

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM INOVAÇÃO NA
COMUNICAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO**

LEANDRO BOTELHO

**PRECONCEITO EM RELAÇÃO À DEPRESSÃO:
Comunicação para qualidade de vida no ambiente universitário**

**SÃO CAETANO DO SUL
2022**

LEANDRO BOTELHO

**PRECONCEITO EM RELAÇÃO À DEPRESSÃO:
Comunicação para qualidade de vida no ambiente universitário**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado Profissional em Inovação na Comunicação de Interesse Público da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Inovação na gestão e produção da comunicação de interesse público.

Linha de Pesquisa: Produção e Recepção da Informação Pública

Orientador: Prof. Dr. João Batista Freitas Cardoso

São Caetano do Sul
2022

FICHA CATALOGRÁFICA

BOTELHO, L.

Preconceito na Depressão:

Comunicação para qualidade de vida no ambiente universitário / Leandro Botelho – São Caetano do Sul: USCS / Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2022

128 p.

Orientador: Prof. Dr. João Batista Freitas Cardoso

Dissertação (Mestrado) – USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul
Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado Profissional em Inovação na Comunicação de Interesse Público – 2022.

1. Preconceito. 2. Narrativa Transmídia. 3. Estudante Universitário. 4. Comunicação de Interesse Público. I. CARDOSO, J.B.F. II Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-graduação em Comunicação. III Título.

**Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul
Prof. Dr. Leandro Campi Prearo**

**Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa
Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro**

**Gestão do Programa de Pós-graduação em Comunicação
Profa. Dra. Regina Rossetti**

Dissertação defendida e aprovada em 22/02/22 pela Banca

Examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. João Batista Freitas Cardoso (orientador)

Prof. Dr. Alan César Belo Angeluci (USCS)

Prof. Dr. Arquimedes Pessoni (USCS)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, José Rômulo Botelho e Maria Helena Botelho, verdadeiras razões de qualquer conquista que eu tenho nessa vida. Meu caráter e personalidade honesta vêm de vocês. Obrigado pelo incentivo constante aos estudos, respeito pelo meu espaço e confiança nas minhas decisões. Eu amo vocês.

Ao Jorge Oyafuso, pelo suporte constante e porto seguro. Agradeço por ser o meu melhor amigo, companheiro e namorado, que acredita em cada passo que resolvo avançar em minha jornada. Nós cantamos, alegamos. Nós contamos todas as histórias.

Ao Mike Lopes, que chegou como novo diretor, provou ser um líder gigante e foi além: virou um amigo importante. A porta que você abriu e a mão que me estendeu fizeram 2021 se tornar um ano único na minha vida. E lembre-se: a sua história do silêncio fez toda a diferença. Gratidão por tudo.

Ao Nightwish, amigo distante, mas tão próximo, que há 20 anos tem deixado a minha jornada nessa Terra ainda mais viva com conhecimento. Toda a poesia do mundo, finalmente, faz sentido para mim.

Ao meu orientador, Professor Doutor João Batista Freitas Cardoso, que desde o início do Mestrado esteve à disposição para me atender com perguntas e respostas. Obrigado por compartilhar comigo suas visões e conhecimentos tão vastos. Respeito e gratidão, por tudo.

Aos professores do PPGCOM, pelo compromisso com o ensino e por acreditarem que eu era capaz. Vocês fazem a diferença.

À Universidade Municipal de São Caetano do Sul, minha eterna gratidão. Tudo o que eu tenho, no âmbito pessoal e profissional, devo a esta Instituição que me formou publicitário e, agora, mestre em comunicação. Aonde quer que eu vá, levantarei a bandeira USCS com muito orgulho.

Em memória à Profa. Dra. Lourdes Bandeira Batista, que gentilmente participou da banca de qualificação e fez contribuições que enriqueceram todo este projeto. Descanse em paz. Gratidão por todo o conhecimento compartilhado. O seu legado na educação será eterno.

RESUMO

Segundo dados da OMS, em 2017 cerca de 300 milhões de pessoas sofriam de depressão no mundo todo. Delimitando o público para jovens universitários, o número de estudantes que têm depressão também tem sido crescente, segundo apontamento de uma pesquisa realizada pela ANDIFES (2018). A popularidade do tema depressão nos últimos 20 anos contribuiu para uma série de produtos midiáticos que abordam a doença, como: filmes, seriados, jogos de videogame e histórias em quadrinhos, porém, poucos deles têm foco no preconceito e discriminação à doença relacionada ao ambiente universitário, foco desse estudo. O objetivo da presente pesquisa é compreender o problema da depressão no ambiente universitário e, assim, identificar elementos de narrativas em produtos midiáticos que podem contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão, promovendo mais qualidade de vida no ambiente acadêmico. Este estudo figura como relevante, pois observou-se uma dualidade em instituições de ensino: o alto índice de estudantes que relatam ter depressão no ambiente acadêmico e carência de ações feitas pelas instituições, especialmente em produtos midiáticos, podendo resultar em um aumento na taxa de evasão e formação profissional insatisfatória. Portanto, a depressão é um problema de interesse público e este estudo propõe um produto midiático que visa incentivar o diálogo sobre a doença no ambiente universitário, reduzir o preconceito e gerar impactos positivos nas instituições de ensino. Para compreensão mais ampla do problema de pesquisa, assim como base para os resultados, definiu-se três eixos teóricos, a saber: (1) Preconceito e Discriminação em Relação à Depressão; (2) Jovem Universitário: Identidade e Interação Social; e (3) Depressão e Narrativas em Produtos Midiáticos. A metodologia da pesquisa foi aplicada em três etapas, sendo: (1) Revisão de Literatura, com base nos três eixos teóricos citados; (2) Análise Documental, a partir da seleção de três produtos midiáticos que abordam o tema depressão; e (3) *Design Science Research*, utilização parcial do método que tem como objetivo auxiliar o pesquisador na concepção de um novo produto. Observou-se como principais resultados que o jovem no ambiente universitário está em uma fase de mudanças e adaptações, até mesmo sobre sua própria identidade, o que demanda uma série de habilidades sociais e relação interpessoal. Os produtos midiáticos que abordam a depressão analisados no estudo foram: (1) Falar Inspira Vida (2019), um movimento de conscientização sobre a depressão; (2) Lenin – The Lion (2019), um jogo de videogame; e (3) Depression Quest (2013), um jogo *web*. Em sua maioria, os produtos midiáticos focam nos sintomas da doença e dificuldades de quem convive com o problema, fator importante na representação do tema, mas não têm foco nas falas de preconceito e discriminação. Assim, como resultado da pesquisa, criou-se o produto de comunicação “Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário”, um produto transmídia formado por site, vídeos curtos para redes sociais digitais, documentário e aplicativo, com o objetivo de incentivar o diálogo sobre preconceito e depressão no ambiente universitário.

Palavras-chave: depressão; preconceito; narrativa transmídia; estudante universitário; comunicação de interesse público.

ABSTRACT

According to WHO data (2017), around 300 million people suffer from depression worldwide. Delimiting the public to young university students, the number of students who have depression has also been growing, according to a survey carried out by ANDIFES (2018). The popularity of the depression theme in the last 20 years has contributed to a series of media products that address the disease, such as: movies, series, video games and comic books, however, few of them focus on prejudice and discrimination related to the disease. university, focus of this study. The objective of this research is to understand the problem of depression in the university environment and, thus, identify elements of narratives in media products that can contribute to fighting prejudice against depression, promoting better quality of life in the academic environment. This study is relevant, as a duality was observed in educational institutions: the high rate of students who report having depression in the academic environment and lack of actions taken by institutions, especially in media products, which may result in an increase in the rate dropout and unsatisfactory professional training. Therefore, depression is a problem of public interest and this study proposes a media product that aims to encourage dialogue about the disease in the university environment, reduce prejudice and generate positive impacts on educational institutions. For a broader understanding of the research problem, as well as the basis for the results, three theoretical axes were defined, namely: (1) Prejudice and Discrimination in relation to Depression; (2) Young University Student: Identity and Social Interaction; and (3) Depression and Narratives in Media Products. The research methodology was applied in three stages, namely: (1) Literature Review, based on the three theoretical axes mentioned; (2) Document Analysis, based on the selection of three media products that address the topic of depression; and (3) Design Science Research, partial use of the method that aims to assist the researcher in designing a new product. It was observed as main results that young people in the university environment are in a phase of changes and adaptations, even regarding their own identity, which demands a series of social skills and interpersonal relationships. The media products that address depression analyzed in the study were: (1) Falar Inspira Vida (2019), an awareness movement about depression; (2) Lenin – The Lion (2019), a video game; and (3) Depression Quest (2013), a web game. Most of the media products focus on the symptoms of the disease and the difficulties of those who live with the problem, an important factor in the representation of the theme, but they do not focus on the speeches of prejudice and discrimination. Thus, as a result of the research, the communication product “Stories of Silence: Voices of Depression in the University Environment” was created, a transmedia product consisting of a website, short videos for digital social networks, a documentary and an application, with the aim of encouraging dialogue about prejudice and depression in the university environment.

Keywords: depression; prejudice; transmedia narrative; university student; communication of public interest.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1 - Cartazes da campanha “Let’s Talk” (2017)	25
Quadro 1 - Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde (CID)	42
Figura 2 - Tirinha “Depression”	55
Figura 3 - Tirinha “Depression – The Video Game”	55
Figura 4 - Tirinha “Internet”	55
Figura 5 - Artes postadas no site Boredpanda	56
Figura 6 - Série de fotos de Christian Hopkins	57
Figura 7 - Imagem conceito de Assassin’s Creed (2006).....	60
Figura 8 - Quadrinhos de Assassin’s Creed	61
Figura 9 - Livros de Assassin’s Creed	61
Figura 10 - Cartaz digital do longa metragem de Assassin’s Creed.....	62
Quadro 2 - Roteiro macro para Análise Documental da Pesquisa	66
Figura 11 - Página inicial do site Falar Inspira Vida	70
Figura 12 - Guias digitais no site Falar Inspira Vida	71
Figura 13 - Cena do vídeo institucional do Falar Inspira Vida	72
Figura 14 - Cena do vídeo institucional Falar Inspira Vida	73
Figura 15 - Título do documentário Existir e Resistir.....	74
Figura 16 - Tela inicial do jogo Jornada do Acolhimento.....	76
Figura 17 - Seleção de personagem em Jornada do Acolhimento.....	77
Figura 18 - Opções de histórias disponíveis.....	77
Figura 19 - Personagem do jogo na estação do metrô	79
Figura 20 - Mensagem na estação de metrô do jogo	80
Figura 21 - Muro chamado Quebre os Estigmas.....	81
Figura 22 - Frase sobre preconceito na depressão.....	82
Figura 23 - Tela final do jogo Jornada do Acolhimento	83
Figura 24 - Lenin, o leão protagonista de Lenin - The Lion	84
Figura 25 - Lenin, o vilão Isaac e outros inimigos	86
Figura 26 - Lenin sendo abraçado na Vila da Ilusão	87
Figura 27 - Os vilões <i>Hopelessness</i> e Isaac	88
Figura 28 - Texto informativo sobre <i>Depression Quest</i>	90
Figura 29 - Texto de introdução de <i>Depression Quest</i>	90

Figura 30 - Texto descrevendo a situação do personagem	91
Figura 31 - Personagem em um contexto de socialização	93
Figura 32 - Medidor de Depressão de Depression Quest	94
Figura 33 - Medidor de depressão com texto alterado	94
Figura 34 - Texto final de Depression Quest	95
Figura 35 - Imagem utilizada em Depression Quest	96
Quadro 4 - Roteiro da Análise Documental como diretriz para criação do produto	99
Quadro 5 - Cronograma de desenvolvimento inicial da proposta de produto	102
Quadro 6 - Devolutiva da profissional de saúde mental	105
Quadro 7 - Devolutiva do profissional de Marketing	105
Quadro 8 - Devolutiva dos alunos de instituição de ensino	105
Quadro 9 - Devolutiva da profissional de saúde mental	106
Quadro 10 - Devolutiva da profissional de Marketing	106
Quadro 11 - Devolutiva dos alunos de instituição de ensino	106
Quadro 12 - Devolutiva da profissional da área de saúde mental	106
Quadro 13 - Devolutiva do profissional de Marketing	106
Quadro 14 - Devolutiva dos alunos de instituição de ensino	107

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	21
1.1	Origem do Estudo	21
1.2	Problematização e Pergunta Problema	23
1.3	Objetivos	27
1.4	Justificativa do Estudo	27
1.5	Delimitação do Estudo	29
1.6	Vinculação à Área de Concentração e à Linha de Pesquisa	30
2	REFERENCIAL TEÓRICO	32
2.1	Preconceito e Discriminação em Relação à Depressão	33
2.1.1	Preconceito e Discriminação	33
2.1.2	Depressão como Fator Sócio Cultural	39
2.2	Jovem Universitário: Identidade e Interação Social	43
2.2.1	Crise de Identidade no Ambiente Universitário	44
2.2.2	Habilidades Sociais no Ambiente Universitário	47
2.3	Depressão e Narrativas Midiáticas	50
2.3.1	Narrativas Midiáticas como Modelos de Vida	51
2.3.2	Narrativas Midiáticas e a Representação da Depressão	52
2.3.2.1	Projeto Optipess	54
2.3.2.2	Expressões Artísticas	56
2.3.2.3	Série de Fotografias	56
3	NARRATIVA TRANSMÍDIA	58
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	64
5.1	Movimento Falar Inspira Vida	69
5.1.1	Jogo Jornada do Acolhimento	75
5.2	LENIN - THE LION (2019)	84
5.4	RESULTADOS DA ANÁLISE DOCUMENTAL	96
6	PRODUTO	100

6.1 Validação júri de especialistas	104
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
REFERÊNCIAS	113
APÊNDICE A – ROTEIRO DE AVALIAÇÃO ENVIADO AO JÚRI DE ESPECIALISTAS	118
APÊNDICE B – E-MAIL ENVIADO AO JÚRI DE ESPECIALISTAS.....	125
APÊNDICE C – ROTEIRO ORIENTATIVO DE AVALIAÇÃO	126

1 INTRODUÇÃO

1.1 Origem do Estudo

Há cinco anos, trabalho no Departamento de Marketing e Comunicação do Centro Universitário FEI, uma das principais instituições de ensino do país, nas áreas de Administração, Ciência da Computação e Engenharia, produzindo conteúdo audiovisual para finalidades acadêmicas e institucionais, integrando o corpo discente e docente. Nesse período em atividade, tenho tido a oportunidade de acompanhar e conviver com estudantes durante suas jornadas acadêmicas, desde o ingresso até a conclusão do curso superior. Uma das minhas principais demandas, além de produzir conteúdo e entrevistar estudantes, é realizar a gestão e monitoramento das redes sociais e interações diretas com a comunidade acadêmica: alunos, professores e funcionários.

Em meio às diferentes realidades, me atentei para o problema da depressão entre os universitários, condição causada não só por fatores genéticos ou externos à faculdade, mas principalmente pelas mudanças que o ambiente de ensino superior demanda nessa fase da vida.

As confissões de problemas relacionados à saúde mental por universitários são frequentes, especialmente nas redes sociais e, muitas vezes, preocupantes. É comum ler a respeito de desistência do curso devido à depressão, falta de entrosamento com amigos e professores, dúvidas sobre a carreira profissional que pretende seguir, pressão dos pais na escolha das carreiras, entre outros motivos e características que fazem parte do cotidiano do jovem universitário. A propósito, a desistência de atividades do cotidiano devido à depressão é uma constante em muitas esferas da sociedade. Por exemplo: em agosto de 2021, a ginasta olímpica norte-americana Simone Biles, considerada a favorita para a final dos Jogos Olímpicos de Tokyo, no Japão, desistiu da competição um dia antes, afirmando problemas de saúde mental (BBC, 2021). A decisão da atleta colocou em pauta na mídia, mais uma vez, a importância dos cuidados com a saúde mental, mas também pôde abrir margem para o preconceito sobre o assunto e falta de informação adequada. No mesmo período citado, agosto de 2021, para incentivar o diálogo sobre a depressão e prevenção ao suicídio, o movimento *Falar Inspira Vida* realizou uma ação de conscientização no metrô de São Paulo. Essa ação consistiu em um jogo chamado *Jornada da*

Depressão, disponível pelas estações do metrô, onde milhares de pessoas que passavam pelos locais eram abordadas com informações sobre a depressão, orientações sobre como lidar com a doença ou conviver com pessoas que a têm, além de dicas de prevenção ao suicídio. O movimento *Falar Inspira Vida*, responsável por tal ação no metrô, foi criado em 2019 pela empresa Janssen, da Johnson & Johnson, com o propósito de conscientizar as pessoas sobre depressão e prevenção ao suicídio.

A propósito de necessidade e oportunidade de tratar o tema, observa-se que questões de saúde mental também ganharam destaque com a pandemia de covid-19. Portanto, é compreensível questionamentos sobre a abordagem da depressão originada, especificamente, no período de pandemia. Entretanto, vale ressaltar que este estudo, originado antes do início da pandemia, surgiu de um problema existente e observado mesmo antes do período de quarentena. Dessa forma, optou-se por não levar em consideração as possíveis complicações de depressão em pessoas durante o período de pandemia. O foco do estudo concentra-se no preconceito em relação à depressão no público universitário, como parte da vida no *campus* e toda sua rotina e necessidades específicas que existiam antes da pandemia e, após, continuarão a existir.

Além da possível desistência do curso universitário, problema que motiva esta pesquisa, observou-se, em alguns casos, relatos ainda mais críticos sobre depressão, como confissões de estudantes a respeito da falta de estímulo para estudar, falta de vontade de viver e até mesmo, citações de suicídio. A maioria desses comentários foi feita de forma anônima, a partir de um link feito no *Google Docs feito pelos próprios alunos* e postado em uma página do *Facebook*, destinada a confissões de jovens universitários. A hipótese mais provável para esse tipo de postagem ser anônima é o medo de preconceitos e outros julgamentos sob exposição. A propósito, colaborar com a redução do preconceito e incentivar o diálogo sobre a depressão no ambiente universitário é justamente a preocupação desta pesquisa.

Comportamentos de preconceito e dificuldade de adaptação no ambiente universitário também são apontados em estudos e dados sobre a depressão em estudantes universitários. Eles indicam a importância das intervenções nas instituições de ensino. Para Soares, Poubel e Mello (2009), é preciso programas que tenham o objetivo de criar mais envolvimento dos estudantes, possibilitando mais socialização, minimizando conflitos e desenvolvendo habilidades sociais. Para tais

ações, entende-se a importância de minimizar o preconceito e discriminação sobre a depressão no ambiente universitário.

Visto que as minhas produções de vídeos e entrevistas com alunos, sobre assuntos acadêmicos, têm gerado resultados positivos de integração com a comunidade acadêmica, idealizei desenvolver um produto de comunicação que possa colaborar com o problema do preconceito na depressão entre jovens universitários, incentivando o diálogo também entre o corpo docente e funcionários, auxiliando na melhoria da qualidade de vida no *campus*. É relevante destacar que toda a pesquisa e desenvolvimento do produto foram feitos com foco no preconceito em relação à depressão no ambiente universitário. O preconceito associado à pesquisa não é sobre gênero, classe social ou raça, mas delimitado à depressão em instituições de ensino superior.

Com base em minha formação acadêmica e experiência profissional, tenho a percepção de que narrativas transmídias, ou seja, contadas por diferentes produtos de comunicação, podem romper barreiras e conectar pessoas. Sou formado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), com MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Especialização em Comunicação Empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP); trabalho há 12 anos na área de Marketing e Comunicação com foco no ambiente digital.

1.2 Problematização e Pergunta Problema

Segundo dados da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2017), cerca de 300 milhões de pessoas sofriam de depressão no mundo todo. Os dados da OMS também mostraram que no Brasil, aproximadamente 12 milhões de pessoas tinham a doença, o que representava 5,8% da população do País. De acordo com uma pesquisa realizada em 2018 pela Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (ANDIFES), a cada dez discentes de graduação, oito já passaram por problemas de depressão ou têm algum transtorno mental relacionado à pressão da vida universitária. Com mais de 400 mil estudantes entrevistados, o estudo mostrou que mais de 80% afirmavam conviver com alguma dificuldade emocional (ANDIFES, 2018).

Portanto, entende-se que a depressão entre os universitários é um problema de saúde pública que atinge milhões de estudantes no Brasil. Além do transtorno e consequências ligadas à doença, os estudantes universitários com depressão sofrem de outro problema: o preconceito em relação a doença, gerado pelos hábitos, comportamentos e falta de informação. Os transtornos emocionais como a depressão vêm carregados de estigmas. As pessoas que sofrem de depressão têm vergonha e medo de admitir o problema. Do mesmo modo as pessoas que não têm a doença, mas precisam conviver com quem tem, normalmente não sabem lidar com as situações (BARBOSA; MACEDO; SILVEIRA, 2011). Como consequência, é possível observar a redução na qualidade de vida dos alunos, que tendem a abandonar o curso ou mesmo tomar decisões mais drásticas e irreversíveis, como o suicídio.

O problema do preconceito em relação à saúde mental, que além de depressão envolve também outras doenças, é tão relevante que foi o tema da redação do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) em 2020. Os candidatos tiveram que dissertar sobre o estigma associado às doenças mentais na sociedade brasileira.

Sendo um problema de saúde pública, a depressão nos últimos 20 anos ganhou uma ampla visibilidade na sociedade e nos meios de comunicação, por meio de campanhas que têm o objetivo de conscientizar a população sobre a importância de procurar ajuda. Em 2017, por exemplo, a campanha *“Let’s Talk”*, veiculada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), foi lançada com o objetivo de incentivar o diálogo sobre a doença, especialmente visando o tratamento, evitando estigmas e consequências mais graves. Ela foi publicada no dia 07 de abril, data que celebra o Dia Mundial da Saúde. Foram produzidos cartazes digitais, como observados na figura 1, e vídeos que exibem dados sobre a depressão, danos que a doença causa às pessoas e à sociedade, bem como a orientação de procurar ajuda profissional. As peças de comunicação direcionavam para um site, mas que atualmente não está mais disponível.

Figura 1 - Cartazes da campanha “Let’s Talk” (2017)



Fonte: Adaptado de WHO (2017)

Essa representatividade também é vista nas produções midiáticas, que abordam o tema depressão em diferentes formatos e produtos. Para Silverstone (2002), a mídia possui um papel importante de ampliar a percepção do mundo, a partir das experiências e situações vividas pelos indivíduos com o objetivo de representá-los de diversas maneiras, contadas a partir das narrativas. Contar histórias e expor problemas fazem as narrativas serem poderosas, reconfortantes, contribuindo para a percepção de problemas que são vividos por outras pessoas e, conseqüentemente, gerando impactos positivos e minimizando aspectos negativos (BRUNER, 2014).

Como levantamento inicial, é possível citar: o longa-metragem *As Horas* (2002), vencedor do Oscar de melhor atriz, que apresenta três personagens femininas lidando com a depressão e o suicídio em diferentes décadas; no formato de documentário, *Not Alone* (2017) apresenta uma jovem de 18 anos tentando entender por qual motivo sua melhor amiga se suicidou com apenas 16 anos; produzido pela plataforma de *streaming Netflix*, o seriado *13 Reasons Why* (2017 – 3 temporadas) revela os motivos depressivos que fizeram a adolescente *Hannah Baker* se suicidar, após *bullying* e problemas afetivos enfrentados no colégio onde estuda; no formato animação, *A Pequena Loja de Suicídio* (2012) traz em seu roteiro não só a depressão, mas outros temas relacionados à doença, como solidão, agonia e medo da morte; no jogo de videogame *Hellblade - Senua's Sacrifice* (2018), a protagonista Senua, traumatizada pelos ataques sofridos por Vikings, sofre de psicose e precisa enfrentar os próprios pesadelos para salvar o marido.

No entanto, mesmo frente a um catálogo extenso, percebe-se que as abordagens dos produtos midiáticos que retratam a depressão não exploram os prejuízos causados pelo preconceito e discriminação em relação à depressão, apesar de terem potencial para tal finalidade.

Delimitando ao âmbito universitário e considerando a hipótese de ser uma fase caracterizada por significativas mudanças na vida dos estudantes, nota-se que o tema depressão e preconceito carece de ações de comunicações midiáticas no cotidiano das instituições, como forma de apoio aos alunos, professores e funcionários. Portanto, considerando que as produções midiáticas têm potencial para influenciar o comportamento e o modo de pensar, acredita-se que um produto transmídia tem potencial para combater o preconceito em relação à depressão, contribuindo para o diálogo sobre o assunto e uma melhor qualidade de vida no *campus* universitário. É importante destacar que este produto será relevante para todos os atores que atuam no *campus* universitário, como professores e funcionários, mas o foco da pesquisa é delimitado no aluno. Sendo assim, considera-se como público-alvo primário: alunos; e público-alvo secundário: professores e funcionários.

Esse propósito, melhorar a qualidade de vida no ambiente universitário, vai ao encontro de uma das metas da Organização das Nações Unidas, pautada na Agenda 2030, que orientam as atividades de pesquisa na Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). Um dos objetivos da Agenda 2030 é promover sociedades inclusivas, mediante o combate à discriminação e desigualdade como forma de restabelecer a dignidade humana. Procura-se, com isso, fomentar o desenvolvimento de um mundo mais “justo, equitativo, tolerante, aberto e socialmente inclusivo no qual as necessidades das pessoas mais vulneráveis sejam atendidas” (AGENDA 2030). De acordo com o tópico 23 da Declaração da Agenda 2030, “as pessoas em condição de vulnerabilidade devem ser empoderadas”. O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) de número 10, que sustenta essa pesquisa, se volta justamente para a promoção do empoderamento e inclusão social como forma de reduzir as desigualdades, por meio da promoção de ações adequadas que sirvam como forma de enfrentamento aos problemas. Dessa maneira, a pesquisa relaciona-se à área de Tecnologia para Qualidade de Vida (Portaria MCTIC nº 1.122, de 19/03/2020), por “contribuir para a melhoria da oferta de produtos e serviços essenciais para uma parcela significativa da população brasileira”.

Com base nesses pressupostos, surge a seguinte pergunta problema: como as narrativas em produtos midiáticos podem contribuir para combater e reduzir o preconceito em relação à depressão no ambiente universitário?

1.3 Objetivos

O objetivo geral da pesquisa é identificar características de narrativas em produtos midiáticos que tenham potencial para contribuir com o combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário.

Para atingir o objetivo geral, a pesquisa tem como objetivos específicos:

1. Compreender o problema do preconceito em relação à depressão no contexto do estudante universitário.
2. Selecionar produtos de comunicação que abordam o problema da depressão e analisar a amostra para identificar características de narrativas com potencial para contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário.
3. Desenvolver um produto transmídia, direcionado ao público universitário, com narrativa voltada para o combate ao preconceito e discriminação em relação à depressão.

