 04 out. 2020.

VARELLA, Drauzio. Doença e sintomas. Síndrome de down. Disponível em: <<https://drauziovarella.uol.com.br/doencas-e-sintomas/sindrome-de-down/>>. Acesso em: 10 set. 2020.

## APÊNDICE A - MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



A Fly Down é um serviço que ajuda pais e mães de crianças com síndrome de down, no desenvolvimento de sua autonomia e na sua qualidade de vida na vida adulta. Fazem parte do serviço plataforma digitais como aplicativo e site, com informações e auxílio profissional.

Além das plataformas, a Fly Down oferece produtos personalizados da marca e do guia / diário para um desenvolvimento ainda mais completo e guardar lembranças boas do desenvolvimento da criança.

MIV . SÍMBOLO



MIV . TIPOGRAFIA

flydown

a b c d e

f g h i j

k l m n o

p q r s t

u v w x y z

Coffee Break

fonte naming  
(modificada)

flydown

flydown

flydown

flydown

20mm

#### REDUÇÃO MÍNIMA

Para uma melhor legibilidade,  
foi definida como dimensão mínima  
para utilização da marca de 20mm

simpatia, harmonia, idelidade e confiança

**Pantone 2935 C**

CMYK 90 64 0 0  
RGB 50 106 178

saúde, natureza e esperança

**Pantone 2286 C**

CMYK 70 0 100 0  
RGB 89 185 82

otimismo, criatividade e entendimento

**Pantone 1375 C**

CMYK 2 38 100 0  
RGB 245 170 50

simpatia, harmonia, idelidade e confiança

**Pantone 7625 C**

CMYK 4 80 91 0  
RGB 233 98 64

paixão, amor, energia e força

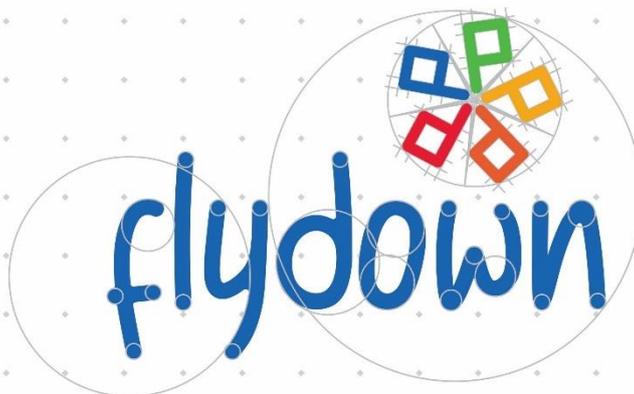
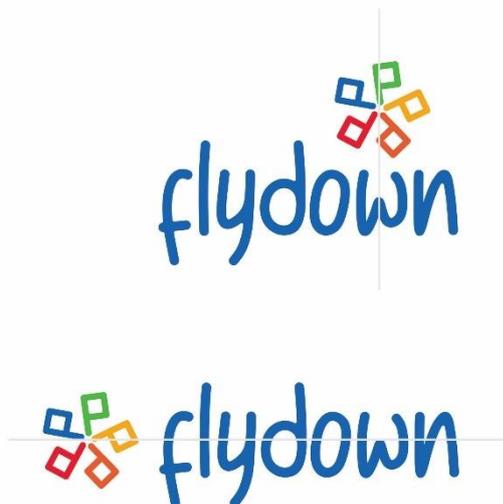
**Pantone 1797 C**

CMYK 3 100 86 0  
RGB 230 51 66

## VERSÕES

O logotipo possui duas versões de utilização, um na vertical e outro na horizontal.

Tanto o símbolo como o lettering podem ser usados separadamente, caso necessário, visando sempre, a total visibilidade da marca.

