



**UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU  
JOÃO PAULO LIMA BOTÃO**

**DESIGN DE PERSONAGEM:  
CRIAÇÃO DE UMA MASCOTE PARA PUBLICIDADE SOBRE  
A SÍNDROME DE BURNOUT**

São Paulo  
2023

**JOÃO PAULO LIMA BOTÃO**

**DESIGN DE PERSONAGEM:  
CRIAÇÃO DE UMA MASCOTE PARA PUBLICIDADE SOBRE  
A SÍNDROME DE BURNOUT**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Design  
da Universidade São Judas Tadeu  
de São Paulo Vila Leopoldina

Orientador: Prof. Ricardo Goulart Tredezini Straiotoz

São Paulo

2023

**JOÃO PAULO LIMA BOTÃO**

**DESIGN DE PERSONAGEM:  
CRIAÇÃO DE UMA MASCOTE PARA PUBLICIDADE SOBRE  
A SÍNDROME DE BURNOUT**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Design  
da Universidade São Judas Tadeu  
de São Paulo Vila Leopoldina

São Paulo, 30 junho de 2023

---

Prof. Orientador: Ricardo Goulart Tredezini Straioto, Dr. - UNISUL

---

Prof. Convidado: Tiago André da Cruz, Dr. - UNISUL

---

Prof. Convidado: Monica Cristina de Paula Freitas – USJT

São Paulo  
2023

Dedico este trabalho aos meus pais, Paulo e Simone, que sempre me apoiam em todas as minhas iniciativas, me inspiram e sempre torcem para meu sucesso, e também a minha noiva Milena, que me compreende, apoia, incentiva e inspira a sempre tentar algo e me dedicar, pois independente do resultado alcançado, pelo menos eu tentei.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos os professores que tive durante o curso, pois sen direcionaram para o caminho melhor e a lapidação de ideias e ajudaram a tornar um profissional melhor.

Aos meus pais que sempre me apoiam quando optei em começar o curso e sempre estão lá quando preciso de ajuda para prosseguir.

A minha noiva que está sempre ao meu lado, seguindo comigo e fazendo parte de tudo que pude construir e escolhas que fiz.

A todos os autores e artistas que fizeram parte da minha vida, me inspirando com seus trabalhos e ideias que hoje fazem parte de mim e dá minha forma de interpretar e trabalhar com aquilo optei por paixão ser como profissional.

“Acredite em si mesmo, acredite em sua visão do mundo, não importa o quão estranha ela possa parecer para os outros.” (Stan Lee)

## Resumo

O presente trabalho trata sobre a criação e desenvolvimento de um personagem focado em peças publicitárias, utilizando a problemática da síndrome de burnout no ambiente de trabalho e como isso afeta não só o trabalhador e a empresa, tendo seu ponto de vista em nas novas gerações que estão iniciando no mercado de trabalho. Trabalha-se o desenvolvimento de uma mascote para tais peças, considerando representar os sintomas da síndrome e sua aparência que consiga estimular empatia aos que já sofrem de tal problema.

Para isso, é utilizada a metodologia Double Diamond e o processo de desenvolvimento de personagem de Mark Tungate, presente no livro "*Adland: A Global History of Advertising*", publicado em 2007.

Após pesquisa acerca sobre a síndrome de burnout, suas causas, sintomas e possíveis tratamentos são aplicadas técnicas de desenvolvimento de personagem, visando gerar alternativas a serem apresentadas ao público-alvo. A partir do design final do personagem, será feito seu *model sheet* e estudo de expressões faciais para a possível utilização em peças.

Palavras-chave: design de personagem, empatia, mascote, síndrome de burnout, ambiente de trabalho.

## **Abstract**

This work is about the creation and development of a character focused on advertising pieces, using the problematic of burnout syndrome in the workplace and how it affects not only the worker and the company, but also the point of view of the new generations entering the job market. The development of a mascot for such pieces is explored, thinking about representing the symptoms of the syndrome and its appearance, and being able to stimulate empathy for those who already suffer from this problem.

The Double Diamond methodology and the character development process by Mark Tungate, presented in the book "Adland: A Global History of Advertising," published in 2007, are used to achieve this.

After researching burnout syndrome, its causes, symptoms, and possible treatments, character development techniques are applied to generate alternatives to be presented to the target audience. From the final design of the character, a model sheet and a study of facial expressions will be made for possible use in pieces.

Keywords: character design, empathy, mascot, burnout syndrome, workplace.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Metodologia Double Diamond.....	20
Figura 2 - Diagrama unificando dos métodos de pesquisa.....	22
Figura 3 - Representação de um paciente com burnout.....	27
Figura 4 - Diversos personagens icônicos.....	30
Figura 5 - Formas no design de personagem.....	31
Figura 6 - Diferentes cores em um mesmo design.....	32
Figura 7 - “Tips on Gesture Drawing” by Normand Lemay”.....	33
Figura 8 - Silhuetas de personagens clássicos.....	35
Figura 9 - Diversos mascotes de sucesso.....	36
Figura 10 - Representação da Síndrome de Burnout.....	41
Figura 11 - Ilustração sobre o Burnout.....	42
Figura 12 - Estudos de variações de Personagem 1.....	54
Figura 13 - Estudos de variações de Personagem 2.....	55
Figura 14 - As imagens apresentadas ao público-alvo.....	56
Figura 15 - Primeiras intenções ao trabalhar o refino do personagem.....	57
Figura 16 - Teste de alternativas de refino do design.....	58
Figura 17 - Esboço de model sheet do Design Refinado.....	58
Figura 18 - Model sheet em versão preto e branco.....	59
Figura 19 - Model sheet em versão colorida.....	60
Figura 20 - Estudos de expressões em uma versão simplificada da mascote.....	60
Figura 21 - Gestual e poses.....	61
Figura 22 - Estudos de poses e gestual da mascote.....	62
Figura 23 - “Breakdown” do Design.....	62
Figura 24 - Personagem estando em um ambiente padrão de escritório.....	64
Figura 25 - Personagem numa situação de trabalho exaustiva.....	64
Figura 26 - Personagem atuando com outros personagens.....	65
Figura 27 - Estágios do personagem.....	65
Figura 28 - Personagem em opções com textos publicitários.....	66
Figura 29 - Uso da imagem ambientada do personagem em opções com texto publicitário.....	67
Figura 30 - Propaganda mostrando uma situação caótica do ambiente de trabalho.....	68



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráficos 1 - Você conhece a Síndrome de Burnout?.....	46
Gráficos 2 - Atualmente no seu trabalho, você sente muita pressão, cobranças ou falta de organização dentro do ambiente de trabalho?.....	47
Gráficos 3 - Sente-se emocionalmente sugado pelo trabalho?.....	47
Gráficos 4 - Se sente fatigado quando levanto pela manhã e tenho que encarar outro dia nesse emprego?.....	48
Gráficos 5 - Sente-se emocionalmente sugado pelo trabalho?.....	56

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	14
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	15
1.2 DEFINIÇÃO DE PROBLEMA.....	15
1.3 OBJETIVOS DE PESQUISA.....	15
<b>1.3.1 Objetivos Gerais</b> .....	15
<b>1.3.2 Objetivos Específicos</b> .....	15
1.4 USUÁRIOS, <i>TARGET</i> , PÚBLICO-ALVO.....	16
<b>1.4.1 Usuários</b> .....	16
<b>1.4.2 Target</b> .....	16
<b>1.4.3 Público-alvo</b> .....	17
1.5 CONTEXTO.....	17
1.6 JUSTIFICATIVA.....	17
1.7 MÉTODO DE PESQUISA.....	18
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	24
2.1 O INÍCIO DO BURNOUT.....	25
<b>2.1.1 Sintomas do Burnout</b> .....	26
<b>2.1.2 Burnout nas empresas</b> .....	27
<b>2.1.3 Burnout na atualidade e sua ligação com o home office</b> .....	28
<b>2.1.4 Burnout na nova geração de trabalhadores</b> .....	29
2.2 DESIGN DE PERSONAGEM.....	29
<b>2.2.1 Forma</b> .....	31
<b>2.2.2 Cores</b> .....	32
<b>2.2.3 Gestual</b> .....	33
<b>2.2.4 Silhueta</b> .....	34
2.3 DESIGN DE UMA MASCOTE.....	36
<b>2.3.1 Personagens e seu efeito, em campanhas publicitárias e de marketing</b> .....	37
<b>2.3.2 Persona</b> .....	38
<b>2.3.3 Conexão emocional</b> .....	39
<b>2.3.4 Design de Mídias</b> .....	40
<b>2.3.5 Representação visual do Burnout</b> .....	41
<b>2.3.6 Personagens no universo da saúde</b> .....	43
<b>3. PESQUISA</b> .....	43
3.1 DEFINIR O PROBLEMA.....	44
<b>3.1.1 O propósito da mascote</b> .....	45
3.2 ANÁLISE.....	45
<b>3.2.1 Identificação do público-alvo</b> .....	46
<b>3.2.2 Análise do público</b> .....	48
<b>3.2.3 Percepções sobre os dados</b> .....	49
<b>3.2.4 Criar conceito</b> .....	50
3.3 IDEAÇÃO.....	51

<b>3.3.1 Definição da personalidade da mascote</b> .....	53
<b>3.4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS</b> .....	53
<b>3.4.1 Validação com público-alvo</b> .....	56
<b>3.5 REFINO DE DESIGN</b> .....	57
<b>3.5.1 Modelo Final</b> .....	59
<b>3.5.2 Breakdown do design</b> .....	62
<b>3.5.3 Aplicações e ambientação</b> .....	64
<b>3.6 APLICAÇÕES</b> .....	66
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	70
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	71
<b>APÊNDICES</b> .....	74
<b>APÊNDICE A - Questionário 1</b> .....	75
<b>APÊNDICE B - Painel Semântico</b> .....	86
<b>APÊNDICE C - Questionário 2</b> .....	88
<b>APÊNDICE D - Geração de Alternativas</b> .....	89
<b>APÊNDICE E - Refino o Design</b> .....	99
<b>APÊNDICE F - Modelo Final</b> .....	106

## 1. Introdução

O mercado de trabalho é um ambiente complexo e, muitas vezes, estressante. Com as crescentes demandas e expectativas, os trabalhadores estão cada vez mais expostos a condições que podem desencadear a síndrome de burnout. Essa síndrome é um problema de saúde mental que tem se tornado cada vez mais comum entre os profissionais, principalmente entre as novas gerações que estão iniciando no mercado de trabalho e diferente de outras doenças pode se manifestar de diversas formas e em variadas profissões, como dizia Maslach & Leiter:

"O burnout pode se manifestar de várias maneiras, desde um esgotamento emocional até a perda de interesse pelo trabalho e pela vida. O que todos os sintomas têm em comum é que interferem significativamente na qualidade de vida da pessoa" (Maslach & Leiter, 2016.).

Nesse contexto, surge a necessidade de encontrar formas eficazes de tratar e prevenir a síndrome de burnout. Uma das possibilidades é utilizar técnicas de publicidade e comunicação para sensibilizar as pessoas sobre os sintomas e consequências dessa síndrome.

Nesse sentido, este trabalho visa principal desenvolver um personagem que possa ser utilizado em peças publicitárias para representar os sintomas da síndrome de burnout e estimular a empatia entre os que já sofrem de tal problema. De acordo com Blakeman (2012), o uso de mascotes na publicidade criará uma conexão emocional com o público-alvo e, assim, aumentar a probabilidade de lembrança da marca. Além disso, mascotes podem tornar o produto mais atraente e humanizado, facilitando a identificação e a empatia dos consumidores com a marca.

Para isso, é utilizada a metodologia Double Diamond e o processo de desenvolvimento de personagem de Mark Tungate, presente no livro "*Adland: A Global History of Advertising*", publicado em 2007.

Além disso, serão apresentadas informações acerca da síndrome de burnout, suas causas, sintomas e possíveis tratamentos, a fim de embasar a criação do personagem. Por fim, serão elaborados o *model sheet* e o estudo de expressões faciais para o possível uso do personagem em peças publicitárias.

Este trabalho contribuirá para a discussão sobre a síndrome de burnout e a importância da prevenção e do tratamento dessa síndrome no ambiente de trabalho,

além de apresentar uma proposta criativa para sensibilizar as pessoas sobre essa problemática.

## **1.1 Delimitação do Tema**

Desenvolvimento de um personagem mascote para campanhas publicitárias destinada ao uso em campanha impressas, apoio em peças digitais, como banner, posts e produtos digitais de comunicação, também como uso em animações relativas ao tema e campanhas animadas, assim sendo presente em diversos espaços físicos e digitais que represente a síndrome de burnout no ambiente de trabalho e estimule a empatia em relação aos sintomas da síndrome. Assim desta forma o projeto será limitado apenas ao desenvolvimento do personagem, seu design, gestual, expressões e *model sheet*.

## **1.2 Definição do Problema**

A problemática deste trabalho é a síndrome de burnout no ambiente de trabalho e como ela afeta não só o trabalhador, mas também a empresa, especialmente nas novas gerações que estão iniciando no mercado de trabalho. Conforme a pesquisa realizada por Costa e colaboradores (2020, p. 93), “as novas gerações no mercado de trabalho têm enfrentado dificuldades em se adaptar às demandas organizacionais, o que pode resultar em sintomas de estresse e esgotamento profissional”.

## **1.3 Objetivos de Pesquisa**

### **1.3.1 Objetivo Geral**

O desenvolvimento de uma mascote publicitária que possa gerar empatia e conscientizar as novas gerações e trabalhadores em geral sobre a importância e relevância no ambiente de trabalho de se conhecer a síndrome de burnout, seus sintomas e possíveis tratamentos.

### **1.3.2 Objetivo Específico**

- Desenvolver um personagem bidimensional alinhado aos sintomas da síndrome de burnout e alinhado com visão sobre o mercado de trabalho atual.
- Clarificar os conceitos de design de personagem, simbolismo da imagem, semiótica e teoria da cor.
- Validar o personagem desenvolvido perante o público-alvo jovens adultos de 20 a 30 anos.
- Popularizar e conscientizar sobre o tema da síndrome de burnout
- Estabelecer de forma clara quais os sintomas da síndrome dentro do design da mascote, para ser de fácil identificação visual os possíveis pacientes.

## **1.4 Usuários, *target*, público-alvo**

### **1.4.1 Usuários**

Os usuários deste trabalho acadêmico são pesquisadores, profissionais e estudantes interessados em saúde mental, psicologia organizacional, publicidade e marketing. Visando a utilização deste trabalho como referência, peça de estudo e também o aumento da popularidade sobre a temática no ambiente profissional e publicitário.

### **1.4.2 *Target***

Este trabalho visa atingir dois tipos de público: gestores e líderes, que precisam compreender a importância da prevenção e tratamento da síndrome de burnout em suas equipes, e trabalhadores em geral, que precisam estar conscientes da síndrome e de suas consequências. Ao utilizar uma mascote que possa se relacionar com ambos os públicos de forma natural e coesa, é possível facilitar a transmissão da mensagem sobre a síndrome e seus impactos negativos no ambiente de trabalho. Dessa forma, a abordagem com a mascote se apresenta como uma estratégia criativa e eficaz para conscientização e prevenção da síndrome de burnout no ambiente de trabalho.

## **1.4.2 Público-Alvo**

O público-alvo deste trabalho é atingir gestores e trabalhadores em geral de nova geração, aqueles que estão iniciando no mercado de trabalho ou que assumem posição de liderança antes dos 30 anos, os da geração últimos da geração de Millenials e os Geração Z. Desta forma o público alvo é de 20 a 30 anos, ingressantes novos ao mercado de trabalho e novos profissionais em cargos de liderança.

## **1.5 Contexto**

O tema da síndrome de burnout no ambiente de trabalho é relevante em diversos contextos, principalmente em empresas e organizações onde a saúde e bem-estar dos trabalhadores é uma preocupação. Além disso, o aumento da conscientização e prevenção da síndrome de burnout pode contribuir para uma melhoria no ambiente de trabalho e na produtividade dos funcionários.

Nesse sentido, o trabalho acadêmico proposto, que desenvolverá uma mascote para abordar a problemática, pode ser inserido em contextos de pesquisa e desenvolvimento de campanhas de conscientização sobre saúde mental no trabalho, bem como em empresas e organizações que buscam implementar ações de prevenção da síndrome de burnout em suas equipes.

O público-alvo pode ser tanto os gestores e líderes, com a responsabilidade de promover um ambiente de trabalho saudável e prevenir a síndrome de burnout em suas equipes, quanto os trabalhadores em geral, que podem se beneficiar da conscientização sobre a síndrome e suas consequências para a saúde e bem-estar no ambiente de trabalho.

## **1.6 Justificativa**

A criação de uma mascote com essa finalidade pode ser uma abordagem criativa e efetiva para conscientizar tanto os trabalhadores quanto as empresas sobre a problemática e os riscos associados à síndrome. Com o mundo moderno

onde resultados e metas são o primordial no ambiente de trabalho, por muitas vezes a empatia se é perdida no ambiente corporativo. Assim o mascote se faz presente para dar suporte, orientar e também criar um ambiente mais saudável de trabalho, com isso sua principal característica é a empatia e como ele tende a se conectar com o público-alvo. Assim desse forma ele compartilhará daquele ambiente com as pessoas que sofrem da síndrome de burnout e tratá forma de identificar aqueles que sofrem deste mau moderno.

Todo personagem precisa dessa forma de relação com o público para qual ele é criado, sendo a empatia sua principal característica assim atuando como um elemento chave do design de personagem. Segundo Rubi (2007)

"A empatia é um elemento-chave na criação de personagens, pois nos permite entender e compartilhar as emoções e experiências do personagem. Isso é fundamental para criar personagens complexos e convincentes, que possam se conectar com o público de maneira autêntica e emocional." (RUBY, 2007.)

Assim, a justificativa deste trabalho está em contribuir para uma melhor compreensão e prevenção da síndrome de burnout no ambiente de trabalho, fornecendo uma abordagem prática e criativa para conscientização sobre a problemática. Além disso, espera-se que essa iniciativa possa contribuir para um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo para as novas gerações e trabalhadores em geral.

## **1.7 Métodos de pesquisa**

De acordo com Fonseca (2002, apud Gerhard e Silveira, 2009,p.12):

"Methodos significa organização, e logos, estudo sistemático, pesquisa, investigação; ou seja, metodologia é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência. Etimologicamente, significa o estudo dos caminhos, dos instrumentos utilizados para fazer uma pesquisa científica."

Portanto, a metodologia é fundamental para a definição clara e organizada dos objetivos e das estratégias que serão adotadas para alcançá-los. Dessa forma,

é possível escolher as metodologias mais adequadas para cada etapa do projeto em questão. Para isso conduzida uma pesquisa científica utilizando metodologias de projeto e pesquisa, visando identificar a problemática relacionada ao tema e encontrar uma solução que possa ser aplicada à elaboração de personagens.

Com o intuito de alcançar esse objetivo, adotou-se uma metodologia mista que combinou a pesquisa bibliográfica com a revisão sistemática da literatura acadêmica e científica. A revisão permitiu uma melhor compreensão da síndrome de burnout, com foco em como essa condição é percebida pelo público-alvo na atualidade, descrita por Sordi (2017, p. 69) como uma metodologia “[...] de coleta de dados que captam seus significados sociais [...]” e que presta “[...] especial atenção às estruturas sociais e ao comportamento dos indivíduos na condição de membros do grupo. Os dados coletados foram cuidadosamente analisados para fornecer visões valiosos sobre o assunto.

Para a coleta de dados com o público-alvo (acerca de interesses, personagens, desenhos animados e literatura), será realizada uma pesquisa qualitativa com uma parcela do público-alvo, seguindo a estratégia descrita por Flick em seu livro “Introdução à Pesquisa Qualitativa”.

Por meio de dois questionários virtuais. Um para estabelecer claramente para com público alvo como ele se relaciona e se sente com trabalho, após essa primeiras impressões serão utilizados essas dados para a etapa de geração de alternativas de conceitos e formas para o personagem. Com as alternativas será realizado umas segundo questionário virtual com o público alvo, para identificar qual das alternativas foi mais efetiva nos objetivos de ser empático.

O desenvolvimento do projeto segue a metodologia Double Diamond e o processo de desenvolvimento de personagem de Mark Tungate, presente no livro "*Adland: A Global History of Advertising*", publicado em 2007.

A metodologia *Double Diamond* (ou diamante duplo) foi empregada neste projeto, sendo dividida em quatro etapas principais.

A primeira etapa, chamada de “*Discover*” ou descobrir, consistiu na escolha do tema e na identificação do problema ou oportunidade, tendo sido escolhido o design no tema.

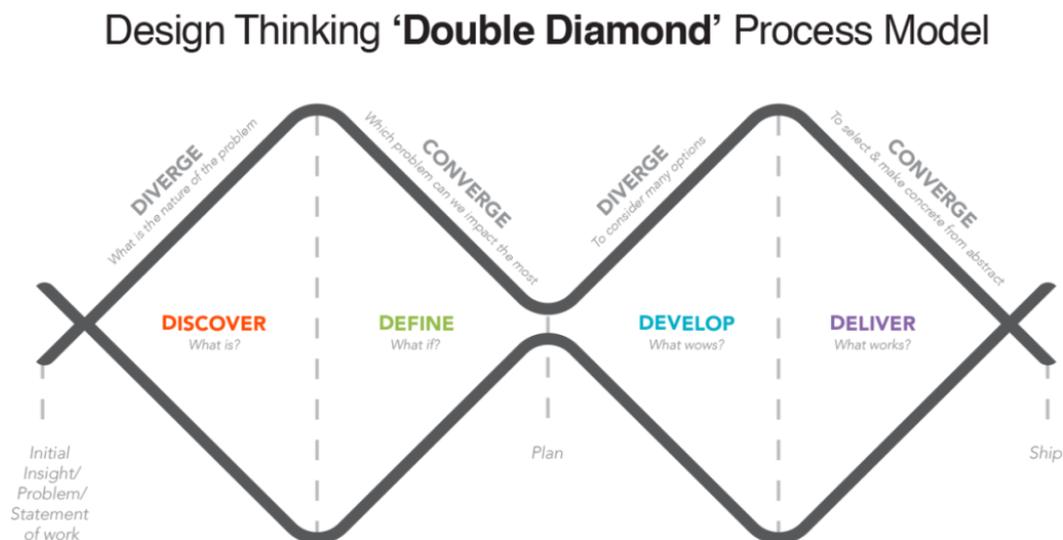
Já a etapa “*Define*” ou definir, envolveu o briefing, as especificações do projeto e a especificação do tema, sendo o personagem publicitário sobre a síndrome de burnout para as novas gerações.

A terceira etapa, “*Develop*” ou desenvolver, foi a parte prática do projeto, onde foram elaboradas soluções, incluindo a definição das características do personagem e a geração de alternativas.

Por fim, a etapa “*Delivery*” ou entrega, envolveu a finalização do projeto, onde a solução encontrada foi aplicada, tendo sido apresentado e defendido o personagem desenvolvido.

A criação desse método ocorreu a partir da observação e análise de diversas técnicas de projeto e processo criativo, resultando em uma abordagem que se divide em duas fases de expansão seguidas de limitação, formando uma estrutura em formato de dois diamantes (Figura 1).

Figura 1 - Esquema de Metodologia Double Diamond



Fonte: Quick Steps through the Double Diamond (2022).

A partir da problemática, a metodologia de Double Diamond inicia com a etapa de descoberta, que visa ampliar o conhecimento sobre o assunto, buscando uma compreensão profunda do tópico a ser abordado. Em seguida, a etapa de ação para restringir o escopo do projeto, definindo o foco a partir de todas as informações levantadas anteriormente. A etapa de desenvolvimento expande a pesquisa, visando a elaboração de múltiplas soluções possíveis para o problema em questão. Por fim, a etapa de entrega seleciona a solução mais eficaz dentre as alternativas criadas durante o processo de desenvolvimento.

No que diz respeito ao desenvolvimento do personagem, foram empregados os procedimentos concebidos por Mark (2007). Que consiste nas seguintes etapas:

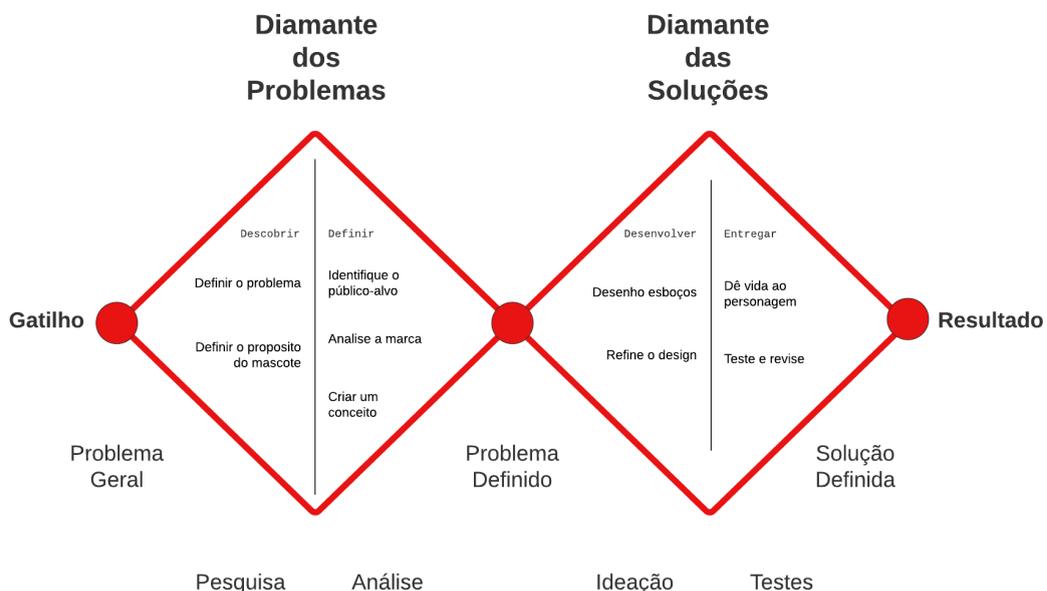
- Defina a personalidade da mascote: comece por definir a personalidade da mascote, considerando os valores e objetivos da marca que ele representa. Pense em adjetivos que descrevam o mascote, como divertido, amigável, inteligente, enérgico, entre outros.
- Identifique o público-alvo: entenda quem é o público-alvo da marca, considerando seus interesses, necessidades e expectativas. Pense em como o mascote pode se conectar com esse público, tanto visualmente quanto emocionalmente.
- Analise a marca: examine a marca para a qual o mascote está sendo criado, considerando sua história, seus valores, seus objetivos e seu público-alvo. Pense em como o mascote pode representar a marca e seus valores. Dentro deste projeto esta etapa será adaptada de forma ser mais impactante com os conceitos trabalhados e um dos temas de pesquisa. Sendo então uma análise do público alvo.
- Crie um conceito: a partir das informações coletadas, comece a criar um conceito para o mascote, que o ajude a se destacar e se conectar com o público-alvo. Pense em como o mascote pode ser visualmente atraente e facilmente reconhecível.
- Desenhe esboços: comece a desenhar esboços da mascote, considerando sua personalidade, a marca e o público-alvo. Pense em diferentes expressões faciais, poses e gestos que o mascote pode fazer para transmitir sua personalidade.
- Refine o design: Após ter uma ideia geral do que o mascote deve parecer, refine o design, adicionando detalhes e fazendo ajustes. Certifique-se de que o mascote seja facilmente reconhecível e distintivo.
- Dê vida ao personagem: crie uma história para o mascote, que o ajude a ganhar vida. Pense em sua origem, suas motivações e interesses. Quanto mais detalhada a história, mais fácil será para dar vida ao personagem.
- Teste e revise: Após ter criado o mascote, teste-o com diferentes públicos para ver como ele é recebido. Faça ajustes e revisões, se necessário.