1.4 Justificativa do Estudo

A depressão é um problema de saúde pública que assola os ambientes universitários de todo o País. É possível observar que os números de casos são crescentes com o passar dos anos. Um estudo realizado pela ANDIFES (2018), baseado em 424 mil entrevistas, revelou que 63% dos universitários sofriam de ansiedade, ao mesmo tempo que 28,2% informaram conviver com sentimento de desamparo e solidão. Entre os entrevistados, 22,9% sentiam uma tristeza persistente. Todos esses números eram inferiores em 2014, quando a mesma pesquisa havia sido realizada pela última vez. Quando questionados sobre perspectivas de futuro, 45% afirmaram não sentir ânimo e/ou vontade de realizar as atividades. Portanto, esses dados deixam claro que a vivência acadêmica para esses jovens não se desenvolve de maneira produtiva, resultando em uma qualidade de vida mais negativa que, de acordo com Bolsoni-Silva e Guerra (2014), pode resultar em experiências

desagradáveis e cheias de estresse, impactando negativamente o rendimento acadêmico e levando ao abandono da vida acadêmica.

Observando o problema sob a perspectiva da comunicação, é possível notar que existem muitos produtos e ações que tratam o problema da depressão. Estão disponíveis no mercado: seriados; documentários, animações, curtas-metragens independentes, longas-metragens vencedores de Oscar e até *games* desenvolvidos com orientação de especialistas sobre saúde mental. No entanto, apesar dessa extensa oferta de produtos midiáticos, existem poucas produções abordando o preconceito sobre a doença e seus prejuízos, especialmente produções feitas por instituições de ensino. Normalmente, observa-se que as universidades realizam ações, como: criação de um canal de contato por e-mail e/ou redes sociais; suporte de atendimento com psicólogos ou ações envolvendo outros estudantes e palestras informativas.

Diante dos problemas apresentados, desenvolver um produto de comunicação com o objetivo de combater o preconceito em relação à depressão, é também promover benefícios às instituições de ensino de superior. Como exemplo, é possível citar a redução na evasão escolar, melhor rendimento, envolvimento e produtividade escolar.

Como não é comum o desenvolvimento de ações de comunicação, especificamente para redução de preconceito, dentro das instituições de ensino, a pesquisa tem potencial para contribuir com benefícios para a área de Comunicação ao propor a abertura de um novo campo de atuação para profissionais da área, bem como um novo campo de estudo relacionado à comunicação de interesse público em sua interface com a área de saúde. Para Teixeira *et al.* (2008), as instituições de ensino superior têm o dever de promover meios mais acessíveis de integração entre calouros e veteranos, com o objetivo de mais envolvimento e resultados satisfatórios no âmbito acadêmico. Portanto, a pesquisa também reflete o compromisso social que as instituições de ensino devem ter frente à sociedade, que lhe concede título de escola com formação profissional para o desenvolvimento do País. Esse compromisso deve se refletir na oferta de espaços, serviços e assistência que prestam suporte ao estudante (ASSIS; OLIVEIRA, 2010).

Do ponto de vista social, a pesquisa tem potencial para beneficiar não só as pessoas que têm depressão, mas também familiares, amigos e conhecidos, que além de serem prejudicados indiretamente pelas consequências da depressão, muitas

vezes são agentes que promovem o preconceito em relação à doença, seja por falta de conscientização ou informação adequada a respeito do problema. A pesquisa também está alinhada à Portaria nº 1.122 do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações, de 19 de março de 2020, que estabelece como prioritário os projetos de pesquisa para qualidade de vida. Se um indivíduo que sofre preconceito é levado à exclusão de um círculo social e marginalizado pela sociedade (BANDEIRA; BATISTA, 1993), combater o preconceito em relação a qualquer problema é também contribuir para a redução da desigualdade, objetivo número 10 da Agenda 2030 da ONU, tornando a pesquisa relevante frente às tendências projetadas.

1.5 Delimitação do Estudo

Para o desenvolvimento da pesquisa, se faz importante destacar que todo o estudo será limitado em analisar o preconceito em relação à depressão no ambiente universitário. O objetivo não é discutir e atuar de forma ativa sobre o problema da depressão e suas características clínicas, mas sim no combate ao preconceito que a doença causa. É possível observar que um estudante, inserido no ambiente universitário, deve estabelecer um relacionamento, mesmo que moderado, com colegas e professores, além de lidar com exposições e situações em que deverá falar publicamente (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014). Para os jovens que têm depressão, esse processo de exposição e pressão pode trazer mais complicações, sobretudo julgamentos e exclusão por parte dos colegas e até mesmo professores e funcionários, que podem não saber lidar adequadamente com determinadas situações. A propósito, sobre professores e funcionários, sabe-se que há também o problema de depressão entre o corpo docente e de colaboradores da Instituição, até com bibliografias sobre o assunto. No entanto, essa pesquisa, trata-se especificamente do aluno como público primário, sendo professores e funcionários como público secundário. A análise sobre o preconceito em relação à depressão será feita, exclusivamente, no ambiente universitário, sendo esse ambiente formado pelos locais internos do *campus*.

Não serão abordadas situações de discriminação na casa ou trabalho do estudante. Dessa forma, procura-se entender o cenário desse problema nas instituições de ensino superior. A análise também será agregada com o levantamento

de produtos midiáticos desenvolvidos para incentivo e diálogo sobre a depressão nos últimos cinco anos.

1.6. Vinculação à Área de Concentração e à Linha de Pesquisa

O projeto de pesquisa se situa vinculado à área de concentração do Programa de Mestrado Profissional em Inovação na Comunicação de Interesse Público da Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PPGCOM-USCS), que possui em sua ementa o objetivo de conduzir formas inovadoras de intervenções sociais que tenham como beneficiário direto a sociedade. A proposta de intervenção social, que será concebida a partir dos resultados da pesquisa, poderá beneficiar os estudantes universitários que têm depressão, tal qual as instituições de ensino a lidarem com esse problema. Assim, espera-se, de maneira indireta, gerar contribuição para redução na evasão escolar, impedindo impactos negativos, econômicos e sociais, na sociedade.

Atendendo à linha de pesquisa Produção e Recepção da Informação Pública, o projeto tem o objetivo de desenvolver um produto de comunicação, no formato transmídia, para veiculação nas redes sociais digitais e que tenha como contribuição a ampliação no entendimento e qualidade de vida. De acordo com a ementa,

As pesquisas, oriundas de demandas sociais verdadeiras, devem auxiliar na elaboração de ações de comunicação que tenham como beneficiárias diretas a sociedade ou partes dela, levando informações à população com o intuito de gerar resultados concretos para se viver e entender melhor o mundo, com o auxílio de mecanismos e espaços de participação. O produto final a ser desenvolvido deve necessariamente envolver uma ou mais formas e/ou processos de comunicação: da produção em mídias convencionais, impressas ou audiovisuais, à utilização de mídias inteligentes, entre elas aplicativos e plataformas transmídias e móveis, assim como as redes de relacionamento virtual e mídias alternativas. (REGIMENTO INTERNO DO PPGCOM-USCS, 2022, p. 6).

Esse desenvolvimento se originará a partir dos resultados da pesquisa, com base na Teoria do Interesse Comum de Denis McQuail (2012), que tem referência de especialistas e visa o bem comum acima dos individuais. Para tanto, será feita a consulta com especialistas da área da saúde, especificamente sobre depressão, para validação dos resultados obtidos com o estudo. A partir desses resultados validados, um produto de comunicação será produzido para contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário, visando beneficiar toda comunidade acadêmica com melhor qualidade de vida, além de disponibilizar

informações e possíveis desdobramentos para outros pesquisadores expandirem os estudos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresentado a seguir tem o objetivo de compreender o tema sob alguns aspectos específicos, a partir de três eixos teórico-temáticos: 2.1. Preconceito e Discriminação em Relação à Depressão; 2.2. Jovem Universitário: Identidade e Interação Social; 2.3. Depressão e Narrativas Midiáticas.

No primeiro eixo, trata-se de estudos sobre o preconceito, sobretudo relacionados à depressão entre os jovens universitários. Por meio desses estudos (BOBBIO, 2002; GOFFMAN, 1963; CROCHIK, 1996), é possível compreender como o comportamento do preconceito se faz presente em diferentes esferas da sociedade, mas também como o combate ao preconceito é importante no dia a dia. No geral, percebe-se que as instituições de ensino superior carecem de cuidados voltados ao preconceito em relação à saúde mental no ambiente acadêmico.

No segundo eixo, aborda-se o impacto na vida do jovem universitário frente às mudanças no ambiente do ensino superior, uma vez que os padrões vistos como tradicionais na sociedade têm dividido espaço com a diversidade no modo de pensar e agir das pessoas. Essas múltiplas identidades se encontram no ambiente acadêmico, que por sua vez é caracterizado pelas novas formas de interações sociais. A partir desse raciocínio, procura-se delinear os conceitos de Identidade (HALL, 1992), Habilidade Social (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014) e Empatia (FORMIGA, 2012), que servirão para compreender a depressão no ambiente universitário.

O terceiro eixo discute como o conceito de doença é interpretado socialmente e pode ser construído por meio de narrativas em produtos midiáticos. A partir das ideias de Silverstone (2002) e Bruner (2014), respectivamente sobre os papéis da mídia e narrativas como formas de representação do mundo em que vivemos, procura-se compreender como os produtos midiáticos podem influenciar e transformar a vida das pessoas, conscientizando sobre problemas e minimizando impactos negativos.

2.1 Preconceito e Discriminação em Relação à Depressão

Esta parte tem o objetivo de explorar e compreender o preconceito e discriminação que os jovens universitários têm e passam em relação à depressão. Para tal finalidade, o capítulo é apresentado em dois sub tópicos: 2.2.1. Preconceito e Discriminação; 2.2.2. Depressão como Fator Sociocultural. Utilizando como base os estudos de Bobbio (2002), Crochik (1996), Rodrigues (2016), Bandeira e Batista (1993), Gonçalves e Machado (2007), Czeresnia, Maciel e Oviedo (2013) e Goffman (1963).

Os conceitos apresentados nesses sub tópicos têm o objetivo de delinear as definições de preconceito, estigmas, como eles surgem e se desenvolvem, não só na sociedade, mas também no ambiente universitário. Visa também discutir o problema da depressão do ponto de vista sociocultural, a partir de um recorte histórico sobre o entendimento da doença.

É importante destacar que neste estudo não se tratará de forma específica de questões raciais, gênero e classe social. O propósito é tratar do preconceito exclusivamente relacionado à depressão no ambiente universitário, ponto de maior interesse da pesquisa e sequente produto proposto a partir dos resultados.

2.1.1 Preconceito e Discriminação

A compreensão sobre preconceito e discriminação, antes mesmo de qualquer definição sobre os seus significados, pode ser iniciada a partir de questionamentos, como: onde nasce o preconceito? Como se desenvolve a discriminação? Por que o preconceito e a discriminação vêm carregados de estigmas? Tais questionamentos podem ser compreendidos com base na história há séculos, a partir de conceitos instituídos para a época, reflexo de fatores culturais e sociais.

A definição mais básica de estigma, segundo Goffman (1963), diz respeito à desgraça, alguma coisa que naturalmente é má. O termo estigma foi criado pelos gregos, antes mesmo da era cristã, como forma de sinalizar o corpo humano de um indivíduo com características diferenciadas e visto como negativo. Esses sinais eram caracterizados por cortes ou fogo no corpo das pessoas, utilizados para revelar a identidade social de escravos, traidores, criminosos ou pessoas que deveriam ser evitadas, principalmente em locais públicos (GOFFMAN, 1963). Com esse pequeno

recorte histórico, torna-se já perceptível como se dá o nascimento do preconceito nos homens, como define Crochik (1996). Para esse autor, o preconceito no homem não faz parte de sua natureza, não é nativo, tampouco congênito, mas integrado no desenvolvimento da pessoa humana e seus pensamentos, como parte das relações conflituosas que cercam um indivíduo. A propósito, os estudos de Crochick (1996) também destacam que o preconceito, normalmente, se desenvolve de forma individual, sem a compreensão do contexto social que o ocasiona e, com isso, pode ser facilmente multiplicado pelas pessoas, por não compreenderem o mundo e suas complexidades.

Essa afirmação que o preconceito pode ser multiplicado pelos indivíduos, além de sua origem ser ligada ao desenvolvimento cultural da pessoa, está de acordo também com a definição de Bobbio (2002), ao dizer que o preconceito é qualquer opinião, conjunto de pensamentos ou hábito de pessoas, individual ou em grupo, que são recepcionados sob ausência de críticas e de forma passiva, sendo replicado aceleradamente entre os indivíduos. O autor também afirma que, por esta razão, “o preconceito pertence à esfera do não racional, ao conjunto de crenças que não nascem do raciocínio e escapam de qualquer refutação fundada num raciocínio” (2002, p. 103).

Observa-se que atos gerados por preconceito se desdobram em consequências que impactam expressivamente o indivíduo, vítima de tais atitudes, seus direitos e esferas de socialização. Quando a discriminação acontece porque um indivíduo é mulher, religioso, ateu, homossexual, deficiente ou qualquer outro predicado que lhe difere do padrão imposto como correto, nota-se de imediato a exclusão como consequência (CROCHIK, 1996). Nesse ponto, já é possível analisar que quando há exclusão de uma pessoa, imposta por sua condição ou característica, essa segregação pode ser vista acontecer desde pequenos círculos sociais até grandes convenções, que podem conflitar com a legislação. Bobbio (2002) classifica as consequências do preconceito em três níveis, sendo: discriminação jurídica; perseguição política; e marginalização social. Sendo essa última relacionada diretamente ao objeto desta pesquisa.

A marginalização social, segundo Bobbio (2002), se refere a espaços que são delimitados para agrupamento dos indivíduos excluídos e julgados por estarem em desacordo do que é visto como padrão aceito pela sociedade. É pertinente à reflexão observar que, essa marginalização social, pode ser originada de ambos os lados:

quem é preconceituoso e quem sofre o preconceito. Nota-se o agrupamento de negros em bairros específicos de cidades, como próprio Bobbio cita, em Nova York e Harlem, assim como medidas mais extremistas, como a instituição de manicômios, marginalizando e excluindo por completo as pessoas que têm doenças mentais.

Ao discorrer ideias de preconceito e exclusão, é plausível a associação inicial com a discriminação sobre grupos populares, como negros e Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros/Travestis, Queer, Intersexuais, Assexuais e outras variações de sexualidade (LGBTQIA+), uma vez que na década de 1960 grandes movimentos reivindicaram direitos igualitários em torno de questões raciais e de gênero (JÚNIOR; CARDOSO, 2021), que frequentemente têm foco na mídia e outros canais de comunicação. Bobbio (2002), afirma que todo grupo inserido frente a atos de preconceito é uma minoria. Neste estudo, a compreensão do tema se desenvolve estritamente acerca do preconceito em relação à depressão no ambiente universitário. Para Bobbio (2002, p. 103):

Entende-se por preconceito uma opinião ou conjunto de opiniões, às vezes até mesmo uma doutrina completa, que é acolhida acrítica e passivamente pela tradição, pelo costume ou por uma autoridade de quem aceitamos as ordens sem discussão.

Pela perspectiva de que o ambiente universitário se compõe pela constante formação profissional, de conhecimento, produção de pesquisas e projetos acadêmicos que, muitas vezes, têm chance de serem concretizados além do *campus*, ele também é um local de diversidade e relacionamentos interpessoais de fortes níveis hierárquicos. Como já citado anteriormente, há grande concentração e exigências que demandam habilidades sociais dos estudantes, sobretudo exigências em torno do sucesso profissional esperado, valorizado no sistema meritocrático, como apontam Júnior e Cardoso (2021). Para os autores, o sistema capitalista exige corpos produtivos, mas ignora o fato de que existe assimetria de cunhos médicos e sociais, que impede as pessoas de alcançarem os mesmos resultados. Logo, quando há esse cruzamento de informações e culturas dentro de uma sala de aula, a divergência de identidade, pode levar ao entendimento da formação de grupos e subgrupos, distinções de preferências e características entre eles, conflitos e preconceitos que podem ser formados. Assim, conduzindo a comportamentos que podem prejudicar outros indivíduos e não cumprir, de forma integral, o princípio de um ambiente acadêmico e seu compromisso com a sociedade em prol do desenvolvimento e

qualificação humana para o trabalho. O preconceito e discriminação, seja ele motivado pela depressão ou outro fator, de acordo com Bobbio (2002, p. 117), é um dos principais motivos que leva à desigualdade social. Para o autor:

[...] os preconceitos nascem na cabeça dos homens. Por isso, é preciso combatê-los na cabeça dos homens, isto é, com o desenvolvimento das consciências e, portanto, com a educação mediante a luta incessante contra toda forma de sectarismo.

Para observar e compreender de forma mais ampla o preconceito inserido no comportamento dos jovens universitários nas relações interpessoais, seja em grupos ou mesmo sozinhos, é importante entender o seu contexto. O preconceito pode ser definido como uma expressão sobre o pensar e agir, mas de forma radical sobre um contexto social ou pessoal por sua característica, seja ela natural ou originada por motivações diversas, incluindo a depressão, que podem categorizar o indivíduo como inferior em relação a um determinado grupo ou pessoas, levando à exclusão (BANDEIRA; BATISTA, 1993). Hipoteticamente falando, a partir da revisão literária sobre o processo de adaptação dos estudantes, os jovens que têm pré-disposição a terem depressão podem ser ainda mais prejudicados se colocados frente aos comportamentos de preconceito, que podem valorizar de forma negativa a sua condição e problemas de socialização (BANDEIRA; BATISTA, 1993), levando ao isolamento social. As habilidades sociais e transição para a vida adulta, quando não bem monitoradas ou mesmo apoiadas pela instituição, podem ser uma das causas da depressão. O isolamento social oriundo da depressão é um sintoma comum, mas ele pode ter outros motivos, ligados diretamente ao preconceito e estigmas contra quem sofre da doença. Para Barros (2017), características do isolamento social levantam a barreira da discriminação. A pessoa com depressão, naturalmente, tem dificuldade de socializar, conseguir um emprego ou manter um relacionamento afetivo, elementos presentes nos estudos sobre habilidades sociais que fazem parte do processo de inclusão no ambiente universitário.

O preconceito, então, normalmente é dado sobre o diferente, é recorrente e direcionado ao não esperado dentro de um contexto social, podendo ser interpretado como um medo do ser humano frente à própria diversidade, colocando o indivíduo preconceituoso em uma posição complexa em relação à aceitabilidade e compreensão do diferente (RODRIGUES, 2016). Entende-se que, para o sujeito preconceituoso, de alguma forma, o diferente exerce um papel de desorganizador do modelo de sociedade previamente ensinado como certo ou uniforme, focado no lucro

e não nos cuidados humanísticos, cujo objetivo se dá por conquistar um *status* equilibrado e administrado de forma íntegra (CROCHIK, 1996).

Vale dizer, cada vez mais a diferença acaba sendo sinônimo de marginalidade, e o outro, a alteridade, torna-se estrangeiro dentro de seu próprio meio e passa a constituir-se em uma ameaça (BANDEIRA; BATISTA, 1993, p. 132).

É possível, portanto, identificar que os conflitos gerados pelos sujeitos preconceituosos, a partir de sua negação diante de um comportamento divergente, se conectam com o conceito sobre identidade de Hall (1992), no qual o indivíduo possui uma identidade unificada e convicção sobre os parâmetros da sociedade e seus modelos mais tradicionais, ou vistos por tais sujeitos como modelos corretos e uniformes. A considerar que esse modelo é cultuado e ainda possui forte papel social e cultural nas diferentes esferas da sociedade, incluindo a probabilidade da passagem de valores familiares, o ato de agir de forma preconceituosa se torna, então, previsível contra aqueles que pensam e agem de modo diferente (CROCHIK, 1996).

Sob a perspectiva das formações de identidade aplicadas no ambiente universitário, características de seleção e exclusão podem ser observadas a partir de grupos e subgrupos existentes no *campus*, segundo seus próprios interesses e condições culturais às quais os jovens são submetidos e formados, com potencial de desdobramento para o preconceito que pode comumente se integrar ao dia a dia de forma não perceptiva e, como consequência, potencializado para a multiplicação.

Quando esses comportamentos em grupos são analisados, é possível observar uma característica comum do preconceito, constituída pelo ato de generalizar uma ideia ou estereótipo sobre um outro grupo e os indivíduos que o formam. Por decorrência dessa generalização, se abstém o contato físico, único, a relação interpessoal e a oportunidade de desenvolver pontos de vista vindos de outras perspectivas que têm potencial para desconstruir ideias e estereótipos formados na mente (CROCHIK, 1996). Existe, portanto, por parte dos sujeitos preconceituosos, os hábitos de repulsa e desvalorização sobre as outras pessoas a partir da divergência de identidades, enquanto as suas próprias são vistas com mais atenção e valor (BANDEIRA; BATISTA, 1993). Para esses autores, os preconceitos:

Fazem-se presentes em imagens, linguagens, nas marcas corporais e psicológicas de homens e de mulheres, nos gestos, nos espaços, singularizando-os e atribuindo-lhes qualificativos identitários, hierarquias e poderes diferenciais, diversamente valorizados, com lógicas de inclusões-

exclusões consequentes, porque geralmente associados a situações de apreciação-depreciação/desgraça (BANDEIRA; BATISTA, 1993, p. 127).

Dessa forma, entende-se que o surgimento do preconceito não precisa, necessariamente, estar ligado a algum ambiente ou situação específica para acontecer, mas também se faz presente no contexto cultural de produção de informação e como ela é expressa e cultuada na sociedade: de um indivíduo para pequenos grupos, para grupos maiores e conectados que interpretam a representatividade dos estereótipos com atitudes hostis e vexaminosas sobre os grupos que sofrem a discriminação (CROCHIK, 1996). Nessa construção de cenário baseado em estereótipos, interpretados como ideais segundo o contexto cultural da sociedade, o comportamento de mimese, ou seja, reproduzir e imitar comportamentos de outrem, está fixamente presente conduzindo a reprodução dos modelos e padrões valorizados pela cultura como positivos e aceitáveis, mas consequentemente, também, conduzindo a reprodução negativa dos padrões não aceitáveis, ditando aquilo que não deve ser encontrado nos sujeitos que sofrem o preconceito (CROCHIK, 1996). No ambiente universitário, por se tratar de um período de transição da adolescência para a vida jovem adulta, é possível observar que majoritariamente o público, ao menos nos cursos de graduação, é formado por uma faixa etária jovem.

Sob essa perspectiva dos comportamentos e anseios que podem ser gerados, entende-se que as pessoas com preconceitos interpretam características que eles negam em si mesmos, como vulnerabilidade e falta de suporte, resultando um papel social de fácil exclusão, observado em grupos considerados como minorias (CROCHIK, 1996). Bandeira e Batista (1993) explicam um ponto interessante e bastante observado nos indivíduos: todos têm internamente algum tipo de preconceito, não assumido e veemente escondido, em razão da vergonha e medo de receberem críticas ou, serem excluídos dos grupos que participam. Esse comportamento de não revelar e tomar maior consciência sobre o preconceito os leva a agirem de forma disfarçada, mas ainda com caráter discriminatório e prejudicial.

É nesse contexto sombrio que o preconceito discrimina e dá margem a práticas de violência, pois, seja pela sua onipotência ideológica, seja pela sua insolência mediática, acaba fomentando relações sociais hostis e violentas. O risco é que o preconceito pode ser suscetível e acabar se voltando contra seu portador, vítima ele/ela próprio/ a do que nele não é digno de humanidade (BANDEIRA; BATISTA, 1993, p. 128).

Se os atos violentos do preconceito podem atingir os alvos de forma severa contra suas dignidades, posições sociais e autoestima (BANDEIRA; BATISTA, 1993), é possível considerar a hipótese de agravamento no quadro de depressão, no caso dos jovens universitários, os levando à desistência do curso e a outros problemas cadenciados pela discriminação.

Isto posto, entende-se a importância e necessidade de explorar a conscientização e métodos de combate com o objetivo de promover a redução do preconceito entre os estudantes universitários que têm depressão, uma vez que nessa fase da vida são observadas grandes transformações e definições em esferas distintas da sociedade, mas que em determinados momentos se encontram. Ao incentivar esse combate delimitado no ambiente universitário, além de impactar positivamente no desenvolvimento social, visa-se contribuir também para a desconstrução da imagem negativa que os grupos, alvos de preconceitos, têm por serem diferentes, permitindo que eles participem mais ativamente dos círculos de relacionamentos e redes de interesse (BANDEIRA; BATISTA, 1993). Tal necessidade, também, se sustenta e vai ao encontro dos esforços demandados pela agenda 2030 da Organização das Nações Unidas, que tratam da questão da redução da desigualdade por meio do combate à discriminação.

2.1.2 Depressão como Fator Sócio Cultural

As doenças relacionadas à saúde mental são historicamente compreendidas de diferentes maneiras. Devido à popularidade da depressão nas últimas décadas, consequência das campanhas de conscientização e produtos midiáticos, a doença muitas vezes é vista como recente, pertencente ao século XXI e os anseios da vida dita como moderna. No entanto, registros mostram que há séculos, por volta de 500 a.C., a depressão já era observada nos homens, mas naturalmente não reconhecida como na atualidade, tanto pela falta de conhecimentos específicos, inclusive da medicina ainda não avançada, quanto pelas crenças e cultura da época (GONÇALES; MACHADO, 2007).

Pelo estudo de Gonçalves e Machado (2007), quando a história da depressão é investigada desde séculos passados, é possível encontrar outra nomenclatura utilizada para definir a doença: melancolia. Essa palavra se originou do termo *melano chole*, do vocabulário grego, cujo significado é bilis negra. A medicina grega na

antiguidade, de 500 a.C. até 100 d.C., se baseava na teoria dos quatro humores: bile negra, bile amarela, fleuma e sangue. Portanto, eles acreditavam que a melancolia (depressão) se dava pelo excesso da bile negra. No entanto, essa substância nunca foi encontrada no ser humano. Já na idade média, de 450 a 1400, o domínio do Cristianismo e sua força política sobre a sociedade trouxeram outra interpretação para doenças mentais. A cultura da crença em torno do divino, o sobrenatural e místico, fez com que a medicina racional e os medicamentos farmacêuticos fossem colocados de lado. Viver a melancolia carregava um significado de estar distante do que era sagrado (GONÇALES; MACHADO, 2007).

Já que se trata de um comportamento diante da cultura de um povo, é possível considerar a hipótese de que esse registro histórico ainda se conecte com algumas crenças atuais, mesmo no século XXI, quando afirmadas por algumas pessoas que a depressão é falta de Deus.

Nos séculos seguintes, já na Idade Moderna, o racionalismo a partir da ciência foi reconquistando lugar, assim como a ideia de melancolia foi ganhando novas interpretações. Por exemplo: pessoas que justificavam os sintomas da doença por considerarem serem feitas de palhas ou vidro (GONÇALES; MACHADO, 2007). Nessa mesma época, houve também o enaltecimento da doença, uma vez que pessoas melancólicas eram consideradas como únicas, levando à glamourização da doença. Por volta de 1660 o termo depressão foi utilizado pela primeira vez para descrever pessoas que apresentavam desânimo, mas somente em meados do século XIX que essa nomenclatura se tornou frequente. Já no século XX, com a chegada da psiquiatria e estudos mais aprofundados, especialmente científicos, novos conhecimentos acerca da depressão começaram a ser explorados. Em sequência, a partir de 1950, surgiram os antidepressivos, responsáveis por ainda mais avanços nos tratamentos, ainda escassos na época (GONÇALES; MACHADO, 2007).