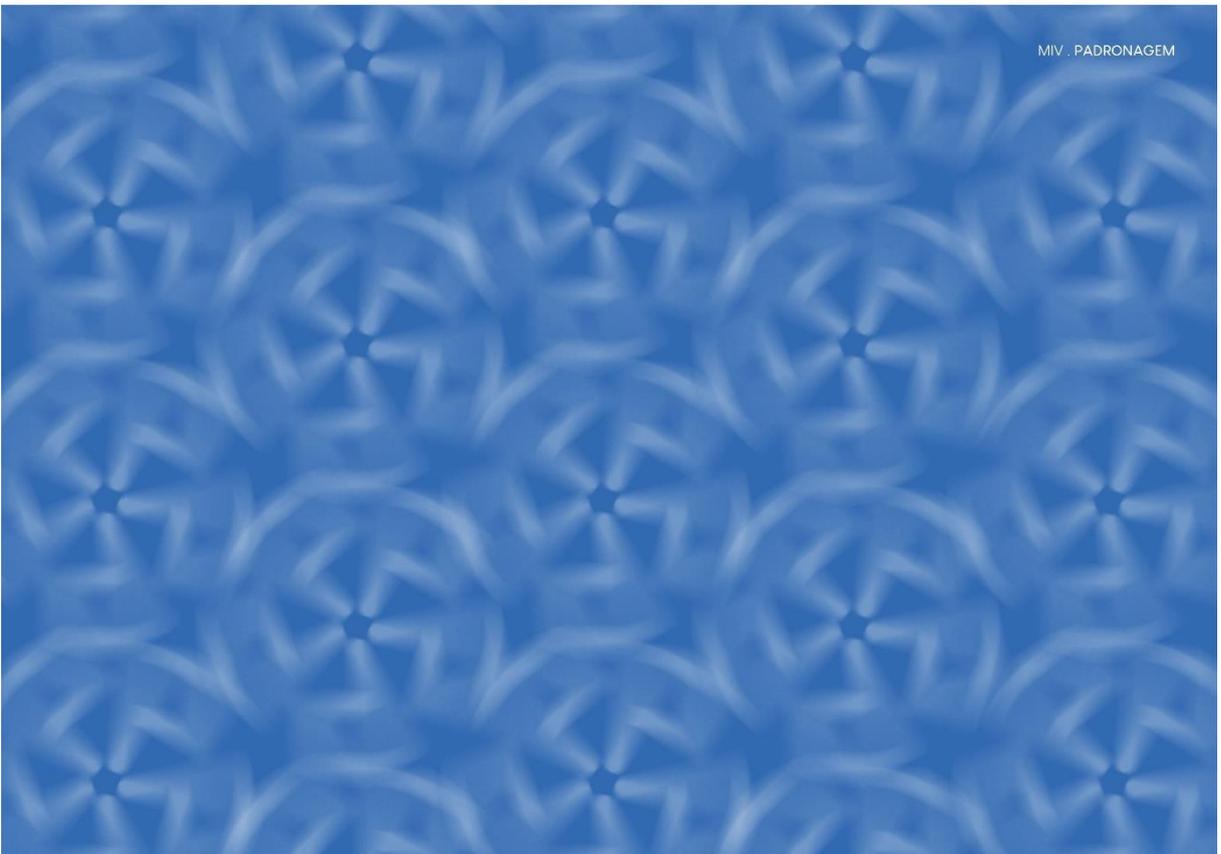