Na etapa de descoberta da metodologia Double Diamond, é incluída a fase de problematização, que foi fundamental para identificar as oportunidades e desafios que motivaram o desenvolvimento deste projeto. Nesse sentido, foi essencial compreender como a síndrome de burnout afeta as novas gerações de trabalhadores e conscientizar o público-alvo sobre essa questão, utilizando uma mascote empático como uma estratégia eficaz.

Na etapa de descobrimento da metodologia de Mark Tungate, a análise de marca é utilizada para compreender as características e identidade da marca. Neste projeto, esta etapa será adaptada para algo mais significativo ao conceito do projeto e como ele será trabalhado, alterando-a para análise de público, onde sera feito as pesquisas qualitativas para compreensão maior do tema com o público alvo.

Assim a metodologia de Mark Tungate se alinha com a metodologia duplo diamante, assim ambos métodos de pesquisa são incorporados e unificados, como mostra o diagrama a seguir da Figura 2:

Figura 2 - Diagrama unificando os dois métodos de pesquisa e produção do projeto



Fonte: Autor,2023<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Diagrama construído a partir figura 1 e dos conceitos de construção de personagem de Mark Tungate

Definir Problema: nesta etapa, o objetivo é coletar o máximo de informações possíveis sobre o problema e as necessidades do público-alvo.

Definir propósito da mascote: aqui é feita a análise das informações coletadas na etapa de imersão e a identificação das principais questões e oportunidades a serem abordadas.

Análise de marca: Etapa para identificação e compreensão da marca que será adaptada para o entendimento do público alvo e melhores opções de abordagem do problema com o mesmo, assim visando atingir propósito do projeto de criação de uma mascote.

Definir público-alvo: É importante ter uma compreensão clara do público-alvo e das suas necessidades para o sucesso do projeto.

Cria Conceito: nesta etapa, são geradas muitas ideias, por meio de brainstorming e outras técnicas de geração de ideias. O objetivo é gerar o maior número possível de ideias, sem se preocupar com a qualidade ou viabilidade, para posterior seleção das melhores opções.

Desenho de esboços: nesta etapa é criado o personagem com base nas informações coletadas e nas ideias selecionadas nas etapas anteriores. É importante definir características visuais e comportamentais que representem a síndrome de burnout e que estimulem a empatia do público-alvo.

Refinar o design: nesta etapa é definido o estilo visual que será utilizado para representar o personagem. É importante considerar as características do público-alvo e a mensagem que se deseja transmitir.

Dê vida ao personagem: aqui é criado um documento com as características visuais do personagem, incluindo poses e expressões faciais. O objetivo é garantir a consistência visual do personagem em diferentes aplicações.

Teste e revise: nesta etapa são criadas as peças publicitárias com o personagem, que devem ser desenvolvidas para transmitir a mensagem desejada de forma clara e eficiente. E seu teste de desempenho com o público alvo.

## 2. Fundamentação teórica

A síndrome de burnout é um fenômeno complexo e multifacetado que tem ganhado cada vez mais atenção no mundo moderno do trabalho. De acordo com Maslach e Leiter (2016), dois renomados pesquisadores na área, a síndrome de burnout pode ser definida como “um estado de exaustão emocional, cinismo e ineficácia no trabalho, que resulta em uma deterioração da saúde mental e física dos indivíduos”.

Segundo Schaufeli e Taris (2005), outros especialistas no assunto, a síndrome de burnout tem suas raízes na década de 1970, quando os psicólogos Herbert Freudenberger e Christina Maslach começaram a estudar os efeitos do estresse ocupacional em profissionais da área da saúde e assistência social. Desde então, a síndrome de burnout tem sido objeto de inúmeras pesquisas e estudos, que têm ampliado nossa compreensão sobre o tema.

Na atualidade, a síndrome de burnout é um problema cada vez mais comum em diversos setores do mercado de trabalho. De acordo com um estudo realizado pela International Stress Management Association (ISMA) em parceria com a empresa de pesquisa de mercado Ipsos MORI, cerca de 37% dos trabalhadores britânicos sofrem de estresse ocupacional, sendo que a maioria dos casos está relacionada ao burnout (ISMA, 2018).

Segundo a psicóloga Ana Maria Rossi, presidente da ISMA Brasil, “o burnout pode ocorrer em qualquer profissão, mas é mais comum em áreas que envolvem alto nível de estresse, pressão e responsabilidade, como saúde, educação, serviços sociais, recursos humanos, vendas, entre outras” (ROSSI, 2019).

Portanto, é importante que as empresas e organizações sejam conscientes da gravidade da síndrome de burnout e implementem medidas de prevenção e gestão adequadas para garantir a saúde e o bem-estar de seus colaboradores. Como afirma Maslach (2017), “a síndrome de burnout é um sinal claro de que algo não está funcionando corretamente no ambiente de trabalho, seja em termos de demandas excessivas, falta de suporte ou falta de autonomia. É responsabilidade dos empregadores identificar e solucionar esses problemas para garantir um ambiente de trabalho saudável e produtivo”.

## 2.1 O início do burnout

A síndrome de burnout, ou síndrome do esgotamento profissional, é um problema que afeta cada vez mais trabalhadores em todo o mundo. Segundo Christina Maslach, pesquisadora americana que é uma das principais referências no estudo da síndrome de burnout, a condição se caracteriza por “sentimentos de exaustão emocional, despersonalização (ceticismo ou cinismo em relação ao trabalho) e uma diminuição da realização pessoal no trabalho”.

Embora o termo “*burnout*” tenha sido cunhado por Herbert Freudenberger na década de 1970, a condição já era conhecida há muito tempo pelos médicos. Segundo Marilda Emmanuel Novaes Lipp, uma das principais pesquisadoras brasileiras sobre o assunto, a síndrome de burnout é descrita desde a década de 1950, quando os médicos começaram a observar o aumento de casos de esgotamento em profissionais da saúde.

A síndrome de *burnout* foi oficialmente reconhecida como doença em 2019 pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que a incluiu na Classificação Internacional de Doenças (CID-11). Segundo a OMS, a síndrome de burnout é “um fenômeno relacionado ao trabalho que se caracteriza por sentimentos de esgotamento, cinismo ou sentimentos negativos relacionados a seu trabalho e eficácia profissional reduzida”.

No Brasil, a síndrome de *burnout* ainda não foi oficialmente reconhecida como doença, mas já é tratada como tal pelos médicos. Segundo Marilda Novaes Lipp, “a falta de reconhecimento da síndrome de burnout como doença no Brasil é uma questão política e econômica, não científica”. A pesquisadora ressalta que a condição é muito comum no país, especialmente entre os profissionais da saúde.

Outro autor também ressalta como a síndrome de *burnout* é mais complexa e presente na vida de diversos profissionais em âmbitos distintos da sociedade:

“O burnout é uma síndrome complexa, que atinge diversos profissionais de diferentes áreas e que tem um impacto significativo na saúde e na qualidade de vida desses trabalhadores. É importante que a sociedade e as empresas se conscientizem sobre a importância de prevenir e tratar essa condição, a fim de promover um ambiente de trabalho saudável e produtivo.” (ROSSI, 2019.)

Em resumo, o burnout é um problema crescente que afeta trabalhadores em todo o mundo, e foi oficialmente reconhecido como doença pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 2019. Embora não seja reconhecido como uma doença no Brasil, é tratado como tal por profissionais de saúde e é muito comum entre eles.

### **2.1.1 Sintomas do Burnout**

A Síndrome de Burnout é um problema que afeta cada vez mais trabalhadores em todo o mundo, caracterizada por sintomas físicos e emocionais relacionados ao trabalho. Dentre os principais sintomas, podemos destacar:

- Exaustão emocional: sentimento de esgotamento físico e emocional, falta de energia e dificuldade para lidar com o trabalho;
- Despersonalização: atitude negativa e cínica em relação ao trabalho, perda de identificação com as pessoas e situações do ambiente de trabalho;
- Diminuição do desempenho: queda na qualidade do trabalho, redução da produtividade, dificuldade de concentração e falta de motivação.
- Esses sintomas podem variar de intensidade e duração, e podem levar a problemas de saúde física e mental, como ansiedade, depressão e doenças cardiovasculares.

Cláudia Gonçalves, doutora em psicologia pela Universidade de Brasília, descreve os sintomas da seguinte forma:

“O Burnout é caracterizado por três dimensões: exaustão emocional, despersonalização e baixa realização profissional. A exaustão emocional é a sensação de esgotamento físico e emocional que resulta de um contato excessivo com pessoas no trabalho. A despersonalização é a atitude de indiferença ou mesmo de cinismo em relação aos clientes, ou à própria atividade laboral. A baixa sentimento de baixa realização profissional é a sensação de incapacidade e de falta de reconhecimento pelo trabalho que se realiza” (GONÇALVES, 2017).



Em síntese, as organizações têm uma responsabilidade fundamental na prevenção do burnout e precisam implementar políticas e programas para auxiliar seus colaboradores a lidar com o estresse e a pressão do trabalho. De acordo com Schaufeli e Taris (2014), “a prevenção do burnout é uma questão de responsabilidade compartilhada entre o indivíduo e a organização”.

### **2.1.3 Burnout na atualidade e sua ligação com o home office**

A síndrome de Burnout, caracterizada pelo esgotamento emocional, despersonalização e baixa realização profissional, tem sido um problema crescente entre trabalhadores em todo o mundo, e sua relação com o home office tem sido bastante discutida pelos especialistas.

Segundo a Dra. Ana Cláudia Petrilli, psicóloga especialista em saúde ocupacional, “o home office pode ser um gatilho para o Burnout, já que muitas vezes os limites entre vida pessoal e profissional se confundem, e a pessoa tem dificuldade em desligar do trabalho e descansar adequadamente”. Além disso, segundo a Dra. Petrilli, “a falta de interação social e a sensação de isolamento também podem contribuir para o Burnout”.

Essa preocupação com o Burnout no home office também é compartilhada por outros especialistas. Segundo o Dr. Lucas Figueiredo, psiquiatra e professor universitário, “a sobrecarga de trabalho e a falta de reconhecimento por parte da empresa são fatores que podem agravar o Burnout em trabalhadores remotos”.

O aumento de casos de Burnout em trabalhadores remotos é um tema de interesse não apenas dos especialistas, mas também das empresas. Segundo a pesquisa “Índice de Felicidade no Trabalho”, realizada pela consultoria Pulso, o Burnout foi o principal motivo de afastamento dos trabalhadores em 2020, e 66% das empresas entrevistadas relataram ter tido problemas relacionados ao Burnout em seus funcionários.

Diante desse cenário, é importante que as empresas se preocupem com a saúde mental de seus funcionários, especialmente em tempos de home office. Segundo a Dra. Petrilli, “as empresas devem oferecer suporte psicológico aos funcionários, além de promover o diálogo aberto sobre o assunto e estimular o equilíbrio entre vida pessoal e profissional”.

## **2.1.4 Burnout na nova geração de trabalhadores**

De acordo com especialistas, a síndrome de burnout pode afetar jovens trabalhadores que estão entrando no mercado de trabalho e lidando com novas pressões e demandas. Segundo a psiquiatra Renata Costa de Miranda, “os jovens são vítimas de uma sociedade que exige cada vez mais deles e, muitas vezes, não oferece as ferramentas necessárias para lidar com essa pressão”. (Fonte: UOL, 2019)

Além disso, o ambiente de trabalho e a cultura organizacional também podem contribuir para o desenvolvimento do burnout em jovens. A coach e psicóloga organizacional Luciana Ribeiro explica que “a cultura da empresa pode influenciar muito na saúde mental do colaborador. Se a empresa valoriza a sobrecarga, o individualismo e a competitividade excessiva, isso pode levar ao burnout”. (Fonte: Exame, 2021)

Com o aumento do trabalho remoto e do home office durante a pandemia de Covid-19, a situação se tornou ainda mais complexa para os jovens trabalhadores. O professor de psicologia da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) Vitor França explica que “a falta de separação entre trabalho e vida pessoal, a sobrecarga de demandas e a falta de apoio social são fatores que podem levar ao burnout em jovens que trabalham em casa”. (Fonte: G1, 2021)

Portanto, é importante que as empresas ofereçam suporte e estratégias para prevenir e lidar com o burnout em seus funcionários, especialmente os jovens. A psicóloga organizacional Ana Carolina Menezes destaca que “as empresas precisam estar atentas e investir em programas de saúde mental e bem-estar, além de criar um ambiente mais acolhedor e menos competitivo”. (Fonte: Exame, 2021)

## **2.2 Design de personagem**

O design de personagem é uma disciplina que envolve a criação de personagens para diversas mídias, como cinema, animação, jogos eletrônicos e quadrinhos. Segundo o ilustrador e designer de personagens, Stephen Silver, “o objetivo do design de personagem é contar uma história por meio de uma figura visual” (SILVER, 2015). Para isso, é necessário pensar em diversos elementos, como a aparência física do personagem, sua personalidade, motivações e objetivos.

Assim como a figura 4 demonstra, diversos personagens de se tornaram icônicos sendo completos em si.

Figura 4 - Diversos personagens icônicos



Fonte: Legião Jovem<sup>3</sup>

O designer de personagem precisa ter um olhar sensível para as nuances da psicologia humana e conseguir transpor esses aspectos para a criação do personagem. Como destaca o designer de personagens, Matt Jones, “o design de personagens é uma arte que envolve a criação de personagens icônicos, que sejam capazes de tocar as pessoas em um nível emocional” (JONES, 2020). Por isso, é importante pensar em cada detalhe do personagem, desde suas roupas até as expressões faciais que irão transmitir suas emoções. Além disso, o designer de personagem também precisa considerar o contexto em que o personagem será inserido.

---

<sup>3</sup>Disponível em: <<https://www.legiaojovem.com.br/desenhos-animados-voce-sabe-a-idade-deles/>>. Acesso em: 23, abril. 2023

## 2.2.1 Forma

O uso de formas é um aspecto crucial no design de mascotes, pois pode transmitir diferentes mensagens e emoções ao público-alvo. Segundo Hartung e Sadeh (2013), as formas arredondadas geralmente transmitem uma sensação de amizade, enquanto as formas mais angulares podem transmitir uma sensação de força ou agressividade. Além disso, a combinação de diferentes formas pode criar uma sensação de equilíbrio ou desequilíbrio visual.

Já de acordo com Kim et al. (2016), a escolha das formas na criação de mascotes também pode ser influenciada pela personalidade da marca que ela representa. Por exemplo, uma marca que será vista como amigável e acolhedora pode optar por uma mascote com formas arredondadas, enquanto uma marca que visa ser vista como forte e confiável pode optar por uma mascote com formas angulares. Como visto na figura 5, o diferente aplicações das formas angulares em um design de personagem

Figura 5 - Formas no design de personagem



Fonte: Dream Farm Studios<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Disponível em: <<https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in-character-design/>>. Acesso em: 23, abril. 2023

Outro aspecto importante na escolha das formas é a identificação com o público-alvo. Conforme mencionado por Bianchi e Schmitt (2014), as formas escolhidas para a mascote devem ser relevantes e atrativas para o público-alvo, a fim de estabelecer uma conexão emocional e aumentar a identificação com a marca.

### 2.2.2 Cores

O uso de cores é uma parte importante do design de mascotes, pois as cores podem transmitir diferentes emoções e mensagens. Segundo o livro "The Language of Color" de Dorothee L. Mella, as cores têm um significado simbólico e podem ser utilizadas para evocar sentimentos e sensações específicas. Por exemplo, o vermelho pode transmitir energia e excitação, enquanto o azul pode transmitir tranquilidade e confiança.

Além disso, é importante considerar a psicologia das cores no design de mascotes. O amarelo, por exemplo, é uma cor que pode transmitir felicidade e otimismo, enquanto o verde pode transmitir saúde e bem-estar. Assim, a figura 6 mostra a aplicação de uma psicologia de cores sobre o personagem e como afeta sua percepção sobre o mesmo.

Figura 6 - Diferentes cores em um mesmo design



Fonte: Dream Farm Studios<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Disponível em: <<https://www.legiaojovem.com.br/desenhos-animados-voce-sabe-a-idade-deles/>>. Acesso em: 23, abril. 2023

No design de mascotes, a escolha das cores pode ser fundamental para transmitir a personalidade e a mensagem que a mascote representa. Um estudo realizado por Khouw e Kurniawan (2018) sobre o design de mascotes para marcas infantis concluiu que as cores brilhantes e vivas são mais atraentes para as crianças, enquanto as cores suaves e pastéis são mais apropriadas para marcas que representam saúde e bem-estar.

### 2.2.3 Gestual

O gestual ou a postura de um mascote é uma das principais características que podem transmitir emoções e personalidade ao personagem. Conforme a teoria do design de personagens, o gestual é uma forma de comunicar a essência do personagem e criar uma conexão com o público-alvo.

Segundo Tavinor (2014), “os personagens são capazes de transmitir emoções por meio de suas expressões faciais, posturas e movimentos, e é essa capacidade de comunicação que os torna tão poderosos na criação de histórias e jogos”. Além disso, o autor destaca que “a postura do personagem pode ser utilizada para transmitir informações sobre sua personalidade, status social, poder, emoções e motivações”. A figura 7 representa o uso do gestual no comportamento do personagem e como ele transmite uma mensagem apenas com o corpo.

Figura 7 - “Tips on Gesture Drawing” by Normand Lemay\*



Fonte: Character Design References - Facebook Page<sup>7</sup>

<sup>7</sup>Disponível

em:

<https://www.facebook.com/CharacterDesignReferences/posts/tips-on-gesture-drawing-by-normand-lemay-tutorial-of-the-week-grizandnormbigcart/1454520967932633/>. Acesso em: 23, abril. 2023

Outro aspecto importante do gestual em mascotes é a sua capacidade de se adaptar a diferentes situações e contextos. Segundo McCloud (1993), “os personagens são capazes de se expressar de forma única em cada quadro, criando uma sensação de movimento e dinamismo que pode ser muito eficaz na criação de histórias em quadrinhos e animações”.

Portanto, é importante que o gestual de uma mascote seja pensado de forma cuidadosa e estratégica, considerando tanto a sua personalidade quanto o contexto em que será utilizado.

## **2.2.4 Silhueta**

A compreensão e utilização adequada da silhueta é de extrema importância no design de personagem, ao desempenhar um papel significativo na identificação e memorabilidade do personagem. O estudo da silhueta envolve a forma e contorno da figura, sem considerar os detalhes internos. Essa técnica é amplamente reconhecida e fundamentada em embasamento teórico real.

Autores renomados na área do design e da psicologia visual enfatizam a importância da silhueta no processo de criação de personagens. Um exemplo é o livro "Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye" de Rudolf Arnheim (1974), que explora a percepção visual e a importância da forma na arte. Arnheim destaca que a silhueta é um dos elementos-chave na identificação e compreensão das formas visuais.

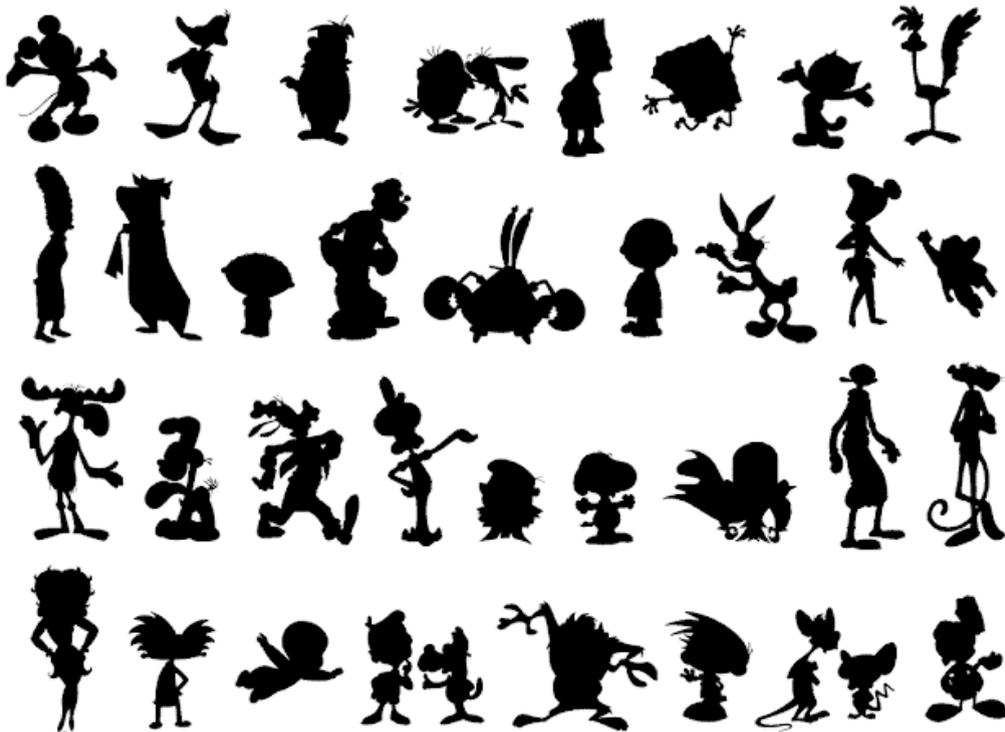
Outro autor relevante é Bill Fleming, que em seu livro “Character Animation Crash Course!” (2008) enfatiza a importância de uma silhueta forte e distinta para criar personagens impactantes. Ele destaca que a silhueta auxilia na leitura rápida e na identificação do personagem, mesmo em tamanhos pequenos ou em ambientes com pouca iluminação.

Além disso, a teoria da Gestalt, desenvolvida por Max Wertheimer (1923), também contribui para o entendimento da importância da silhueta no design de personagens. Segundo a Gestalt, nossa percepção visual tende a agrupar elementos em formas coerentes e completas. A silhueta bem definida e distintiva de um personagem facilita essa percepção e contribui para sua identificação imediata.

Portanto, o estudo da silhueta no design de personagem é fundamental para criar personagens visualmente impactantes e memoráveis. Ao desenvolver uma

silhueta forte e distintiva, os designers têm a oportunidade de comunicar a essência do personagem e estabelecer uma identidade visual única. Isso resulta em personagens facilmente reconhecidos, mesmo em diferentes contextos e mídias, aumentando sua capacidade de conexão emocional com o público-alvo.

Figura 8 - Silhuetas de personagens clássicos



Fonte: Silhuetas de Desenhos animados – Jogo de reconhecer Personagens de Cartoons <sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Disponível em:

<<https://vejaisso.com/silhuetas-de-desenhos-animados-jogo-de-reconhecer-personagens-de-cartoons>  
>. Acesso em: 23, abril. 2023

## 2.3 Design de uma mascote

O design de mascotes é uma prática comum em diversas áreas, como esportes, entretenimento e marketing, e visa criar uma representação visual de uma marca ou produto que seja facilmente reconhecida pelo público. Segundo McNamara e Kirakowski (2006), o design de mascotes envolve uma combinação de elementos visuais, como forma, cor, textura e movimento, utilizados para transmitir uma mensagem ou emoção específica ao público.

Um aspecto importante no design de mascotes é a escolha da forma. Segundo Hauffe (2007), a forma é um elemento fundamental no design, pois é o que define a aparência e a personalidade do mascote. A forma pode ser simples ou complexa, orgânica ou geométrica, e deve ser escolhida segundo o objetivo da mascote e o público-alvo. Como demonstra a figura 9 a diversidade de designs, mas todo simplistas e com formas bem fáceis de identificar:

Figura 9 - Diversos mascotes de sucesso



Fonte: Kamaleao Animation Studio<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Disponível em: <<https://kamaleao.com/mascotes/7883/mascote--vantagens-para-empresas>>.

Acesso em: 23, abril. 2023

Outro elemento importante no design de mascotes é a cor. Conforme o'Connor e Arnold (2010), a cor pode afetar a percepção e a emoção do público em relação ao mascote. As cores quentes, como vermelho e amarelo, transmitem energia e entusiasmo, enquanto as cores frias, como azul e verde, transmitem calma e serenidade.

Além disso, o design de mascotes também pode incluir elementos de movimento, como expressões faciais e gestos corporais. Segundo McNamara e Kirakowski (2006), esses elementos são importantes para transmitir emoções e personalidade à mascote, criando uma conexão emocional com o público.

### **2.3.1 Personagens e seu efeito, em campanhas publicitárias e de marketing**

Os personagens têm sido usados com sucesso em campanhas publicitárias e de marketing há décadas, e muitos estudos já foram realizados para investigar o porquê disso. Segundo Kunkel et al. (2004), “os personagens parecem ser eficazes porque podem fornecer uma conexão emocional com a marca, serem identificáveis e memoráveis, permitir a comunicação de atributos complexos da marca e transmitir uma mensagem persuasiva em um formato facilmente compreensível e atraente”.

Além disso, de acordo com Childers et al. (2008), “personagens que são visualmente atraentes, divertidos e que têm uma personalidade forte podem atrair a atenção do consumidor e aumentar a probabilidade de que a mensagem da marca seja lembrada”. O uso de personagens também pode ajudar a aumentar a afinidade com a marca, conforme aponta a pesquisa de Escalas e Bettman (2005): “a presença de personagens da marca pode aumentar a afinidade com a marca porque eles podem ser percebidos como amigos ou companheiros”.

Outro estudo interessante foi conduzido por Zhang e Gelb (2012), que descobriram que “personagens criados com base em traços de personalidade positivos (por exemplo, simpático, amigável) são mais eficazes do que personagens com traços negativos (por exemplo, desonesto, arrogante) ou personagens sem uma personalidade definida”.