Ao analisar esse recorte histórico da depressão sob os conhecimentos avançados da medicina existente hoje, no século XXI, é possível refletir e questionar sobre como a cultura e questões sociais têm peso na interpretação das doenças. O que é ter saúde? Se ser melancólico no século XVI significava ter glamour e sucesso, nota-se que o que é bom ou mau para o homem pode variar segundo suas crenças e valores.

A percepção sobre o que é saúde, segundo Czeresnia, Maciel e Oviedo (2013), é muito diversificada entre as pessoas e dependente de fatores, como: valores,

hábitos, ambiente onde vivem, expectativas em âmbitos profissionais e pessoais. Mesmo porque, a saúde também é vista de forma temporal. O que é considerado como saudável em determinada situação e época, pode mudar para um problema patológico em outro momento, dada as alterações na cultura e percepção de valores. Da mesma maneira, a interpretação de doenças também é muito variável e conectada com o cenário histórico, cultural e socioeconômico, também a partir de experiências e histórias. As epidemias responsáveis por reduzir drasticamente a população na Idade Média, fizeram com que as pessoas vivessem com pavor, justificando os acontecimentos como intervenções divinas. Na década de 1980, o mundo vivenciou a epidemia da AIDS que, por muitos anos, foi considerada fatal, mas vista como concentrada somente em um grupo específico de pessoas, os homossexuais do sexo masculino. Essa percepção ocasionou um forte estigma sobre a doença, que resultou em mais preconceitos acerca da população LGBTQIA+ (CZERESNIA; MACIEL; OVIEDO, 2013).

Foi somente no século XX, com os avanços dos estudos e discussões científicas sobre a depressão, que a doença foi definida como transtorno afetivo ou de humor (FURLAN, CANALE, 2006; GONÇALES, MACHADO, 2007).

Entre as décadas de 1970 e 1980, com o avanço científico na compreensão e tratamento da doença por meio de remédios antidepressivos, revelou-se que não existia uma uniformidade nas pessoas que sofriam de depressão, mas sim subgrupos da doença e algumas características. Com base na psiquiatria alemã, Furlan e Canale (2006) listam a divisão da depressão em quatro grupos: 1. Genética ou Endógena, cuja causa está ligada a problemas orgânicos, de origem genética, que pode predominar em parentes de primeiro e segundo grau. 2. Depressão Situacional, que ocorre por consequência de fatores externos conflituosos, traumas que impactam na relação da pessoa e seu ambiente, normalmente conectado à perda efetiva, isolamento e sobrecarga emocional. 3. Depressão Neurótica, ligada à dificuldade da pessoa em conviver com conflitos e suas próprias fantasias. 4. Depressão Sintomática, aquela que se origina como consequência do organismo em responder a doença física ou orgânica. No entanto, é possível observar que o preconceito em torno da depressão indefere do tipo de depressão. Nesse caso, compreensão clínica não se faz fundamental para este estudo. Na psiquiatria contemporânea, de acordo com Garro, Camillo e Nóbrega (2006, p. 163), a depressão é considerada como:

Transtornos do Humor, caracterizada por lentificação dos processos psíquicos, humor depressivo e/ou irritável, redução da energia (desânimo, cansaço fácil), incapacidade parcial ou total de sentir alegria e/ou prazer, desinteresse, apatia ou agitação psicomotora, dificuldade de concentração, pensamentos de cunho negativo, com perda da capacidade de planejar o futuro e alteração do juízo da realidade.

Por tal definição, é possível notar que os sintomas da depressão vão de encontro com o ambiente esperado em um *campus* universitário. Na grande maioria dos casos, a expectativa em torno de um jovem na universidade se concentra na formação profissional exitosa, produtividade singular e desenvolvimento de um perfil dinâmico e saudável. É provável que esses fatores conduzam as pessoas a pensamentos equivocados de que esses jovens não têm motivo para estarem com depressão.

No entanto, a depressão é uma doença e pode ter diversas origens. De acordo com a Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde (CID), desenvolvida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) para monitoramento e padronização das doenças, a depressão está listada como CID-10, dividida por episódios que se classificam em sete categorias, conforme o Quadro 1. É relevante destacar que, para o preconceito, a classificação do tipo de depressão não tem impacto. O ato do preconceito não muda de acordo com o tipo ou episódio de depressão, mas destaca-se como um só.

Quadro 1 - Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde (CID)

CID 10 – F32	Episódios Depressivos
CID 10 – F32.0	Episódio Depressivo Leve
CID 10 – F32.1	Episódio Depressivo Moderado
CID 10 – F32.2	Episódio Depressivo Grave sem Sintoma Psicótico
CID 10 – F32.3	Episódio Depressivo Grave com Sintoma Psicótico
CID 10 – F32.8	Outros Episódios Depressivos
CID 10 – F32.9	Episódio Depressivo Não Identificado

Fonte: https://www.medicinanet.com.br/cid10/1531/f32_episodios_depressivos.htm

Ainda que estudos recentes identifiquem características específicas de cada tipo de patologia relacionado à depressão, como a doença está associada à tristeza, é comum o termo ser empregado de forma superficial. No entanto, há diferença. O sentimento de tristeza no ser humano se caracteriza por algo ocasional, muitas vezes com uma razão clara e sempre passageiro, enquanto a depressão é uma doença e demanda tratamentos adequados com medicamentos para combater os sintomas (CAMARGO, 2008). Portanto, em algum momento da vida, todos os seres humanos

sentem alguma tristeza, mas isso não caracteriza necessariamente depressão. Muitas vezes, fatores culturais e estigmas têm gerado conexões equivocadas sobre causas e possíveis curas da depressão, relacionados à crença e esforço de um indivíduo para superação (FURLAN; CANALE, 2006).

Atualmente, nota-se um padrão exacerbado no modelo de vida feliz, sobretudo que é exposto nas redes sociais. De acordo com Nascimento (2018), o desejo da felicidade se mistura e está conectado ao valor e ideal adotados, de forma cultural, por todos. Portanto, uma vida com depressão é vista como um modelo de vida oposto à realidade de uma vida feliz e realizada, imposta como padrão.

2.2 Jovem Universitário: Identidade e Interação Social

Para maior compreensão, esse eixo apresenta dois sub tópicos: 2.2.1. Crise de identidade; 2.2.2) Habilidades Sociais e Empatia no ambiente universitário.

No que condiz à identidade, a partir do conhecimento de que o ambiente acadêmico é formado pela diversidade em uma constante interação interpessoal, é importante entender como as identidades são construídas nesse ambiente. Utiliza-se, principalmente, os conceitos de identidade de Hall (1992), para compreender a formação do sujeito em uma sociedade que se encontra em constante transformação, sobretudo cultural, onde modelos mais tradicionais de visão e cultura são colocados como desatualizados. Indo ao encontro desses estudos, também são citadas as teorias sobre as características presentes na fase de mudança na vida de um jovem ao chegar na universidade, utilizando Teixeira *et al.* (2008), Bandeira e Batista (1993), Assis e Oliveira (2010), com complemento de Soares, Poubel e Mello (2009) e Bolsoni-Silva e Guerra (2014).

Após entendimento do conceito de Identidade, é possível observar as exigências do ambiente universitário e os impactos que elas têm sobre os jovens que estão em período de transição. Portanto, no sub tópico Habilidades Sociais procura-se entender tais exigências que demandam dos estudantes novas habilidades sociais, responsabilidades e interações interpessoais que, quando não conduzidas e orientadas com devido suporte, podem levar ao aparecimento de sintomas de depressão e isolamento. Esses conceitos são embasados pelos autores Soares, Poubel e Mello (2009), Bolsoni-Silva e Guerra (2014), Assis e Oliveira (2010). É necessário que haja monitoramento e orientação adequados por parte das

instituições, além da conscientização dos estudantes, embora se observe que muitas instituições de ensino não têm um preparo adequado para esse tipo de apoio. Uma vez que inserido no ambiente acadêmico o jovem vai lidar constantemente com trabalho em equipe, mais independência de escolhas, falar em público e experimentar novas fases da vida, como relacionamentos e amizades. Os estudantes precisam compreender que a cultura entre os indivíduos é distinta, depende de fatores ligados à origem, formação de identidade, que por sua vez pode passar por uma desconstrução justamente pelas características descritas na segunda parte, sobre habilidades sociais.

Se o ambiente universitário reúne e forma identidades distintas, exigindo habilidades sociais antes nunca vistas pelos estudantes, entender a necessidade do desenvolvimento da empatia se faz importante, como apresentado no sub tópico Empatia no Ambiente Universitário. Assim, a compreensão sobre a formação e combate do preconceito pode ser pautada no entendimento mais amplo sobre os impactos negativos que as vítimas de preconceito pela depressão sofrem. Os autores que servem de embasamento para esta breve, mas importante, parte, são Assis e Oliveira (2010), Carneiro *et al.* (2017) e Formiga (2012).

2.2.1 Crise de Identidade no Ambiente Universitário

Há muito tempo o conceito de sujeito unificado, inclusive tradicionalizado pela construção e papel social a partir de uma identidade invariável, tem sido alterado dando lugar ao indivíduo moderno, fragmentado em ideias com diferentes origens (HALL, 1992). Entende-se essas mudanças como responsáveis por uma desconstrução no modelo estável de sociedade. Para Hall (1992, p. 7):

A assim chamada 'crise de identidade' é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

Para Bandeira e Batista (1993), a formação de identidade tem como consequência os vínculos de aceitação, pertencimento, relações positivas e negativas com grupos e interações sociais, promovendo espaço para articulação acolhedora, mas também em caráter de exclusão, a partir de julgamentos sobre o que é diferente, igual, bom ou ruim, bonito ou feio.

Portanto, delimitando ao âmbito dos perfis universitários, é possível verificar características distintas na formação e sequente transformação das identidades, que são plurais recorrentes às culturas e origens do indivíduo. Essa pluralidade, inclusive, pode ser um fator estressante para o jovem durante o seu ingresso nas instituições de ensino superior, caracterizado por uma fase de mudanças e preparação para a vida adulta (TEIXEIRA *et al.*, 2008). Para compreender melhor esses comportamentos, sobretudo o processo de identidade, é possível analisar duas classificações de Hall (1992) sobre os sujeitos e suas respectivas características: sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno.

Denominado de sujeito sociológico, esse pode ser observado a partir dos processos complexos do mundo moderno, onde o indivíduo tem sua formação de identidade não de maneira autônoma e segundo suas próprias expectativas, mas sim a partir do relacionamento interpessoal com terceiros, vistos em seu julgamento como pessoas relevantes do círculo social, cujas características de valores, hábitos e cultura se formam a partir dos locais onde ele habita. Nesse conceito, talvez, pode se idealizar as figuras paternas, mas não se trata de uma obrigatoriedade.

Na condição de sujeito pós-moderno, entende-se a identidade desdobrada e integralmente mutável, ou seja, o indivíduo passa a ser formado socialmente e culturalmente a partir dos sistemas aos quais ele está inserido, não assumindo por inteiro uma forma estável, logo, podendo se desdobrar a um novo mural de valores, interesses e visões definidos de acordo com movimentos históricos e não por fatores biológicos ou afetivos. São identidades assumidas em diferentes momentos, contextos, descentralizadas e desconectadas de um “eu” fixo, pois encontram-se internamente no sujeito apontadas para muitas direções em constantes mudanças. O conceito inverso do sujeito pós-moderno, a identidade unificada sem metamorfose, para Hall (1992, p. 13):

[...] é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente.

Com base nesses conceitos da formação de identidade e suas características peculiares, entende-se que a fase universitária exerce um forte protagonismo de mudanças, uma vez que essa se aplica durante a idade de transição da adolescência, tradicionalmente inclinada sobre o preparo para o exame admissional do ensino

superior, para a vida jovem adulta, muitas vezes tangenciada por conflitos (ASSIS; OLIVEIRA, 2010). É congruente nessa fase a manifestação de desencontros nos pilares sociais que, até então, não exigiam preocupações e responsabilidades majoritárias, como administrar a vida acadêmica, compreender de forma singular as demandas e competências exigidas para um futuro de êxito profissional, nem sempre completamente orientado, resultando assim em um sentimento de desamparo (TEIXEIRA *et al.*, 2008). Esse sentimento, por fim, pode tender a se agravar ainda mais se a instituição não possuir um procedimento estruturado de orientação para recepção de calouros. Segundo Bolsoni-Silva e Guerra (2014), o cenário das universidades é formado por um elevado grau de exigências das chamadas habilidades sociais, formadas por aspectos de habilidades acadêmicas e interpessoais. Essas características têm potencial de deixar mais latente os distúrbios de saúde mental para jovens que já têm o problema, ou mesmo causar pela primeira vez para aqueles pré-dispostos a essas condições.

Uma vez inseridos muro adentro do *campus*, os estudantes universitários naturalmente se acometem de responsabilidades segregadas por características de âmbito profissional e pessoal. Sob a parcela da responsabilidade profissional, eles têm consciência da razão básica de estarem ali e como essa justificativa se conecta com a importância do futuro e níveis de seriedade cobrados. No âmbito pessoal, entende-se que uma parcela dessa perspectiva de futuro se faz presente, afinal é na universidade que muitos jovens têm um primeiro desligamento, ainda que moderado, dos pais e outros familiares, a partir de um cotidiano mais independente demandando novas tarefas, responsabilidades e consequências de uma vida adulta (TEIXEIRA *et al.*, 2008).

Concomitantemente aos pontos apresentados, especialmente observando os conceitos de identidade definidos por Hall (1992), entende-se também que as instituições exercem uma relevância social no cotidiano dos estudantes, mais efetiva ainda sobre os calouros, que dependem de uma infraestrutura adequada e construída estrategicamente com base na informação para que tenham uma boa adaptação na fase inicial da graduação (TEIXEIRA *et al.*, 2008). Tão logo a rotina de estudos é iniciada, com ela surge a ramificação das interações sociais próprias do contexto social onde os estudantes estão inseridos, relacionamentos interpessoais a fim de atender meios acadêmicos, pessoais e profissionais (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014) que hipoteticamente nos leva à ideia de alinhamento e desencontro das

expectativas, conflito de identidades e outras formações sociais próprias ou características do ambiente universitário que podem afetar negativamente a evolução de carreira dos jovens em suas profissões (SOARES; POUBEL; MELLO, 2009).

Portanto,

[...] vivências acadêmicas que não garantem uma boa qualidade de vida podem tornar-se experiências estressantes, podendo tanto influenciar no aparecimento de transtornos depressivos, quanto afetar o rendimento acadêmico e o abandono escolar (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014, p.431).

2.2.2 Habilidades Sociais no Ambiente Universitário

A convergência de comportamentos, diversidade e níveis hierárquicos de exigência no ambiente universitário têm pautado as análises e estudos sobre as habilidades sociais. Para Soares, Poubel e Mello (2009), tais estudos têm como resultado a reflexão sobre o círculo social dos estudantes, próprio ou de terceiros, visando um entendimento mais amplo e consciente sobre como um indivíduo influencia outro, como os relacionamentos entre eles se desdobram e resultam na compreensão da formação do sujeito e suas esferas a partir do cotidiano social experimentado dentro das instituições. Esses autores também citam que o bom desempenho acadêmico com foco nos resultados está conectado, ainda que não explicitamente, com as competências sociais.

Portanto, desde o início do ciclo universitário os jovens são condicionados a uma série de ocasiões que demanda habilidades sociais de interação e comportamentos, como: falar em público; se relacionar com amigos e familiares; conviver com relacionamentos afetivos e namoros; criticar e sobretudo administrar as críticas de terceiros; vivenciar conflitos; cumprir prazos e demandas acadêmicas (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014). As pesquisas sobre as habilidades sociais também conotam a identificação e ampliação do conhecimento, mas segregado em duas vertentes: as possíveis deficiências e as competências sociais (SOARES; POUBEL; MELLO, 2009). Isto posto, entende-se que em todo contexto universitário há um cenário de responsabilidades importantes para observar, divididas entre aluno e instituição.

Sendo assim, a atenção na formação dos novos profissionais deve ser pautada: no conhecimento básico, técnico e nas aptidões sociais relativas às competências interpessoais (SOARES; POUBEL; MELLO, 2009, p. 27).

No entanto, nota-se que a deficiência no desenvolvimento das habilidades sociais tem conexão com os números de casos de depressão, maus rendimentos acadêmicos e até desistência escolar (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014). O campo composto por conflitos dos jovens universitários diante de relacionamentos afetivos, independência, entrosamento nos círculos de amizades e responsabilidades, quando mal gerenciado e com resultados adversos às expectativas, podem ter como cenário o aumento no nível de estresse, contribuindo para o surgimento de transtorno depressivo, seja pela primeira vez ou em estudantes já propícios à condição mental (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014).

Como observado, as habilidades sociais exercem um papel de relevância na formação dos jovens universitários, mas em contraponto, da perspectiva de sua ausência ou construção deficiente, ela também corrobora influentemente no surgimento de condições mentais, como a depressão. Portanto, entende-se que é papel das instituições de ensino prover e idealizar meios facilitadores para mais envolvimento de toda a comunidade acadêmica, sobretudo focando na integração de calouros com veteranos, objetivando garantir uma exitosa adaptação e resultados mais satisfatórios no âmbito dos laços interpessoais (TEIXEIRA *et al.*, 2008). Complementando por meio de hipótese, o teatro, trabalhos sociais, música e demais projetos institucionais, mesmo que relacionados a curso, contribuem positivamente para que os estudantes possam gradativamente se desenvolver nos campos dessas competências e suavizar os potenciais conflitos resultantes da má orientação sobre as habilidades sociais (SOARES; POUBEL; MELLO, 2009). A propósito da reflexão, esse conceito de suporte e ações organizadas pelas instituições não se aplica somente como prevenção, mas também vai ao encontro dos jovens que adoecem de depressão no decorrer da trajetória acadêmica, oriundo de fatores internos ou externos ao *campus*.

Segundo dados de uma pesquisa (ANDIFES, 2018) realizada com aproximadamente 424 mil estudantes, 83% dos entrevistados afirmavam conviver com alguma dificuldade emocional. A análise também destacou que 45% dos entrevistados não tinham vontade de realizar atividades e demonstraram desinteresse. No âmbito de idealização de morte e pensamentos suicidas, entende-se como pontos críticos, os números foram, respectivamente, de 10% e 8%. Diante desse cenário crescente, a ativação de ações ou programas institucionais que podem prestar apoio psicológico se sobressai como uma importante estratégia que tem por

objetivo o benefício da saúde mental dos estudantes, a fim de contribuir com a redução do estresse, que como desdobramento e consequência pode refletir positivamente, também, na redução dos sintomas de depressão, ansiedade, os pensamentos de cunho suicida e problemas de relacionamentos interpessoais (ASSIS; OLIVEIRA, 2010) que são a base das habilidades sociais. Essa reflexão sobre concentrar atenção à saúde como forma de apoio frente ao estado depressivo também pode ser encontrada em outros estudos e autores.

As intervenções psicológicas nas universidades são de extrema importância, considerando-se o período de estudo na universidade e os danos que a depressão pode ocasionar quando o estudante se forma, uma vez que o profissional com baixa competência social e comunicação ineficaz, apresenta prejuízos para sua vida profissional (BOLSONI-SILVA; GUERRA, 2014, p. 446).

Quando comportamentos relacionados às habilidades sociais são observados, é possível também fazer uma conexão com os estudos e campos de investigação sobre a empatia, sua relevância e aspectos benéficos diante dos cuidados envolvendo a comunidade acadêmica universitária, já citados há pouco. Para uma compreensão mais ampla sobre o tema, que inclusive apresenta poucos estudos explorados com mais profundidade, especialmente no ambiente de instituições de ensino superior, é importante destacar que seu conceito principal se caracteriza como base à capacidade de construir apoio, seja de cunho afetivo ou mesmo social, para com o outro, a partir do princípio de se projetar no lugar ou na situação em que o indivíduo se encontra, constituindo de “condição estruturante no ser humano” (FORMIGA, 2012, p. 2).

Da perspectiva base sobre empatia, mas inclinando o olhar para o desenvolvimento e condições impostas pela sociedade, é possível com facilidade identificar que os caminhos se direcionam para fins divergentes, uma vez que é cultuado com frequência a individualidade das pessoas, mesmo sob o pretexto de preocupação com grupos e camadas sociais consideradas excluídas. A prioridade é voltada à prática do consumo de produtos com a finalidade de lucro, se desvirtuando do bem-estar e condição de ampliar a união, característicos da empatia propriamente dita (FORMIGA, 2012). Para Formiga (2012), a empatia se impõe como uma importante aliada para o autoconhecimento do ser humano nas esferas: históricas, psicológicas, antropológicas, sociológicas, que contribuem para apoio e

desenvolvimento social, evitando a condição de exclusão e considerando de viver de forma mais humana.

Essa preocupação social em torno de um desenvolvimento mais amplo da sociedade, considerando a empatia um elemento chave, somada ao papel já citado anteriormente sobre o compromisso das instituições de ensino em prover estrutura adequada para a adaptação dos estudantes com mais prática das habilidades sociais, expressa o compromisso de formação humana além da qualificação profissional. Esse trabalho traz resultados não só para a comunidade acadêmica, mas também para a sociedade que é nutrida de estudos, pesquisas e soluções propostas por estudantes da instituição que têm o propósito de contribuir para o desenvolvimento do País (ASSIS; OLIVEIRA, 2010). No entanto, quando o nível de empatia em estudantes universitário é observado através de estudos, entende-se que ainda há muito a ser desenvolvido sobre o tema nos cursos acadêmicos. Uma pesquisa revelou que, na média geral, estudantes de psicologia apresentam 50% de empatia para com outros estudantes, enquanto estudantes de engenharia apresentam média de 30% (CARNEIRO *et al.*, 2017), sugerindo que esses têm mais dificuldade de aceitar pontos de vista diferentes e comportamentos divergentes de suas expectativas.

Portanto, a partir da reflexão de que a empatia pode ampliar os meios de comunicação e convivência entre os seres humanos, com o intuito de estimular a compreensão da condição em que o outro se encontra, desenvolvendo o compromisso de apoio (FORMIGA, 2012), entende-se que essa característica pode ser também analisada no estudante universitário. Como a empatia, ou a falta dela, pode ter consequência na adaptação, com impactos positivos ou negativos sobre quem tem depressão e condições mentais.

2.3 Depressão e Narrativas Midiáticas

Esta parte apresenta trabalhos e produtos de comunicação, nacionais e internacionais, que foram desenvolvidos com o objetivo de pautar a discussão sobre a depressão no ambiente universitário e também nos ambientes externos, a partir das expressões que podem ser interpretadas como formas de conscientização, combate ao preconceito e encorajamento para que os jovens não tenham medo de falar sobre o assunto. Os conceitos estão organizados em duas partes, sendo: 2.3.1. Narrativas Midiáticas como Modelos de Vida; 2.3.2. Narrativas Midiáticas e a Representação da

Depressão. Para compreensão sobre a importância da mídia e narrativa como formas de influenciar comportamentos, utiliza-se os fundamentos teóricos de Silverstone (2002) e Bruner (2014).

2.3.1 Narrativas Midiáticas como Modelos de Vida

O cotidiano em torno de um indivíduo é sempre composto por histórias, narrativas que ele mesmo cria, sem querer, por meio de hábitos e comportamentos. Há sempre uma história para lembrar, há sempre uma história nova para contar (BRUNER, 2014). Nesse contexto, é possível analisar que o papel das histórias vai além de entregar uma mensagem, pois há o envolvimento e possível transformação diante do que é contado pelas narrativas.

Elas são instrumentos não tanto para resolver problemas, mas mais para encontrá-los. O tipo de uma história é sinalizado tanto pela situação retratada quanto pelo seu desfecho. Contamos histórias mais para prevenir do que para ensinar. E, por causa disso, histórias são moedas correntes de uma cultura (BRUNER, 2014, p. 25).

É dessa forma, por um curso natural do comportamento humano, que as histórias são aplicadas à produtos midiáticos. O compositor de uma música insere nas letras histórias de sua infância e sua própria visão do mundo. O roteirista de um longa metragem entrega um conflito cheio de perdas e luto, mas não sem esperança. Um pintor expressa em seu quadro a cultura local onde cresceu, amores e decepções. Um escritor conta em seu livro a história que sua vivência o permitiu criar, enquanto um ator é cotado para viver o personagem principal dessa mesma história. Uma vez que esses produtos são disponibilizados e levados ao público, eles podem alcançar mais pessoas, se transformar em novas histórias e viver entre outras pessoas.

Nota-se, portanto, que os valores e ideias são compartilhados, vidas se encontram e aumenta o interesse e identificação com crenças similares. Esses produtos midiáticos têm o objetivo de contar e apresentar o mundo em que vivemos de forma mais esclarecedora, a partir da representação das experiências que vivemos e temos como base das histórias contadas (SILVERSTONE, 2002).

Quando um grupo de indivíduos é impactado por uma história, a expectativa em torno de um determinado assunto é manifestada, podendo ser atendida como um desfecho sem êxito, um fim premeditadamente errado, ou ainda, como conviver com

alguns tipos de situações, mudar ou reparar padrões (BRUNER, 2014). As narrativas, segundo Bruner (2014, p. 40):

[...] é uma recontagem de planos humanos que não saíram como previstos, de expectativas que foram frustradas. É um jeito de domesticar o erro e a surpresa do ser humano. Ela convencionaliza as formas mais comuns de incidentes humanos em certos gêneros: a comédia, a tragédia, o romance, a ironia ou qualquer outro formato que possa aliviar o fardo do fortuito.

Silverstone (2002) define que as histórias têm total conexão com a humanidade dos indivíduos, permitindo a expansão do conhecimento e compreensão social e cultural de um povo, tal qual suas expressões. Diante de tal relevância, surgem os questionamentos sobre os elementos que formam uma boa história, como deixá-la interessante e com potencial de transformação sobre um indivíduo, além de aplicação em produtos midiáticos. Para Bruner (2014), é importante centralizar os protagonistas e como seus respectivos comportamentos serão colocados ao público. As características dos personagens devem se conectar com o estado natural do mundo, esse alinhado à inserção das histórias, mesmo que levante pontos conflituosos de solução. Se faz também necessário alguns elementos que têm funções estratégicas no ato de contar ou recontar boas histórias. O conhecimento em torno de uma cultura compartilhada, por exemplo, é um fator predominante para que a mensagem seja compreendida. Ao mesmo tempo em que a presença de estereótipos, formatos textuais ou versatilidade de gênero gera ainda mais identificação (SILVERSTONE, 2002). A possibilidade de os indivíduos atuarem como mediadores frente a produtos midiáticos também os tornam pré-dispostos às mudanças sobre os significados de uma história. Assim sendo, é possível supor que um produto midiático que incentive o diálogo sobre a depressão no ambiente universitário, a fim de reduzir o preconceito existente em torno do assunto, pode ter como protagonistas os próprios estudantes, que assumirão a mediação e contribuirão para o compartilhamento das ideias do tema proposto.