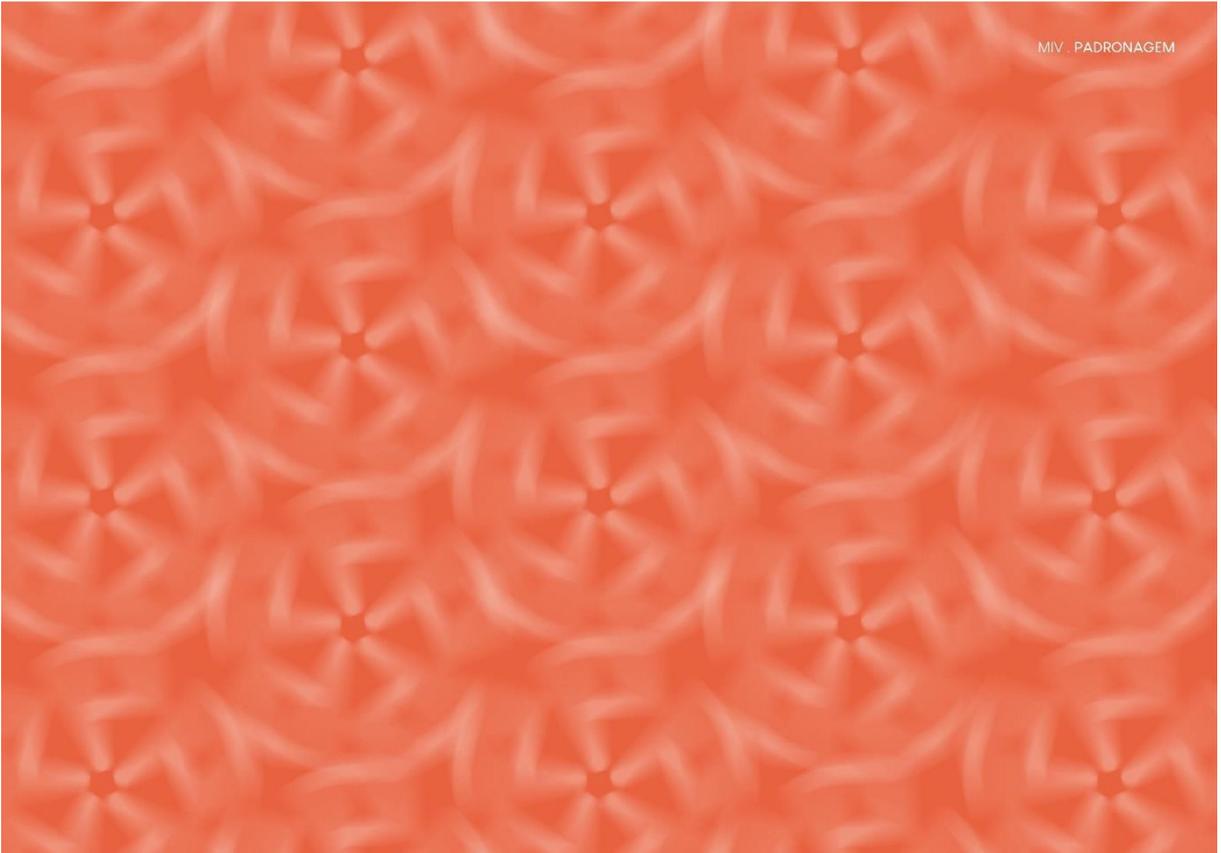