### 2.3.2 Persona

A utilização do persona no design de mascotes publicitários desempenha um papel crucial na criação de personagens cativantes e eficazes. A persona é a representação fictícia e detalhada do público, permitindo que os designers compreendam as necessidades, desejos e características.

Autores e especialistas em marketing destacam a importância do persona no desenvolvimento de mascotes publicitários. Um exemplo é o livro "Buyology: Truth and Lies About Why We Buy" de Martin Lindstrom (2008), no qual o autor destaca a necessidade de compreender profundamente o público-alvo para criar personagens que se conectem emocionalmente com eles. Lindstrom enfatiza que o persona é uma ferramenta valiosa para entender o comportamento do consumidor e direcionar o design de mascotes eficazmente.

Outro autor relevante é Patrick Hanlon, autor do livro "Primal Branding: Create Zealots for Your Brand, Your Company, and Your Future" (2006). Hanlon argumenta que o persona desempenha um papel fundamental na construção de marcas autênticas e memoráveis. Ele destaca a importância de conhecer a fundo as motivações, aspirações e valores do público-alvo para criar personagens que representem e personifiquem esses aspectos.

Além disso, a abordagem do design centrado no usuário, amplamente utilizada no design de produtos e experiências, também pode ser aplicada no design de mascotes publicitários. Autores como Donald A. Norman em seu livro "The Design of Everyday Things" (1988) defendem a importância de entender os usuários e seus contextos para criar designs que atendam às suas necessidades e expectativas. Nesse sentido, o persona desempenha um papel fundamental na compreensão do público-alvo e na criação de mascotes que sejam relevantes e envolventes para eles.

Dessa forma, o uso do persona no design de mascotes publicitários permite que os designers criem personagens que se conectem diretamente com o público-alvo, transmitindo os valores e a personalidade da marca eficazmente. Ao entender as características e preferências do cliente ideal, o persona orienta as decisões de design, desde a escolha das cores, formas e expressões faciais até a definição de comportamentos e características específicas do personagem. Isso resulta em mascotes que podem gerar identificação, empatia e uma conexão

emocional com o público, tornando-se um poderoso elemento na comunicação da marca e no sucesso das campanhas publicitárias.

### **2.3.3 Conexão emocional**

A criação de mascotes publicitários que estabeleçam uma conexão emocional com o público é de extrema importância no campo do design. A capacidade desses personagens em despertar sentimentos positivos e gerar uma identificação emocional pode ser um fator determinante no sucesso de uma campanha publicitária.

Autores e especialistas em psicologia e marketing exploram o tema da conexão emocional no design de mascotes. Um exemplo é o livro "Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things" de Donald A. Norman (2004). Norman ressalta que as emoções desempenham um papel crucial no processo de tomada de decisão e nas interações humanas. Ele argumenta que o design de produtos e personagens que evocam emoções positivas pode criar uma conexão mais profunda com os consumidores, gerando uma resposta emocional favorável e aumentando a eficácia da comunicação.

Outro autor relevante é Daniel Goleman, autor do livro "Inteligência Emocional" (1995). Goleman enfatiza a importância das emoções na vida das pessoas e destaca que as emoções influenciam diretamente o comportamento e as decisões. No contexto do design de mascotes publicitários, a criação de personagens que se conectem emocionalmente com o público pode despertar sentimentos de simpatia, confiança e até mesmo felicidade, gerando uma relação positiva com a marca e aumentando a intenção de compra.

Além disso, pesquisas mostram que a conexão emocional é um fator-chave na construção de relacionamentos duradouros entre marcas e consumidores. Segundo um estudo publicado na revista "Journal of Advertising Research" por Jennifer L. Aaker e Susan M. Fournier (1995), as conexões emocionais estabelecidas via personagens e mascotes podem levar a uma maior fidelidade à marca, repetição de compra e recomendações positivas.

Portanto, ao criar mascotes publicitários, os designers devem se esforçar para desenvolver personagens que despertem emoções positivas e gerem uma conexão emocional com o público-alvo. Essa conexão pode ser estabelecida através

do uso de expressões faciais, posturas corporais, cores e características que transmitam sentimentos de alegria, confiança, diversão ou qualquer outra emoção desejada. Ao promover uma conexão emocional sólida, os mascotes publicitários se tornam poderosos veículos de comunicação, capazes de influenciar a percepção da marca, fortalecer a lembrança e criar um vínculo duradouro com os consumidores.

### **2.3.4 Design de Mídias**

A adaptação de um design de mascote para diferentes mídias é uma consideração crucial no desenvolvimento de uma estratégia publicitária eficaz. Cada mídia possui suas próprias características e restrições, e é essencial adaptar o design da mascote para que ela possa transmitir a mensagem de forma consistente e impactante em todos os meios de comunicação utilizados.

Segundo Brenda Laurel, em seu livro “Design de Mídia: A criação de experiência interativa” (2001), a adaptação de um design para diferentes mídias é um processo complexo que exige compreensão das peculiaridades e demandas de cada plataforma. Cada mídia tem suas próprias limitações técnicas e formatos específicos, e o design da mascote deve ser ajustado para otimizar sua legibilidade, visualização e eficácia em cada uma delas.

Por exemplo, em mídias impressas, como folhetos ou outdoors, é importante considerar o tamanho da mascote para garantir que ela seja facilmente visualizada e compreendida a uma distância adequada. Já em mídias digitais, como websites ou redes sociais, é necessário considerar a adaptabilidade do design para diferentes tamanhos de tela e dispositivos móveis, garantindo uma experiência de visualização agradável e consistente em todos os dispositivos.

Além disso, é importante considerar as características de interatividade e animação em certas mídias, como anúncios em vídeo ou jogos publicitários. O design da mascote deve ser adaptado para tirar o máximo proveito desses recursos, incorporando movimento e expressividade que complementem a mensagem e envolvam o público-alvo de maneira cativante.

A adaptação de diferentes mídias também pode envolver a personalização da mascote para se adequar à linguagem visual e ao estilo da plataforma específica. Por exemplo, em redes sociais mais descontraídas e informais, é possível adaptar o

design da mascote para se tornar mais amigável e interagir de forma mais casual com o público.

Dessa forma, a adaptação de um design de mascote para diferentes mídias é um aspecto fundamental no desenvolvimento de uma estratégia publicitária bem-sucedida. Ao considerar as peculiaridades de cada meio de comunicação e ajustar o design da mascote de acordo, é possível garantir uma comunicação consistente, impactante e envolvente em todas as plataformas utilizadas.

Através do design e da comunicação visual, é possível transmitir eficazmente as experiências e emoções relacionadas ao burnout, buscando criar empatia e conscientização sobre essa síndrome.

### 2.3.5 Representação visual do Burnout

A representação visual da síndrome de burnout pode envolver a escolha de cores, formas, texturas e elementos simbólicos que expressem os sintomas e a essência dessa condição. Por exemplo, cores como tons de cinza, preto e vermelho podem transmitir a sensação de exaustão, estresse e sobrecarga emocional. Formas distorcidas, linhas quebradas e imagens fragmentadas podem refletir a falta de equilíbrio e desgaste mental associados ao burnout.

Figura 10 - Representação da Síndrome de Burnout



Fonte - INC.COM<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Disponível em: <<https://www.inc.com/jessica-stillman/burnout-brain-chemistry-mental-health.html>>.

Acesso em: 15, maiol. 2023

Além disso, a representação visual da síndrome de burnout pode incorporar elementos que representem o ambiente de trabalho, como uma mesa cheia de papéis, um relógio acelerado ou um computador com uma tela cheia de tarefas. Esses elementos visuais ajudam a contextualizar a experiência do burnout no contexto profissional.

Figura 11 - Ilustração sobre o Burnout



Fonte - Is That All There Is? Why Burnout Is A Broken Promise<sup>11</sup>

Autores como Maslach e Leiter (1997) destacam a importância de representar visualmente o burnout para sensibilizar as pessoas sobre seus efeitos negativos na saúde mental e física dos trabalhadores. Através da representação visual, é possível transmitir a complexidade e a gravidade do burnout, bem como despertar a atenção para a necessidade de prevenção e intervenção.

---

<sup>11</sup>Disponível em:

<<https://www.refinery29.com/en-us/2021/09/10692458/burnout-work-millennials-ambition-scam>>.

Acesso em: 15, maio. 2023

### **2.3.6 Personagens no universo da saúde**

O design de mascotes e personagens para auxílio com doenças é uma técnica utilizada em diversas áreas da saúde, como em hospitais infantis e clínicas de psicologia. Essas representações visuais podem desempenhar um papel significativo no processo de cura, trazendo conforto, motivação e distração para aqueles que enfrentam desafios de saúde.

De acordo com um estudo publicado na revista *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, o uso de mascotes e personagens para auxílio com doenças pode ser uma forma eficaz de auxiliar as crianças a lidar com o estresse e a ansiedade que podem surgir durante o tratamento médico. Além disso, essa técnica pode ajudar a melhorar a comunicação entre os profissionais de saúde e as crianças, tornando o processo de tratamento mais fácil e menos assustador.

O uso de mascotes e personagens em contextos de saúde tem demonstrado impactos positivos no bem-estar dos pacientes. Essas figuras simbólicas podem criar um senso de companheirismo, reduzir a ansiedade e até mesmo incentivar a adesão ao tratamento. Além disso, os personagens podem servir como ponte de comunicação entre pacientes, familiares e profissionais de saúde, facilitando a troca de informações e promovendo um ambiente acolhedor.

Portanto, o design de mascotes e personagens no contexto de doenças vai além da estética, desempenhando um papel fundamental no suporte emocional e na promoção do bem-estar dos pacientes. Com base em evidências científicas e relatos clínicos, é possível afirmar que essas representações visuais têm o potencial de proporcionar conforto, motivação e um senso de conexão, contribuindo para uma experiência de cuidado mais humana e positiva.

## **3 Pesquisa**

A pesquisa realizada neste projeto foi conduzida de forma abrangente e abordou diversas fontes de informação. Inicialmente, foram consultadas obras acadêmicas relevantes, como os estudos de Maslach e Leiter (2016), Lipp (2014), e a Classificação Estatística Internacional de Doenças da Organização Mundial da

Saúde (2019), que forneceram embasamento teórico sobre a síndrome de burnout. Além disso, foram considerados artigos de jornais e revistas, como o Correio Braziliense (2022) e UOL (2019), que abordaram os perigos e impactos da síndrome em diferentes contextos, inclusive entre os jovens e em tempos de trabalho remoto. Para compreender melhor a percepção e experiência dos indivíduos em relação ao burnout, foram consultados materiais audiovisuais, como o vídeo de Figueiredo (2023), que explorou o tema em um contexto específico.

Também foram analisados conteúdos relacionados ao design de personagens e comunicação visual, como os trabalhos de Jones (2020) e McCloud (1993), que forneceram insights sobre a criação de mascotes e o impacto do design na comunicação. A diversidade de fontes utilizadas permitiu uma abordagem ampla e embasada para a condução da pesquisa, garantindo uma compreensão mais completa sobre a síndrome de burnout e sua representação visual.

### **3.1 Definir o problema**

O problema apresentado neste projeto é a necessidade de criar uma representação visual adequada da síndrome de burnout, que seja capaz de transmitir de forma efetiva os sintomas, os efeitos e as emoções associadas a essa condição. Para solucionar esse problema, foi desenvolvida uma abordagem de design que combina elementos estéticos e simbólicos para criar um personagem representativo do burnout.

A solução de design criada consiste na criação de um personagem principal, que atua como mascote, com características visuais específicas relacionadas à síndrome de burnout. Foram considerados aspectos como a expressão facial, a postura corporal, a aparência física e os elementos simbólicos que representam os sintomas e as experiências emocionais dos indivíduos afetados pela síndrome.

Através da escolha de cores, traços e formas, buscou-se transmitir a exaustão física e mental, a sensação de desânimo, a carga emocional e os desafios enfrentados pelos indivíduos com burnout. Além disso, a utilização de elementos como corações de gelo, olhos cansados e membros frágeis reforça visualmente os sintomas e as características da síndrome.

Essa solução de design busca não apenas representar o burnout visualmente, mas também criar empatia e conscientização sobre a condição. Por meio da identificação com o personagem e da compreensão visual dos sintomas, pretende-se gerar uma maior compreensão e sensibilização sobre o impacto do burnout, contribuindo para a conscientização, prevenção e busca de apoio para aqueles que sofrem dessa síndrome.

### **3.1.1 O propósito da mascote**

A mascote criada neste projeto tem como propósito representar visualmente a síndrome de burnout, transmitindo os sintomas, os efeitos e as emoções associadas a essa condição. Através de suas características físicas e simbólicas, a mascote visa gerar empatia e conscientização sobre o burnout, proporcionando uma identificação por parte do público-alvo e estimulando a compreensão da síndrome.

A mascote atua como um elemento central nas campanhas de comunicação e nas peças de design, permitindo uma abordagem visual e tangível do burnout, e contribuindo para a conscientização, prevenção e busca de apoio para aqueles que sofrem dessa síndrome.

No contexto das campanhas de comunicação, a mascote serve como um ponto focal, capturando a atenção do público e facilitando a transmissão de mensagens importantes relacionadas ao burnout. Seu estilo visual, que combina elementos realistas e cartunescos, permite uma abordagem acessível e atrativa, tornando a temática do burnout mais tangível e facilitando a identificação dos espectadores com a experiência retratada.

## **3.2 Análise**

A pesquisa de campo desempenha um papel fundamental no entendimento do público e na análise de questões relevantes, como a síndrome de burnout. O objetivo dessa pesquisa é investigar e compreender melhor o público afetado por essa síndrome, buscando opiniões valiosas para o desenvolvimento de estratégias eficazes de prevenção e suporte.

### 3.2.1 Identificação do público-alvo

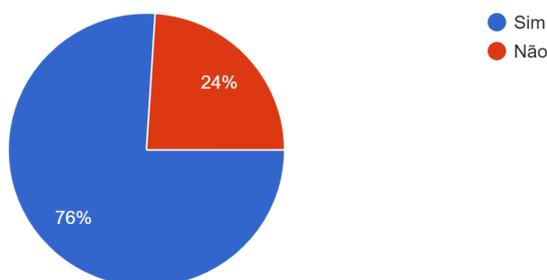
Compreender o público-alvo é essencial para desenvolver intervenções adequadas, garantir a eficácia das ações e proporcionar o melhor suporte possível. Nesse contexto, a síndrome de burnout, caracterizada pelo esgotamento físico, emocional e mental resultante do estresse crônico no ambiente de trabalho, ganha destaque como um problema crescente nas sociedades modernas.

A pesquisa de campo consiste na coleta direta de dados do público afetado pela síndrome de burnout, permitindo uma análise aprofundada dos sintomas, desafios enfrentados e necessidades específicas desses indivíduos. Por meio de questionários, entrevistas e observações, é possível obter opiniões valiosas sobre as experiências vivenciadas pelos afetados, bem como suas percepções em relação às estratégias de prevenção e tratamento disponíveis.

A presente pesquisa foi elaborada de forma online com o intuito de obter um melhor entendimento sobre o conhecimento do público em relação à síndrome de burnout. Para alcançar esse objetivo, foi desenvolvido um questionário composto por 25 questões. O questionário abrange uma variedade de aspectos, começando por características pessoais dos participantes e explorando informações relacionadas ao sua atual posição ocupacional, bem como sua inserção no mercado de trabalho e os diferentes ambientes em que estão envolvidos. Como, por exemplo, perguntas de conhecimento sobre a síndrome e como se sente no trabalho. (Gráficos 1 e 2).

Gráficos 1 - Você conhece a Síndrome de Burnout?

Você conhece a Síndrome de Burnout?  
25 respostas

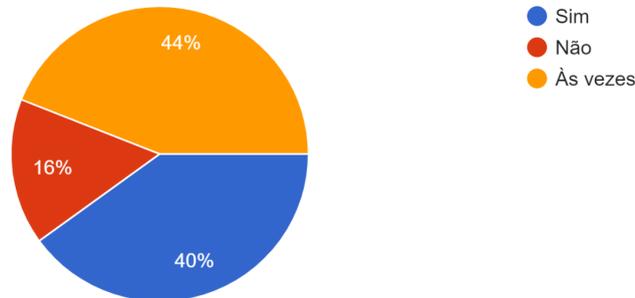


Fonte: Autor, 2023

Gráficos 2 - Atualmente no seu trabalho, você sente muita pressão, cobranças ou falta de organização dentro do ambiente de trabalho?

Atualmente no seu trabalho, você sente muita pressão, cobranças ou falta de organização dentro do ambiente de trabalho?

25 respostas



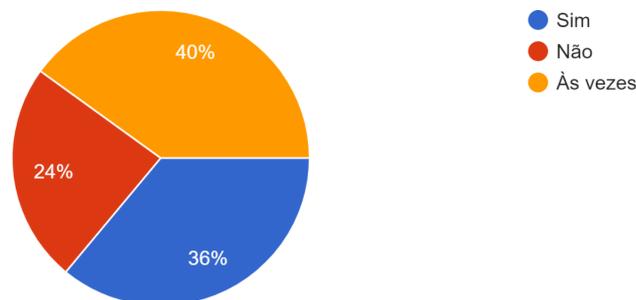
Fonte: Autor,2023

Além disso, a pesquisa tem em vista compreender como os participantes se relacionam com o trabalho, suas percepções emocionais e suas visões sobre o ambiente de trabalho. Por fim, a pesquisa se direciona a questionar o público sobre sua familiaridade com a síndrome de burnout, abordando aspectos como o seu conhecimento sobre a síndrome, os sintomas que possam estar experimentando, independentemente de seu conhecimento sobre a condição, e como esses sintomas podem estar relacionados ao seu ambiente de trabalho.(Gráfico 3 e 4).

Gráficos 3 - Sente-se emocionalmente sugado pelo trabalho?

Sente-se emocionalmente sugado pelo trabalho?

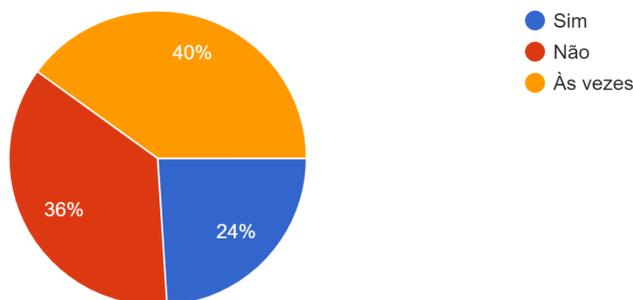
25 respostas



Fonte: Autor,2023

Gráficos 4 - Se sente fatigado quando levanto pela manhã e tenho que encarar outro dia nesse emprego?

Se sente fatigado quando levanto pela manhã e tenho que encarar outro dia nesse emprego?  
25 respostas



Fonte: Autor,2023

O questionário completo utilizado na pesquisa pode ser encontrado no Apêndice A, possibilitando uma análise detalhada das questões formuladas e das respostas obtidas. Essas informações são de suma importância para a compreensão mais aprofundada do público em relação à síndrome de burnout e para a identificação de possíveis lacunas de conhecimento e experiências relacionadas a essa condição.

### 3.2.2 Análise do público

O público-alvo deste projeto, composto por gestores e trabalhadores em geral da nova geração, representa uma parcela significativa da força de trabalho atual. Esses indivíduos, que estão na faixa etária de 20 a 30 anos, pertencem principalmente às gerações Y (também conhecida como Millennials) e Z.

Essa geração é caracterizada por ter crescido em um contexto altamente tecnológico, com acesso amplo à internet e às redes sociais desde cedo. São considerados nativos digitais, familiarizados com dispositivos eletrônicos e adeptos das novas formas de comunicação e interação proporcionadas pela tecnologia.

Esses jovens profissionais costumam ter uma mentalidade empreendedora, buscando autonomia e oportunidades de crescimento em suas carreiras. Eles são conhecidos por valorizarem um equilíbrio saudável entre vida pessoal e profissional,

buscando um ambiente de trabalho flexível e uma cultura corporativa que priorize o bem-estar e o propósito.

### **3.2.3 Percepções sobre os dados**

No entanto, essa nova geração também enfrenta desafios únicos no mundo do trabalho. Muitos deles ingressam no mercado de trabalho em posições de liderança precoces, o que pode gerar pressões e responsabilidades adicionais. Além disso, a rapidez e a intensidade das demandas profissionais, juntamente com a constante exposição às redes sociais e ao mundo digital, podem contribuir para o aumento do estresse e da pressão emocional.

A realização da pesquisa de campo proporcionou uma reflexão abrangente sobre a percepção dos indivíduos em relação aos seus respectivos trabalhos e seu nível de conhecimento sobre a síndrome em questão. Embora a amplitude dos resultados obtidos tenha sido limitada, devido ao alcance reduzido da amostra, os dados coletados revelaram-se de grande valia, especialmente devido à diversificação dos setores representados pelos participantes. Essa abordagem permitiu obter uma visão significativa sobre como o público-alvo se sente em relação às suas ocupações, bem como fornecer percepções relevantes para a compreensão da síndrome de burnout e suas implicações no contexto profissional.

Assim pode-se direcionar questões de personalidade e linguagem de design que a mascote necessitar ter para a abordagem desse público-alvo é fundamental para a compreensão de suas necessidades, preocupações e expectativas em relação ao trabalho e à saúde mental. A mascote desenvolvida no projeto visa se conectar especificamente com essa nova geração, utilizando elementos visuais e narrativas que ressoem com suas experiências e desafios.

Através da mascote, é possível abordar temas como o burnout, a importância do autocuidado, o equilíbrio entre vida pessoal e profissional e a busca por ambientes de trabalho saudáveis. O objetivo é despertar a conscientização e a empatia, fornecendo recursos e informações relevantes para ajudar essa geração a enfrentar os desafios da vida profissional e a cuidar de sua saúde mental.

### 3.2.4 Criar conceito

Com base na percepção adquirida sobre o burnout, considerando os fundamentos teóricos e a pesquisa realizada sobre o assunto, juntamente com a percepção proporcionada pela pesquisa de campo, o conceito idealizado visa transcender algo do cotidiano da vida no mercado de trabalho.

Busca-se criar algo que traga conforto, auxílio e, principalmente, esteja presente em diversos ambientes de trabalho. Prevendo a crescente digitalização do mundo atual, reconhece-se que o estereótipo tradicional de escritório nem sempre é aplicável a todos os contextos, e tratar o home office como um padrão universal ainda não é viável para abranger todos os ambientes de trabalho.

Diante dessa lacuna criativa pude identificar que os objetos plausíveis que poderiam fazer parte do cotidiano de todos são bastante limitados. Além disso, considerando a busca por empatia e pessoalidade que uma mascote almeja alcançar, é necessário que esses objetos sejam mais personalizados para o público em questão. A partir da base estabelecida sobre quais objetos poderiam se enquadrar nesses requisitos, e com base no questionário realizado junto ao público, foi se capaz de refletir sobre quais objetos estariam aptos as funções e poderiam oferecer soluções de design mais completas, desta forma o processo de escolha se baseou em questionamentos simples como, por exemplo, “o que todos teriam em casa e no escritório ao mesmo tempo” e também “algo que possa ser íntimo de cada um, mas todos tenham um também”. Deste modo foi aparecendo oportunidades interessantes de objetos que se encaixaram nos questionamentos e também com os pré-requisitos estabelecidos anteriormente para a mascote.

Com todas as ideias alinhadas e um direcionamento claro de quais objetos estariam na gama de gerações de alternativas, foi se escolhido 4 opções para a elaboração das alternativas que seriam apresentadas ao público-alvo, sendo elas:

- Celular;
- Bloco de notas;
- Café;
- Papéis (documentos em geral).

Dentro dessa variedade de objetos, pode-se explorar a relação deles com o burnout e como suas características físicas poderiam ser aplicadas aos sintomas, sem perder o carisma e o design emocional almejados, assim se alinhando com as metodologias e conceitos estabelecidos do design de personagem e da síndrome de burnout.

Então nesta fase inicial do processo de ideação e geração de alternativas escolhidas pelo autor busca-se dar vida a um ser fictício por meio de traços, formas e características únicas que transmitam sua personalidade, motivações e conexão emocional com o público. A criação de um design de personagem eficaz requer um equilíbrio entre criatividade, compreensão do contexto e considerações estéticas, proporcionando uma identidade visual marcante e memorável.

### **3.3 Ideação**

A partir da lista de objetos mais aptos ao papel de mascote, características visuais que representam o burnout e a lista de sintomas mais sentidos pelo público alvo segundo o questionário (Apêndice A) juntamente com características de desenvolvimento de personagem e a metodologia de Mark Tungate assim eimando quais quer característica que não trariam apelo ao personagem e nem aplicação correta ao objetivo do trabalho: um personagem colorido, bem animado e que tenha apelos infantis.

Assim foi criado a lista de característica que relacionam os sintomas, objetos e representações visuais do burnout, já delimitando o uso de cores, elementos de apoio ao personagem e também estilo visual do mesmo. Essa foram as características aplicadas na geração de alternativas (Apêndice C):

- Corpo variável ao objeto selecionado
- Postura cabisbaixa
- Corcunda
- Feições triste e cansadas
- Cansaço excessivo, físico e mental
- Dor de cabeça frequente
- Dificuldades de concentração

- Alterações Repentinhas de Humor
- Membros frágeis
- Cores em tons avermelhados e não saturados
- Estilo visual desenho animado
- Cor vermelha

Através das características visuais mencionadas, é possível criar um personagem que represente eficazmente os sintomas e o impacto da síndrome de burnout. O corpo variável ao objeto selecionado, a postura cabisbaixa e a corcunda transmitem visualmente a sensação de exaustão e sobrecarga. As feições tristes e cansadas, juntamente com o cansaço excessivo, refletem a exaustão física e mental vivenciada pelos indivíduos com burnout.

A dor de cabeça frequente e as dificuldades de concentração são representadas por meio de elementos visuais que sugerem desconforto e distração. As alterações repentinas de humor são expressas mediante variações na expressão facial e nas posturas do personagem. Os membros frágeis transmitem a sensação de fraqueza e desgaste físico.

Quanto às cores, a escolha de tons avermelhados e não saturados reforça a ideia de tensão, estresse e esgotamento emocional. Essa paleta de cores também contribui para transmitir a sensação de tristeza e desânimo. O estilo visual desenho animado, por sua vez, adiciona um elemento de leveza e acessibilidade, facilitando a identificação do público com o personagem.

Essas características visuais são fundamentais para criar um personagem que represente de forma autêntica e impactante a síndrome de burnout. Ao observar o personagem, as pessoas podem identificar-se e compreender visualmente os sintomas e o sofrimento associados a essa condição. Dessa forma, o design do personagem desempenha um papel crucial na conscientização e na promoção de empatia em relação à síndrome de burnout.