2.3.2. Narrativas Midiáticas e a Representação da Depressão

Analisando o envolvimento que as pessoas têm com histórias, identificação e transformação a partir das narrativas, é possível notar que existe uma dependência de consumo midiático, seja no meio impresso ou digital, para finalidades diversas, como: entretenimento, informação e troca de experiências (SILVERSTONE, 2002).

Dentre os diversos formatos, é possível citar os *games*, que segundo dados do Instituto Datafolha (2020), têm cerca de 67 milhões de consumidores no Brasil (CNN, 2020). Os jogos têm sido feitos sob grande diversidade de estilos e propostas, apresentando narrativas mais complexas que colocam o jogador sob a perspectiva dos personagens, tornando o universo do jogo uma parte importante da cultura de consumo. Percebe-se que o *game* desenvolve um papel relevante de contar histórias, sendo não apenas um simples entretenimento ou objetivando o cumprimento de missões. Ele propõe uma experiência mais imersiva, incentiva discussões e reflete realidades da sociedade contemporânea, muitas vezes desconhecidas entre o público que o consome. Na oferta de jogos, encontram-se temas relevantes que apoiam e dão voz às camadas da sociedade frequentemente marginalizadas e interpretadas sob estigmas. A exemplo, o jogo *Tell Me Why* (2020) utiliza a narrativa e jogabilidade para retratar a vida de um jovem transexual e os preconceitos enfrentados pela população LGBTQIA+. O jogo *Hellblade* (2018), cuja protagonista coloca os jogadores sob a perspectiva de pessoas que convivem com esquizofrenia, confusão mental e depressão pós-traumática, aborda problemas da área de saúde mental. A depressão também pode ser observada nas narrativas de games. Títulos nacionais e internacionais, como *Depression Quest* (2013) e *Lenin – The Lion* (2019), publicados na última década, têm abordagens da doença com o objetivo de promover a discussão em torno do problema.

A seguir, uma breve apresentação de produtos midiáticos desenvolvidos para representar a depressão, feitos sob diferentes ópticas e contextos, com diferentes finalidades, apesar de terem em comum a conscientização. Essa conscientização se faz necessária pela doença enquanto problema de saúde pública, mas também é o resultado esperado, uma consequência do efeito gerado a partir narrativas midiáticas. Para Bruner(2014, p. 17), “nós também nos agarramos a modelos narrativos da realidade e os utilizamos para moldar nossas experiências diárias”.

A amostra selecionada destaca três produtos: 2.3.2.1. Uma série de histórias em quadrinhos feita por um artista para representar como é conviver com a depressão. 2.3.2.3. Um conjunto de expressões artísticas ao redor do mundo, desenvolvido a partir da união de obras de diferentes autores, servindo de linguagem universal para interpretação do tema. 2.3.2.4. Uma série de fotografias com o objetivo de expressar o que é ter depressão.

2.3.2.1 Projeto Optipess

Realizado por um artista norueguês chamado Kirstian Nygard, o projeto *Optipess* consiste em uma série de histórias em quadrinhos que expressa a linha tênue entre otimismo e pessimismo, mas a partir do cotidiano de quem convive com a depressão, aplicado nos hábitos da atualidade. O nome da obra é a soma dessas duas palavras (otimismo e pessimismo, em inglês) e conta com alguns episódios em diferentes ambientes.

Na Figura 2, é possível observar o sujeito com depressão, ao acordar, mas logo vestindo a sua imagem que é projetada para a sociedade, em um contraste de felicidade.

Na Figura 3 outra tirinha, chamada "*Depression: The Video Game*", o artista faz uma alusão a jogos eletrônicos, inclusive utilizando a mesma tipologia do famoso jogo *Grand Theft Auto* - GTA, que é facilmente reconhecido por sua escrita. No contexto do jogo, a informação básica de que o participante deve apertar qualquer botão para começar a jogar, mas para cumprir o primeiro objetivo que consiste em sair da cama, os comandos são extensos e complexos, permitindo a interpretação de que, para um sujeito com depressão, uma tarefa como sair da cama, vista como simples, pode ser algo mais difícil.

Na Figura 4, chamada de "Internet", a tirinha representa as interações virtuais pelas mídias sociais, revelando que, por trás das telas, as pessoas dividem o mesmo sentimento de solidão.

Figura 2 - Tirinha "Depression"



Fonte: Hypheness (2015, on-line)

Figura 3 - Tirinha "Depression – The Video Game"



Fonte: Hypheness (2015, on-line)

Figura 4 - Tirinha "Internet"



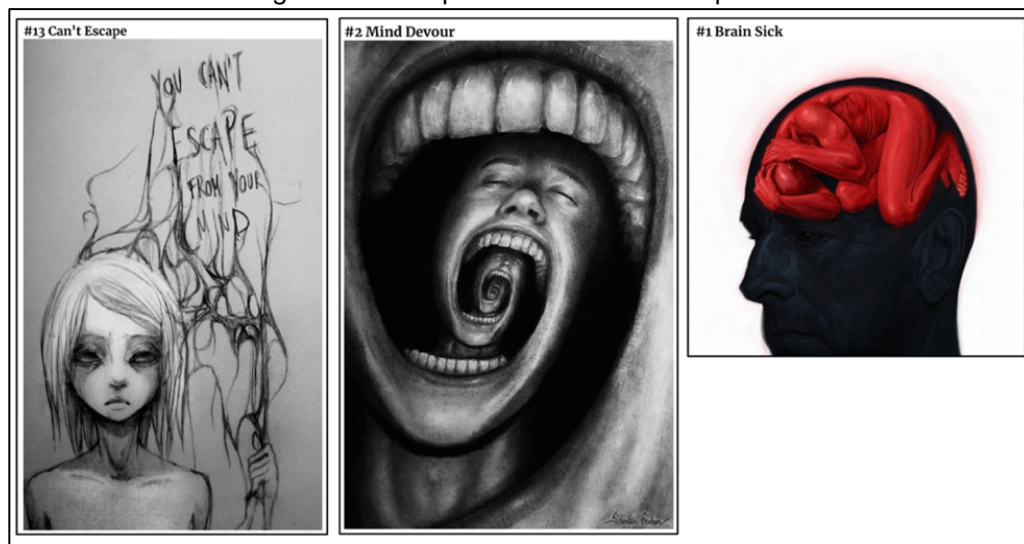
Fonte: Hypheness (2015, on-line)

As histórias presentes nas narrativas têm a função de expressar o cotidiano de quem convive com a depressão, mas não é devidamente reconhecido ou notado pelo problema, justamente por padrões na sociedade, como ter uma vida sempre alegre e viver de uma imagem bem-sucedida. Há sempre o contraste visual “belo” para um visual que incomoda.

2.3.2.2 Expressões Artísticas

Para explorar a diversidade de percepção e estilo, arte e expressão, um site chamado *Boredpanda*, da Lituânia, voltado para assunto e conteúdos gerais, resolveu convidar 23 artistas para desenvolverem ilustrações que expressam o que é ter e viver com depressão. O interessante dessa exposição é ter reunido mais de 100 artistas de diferentes culturas, expondo o entendimento da doença como um fator sociocultural, como defendem Czeresnia, Maciel e Oviedo (2013). Na figura 5, é possível observar uma seleção de 3 dessas artes.

Figura 5 - Artes postadas no site Boredpanda



Fonte: Vareikaite (2017, *on-line*)

Na amostra aqui apresentada, as três diferentes artes expressam o sentimento interno de quem tem depressão. Mais uma vez, indo ao encontro das abordagens analisadas anteriormente, sobre causar sensações a partir de elementos visuais, com o objetivo de contextualizar o problema e conscientizar a audiência impactada pelas artes.

2.3.2.3 Série de Fotografias

Após ser diagnosticado com depressão aos 16 anos, o fotógrafo estadunidense Christian Hopkins criou uma série com 23 fotografias com o objetivo de expressar o que é ter depressão. Para o artista fotografar sobre o tema é uma terapia para algo que, muitas vezes, se faz complicado para dialogar.

As composições utilizadas nas fotografias representam, também, o ponto de vista de quem sofre de depressão e não consegue dialogar sobre o problema, ou mesmo desenvolver atividades do cotidiano. Na figura 6, uma seleção com 4 dessas fotografias.

Figura 6 - Série de fotos de Christian Hopkins



Fonte: Noorata (2013, *on-line*)

Essas produções tentam expressar, de acordo com os próprios limites, como é a vida ou a mente de quem convive com depressão. Dessa forma, é provável que essas imagens expressem, ainda que indiretamente, quais os preconceitos que tais comportamentos podem causar e porque a conscientização e possibilidade de diálogo são tão importantes. E mais que isso, essa breve análise mostra como diferentes formatos (*games*, vídeo, quadrinhos, pinturas e fotografia) podem ser utilizados como forma de enfrentamento ao problema da depressão e aponta para potencial da combinação de diferentes linguagens no desenvolvimento de um produto que tenha esse propósito.

3 NARRATIVA TRANSMÍDIA

O consumo de produtos midiáticos, como os exemplos apresentados no tópico anterior, cumpre o papel conceituado por Silverstone (2002) sobre levar informação e trocar experiências a partir das narrativas. Nota-se que as transformações trazidas pela Internet nos últimos 20 anos desbravaram caminhos para o protagonismo das pessoas em torno desse consumo. Se produtos midiáticos têm significativa relevância por permitir a troca de experiências do público a partir das narrativas, torna-se fundamental a compreensão acerca das possibilidades e aplicações de formatos para que as histórias se conectem, sejam consumidas e edifiquem a difusão da informação. Há mais de 15 anos Jenkins (2006) já dissertava sobre a expansão nas interações e comportamentos no consumo de produtos comunicacionais, à medida que o fluxo de informações e nível de independência do público crescem. As pessoas almejam o consumo do entretenimento segundo suas próprias vontades, expectativas e experiências, em um momento que ele denomina de “cultura de convergência [...] onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2006, pag. 30).

Entende-se, portanto, o conceito de convergência como um fator de transformação cultural, no qual o público dispõe de informações fragmentadas e aplicadas a diversos meios. É possível fazer uma breve observação, como exemplo, sobre aparelhos de videogames. Denominados também de consoles, os aparelhos produzidos há cerca de 20 anos eram limitados a sua função de apenas reproduzir o jogo. Atualmente, os consoles fabricados oferecem plataformas de *streaming* de conteúdo em vídeo, como *Netflix*, *Amazon Prime* e *Apple TV*, possuem canais de música, loja virtual, interface de interação *on-line* com outros contatos e, finalmente, jogar, como há 20 anos. No entanto, o jogo também não se limita àquele espaço virtual. Em muitos casos, é possível sua aplicação no aparelho celular, permitindo mobilidade da pessoa durante o consumo, assim como os demais itens citados. Essa realidade vivida hoje também esteve entre as previsões de Jenkins, que escreve:

Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência (JENKINS, 2006, p. 43).

Pelas possibilidades e ininterrupto crescimento da convergência de mídia, observa-se, nos produtos midiáticos, as narrativas transmídias e suas possibilidades de contar uma história singular, mas de forma pluralizada. É possível definir o conceito base de narrativas transmídias a partir da definição de Scolari (2015), na qual ele afirma que são múltiplas mídias e telas contando uma mesma história, não necessariamente da mesma forma, estando em plataformas e formatos diferentes. Para Pratten (2011, p. 2), narrativa transmídia é “contar uma história em várias plataformas, de preferência permitindo a participação do público, de modo que cada plataforma sucessiva aumente a diversão do público”.

É, portanto, importante observar que a narrativa de um universo contada em um longa metragem do cinema não será exatamente a mesmo contada em uma série de quadrinhos, mesmo estando sob mesmo título e universo proposto pelo longa metragem. No entanto, apesar das diferenças nas histórias fragmentadas de uma única história, se faz pertinente as colocações de Pratten (2011) e Scolari (2015) sobre as narrativas transmídias. Ambos os autores afirmam que é preciso haver sinergia entre as histórias, proporcionando conteúdo e experiência engajadora na audiência. As narrativas transmídias podem ser expandidas de acordo com a linguagem: verbal ou visual, não sendo meramente uma adaptação de um meio para o outro, mas sim um fragmento da história que, quando somado a outros fragmentos veiculados em outras mídias, enriquece o universo contado na narrativa.

A exemplo de narrativas transmídia, é possível citar a franquia *Assassin's Creed*, criada pela empresa norte-americana Ubisoft. Lançado inicialmente como um jogo de videogame em 2007, a história de *Assassin's Creed* traz em sua proposta uma visita a séculos passados, mas pela perspectiva de personagens que pertenceram a credos e ordens que lutavam contra a sociedade opressora da época. Indo além da ficção e intercalando realidade, a história também apresenta personagens que de fato existiram e se tornaram grandes figuras históricas, como Leonardo da Vinci e Alexander Graham Bell, mas inseridos antes de seus feitos que marcaram época.

Figura 7 - Imagem conceito de Assassin's Creed (2006)

Fonte: Valle (2017, *on-line*)

Ainda que o jogo tenha uma história definida como central, uma de suas principais características é a versatilidade nas narrativas secundárias e paralelas aos protagonistas, apresentando outros personagens e enredos, mas que têm a importante função de preencher o universo narrativo e aprimorar a experiência do público que consome o produto. Estrategicamente, após o lançamento do jogo, as histórias que o compõe, seja a central ou secundárias, ganharam outras adaptações e meios de serem contadas pelos produtos midiáticos. Na figura 8, é possível observar a franquia Assassin's Creed aplicada no formato quadrinhos lançados a partir de 2010, divididos por temas, épocas e personagens. Muitas dessas histórias não são profundamente exploradas nos jogos, às vezes nem mesmo citadas, mas, elas estão inseridas no mesmo espaço, tempo e acontecimentos da trama central, contribuindo para enriquecer a história e experiência.

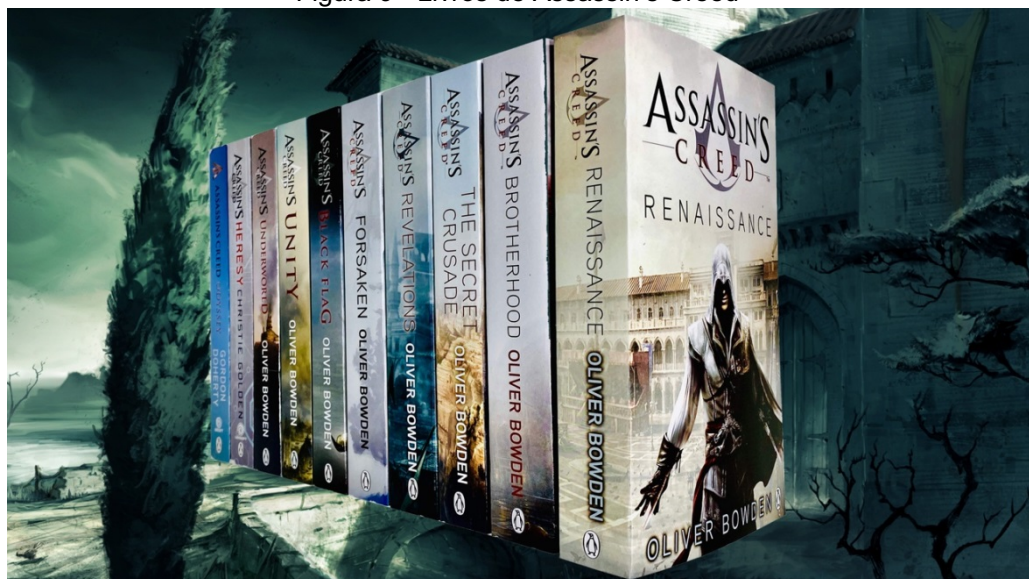
Figura 8 - Quadrinhos de Assassin's Creed



Fonte: Martins (2016, on-line)

Além dos quadrinhos, que em quase sua totalidade possui narrativas que pertencem à trama central, mas estão ocultas do jogo original, outro produto feito a partir da franquia principal foram livros, lançados em 2012. As publicações têm conexão com o jogo, até os mesmos protagonistas ilustrando as capas, porém, suas histórias revelam detalhes, passagens de tempo e espaço não vistos no produto original.

Figura 9 - Livros de Assassin's Creed



Fonte: Adaptado de Amazon (2021)

Em 2016, frente ao êxito comercial de toda a saga *Assassin's Creed* por meio dos jogos, histórias em quadrinhos e livros publicados, a narrativa foi adaptada para o cinema com exibição mundial. O filme de *Assassin's Creed* apresentou um protagonista não conhecido por parte da audiência, história inédita, mas inserida no universo popular entre os admiradores da série. Entretanto, é provável que o público de massa atingido pela exibição do longa metragem nos cinemas ou pela plataforma de streaming *Netflix*, talvez nunca tenha consumido o jogo, os quadrinhos ou mesmo lido os livros aqui já citados. Mas, esse detalhe não se impõe como obstáculo de consumo ou compreensão da história contada. Apesar de pertencerem a mesma franquia, descreverem tempo, espaço e personagens em comum, cada um desses produtos midiáticos possui individualidade e despertam interesses distintos de acordo com o público. É, portanto, possível compreender que esse é um dos princípios básicos da narrativa transmídia: um grupo de fragmentos narrativos estrategicamente distribuídos por plataformas distintas, com o objetivo de levar experiências únicas de entretenimento (FECHINE; BRONSZTEIN, 2016).

Figura 10 - Cartaz digital do longa-metragem de *Assassin's Creed*



Fonte: Cinesia Geek (2022, *on-line*)

É válido destacar e analisar, neste exemplo citado, os anos de lançamentos de cada produto. O início se deu em 2007, somente por um tipo de mídia, o videogame, passando depois por: quadrinhos em 2010; livros em 2012; longa metragem em 2016. Para 2022 e 2023, oficialmente já houve a confirmação de que *Assassin's Creed* será

lançado também como uma série original da *Netflix*, mas ainda sem data exata de disponibilidade. Toda essa jornada observada também faz parte da estratégia das narrativas transmídias, onde um conteúdo é expandido e passa a fazer parte do cotidiano da audiência, que por sua vez, frente à autonomia que a Internet, sobretudo as redes sociais digitais permitem, organicamente contribui para a polarização das histórias contadas (FECHINE; BRONSZTEIN, 2016).

Portanto, nota-se que as narrativas transmídias são aliadas às estratégias de comunicação, recepção e compartilhamento da informação, principalmente ao incentivar o envolvimento da audiência com o assunto proposto, levando a disseminação de ideias e conceitos apresentados na narrativa do produto.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Considerando que os resultados da pesquisa serviram de base para criação de um novo produto midiático para contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário, é possível categorizá-la como pesquisa aplicada. De acordo com Gil (2002), a pesquisa aplicada permite analisar as contribuições originadas da revisão bibliográfica e suas teorias, a fim de gerar ou expandir novos conhecimentos em torno de um assunto. Na pesquisa aplicada, também há o objetivo de resolver problemas aplicados no dia a dia do pesquisador. No caso do presente estudo, o problema é o preconceito em relação à depressão no ambiente universitário. A fim de atingir cada um dos objetivos propostos, o procedimento metodológico foi estruturado em três etapas, a saber: (1) Revisão de Literatura; (2) Análise Documental; e (3) Design Science Research.

Para a primeira etapa da metodologia, a revisão de literatura foi realizada por meio de livros, dissertações, teses e artigos disponíveis nos repositórios digitais, a partir de três eixos teóricos, a saber: (1) Preconceito e Discriminação em Relação à Depressão; (2) Jovem Universitário: Identidade e Interação Social; e (3) Depressão e Narrativas Midiáticas.

A revisão bibliográfica possibilitou atingir o primeiro objetivo específico: compreender o problema do preconceito relacionado à depressão no contexto do estudante universitário. Para tal etapa e êxito no objetivo, identificou-se a necessidade do entendimento em torno do preconceito e suas possíveis origens, características do comportamento sobre preconceito na contemporaneidade e estigmas presentes em relação à depressão. Utilizou-se estudos de Bobbio (2002), Goffman (1963), Bandeira e Batista (1993), Crochik (1996), Rodrigues (2016), Gonçalves e Machado (2007) e Czeresnia, Maciel e Oviedo (2013). Para integrar a análise sobre preconceito, mas aplicado ao ambiente universitário, tornou-se necessário a compreensão em torno do perfil do jovem universitário, sua identidade e peculiaridades das interações sociais demandadas no ambiente de instituições de ensino superior. Para isso, utilizou-se os estudos de Stuart Hall (1992), Teixeira *et al.* (2008), Assis e Oliveira (2010), Soares, Poubel e Mello (2009), Bolsoni-Silva e Guerra (2014), Carneiro *et al.* (2017) e Formiga (2012).

Para atingir a primeira parte do segundo objetivo específico da pesquisa: selecionar produtos de comunicação que abordam o problema da depressão, houve

a necessidade de compreender como as narrativas midiáticas têm impacto no cotidiano dos indivíduos, assim como a maneira em que a depressão pode ser retratada em tais produtos de comunicação. Para desenvolvimento desse tópico, utilizou-se os estudos de Bruner (2014) e Silverstone (2002). Também, se fez necessário a revisão de literatura em torno do conceito de narrativas transmídia, indo ao encontro da proposta de produto da presente pesquisa. Para compreensão do tema, utilizou-se os estudos de Fachine e Bronsztein (2016).

A segunda etapa do procedimento metodológico consistiu na análise documental, com o objetivo de atingir a segunda parte do segundo objetivo da pesquisa: analisar a amostra para identificar características de narrativas com potencial para contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário. Esse tipo de procedimento metodológico permite explorar aspectos do problema, muitas vezes levando a hipóteses que podem responder à pergunta problema, a partir de análises de documentos (GIL, 2002). A análise documental:

Muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos (GIL, 2002, p. 276).

Como documentos, foram analisados três produtos midiáticos que abordam a depressão. O levantamento dos títulos e processo de seleção e escolha foram realizados entre os meses de julho e setembro de 2021. O método para seleção foi de amostra não probabilística por conveniência, a qual segundo Gil: “ocorre quando as fontes são selecionadas por proximidade ou disponibilidade. A seleção é intencional quando o pesquisador faz a seleção por juízo particular, como conhecimento do tema ou representativa subjetiva” (2002, p. 68-69).

Dessa forma, o levantamento considerou produtos midiáticos criados com o objetivo de incentivar o diálogo sobre a depressão, tal como informar características da doença, produzidos entre 2010 e 2021. Definiu-se, então, a análise de um movimento institucional, composto por produtos transmídia e criado por empresas e dois jogos de videogame. A saber: (1) o site do movimento Falar Inspira Vida (2019); (2) o jogo Lenin – The Lion (2019); e (3) Depression Quest (2013).

Uma vez selecionados, foi possível examinar os documentos a partir da literatura realizada em torno das definições sobre a depressão, segundo Garro,

Camillo e Nóbrega (2006) e Furlan e Canale (2006). Portanto, conforme é possível verificar no quadro 2, seguiu-se o seguinte roteiro macro de análise:

Quadro 2 - Roteiro macro para Análise Documental da Pesquisa

TÓPICO ANALISADO	DESCRIÇÃO
Título	A relação do nome do produto com a depressão
Objetivo	Propósito principal do produto em torno da depressão
Tipo de Problema	Situações cotidianas da depressão observadas no produto
Características da Depressão	Sintomas segundo Garro, Camillo e Nóbrega (2006).
Tipos de Depressão	Definições segundo Furlan e Canale (2006)
Elementos da Narrativa	Função dos personagens, espaços de narrativa e conflito
Signos Verbais e Visuais	Elementos visuais e verbais que representam a depressão

Fonte: Autor (2021)

A análise documental permitiu atingir o segundo objetivo específico da pesquisa: selecionar produtos de comunicação que abordam o problema da depressão e analisar a amostra para identificar características na narrativa com potencial para contribuir no combate em relação à depressão no ambiente universitário.

E, por fim, para atingir o terceiro objetivo específico da pesquisa: desenvolver um produto transmídia, direcionado ao público universitário com narrativa voltada para o combate ao preconceito e discriminação em relação à depressão, utilizou-se parcialmente o método Design Science Research, que tem como objetivo auxiliar o pesquisador no âmbito do conhecimento para concepção de novos artefatos. Entende-se artefatos como produtos e/ou soluções de problemas (LACERDA *et al.*, 2013). É importante destacar que este método é composto por uma série de etapas e possibilidades para o pesquisador. Entretanto, com base no interesse da presente pesquisa, concluiu-se que um recorte do método e sua utilização parcial seriam suficientes para atender o estudo proposto. Sendo assim, concentrou-se a análise na estrutura e definição das classes de problemas a serem solucionados. Classe de problemas, segundo Lacerda *et al.*, se define como: “a organização de um conjunto de problemas, práticos ou teóricos, que contenha artefatos avaliados, ou não, úteis para a ação na organização” (2013, p. 747). É, portanto, necessário compreender que, para formar uma classe de problemas, há um fluxo na metodologia de Design Science Research. Fluxo este, formado pelos seguintes passos: (1) Levantamento do Problema Prático; (2) Revisão Sistemática de Literatura; e (3) Classe de Problemas.

Com a classe de problemas definida, entende-se que é possível localizar artefatos que têm potencial para contribuir na criação de um novo artefato. Atendendo

ao item 1, no que se refere ao levantamento do problema prático, entende-se o preconceito em relação à depressão no ambiente universitário, frente aos dados da pesquisa da ADINFES (2018), onde oito a cada dez universitários entrevistados relataram ter depressão. Para o item 2, sobre a revisão de literatura, entende-se os três eixos teóricos definidos para compreensão do problema, conforme já citados anteriormente: (1) Preconceito e Discriminação em Relação à Depressão; (2) Jovem Universitário: Identidade e Interação Social; e (3) Depressão e Narrativas Midiáticas.

Após entendimento desses tópicos e para definição do item 3 como classe de problemas, realizou-se uma análise documental de produtos midiáticos desenvolvidos para conscientização e diálogo sobre a depressão, sendo: dois games e um movimento composto por diversas iniciativas e produtos midiáticos.

Para validação do artefato criado, optou-se por instituir um júri de validação, formado por uma profissional da saúde, Dra. Fernanda Fernandes da Silva, mestre em psicologia clínica e doutoranda em desenvolvimento humano, cujo trabalho tem foco em problemas de saúde mental. Também será feita a validação com dois alunos da Instituição de ensino FEI e o Diretor de Marketing, Michael Lopes, que aceitou a proposta de pesquisa e produto para o plano 2022 do Departamento de Comunicação e Marketing da FEI, a fim de aplicar de forma prática todo o trabalho desenvolvido neste projeto.

5 ANÁLISE DOCUMENTAL

Assim como já descrito no capítulo anterior, como parte da metodologia da pesquisa, segue a análise documental realizada. Na ocasião, foram analisados três produtos midiáticos que têm em comum o tema depressão e incentivam o diálogo sobre a doença. A saber: (1) Falar Inspira Vida (2019), um movimento composto por diversos produtos de comunicação; (2) Lenin – The Lion (2019), um jogo de videogame; e (3) Depression Quest (2013), um jogo *on-line* exclusivo para computador.

