

DESIGN E DEPRESSÃO

ANA PAULA DE SOUZA¹; ROBERTA COELHO BARROS²

¹Universidade Federal de Pelotas – napaulasza@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – robertabarros@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O seguinte resumo apresenta primeira parte da pesquisa que está sendo desenvolvida para o meu Trabalho de Conclusão de Curso, na graduação em Design Gráfico.

A pesquisa pretende discutir a importância do Design Social através da visão de diferentes autores, de forma a compreender a relevância profissional do designer para a sociedade. O foco da parte prática, desenvolvida em momento posterior, será criar uma campanha para alertar sobre a depressão.

2. METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa é qualitativa, de acordo com Godoy(1995), uma abordagem que valoriza o contato direto e prolongado do pesquisador sobre o que está sendo estudado. Engloba também os elementos de pesquisa exploratória. Gil (2002) revisão bibliográfica, conhecendo o que vários autores já falaram sobre o assunto, e entrevistas.

No primeiro momento abordo as definições sobre Design Social, através de Braga (2011) em O papel social do Design Gráfico, que apresenta diversos artigos de autores brasileiros sobre o assunto. Utilizo também o *Designing for Social Change*, de Andrew Shea (2012), que tem um passo a passo metodológico de como desenvolver trabalhos de design com e para uma comunidade.

Já na segunda parte, para estudar a depressão e como ela é vista pela sociedade, foram recolhidos dados principalmente de fontes online.

As principais fontes são o site da Organização Mundial da Saúde¹, que tem muito material de apoio e artigos sobre o tema, e o site brasileiro do CVV - Centro de Valorização da Vida², que é referência para atendimentos de pessoas com risco de suicídio no Brasil, e tem várias cartilhas destinadas a diversos públicos-alvo, inclusive uma para comunicadores, que pode ser muito útil neste trabalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A questão sobre até que ponto o designer realmente é responsável pela mensagem transmitida fomenta discussões constantes na comunidade profissional. Frascara (apud YAMAMOTO, 2014) comenta que para o profissional atuar significativamente, é necessário preocupar-se não só com a maneira de comunicar, mas também com o conteúdo de suas comunicações.

¹ Site oms

² Site cvv

Esta é uma discussão que remonta há décadas, como o manifesto First Things First³, organizado por Ken Garland em 1963 e publicado em 1964, em que se é questionado como os designers podem (e devem) usar suas habilidades não apenas a serviço da publicidade e fins somente comerciais, mas também para criar coisas que sejam úteis e benéficas para a sociedade, como melhorias na educação e serviços públicos. Nos anos 2000⁴ o manifesto foi atualizado, e o texto reforça como os próprios designers estão cada vez mais direcionados apenas a trabalhos comerciais, criando coisas supérfluas ao invés de usar as habilidades para solucionar problemas em questões mais relevantes. Dessa vez o manifesto sugere que, para quebrar esse padrão, os profissionais devem se envolver mais em intervenções culturais, como publicações de livros, campanhas de conscientização sobre problemas atuais, exposições, que busquem ajudar a sociedade a lidar com o crescente número de problemas sociais, ambientais e culturais que se sucedem.

A partir de trabalhos voltados a fins que não são prioritariamente comerciais, surgiu o termo “Design Social”, que não é uma terminologia com um consenso geral sobre seu significado.

Certos autores descartam esse termo pois acreditam que o design é essencialmente social, mesmo os trabalhos comerciais, Joaquim Redig (REDIG, 2011) defende que o termo é um pleonismo, já que não existe design sem ser voltado para a sociedade, se ele não é, então não é design.

Outros autores defendem que Design Social é aquele voltado para fins que trazem melhorias sociais, como Cynthia Smith em entrevista concedida a Fabiola Gerbase (2013), que conceitua o termo como sendo projetos que ao invés de explorar economias mais fracas, cria soluções para a pobreza e minimiza o impacto ambiental.

Andrew Shea (2012)) acredita que Design Social não deve ser visto com uma sub-especialidade do design, como Design Gráfico, de Produto, de Embalagem, mas sim uma atividade que depende das ferramentas e metodologias projetuais do design para contribuir para as necessidades de uma sociedade.

A consciência social pode existir sem o profissional se voltar apenas a projetos não lucrativos, pois seguir esse tipo de caminho pode ser muito limitador, é necessário encontrar o equilíbrio entre o tipo de projeto executado, saber que é possível ser consciente mesmo executando trabalhos comerciais.

Também é necessário lembrar que por mais que o designer esteja comprometido com seus ideais ele não é a solução total para os problemas sociais existentes, mas pode ser mais útil é dar visibilidade a algum problema (no caso desse projeto, a depressão) e assim ajudar a fomentar a busca de soluções com outros setores da sociedade.