### PADRONAGEM

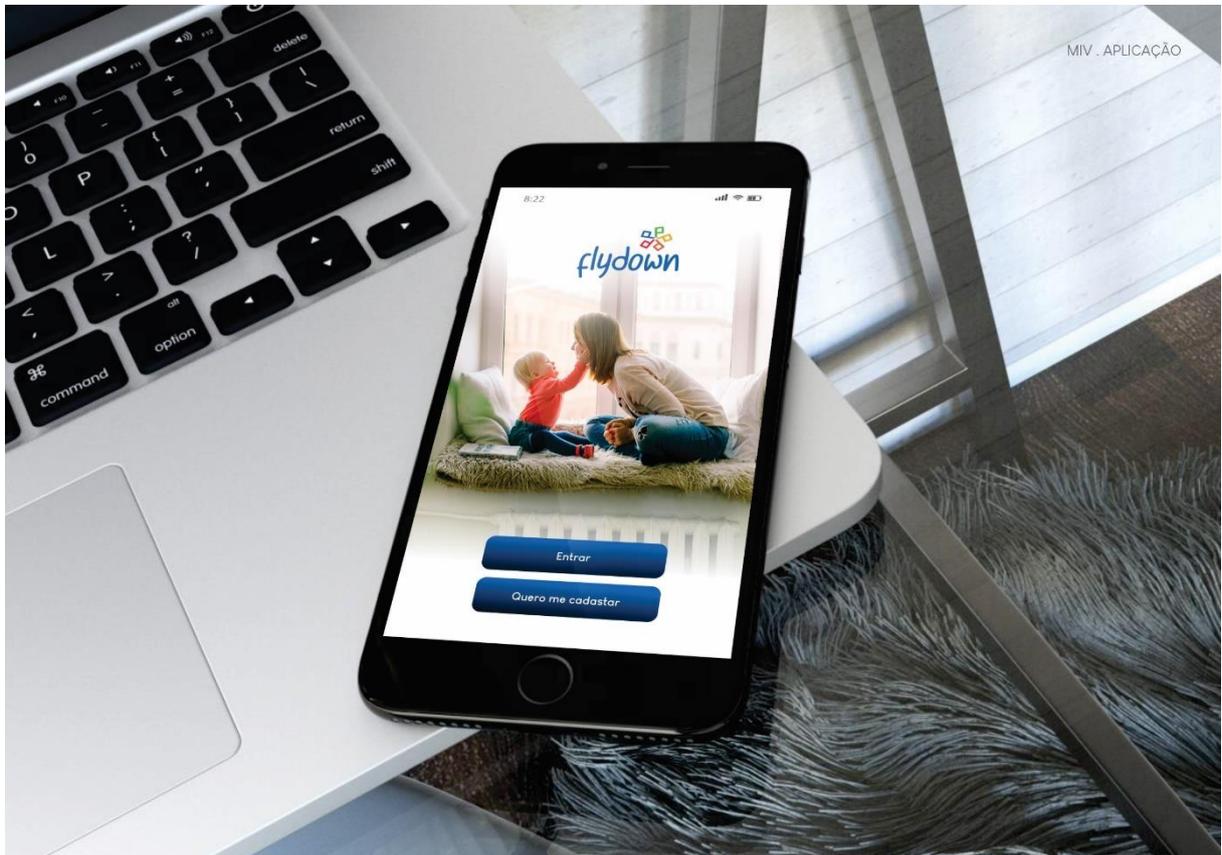
Foram criadas duas padronagens para complementar a divulgação da marca. Elas podem ser utilizadas com todas as cores da identidade visual, combinadas com a cor branca.













UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS 8 | CENTRO DE ARTES E ARQUITETURA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

MARIELI ZEN CAMPAGNOLLO  
CAXIAS DO SUL  
4/2020

# APÊNDICE B - SITE

HOME | SOBRE O PROJETO | PROJETO | SERVIÇOS | CONTATO | LOGIN

acredite, lute e voe!

**flydown**

Até quem não tem no mundo há sua família, a interação com o Projeto é feita por meio de nossos serviços de apoio técnico e psicológico. Não querendo a qualquer momento nos deixar por trás, estamos sempre disponíveis para oferecer o melhor e mais atualizado suporte técnico e psicológico.

Até quem não tem no mundo há sua família, a interação com o Projeto é feita por meio de nossos serviços de apoio técnico e psicológico. Não querendo a qualquer momento nos deixar por trás, estamos sempre disponíveis para oferecer o melhor e mais atualizado suporte técnico e psicológico.

home | blog | app | shop

**Uma Alteração Genética**

A alteração genética é uma alteração genética provocada por um erro durante a formação dos cromossomos, onde há uma alteração no número de cópias de um determinado cromossomo.

Vem, você precisa ver isso...

**Potencializador de Desenvolvimento**

O flydown APP é um aplicativo para desenvolvimento de habilidades e habilidades de comunicação, com uma interface intuitiva e fácil de usar.