Para tal análise, houve a necessidade de compreensão dos sintomas da depressão, segundo a psiquiatria contemporânea. Como consequência da investigação, identificou-se também as classificações e agrupamentos sobre os tipos de depressão existentes. De acordo com Garro, Camillo e Nóbrega (2006, p. 163), a depressão se define por:

Transtornos do Humor, caracterizada por lentificação dos processos psíquicos, humor depressivo e/ou irritável, redução da energia (desânimo, cansaço fácil), incapacidade parcial ou total de sentir alegria e/ou prazer, desinteresse, apatia ou agitação psicomotora, dificuldade de concentração, pensamentos de cunho negativo, com perda da capacidade de planejar o futuro e alteração do juízo da realidade.

A respeito das classificações e agrupamento de informações sobre os tipos de depressão, conforme já citados no presente estudo, a depressão pode ser incluída em quatro grupos de classificação, segundo os conceitos de Furlan e Canale (2006), a saber: (1) Genética ou Endógena; (2) Depressão Situacional; (3) Depressão Neurótica; e (4) Depressão Sintomática.

É relevante destacar que, para uma compreensão mais completa e entendimento sólido do tema, levou-se em consideração essas informações de Furlan e Canale (2006) sobre os tipos de depressão durante as análises dos produtos. No entanto, para o propósito principal do estudo, sobre o preconceito em relação à depressão, o tipo da doença pode não ser um fator impactante, pois, observa-se que não existe distinção frente ao preconceito.

Então, a partir dos produtos midiáticos selecionados, criou-se um roteiro padrão para análise, composto de sete tópicos, conforme é possível consultar cada um a seguir, no quadro 3.

Quadro 3 - Roteiro para Análise Documental da Pesquisa.

TÍTULO	Analisar o nome do produto, se tem ou não relação com a depressão e discussão proposta.
OBJETIVO	Identificar o propósito principal da discussão sobre a depressão no produto.
PROBLEMA DA DEPRESSÃO	Analisar quais são as situações e problemas cotidianos, relacionados à depressão, podem ser observadas no produto.
CARACTERÍSTICAS	Identificar quais sintomas da depressão são apresentados no produto, segundo a definição de Garro, Camillo e Nóbrega (2006).
TIPO DE DEPRESSÃO	Identificar quais os tipos de depressão podem ser observados no produto, segundo as definições de Furlan e Canale (2006).
ELEMENTOS NARRATIVA	Analisar os elementos da narrativa que expressam a depressão, assim como qual a função dos personagens, tempos da narrativa, espaços, conflitos e desfechos, em torno do objetivo principal do produto sobre a discussão da depressão.
ELEMENTOS VERBAIS E VISUAIS	Analisar como os signos verbais e visuais são utilizados para expressar a depressão, por meio de palavras e frases escritas, formas, linhas, cores, texturas, efeitos sonoros etc.

Fonte: Autor (2021)

5.1 Movimento Falar Inspira Vida

O movimento Falar Inspira Vida congrega uma diversidade de ações e produtos midiáticos voltados à depressão e a importância do diálogo sobre a doença. A empresa farmacêutica Janssen, pertencente à Johnson & Johnson, criou o movimento com o objetivo de desmistificar a depressão por meio da informação, propiciando um ambiente mais acolhedor para quem tem depressão. Além da Janssen, outras empresas parceiras integram o quadro de apoiadores, algumas de expressiva representação midiática, como a Editora Abril e Veja Saúde.

Por meio de um site, www.falarinspiravida.com.br/, o movimento reúne as principais ações que têm sido feitas ao longo do ano, desde sua implementação em 2019, como guias sobre depressão e como lidar com a doença no ambiente de trabalho, informações sobre outros distúrbios mentais e pautas relacionadas à

sazonalidade, como o Setembro Amarelo, mês caracterizado por ações de prevenção ao suicídio. Como é possível observar na figura 11, a página inicial do site traz a identidade visual do movimento, caracterizada por tons suaves de amarelo e azul, com silhuetas coloridas de pessoas, aparentemente femininas. O nome, Falar Inspira Vida, é assinado no canto superior esquerdo. O título não faz alusão direta à depressão, mas nota-se que traz o objetivo proposto pelo projeto: dialogar em incentivo à vida. Esse objetivo, a propósito, é exibido como texto principal da página de entrada, que diz: “Um movimento criado para manter a conversa sobre depressão por meio do conhecimento”.

Figura 11 - Página inicial do site Falar Inspira Vida



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

As informações textuais são destacadas na cor branca, proporcionando uma leitura agradável em contraste com o fundo. No canto superior direito, é possível observar um botão para *download*. Ao clicá-lo, é possível ter acesso a três guias digitais sobre a depressão com temas distintos: (1) Depressão: quando saber falar e ouvir inspira a vida; (2) Depressão: como acolher no ambiente de trabalho; e (3) Papo reto sobre saúde mental.

Figura 12 - Guias digitais no site Falar Inspira Vida



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Além desses conteúdos exibidos, a página inicial do movimento também traz, por meio de um vídeo produzido, a ideia principal do movimento: incentivar o diálogo sobre a depressão. É possível analisar que, além da identidade visual ser a mesma proposta no site, há representações da depressão, mas de forma lúdica, como é possível observar na figura 13. O desenho, que representa uma nuvem tempestuosa em cima de uma única pessoa, pode abrir margem para interpretação sobre como é conviver com a depressão. A ilustração da figura feminina sob a nuvem de chuva tem traços que, supostamente, indicam a ausência de alegria e vontade de viver. Tais características estão presentes nos sintomas de depressão, segundo Garro, Camillo e Nóbrega (2006).

Figura 13 - Cena do vídeo institucional do Falar Inspira Vida



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Nos outros produtos midiáticos analisados, não foram identificadas ações e abordagens sobre o preconceito em relação à depressão. No entanto, no vídeo institucional do movimento Falar Inspira vida, o preconceito sobre a depressão é citado de forma direta, exposto como uma consequência da falta de informação. Como visto na figura 14, balões de diálogo representam as opiniões e julgamentos de pessoas sobre quem tem depressão, acompanhados da frase “quanto menor o conhecimento, maior o preconceito”.

Figura 14 - Cena do vídeo institucional Falar Inspira Vida



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Assim, pela cena seguinte, entende-se que a consequência desse ato pode contribuir ainda mais, sobre quem tem depressão, para o isolamento social e a falta de diálogo. A cena ao exibe uma pessoa sentada em um sofá com indícios de que está há horas no mesmo local.

O vídeo é concluído com informações sobre a importância da união das pessoas e do espaço para o diálogo, proposta principal da ação, assinando com o nome do movimento: Falar Inspira a Vida.

Além desse contexto geral sobre o movimento que é apresentado na página inicial do site, o menu superior traz alguns outros produtos midiático para suporte ao

tema, como: (1) Documentário chamado Existir e Resistir: O Desafio da Depressão; (2) Um *game* sobre o setembro amarelo; e (3) Conteúdos com dicas para compartilhamento em rede social. No entanto, percebe-se que esses outros produtos não têm uma unidade na identidade visual, exibindo cores, temas e conteúdos bem diversificados do que é apresentado de forma institucional no site. Por exemplo, ao selecionar o ícone “Documentário”, como é possível observar pela figura 15, as cores do site são alteradas e um novo tratamento visual, de acordo com o filme produzido, é exibido na tela.

Figura 15 - Título do documentário Existir e Resistir



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Apesar dos temas, abordagens e conceitos estarem de acordo com a literatura utilizada neste estudo em torno das características da depressão e preconceito, tal como a importância de incentivar o diálogo, o site não informa se o conteúdo proposto foi validado e/ou criado por profissionais especializados em depressão.

Para seguir com a análise mais aprofundada do movimento Falar Inspira Vida, decidiu-se testar de forma prática o *game*, chamado “Jornada do Acolhimento”, proposto pelo movimento para o setembro amarelo de 2021. O teste foi feito em outubro de 2021, jogando as fases disponíveis, conforme segue a análise a seguir.

5.1.1 Jogo Jornada do Acolhimento

A evolução tecnológica dos últimos 40 anos fez os *games* conquistarem uma expressiva fatia de mercado e consumo na sociedade. Uma pesquisa realizada pelo grupo Nielsen (2020) mostrou que, só no mês de março de 2020, foram gastos US\$ 10 bilhões em games no mundo todo (PEGN, 2020). No Brasil, segundo dados do Instituto Datafolha (2020), há cerca de 67 milhões de consumidores deste mercado (CNN, 2020).

Frente a este alto consumo, os *games* têm sido feitos sob grande diversidade de estilos e propostas, apresentando narrativas mais complexas que colocam o jogador sob a perspectiva dos personagens, tornando o universo do jogo uma parte importante da cultura de consumo. Percebe-se que o *game* desenvolve um papel relevante de contar histórias, sendo não apenas um simples entretenimento ou objetivando o cumprimento de missões. Ele propõe uma experiência mais imersiva, incentiva discussões e reflete realidades da sociedade contemporânea, muitas vezes desconhecidas entre o público que o consome. Na oferta de jogos, encontram-se temas relevantes que apoiam e dão voz às camadas da sociedade que, frequentemente, são marginalizadas e interpretadas sob estigmas, como a depressão.

Com o objetivo de falar sobre a depressão, educar por meio de uma ferramenta interativa e servir de apoio a quem sofre a doença, o movimento Falar Inspira Vida lançou mais uma ação em 2021: o jogo Jornada do Acolhimento: inspirando o cuidado com a depressão. Essa iniciativa faz parte do plano para o mês de prevenção ao suicídio, popularmente conhecido como setembro amarelo. Trata-se de um jogo desenvolvido para navegadores de Internet, disponível gratuitamente no site do movimento, onde a proposta é colocar o jogador sob diferentes perspectivas em relação a depressão. Como é possível observar na figura 16, a tela inicial do jogo apresenta características visuais de jogos antigos de videogame, como fonte do título e estilo visual do personagem formados por efeitos de pixels.

Figura 16 - Tela inicial do jogo Jornada do Acolhimento



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Jornada do Acolhimento: inspirando o cuidado com a depressão, é um jogo que pode ser classificado como estilo plataforma, ou seja, exibe as fases na tela e o personagem que é controlado pelo jogador apenas anda para frente, como se estivesse sobre uma plataforma. Em jogos de plataforma, enquanto o personagem é controlado, os desafios, combates e inimigos são gradativamente inseridos, tal como as informações exibidas para contextualizar o jogo. A depressão, nesse jogo, como é possível observar pela leitura, já é abordada no título do produto.

Ao selecionar o botão de iniciar o jogo, o jogador é levado à tela de seleção do personagem. Conforme observado na figura 17, há dez opções de personagens para seleção, que se diferenciam entre gênero, cor, estilo de vestimenta, corte de cabelo e até mesmo idade, sendo possível observar que a faixa etária sugerida vai desde mais jovens até mais velhos.

Figura 17 - Seleção de personagem em Jornada do Acolhimento



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

A variedade de personagens não altera em nada na proposta do jogo. Percebe-se, portanto, que o produto objetiva conversar com diferentes públicos, mas também, pode mostrar que a depressão não é uma doença exclusiva de um grupo específico de pessoas. Há diversidade, mas diante de um assunto latente como a depressão, o interesse pela informação e a necessidade de saber lidar com a doença podem ser vistos como fatores igualitários, independentes de gênero, raça ou classe social. No entanto, a presente análise, observou-se também que, dentre os dez personagens disponíveis para seleção, ainda há ausência de representação de alguns grupos, como: pessoas que têm sobrepeso, pessoas LGBTQIA+ e, principalmente, jovem universitário.

Após selecionar o personagem, uma nova tela é exibida ao jogador antes da fase inicial do jogo começar. Essa tela, observada na figura 18, traz quatro opções de escolhas, que vão definir o percurso das histórias e informações compartilhadas durante o jogo. São elas: (1) Descoberta; (2) Superação; (3) Esperança; e (4) Cuidado.

Figura 18 - Opções de histórias disponíveis

DESCOBERTA	SUPERAÇÃO	ESPERANÇA	CUIDADO
Coloque sua empatia em jogo, conheça a jornada de uma pessoa com sintomas de depressão	Supere os altos e baixos da jornada de quem convive com a depressão resistente.	Você ajudará alguém de seu ciclo que esteja com depressão ou ideação suicida, em uma jornada que acontece de forma sensível, responsável e poderosa	Seja médico por um dia! Entre no consultório do especialista, o psiquiatra, e conheça a rotina de trabalho e de atualização contínua - pontos fundamentais para esse cuidado único com o paciente de depressão.

Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Cada uma dessas opções disponíveis tem o objetivo de proporcionar diferentes perspectivas no jogador. Na escolha número 1 – Descoberta, a narrativa é focada em apresentar o cotidiano e jornada de uma pessoa com sintomas de depressão. Escolhendo a opção número 2 – Superação, a narrativa do jogo busca explorar elementos de superação para a depressão de quem convive com a doença. A opção número 3 – Esperança, coloca ao jogador o desafio de ajudar uma pessoa que esteja com depressão, ensinando a importância do diálogo. E por último, a opção número 4 – Cuidado, que coloca o jogador como médico por um dia, devendo atender pacientes e compreender os cuidados com quem tem depressão.

Durante o jogo, um fator comum que todas as escolhas têm é a exibição de informações a respeito de frases preconceituosas em torno da depressão. Frases essas, percebe-se, populares entre as pessoas, como “depressão é frescura”.

Para esta análise, foi selecionada a opção número 1: Descoberta, com o primeiro personagem disponível na tela de seleção. Percebe-se, a propósito, que a escolha do personagem é simbólica para gerar identificação ao jogador, pois nada é alterado em relação a narrativa contada. Nesse contexto, o jogador deverá passar por quatro cenários principais, sendo: (1) Estação de Metrô; (2) Escritório de trabalho; (3) Academia; e (4) Consultório Médico. É por meio desses locais que o jogo exibe informações que podem ser consideradas como chave para informação e diálogo sobre a depressão.

No primeiro ambiente, estação de metrô, após alguns minutos caminhando pela fase e desviando de alguns obstáculos simples, como poças d'água e cones, o personagem se senta para esperar o trem. É neste momento que as primeiras informações relacionadas à depressão em forma de texto aparecem, como é possível observar na figura 19.

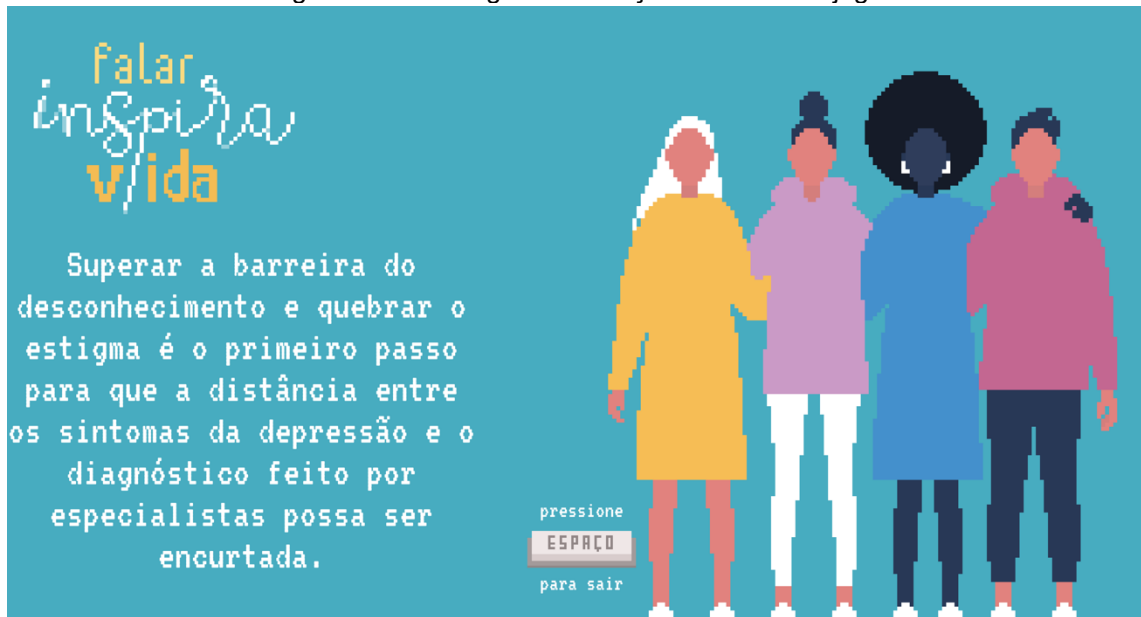
Figura 19 - Personagem do jogo na estação do metrô



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Escrito na cor vermelha, as palavras cansaço e sonolência aparecem acima do personagem, seguida de uma mensagem informando que é difícil se manter acordado após uma noite de insônia. Portanto, com base na definição de Garro, Camilo e Nóbrega (2006) sobre os sintomas da depressão, é possível observar a relação dessas palavras com processos de lentificação, falta de concentração e redução da energia. No entanto, ainda na mesma plataforma do metrô, um aviso na parede se revela interativo para o jogador. Ele aparece como um cartaz de divulgação do movimento Falar Inspira Vida, inclusive com as cores e desenhos apresentados no site principal da iniciativa. Ao se aproximar com o personagem e selecionar o botão de interação, aparece na tela a seguinte mensagem em destaque: “Superar a barreira do desconhecido e quebrar o estigma é o primeiro passo para que a distância entre os sintomas da depressão e o diagnóstico feito por especialistas possa ser encurtada”.

Figura 20 - Mensagem na estação de metrô do jogo



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Ao deixar a estação de metrô, o personagem é conduzido ao segundo ambiente principal: o trabalho. Lá, o jogador deve realizar algumas interações durante a fase, como apresentar um projeto em público para uma plateia. Por meio de comandos simples pelo teclado do computador, o jogador deve selecionar botões específicos que conduzem uma boa apresentação. Pelos conceitos de Garro, Camilo e Nóbrega (2006), a falta de concentração é um dos sintomas da depressão. Portanto, é possível relacionar que o jogo exhibe essa tarefa ao jogador para representar a concentração demandada a uma pessoa em seu ambiente de trabalho, mas a dificuldade à qual essa tarefa pode ser vista, quando analisada da perspectiva de quem tem depressão.

Após passar pelo ambiente de trabalho, o terceiro cenário principal é a academia. Nessa etapa do jogo, um detalhe se destaca e vai ao encontro do estudo proposto: mensagens sobre o preconceito são o foco do desafio colocado ao jogador. Ao entrar para o treino no ambiente, é possível notar que se trata do esporte boxe. O jogador é conduzido, então, a uma parede. Quando chega, uma mensagem em destaque é exibida na tela: “Quebre os estigmas”, como pode ser visto na figura 21.

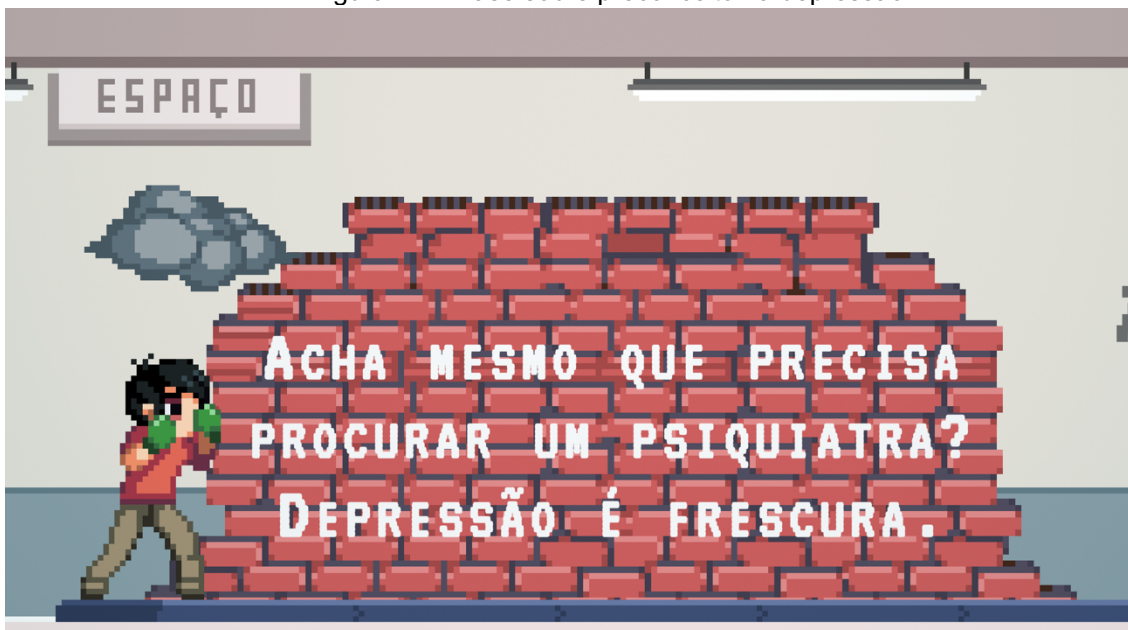
Figura 21 - Muro chamado Quebre os Estigmas



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Após iniciar o combate proposto pelo jogo, frases consideradas como preconceituosas são exibidas na tela, colocadas sobre a parede de tijolos que representa o ambiente da academia. É dever, portanto, do jogador quebrar essas paredes com frases, fazendo uma alusão a vencer barreiras que o preconceito e opiniões populares colocam, sem informações concretas da depressão. São cinco frases sobre o preconceito que aparecem ao jogador, respectivamente: (1) Você vai ficar na cama o dia todo? (2) Por que você está triste se você tem tudo? (3) Acha mesmo que precisa procurar um psiquiatra? (4) Depressão é frescura; e (5) Você gosta de um drama.

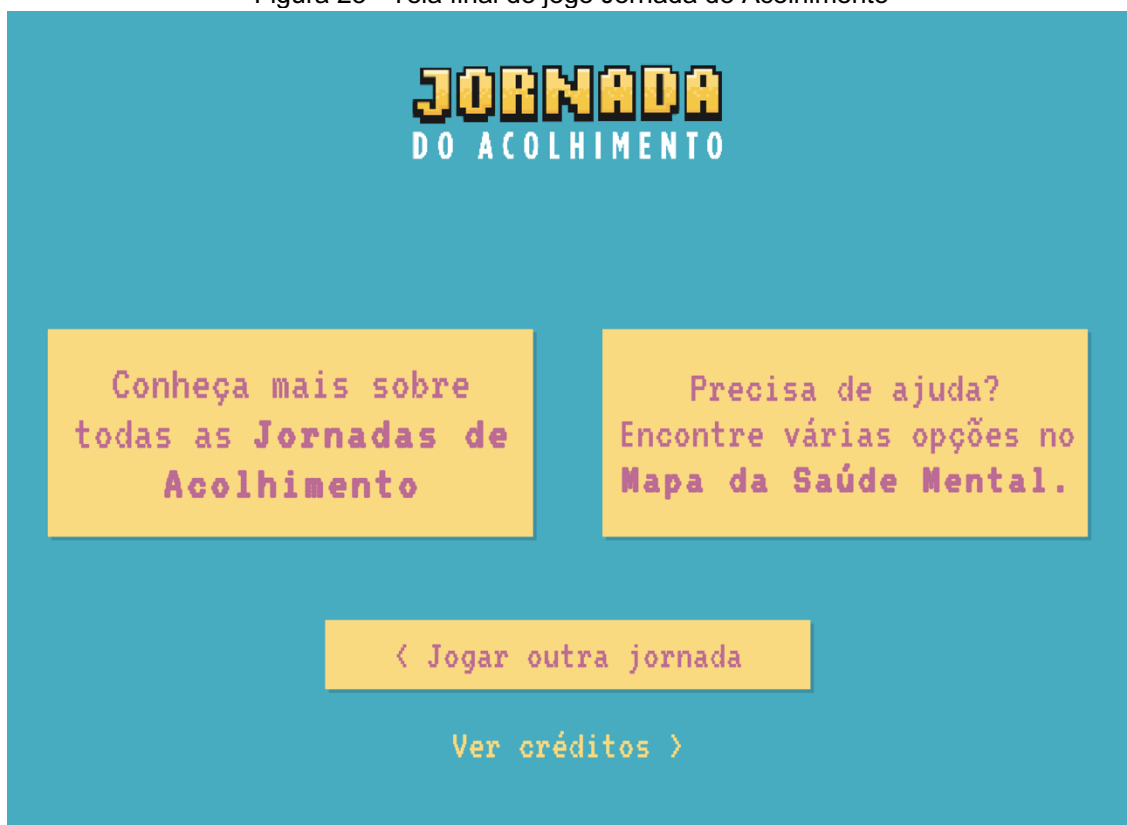
Figura 22 - Frase sobre preconceito na depressão



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

O quarto e último cenário principal do jogo é o consultório médico. Lá, o personagem conversa com o doutor, relatando que os sintomas da depressão, já descritos ao longo das fases anteriores, não estão cessando. Diante dessa informação, o médico afirma que vai receitar medicamentos que podem ajudar no combate à doença, fazendo com o que o paciente se sinta melhor. Quando finalizado, o jogo exibe na tela mais opções de interações e informações sobre a depressão, tais como: (1) Conhecer as outras jornadas disponíveis no jogo; (2) Visitar um site de saúde mental; e (3) Jogar outra jornada e outra história, além de ser possível consultar os créditos dos profissionais envolvidos no desenvolvimento do jogo.

Figura 23 - Tela final do jogo Jornada do Acolhimento



Fonte: Falar Inspira Vida (2019)

Analisando pela perspectiva dos signos verbais e visuais, o jogo Jornada do Acolhimento utiliza, além das texturas e traços já citados como características de jogos antigos, efeitos sonoros que simbolizam cada ambiente principal pelo qual o personagem desenvolve ações, como: estação de metrô; escritório de trabalho; academia e consultório médico. Frente aos acertos e escolhas do jogo que representam atitudes positivas que o jogador conquista, como vencer os pulos dos obstáculos e acertar os comandos solicitados, um efeito sonoro de sensação positiva é tocado. Caso seja uma atitude negativa, o efeito sonoro tem tom negativo e decrescente.

Assim como o site do movimento Falar Inspira Vida, o jogo Jornada do Acolhimento não afirma, em nenhum momento, se houve validação com profissionais da saúde sobre as informações descritas e afirmações em torno da depressão.

5.2 LENIN - THE LION (2019)

Lançado em 2019 e feito no Brasil por desenvolvedores independentes, o jogo *Lenin – The Lion* conta a história de um leão albino que tem depressão e frequentemente é hostilizado pelos habitantes do local onde nasceu, devido a sua diferente coloração de pele e classe social. O jogo se classifica como um *puzzle RPG*, ou seja, ele propõe ao jogador o desafio de solucionar alguns quebra-cabeças durante as fases, ao mesmo tempo esses desafios entregam as histórias que compõem o enredo principal. A abordagem da depressão neste jogo é observada de forma lúdica. Seu título traz o nome do protagonista, Lenin, sem referência à doença, mas a partir de como o personagem é apresentado ao jogador. Como é possível observar na figura 24, Lenin possui um semblante triste, pois além de ser frequentemente alvo de preconceito pelos habitantes da vila onde mora por sua cor e classe social, até mesmo sua mãe não aceita sua condição albina e frequentemente o despreza.