A depressão é uma doença mental, e doenças mentais têm a particularidade de não serem diagnosticadas e vistas apenas fisicamente. Isto contribui para o aumento do estigma sobre a doença, faz com que as pessoas que sofrem com ela se sintam envergonhadas de admitir o problema, ou também não consigam perceber que o problema realmente existe, já que os sintomas são internos e emocionais.

³ Disponível em: <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/> Acesso em 29/05/2016

⁴ Disponível em: <https://maxb.home.xs4all.nl/ftf2000.htm> Acesso em 29/05/2016

O diagnóstico da doença é algo delicado pois não existe uma regra de conjunto de sintomas que o paciente pode ter. A Organização Mundial da Saúde⁵ diz que os principais sintomas são: tristeza persistente, perda de interesse ou prazer, baixa de energia, sentimentos de culpa e de falta de valor próprio, sono e apetite desregulados, e dificuldade de concentração, mas estes podem variar, dependendo de fatores pessoais dos indivíduos. A causa da depressão também não é única, ela é causada⁶ por uma combinação de fatores biológicos, psicológicos e sociais. Com isso, o tratamento também não é realizado somente com um médico, na maioria dos casos, é feito com terapia psicológica e o auxílio de medicação. O tempo para recuperação não é algo que possa ser previsto, o tratamento todo é um grande processo, em que o paciente tem o papel mais importante, mas o entorno dele também tem uma grande influência sobre os resultados atingidos. Pensar no entorno, em como o meio ambiente pode influenciar na vida dos depressivos é o ponto que quero atingir com o meu trabalho.

4. CONCLUSÕES

Foi constatado o quão relevante é abordar o tema da depressão, já que a pesquisa mostra que muitas pessoas são afetadas pela doença, e que uma das maneiras mais efetivas de auxiliar os afetados é falar sobre o assunto, estar disponível para ouvir e dar apoio, quebrar preconceitos e estigmas relacionados ao problema, para que as pessoas se sintam confortáveis para admitir que algo está errado e receber o auxílio adequado para tratar a doença.

A importância do design nesse assunto é percebida pois ele pode ser uma ferramenta poderosa de comunicação, e a responsabilidade social do profissional deve estar presente no desenvolvimento de seu trabalho.

O design pode não curar doenças, mas com uma visão ampla e empática, é possível criar um projeto que dê visibilidade à doença e, com isso, informar a sociedade sobre o que a depressão realmente é, para se quebrar os preconceitos que existem em volta dela.

⁵Disponível em:

http://www.who.int/mental_health/management/depression/who_paper_depression_wfmh_2012.pdf?ua=1 Acesso em 21/04/16

⁶ Disponível em: <http://www.helpguide.org/articles/depression/depression-signs-and-symptoms.htm>
Acesso em 14/06/16

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

REDIG IN BRAGA, Marcos da Costa, 2011. **O papel social do design gráfico**, São Paulo - SP

Documentos eletrônicos

GERBASE, Fabíola, 2013, Disponível em <<http://oglobo.globo.com/rio/o-design-social-cria-solucoes-para-pobreza-afirma-curadora-de-museu-em-nova-york-10496274#ixzz486lrFJ9e>> Acesso em 29/05/2016

Livro

GIL, Antônio Carlos, 1946- **Como elaborar projetos de pesquisa**, São Paulo : Atlas, 2002

Artigo

GODOY, Arilda S, 1995b. Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresa**. São Paulo, v.35, 3: 20-29.

Documentos eletrônicos

Manifesto First Things First - 1964, Disponível em: <http://www.designishistory.com/1960/first-things-first/>. Acesso em 29/05/2016

Documentos eletrônicos

Manifesto First Things First - 2000, Disponível em: <https://maxb.home.xs4all.nl/ftf2000.htm>. Acesso em 29/05/2016

Documentos eletrônicos

OMS. **Depression, a global health concern**. Disponível em: http://www.who.int/mental_health/management/depression/who_paper_depression_wfmh_2012.pdf?ua=1. Acesso em 21/04/16

Livro

SHEA, Andrew. 2012. **Designing for social change**.

Documentos eletrônicos

SMITH, Melinda; SEGAL, Jeanne. **Depression Symptoms and Warning Signs**. Disponível em: <http://www.helpguide.org/articles/depression/depression-signs-and-symptoms.htm>. Acesso em 14/06/16

Tese/Dissertação/Monografia

YAMAMOTO, Ricardo. **Papel Social do Designer Gráfico: Realidades e Premissas**. Usp. 2014