**Conquiste cada Conquista**

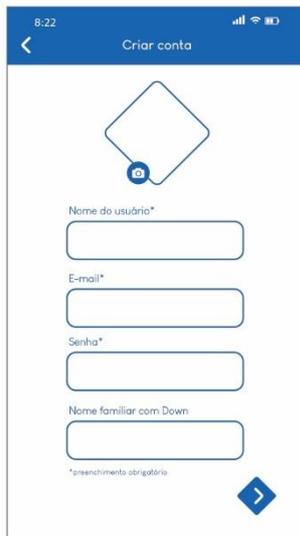
Receber um prêmio é uma grande conquista e o Projeto oferece uma série de prêmios para reconhecer o esforço e a dedicação de nossos participantes.

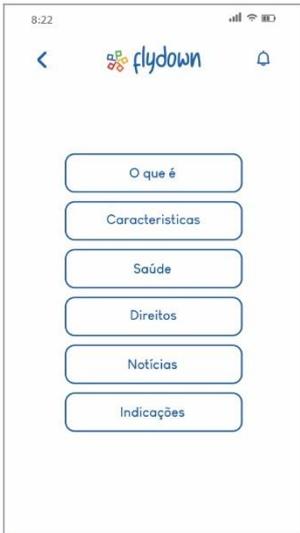
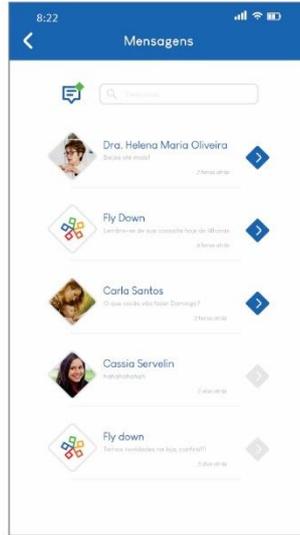
Nome: \_\_\_\_\_  
 Email: \_\_\_\_\_  
 Telefone: \_\_\_\_\_  
 Mensagem: \_\_\_\_\_

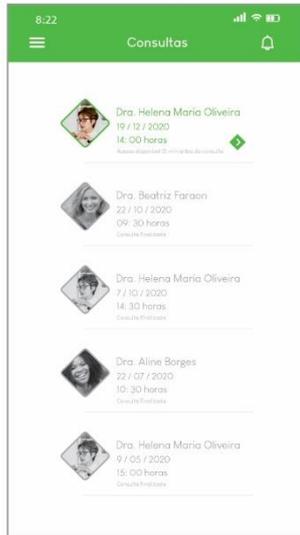
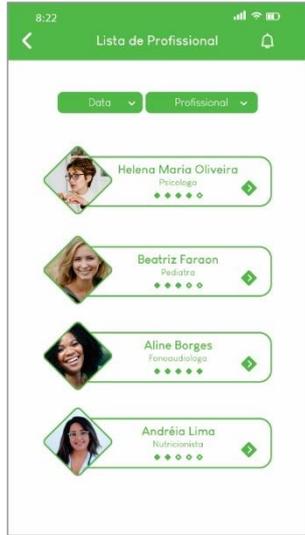
**flydown**

facebook | instagram | youtube

# APÊNDICE C - APLICATIVO







8:22

Criar conta

Nome do profissional\*

Idade\*

Profissão\*

Formação\*

Qualificação\*

\*preenchimento obrigatório

termos

Eu aceito os termos\*

8:22

Criar conta

Valor da consulta\*

Agenda \*

Dezembro 2020

Seg	Ter	Qua	Sex	Sáb	Dom	Dia da semana
1	2	3	4	5	6	Segunda-feira
7	8	9	10	11	12	Terça-feira
14	15	16	17	18	19	Quarta-feira
21	22	23	24	25	26	Quinta-feira
28	29	30	31			Sexta-feira