Figura 24 - Lenin, o leão protagonista de Lenin - The Lion



Fonte: Centro RPG (2022, *on-line*)

Essa situação desperta em Lenin um modo pessoal de pensar e ver o mundo, que abre caminho para o início da aventura no jogo. O jogador, então, assume o comando de Lenin, visto em terceira pessoa, e deve explorar os cenários da vila e também do chamado *Depression Realm*, traduzido como Reinado da Depressão, que se trata de locais existentes na consciência de Lenin. O jogo alterna em momentos de onde Lenin está em sua vila ou na escola, mas quando dorme ou perde consciência por ser agredido, se transporta para este reinado. O Reinado da Depressão é composto por quatro regiões, chamadas de: Vila da Ilusão; Campo das Náuseas, Mansão da Inquietação e Deserto da Autossabotagem. Em suas passagens por essas regiões, Lenin encontra personagens, outros animais, que às vezes o ajudam ou também o prejudicam, sendo vilões e obstáculos que ele precisa superar.

Segundo os sintomas de depressão definidos por Garro, Camillo e Nóbrega (2006), observa-se, pelas características descritas, que Lenin possui dificuldade de concentração, incapacidade de sentir alegria e alteração do juízo da realidade. Percebe-se, portanto, que o objetivo do jogo é discutir a depressão de forma lúdica, inserindo também comportamentos de preconceito e discriminação sobre gênero e classe social.

O personagem começa sua jornada dentro da própria casa, após um texto de introdução que situa Lenin como um adolescente, rejeitado pelos amigos da escola e até pela própria mãe. Observa-se que a narrativa apresenta os personagens secundários como expressões dos problemas enfrentados por quem tem depressão. Na figura 25, a caminho da escola, Lenin encontra com Isaac, principal vilão do jogo, e seus amigos, que o hostilizam.

Figura 25 - Lenin, o vilão Isaac e outros inimigos



Fonte: Lenin (2019, *on-line*)

Quando Isaac parte para agressão física, a tela escurece e após alguns segundos, revela que Lenin acordou no Reinado da Depressão. Como visto na figura 26, ele está na Vila da Ilusão e é recepcionado por uma Hiena, que o aconselha a não ter medo de errar, pois, como nos videogames, podemos tentar novamente. À frente, após Lenin ajudar uma leoa empregada doméstica, ela cita o fato de Lenin parecer triste e compartilha com ele um abraço, gesto simples que ganha destaque no jogo.

Figura 26 - Lenin sendo abraçado na Vila da Ilusão



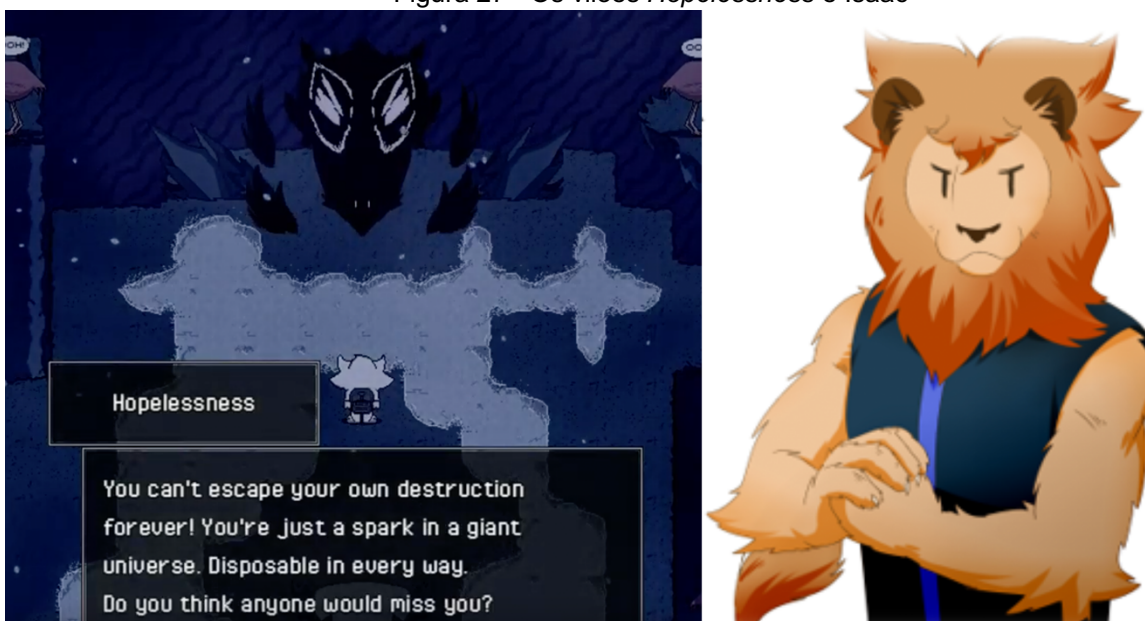
Fonte: LENIN - The Lion... (2019, *on-line*)

No término da história, Lenin precisa confrontar novamente o principal vilão do jogo, o leão Isaac, conhecido por praticar *bullying* contra Lenin e trazer a morte. Isaac assume ser responsável por ter colocado todos os monstros que Lenin encontrou em seu caminho, como forma de fazê-lo desistir de sua jornada. Quando Lenin tem êxito no combate com o Isaac, ele é reconhecido pelo seu potencial e força de viver, sem mais preocupação sobre sua aparência frente aos outros moradores da vila.

É possível, portanto, identificar que a depressão de Lenin, com base na teoria de Furlan e Canale (2006), se caracteriza como situacional, ou seja, consequência de conflitos externos e traumas que comprometem o relacionamento da pessoa e seu ambiente, levando ao isolamento e sobrecarga emocional.

Assim como *Depression Quest*, não é possível identificar se essa abordagem sobre a depressão, suas representações por meio dos personagens, situações e sentimentos foram embasadas por especialistas. Entretanto, a análise de *Lenin – The Lion* no âmbito de signos visuais tem uma expressividade mais forte sobre o tema depressão. Os signos visuais são sempre lúdicos, por meio de desenhos, mas é possível notar a falta de vida nos traços que expressam o lado sombrio da depressão enfrentado por Lenin. É possível relacionar tais características com parte da definição de Garro, Camillo e Nóbrega (2006) sobre a depressão, como humor irritável, falta de alegria e capacidade de planejamento. Na figura 27, nota-se a unificação do signo visual e verbal ao observar um dos inimigos do jogo, nomeado como *Hopelessness*, traduzido como ausência de esperança, ilustrado por meio de manchas pretas que perseguem Lenin. Ao lado, o principal vilão do jogo, Isaac, que é o oposto de Lenin e visto como modelo padrão aceito na vila, com traços estéticos bem definidos e expressão facial de confiança.

Figura 27 - Os vilões *Hopelessness* e Isaac



Fonte: LENIN - The Lion... (2019, on-line)

O jogo *Lenin – The Lion*, apesar de ser brasileiro, também está disponível somente em inglês, o que pode ser um impeditivo de compreensão por parte do público local. No Brasil, cerca de 12 milhões de pessoas têm depressão, o que representa 5,8% da população mundial (OMS, 2017).

5.3 DEPRESSION QUEST (2013)

Desenvolvido e publicado pelo estúdio The Quinnsspiracy, disponível gratuitamente em seu site, *Depression Quest* propõe ao jogador vivenciar a rotina de uma pessoa com depressão, seus pensamentos e dilemas, a partir de uma abordagem no formato de jogos RPG (*Role Playing Game*), no qual uma história base é descrita e, segundo as escolhas do jogador, se desdobra em diferentes desfechos.

A abordagem da depressão nesse jogo já pode ser observada no título. No universo dos games, em especial no estilo RPG, a palavra *quest* frequentemente é utilizada e interpretada pelos jogadores como uma missão, desafio e busca por um objetivo específico. Portanto, sendo possível traduzir o título como Missão da Depressão, nesse *game* o jogador é colocado em primeira pessoa sob a perspectiva de um indivíduo que tem depressão em uma série de eventos cotidianos que o desafia a administrar, além da doença, os próprios relacionamentos, trabalho e procura por ajuda médica. No total, *Depression Quest* possui 5 finais diferentes, que dependem justamente das escolhas que o jogador tem a fazer. O objetivo de *Depression Quest* é descrito em sua própria página oficial como sendo duplo: às pessoas que têm a doença, mostrar que elas não estão sozinhas em meio aos seus sentimentos e têm como procurar ajuda; às pessoas que não têm depressão, o jogo informa que o objetivo é incentivar o entendimento da complexidade da doença e os malefícios que ela pode causar. No entanto, ao mesmo tempo em que o jogo se autodeclara voltado para o público-alvo que tem depressão, ele emite um alerta logo de início, como visto na Figura 28, informando que pessoas que têm tendências suicidas não devem seguir adiante. O jogo sugere a essas pessoas acessar um link específico, que por sua vez direciona para um site de prevenção suicida.

Figura 28 - Texto informativo sobre *Depression Quest*

Depression Quest is a game that deals with living with depression in a very literal way. This game is not meant to be a fun or lighthearted experience. If you are currently suffering from the illness and are easily triggered, please be aware that this game uses stark depictions of people in very dark places. If you are suicidal, please stop playing this game and visit [this link to talk to someone](#).

Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

O jogo começa com um texto situando o jogador sobre quem ele é, onde está e o que deverá fazer. Ele apresenta o personagem, sem definir sexo, de aproximadamente vinte e cinco anos de idade e apaixonado(a) por uma pessoa chamada Alex. Com amigos do trabalho, vive um relacionamento e está indeciso sobre o que fazer da vida, conforme visto na figura 29.

Figura 29 - Texto de introdução de *Depression Quest*

It is early on a Monday morning.

You are a mid-twenties human being. You have a significant other **named Alex** who you are rather fond of, that you have been seeing exclusively for the past few months. The rest of your **social circle** consists of a variety of friends and acquaintances, some of whom you met at your **day job** which is a little boring, but pays the rent. You'd like to be doing more with your life, **as would your parents**, but you're still in the process of figuring out what that means and how to go about it.

You are also dealing with motivation issues that sometimes makes dealing with these things difficult. You feel like this is probably your fault, and on bad days can feel inwardly angry and down on yourself for being "lazy", but you're not quite sure how you can break out of it, or how other people deal with these feelings and seem so very functional.

You spend a lot of nights fixating on thinking about this, but never seem to do anything about it other than lose sleep.

Next.

Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

Ainda sobre a figura 29, é neste texto introdutório que se encontram as primeiras informações sobre o personagem estar enfrentando problemas de motivação, que por sua vez torna mais difícil a convivência social. Ele se sente culpado, com alteração de humor e irritabilidade, falta de motivação e lentificação. Esses sintomas, segundo Garro, Camillo e Nóbrega (2006), caracterizam a depressão.

Após iniciar o jogo, os próximos textos apresentados ao jogador aprofundam ainda mais a situação de depressão em que o personagem se encontra. Como visto na figura 30, dois dias se passaram desde a segunda-feira do início da história e o texto descreve que a falta de motivação e dificuldade de concentração estão mais acentuadas. Portanto, pessoas do trabalho começaram a perceber, levando o próprio chefe a solicitar que o personagem saia mais cedo e vá para casa descansar. Quando chega em casa, a situação não muda e o jogo solicita ao jogador que uma escolha seja feita dentre 4 opções:

- Peça um jantar, pegue uma bebida e anseie por uma noite de trabalho.
- Relutantemente, sente-se em sua mesa e tente se obrigar a fazer algo.
- Ligue a TV, dizendo a si mesmo que você só precisa de meia hora para relaxar do trabalho.
- Rasteje para a cama. Você está tão estressado e oprimido que não conseguiria realizar nada de qualquer maneira.

Figura 30 - Texto descrevendo a situação do personagem

It's an unseasonably warm Wednesday evening.

You've spent the past several hours at work. The past week or so you've found your job motivation flagging more so than usual; you've been in a fog practically all day today, simply going through the motions without realizing even what you've been doing half the time, and yet time seemed to be moving at half speed. You're so checked out that when your boss approaches you to tell you that it's dead and you can go home early it barely registers.

As you walk home, the streets hiss from the recent rainfall. You know that your significant other will be in classes until late, another couple hours at least. You briefly consider using this serendipitous solitude to catch up on that **project** that you've been working on haphazardly for the past few months.

As soon as you think about the work that awaits you at home you can feel the panic creeping in from the back of your brain, unbidden. All you can think about is how incredibly far behind you are, and the amount of work seems nothing less than insurmountable.

By the time you arrive home and change out of your uncomfortable work clothes the stress is weighing down on you like a heavy, wet wool blanket. Your computer seems to be staring you down from your desk. You want to sit down and work but the mere thought of trying to work sends your stress levels flying; more than anything you feel suddenly and absolutely *exhausted*, and feel a strong desire to simply hide in bed.

Do you...

1. ~~Order some food, grab a drink, and hunker down for a night of work.~~
2. **Reluctantly sit down at your desk and try and make yourself do something**
- 3: **Turn on the TV, telling yourself you just need a quick half hour to unwind from work**
- 4: **Crawl into bed. You're so stressed and overwhelmed you couldn't possibly accomplish anything anyways.**

Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

É possível observar, também na Figura 30, que a primeira opção é o oposto das outras escolhas, mas o jogo propositalmente não a deixa disponível para o jogador selecionar, sobrando apenas as outras três que são caracterizadas por sintomas de depressão.

Para esta análise, optou-se por selecionar a decisão número 4: “rasteje para a cama. Você está tão estressado e oprimido que não conseguiria realizar nada de qualquer maneira”. Como observado que essas características de lentificação e falta de motivação estão entre as definições de Garro, Camillo e Nóbrega (2006) sobre os sintomas da depressão, foi possível avançar na fase do jogo e encontrar a consequência dessa escolha, que se resume em uma noite de sono não reparadora, uma série de atividades e compromissos pendentes, além de mensagens não lidas da Alex, personagem que o jogo descreve como tendo um relacionamento afetivo com o protagonista. É possível notar que a depressão do personagem o afasta do convívio social, não só do trabalho, mas também com pessoas próximas. As fases seguintes do jogo avançam pelos dias da semana, chegando à sexta-feira e, novamente Alex, convidando o personagem para uma festa. Diante do convite, mais uma vez os sintomas de lentificação, falta de motivação e transtorno de humor (GARRO; CAMILLO; NÓBREGA, 2006) são descritos, bem como duas opções de escolha disponíveis para o jogador:

- Concordar em ir à festa.
- Dizer que realmente não está se sentindo bem e não será capaz de sair.

Para essa análise, a opção número um foi escolhida, “concordar em ir à festa”, com o objetivo de observar como o personagem se comportará em um contexto de socialização com outras pessoas. Como visto na figura 31, mesmo estando junto de Alex, ele não conhece mais ninguém no ambiente e se sente sozinho. Nessa fase, novas escolhas vêm à disposição do jogador sobre como ele deve se comportar na festa. Novamente, a primeira opção seria a mais esperada por estar em uma festa: “socializar com entusiasmo”, mas ela não está disponível para escolha propositalmente, dada a condição de depressão do personagem.

Figura 31 - Personagem em um contexto de socialização

You agree to go, even though you're really not feeling social. You know it's important to Alex, and you'd really like to see her. Seeing her does make you feel better sometimes, and you hope that this is the case tonight even if it does mean dealing with all the usual social anxiety.

The time to leave rolls around and you grab your overnight bag. Alex's apartment is a short walk away, and there are already people hanging out on the porch. You feel your chest tighten as you approach the building, and try to steel your nerves.

You quickly find your partner, chatting away with the birthday girl, and Alex immediately lightens up when she sees you.

"I'm so happy you came! I wasn't sure if you were going to make it!"

A young man taps her on the shoulder, and she turns back to you to apologize and let you know they have to do something for the party. Alex hands you a beer and plants a kiss on your cheek before going off to deal with whatever came up.

As you look around, you don't see anyone else you recognize.

1: Enthusiastically socialize!

2: Awkwardly stand in the same spot, unsure of what else to do.

3: Put your bag in your Alex's room and avoid the crowd in there for a while.

4: Cling to the back wall, sip your beer, and wait for your girlfriend to return

5: Proceed to drink in earnest, hoping it makes you less uncomfortable

Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

Como consequência dessas escolhas por entre as fases, *Depression Quest* exhibe, como o próprio o jogo define, um “medidor de depressão” na tela, atualizado conforme as escolhas do jogador são feitas por entre as fases. A proposta é funcionar como um placar, comum nos jogos para exibir o resultado e evolução do jogador entre as partidas. O medidor de depressão define em três linhas como o jogador está se sentindo em relação à doença. O resultado exibido durante esta análise pode ser visto na figura 32, descrito como:

- Você está muito depressivo, passa muito tempo dormindo, odiando a si próprio, tem pouca energia ou motivação;
- Atualmente você não tem feito terapia;
- Atualmente você não está tomando medicamentos para a depressão.

Figura 32 - Medidor de Depressão de Depression Quest

You are very depressed. You spend a large amount of time sleeping, hating yourself, and have very little energy or motivation.

You are not currently seeing a therapist.

You are not currently taking medication for depression.

Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

Pelas fases seguintes, que se estendem aos demais dias da semana passando até por meses, as escolhas do personagem vão agravando a situação do medidor de depressão, como visto na figura 33. Nesta análise, foi possível observar que o medidor alertou o estado de depressão do personagem como:

Você está severamente depressivo. Seu nível de motivação não existe. Você alterna de totalmente indiferente ao pânico para as coisas que estão fora do seu controle. Sua falta de energia não te deixa fazer nada mais além de dormir por dias, mas os seus constantes sentimentos de desvalorização não te deixam descansar. Você sente que está morrendo, mas ironicamente está sem energia para, de fato, agir contra esses sentimentos.

Figura 33 - Medidor de depressão com texto alterado

You are severely depressed. Your motivation levels are nonexistent. You alternate between feeling totally apathetic to panicking about things out of your control. You lack energy to do much more than sleep the days away, yet your constant feelings of worthlessness prevent you from getting any actual rest. You feel like dying but ironically are too drained to actually act on these feelings.

You are not currently seeing a therapist.

You are not currently taking medication for depression.

Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

Entretanto, apesar de interpretar este medidor de depressão como um placar que faz parte do jogo, esta análise levanta o questionamento sobre qual é o embasamento profissional para, segundo escolhas feitas pelo jogador em situações do cotidiano, definir e diagnosticar a depressão e seus níveis? Não foi localizado pelo site ou mesmo durante o jogo, se o desenvolvimento da história passou por validação de especialistas sobre depressão e suas características no cotidiano. Os problemas relacionados à depressão e observados no jogo são isolamento, dificuldade de

relacionamento afetivo, falta de autoconfiança e até preconceito em torno de medicações para a doença. Com base nas definições de Furlan e Canale (2006) sobre os tipos de depressão, é possível observar que o personagem sofre de depressão sintomática, originada como consequência do organismo em responder a doença física ou orgânica.

O jogo *Depression Quest* tem 5 opções de finais, que variam entre salvar ou terminar o relacionamento com Alex, se isolar ainda mais ou visitar a família nas festas de final de ano. Entretanto, não há um fim decisivo, especificamente sobre a depressão. Como o próprio jogo define quando a história é completada, visto na figura 34, não há um final, não há resolução. O jogo afirma que a sua mensagem principal é seguir em frente, pois é tudo que pode ser feito em relação a depressão. Mais uma vez, essa afirmação carece de embasamento científico e de especialistas da área, sendo muito superficial apenas afirmar que “tudo que podemos fazer com a depressão é seguir em frente”.

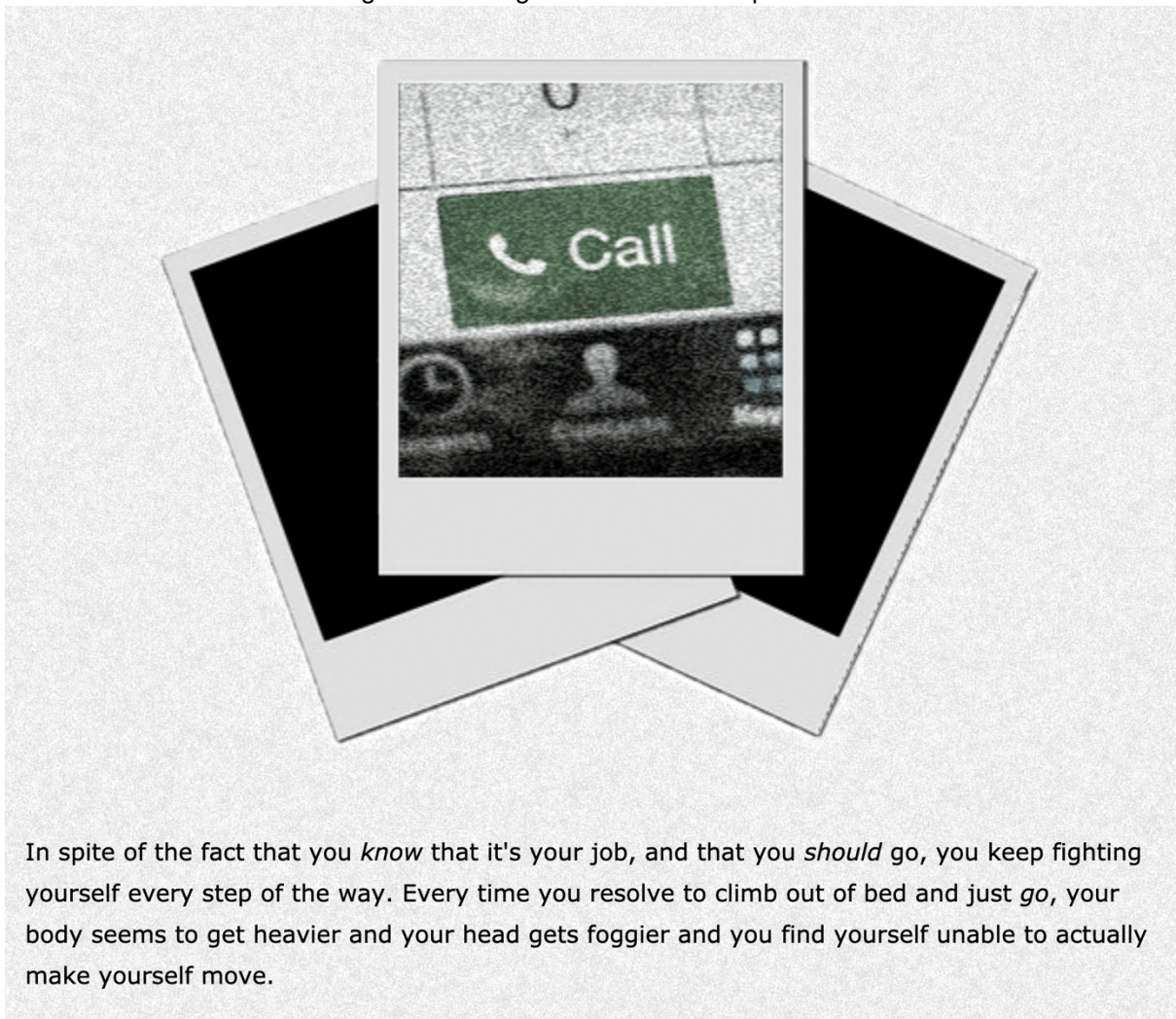
Figura 34 - Texto final de *Depression Quest*

Like depression itself, *Depression Quest* does not have an end really. There is no neat resolution to depression, and it was important to us that *Depression Quest's* own resolution reflect that. Instead of a tidy ending, we want to just provide a series of outlooks to take moving forward. After all, that's all we can really do with depression - just keep moving forward. And at the end of the day it's our outlook, and support from people just like you, that makes all the difference in the world.

Fonte: *Depression Quest* (2013, *on-line*)

A análise observou que os elementos visuais de *Depression Quest* não têm um papel de muita importância durante a história. Conforme visto na figura 35, eles são apresentados em algumas fases por meio de fotografias, apenas para ilustrarem parte do conteúdo que é descrito no texto, ferramenta principal para o andamento do jogo. A propósito, os textos muitas vezes são bem extensos e somente disponíveis na língua inglesa, o que gera uma limitação de público. Enquanto o jogo pode ser facilmente acessado por meio do site, não ter tradução para outros idiomas se torna um impeditivo para muitos que têm ou convivem com pessoas que têm depressão, uma vez que no mundo todo existem 300 milhões de pessoas com depressão (OMS, 2017).

Figura 35 - Imagem utilizada em Depression Quest



Fonte: Depression Quest (2013, *on-line*)

As análises de Lenin – The Lion e Depression Quest foram apresentadas no 14º Interprogramas Cásper Líbero, integrante do Grupo Temático (GT) 3 – Mediações Comunicacionais da Cultural Digital, no dia 24 de setembro de 2021.

Assim como no Movimento Falar Inspira Vida, observa-se que ambos os jogos analisados, Depression Quest (2013) e Lenin – The Lion (2019), também não citam se houve validação do conteúdo apresentado com profissionais da saúde.

5.4 RESULTADOS DA ANÁLISE DOCUMENTAL

A partir das análises realizadas nos três produtos midiáticos, foi possível verificar como a depressão é abordada e de que forma as narrativas buscam promover a informação e o diálogo em torno da doença. Identificou-se que as histórias contadas vão ao encontro da expectativa do objetivo proposto pelos produtos, ao conscientizar

e incentivar a discussão a respeito da depressão, seus principais sintomas e como é o cotidiano de quem convive com a doença. Essa premissa está de acordo com os conceitos de Bruner (2014), ao afirmar que as histórias figuram como agentes de transformação por meio do que é contado nas narrativas. Elas podem resolver problemas e promover novas discussões, além de expressar a cultura e estilo de vida de terceiros.

Observou-se que a depressão e sua representação em produtos midiáticos podem ter abordagens distintas de formatos e linguagem, tipos de personagens, passando de primeira a terceira pessoa, sendo até personificada em uma figura animal para uma comunicação mais lúdica. No entanto, aspectos em comum são identificados nos três produtos analisados, quando há o detalhamento dos tipos de sintomas citados por Garro, Camillo e Nóbrega (2006), como lentificação, alto nível de irritabilidade, falta de estímulo e desinteresse, representados por signos visuais e verbais com ausência de cor, dificuldade de socialização pelos protagonistas e diálogos com muitas opções de escolhas, que levam a fins bons ou maus, a depender da conduta do personagem.