### **3.3.1 Definição da personalidade da mascote**

Visando promover empatia e representatividade, a personalidade do personagem foi cuidadosamente planejada para refletir esses elementos precisamente. Ele é retratado como alguém calmo e sereno, apesar de estar constantemente alerta e conectado, o que pode ser atribuído ao uso frequente de café para lidar com os efeitos do estresse. No entanto, devido ao constante estado de exaustão, o personagem pode ocasionalmente apresentar momentos de surto, manifestando explosões emocionais. Sua personalidade e aparência são marcadas por uma expressão apática, refletindo a constante exaustão emocional e física que ele enfrenta.

No contexto corporativo, o personagem se apresenta como uma representação dos aspectos negativos desse ambiente, especialmente quando caracterizado por toxicidade. Ele ilustra como esse tipo de ambiente de trabalho pode afetar tanto a saúde física quanto mental do trabalhador, destacando os impactos negativos que a exaustão, o estresse e a falta de equilíbrio podem ter sobre a vida profissional e pessoal. Através de sua representação, busca-se transmitir a importância de reconhecer e abordar esses problemas, promovendo um ambiente de trabalho mais saudável e sustentável.

### **3.4 Geração de alternativas**

Como base nas características físicas dos sintomas mais apresentados segundo o público, psicológicas e de personalidades, juntamente com a gama de objetos selecionados no processo de seleção do autor que visa idealizar quais seriam os objetos mais pessoais e próximos ao trabalhador.

No decorrer do projeto, foram desenvolvidos painéis semânticos (Apêndice B) que englobaram elementos visuais relacionados à síndrome, referências de objetos pertinentes e o estilo visual adotado para o personagem. Essa abordagem integrou o design de personagem com aspectos afetivos, resultando em uma figura carismática e empática. O objetivo principal foi criar uma mascote que fosse acessível e facilmente assimilável pelo público, especialmente aqueles que possuem pouco conhecimento sobre a síndrome de burnout. Para isso, foi necessário

encontrar um equilíbrio entre a complexidade do tema e a simplicidade das referências visuais utilizadas. A mascote foi concebida como uma ferramenta para auxiliar as novas gerações no entendimento dos efeitos físicos e emocionais que a síndrome de burnout pode causar nas pessoas.

Baseadas nos conceitos definidos aliados aos painéis semânticos foram gerados alternativas (Apêndice D) e alguns desses resultados estão abaixo:

Figura 12 - Estudos de variações de Personagem 1



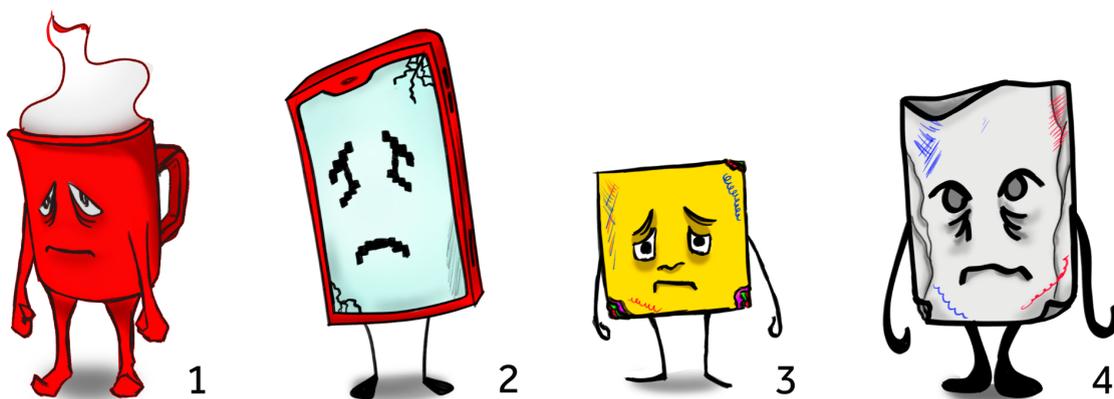
Fonte: Autor,2023

Foram geradas várias alternativas de personagens, e, seguindo a metodologia de projeto estabelecida, quatro delas foram selecionadas, cada uma com características distintas. Essas opções foram apresentadas ao público-alvo para validação, buscando identificar qual delas melhor atendia aos requisitos estabelecidos.

As alternativas selecionadas foram escolhidas com base em seu estilo gráfico, além disso, essas opções atendiam a todos os requisitos estabelecidos e ofereciam variação nos estilos.

A escolha dessas opções para a validação junto ao público-alvo foi realizada com o intuito de avaliar a aceitação e identificação do público com cada uma delas, auxiliando na seleção do personagem mais adequado para representar os conceitos e objetivos do projeto. Sendo elas, uma caneca de café quente, sendo um hábito muito comum daqueles que sofrem no trabalho o uso excessivo de café, o celular quebrado, representando o aspecto de não ser capaz de se desligar do trabalho e o bloco de notas e folha de papel usados e desgastados, que por sua vez são objetos presente em diversos ambiente de trabalho e que se tem um uso em exagero em algumas culturas corporativas.

Figura 13 - As imagens apresentadas ao público-alvo

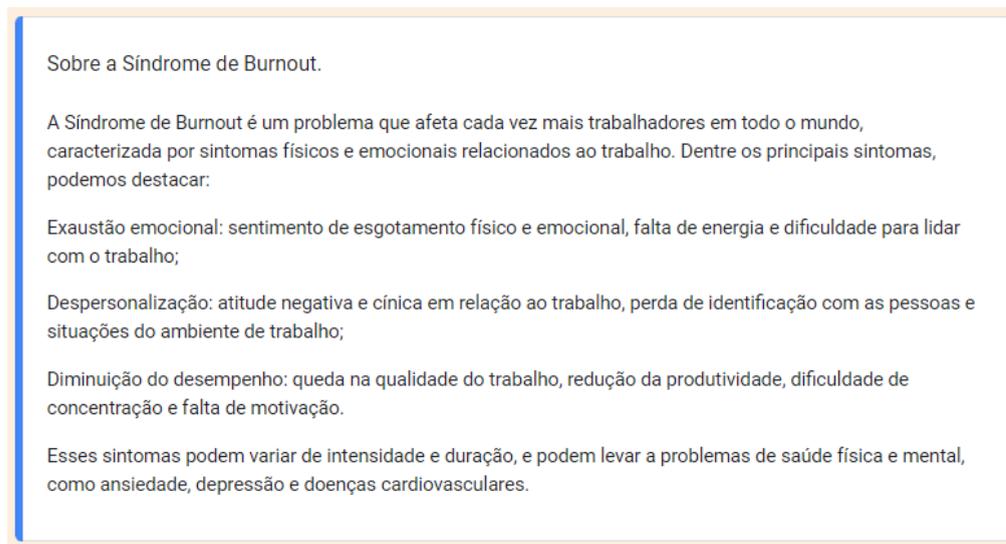


Fonte: Autor,2023

### 3.4.1 Validação com público-alvo

Foi conduzida uma nova pesquisa com público-alvo por meio de um questionário online (Apêndice C). O questionário incluiu a uma nova apresentação dos sintomas mais comuns observados na pesquisa anterior e as quatro figuras cujo objetivo é representar a síndrome de burnout.(Figura 14):

Figura 14 - Texto sobre burnout apresentado no questionário de validação com público-alvo



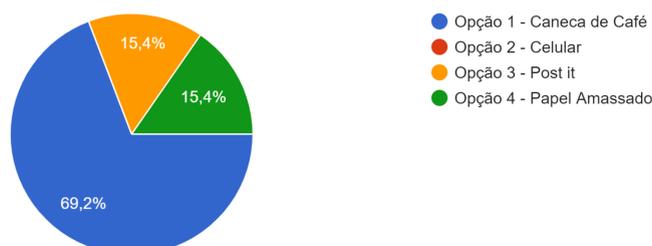
Fonte: Autor,2023

A pergunta central feita aos participantes foi qual das opções melhor representaria os sintomas e os efeitos que a síndrome de burnout pode causar no indivíduo.(Gráfico 5):

Gráficos 5 - Sente-se emocionalmente sugado pelo trabalho?

Com base no texto acima, qual dos personagens abaixo você considera representar melhor a síndrome de burnout e seus sintomas?

13 respostas



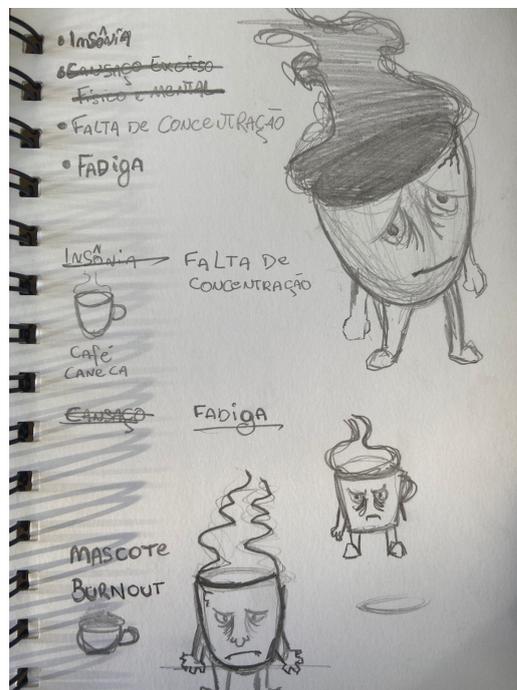
Fonte: Autor,2023

Com base nas repostas obtidas foi então aprimorado o design e ligando seus pontos principais o burnout para o modelo final. E conciliando o que o público relacionou do burnout a mascote, vendo então quais das opções foram mais votados e as unificando trabalho no refino do design ou como a metodologia de Mark Tungate chama “Dê vida ao personagem”

### 3.5 Refino de design

Após a análise dos dados obtidos com a validação dos designs com o público-alvo, prosseguiu-se para o aprimoramento das características físicas de sua aparência e outros elementos que possam estabelecer uma conexão com a síndrome de burnout (Apêndice E), baseando-se em quais outros elementos das alternativas mais votadas poderiam ser agregadas ao personagem e quais escolhas de design caberiam no processo de criação do projeto. Resultando em alguns esboços e teste de visão do personagem, como mostra as figuras 15, 16 e 17:

Figura 15- Primeiras intenções ao trabalhar o refino do personagem



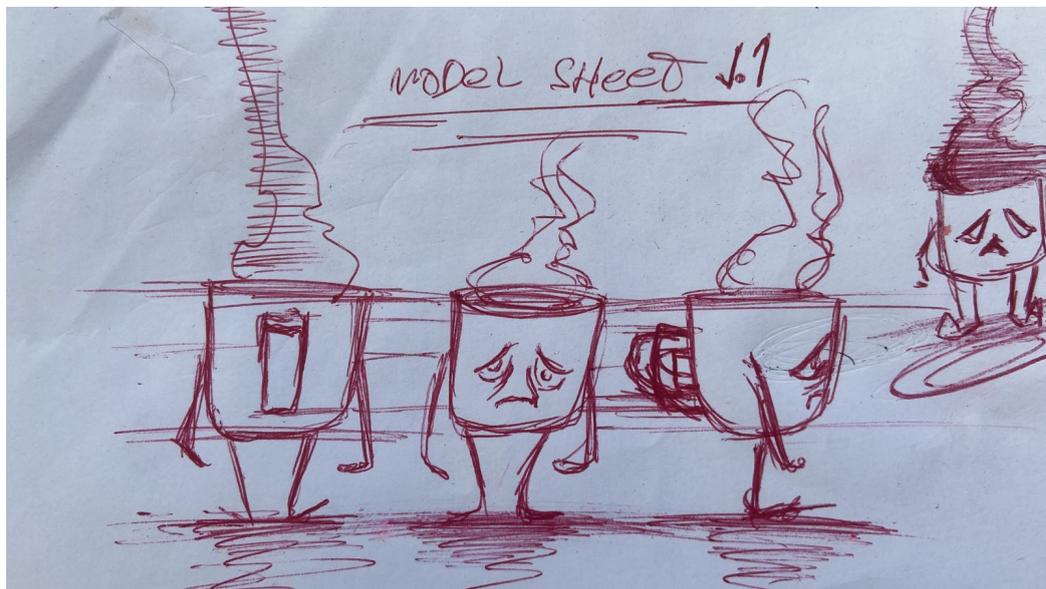
Fonte: Autor,2023

Figura 16 - Teste de alternativas de refino do design



Fonte: Autor,2023

Figura 17 - Esboço de *model sheet* do Design Refinado



Fonte: Autor,2023

Por meio da combinação da aparência final do personagem com características presentes em suas versões anteriores e mais aceitas pelo público

busca-se alcançar o resultado desejado. Essa abordagem integra elementos que tenham sido previamente identificados como eficazes em representar a síndrome de burnout e suas manifestações, como os membros de palito presente em outras alternativas que trazem os aspectos de cansado de forma mais clara e agrega a intenção de membros mais frágeis, a redução de seu tamanho e suas proporções para representar uma figura pequena e fragilizada assim sendo um personagem com menos presença e voz ativa em seu próprio mundo, foi se mentindo a mesma feição de cansaço excessivo presente em sua versão anterior de caneca.

A incorporação dessas características ao design final do personagem visa criar uma figura que consiga transmitir de forma visual e simbólica os aspectos essenciais relacionados à síndrome, promovendo uma identificação e empatia por parte do público-alvo com base na parcela de respostas obtidas e na visão criativa do autor.

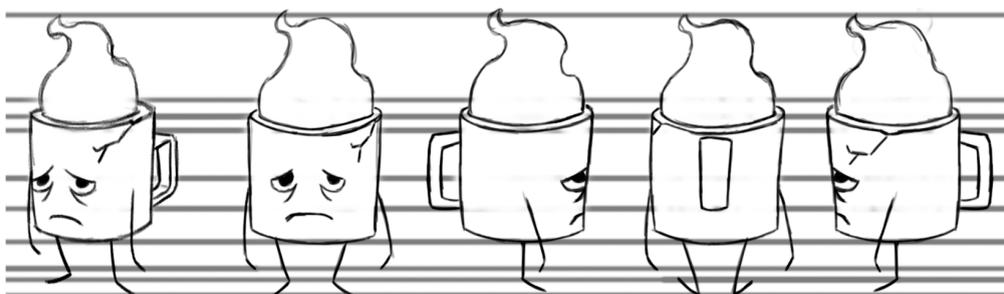
### 3.5.1 Modelo Final

Após o refino de design para atingir a versão final da mascote passou uma leve alteração de adicionar uma rachadura que foi o elemento muito presente em suas versões da fase de geração de alternativas que representa o estado quebrado e deterioração que a síndrome de burnout traz ao paciente.

Com seu modelo final elaborado, criou-se o *model sheet*, estudo de expressões e poses de gestual para o seu uso em campanhas publicitárias, animações e peças digitais (Apêndice F).

O *model sheet* consta sua visão frontal, lateral, traseira e  $\frac{3}{4}$  em versão preta e branca (Figura 18)

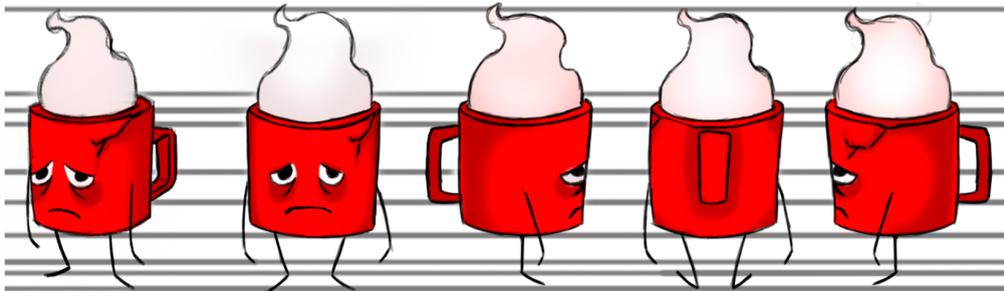
Figura 18 - Model sheet em versão preto e branco



Fonte: Autor,2023

Também apresentando sua versão colorida que consta sua visão frontal, lateral, traseira e ¾ (Figura 19).

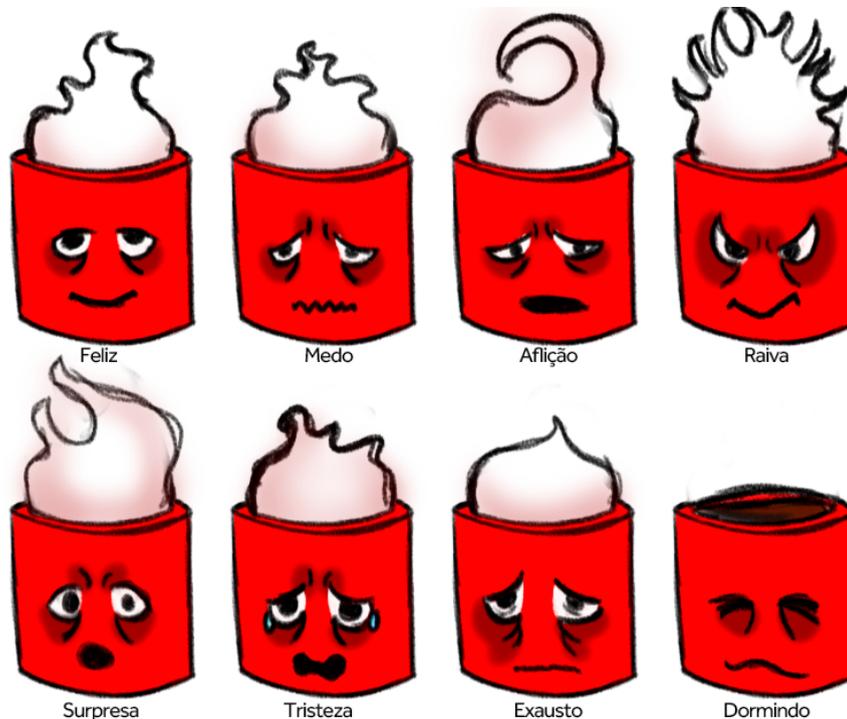
Figura 19 - Model sheet em versão colorida



Fonte: Autor,2023

Suas expressões (Apêndice F) são testadas em um modelo simplificado do personagem para interpretar seus sentimentos de forma mais focado em como a mascote se comporta com diferentes emoções (Figura 20).

Figura 20 - Estudos de expressões em uma versão simplificada da mascote



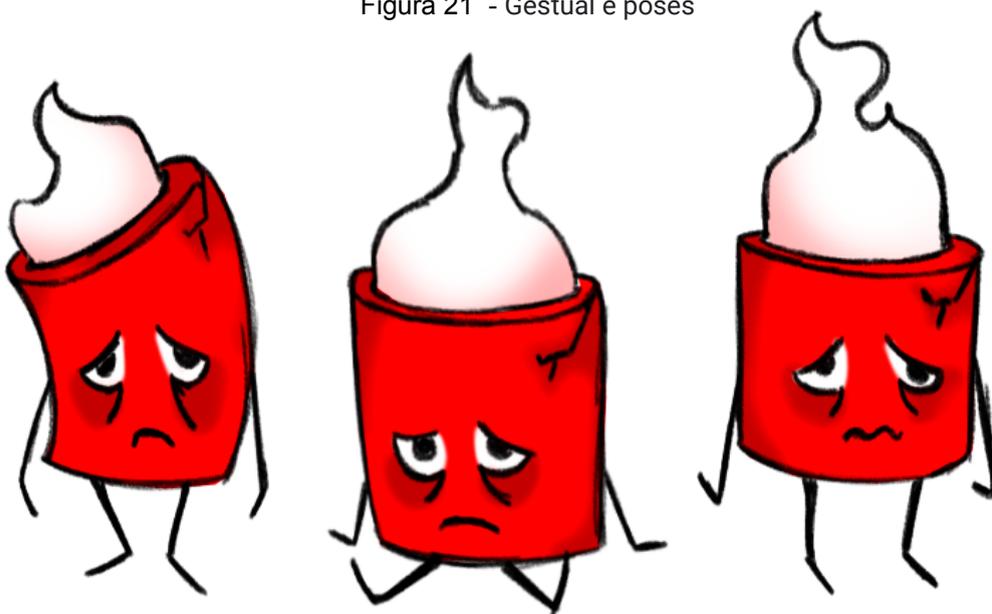
Fonte: Autor,2023

As emoções não apenas influenciam as expressões faciais da mascote, mas também afetam como a “chama” que em realidade é o vapor do café emanando da mascote, assim completando o design e agregando a representação do burnout é representada, adaptando-se a cada sentimento e situação em que o mascote é utilizado. Isso significa que a aparência do mascote é modificada segundo as emoções que ele está expressando, permitindo que ele transmita de maneira visual as diferentes nuances emocionais que podem ser associadas à síndrome de burnout.

A representação visual do vapor de café da mascote pode variar em intensidade, cor e forma, refletindo as diferentes emoções que ele está experimentando. Por exemplo, em momentos de exaustão e tristeza, o vapor pode ser retratado como mais fraco e apagado, com tons mais frios e menos brilho. Já em situações de estresse e irritação, o vapor pode se tornar mais intenso, com cores quentes e uma aparência mais agitada.

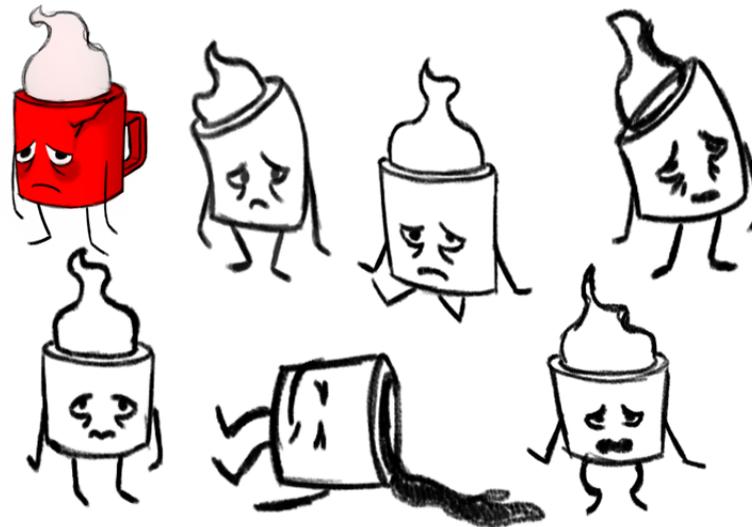
O gestual da mascote (Apêndice F) é expresso por meio de poses e comportamento corporal, desempenhando um papel fundamental não apenas na intensificação dos sentimentos, mas também na construção de sua personalidade e na representação do ambiente ao seu redor. Essas poses e comportamentos são utilizados não apenas para transmitir emoções, mas também para dar vida à mascote e torná-la mais envolvente e autêntica em campanhas animadas e digitais.(Figura 21 e 22):

Figura 21 - Gestual e poses



Fonte: Autor,2023

Figura 22 - Estudos de poses e gestual da mascote



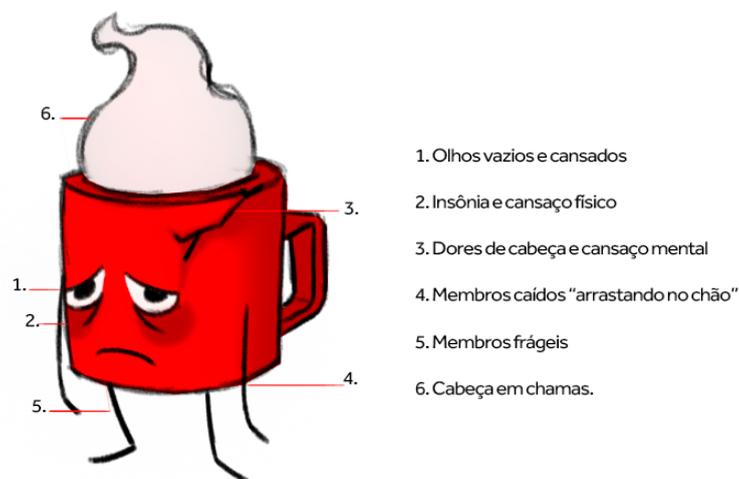
Fonte: Autor,2023

O gestual da mascote desempenha um papel essencial na construção de sua personalidade, na expressão de emoções e na interação com o ambiente, tornando-a uma figura dinâmica e versátil nas campanhas animadas e digitais.

### 3.5.2 *Breakdown* do design

Com todo seu objetivo e aparecia coeso se dão aos aspectos de ligação entre os sintomas, personalidade e característica (Apêndice F) que se o liga personagem a síndrome de burnout. Assim como a figura 23 demonstra.

Figura 23 - "Breakdown" do Design



Fonte: Autor,2023

Suas características alinhadas ao sintoma e aspectos de representação do burnout apresentados até o momento da pesquisa, sendo elas:

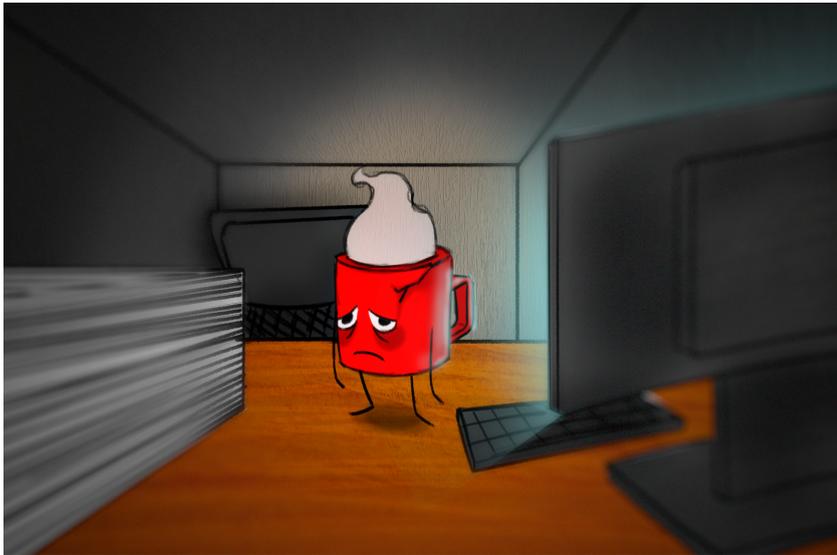
1. Olhos “vazios” e cansados: Trazendo olhos mais apáticos e sem brilho para ressaltar seu cansaço e seu sentimentos de fracasso e alterações de humor;
2. Insônia e cansaço físico: Trazendo características da falta de sono como olheiras grandes e profundas, demonstradas pela alteração de cor;
3. Dores de cabeça e exaustão mental: A rachadura atua como representação das dores de cabeças e cicatrizes ao estado psiquiátrico emocional do trabalho;
4. Membros caídos: A representação de peso nos ombros ao se carregar muito mais que se pode, sendo representação pelos braços cumpridos sendo arrastados no chão como forma de exaustão e indisposição;
5. Membros frágeis: Voltando ao impacto físico que a síndrome pode causar a estética de membros mais frágeis e finos não representando uma boa forma física e de saúde;
6. Cabeça quente: Uma das maiores representações da síndrome de burnout é a cabeça em chamas por conta de seu nome e também da sensação que o paciente pode ter ao sofrer do mesmo. Como o objeto escolhido foi a caneca de café esse aspecto importante de representação se vem do vapor quente do café, a forma de representar as chamas e como tudo na pessoa pode estar caótico.