Biografia



8:22

Pagamento

Forma de Pagamento

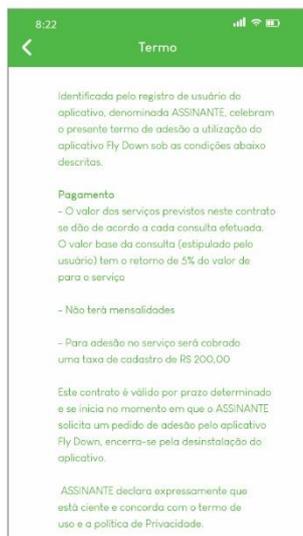
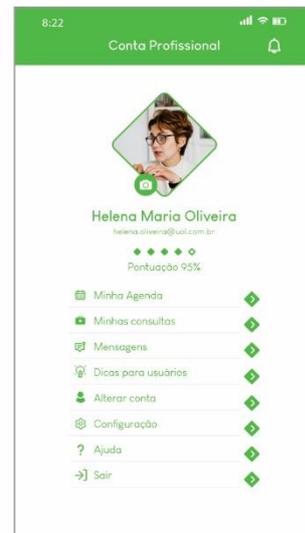
VISA Mastercard elo

Nome do titular

Número do Cartão

Validade

Código Verificador



8:22

Conta Profissional

Helena Maria Oliveira  
helenamoliveira@uol.com.br

Dica

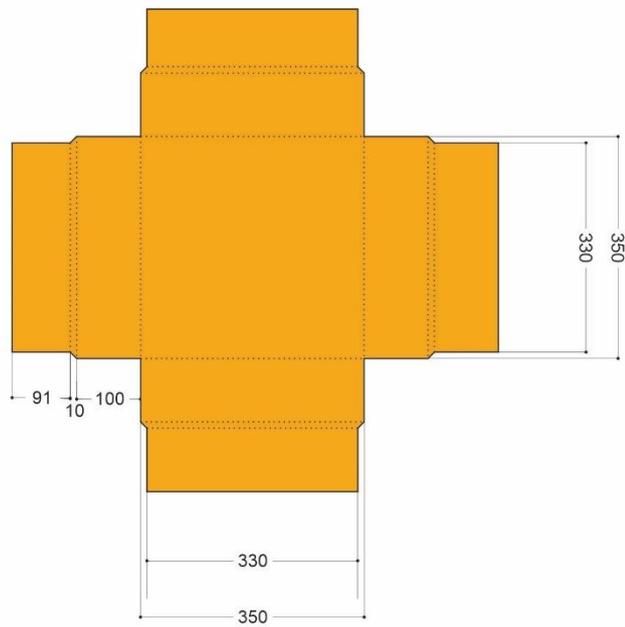
Essa dica será enviada através de mensagem e notificação para todos os usuários. Permitido 1 dica por semana para cada profissional

Atenção: código "advice" irá atuar o nome da pessoa com a qual você estiver na mensagem.

Enviar



**APÊNDICE D - PLANIFICAÇÃO EMBALAGEM**



**Universidade de Caxias do Sul**

Centro de Artes e Arquitetura

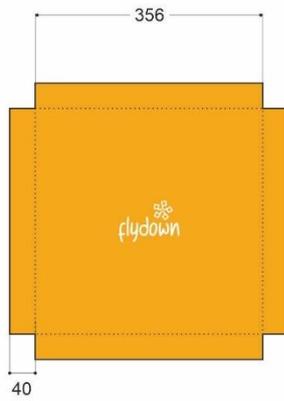
Curso de Design

Disciplina de Conclusão de Curso

Projeto: EMBALAGEM

Descrição:  
BASE CAIXA CARTONADA

Aluna	Marieli Zen Campagnollo	Material	Papelão 2,8mm	Item	1/2	Quant.	01	Escala	1:10	Tam.	A4
-------	-------------------------	----------	---------------	------	-----	--------	----	--------	------	------	----



 <p><b>Universidade de Caxias do Sul</b> Centro de Artes e Arquitetura Curso de Design Disciplina de Conclusão de Curso</p>	Projeto: EMBALAGEM				
	Descrição: TAMPA CAIXA CARTONADA				
Aluna Marieli Zen Campagnollo	Material Papelão 2,8mm	Item 2/2	Quant. 01	Escala 1:10	Tam. A4