No movimento Falar Inspira Vida (2019), formado por diversos produtos midiáticos, o fator preconceito, foco desse estudo, se destaca mais em relação aos outros dois produtos analisados, ao enfatizar frases e situações de discriminação que contribuem para a falta de diálogo sobre a depressão. O jogo Jornada do Acolhimento utiliza a palavra “estigma” como um subtítulo em uma das fases. Para Goffman (1963), estigma está ligado à desgraça, algo naturalmente mau. Como exemplos, é possível citar as frases que aparecem em um dos vídeos institucionais do movimento, como: “Levanta para trabalhar que passa” e “Só quer chamar atenção”. Em complemento, o vídeo afirma que tais atitudes de preconceito podem afetar o cotidiano de uma pessoa que convive com a depressão, fazendo com que ela se isole ainda mais frente a esses comportamentos. Nota-se conformidade com o discurso de Bandeira e Batista (1993), ao citar que o combate ao preconceito contribui para desconstruir uma imagem negativa de um grupo ou indivíduo, permitindo sua inclusão nos círculos sociais. Assim como Bobbio (2002), afirmando que é preciso combater o preconceito com informação, uma vez que ele se origina na mente das pessoas.

No jogo *Lenin – The Lion* (2019), o preconceito é observado de forma mais intrínseca, ou seja, não é colocado ao jogador diretamente, mas por meio da representação do personagem albino e diferente, condição que o faz não ser aceito

pelos outros personagens no espaço onde mora, enquanto quem tem coloração padrão é considerado como aceitável. Bobbio (2002), destaca que o preconceito é “uma opinião ou conjunto de opiniões, às vezes até mesmo uma doutrina completa, que é acolhida acrítica e passivamente pela tradição” (p.103). Outra representação indireta que o jogo faz sobre a depressão é em relação aos sintomas e características de isolamento social, inseridos de forma lúdica por meio de fases, cenários e personagens vilões do jogo, como o inimigo final, chamado *Hopeless*, que significa “sem esperança” em uma tradução livre. No jogo, o preconceito se mostra como um dos fatores que leva à depressão, entretanto, nota-se que não se apresenta o preconceito em relação à própria depressão.

Em Depression Quest (2013), a proposta é colocar o jogador frente às escolhas disponíveis durante a história que é contada por meio de textos. A narrativa é composta por situações cotidianas, consideradas comuns para qualquer indivíduo, mas vistas como uma barreira pelo protagonista. O preconceito não é citado de forma direta, mas é possível observar que o próprio protagonista apresenta um auto preconceito, por não aceitar tomar medicamentos ou visitar um médico. Analisando pelo conceito de Rodrigues (2016), o preconceito se apresenta no ser humano como um medo frente sua própria diversidade, portanto, é possível trabalhar com a hipótese de que as pessoas que têm depressão podem criar barreiras na própria mente, tanto por preconceitos externos quanto por auto preconceito.

Portanto, com base no roteiro criado para essa análise, apresentado no Quadro 2 e com os principais resultados, foi possível definir aspectos e referências utilizados na criação do produto que resulta desta dissertação. Para apresentação dessa conclusão, utilizou-se a mesma estrutura do roteiro, mas com novas diretrizes, como é possível observar no Quadro 4.

Quadro 4 - Roteiro da Análise Documental como diretriz para criação do produto

Sobre o TÍTULO	Se fizer alusão à depressão, é mais assertivo para comunicação do propósito do produto.
Sobre o OBJETIVO	É pertinente explicitar na comunicação o objetivo principal do produto, a fim de gerar mais envolvimento com o tema.
Sobre PROBLEMA DA DEPRESSÃO	É pertinente exemplificar, com base na revisão de literatura e histórias reais, os problemas cotidianos da depressão, com vista a reduzir o preconceito.
Sobre CARACTERÍSTICAS	É relevante destacar os sintomas da depressão, de acordo Garro, Camillo e Nóbrega (2006), para informação e conscientização sobre a doença.
Sobre TIPO DE DEPRESSÃO	Para conscientização e combate ao preconceito, este tópico não se faz relevante.
Sobre ELEMENTOS DA NARRATIVA	É pertinente utilizar personagens e situações reais, principalmente sobre preconceitos.
Sobre ELEMENTOS VERBAIS E VISUAIS	É pertinente utilizar linguagem e signos visuais de fácil compreensão.

Fonte – Autor (2021)

Sobre os produtos analisados, é possível concluir também que suas respectivas narrativas cumprem a função de apresentar o mundo em que vivemos de forma mais esclarecedora, por meio de situações e experiências vividas pelos indivíduos (SILVERSTONE, 2002). É válido destacar que a atual facilidade de acesso aos recursos de produção audiovisual permite a utilização de filmes, fictícios ou documentários, como formatos disponíveis para contar uma história, criar um produto midiático e disponibilizá-lo para muitas pessoas pela Internet. Para Silverstone,

A escrita e a imprensa, a telegrafia, o rádio, a telefonia e a televisão, a Internet ofereceram, cada um, novas maneiras de administrar a informação e novas maneiras de comunicá-las; novas maneiras de articular desejos e de influenciar e agradar. Efetivamente, novas maneiras de fazer, transmitir e fixar significado (2002, p. 47).

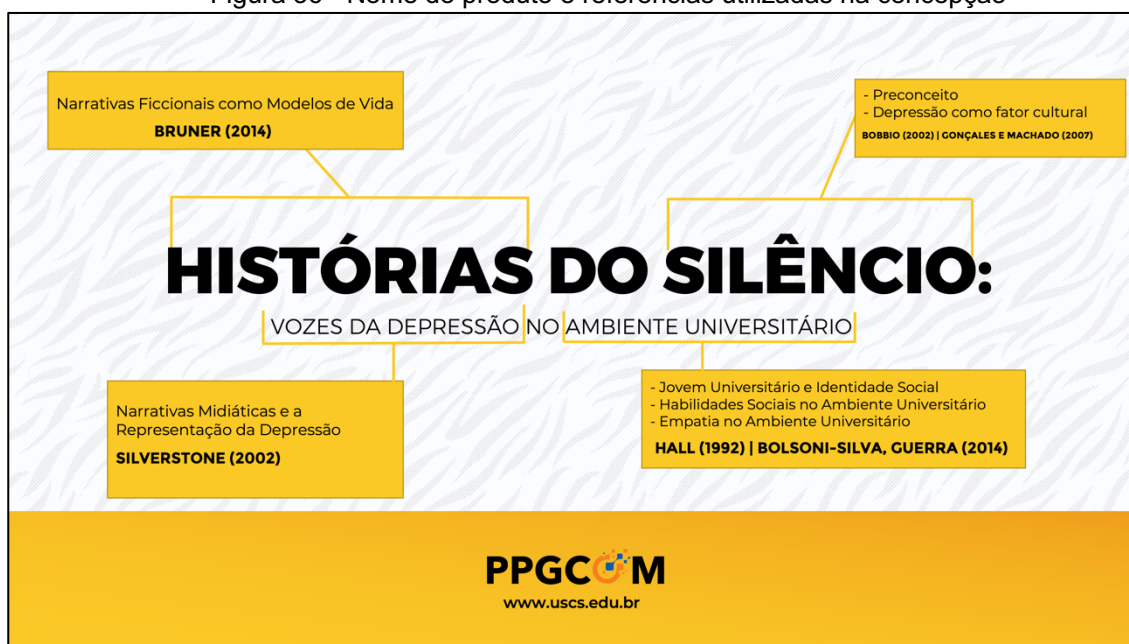
6 PRODUTO

Considerando os resultados da pesquisa, com base na metodologia adotada e definições sobre narrativas e histórias, também objetivando responder à pergunta problema proposta neste estudo, idealizou-se a proposta de um produto transmídia para intervenção em um problema prático, a saber: o preconceito em relação à depressão no ambiente universitário.

Assim, a proposta objetiva realizar a construção de uma narrativa contada por vários meios, a fim de gerar conscientização, suporte e combate ao preconceito sobre a depressão no ambiente universitário. As narrativas midiáticas desenvolvem um papel importante de representar diferentes contextos sociais, histórias e problemas, com o objetivo de tornar o mundo mais esclarecedor, visto sob a ótica de quem vive ou convive com determinada situação (SILVERSTONE, 2002). É a representação cultural de uma realidade que, por meio dos produtos midiáticos, são aderidas ao senso comum com possibilidade de novas interpretações e transformações (BRUNER, 2014).

Após análise criteriosa das informações, originou-se o nome do produto: *Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário*. Trata-se de um movimento, visto como conjunto de produtos de comunicação midiática, desenvolvido para compartilhamento de informação sobre a depressão entre jovens universitários, tal como suporte aos discentes, docentes e funcionários da instituição de ensino. O nome traz, de forma estratégica, alguns conceitos identificados na pesquisa, principalmente no referencial teórico, como é possível observar na figura 36.

Figura 36 - Nome do produto e referências utilizadas na concepção



Fonte: Autor (2021)

O objetivo do produto é, portanto, contribuir para a redução do preconceito em relação à depressão no ambiente universitário, incentivando o diálogo sobre o assunto e mostrando a realidade dos alunos que convivem com a depressão. Na fase inicial de aplicação, a proposta é fazer dois subprodutos: um site e uma série de vídeos curtos chamada “60 segundos sem Preconceito”.

Para o site, considerado como base principal do movimento, idealizou-se seções de conteúdo pautadas no referencial teórico da pesquisa, explicando: (1) Jovem Universitário e a Crise de Identidade, que objetiva mostrar aos estudantes que todos estão em uma fase de transformação; (2) Habilidades Sociais no Ambiente Universitário, que objetiva explicar e dar suporte sobre as principais demandas que a faculdade demanda do aluno, sobretudo suporte em torno das questões de saúde mental; (3) A Depressão na Mídia, que objetiva indicar produtos midiáticos e campanhas, como a da OMS, sobre apoio à depressão; (4) Minha História do Silêncio, um espaço interativo que servirá para a troca de informações do público, que poderá deixar suas próprias histórias sobre a depressão, sem identificação e, também, ler histórias de outras pessoas; e (5) 60 Segundos Sem Preconceito, uma área onde serão expostos os vídeos produzidos. O objetivo do item 4 da estrutura do site é incentivar o diálogo sobre a depressão, tal como a troca de experiência e novas interpretações do problema a partir da história contada, como sugere Bruner (2014).

Para a série “60 segundos sem preconceito”, idealizou-se vídeos curtos no formato vertical, muito utilizado em aplicativos populares entre o público universitário, como *Instagram* e *Tik Tok*. O tempo estimado para cada vídeo é de um minuto, com roteiros feitos com base nas informações da pesquisa e, como personagens, alunos da instituição de ensino e profissionais da saúde, contando as histórias do silêncio e compartilhando informação a respeito da importância do diálogo em torno da depressão.

A agenda de concepção da proposta de produto está planejada, já com uma parte em execução. A saber:

Quadro 5 - Cronograma de desenvolvimento inicial da proposta de produto

PRODUTO	LOGO	SITE	VÍDEO	DATA PREVISTA
IDENTIDADE VISUAL	OK	OK	OK	Outubro/21
ESTRUTURA DE CONTEÚDO	OK	OK	OK	Novembro/21
CONTEÚDO ESCRITO		OK		Até julho/22
ROTEIRO			OK	Até julho/22
PRODUÇÃO		OK	OK	Até dezembro/22
PUBLICAR TESTE DE PRODUTOS				Até dezembro/22
DIVULGAR TESTE DE PRODUTOS				Até dezembro/22
PLANEJAR AMPLIAÇÃO DE PRODUTOS				A partir de janeiro/23

Fonte – Autor (2021)

A identidade visual do produto pode ser vista na figura 37. Objetivou-se, na tipografia, destacar a palavra “silêncio” com uma cor branca e fonte mais espessa, enquanto o restante do título se concentra na cor cinza em uma fonte mais fina, como forma de representar o peso que as histórias do silêncio têm entre as pessoas que convivem com depressão, seja paciente ou parente de paciente. De forma lúdica, adotou-se como ícone visual a figura de uma folha de árvore, que pode representar as histórias do silêncio caídas e esquecidas, ao mesmo tempo em que ela forma uma boca sorrindo, representando o otimismo e importância do diálogo sobre a depressão.

Figura 37 - Identidade visual do produto Histórias do Silêncio



Fonte: Autor (2021)

Os elementos aplicados às narrativas, que serão desenvolvidos a partir os resultados da pesquisa, serão submetidos à validação de uma profissional da saúde, especialista em tratar casos de depressão, a fim de assegurar e aumentar a probabilidade de assertividade do produto. O objetivo é que a proposta do movimento Histórias do Silêncio seja iniciada em agosto de 2022, como fase de testes. O Centro Universitário FEI, por meio do diretor de Marketing, Michael Lopes, já afirmou que a presente pesquisa e produto estão inseridos no plano de trabalho para 2022. Tal plano também está compartilhado com a Reitoria da Instituição, que aceitou a proposta.

Essa integração da pesquisa com o ambiente universitário, retratado em produções audiovisuais, é realidade da minha rotina como parte do trabalho que desenvolvo há 5 anos na FEI. A partir da minha graduação em Publicidade e Propaganda, pós-graduação em Marketing e especialização em Comunicação Empresarial, sempre destinei esforços para a produção de conteúdo audiovisual para o meio digital, em especial nas redes sociais, onde hoje uma representativa parcela da população, incluindo estudantes universitários, está presente. Há cerca de dez anos atuo na produção, gravação e edição de vídeos, que com a massificação das redes sociais digitais, ganharam novos formatos e linguagens para entregar conteúdo. Além dos produtos apresentados para o estágio inicial da ação, será possível, em um momento posterior, expandir o produto para outros formatos, como documentário,

narrado ou com participação de personagens específicos de acordo como tema, circuito de palestras e e-books.

Além disso, é possível que o movimento Histórias do Silêncio seja aplicado em outras instituições de ensino, caso haja interesse, uma vez que toda a pesquisa, resultados e proposta de produto têm a sociedade como beneficiária direta.

Objetiva-se apresentar, durante a banca de defesa da presente dissertação, o modelo do site e parte do seu conteúdo, assim como o primeiro vídeo da série em planejamento de produção. Após o prazo de sessenta dias da defesa, espera-se entregar o site disponibilizado no ar e funcionando por completo, assim como mais dois vídeos da série planejada. Estima-se que a validação será feita entre os meses de fevereiro e março. A partir de agosto de 2022, pretende-se iniciar a campanha e aplicação do produto no Centro Universitário FEI.

6.1 Validação júri de especialistas

A proposta de produto Histórias do Silêncio foi submetida a um júri de especialistas, para que esses pudessem validar, segundo suas percepções e conhecimentos específicos, a assertividade da aplicação. O objetivo principal de validar junto ao júri de especialistas é assegurar que o produto cumpra o seu papel de minimizar o problema prático da pesquisa: o preconceito na depressão no ambiente universitário. Essa etapa de validação vai ao encontro da afirmação de Saupe, Viana e Amaral (2007), sobre o princípio de que um modelo projetado é de fato consolidado quando envolve a avaliação formada por um júri de especialistas, que podem ser convidados a atuarem como consultores do trabalho realizado.

O júri de especialistas foi formado por quatro membros, sendo: uma profissional da área de saúde mental, um profissional da área de marketing e um aluno de instituição de ensino. O roteiro de avaliação, principalmente nas questões direcionadas, foi adaptado de acordo com a atuação de cada especialista. Ou seja, a pergunta para o profissional de marketing foi diferente da pergunta direcionada ao aluno, diferente da pergunta direcionada à profissional de saúde mental.

O roteiro de validação (Apêndice A) foi enviado ao júri por e-mail (Apêndice B) em fevereiro de 2022, contendo três etapas: (1) Apresentação do Produto Principal; (2) Proposta de site sobre o produto; e (3) Proposta de vídeo sobre o produto. Cada uma das três etapas acompanhou um quadro de perguntas (Apêndice C), que tinham

o objetivo de coletar a opinião do avaliador, frente à pergunta se o produto atende ou não o problema apontado na pesquisa. Para tal análise, as possibilidades de respostas eram: (1) Sim, atende; (2) Parcialmente sim, atende; e (3) Não, não atende. Um campo de comentário foi colocado para o avaliador preencher com sugestões, principalmente se a resposta escolhida for “parcialmente sim” ou “não” para validação.

Após a devolutiva do júri, organizou-se as respostas de acordo com cada área de atuação, conforme a seguir:

ETAPA 1: APRESENTAÇÃO DO PRODUTO PRINCIPAL

Quadro 6 - Devolutiva da profissional de saúde mental

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. Incentivar o diálogo sobre a depressão contribui para o combate ao preconceito?	X		
B. Há sugestões de complementos?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

Quadro 7 - Devolutiva do profissional de Marketing

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. Este produto de Comunicação é pertinente de aplicação em sua Instituição de ensino?	X		
B. O conceito visual está adequado para aplicação?	X		
C. Há sugestões de melhoria?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

Quadro 8 - Devolutiva dos alunos de instituição de ensino

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O movimento criado para incentivar o diálogo sobre a depressão é interessante para você?	X		
B. A proposta de aplicar esse movimento em sua faculdade faz sentido para você e outros alunos?	X		
C. Há sugestões de complemento?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

ETAPA 2: PROPOSTA DE SITE SOBRE O PRODUTO

Quadro 9 - Devolutiva da profissional de saúde mental

TÓPICOS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. As seções de conteúdo sobre depressão são pertinentes?	X		
B. Há sugestão de complemento?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

Quadro 10 - Devolutiva da profissional de Marketing

TÓPICOS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O modelo de página e estética do site são aplicáveis à sua Instituição?	X		
B. Há sugestões de complementos?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

Quadro 11 - Devolutiva dos alunos de instituição de ensino

TÓPICOS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. As seções de conteúdo sobre depressão podem te ajudar e ajudar outras pessoas com informação?	X		
B. Você acha viável o compartilhamento de histórias sobre depressão como forma de combater o preconceito e levar informação às pessoas?	X		
C. Há sugestões de complemento?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

ETAPA 3: PROPOSTA DE VÍDEO SOBRE O PRODUTO

Quadro 12 - Devolutiva da profissional da área de saúde mental

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O conteúdo apresentado no vídeo contribui para o combate ao preconceito em relação à depressão?	X		
B. Há sugestões de complementos e abordagens para os vídeos?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários:

Quadro 13 - Devolutiva do profissional de Marketing

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O roteiro do vídeo, ritmo de edição, qualidade técnica e fotografia estão adequados visualmente para aplicação em sua instituição de ensino?	X		

B. O formato do vídeo atende os seus canais de comunicação existentes?	X		
C. Há sugestões de complemento?			X

Fonte: Autor (2022)

Comentários: nada consta

Quadro 14 - Devolutiva dos alunos de instituição de ensino

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O conteúdo apresentado no vídeo representa para você os prejuízos que o preconceito sobre a depressão traz?	X		
B. Você acha pertinente utilizar histórias reais nos vídeos como fonte de informação e exemplo?	X		
C. Há sugestões de complemento?	X		

Fonte: Autor (2022)

Comentários: uma sugestão para alguns vídeos futuros seria implementar um final inesperado para o público-alvo, no inglês um “plot twist”. Consistiria em uma quebra de expectativa que levaria a um impacto emocional, ou choque da pessoa. Por exemplo: Uma história que traz em sua primeira parte, uma visão mais positiva da experiência do indivíduo na faculdade e no final, os fatos relacionados à depressão que ocorreram nos momentos descritos. Faço essa sugestão como uma forma de sensibilizar às pessoas que não experienciaram ou sofreram de perto com a doença, mostrando que alguns comportamentos de amigos e colegas podem não ser exatamente o que estão pensando, como brincadeiras ou algo “nada demais.

Portanto, considerando a validação do júri, pretende-se seguir o planejamento feito para aplicação da proposta de produto, a iniciar em agosto de 2022.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contar histórias por meio de produtos midiáticos é de grande contribuição para exposição e percepção de problemas, que uma vez na mídia, têm seu alcance ampliado, podendo gerar impactos positivos e reduzir aspectos negativos frente a um determinado tema (BRUNER, 2014; SILVERSTONE, 2002). No caso deste estudo, observou-se como problema a depressão que atinge milhões de universitários no Brasil, número que cresce a cada ano, mas que além da doença, sofrem também de outro problema: o preconceito em relação à depressão.

Dessa forma, com o problema de pesquisa estabelecido, definiu-se o objetivo geral do estudo proposto: identificar características de narrativas em produtos midiáticos que tenham potencial para contribuir com o combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário. Para sequência na construção do estudo, definiu-se os objetivos específicos que foram fundamentais para estruturação e aplicação da metodologia, sendo eles: (1) Compreender o problema do preconceito em relação à depressão no contexto do estudante universitário; (2) Selecionar produtos de comunicação que abordam o problema da depressão e analisar a amostra para identificar características de narrativas com potencial para contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário; e (3) Desenvolver um produto transmídia, direcionado ao público universitário, com narrativa voltada para o combate ao preconceito e discriminação em relação à depressão.

Idealizou-se um produto transmídia, pois, ele permite contar histórias de forma múltipla, porém, não exatamente igual. Com esse intuito, é possível fragmentar o conteúdo por diferentes plataformas, que somam esforços e unificam a narrativa, além da possibilidade de expansão sob a criação de novos produtos à medida que novas oportunidades são observadas.

A fim de atingir cada objetivo específico, criou-se três eixos teóricos acerca da pesquisa, sendo: (1) Preconceito em relação à depressão; (2) Jovem universitário; e (3) Depressão e narrativas em produtos midiáticos.

Para atingir o primeiro objetivo específico, realizou-se uma reflexão teórica mais aprofundada, na qual foi possível o entendimento mais amplo sobre a depressão como doença, o preconceito e como ele figura na delimitação do ambiente universitário. A depressão é um transtorno emocional visto sob estigmas e crenças populares. Justamente por conta da mídia, o tema ganhou muita visibilidade nos

últimos vinte anos, integrando uma variedade de campanhas publicitárias, filmes, documentários, seriados, quadrinhos e games. No entanto, nota-se que tais produções não têm foco no preconceito em relação à depressão, concentrando sua linha comunicacional nos sintomas da doença e características de quem convive com depressão. Vale destacar, porém, que é importante a difusão da informação sobre sintomas e características, pois, observa-se que em muitos casos os indivíduos podem não reconhecer a depressão. Contudo, delimitar o estudo no ambiente universitário e concentrar as informações sobre preconceito se faz relevante, pois percebe-se que o jovem universitário está em uma fase da vida composta por mudanças significativas, desafiado às habilidades sociais comum do ambiente acadêmico, como: trabalhar em equipe, cumprir prazos, entregar resultados, falar em público, liderar e ser liderado, integrar novos grupos de pessoas, além de lidar com as expectativas em torno do futuro, pessoal e profissional (BANDEIRA; BATISTA, 1993). Observou-se que tais mudanças marcam a fase de desconstrução e reconstrução de identidade do jovem universitário, que atualmente já não atende um padrão e modelo considerados como tradicionais na sociedade (HALL, 1992). Portanto, se faz importante o apoio da instituição de ensino superior, provendo espaços e diálogos profissionais sob o ponto de vista de saúde mental para os estudantes, garantindo assim a melhora na qualidade de vida no ambiente universitário e mais inclusão social. Essa premissa vai ao encontro de um dos objetivos da Agenda 2030 da ONU, que afirma no tópico 23 que “as pessoas em condição de vulnerabilidade devem ser empoderadas”.

Para atingir o segundo objetivo específico, levantou-se três produtos midiáticos, sendo um movimento de múltiplos produtos midiáticos e dois jogos de videogames que abordam a depressão, com o propósito de analisar como as narrativas sobre o tema são aplicadas e qual tipo de mensagem é levada ao público que o consome. São eles: (1) Falar Inspira Vida (2019); (2) *Lenin – The Lion* (2019); e (3) *Depression Quest* (2013). Observou-se que as ações em torno do Movimento Falar Inspira Vida, criado em 2019, vão ao encontro da proposta deste estudo, pois, apresentam um conjunto de iniciativas com o propósito de eliminar estigmas e preconceito em torno da depressão. Essas iniciativas e produtos midiáticos são aplicados em diferentes canais, apesar de não necessariamente sob uniformidade de padrão e identidade visual, mas verificou-se que cumprem o papel de comunicar o tema por meios *on-line* e *off-line*, como páginas em redes sociais digitais e ativações em espaços físicos, como

estações no metrô de São Paulo. No jogo de videogame *Lenin – The Lion* (2019), a abordagem da depressão ocorre de forma lúdica, sendo representada ao público por meio do personagem principal, um leão que é excluído de seu grupo por ser albino. As representações também são impostas por outros personagens, como o vilão chamado *Hopeless*, que significa “sem esperança” em português. No entanto, vencendo tal vilão no jogo por meio do apoio de outros personagens, o leão albino é aceito no grupo. Assim, é possível a interpretação de que a mensagem do jogo em relação à depressão e preconceito é que ambos têm caminhos rumo à superação. Na análise do jogo *Depression Quest* (2013), observou-se que a narrativa coloca o jogador no papel de uma pessoa convivendo com a depressão. A história é contada por meio de textos e o jogador deve fazer escolhas que refletem no futuro do personagem. Características da doença são colocadas de forma mais direta e clara, diferente do estilo lúdico citado na análise de *Lenin – The Lion* (2019). No término do jogo, a mensagem principal é mostrar, tanto para as pessoas que têm a doença ou para quem convive com indivíduos que têm depressão, que eles não estão sozinhos e há meios de procurar ajuda. Em todos os três produtos, notou-se que os sintomas da depressão apresentados pelos personagens ou história estão de acordo com a definição de Garro, Camillo e Nóbrega (2006), acentuado de forma geral como lentificação, falta de estímulo, dificuldade de concentração, assim como é possível observar alguns tipos de depressão, como a sintomática, definida por Furlan e Canale (2006), ainda que a definição do tipo de depressão não seja relevante para as ações frente ao preconceito.

O recorte do segundo objetivo específico também foi fundamental para a análise documental, feita a partir de um roteiro estruturado que objetivou destacar um grupo de dados relevantes, utilizados para concepção do produto proposto na pesquisa.

Para atingir o terceiro objetivo específico, a saber: desenvolver um produto transmídia direcionado ao público universitário, com a narrativa voltada para o combate ao preconceito e discriminação em relação à depressão, utilizou-se parcialmente o método de *Design Science Research*, que apresenta técnicas de análise e observação em torno de um problema prático, unindo as informações levantadas no referencial teórico e somando os resultados da análise documental. Assim, é possível chegar a um novo artefato, entende-se como um novo produto.

Toda essa metodologia aplicada, dividida em três etapas: (1) Análise do Referencial Teórico; (2) Análise Documental; e (3) *Design Science Research*, trouxe resultados relevantes para a criação do produto “Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário”. A proposta idealiza um movimento estudantil na instituição de ensino Centro Universitário FEI, localizada em São Bernardo do Campo/SP, na qual haverá um combinado de produtos midiáticos que têm como propósito incentivar o diálogo sobre a depressão e reduzir o preconceito em torno do tema. Para o primeiro ano de aplicação, previsto para 2022, sugere-se dois produtos iniciais, sendo: (1) Site com as principais informações do movimento, principalmente destacando a área interativa, onde os próprios alunos poderão enviar suas histórias sobre a depressão e preconceito, a fim de promover um espaço democrático de partilha e acolhimento; e (2) Série de vídeos no formato *reels* para o Instagram, onde os conteúdos do site, incluindo histórias dos alunos, serão contados em um quadro chamado “60 segundos sem preconceito”. O título do quadro se caracteriza pelo tempo máximo que o vídeo no *reels* do Instagram permite.