Dessa forma, o design do personagem visa transmitir visualmente as características e sintomas da síndrome de burnout, utilizando elementos simbólicos que evocam a exaustão física e mental, as dores emocionais e a sensação de estar sobrecarregado.

### 3.5.3 Aplicações e ambientação

Mais conteúdo com design final foi desenvolvido (Apêndice F), sendo ilustrações de entendimento para ambientação do personagem (Figura 24 e 25)

Figura 24 - Personagem estando em um ambiente padrão de escritório



Fonte: Autor,2023

Figura 25 - Personagem numa situação de trabalho exaustiva



Fonte: Autor,2023

Sua interação com mais objetos ou personagem (Figura 26).

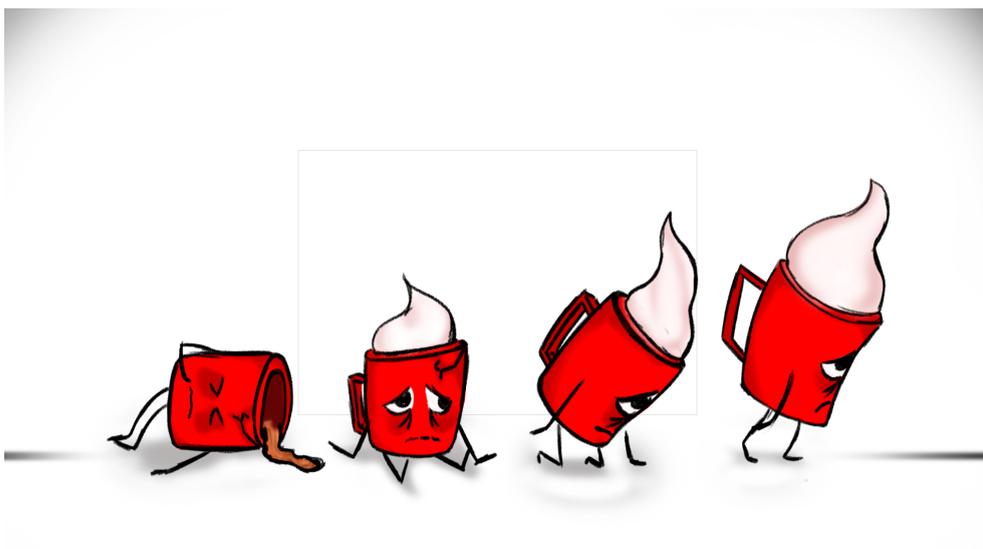
Figura 26 - Personagem atuando com outros personagens



Fonte: Autor,2023

E também até sua jornada de ir ao trabalho e levantamento (Figura 27)

Figura 27 - Estágios do personagem



Fonte: Autor,2023

### 3.6 Aplicações

Nesse contexto, as imagens ambientadas desempenham um papel fundamental na construção de campanhas publicitárias que buscam atingir e engajar o público-alvo. Elas são cuidadosamente projetadas para criar um ambiente visual e narrativo que seja relevante e atraente para o público em questão.

Ao utilizar essas imagens como base, os profissionais de marketing e publicidade podem explorar diferentes estratégias de comunicação para transmitir mensagens persuasivas e impactantes. Elementos como cores, composição, expressões faciais, cenários e elementos simbólicos podem ser cuidadosamente selecionados e integrados para criar uma narrativa visual coesa e atraente.

Por meio das imagens ambientadas anteriores (Apêndice F), é possível explorar como as propagandas são concebidas e abordadas na comunicação com o público-alvo, resultando em uma efetividade significativa (Figuras 28).

Figura 28 - Personagem em opções com textos publicitários

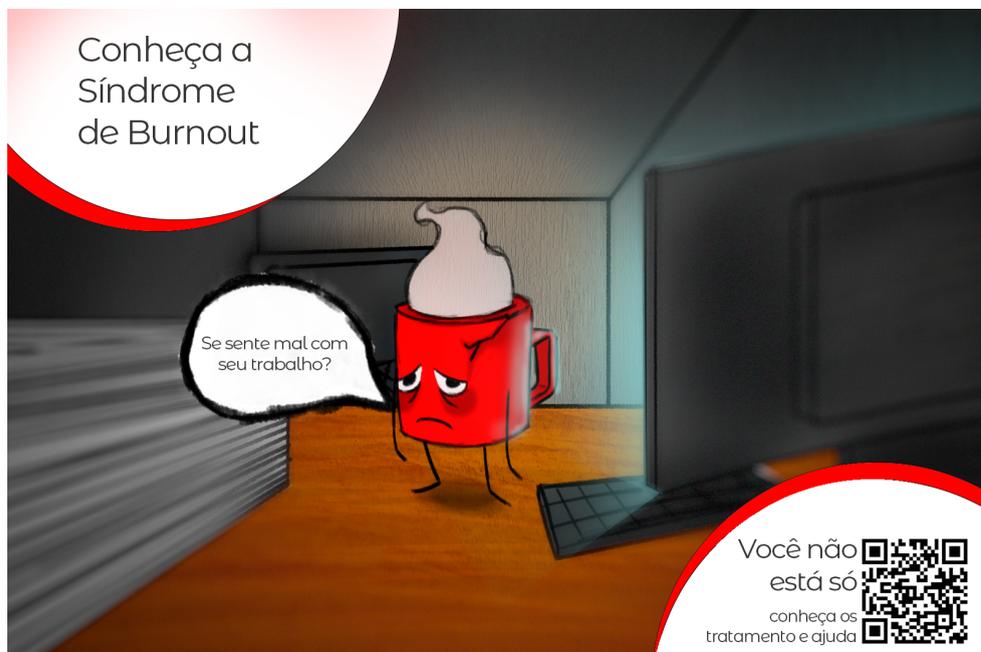


Fonte: Autor,2023

Além disso, as imagens ambientadas permitem que os profissionais de propaganda explorem a identificação emocional do público-alvo com a mensagem transmitida. Por meio de personagens e situações retratadas nas imagens, é possível despertar emoções relevantes e estabelecer conexões mais profundas com os espectadores.

Através das propagandas (Figuras 29 e 30), as imagens ambientadas podem despertar emoções, contar histórias e transmitir informações de forma visualmente atraente. Elas têm o potencial de capturar a atenção do público-alvo, despertar o interesse e incentivar a ação desejada.

Figura 29 - Uso da imagem ambientada do personagem em opções com texto publicitário



Fonte: Autor,2023

Figura 30 - Propaganda mostrando uma situação caótica do ambiente de trabalho

Seu ambiente de trabalho parece o dele ?



conheça a  
**Síndrome de Burnout e seus sintomas**

Fonte: Autor,2023

E também a representação da dificuldade que um paciente pode ter em ir trabalhar (Figura 31)

Figura 31 - Chamada para conhecer a Síndrome de Burnout



Fonte: Autor,2023

As imagens ambientadas podem ser utilizadas em diferentes canais de comunicação, como anúncios impressos, mídias digitais e redes sociais, ampliando o alcance da mensagem e proporcionando uma experiência consistente em todos os pontos de contato.

É importante ressaltar que a escolha e o desenvolvimento adequado das imagens ambientadas devem ser embasados em pesquisas e análises de mercado, considerando as características e preferências do público-alvo. A compreensão dos interesses, desejos e valores desse público é fundamental para criar propagandas relevantes e persuasivas.

Dessa forma, ao utilizar as imagens ambientadas em propagandas, é possível criar uma conexão mais forte e impactante com o público-alvo, transmitindo a mensagem efetivamente e gerando resultados positivos para a marca ou produto em questão.

## 4. Considerações Finais

No decorrer deste projeto, exploramos o design de mascotes e personagens com foco na representação da síndrome de burnout e sua relação com o público-alvo. Utilizamos fundamentação teórica, referências acadêmicas e uma abordagem prática para desenvolver uma mascote que pudesse transmitir empatia, conscientização e solidariedade em relação à síndrome.

Durante o processo, destacamos a importância de considerar aspectos como a conexão emocional, a acessibilidade e adaptabilidade, além da compreensão do público-alvo e sua relação com o tema.

Ao analisar os resultados da pesquisa de campo e a validação do mascote junto ao público-alvo, pudemos observar o impacto positivo da representação visual e das características físicas do personagem. Através das emoções despertadas e das características relacionadas à síndrome de burnout, o mascote conseguiu transmitir efetivamente a mensagem de conscientização e identificação com o público.

Além disso, exploramos utilizar imagens ambientadas em propagandas para comunicar a mensagem de forma mais autêntica e envolvente. Essa abordagem proporcionou uma maior conexão entre o mascote e o público-alvo, contribuindo para a efetividade da comunicação e o alcance dos objetivos propostos.

Por fim, é importante ressaltar que o design de mascotes e personagens para auxílio com doenças e questões emocionais é um campo relevante e promissor. Por uma abordagem cuidadosa e embasada em fundamentação teórica, é possível criar representações visuais que sejam empáticas, representativas e capazes de promover conscientização e apoio às pessoas afetadas por essas condições.

Em suma, este projeto nos permitiu explorar diferentes aspectos do design de mascotes, desde a pesquisa inicial até a criação e validação do personagem. Esperamos que as reflexões e percepções gerados ao longo do projeto possam contribuir para o desenvolvimento de futuros trabalhos e para a compreensão da importância do design de mascotes e personagens como ferramentas de comunicação e apoio emocional.

## Referências

- ARNHEIM, R. Art and visual perception: A psychology of the creative eye. University of California Press.1974.
- BLAIR, Preston. Desenhando para Animação. 1ª edição. São Paulo: Ed. Hemus, 1994.
- Correio Braziliense. Os perigos da síndrome de Burnout. 2022. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/opiniaio/2022/11/5053210-artigo-os-perigos-da-sindrome-de-burnout.html>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- Exame. Burnout afeta cada vez mais jovens. Disponível em: <https://exame.com/carreira/burnout-afeta-cada-vez-mais-jovens/>. Acesso em: 23 mar 2023.
- FIGUEIREDO, Lucas. Burnout em tempos de home office. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=laY-YZPBLI0>. Acesso em: 03 abr 2023.
- G1. Trabalho remoto pode levar a burnout em jovens, alerta professor de psicologia. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2021/07/12/trabalho-remoto-pode-levar-a-burnout-em-jovens-alerta-professor-de-psicologia.ghtml>. Acesso em: 17 mar 2023.
- GONÇALVES, C. Burnout: Quando o trabalho ameaça o bem-estar. Brasília: Thesaurus, 2017.
- HAUFFE, T. Design: uma introdução. Bookman Editora, 2007.
- JONES, Matt. The Art of Character Design. 2020. Disponível em: <https://www.thoughtco.com/the-art-of-character-design-4040171>. Acesso em: 03 abr 2023.
- Koffka, K. Principles of Gestalt psychology. Routledge & Kegan Paul.1935
- Laurel, B. (2001). Design de Mídia: A criação de experiência interativa. Editora Eookman.
- Lipp, Marilda Emmanuel Novaes. O estresse ocupacional e o burnout no Brasil: revisão e perspectivas. Revista de Saúde Pública, vol. 48, no. 3, 2014, pp. 428-436.

- Maslach, C; Leiter, M.P... Understanding the burnout experience: Recent research and its implications for psychiatry. *World Psychiatry*.n 15, p 103-111, 2016
- Maslach, C... *Burnout: The cost of caring*.Cambridge, MA: Malor Books...2017
- MCCLOUD, Scott.*Desvendando os Quadrinhos...1ª edição*.São Paulo: Ed.M Books...1993
- MCCNAMARA, A.; KIRAKOWSKI, J...*Creating character mascots: the challenges and benefits...Proceedings of the 2006 ACM SIGCHI international conference on Advances in computer entertainment technology...2006*
- O'CONNOR, Z.; ARNOLD, M.P...*Seeing red: quality of an online store and the perception of product quality...Journal of Interactive Marketing*.v24.n2.p134-147...2010
- OATLEY, Chris.“The Power of Shape in Character Design”.ChrisOatley.com...2016.Disponível em: <https://chrisoatley.com/shape-in-character-design/>.Acesso em:10 abr2023.
- Organização Mundial da Saúde.(2019).CID-11 - Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde...
- ROSSI,A.M.Síndrome de Burnout.Disponível em: <https://ismabrazil.com.br/sindrome-de-burnout/>.Acesso em:15 mar2023.
- SCHAUFELI,W.B.;TARIS,T.W.A critical review of the job demands-resources model: Implications for improving work and health.InBAUER,G.F.;HÄMMIG,O.(Eds.).*Bridging occupational organizational and public health:A transdisciplinary approach*.Springer...2014.p43-68...
- UOL.Síndrome de burnout afeta também jovens que entram no mercado de trabalho.Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2019/04/30/sindrome-de-burnout-afeta-tambem-jovens-que-entram-no-mercado-de-trabalho.htm>.Acesso em:20 mar2023.
- Wertheimer,M.*Untersuchungen zur Lehre von der Gestalt.II.Psycologische Forschung*.n4.pg301-350...1923
- World Health Organization.(2019).Burn-out an “occupational phenomenon”: International Classification of Diseases.Disponível em: <https://www.who.int/news/item/28-05-2019-burn-out-an-occupational-phenomenon-international-classification-of-diseases>.Acesso em:03 abr2023.

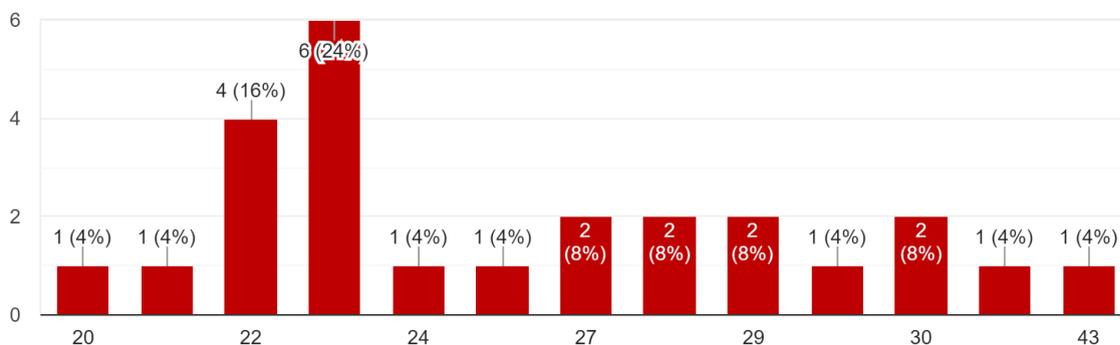
WRAGG,Nate.Character Design and Illustration:The Art of Nate  
Wragg...2015.Disponível em: <https://www.natewragg.com/>.Acesso em:07  
abr2023.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A - Questionário 1

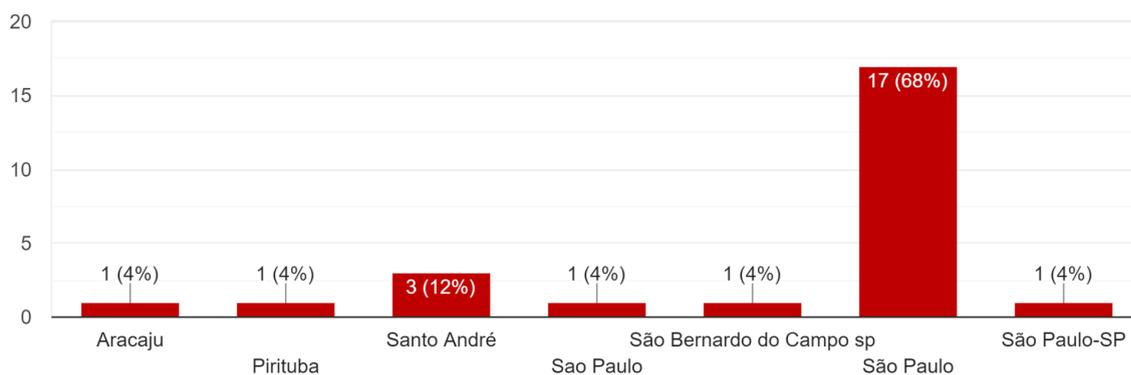
Quantos anos você tem?

25 respostas



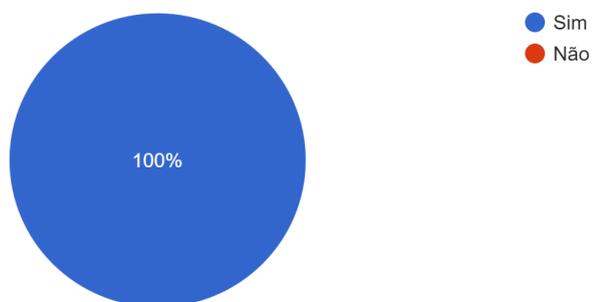
Onde mora atualmente? Somente nome da cidade

25 respostas



Você trabalha atualmente?

25 respostas



Se sim, com o quê?

25 respostas

Sou professora

Suporte Técnico

Jornalista

Marketing

Publicidade

Design

Engenharia de Dados

Analista de Backlog - WFM

Administrador de acessos

Se sim, com o quê?

25 respostas

Liderança de Planejamento

Marketing

Area de logistica

Analista de Projetos - PMO

Cozinha

Área de Planejamento (Escritório)

Planejamento estratégico

Analista de Sistemas de Customer Service

Planejamento

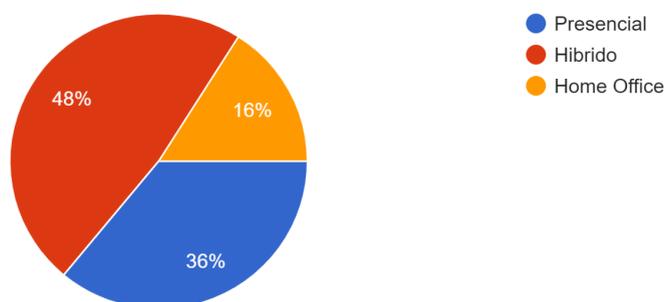
Se sim, com o quê?

25 respostas

Analista de Sistemas de Customer Service
Planejamento
Educação
Professora de Educação Infantil
Terapeuta
Relacionamento com Clientes
Gastronomia
Professora de Educação infantil
Programação

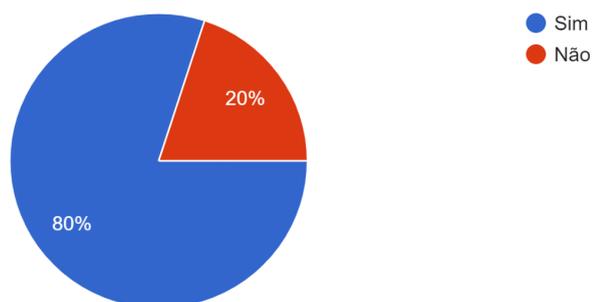
Você trabalha presencial, híbrido ou home office?

25 respostas



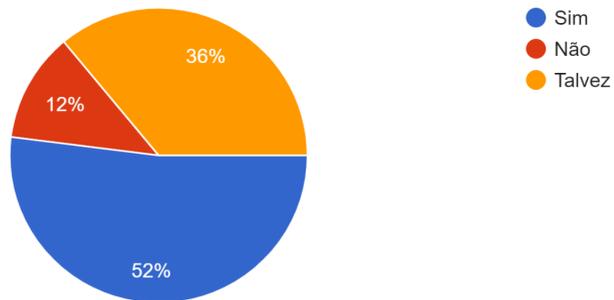
Você está na profissão que gostaria?

25 respostas



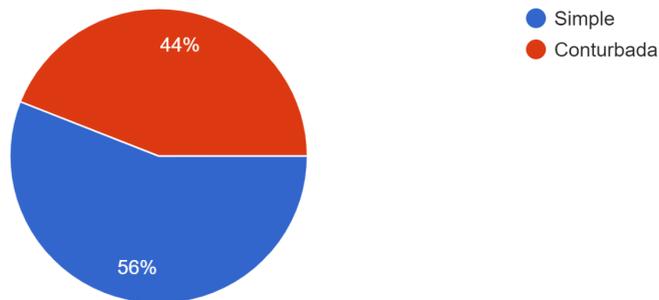
Na carreira que escolheu, se sente preparado para o mercado de trabalho?

25 respostas



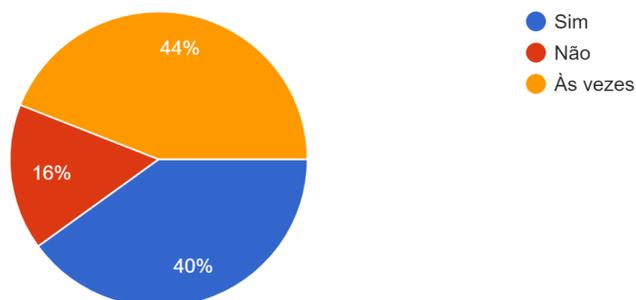
Você sente que sua entrada no mercado de trabalho foi simples ou mais conturbada?

25 respostas



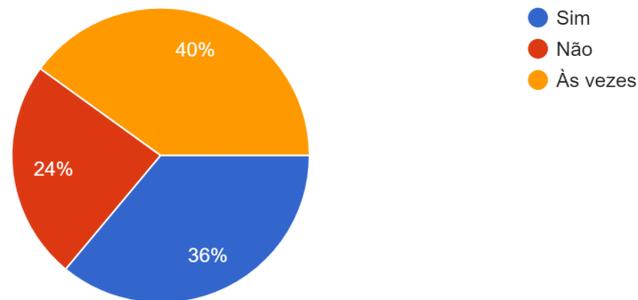
Atualmente no seu trabalho, você sente muita pressão, cobranças ou falta de organização dentro do ambiente de trabalho?

25 respostas



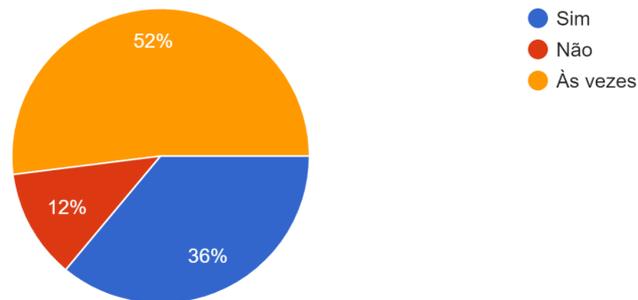
Sente-se emocionalmente sugado pelo trabalho?

25 respostas



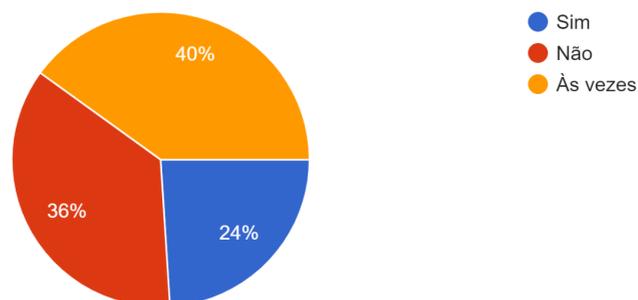
Você se sinto consumido no final de dia de trabalho?

25 respostas

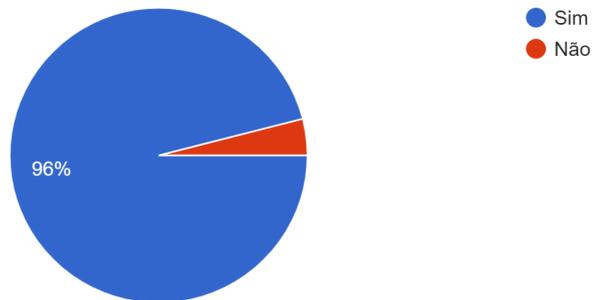


Se sente fatigado quando levanto pela manhã e tenho que encarar outro dia nesse emprego?

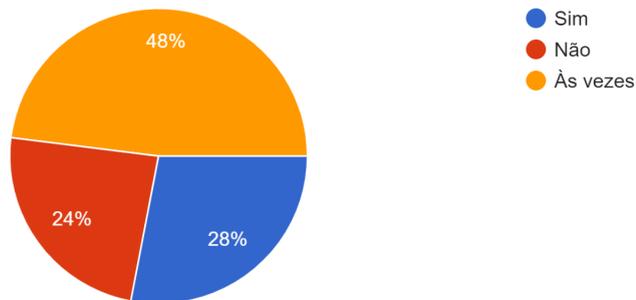
25 respostas



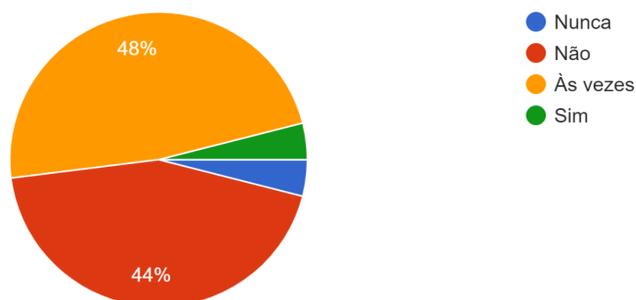
Tento lidar de forma efetiva com os problemas e rotinas do trabalho e como eles me impactam?  
25 respostas



Se sente esgotado ao final do dia?  
25 respostas

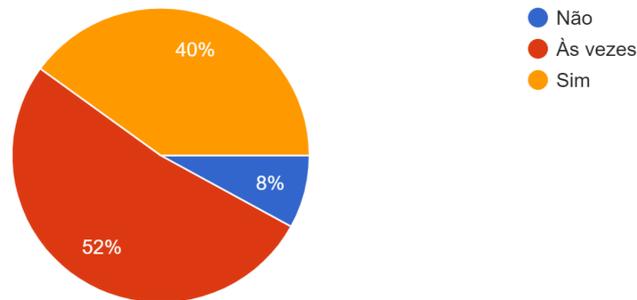


Se sente frustrado pelo seu emprego?  
25 respostas



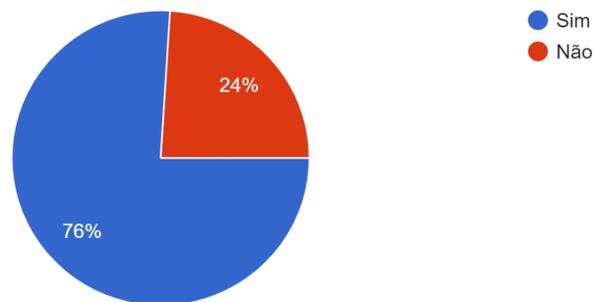
No seu trabalho, sente que lida com problemas emocionais tranquilamente?

25 respostas



Você conhece a Síndrome de Burnout?

25 respostas



Se sim, o que sabe sobre ela?

17 respostas

O que é, como funciona, o que causa e como tratar.

Que representa uma síndrome causada pelo cansaço no dia a dia de trabalho ou ambiente de trabalho

Esgotamento total, físico e mental.

Sei que se trata de um esgotamento mental diagnosticado, ou seja, complicado que a pessoa está ou ultrapassou seu limite mental/emocional

E basicamente o esgotamento emocional no trabalho, no caso causado pelo trabalho.

É uma síndrome que gera transtornos emocionais como angústia, desmotivação, ansiedade, pânico entre outras coisas.

Ja fui diagnosticada e é horrível

Entendo que é quando o indivíduo não aguenta mais algo e "explode"

### Se sim, o que sabe sobre ela?

17 respostas

Resumidamente é sobre esgotamento no ambiente de trabalho.

Várias pessoas que conheço já tiveram, é o limite do esgotamento mental causado pelo trabalho.

Burnout se caracteriza quando a pessoa sente um esgotamento não só físico, mas principalmente mental, seja pela sua rotina no trabalho, ou na vida pessoal ou em ambos.

Trata se de um transtorno de ansiedade com contexto exclusivamente laboral, ou seja a causa do estresse é a relação com o trabalho. Os sintomas passam a interferir em todas as áreas da nossa vida. É como uma sensação de cansaço extremo.

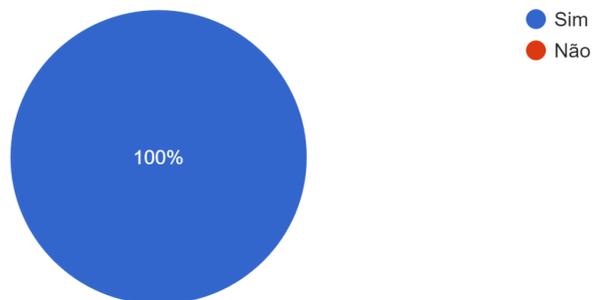
é uma síndrome que ocorre quando a pessoa está consumida pelo trabalho afetando também sua vida pessoal, saúde mental e física, por conta da pressão que tem no trabalho

É quando o seu corpo "desliga", devido a uma rotina muito intensa e sem pausas.

Que é uma síndrome causada por esgotamento mental relacionado ao trabalho

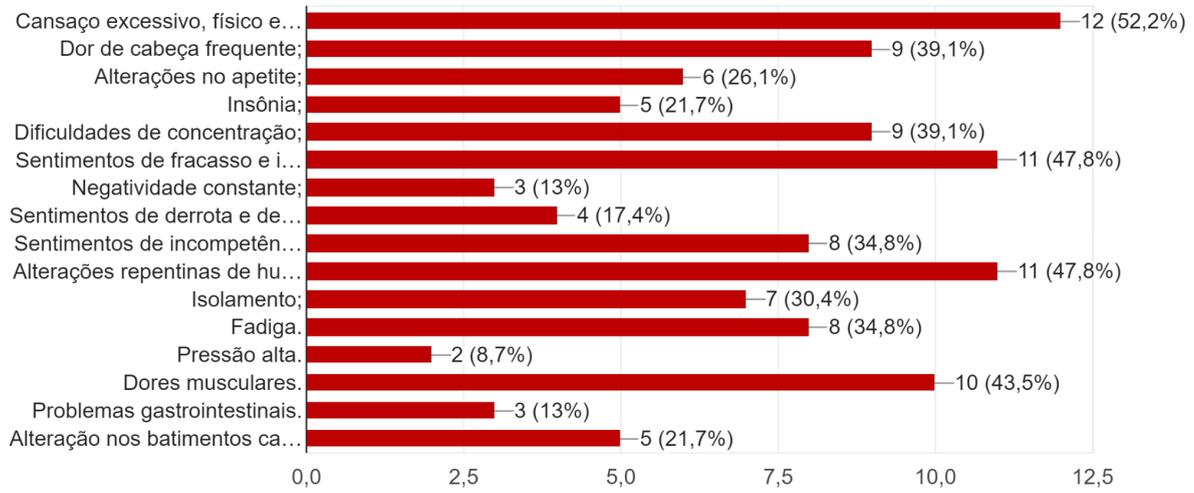
### Acha que a Síndrome de Burnout, poderia ser mais comentada na mídia ou até mesmo do ambiente de trabalho?

25 respostas



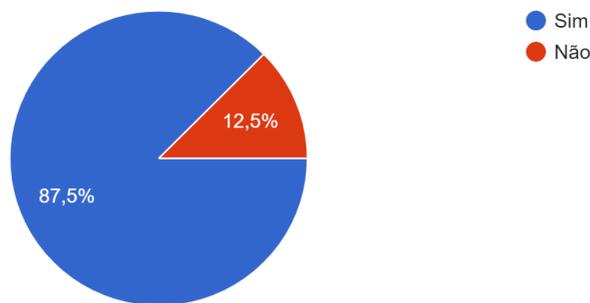
Sente alguns desses sintomas em relação ao seu trabalho? Sinta-se a vontade para marca mais de um ou todos

23 respostas



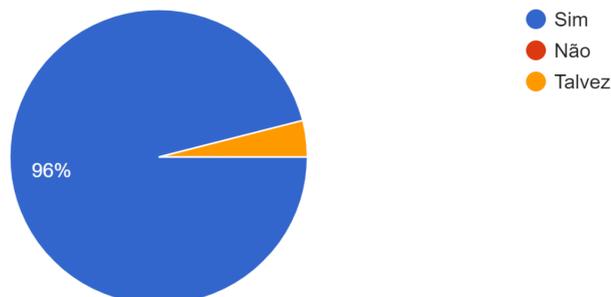
Acredita que algum desses sintomas afeta seu físico e/ou emocional no trabalho?

24 respostas



Acredita ser útil uma campanha de conscientização sobre os sintomas e a Síndrome de Burnout?

25 respostas



Na sua opinião, qual o melhor modo de conscientizar as pessoas sobre a Síndrome de Burnout?

22 respostas

Explicando o que é e como ter ajuda caso a pessoa apresente/observe os sinais da síndrome.

Expondo a doença e como ela nos afeta.

Informações sobre e também orientações de práticas que podem controlar

Palestras na empresa

Explicar que a síndrome afeta os mais diversos níveis de profissionais já é um bom caminho.

Tendo palestras e ações de conscientização sobre o tema

Acredito que informações bem estruturadas e divulgadas em todos ambientes possíveis (principalmente no trabalho e na mídia)

Com informações corretas e melhor alcance do que é o Burnout para todos, não somente o ara nichos e "bolhas" específicas.

Na sua opinião, qual o melhor modo de conscientizar as pessoas sobre a Síndrome de Burnout?

22 respostas

Falar de maneira mais aberta e lidar de maneira transparente porque todos estamos sujeitos a ter.

Não acho que sejam as pessoas as melhores pra se conscientizar e sim às empresas

Gestores atuando de forma respeitosa com a saúde mental dos colaboradores, e descanso

Palestras sobre o problema no meio corporativo

Com palestras e conteúdos que conscientizem os colaboradores de todos os níveis quanto a importância do cuidado com a saúde mental.

Reconhecer os profissionais , aprimorar a comunicação interna, investir em um bom ambiente de trabalho, permitir a flexibilidade no trabalho, incentivar o bem estar, contar com uma equipe médica.

you are not your job, you do not summarize it, and it is not worth the pain of being consumed beyond the limit if it only makes you worse, for nothing.

Para você o que poderia representar a síndrome de burnout ou o trabalho?

15 respostas

Sim

Esgotamento físico e mental em conjunto com depressão.

Não sei dizer

.

Cansaço constante e falta de energia mental e emocional

Vejo a síndrome no burnout meio que como um buraco, que vc vai se permitindo ser empurrado para baixo. E com a falta de informação, geralmente só se percebe quando é tarde demais. Por isso a importância de se falar sobre e colocar o máximo de informação na mídia de grande alcance para chegar a todos.

Ansiedade, crise de pânico, esgotamento físico e mental no ambiente de trabalho

Para você o que poderia representar a síndrome de burnout ou o trabalho?

15 respostas

Ansiedade, crise de pânico, esgotamento físico e mental no ambiente de trabalho

Abismo

A carga excessiva de trabalhos sem o espaço de descanso

Cansaço mental, ansiedade ao pensar em mais um dia de trabalho, entre outras

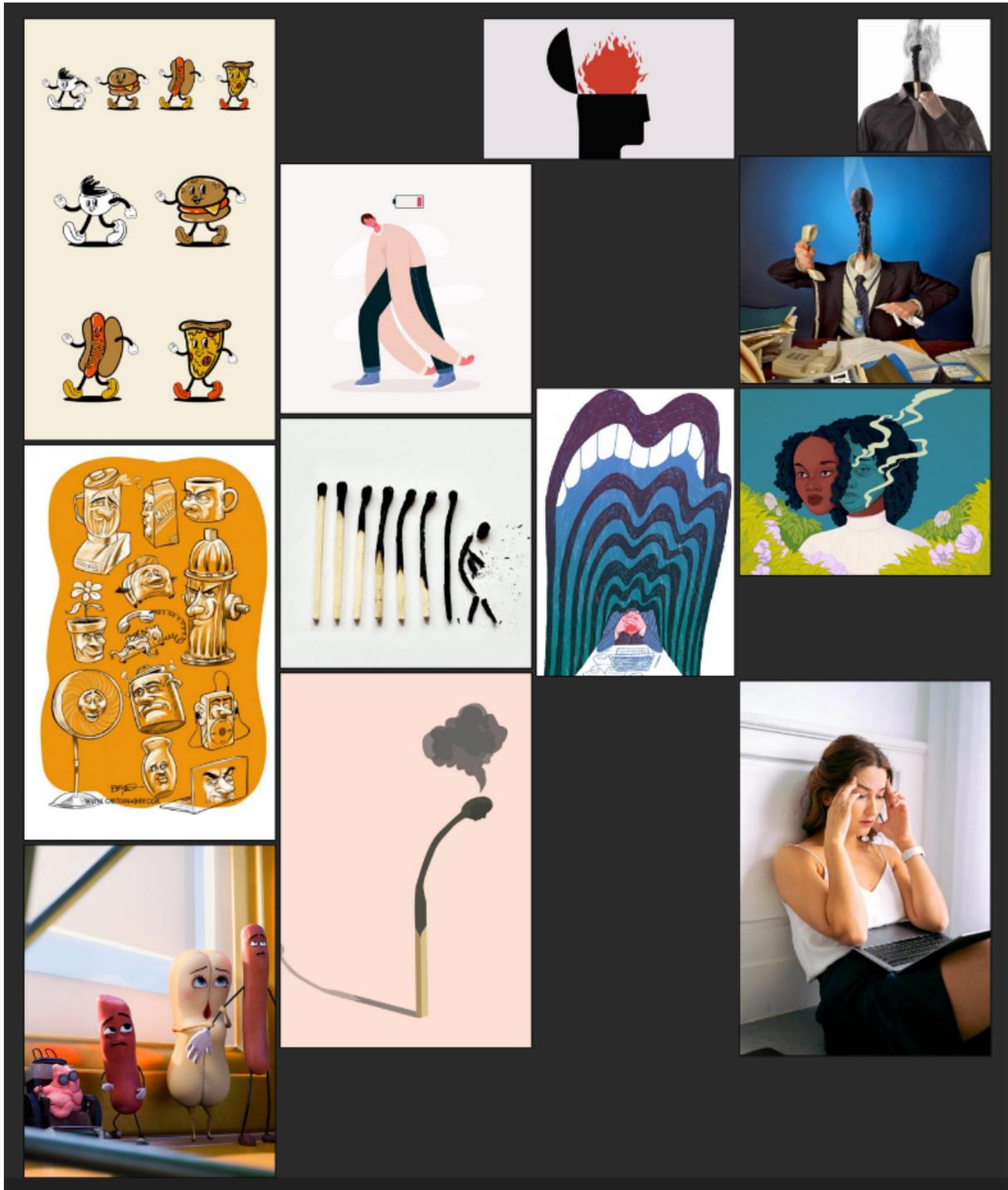
N/a

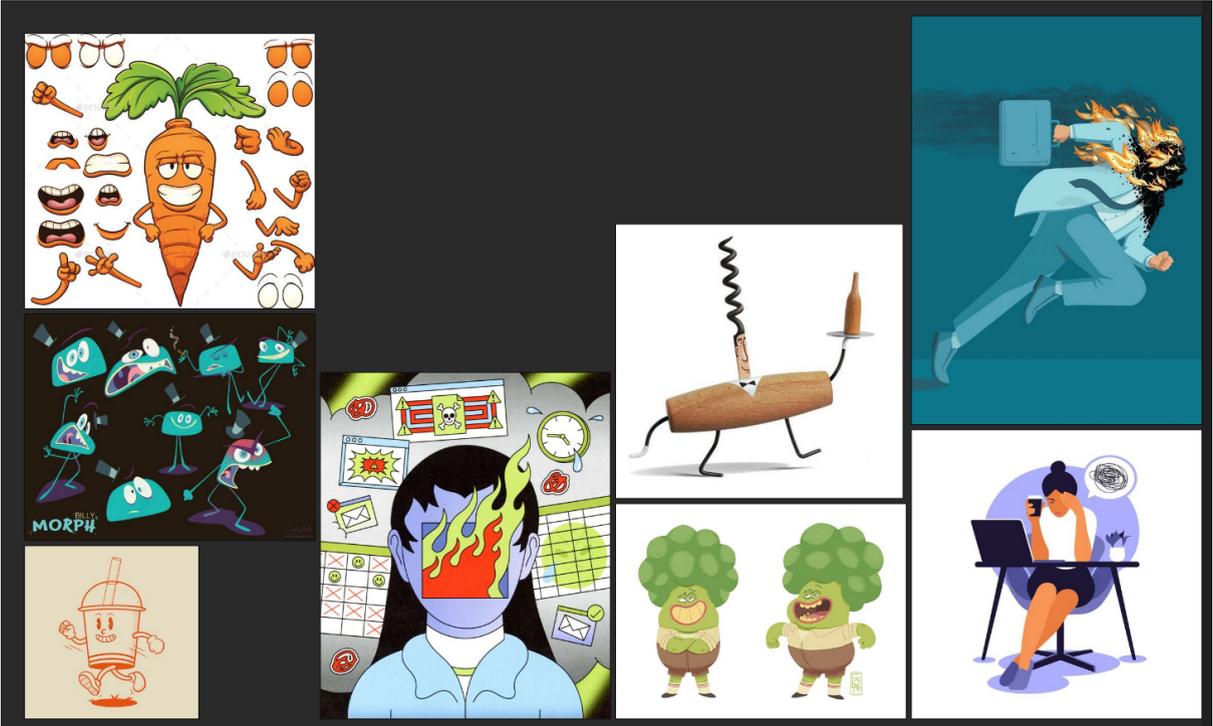
pressão psicológica e demandas excessivas

Não sei

A diretora da CEI onde trabalho, é a figura ideal para representar a síndrome.

# APÊNDICE B - Painel Semântico

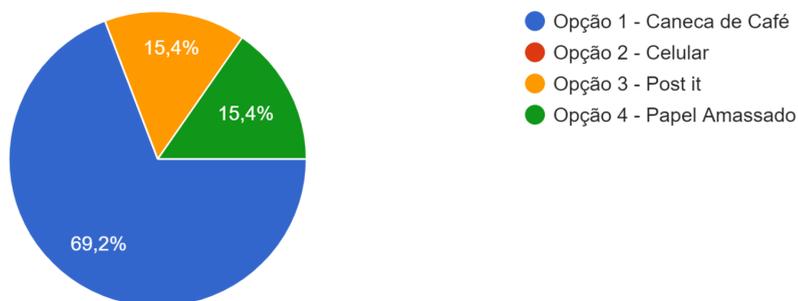




## APÊNDICE C - Questionário 2

Com base no texto acima, qual dos personagens abaixo você considera representar melhor a síndrome de burnout e seus sintomas?

13 respostas



Qual sua primeira impressão aos ver os personagens? Pode ser uma palavra.

12 respostas

Exaustão

Cansado

Abalado

Como eles parecem exausto do trabalho

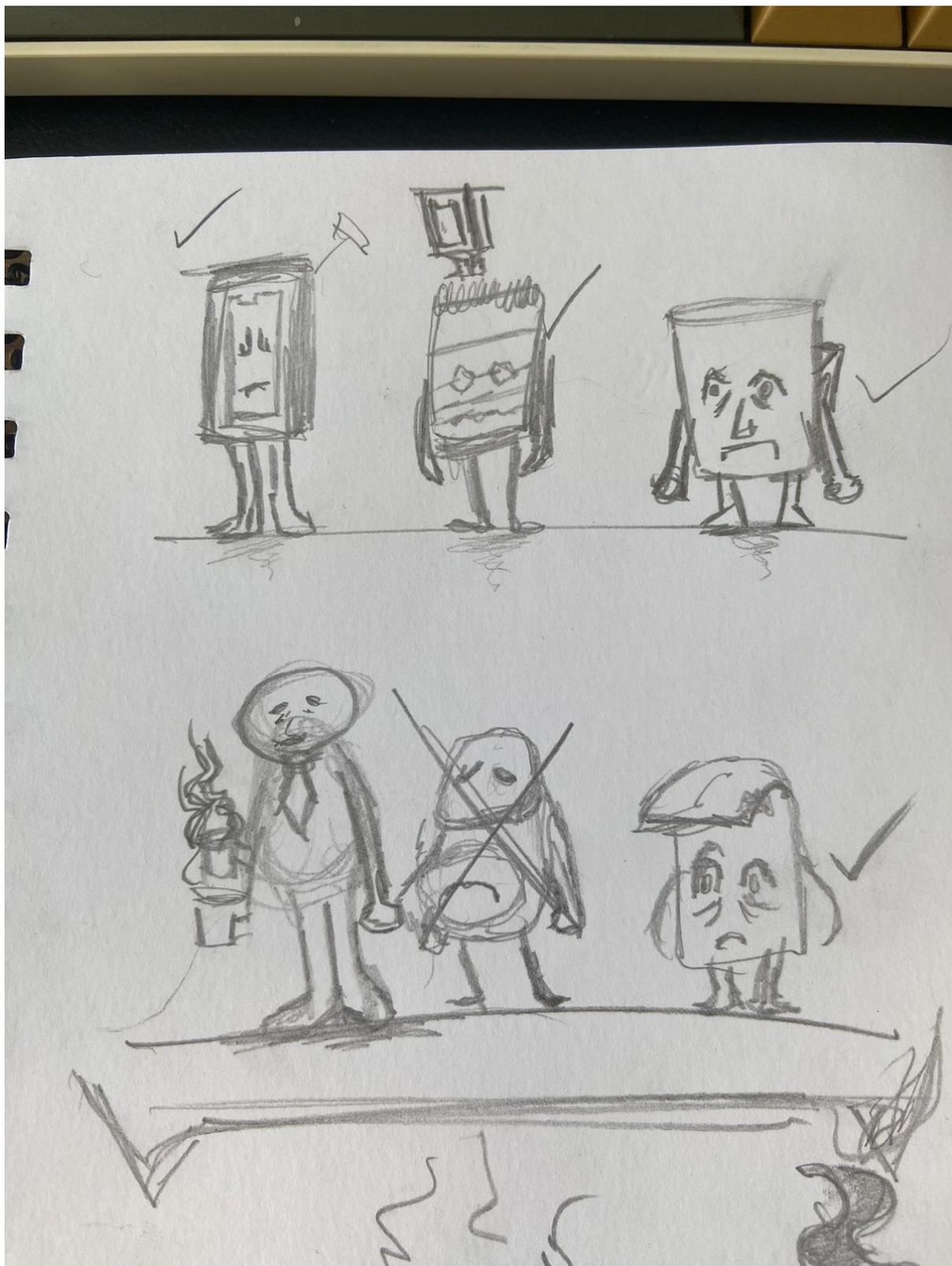
Tristeza

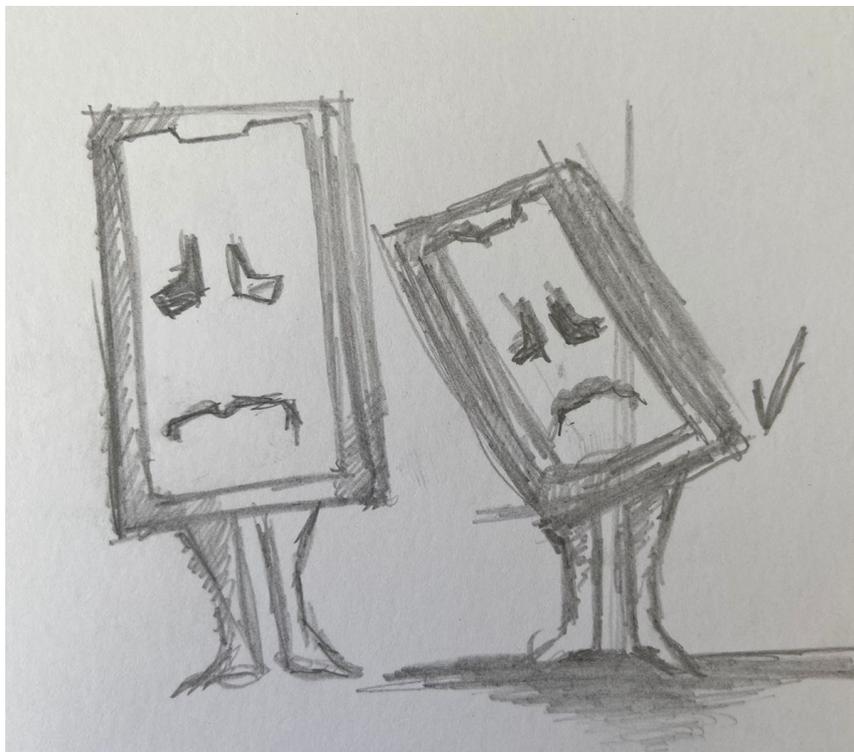
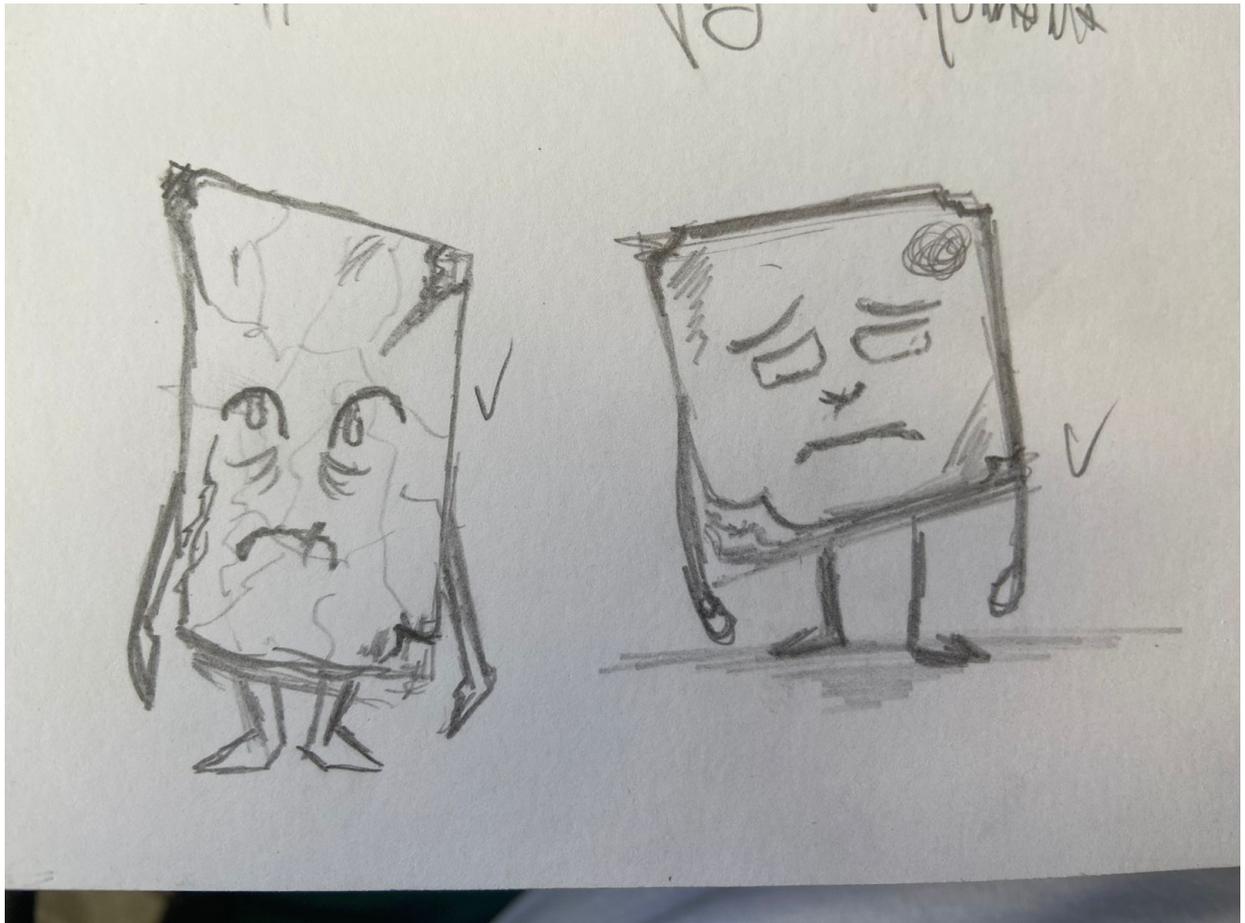
Tristeza

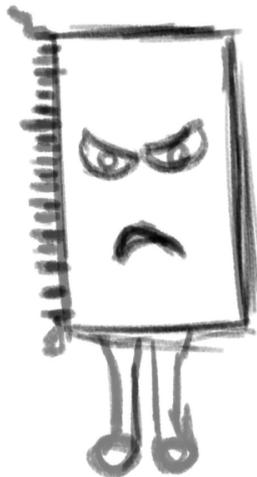
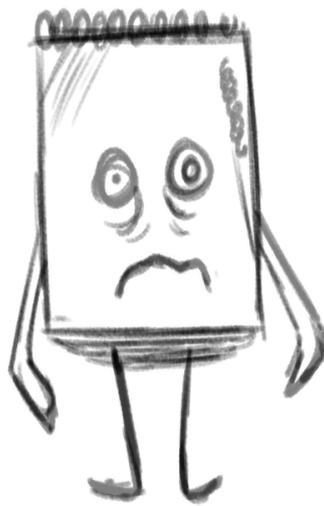
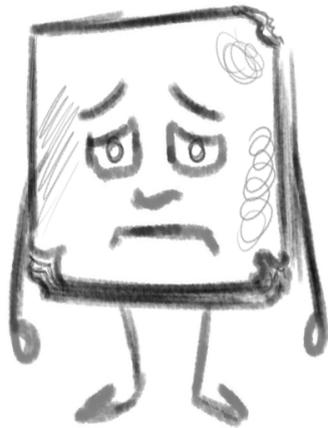
Cansaço, fadiga, tristeza.

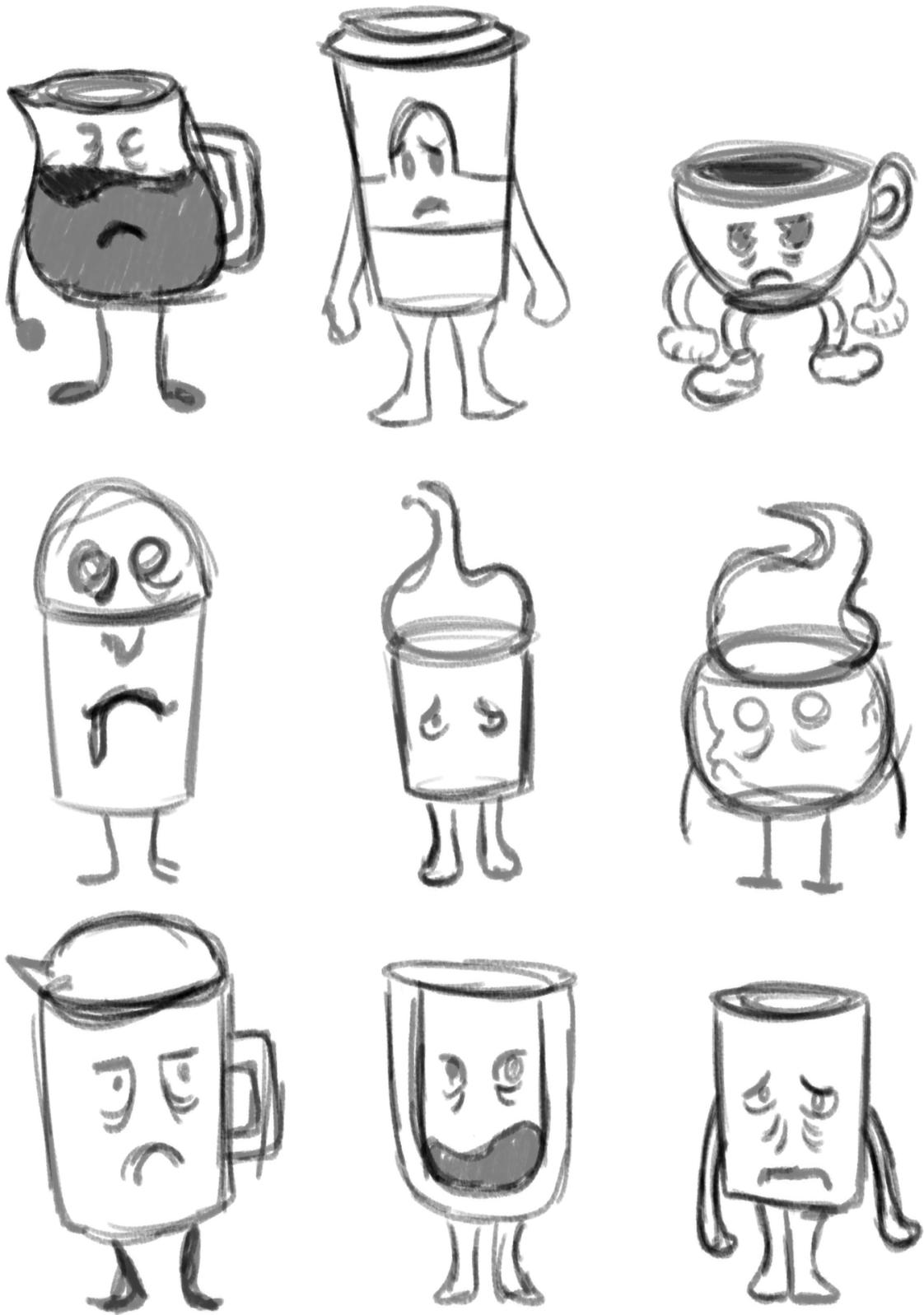
Tristeza.

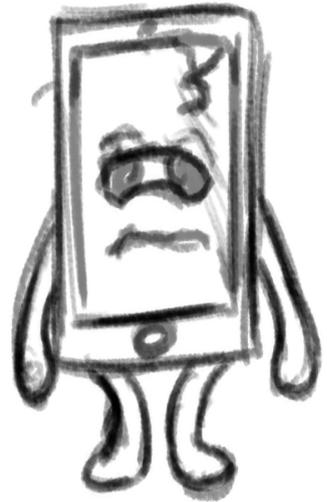
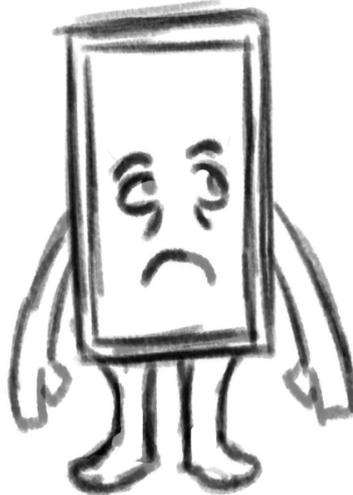
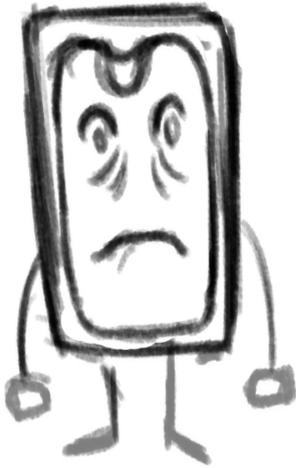
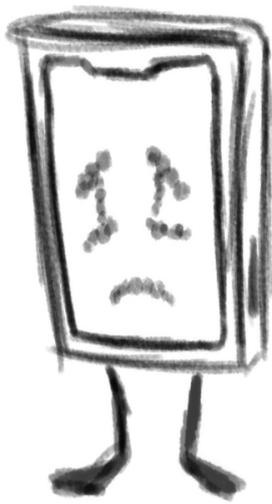
## APÊNDICE D - Geração de Alternativas



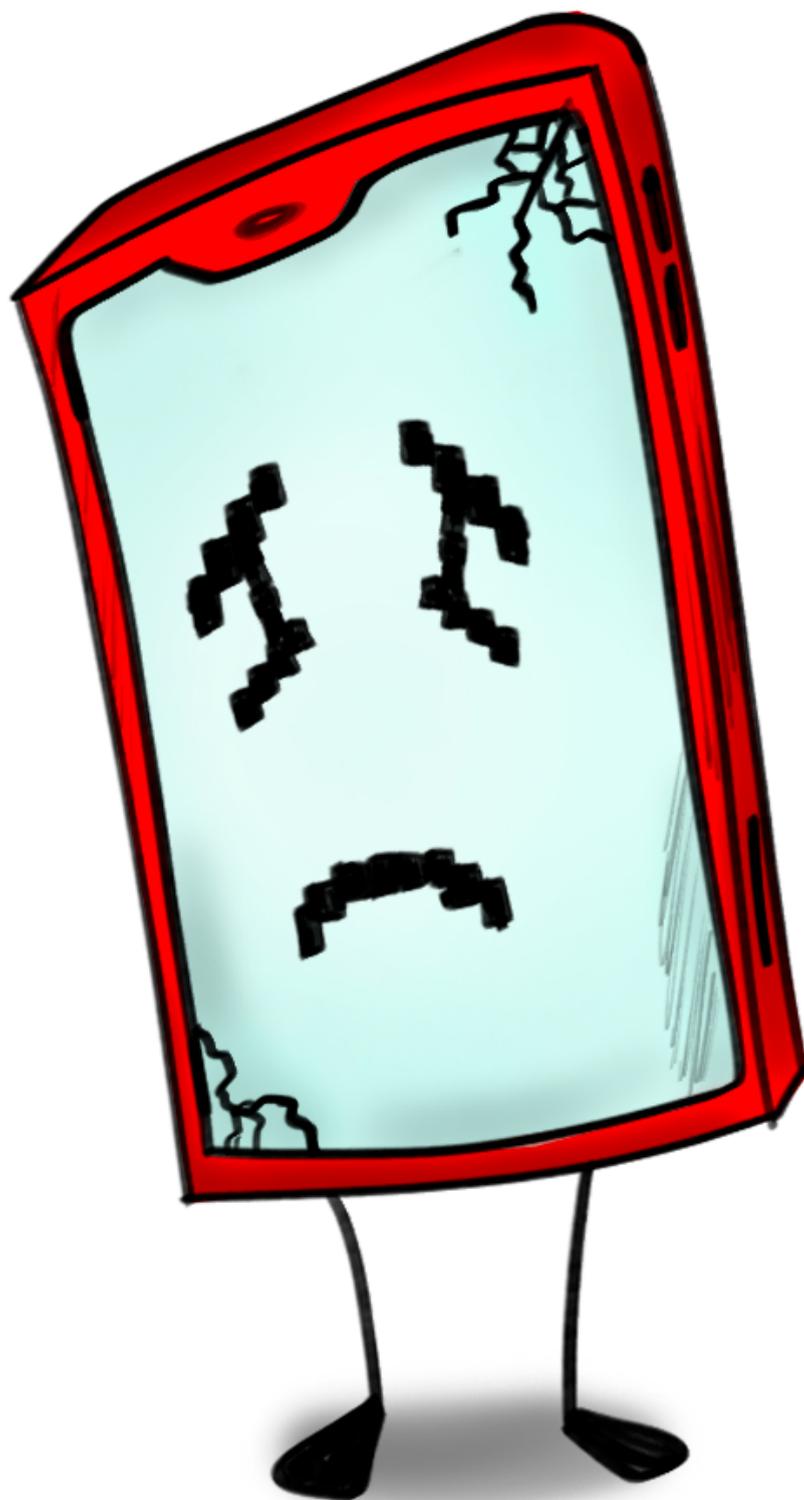


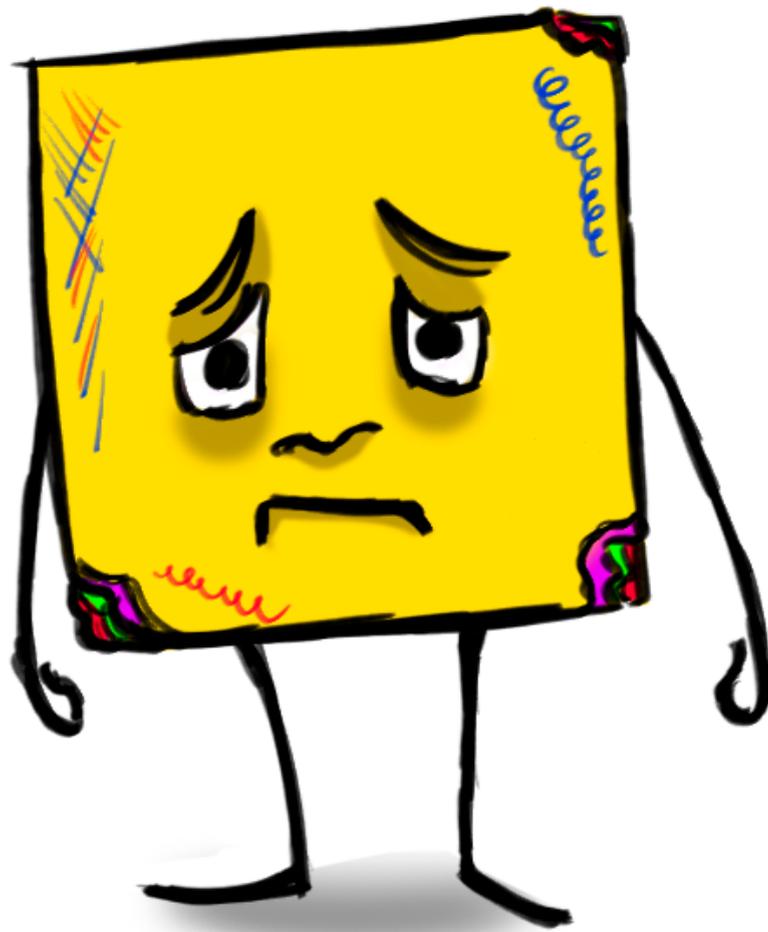


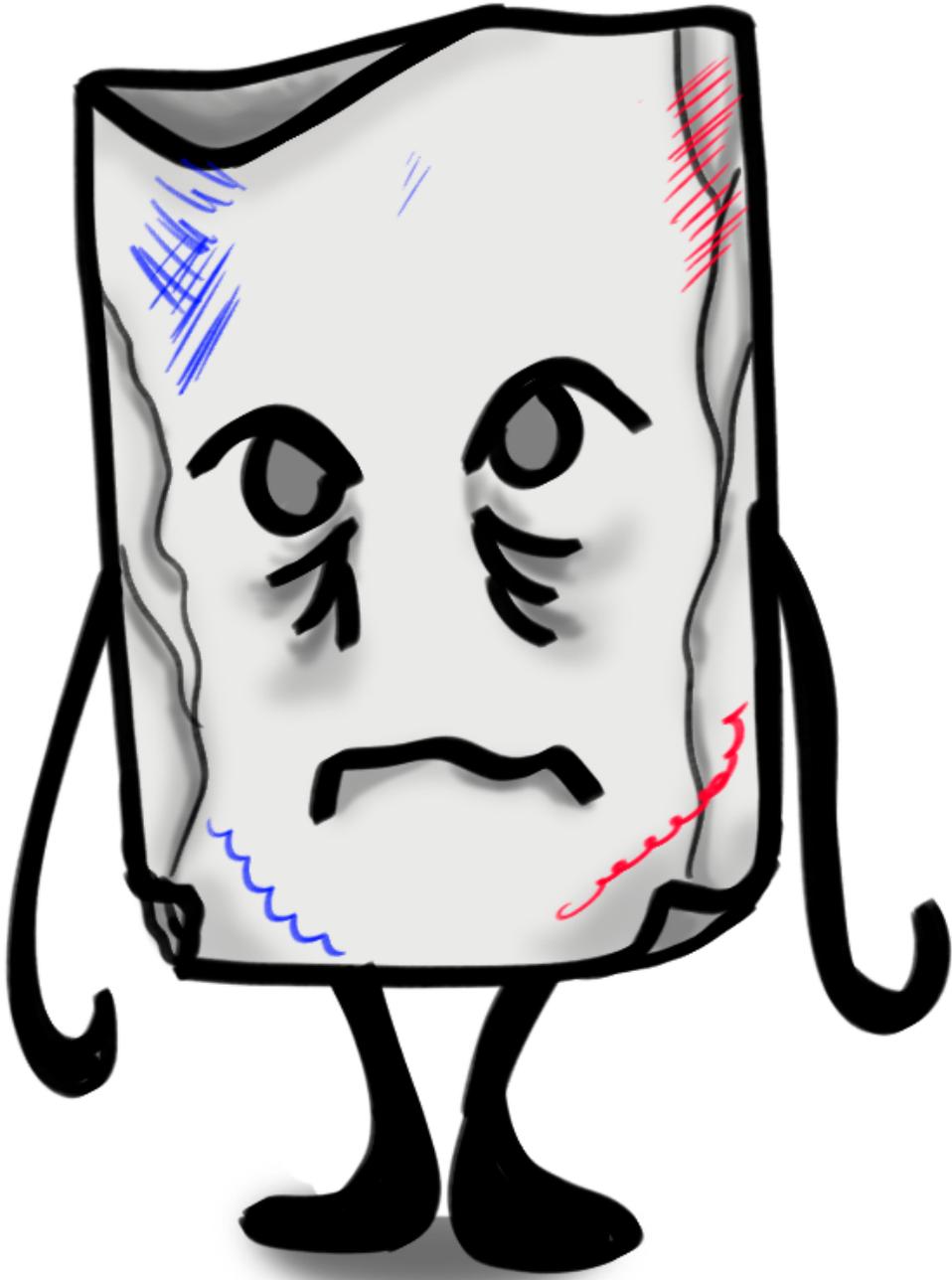


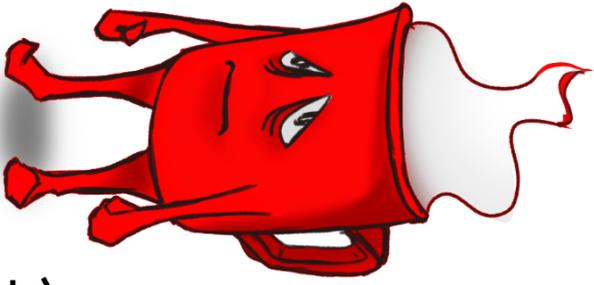




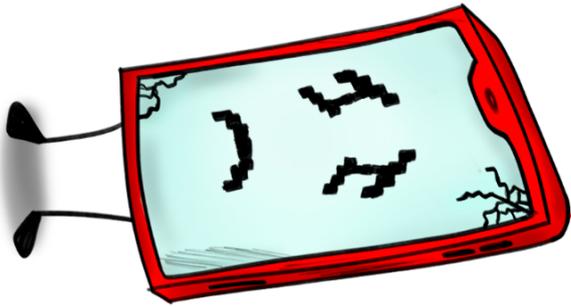




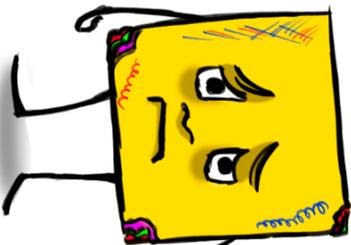




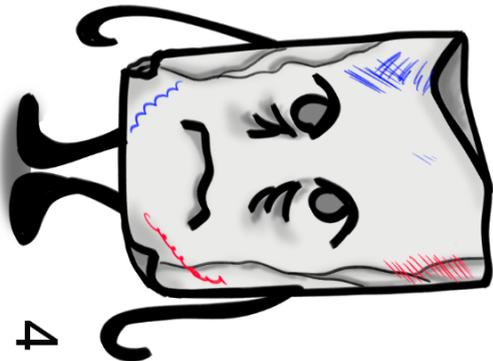
1



2

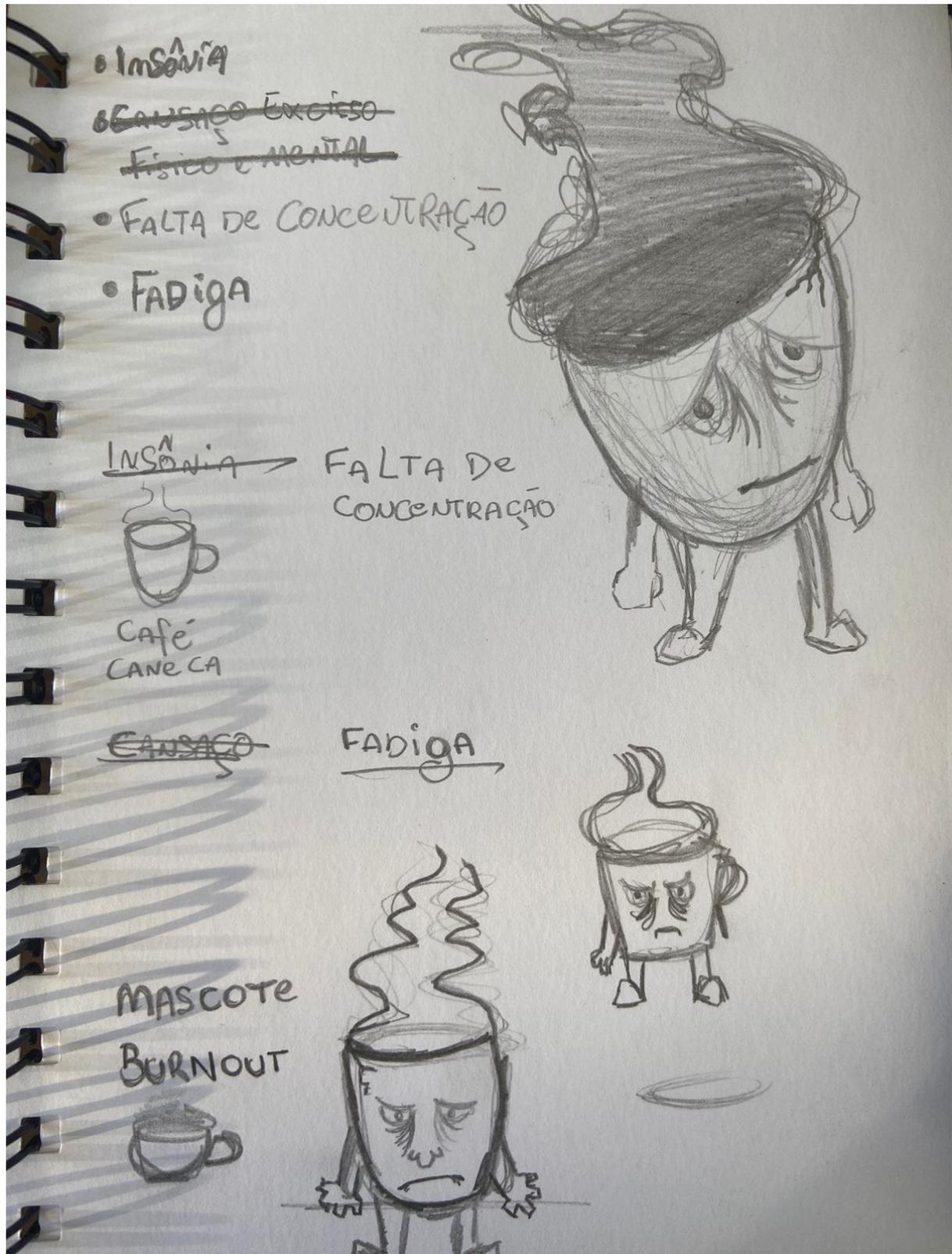


3



4

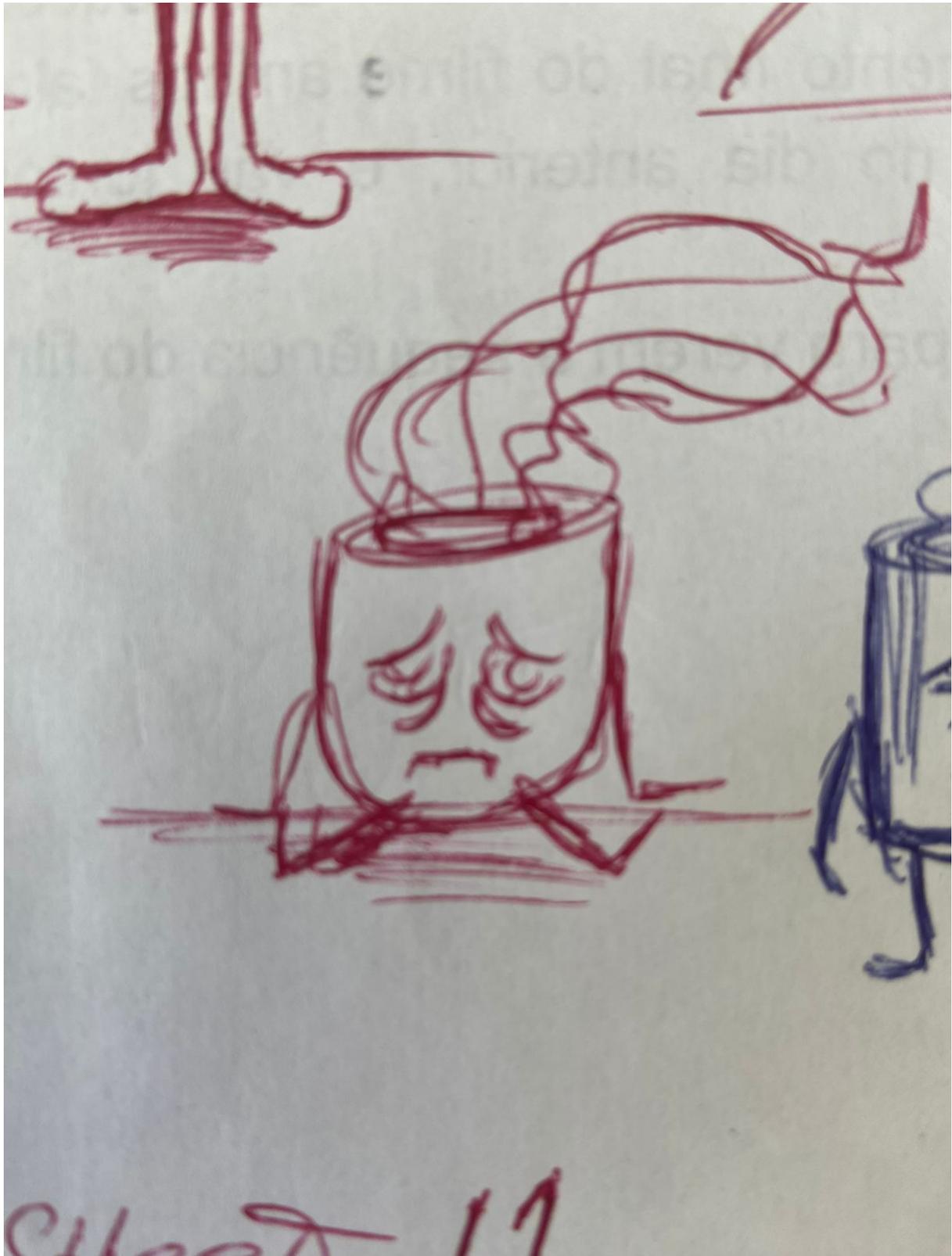
## APÊNDICE E - Refino o Design

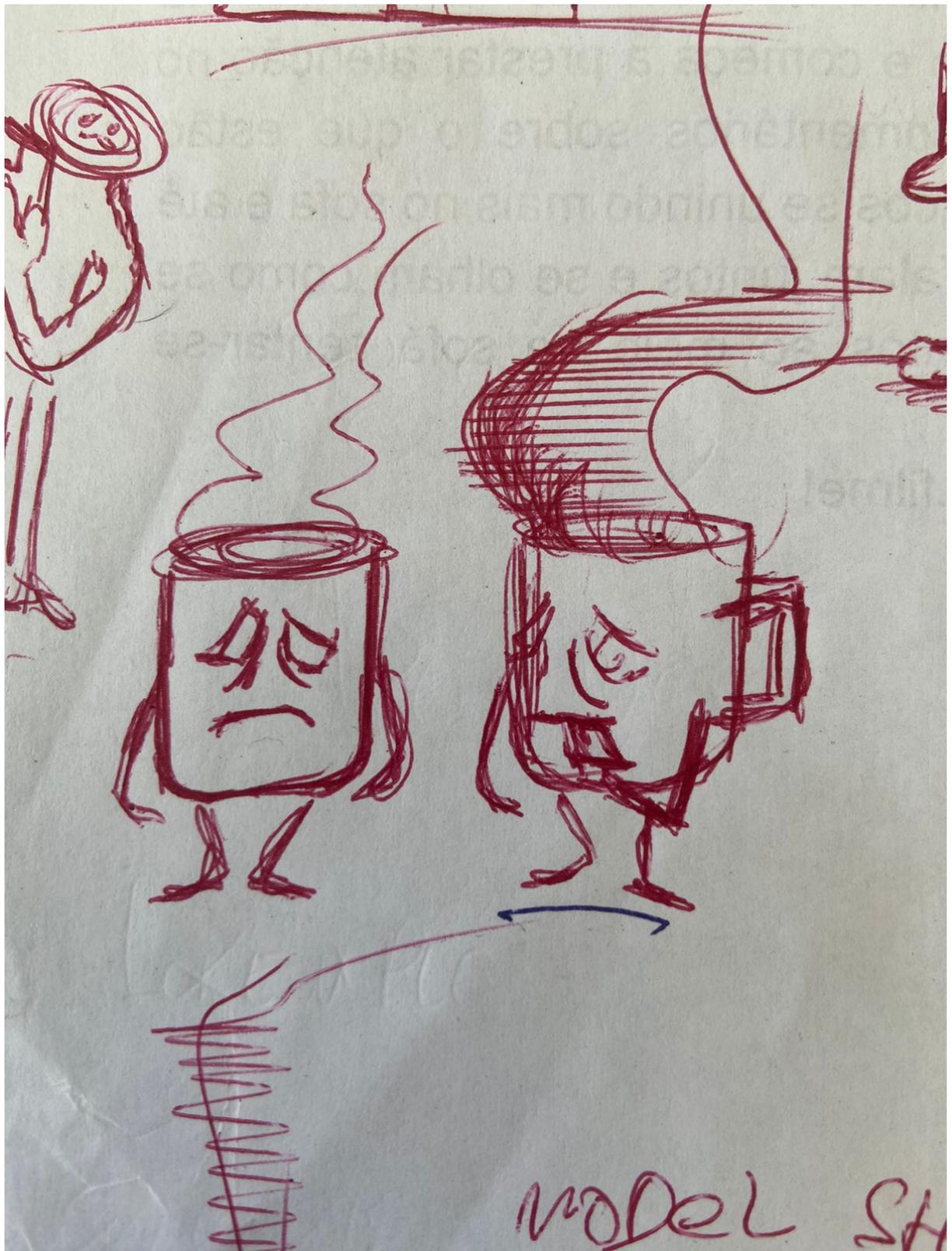


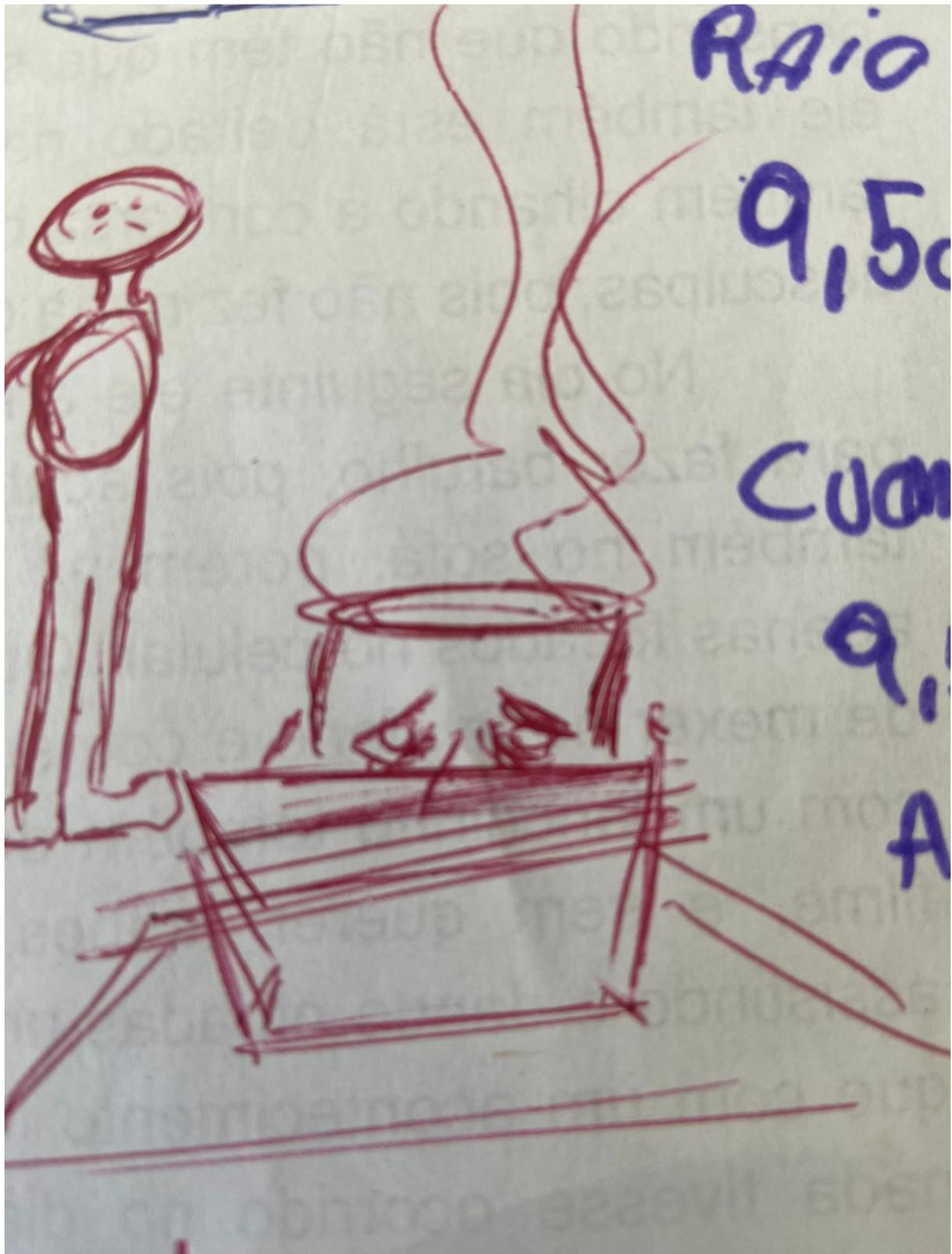




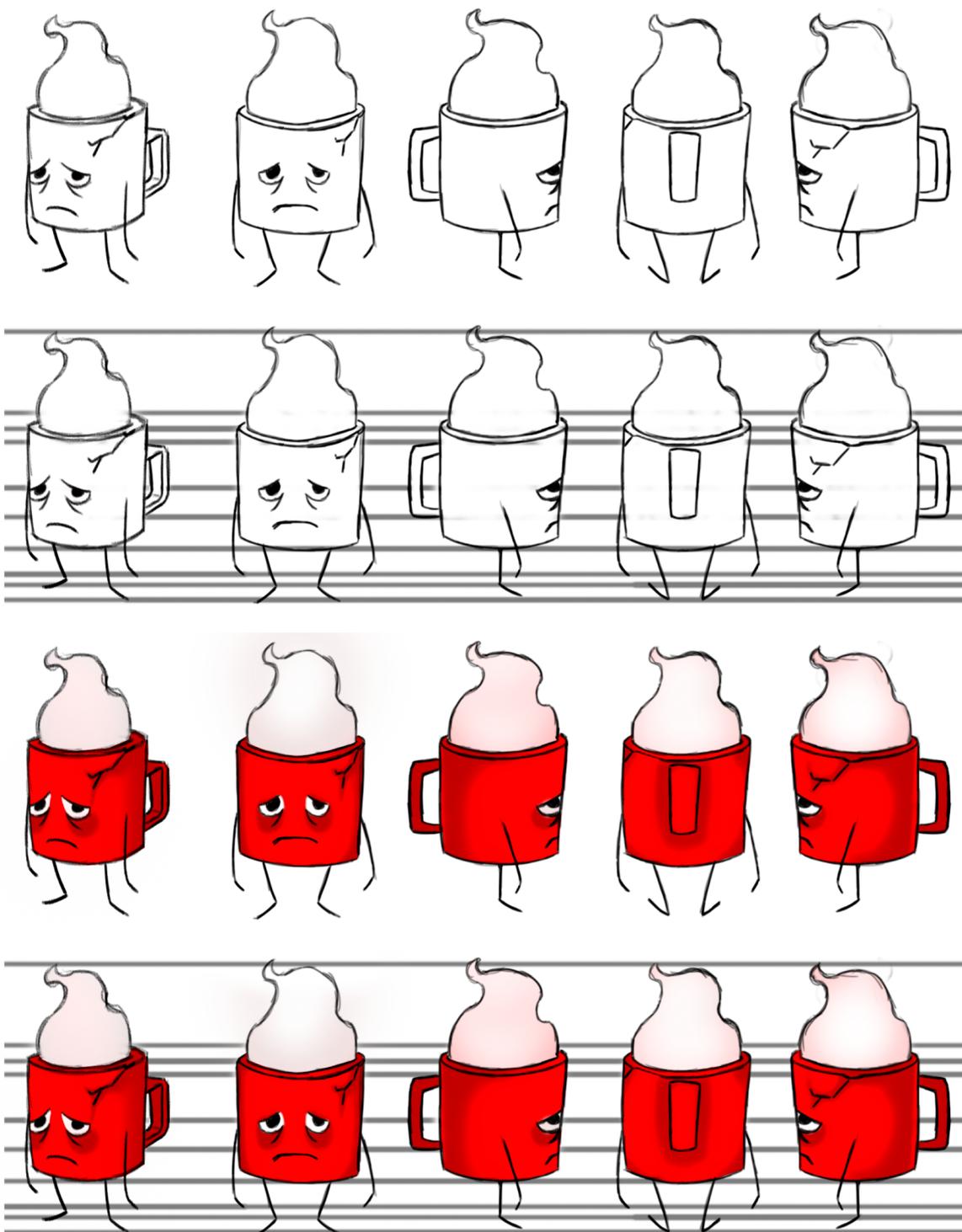


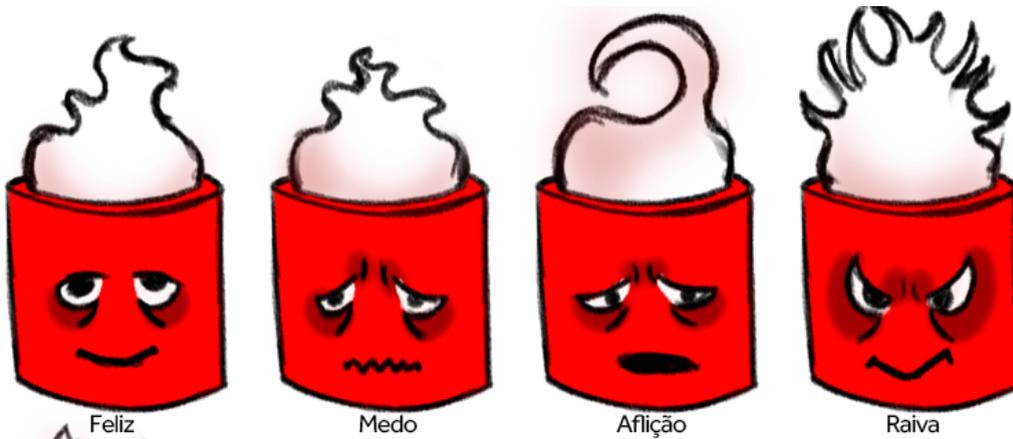
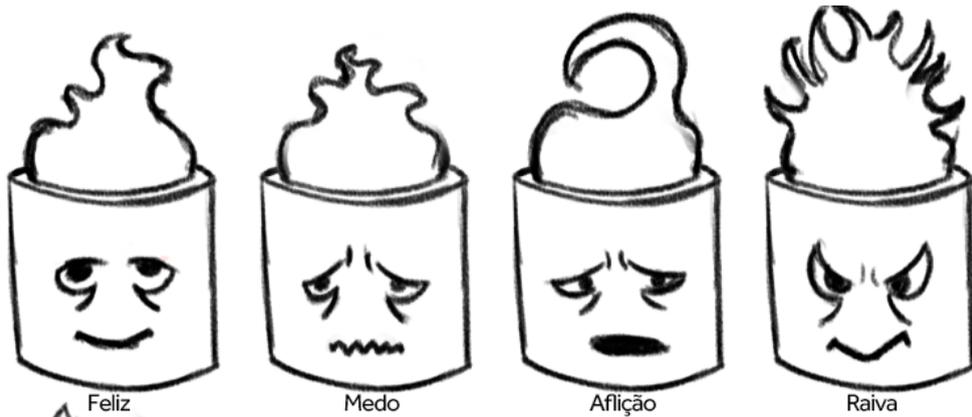


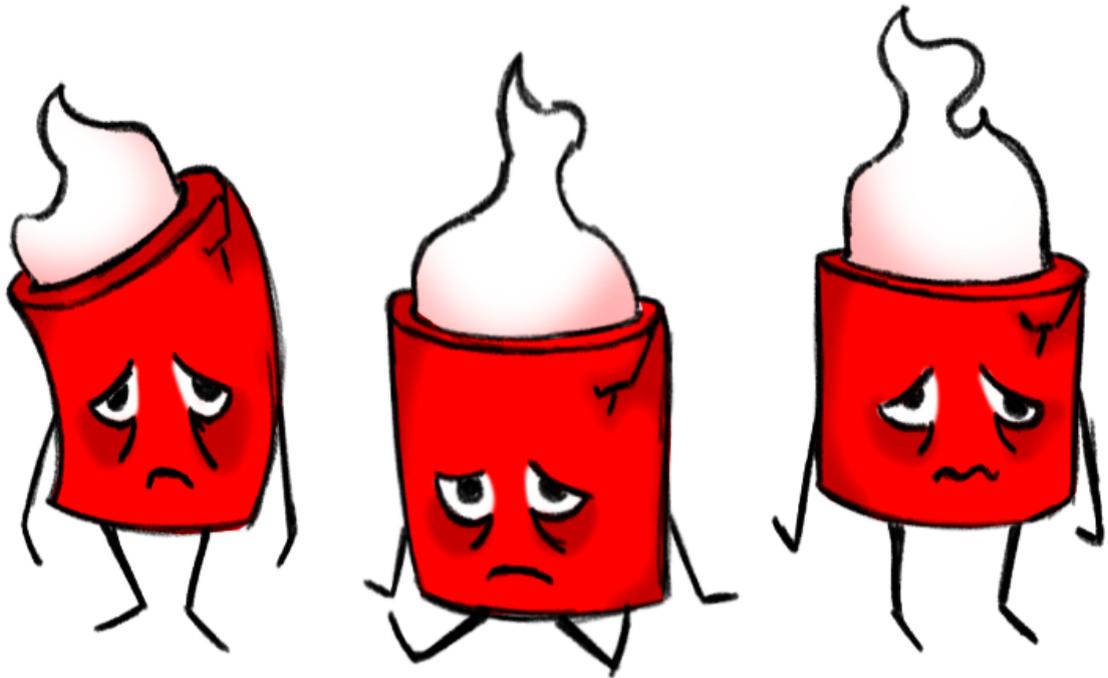
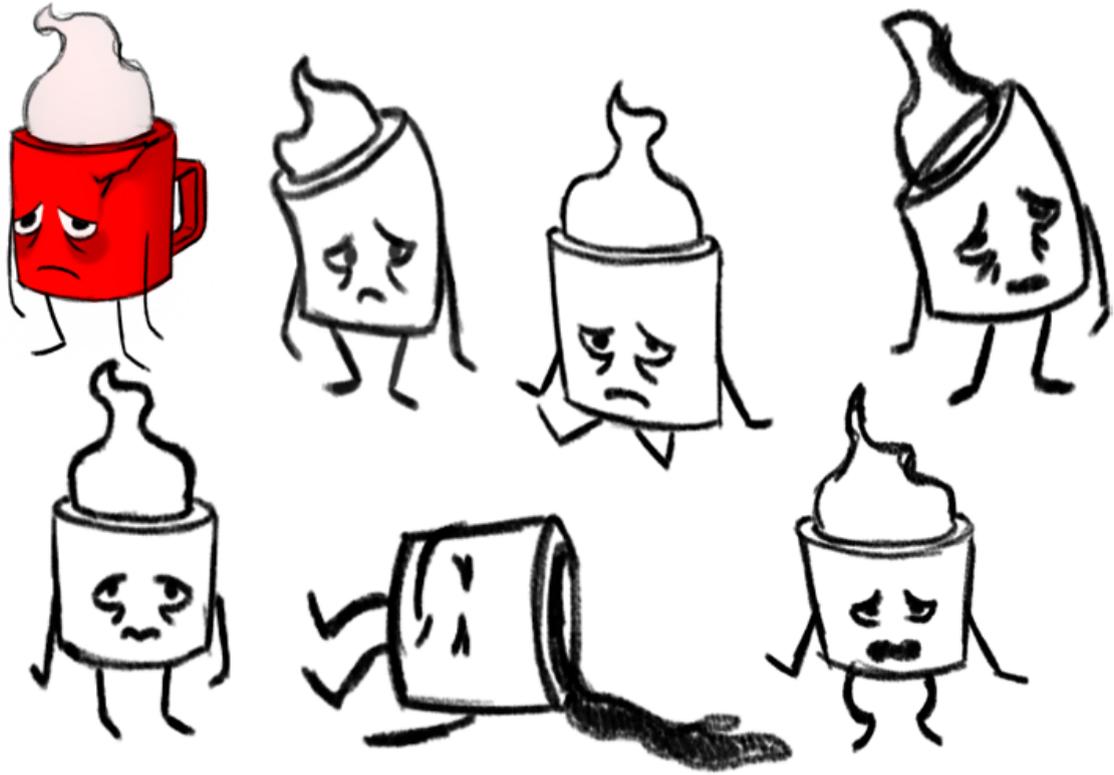


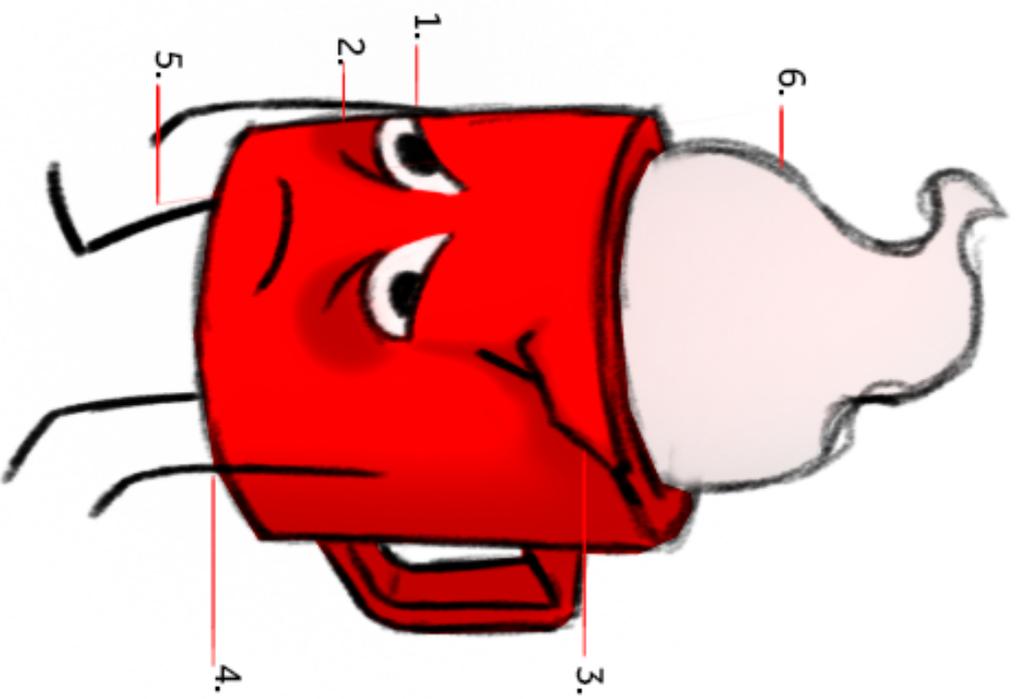


## APÊNDICE F - Modelo Final





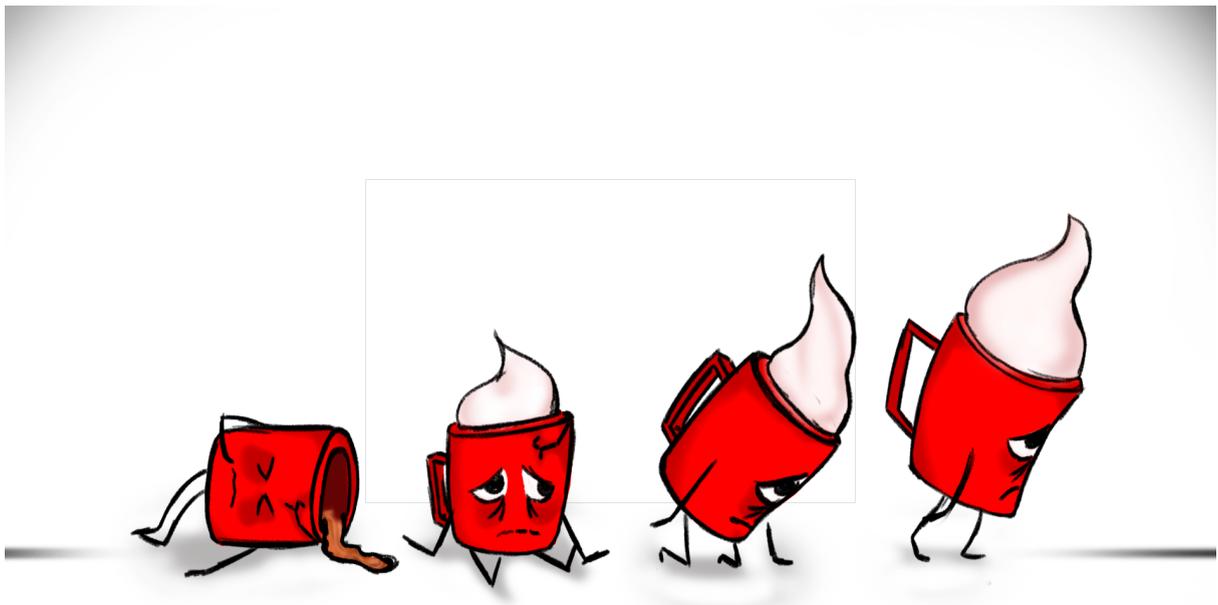




1. Olhos vazios e cansados
2. Insônia e cansaço físico
3. Dores de cabeça e cansaço mental
4. Membros caídos "arrastando no chão"
5. Membros frágeis
6. Cabeça em chamas.

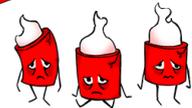






## Conheça a Síndrome de Burnout

Se sente mal com seu trabalho?



Você não está só  
procure tratamento e ajuda

Trabalho em excesso  
Cansaço  
Mudanças de humor

Eu só paro  
quando ele para

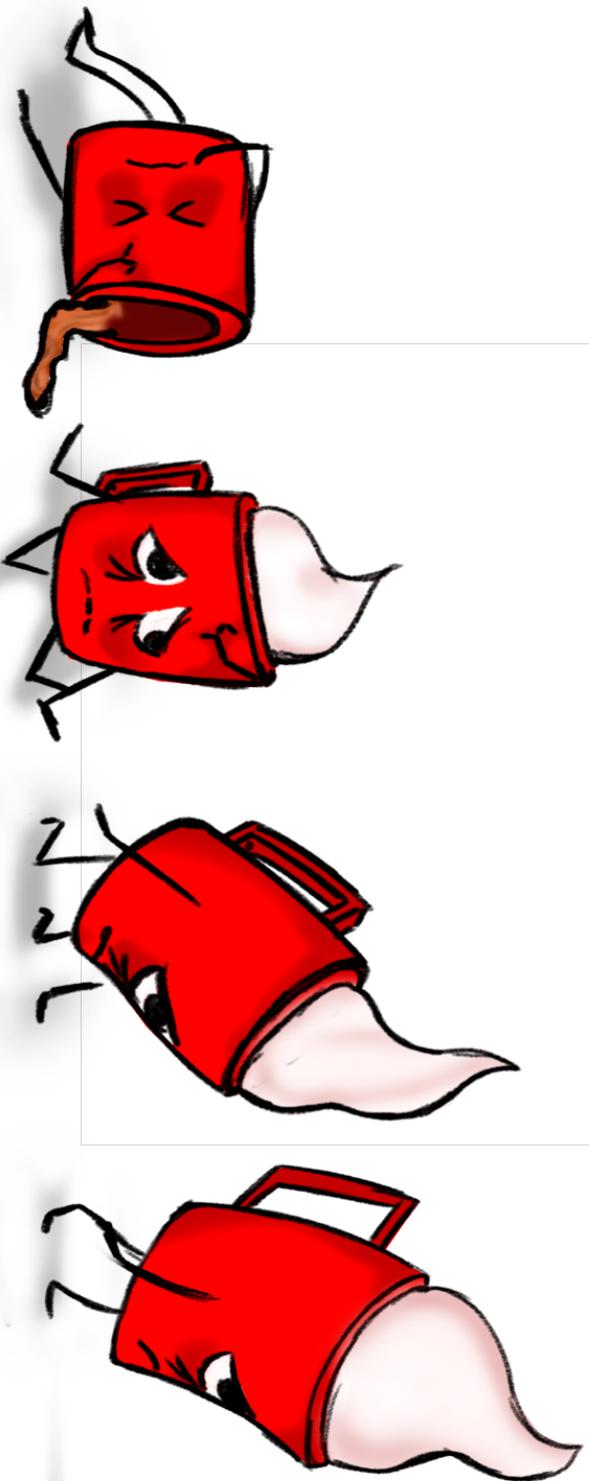
## Conheça a Síndrome de Burnout

Seu ambiente de trabalho parece o dele ?



conheça a  
**Síndrome de Burnout e seus sintomas**

É assim que **sente** ao ir **trabalhar** ?  
pode ser **mais** que apenas **o cansaço**



conheça a **Síndrome de Burnout**