É importante destacar sobre a delimitação do estudo. Toda a pesquisa leva em consideração os alunos, estudantes universitários, como público primário. É do conhecimento que a depressão *campus* adentro não é exclusividade do corpo discente, podendo também assolar corpo docente e corpo técnico-administrativo. Inclusive, é plausível que o produto criado terá o envolvimento e participação desses públicos, considerados como secundários e de forte integração com alunos. No entanto, o foco da pesquisa se concentrou nos estudantes.

A partir do desenvolvimento da pesquisa e todas as suas etapas, análises dos resultados e, com eles, a criação de um novo produto, é possível afirmar, com base em Bruner (2014) e Silverstone (2002), que as narrativas em produtos midiáticos podem contribuir para a resolução de problemas gerais, assim como influenciar comportamentos. Segundo Nascimento (2018), o desejo da felicidade se impõe na sociedade como um modelo de vida, o que leva à interpretação de que uma vida com depressão é o oposto da realidade. Portanto, entende-se que incluir o tema depressão em produtos midiáticos pode contribuir no combate ao preconceito sobre o tema. Pela revisão de literatura de profissionais da saúde, a depressão é interpretada de diferentes maneiras de acordo com a época, também dependente da cultura (GONÇALES; MACHADO, 2007), assim como o preconceito. A partir da análise documental dos produtos midiáticos selecionados, entende-se que esses dois pontos

teóricos, narrativas e preconceito sobre a depressão, se encontram para incentivo ao diálogo às teorias de Bruner (2014) e Silverstone (2002) sobre compartilhamento de informação e mudança de comportamento.

Sob a perspectiva da proposta de produto, entende-se que ela é composta de inovação em suas iniciativas, por promover uma série de intervenções não vistas em instituições de ensino. Poucas universidades têm ações relacionadas à depressão para os seus alunos, e quando as têm, costuma-se ser atendimento psicológico. No levantamento feito, não foi identificado ações relacionadas ao preconceito em relação à depressão. Da mesma maneira, não se identificou, nas universidades levantadas, como: (citar quais universidades), quaisquer ações multimídia direcionadas para o tema, como existem ações de outras organizações externas ao contexto universitário, por exemplo, o movimento Falar Inspira Vida, analisado neste estudo. Dessa maneira, considerando o que diz Rossetti e Goulart (2020), entende-se a proposta de produto como inovação relativa: diversificação e diferenciação. Para os autores:

A inovação pode estar no produto da Comunicação ou processo comunicativo com respeito a outro produto da Comunicação ou processo comunicativo. Diferenciação indica que a inovação se dá a respeito de outra coisa diferente e à alteridade em relação ao outro. Como produto da inovação relativa tem-se o diverso, o diferenciado e o diferente (ROSSETTI; GOULART, 2020, p.150).

Validado por profissionais da saúde e marketing, também por alunos do Centro Universitário FEI, considerados como público primário, acredita-se que as narrativas midiáticas podem combater e reduzir o preconceito em relação à depressão, uma vez que o produto é formado pelas características apontadas na pesquisa.

É, também, prudente afirmar que este estudo e produto criados não solucionam por completo o problema do preconceito em relação à depressão no ambiente universitário, mas podem contribuir para novos estudos e avanços nas pesquisas e busca por conhecimento em torno do tema, que carece de ações mais efetivas, sobretudo nas instituições de ensino, que podem, inclusive, adotar o movimento Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário, como ação em seus calendários acadêmicos.

REFERÊNCIAS

- AGENDA 2030. **Os 17 objetivos do desenvolvimento sustentável**. 2018. Disponível em: <http://www.agenda2030.com.br/ods/4/>. Acesso em: 09 nov. 2020.
- AMAZON. Assassins Creed Collection. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Assassins-Creed-Collection-Oliver-Bowden/dp/0718182499>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- ASSIS, Aisllan Diego de; OLIVEIRA, Alice Guimarães Bottaro de. Vida Universitária e Saúde Mental: Atendimento às Demandas de Saúde e Saúde Mental de Estudantes de Uma Universidade Brasileira. **Cadernos Brasileiros de Saúde Mental**, Florianópolis, v.2, n.4-5, p.159-177, 2010. Disponível em: <http://stat.necat.incubadora.ufsc.br/index.php/cbsm/article/view/1113/1305>. Acesso em: 20 ago. 2020.
- BARBOSA, Fabiana de Oliveira; MACEDO, Paula Costa Mosca; SILVEIRA, Rosa Maria Carvalho da. Depressão e o suicídio. **Rev. SBPH**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 233-243, jun. 2011. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1516-08582011000100013&script=sci_abstract. Acesso em: 20 nov. 2020.
- BANDEIRA, Lourdes Maria; BATISTA, Analía Soria. Preconceito e discriminação como expressão de violência. **Estudos Feministas**, Florianópolis, vol. 10, n.1, p. 119-141, jan. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/77qSbxLKYLyttqQbSzFjMcb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 jul. 2020.
- BBC NEWS. Simone Bales: o desabafo da campeã olímpica ao desistir de final em Tóquio: 'Preciso cuidar da saúde mental'. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-57990804>. Acesso em: 20 out. 2021.
- BOBBIO, Norberto. **Igualdade e Liberdade**. São Paulo: Ediouro, 2002.
- BOLSONI-SILVA, Alessandra Turini; GUERRA, Bárbara Trevizan. O impacto da depressão para interações sociais de universitários. **Revista Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v.15, n.2, p. 429-452, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Alessandra-Turini-Bolsoni-Silva/publication/266260229_O_impacto_da_depressao_para_as_interacoes_sociais_de_universitarios/links/542b141f0cf27e39fa917d73/O-impacto-da-depressao-para-as-interacoes-sociais-de-universitarios.pdf. Acesso em: 30 jul. 2020.
- BONFIM JÚNIOR, Almir; CARDOSO, João Batista Freitas. O documentário brasileiro frente aos modelos de saúde. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v.15, pp. 327-347, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/59219/34807>. Acesso em: 28 dez. 2021.
- BRUNER, Jerome. **Fabricando Histórias: Direito, Literatura, Vida**. São Paulo: Letra e Voz, 2014.

- CAMARGO, S. Tristeza ou depressão? Uma impropriedade significativa. **Asephallus**. Rio de Janeiro, v.3, n. 5, p. 70-76, 2008. Disponível em: http://www.isepol.com/asephallus/numero_05/artigo_08.htm. Acesso em: 15 set. 2021.
- CANALE, A; FURLAN, MMDP. Depressão. **Arq Mudi**. Curitiba. p. 23-31, 2006. Disponível em: encurtador.com.br/kuEF7. Acesso em: 15 ago. 2020.
- CARNEIRO, Rachel Simba *et al.* Um Estudo Comparativo da Empatia entre Estudantes Universitários. **Polêmica**, v.17, n.1, p. 73-81, fev./mar. 2017.
- CENTRO RPG. Fóruns de discussão. Disponível em: <https://centrorpg.com/index.php?topic=17080.60>. Acesso em: 15 ago. 2021.
- CINESIA GEEK. Poster do longa-metragem de Assassin's Creed. Disponível em: <https://cinesiageek.com.br/assassins-creed-movie-poster-feat-1500x844/>. Acesso em: 20 out. 2021.
- CROCHIK, José Leon. Preconceito, Indivíduo e Sociedade. **Temas em Psicologia**, Ribeirão Preto, v.4, n. 3, p. 47-70, 1996. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X1996000300004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 10 set. 2020.
- DEPRESSION QUEST. Disponível em: <http://www.depressionquest.com/>. Acesso em: 15 jul. 2021.
- CZERESNIA, Dina; MACIEL, Elvira Maria Godinho de Seixas; OVIEDO, Rafael Antonio Malagón. **Os sentidos da saúde e da doença**. Rio de Janeiro: SciELO - Editora FIOCRUZ, 2013.
- FALAR INSPIRA VIDA. Um movimento criado para manter a conversa sobre depressão por meio do conhecimento. Disponível em: <https://www.falarinspiravida.com.br/>. Acesso em: 20 ago. 2021.
- FORMIGA, Nilton Soares. Os Estudos Sobre Empatia: Reflexões Sobre um Construto Psicológico em Diversas Áreas Científicas. **Psicologia.PT**. Disponível em: <https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0639.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2020.
- GARRO, I; CAMILLO, S; NÓBREGA, M. Depressão em graduandos de Enfermagem. **Acta Paulista de Enfermagem**. São Paulo, v. 19, n. 2, p. 162-167, 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ape/a/w4P6ZMQz6qWbbrMwvZmxtMm/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 fev. 2021.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Cintia Adriana Vieira; MACHADO, Ana Lúcia. Depressão, o mal do século: de que século? **Revista Enfermagem UERJ**, Rio de Janeiro, v.15, n. abr./jun. 2007, p. 298-305, 2007. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/001647052>. Acesso em: 10 jun. 2020.

GOFFMAN, Erving. **Estigma** - Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. São Paulo: Guanabara, 1963.

GZH Saúde. Depressão e ansiedade de universitários: um problema em ascensão que preocupa especialistas e instituições. 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/saude/noticia/2019/08/depressao-e-ansiedade-de-universitarios-um-problema-em-ascensao-que-preocupa-especialistas-e-instituicoes-cjze96go8034t01pau0l8bbe2.html>. Acesso em: 09 de out. 2020.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IMPrensa Nacional. Diário Oficial da União. 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-1.122-de-19-de-marco-de-2020-249437397?fbclid=IwAR183MCNP5l5walFPnfqciVk5gKEFI7qSNNCtNuEWmTluFo1PmwOpGcd9iA>. Acesso em: 31 de jan. 2020.

HYPENESS. Série de quadrinhos retrata o drama de quem convive com a depressão. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2015/09/quadrinhos-mostram-o-drama-de-quem-convive-com-depressao/>. Acesso em: 19 mar. 2022

LENIN - The Lion (RPG Maker) - Part 1 | Flare Let's Play | Different doesn't mean bad! [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (52 min). Publicado pelo canal FlareBlitzed. Disponível em: https://youtu.be/MS_8J2N3g-Y. Acesso em: 15 ago. 2021.

LENIN - The Lion Walkthrough #1 Homely. [S. l.: s. n.], 2019. 1 vídeo (29 min). Publicado pelo canal Siguard Network. Disponível em: <http://https://www.youtube.com/watch?v=LFeX6jZlrtc>. Acesso em: 15 ago. 2021.

MARTINS, Eder. Todos os (HQs) Quadrinhos de Assassin's Creed. **Blog Assassin's Creed**. 7 jul. 2016. Disponível em: <http://assassinscreed.blog.br/todos-os-hqs-quadrinhos-de-assassins-creed/>. Acesso em: 20 out. 2021.

MCQUAIL, Denis. **Atuação na Mídia**: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012.

MEDICINANET. F32 Episódios Depressivos. Disponível em: https://www.medicinanet.com.br/cid10/1531/f32_episodios_depressivos.htm. Acesso em: 17 set. 2020.

MEDICINA NET. Transtorno depressivo decorrente. Disponível em: http://www.medicinanet.com.br/cid10/1532/f33_transtorno_depressivo_recorrente.htm. Acesso em: 20 dez. 2020.

NASCIMENTO, A. Redes Sociais e bem-estar: laços sociais e a felicidade pessoal. **Revista Ciência e Trópico**. Recife, v.42, n. 2, p. 53-70, 2018. Disponível em: <https://periodicos.fundaj.gov.br/CIC/article/view/1700/1425>. Acesso em: 15 de set. 2021.

NOORATA, Pinar. Young Photographer Takes Surreal Self-Portraits to Cope with Depression. **My Modern Met**. 15 abr. 2013. Disponível em: <https://mymodernmet.com/christian-hopkins-photography> Acesso em: 15 abr. 2020.

OMS. Aumenta o número de pessoas com depressão no mundo. 2017. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5354:aumenta-o-numero-de-pessoas-com-depressao-no-mundo&Itemid=839. Acesso em: 14 de abr. 2020.

PRATTEN, Robert. **Getting Started in Transmedia Storytelling**. South Carolina: CreateSpace, 2015.

RODRIGUES, Eli Vagner Francisco. Reflexões sobre o Racismo de Paul Sartre: Uma Análise das Origens Psicológicas do Preconceito Racial. **RIDHI**, v.4, n.1, p. 161-169, jan./jun., 2016. Disponível em: <https://www3.faac.unesp.br/ridh/index.php/ridh/article/view/298/165>. Acesso em: 20 de ago. 2020.

ROSSETTI, Regina; GOULART, Elias Estevão. Visão Comunicacional da Inovação: Análise dos Sentidos Atribuídos à Inovação na Revista Intercom. **Comunicação & Inovação**, v.21, n. 45, p. 147-164, jan./abr. 2020. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/6409. Acesso em: 25 de fev. 2022.

SAUPE, Rosita; VIANA, Simone Beatriz Pedrozo; AMARAL, Ionice Maria. Investigação avaliativa de programas: releitura de uma metodologia. *Ciência, Cuidado e Saúde*, Maringá, v. 6, n. 1, p. 126-132, jan-abr. 2007. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CiencCuidSaude/article/view/4985>. Acesso em: 2 de mar. 2022.

SCOLARI, Carlos A. Narrativas Transmídias: Consumidores Implícitos, Mundos Narrativos e Branding na Produção da Mídia Contemporânea. **Revista Parágrafo**, v.1, n.3, p-7-19, jan./jun., 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/download/291/298>. Acesso em: 20 de out. 2021.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SOARES, Adriana Benevides; POUBEL, Lincoln Nunes; MELLO, Thatiana Valory dos Santos. Habilidades sociais e adaptação acadêmica: um estudo comparativo em instituições de ensino público e privado. **Aletheia**, Canoas, n. 29, p. 27-42, jun. 2009. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/aletheia/n29/n29a04.pdf>. Acesso em: 20 de jul. 2020.

SUMMIT SAÚDE BRASIL 2020. A importância da saúde mental e da qualidade de vida dos universitários. 2019. Disponível em:

<https://summitsaude.estadao.com.br/importancia-da-saude-mental-e-da-qualidade-de-vida/>. Acesso em: 6 de jul. 2020.

TEIXEIRA, Marco Antônio Pereira *et al.* Adaptação à Universidade em Jovens Calouros. **Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional (ABRAPPE)**, v.12, n.1, p-185-202, jan/jun, 2008. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/pee/a/vH9zX7jBvg8f8YxqBDqYyqH/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 de jul. 2020.

USCS-PPGCOM. **Regimento interno**. São Caetano do Sul: Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Comunicação-PPGCOM, 2021. Disponível em: <https://www.uscs.edu.br/boletim/12>. Acesso em: 17 mar. 2022.

VALLE, Ticiania. Assassin's Creed – Resenha. Disponível em:

<https://culturanerdegeek.com.br/assassins-creed-resenha/>. Acesso em: 19 mar. 2022

VAREIKAITE, Vaiva. 137 Artists Try To Show What Depression Looks Like And Some Results Will Make Your Skin Crawl. Bored Panda. 2017. Disponível em:

<https://www.boredpanda.com/depression-through-art/>. Acesso em: 19 mar. 2022.

WHO. World Health Organization. Disponível em: <https://www.who.int/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE AVALIAÇÃO ENVIADO AO JÚRI DE ESPECIALISTAS

INTRODUÇÃO

Este documento solicita a validação do júri de especialistas sobre o produto **Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário**, que tem como objetivo promover o diálogo sobre a depressão no ambiente universitário.

Este produto é resultado de uma pesquisa realizada no Mestrado em Comunicação da USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul, pelo mestrando Leandro Botelho sob orientação do Prof. Dr. João Batista Freitas Cardoso, a fim de minimizar um problema prático identificado na revisão de literatura. A saber: o preconceito sobre a depressão no ambiente universitário.

MECÂNICA DA VALIDAÇÃO

O júri avaliará o produto nas seguintes etapas, sendo que cada etapa possui três tópicos. A saber:

- Etapa 1. Apresentação do Produto Principal.
- Etapa 2. Proposta de site sobre o produto.
- Etapa 3. Proposta de vídeo sobre o produto.

Após leitura da apresentação breve de cada etapa e sua representação visual, o avaliador preencherá o quadro de respostas, conforme o exemplo a seguir:

EXEMPLO DE AVALIAÇÃO:

Etapa 2 (trata-se do site do produto)

A. O que é e como será feito?

Será apresentado o que é o site e suas seções.

B. Conceito visual do site

Será apresentado o conceito visual do site



Após os tópicos apresentados, o júri responderá as seguintes perguntas:

PERGUNTAS	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. As seções de conteúdo sobre depressão são pertinentes?	X		
B. Há sugestão de complemento?			X

Comentários: *aqui, o avaliador poderá tecer comentários e observações, principalmente se ele responder “Parcialmente Sim” ou “Não”, a fim de apoiar o pesquisador na solução do apontamento feito.*

ETAPA 1 – APRESENTAÇÃO DO PRODUTO PRINCIPAL

A. O QUE É O PRODUTO? COMO SERÁ FEITO?

Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário é um movimento que será composto por diversos produtos de comunicação *on-line*, a fim de incentivar o diálogo sobre a depressão entre estudantes universitários, objetivando reduzir o preconceito em torno do problema.

Para o início da aplicação do produto, previsto para agosto de 2022, dois subprodutos serão feitos, sendo: um site e uma série de vídeos. Esses dois subprodutos levarão conteúdos sobre depressão apontados na pesquisa, assim como

histórias reais de estudantes e seus casos sobre depressão, incentivando o diálogo e mais ações sobre o problema. O objetivo é expandir os subprodutos de comunicação a partir de 2023, para que o movimento ganhe força e impacte positivamente mais alunos.

B. OBJETIVO E PÚBLICO-ALVO

O objetivo do movimento é incentivar o diálogo sobre a depressão entre os estudantes universitários, a fim de contribuir para a redução do preconceito em torno do tema. Dessa forma, espera-se que as instituições de ensino possam implantar o movimento em suas ações de comunicação *on-line*, para que o impacto positivo seja efetivo sobre o público principal da ação: estudantes universitários.

C. REPRESENTAÇÃO VISUAL

Para trabalhar na comunicação, propõe-se a seguinte comunicação visual:



A tipografia utilizada, propositadamente, começa com linhas mais finas na palavra “HISTÓRIAS”, ganhando peso e força quando chega na palavra “SILÊNCIO”. A sugestão é representar as histórias que ficam apagadas entre as pessoas, ao mesmo tempo que o silêncio está mais carregado. Como ícone lúdico, utilizou-se uma folha, que quando caída no chão, pode representar histórias esquecidas, ao mesmo tempo que uma linha branca em seu contorno forma um sorriso. Assim, pode representar que as histórias (esquecidas) têm a possibilidade de transformar positivamente para quem conta ou escuta

ETAPA 2 – PROPOSTA DO SITE DO PRODUTO (SUBPRODUTO 1)

A. O QUE É O SITE E COMO SERÁ FEITO?

Sendo o subproduto 1, o site é a essência do movimento e apresentará o conteúdo da pesquisa realizada, além de uma área interativa para os alunos contarem suas histórias e terem acesso às histórias de outras pessoas, identificadas ou não. O site terá as seguintes seções de conteúdo:

- **O QUE É O MOVIMENTO?**
A seção explicará todo o movimento e seu principal objetivo: contribuir no combate ao preconceito em relação à depressão no ambiente universitário.
- **JOVEM UNIVERSITÁRIO E CRISE DE IDENTIDADE**
A seção apresentará, com base na revisão de literatura, a diversidade de identidade que os jovens encontram na faculdade, sendo um período de desconstrução e reconstrução.
- **HABILIDADES SOCIAIS NO AMBIENTE UNIVERSITÁRIO**
A seção apresentará, com base na revisão de literatura, os desafios que os jovens universitários enfrentam e as habilidades sociais requeridas, que quando sem assistência, podem levar o estudante a ter depressão.
- **A DEPRESSÃO NA MÍDIA**
A seção apresentará dicas de filmes, séries e documentários que retratam a depressão e podem contribuir para apoio na informação e combate ao preconceito.
- **MINHA HISTÓRIA DO SILÊNCIO**
A seção será interativa, destaque do site, onde os alunos poderão contar suas histórias, escolhendo ser publicamente identificado ou não, e também ler histórias de outras pessoas, gerando mobilização e conscientização. Esses conteúdos das histórias servirão como base para roteiros de vídeos e outras divulgações do movimento.

- 60 SEGUNDOS SEM PRECONCEITO (VÍDEOS)

A seção reunirá os vídeos do movimento, feitos propriamente para as redes sociais, mas disponíveis no site. Semanalmente será feito um vídeo para publicação, protagonizado por personagens como: alunos, profissionais da saúde e público secundário, como: professores, funcionários etc.

B. CONCEITO VISUAL DO SITE

Para trabalhar o conteúdo do site, propõe-se a seguinte representação visual:



Além de manter a identidade visual do produto, haverá a inserção de um grafismo lúdico que forma um rosto, unido a peças de quebra-cabeça que representam o jovem universitário em sua fase de desconstrução e reconstrução de identidade, conforme revisão de literatura feita na pesquisa.

ETAPA 3 – PROPOSTA DE VÍDEO SOBRE O PRODUTO

A. O QUE É O VÍDEO? COMO SERÁ FEITO?

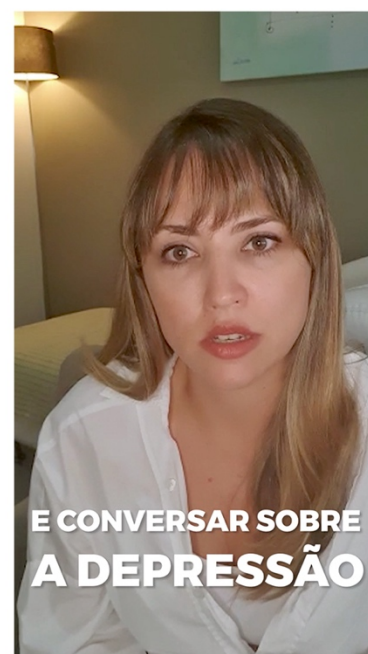
Sendo o subproduto 2, o vídeo faz parte da série semanal que será lançada, a fim de contar as histórias por meio audiovisual. Os vídeos serão feitos com a

participação de profissionais da área da saúde e alunos, que contarão suas histórias e incentivarão, mesmo que indiretamente, outras pessoas a conhecerem o projeto. Além de postagem no site e nas redes sociais das Instituições de Ensino, o vídeo poderá também ser compartilhado via WhatsApp, por se tratar de um vídeo curto já formatado verticalmente.

B. ROTEIRO DO VÍDEO

Objetivando o compartilhamento rápido do vídeo por aplicativos de mensagens, como WhatsApp, o vídeo, nessa etapa inicial, será feito no formato vertical. Assista o vídeo 1 aqui: https://youtu.be/58UxrWeOz_s

Imagens de referência tiradas do vídeo:



NOTA ADICIONAL

O produto ***Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário*** vem de um projeto de pesquisa embasado em aproximadamente 26 autores que dissertam sobre: (1) *Preconceito e Depressão*; (2) *Jovem Universitário e Identidade*; (3) *Narrativas Midiáticas e a Depressão*". Realizou-se uma pesquisa aplicada, tal como análise documental de produtos midiáticos, utilizando-se

parcialmente o método Design Science Research para avaliação do problema prático e concepção de um novo artefato, produto para apoio à solução do problema.

*O produto **Histórias do Silêncio: Vozes da Depressão no Ambiente Universitário**, não abarca a solução completa do problema, mas permite, por meio de suas fontes teóricas, a abertura para novos estudos e expansão do conhecimento em torno do problema da depressão no ambiente universitário, para que assim, novas pesquisas sejam encaminhadas.*

APÊNDICE B – E-MAIL ENVIADO AO JÚRI DE ESPECIALISTAS

Olá. Tudo bem?

Muito obrigado por aceitar participar da validação do meu projeto de Mestrado, já finalizado e aprovado, pendente da entrega da dissertação na Instituição.

Para tal entrega, estou fazendo a validação com o júri de especialista. Essa validação visa garantir que o produto cumpra a finalidade da proposta ou, se preciso, que passe por algum ajuste para aplicação prática.

Anexo, segue o documento para sua avaliação. Você deve preencher o quadro grifado em azul, após ler o conteúdo apresentado em cada um dos três tópicos. É bem simples e, por favor, fique à vontade para inserir seus comentários e sugestões de melhoria.

Caso tenha alguma dúvida, estou à disposição.

APÊNDICE C – ROTEIRO ORIENTATIVO DE AVALIAÇÃO

ETAPA 1: APRESENTAÇÃO DO PRODUTO PRINCIPAL

PERGUNTAS (Especialista de Saúde)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. Incentivar o diálogo sobre a depressão contribui para o combate ao preconceito?			
B. Há sugestões de complementos?			

PERGUNTAS (Especialista Marketing)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. Este produto de Comunicação é pertinente de aplicação em sua Instituição de ensino?			
B. O conceito visual está adequado para aplicação?			
C. Há sugestões de melhoria?			

PERGUNTAS (Aluno)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O movimento criado para incentivar o diálogo sobre a depressão é interessante para você?			
B. A proposta de aplicar esse movimento em sua faculdade faz sentido para você e outros alunos?			
C. Há sugestões de complemento?			

Comentários:

ETAPA 2: PROPOSTA DE SITE SOBRE O PRODUTO

PERGUNTAS (Especialista de Saúde)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. As seções de conteúdo sobre depressão são pertinentes?			
B. Há sugestão de complemento?			

PERGUNTAS (Especialista Marketing)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O modelo de página e estética do site são aplicáveis à sua Instituição?			
B. Há sugestões de complementos?			

PERGUNTAS (Aluno)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. As seções de conteúdo sobre depressão podem te ajudar e ajudar outras pessoas com informação?			
B. Você acha viável o compartilhamento de histórias sobre depressão como forma de combater o preconceito e levar informação às pessoas?			
C. Há sugestões de complemento?			

Comentários:

ETAPA 3: PROPOSTA DE VÍDEO SOBRE O PRODUTO

PERGUNTAS (Especialista de Saúde)	SIM	PARCIALMENTESIM	NÃO
A. O conteúdo apresentado no vídeo contribui para o combate ao preconceito em relação à depressão?			
B. Há sugestões de complementos e abordagens para os vídeos?			

PERGUNTAS (Especialista Marketing)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O roteiro do vídeo, ritmo de edição, qualidade técnica e fotografia estão adequados visualmente para aplicação em sua instituição de ensino?			
B. O formato do vídeo atende os seus canais de comunicação existentes?			
C. Há sugestões de complemento?			

PERGUNTAS (Aluno)	SIM	PARCIALMENTE SIM	NÃO
A. O conteúdo apresentado no vídeo representa para você os prejuízos que o preconceito sobre a depressão traz?			
B. Você acha pertinente utilizar histórias reais nos vídeos como fonte de informação e exemplo?			
C. Há sugestões de complemento?			

Comentários: