

Universidade de Évora - Escola de Artes

Mestrado em Design

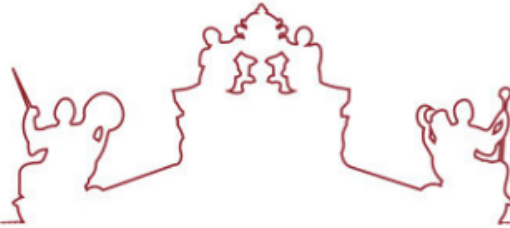
Trabalho de Projeto

Metanoia: Design de uma Experiência Multissensorial

Sara Soares Condeça

Orientador(es) | Paulo Maldonado

Évora 2022



O trabalho de projeto foi objeto de apreciação e discussão pública pelo seguinte júri nomeado pelo Diretor da Escola de Artes:

Presidente | Tiago Navarro Marques (Universidade de Évora)

Vogais | Célia Maria Figueiredo Silva (Universidade de Évora) (Arguente)
Paulo Maldonado (Universidade de Évora) (Orientador)



Mestrado em Design – Trabalho de Projeto

Metanoia: Design de uma experiência multissensorial

Candidata: Sara Condeça

Orientador: Professor Paulo Maldonado

Évora, Novembro 2021

*Dedico este trabalho de projeto a todas as pessoas que padecem de Burnout ou que
nalguma fase da sua vida tiveram sentimentos de exaustão emocional,
despersonalização e ausência de realização pessoal, principalmente às pessoas que me
são chegadas, e que foram a inspiração para este projeto.*

Agradecimentos

Aos meus pais, Maria Soares e Rui Condeça, que sem eles não teria sequer ido estudar para a Universidade de Évora, e teria tirado um curso que não seria o meu sonho, mas perto da minha zona de conforto. Os meus pais são quem mais me desafia a sair da minha zona de conforto, a arriscar, as pessoas que mais me apoiam quando me vou abaixo ou deixo de acreditar em mim mesma. Um obrigado do tamanho do mundo por nunca me terem deixado faltar nada e por me darem o privilégio de poder tirar um curso superior sem ter que trabalhar ao mesmo tempo, e por isso, estarei sempre grata.

Ao Íven, que durante todo este processo nunca questionou as minhas capacidades. A pessoa mais honesta que podia ter do meu lado. Ele mostra-me todos os dias que nem sempre temos que acertar tudo à primeira, as coisas levam tempo a aperfeiçoar, foi algo que aprendi durante este processo. Só ele sabe dizer as palavras certas no momento certo para me dar o incentivo que preciso, porque sendo honesta, não sou nada fácil quando me começo a questionar. Obrigada por estares sempre do meu lado e seres o meu crítico preferido.

Durante as primeiras fases da investigação senti muita insegurança em mim mesma, e pensei em desistir deste projeto pelo qual tenho tanta paixão. Não me sentia segura nos meus métodos de investigação. E foi neste momento que, antes de desistir, decidi conversar com o meu orientador, o Professor Paulo Maldonado, sem o professor não teria tido a força para continuar, com as suas palavras conseguiu mostrar-me que eu estava a fazer um bicho de sete cabeças com algo muito simples de resolver. Um grande agradecimento Professor Paulo Maldonado, por ter acreditado em mim e se ter sempre disponibilizado para ouvir as minhas dúvidas e incertezas, e principalmente por ser o excelente orientador que é, não podia ter escolhido melhor. Acredito com toda a certeza que se não fosse pelas palavras do professor naquele dia, eu teria certamente desistido.

Às minhas amigas, Ana Sofia, Ana Raquel e Guadalupe, se não fosse pelo nosso *chat* de grupo não sei onde teria ido buscar a animação e o conforto que me deram durante estes últimos dois anos. O nosso *chat* tornou-se um ponto de abrigo, obrigada pelo vosso apoio incansável.

Um agradecimento especial à professora Célia Figueiredo por se ter interessado tanto na minha temática quanto eu, e que me convidou fazer um curso de *Mindfulness*. E a todos os professores do curso que acabaram por acompanhar o meu percurso.

Por último, um agradecimento a todas as pessoas que partilharam comigo as suas histórias e experiências com o *Burnout*, acabaram por me inspirar a criar algo que possa ajudar o máximo de pessoas possível.

Resumo e Palavras-Chave

A presente investigação pretende explorar de que modo o *Stress* Ocupacional é a principal causa do Síndrome de *Burnout* e as desvantagens que isso trás para o bem-estar mental da comunidade. O objetivo deste projeto consiste no design de uma estratégia de sensibilização para o *Burnout*. Contribuirá para promover, através da interface, da interação e da experiência, uma intervenção preventiva.

O *stress* ocupacional em extremo pode provocar o *Burnout*, um síndrome caracterizado por três diferentes componentes: exaustão emocional, despersonalização e ausência de realização pessoal. As potenciais causas de *stress*, que existem em ambiente laboral ou na ligação casa/trabalho, em articulação com as características pessoais de cada individuo podem, eventualmente, conduzir aos sintomas ou ás doenças relacionadas com o *stress*. O propósito do projeto consiste em prevenir e intervir sobre aquilo que está na origem da problemática através de uma estratégia de *coping* e de uma Experiência Multissensorial.

Palavras-Chave: Metanoia · Design de Experiências · Síndrome de *Burnout* · *Coping* · *Mindfulness*

Title: *Metanoia: a multisensory experience*

Abstract and Keywords

This research aims to explore how Occupational Stress is the main cause of Burnout Syndrome and the disadvantages that this brings to people's mental well-being. The objective of this project is to design an awareness strategy for Burnout that will contribute to promoting, through the interface, interaction and experience, a preventive intervention. Extreme occupational stress can cause Burnout, a syndrome characterized by three different components: emotional exhaustion, depersonalization and lack of personal fulfillment. The potential causes of stress, which exist in the workplace or at home/work connection, in conjunction with the personal characteristics of each individual, may eventually lead to symptoms or illnesses related to stress. The purpose of the project is to prevent and intervene on what is at the origin of the problem through a coping strategy and a Multisensory Experience.

Keywords: *Metanoia · Experience Design · Burnout · Coping · Mindfulness*

Acrónimos e Abreviaturas

UI. *User Interaction*

UX. *User Experience*

LCD. *Life-Centered Design*

HCD. *Human-Centered Design*

HWB. Bem-estar Hedônico

EWB. Bem-estar Eudemônico

PERMA. Emoção positiva, envolvimento (fluxo), relacionamentos (positivos), significado e realização

OMS. Organização Mundial de Saúde

WHO. *World Health Organization*

MBI. *Maslach Burnout Inventory*

MBI-HSS. *Maslach Burnout Inventory - Human Services Survey*

UA. Estados Unidos da América

COVID-19. Coronavírus 2019

VUCA. *Volatility* (Volatilidade), *Uncertainty* (Incerteza), *Complexity* (Complexo), *Ambiguity* (Ambíguo)

CBT. *Cognitive Behavioral Therapy*

TCC. Terapia Comportamental Cognitiva

ISEA. *International Symposium on Electronic Art*

OFFF. *International Festival for the Post-Digital Creation Culture*

EA Theatre. *Electronic Arts Theatre*

3D. Três Dimensões

2D. Duas Dimensões

VFC. Variedade de Frequência Cardíaca

SNS. Sistema Nervoso Simpático

SNP. Sistema Nervoso Parassimpático

TV. Tônus Vagal

Glossário

Coping. É o conjunto de estratégias cognitivas ou comportamentais a que um indivíduo recorre quando se encontra perante uma solicitação que tanto pode ser interna como externa, mas que é para ele considerada negativa ou coativa.

Life Coaching. O *LifeCoaching* trabalha alguns pontos da vida de um indivíduo, com o objetivo de prepará-lo para alcançar os seus sonhos e objetivos.

Career Coaching. O *CareerCoaching* é obter o suporte, a ajuda e a orientação de que um indivíduo precisa para descobrir como alcançar os seus objetivos de carreira.

Team Building. O *Team Building* é um tipo de treino, mas em vez de propor o aperfeiçoamento do conhecimento técnico dos funcionários, é focado em aprofundar as relações da equipa.

Mecanismos de Coping. Os mecanismos de *Coping* são as estratégias que as pessoas costumam usar diante do *stress* e/ou trauma para ajudar a controlar emoções dolorosas ou difíceis.

Interface. Componente que estabelece a interação entre homem e computador, na prática, diz respeito à disposição de elementos gráficos, arquitetura de informação no sistema em função de melhorar a experiência;

Layout. Composição dos elementos definidos na interface numa disposição que transmita a informação de forma clara e eficaz na página. Como o objetivo de criar impacto e destaque ao conteúdo, mantendo a sua função comunicativa;

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo conceptual de literacia em saúde (HLS-EU)	10
Figura 2. Curva de Função Humana (Dr. Peter Nixon, 1979)	16
Figura 3. <i>Efeitos do stress relacionado com o trabalho (Autora, 2021)</i>	23
Figura 4. “Why systems must explore the unknown to survive in VUCA environments” (Jan Bartscht, 2015)	26
Figura 5. As 4 propriedades de “experiência” (Hassenzahl, 2010)	30
Figura 6. <i>24 principles for designing massive change in your life and work (Bruce Mau, 2020)</i>	35
Figura 7. <i>Experiência Multissensorial (Velasco e Obrist, 2020)</i>	38
Figura 8. Evento Edge of Government, 2019 by Nohlab	48
Figura 9. Evento Edge of Government, 2019 by Nohlab	48
Figura 10. Evento Edge of Government, 2019 by Nohlab	49
Figura 11. Evento Edge of Government, 2019 by Nohlab	49
Figura 12. Evento Deep Space Music, ARS Electronica, 2012 by Nohlab	50
Figura 13. Evento Deep Space Music, ARS Electronica, 2012 by Nohlab	50
Figura 14. Evento Deep Space Music, ARS Electronica, 2012 by Nohlab	50
Figura 15. Evento ARKHE, 2019 by Nohlab	51
Figura 16. Evento ARKHE, 2019 by Nohlab	52
Figura 17. Evento ARKHE, 2019 by Nohlab	52
Figura 18. Logotipo Metanoia (Autora, 2021)	55
Figura 19. Paleta Cromática Metanoia (Autora, 2021)	56
Figura 20. Tipografia Black Mango (Kadek Mahardika, 2020)	56
Figura 21. Tipografia Raleway (Thin - Matt McInerney, 2012) (Variantes - Pablo Impallari and Rodrigo Fuenzalida, 2012)	56
Figura 22. Comunicação e Identificação dos Oradores Metanoia (Autora,2021)	57
Figura 23. Comunicação e Identificação dos Oradores Metanoia (Autora,2021)	57
Figura 24. Comunicação e Identificação dos Oradores Metanoia (Autora,2021)	57
Figura 25. Bilhete Digital Metanoia	57
Figura 26. App Metanoia (Autora, 2021)	59
Figura 27 . Instagram @metanoia.experience_(Autora, 2021)	60
Figura 28. Projeções da entrada interativa (Autora, 2021)	62

Figura 29. Projeções da entrada interativa (Autora, 2021)	62
Figura 30. User Experience, Exercícios de Respiração (Autora, 2021)	66
Figura 31. Interface e User Interaction dos Exercícios de Respiração	67
Figura 32. User Experience, Exercícios de Respiração (Autora, 2021)	68
Figura 33. Interface e User Interaction dos Exercícios de Respiração	68
Figura 34. User Experience do Jogo “6 Chapéus” (Autora, 2021)	72
Figura 35. Interface e User Interaction do Jogo “6 Chapéus”	73
Figura 36. User Experience da “Roda do Positivismo” (Autora, 2021)	74
Figura 37. Interface e User Interaction da “Roda do Positivismo” (Autora, 2021)	74
Figura 38. Comunicação Oradores (Autora, 2021)	75
Figura 39. Painéis Informativos (Autora, 2021)	76
Figura 40. Circulação no Espaço (Autora, 2021)	77
Figura 41. User Experience Metanoia (Autora, 2021)	78
Figura 42. Membrana Tátil (BYMELT, 2013)	79
Figura 43. Espaço Metanoia (Autora, 2021)	81
Figura 44. Entrada: Túnel Interativo + 1º Painel Informativo (Autora, 2021)	82
Figura 45. Zona 1: 1ª Interação (Autora, 2021)	82
Figura 46. 2º Painel Informativo (Autora, 2021)	83
Figura 47. Zona 2: Segunda Interação (Autora, 2021)	83
Figura 48. Zona 3: Sala de Espera/Convívio (Autora, 2021)	84
Figura 49. Zona: Quarta Interação (Autora, 2021)	85

Índice Geral

Dedicatória	v
Agradecimentos	vi
Resumo e Palavras-Chave	vii
<i>Abstract and Keywords</i>	viii
Acrónimos e Abreviaturas	ix
Glossário	x
Índice de Figuras	xi
Índice Geral	xiii

1. INTRODUÇÃO

1.1 Problematização	1
1.2 Questão da Investigação	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Geral	3
1.3.2 Específicos	3
1.4 Metodologia de Investigação	4
1.5 Argumento	4

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 A ausência de bem-estar mental no ambiente laboral	6
2.1.1 Contextualização e definição de bem-estar laboral	6
2.1.2 O bem-estar em ambiente laboral	7
2.1.3 Literacia em saúde mental	9
2.1.4 Promoção da saúde mental e de um ambiente de trabalho saudável	12
2.2 Contextualização	15
2.2.1 Stress Ocupacional	15
2.2.2 Síndrome de <i>Burnout</i> e as desvantagens para o bem-estar mental	17
2.2.3 <i>Mindfulness</i>	20
2.2.4 As estratégias de <i>Coping</i> no trabalho	22
2.2.5 O mundo VUCA	24
2.2.6 <i>CBT (Cognitive Behavioral Therapy)</i>	27
2.3 Integração de áreas de Investigação	28
2.3.1 Design de Experiências	28

2.3.1.1	Experiências e Design	28
2.3.1.2	O que é uma experiência	29
2.3.1.3	Do Design ao Design de Experiências	30
2.3.2	Design de Interação	31
2.3.2.1	Processo de Design de Interação	31
2.3.2.2	Interação Humano-Computador	32
2.3.3	<i>Life-Centered Design</i>	34
2.3.3.1	Como processo e como filosofia	34
2.3.4	<i>Branding</i>	35
2.4	Design de uma Experiência Multissensorial	37
2.4.1	Uma Experiência Multissensorial	37
2.4.2	Psicologia Ambiental	41
2.4.3	Os 5 sentidos e a sua importância para uma experiência multissensorial	43
2.5	Casos de Referência	47
2.5.1	Estúdio Nohlab	47
2.5.1.1	Sobre o estúdio Nohlab	47
2.5.1.2	Áreas de trabalho	47
2.5.1.3	3 projetos de referência	48
2.5.1.3.1	<i>Edge of Government</i> , 2019	48
2.5.1.3.2	<i>Deep Space Music</i> , <i>ARS Electronica</i> , 2012	49
2.5.1.3.3	<i>ARKHE</i> , 2019	50
3.	IDEALIZAÇÃO E PROTOTIPAGEM	54
3.1	Visão, Missão, Valores	54
3.2	Design de Comunicação	54
3.2.1	<i>Branding: Metanoia</i>	54
3.2.2	Logotipo, Paleta Cromática e Tipografia	55
3.2.3	Propostas de Cartaz	57
3.2.3.1	Cartazes Impressos	57
3.2.3.2	Cartazes Digitais	57
3.2.4	Identificação dos Oradores	58
3.2.5	Bilhetes Digitais	58
3.2.6	App Informativa	59
3.2.7	Redes Sociais	60
3.3	Design de Experiências	60

3.3.1 Interações	60
3.3.1.1 Primeira interação: Sensação de aperto/encurralamento	61
3.3.1.1.1 Projeção e Espaço	61
3.3.1.2 Segunda interação: Controlo da respiração e ritmo cardíaco	63
3.3.1.3 Terceira interação: <i>Team building</i>	69
3.3.1.4 Quarta Interação: Palestras dinâmicas	75
3.3.2 Painéis Informativos	76
3.3.3 Espaço	77
3.3.3.1 Planta e circulação	77
3.3.3.2 <i>User Experience</i>	78
3.3.3.3 Materiais	79
3.3.3.4 <i>Renders/Fotomontagens</i>	81
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
4.1 Considerações Finais	87
4.2 Desenvolvimentos futuros	89
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E BIBLIOGRAFIA	90
5.1 Referências Bibliográficas	90
5.2 Bibliografia	100
6. APÊNCICES E ANEXOS	111
6.1 Apêndices	111
6.2 Anexos	



1. INTRODUÇÃO

1.1 Problematização

1.2 Questão da Investigação

1.3 Objetivos

1.4 Metodologia de Investigação

1. Introdução

A palavra "*Wellness*" entrou no léxico na década de 1970 e cresceu dramaticamente em popularidade nos últimos 10-15 anos e ainda é relativamente pouco compreendida pela maioria das pessoas. No uso comum, o termo pode ser aplicado a tudo o que faz com que se sintam bem ou que seja "Saudável". O conceito moderno de *Wellness* cuja tradução comum é bem-estar está muito enraizado no Oeste (EUA e Europa). Os princípios básicos do bem-estar podem ser atribuídos às antigas civilizações da Ásia, da Grécia e Roma (Lim, Y. J., Kim, H. K., & Lee, T. J., 2016). Em consonância com a Organização Mundial da Saúde a definição de "saúde", neste estudo define o bem-estar como um estado completo - físico, mental e social. Este facto vai além da mera liberdade de doença ou enfermidade e enfatiza a manutenção proativa e melhoria de saúde e bem-estar. Expresso num *continuum* que se estende de abordagens proativas para a saúde, o bem-estar realça-se firmemente no lado próativo, incorporando atitudes e comportamentos que impedem a doença, contribuem para melhorar a saúde, melhorar a qualidade de vida, e colocar uma pessoa mais próxima dos níveis e bem-estar ideais.

As pessoas não estão bem, e isto é cada vez mais visível nas populações em envelhecimento, no aumento alarmante de doenças crónicas e nos estilos de vida não saudáveis. Como fatores, que contribuem para uma crescente crise global de saúde identificam-se os sistemas médicos com custos crescentes e o *stress* associado ao estilo de vida moderno tanto no mundo desenvolvido como nos países em desenvolvimento.

1.1 Problematização

Verifica-se, cada vez com maior frequência que as pessoas estão a passar por sentimentos de stress, exaustão emocional, despersonalização e ausência de realização pessoal. Isto deve-se à falta de empatia dos quadros superiores ou pela desorganização pessoal. Consequentemente, estas pessoas desenvolvem mau-estar mental que origina problemas mais graves como o Síndrome de *Burnout*. É por isso necessário conhecer melhor as causas deste mau-estar e compreender que técnicas de terapia e intervenção poderão ser usadas para evitar o uso de soluções “medicadas”.

O problema do stress ocupacional, pela sua magnitude e transcendência, é já considerado um verdadeiro problema de saúde pública. De acordo com a Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho (EU-OSHA), é o segundo problema de saúde reportado com mais frequência na Europa, logo a seguir às perturbações músculo-esqueléticas. Afeta cerca de 40 milhões de trabalhadores na U.E. e estima-se que seja responsável por cerca de 50 a 60% de todos os dias de trabalho perdidos (EU- OSHA, 2017). Um cálculo aproximado dos custos causados pelo stress ocupacional aponta para os 20 mil milhões de euros anuais (CE, 2002).

Quanto às causas, entre as mais apontadas pelos trabalhadores portugueses, encontra-se a reorganização do trabalho, insegurança no vínculo laboral e as horas de trabalho ou carga de trabalho, bem como a falta de apoio por parte dos colegas ou superiores. Os riscos psicossociais podem ser definidos como “os riscos para a saúde mental, física e social, originados pelas condições de trabalho e por fatores organizacionais e relacionais” (Pinho, 2015), resultam da interação entre o trabalhador, as condições de vida no trabalho e as condições de vida fora do trabalho, sendo suscetíveis de influenciar a saúde, segurança e bem-estar do trabalhador, com eventuais repercussões na produtividade e na satisfação (DGS, 2010). Os riscos psicossociais têm potencial para causar efeitos adversos físicos ou psicológicos na saúde dos trabalhadores, através da experiência de stress. O stress ocupacional em extremo pode provocar o *Burnout*, um síndrome caracterizado por três diferentes componentes: exaustão emocional, despersonalização dos outros e ausência de realização pessoal.

Conhecer este síndrome e pôr em prática estratégias de prevenção e intervenção é imprescindível, sobretudo no mundo atual, onde as exigências de produtividade, qualidade, lucratividade, vêm gerar maior competitividade e, consequentemente, estes problemas psicossociais.

1.2 Questão da Investigação

De que modo pode o design de uma experiência multissensorial contribuir para a sensibilização do stress ocupacional, prevenindo e atuando contra o Síndrome de *Burnout*?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

- Consciencializar e contribuir com o conhecimento de estratégias de prevenção e *Coping* ao *Burnout* através de uma experiência multissensorial, interativa e incomum.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Consciencializar para as principais causas do Stress Ocupacional e do Síndrome de *Burnout* e como ambos são fatores influenciadores do bem-estar mental.
- Desenvolver uma experiência didática que apele à prevenção do Síndrome de *Burnout* e às estratégias de *Coping*.
- Promover uma melhor comunicação e relação interpessoal.
- Sensibilizar os quadros superiores para a importância do bem-estar da sua equipa.
- Promover junto dos indivíduos que padecem de Stress Ocupacional ações de prevenção e/ou intervenção contra o *Burnout*.

1.4 Metodologias da Investigação

Neste projeto de investigação as metodologias a adotar serão de natureza mista de carácter qualitativo e intervencionista. Numa primeira fase, de investigação passiva, será realizada uma recolha e análise crítica de informação teórica (como artigos, estatísticas, revisão bibliográfica e estudos) sobre o problema e as áreas de investigação a abordar, nesta fase foi usada a metodologia *Inspiration Mining* que tem como objetivo pegar em vários títulos de referências e seleccionar um certo número de citações, ideias ou conceitos, depois de seleccionados será feita uma narrativa intersetando estas ideias e conceitos. Durante o processo, o cruzamento de ideias inspiradoras leva à transformação de um conjunto de ideias existentes em novas. (Maldonado P., Ricardo A., Almeida A., Gonçalves I., Gouveia R., Condeça S., 2021)

Numa segunda fase, de investigação ativa, será feito um pequeno curso sobre *Mindfulness* para melhor compreender terapias holísticas e será realizado um inquérito a indivíduos que padecem de stress ocupacional e, ou, Burnout de modo a melhor compreender os sentimentos existentes associados a estas patologias, será também pedido e estudado, um relatório no âmbito *do CareerCoach* a uma CEO de uma empresa que luta contra o stress ocupacional. Com a conclusão destas duas primeiras fases será possível balizar o que serão as várias propostas de interação multissensorial integradas no projeto, provadas serem efetivas, pelos estudos feitos na primeira fase por especialistas nas respetivas áreas. Numa quarta e última fase, serão elaboradas as conclusões que deverão confirmar e responder, corretamente, à questão de investigação e aos objetivos do projeto, e fornecer um contributo positivo para a problemática. As recomendações deverão contribuir para futuras investigações na área.

1.5 Argumento

A partir do Design de Experiências, desenvolver interações e experiências que contribuem para sensibilizar, intervir e prevenir o stress ocupacional e o Burnout através de mecanismos de *Coping* e *team building*.



2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 A ausência de bem-estar mental no ambiente laboral

2.2 Contextualização

2.3 Integração de áreas de investigação

2.4 Design de uma Experiência Multissensorial

2.5 Caso de Referência

2. Enquadramento Teórico

2.1 A ausência de bem-estar mental no ambiente laboral

2.1.1 Contextualização e definição de bem-estar laboral

Alguns autores referem o termo "qualidade de vida" como um tipo intercambiável de "Bem-estar" na situação atual de um indivíduo e nas suas aspirações futuras (Morrow & Mayall, 2009, p. 221). No entanto, Stratham e Chase (2010) argumentam que o termo bem-estar permitiu aos psicólogos tornar o conceito de saúde algo muito "medicado". Consequentemente, agora é possível considerar a qualidade de vida separadamente da ideia de doença. Este aspeto, reflete perfeitamente o trabalho seminal de Herzlich (1973), que colocou grande ênfase na atitude do indivíduo em relação à saúde, bem como a ênfase atual da pesquisa de bem-estar através de medidas subjetivas de bem-estar.

Conforme definido atualmente pelo Instituto Nacional de Bem-Estar (2018), bem-estar é o processo ativo de se tornar consciente e fazer escolhas para uma existência mais bem-sucedida. Assim, é o processo de primeiro identificar os aspetos da vida que podem ser melhorados (por exemplo, físicos e aptidão), em seguida, empenhar-se ativamente para melhorar esse défice específico na vida (por exemplo, atividade física regular). A promoção do bem-estar contribui para melhorar a saúde, o que, por sua vez, pode levar a um enriquecimento da qualidade de vida. Não obstante, o fenómeno do bem-estar significa a relação entre qualidade de vida e saúde (Miller & Foster, 2010).

A perceção subjetiva sobre o estado de bem-estar difere dependendo das circunstâncias específicas presentes, especialmente no caso de avaliação de longo prazo. Alguns relatos de bem-estar incluem o otimismo, a expectativa geral de que se experimenta mais resultados positivos do que negativos na vida (Su, Tay, & Diener, 2014). A disposição para ser otimista é associado a maior satisfação e felicidade e níveis mais baixos de depressão e stress, menor risco de problemas de saúde e recuperação mais rápida da doença (Boehm & Kubzansky, 2012; Scheier e Carver, 1992; Seligman, 2013).

Vários destes estudos demonstraram que o otimismo prevê prospectivamente melhores resultados de saúde, mesmo depois de controlar um conjunto de dados demográficos e variáveis de personalidade. Estes resultados conduziram Taylor e Brown (1988) a sugerir que crenças altamente positivas sobre uma pessoa e a capacidade de controlar os resultados podem ser

marcas importantes da saúde mental. Estas ilusões positivas podem ser especialmente funcionais quando enfrentamos adversidades (Boehm et al., 2011).

Outros conceitos foram propostos e incluem a associação de bem-estar hedónico (HWB) que é alcançado através de experiências de prazer e alegria, e bem-estar eudemónico (EWB) que é alcançado por meio de experiências de significado e propósito, a este aspeto, Keyes (2002) disponibilizou o termo para descrever uma condição caracterizada por altos níveis de HWB e EWB e Seligman (2013) apresentou um modelo semelhante de florescimento designado PERMA - emoção positiva, envolvimento (fluxo), relacionamentos (positivos), significado e realização. Sendo que estes cinco elementos de bem-estar são procurados para o seu próprio bem e não necessariamente para aumentar o bem-estar dos outros.

Diener et al. (2010) ofereceram igualmente uma conceção florescente, e viram o bem-estar como prosperidade psicossocial ou capital. Ou seja, pensado como um conjunto de crenças ou recursos que não só aumentam o bem-estar, mas também fortalecem o estado mental e físico, resiliência em termos de adversidades (Su et al., 2014).

2.1.2 O bem-estar em ambiente laboral

Um em cada 5 adultos no mundo em idade produtiva vive com doença mental (National Institute of Mental Health, 2021). A saúde mental do funcionário tem implicações importantes não apenas para os indivíduos em si, mas para as suas famílias, colegas de trabalho e a economia em geral. Neste contexto, entender o panorama atual da saúde mental no local de trabalho é vital para abordar questões de saúde mental e reduzir o estigma. As consequências da doença mental para as empresas e a economia em geral são profundas (Greenberg, et al., 2015).

As estimativas recentes sugerem que o impacto económico da doença mental é maior do que qualquer outra doença não transmissível (Davlasheridze, Goetz & Han, 2018). A saúde mental e emocional da força de trabalho tem grandes consequências financeiras para as empresas devido à perda da produtividade, aumento de prémios de seguro, reivindicações de invalidez, absentismo e rotatividade de pessoal (CDC, 2018).

Rejeições contínuas e o *feedback* negativo do processo procura de emprego e aprender novas competências pode ser prejudicial para o bem-estar emocional (Biebel, Golden & Levin et. al., 2018). Muitas vezes, o feedback negativo pode conduzir ao afastamento dos objetivos,

desencadear dúvidas e fazer com que os novos funcionários reduzam as metas e vejam-nas como menos atingíveis no geral (Hu et al., 2017).

No entanto, a falta de trabalho estruturado e *feedback* pode igualmente levar ao stress dos funcionários devido à mudança de um modelo específico de *feedback* estruturado com base na incerteza sobre as expectativas e medidas de sucesso. Assim, a socialização é um aspeto de saúde mental e emocional, bem-estar no local de trabalho, o que pode ser especialmente importante para os funcionários que entram na força de trabalho (Greenberg, et al., 2015).

A necessidade, controlo e apoio são três fatores-chave da saúde mental e emocional no local de trabalho (Geirdal, Nerdrum & Bonsaksen, 2019). Os funcionários enfrentam necessidades excessivas no trabalho, embora por vezes sem suporte, e por esta razão sentem que estão a perder o controlo e a sua capacidade de lidar com situações adversas. No local de trabalho, os agentes de stress são a insegurança no trabalho, intimidação ou assédio, baixo apoio social, injustiça e desequilíbrio percebido entre o esforço e a recompensa (LaMontagne, 2014).

Inicialmente, Karasek (1978) postulou que a exposição a uma situação de stress pode ser explicada por uma combinação de duas dimensões-chave, conhecidas como a necessidade de trabalho e controlo. A necessidade de trabalho é operacionalizada em termos de requisito de tarefa e inclui as cargas de trabalho, pressão de tempo e conflito de funções. O controlo de trabalho é até que ponto uma pessoa pode ter controlo sobre as suas atividades de trabalho e, consiste na latitude de decisão e descrição de habilidade.

Muitos estudos sugeriram que o *stress* no trabalho pode estar associado a problemas de saúde e resultados de bem-estar mental, incluindo a pressão arterial, distúrbios musculoesqueléticos, doença cardiovascular, ansiedade, depressão, esgotamento, exaustão emocional, insatisfação, e saúde mental precária (Chen et al., 2020). Como exemplo, uma revisão da literatura conduzida por Law et al. (2020) identificou evidências de que o *stress* no trabalho é um fator de risco de baixo bem-estar mental entre os adultos que trabalham.

Embora a relação entre o stress no trabalho e o bem-estar mental negativo esteja bem referenciada, alguns autores argumentaram que existe uma diferença de género nesta relação (Cifre et al., 2015). De acordo com os autores, a relação entre o stress no trabalho e os resultados adversos para a saúde entre homens e mulheres podem ser diferentes devido à sua exposição a diferentes níveis de stress no trabalho. Neste sentido, os géneros diferem na forma como são percebidos e tratados na sociedade e o tipo de condições de trabalho disponíveis.

Na relação entre o stress no trabalho, suporte social e bem-estar mental a maior parte dos estudos sugeriram que o apoio social pode moderar o efeito do stress e no bem-estar físico e psicológico, indicando que o suporte social poderia enfraquecer ou reduzir o efeito adverso do stress no trabalho sobre a saúde mental (MacKinnon, 2011; Terry et al., 1993).

Embora, de acordo com Frazier et al. (2004) os resultados destes estudos apenas analisaram a variável independente (stress no trabalho, e a variável dependente (bem-estar mental) que têm as mesmas relações entre os grupos e, ignorara, o processo pelo qual o stress no trabalho influencia o bem-estar mental. Contudo, a hipótese colocada por Chen et al. (2020) sugere que o apoio social pode mediar o relacionamento entre o stress no trabalho e os resultados de bem-estar mental.

Um estudo realizado entre jovens enfermeiras chinesas em 16 hospitais em Chengdu identificou evidências que sugerem que o apoio social media a relação entre o stress no trabalho e o bem-estar mental negativo, como a depressão, ansiedade e esgotamento profissional (Chen et al., 2020). De igual modo, o estudo conduzido por Wu et al. (2020) entre 1464 funcionários bancários na China concluiu, também, que a relação entre o stress no trabalho e o cinismo é mediada pelo apoio social.

2.1.3 Literacia em saúde mental

No ano de 1999, o Conselho de Assuntos Científicos da American Medical Association definiu a literacia em saúde como a capacidade de ler e compreender frascos de remédios, notas de nomeação e outros materiais relacionados necessários para funcionar com sucesso como paciente. A literacia em saúde, de acordo com Hernandez (2013) e Kickbusch, et al. (2013) é um termo recorrente nas políticas que inspiram a configuração futura dos sistemas de saúde em todo o mundo. É geralmente entendido como a capacidade de colher, processar e compreender as informações relevantes de saúde. Deste ponto de vista, a literacia em saúde tem sido geralmente vista como um determinante significativo do bem-estar.

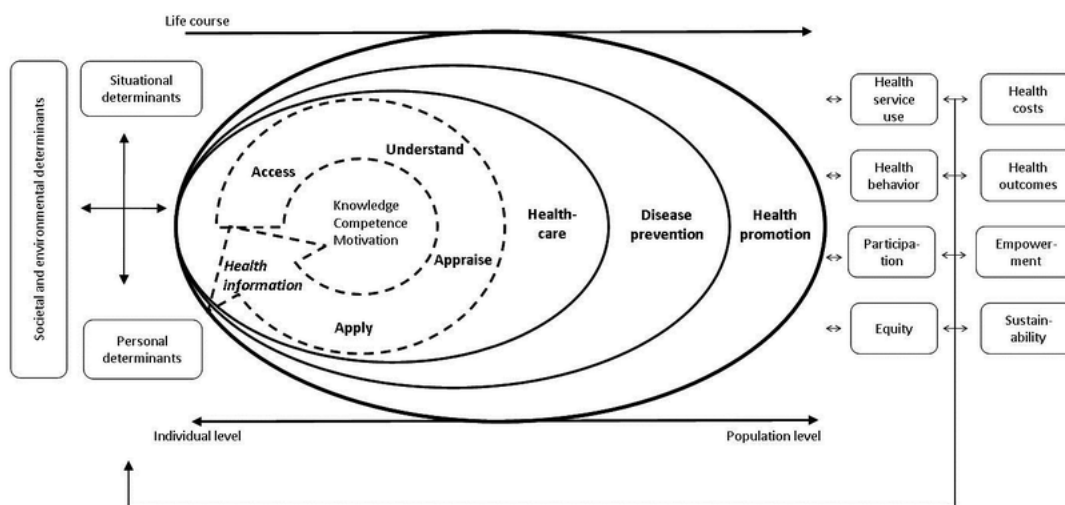


Figura 1. Modelo conceptual de literacia em saúde (HLS-EU)

No núcleo está o conhecimento, a motivação e as competências de acesso, compreensão, avaliação e aplicação de informações para formar o julgamento e tornar as decisões relacionadas com os cuidados de saúde, prevenção de doenças e promoção de saúde. Neste contexto, o acesso está relacionado com a capacidade de procurar, encontrar e obter informações de saúde. O entender refere-se à capacidade de compreender a informação relacionada com a saúde e a sua acessibilidade. A avaliação refere-se à capacidade de interpretar, filtrar, julgar e avaliar as informações de saúde que foram acedidas. Aplicar está relacionada com a capacidade de comunicar e usar as informações para tomar uma decisão de manter e melhorar a saúde (Von Wagner et al., 2009; Sørensen et al., 2012)

A literacia em saúde, pode igualmente, afetar o comportamento de saúde e o uso de serviços de saúde, o impacto sobre os resultados de saúde e sobre os custos da saúde na sociedade.

Ao nível individual, a comunicação ineficaz devido à falta de literacia em saúde pode resultar em erros, má qualidade e riscos para a segurança do paciente. A nível populacional, as pessoas com literacia em saúde são capazes de participar em diálogos públicos e privados sobre a saúde, medicina, conhecimento científico e crenças culturais. Os principais benefícios da literacia em saúde afetam todo o conjunto de atividades da vida, do lar, do trabalho da sociedade e da cultura, que desempenham um papel vital para equidade das pessoas e da sustentabilidade na vida.

O constructo da literacia em saúde mental ainda é um conceito em evolução (Kutcher et al., 2016). Originado do conceito de literacia em saúde, foi introduzido pela primeira vez por Jorn et al., que o descreveram como o conhecimento e crenças sobre transtornos mentais que auxiliam no seu reconhecimento, gestão ou prevenção (Jorn et al., 1997, p.182).

A definição mais recente de Jorn et al. (2012) ampliou as definições anteriores de literacia em saúde mental e incluiu quatro elementos distintos, mas relacionados, (1) compreensão de como obter e manter uma boa saúde, (2) compreensão dos transtornos mentais e seus tratamentos, (3) redução do estigma relacionado para transtornos mentais, e (4) aumentar a eficácia na busca de ajuda (ou seja, saber quando e onde obter cuidados de saúde mental baseados em evidências e ter as competências para melhorar o autocuidado)

Esta definição mais ampla identifica as percepções anteriores de literacia em saúde mental e inclui não somente o conhecimento e as crenças sobre a doença mental, mas igualmente na promoção da saúde mental, em conformidade com a definição da Organização Mundial de Saúde (OMS, 2013). Além de que, a definição inclui também o conceito de estigma, que atua como uma barreira para as pessoas procurarem ajuda para os problemas de saúde mental.

Os estudos anteriores concentraram-se em melhorar a literacia em saúde mental do público em geral (Reavley & Jorm, 2011). Contudo, outros estudos têm apontado a necessidade de esforços para melhorar a literacia em saúde mental dos profissionais pelo facto de que esta população experimenta uma alta frequência de stress, esgotamento, ansiedade ou depressão, que têm efeitos deletérios na sua saúde física e mental, como um resultado de um impacto negativo na qualidade de trabalho (Shanafelt et al., 2012).

Por outro lado, os problemas de saúde mental e os transtornos psíquicos muitas vezes permanecem sem diagnóstico no ambiente de atenção primária o que pode atrasar o seu início de identificação e provisão de intervenção apropriada (Clement et al., 2015). Como exemplo, foi relatado que os médicos de emergência podem deixar de diagnosticar até dois terços dos seus pacientes com *delirium* nas observações clínicas de rotina (Suffoletto et al., 2013).

Os conceitos de saúde mental das pessoas parecem ter semelhanças e diferenças sob vários contextos culturais. Uma semelhança fundamental é uma congruência transcultural nas percepções negativas das pessoas sobre os indivíduos com doença mental. Um estudo alemão demonstrou que a percepção pública das pessoas com doença mental, como exemplo a

esquizofrenia, é que são imprevisíveis, agressivos, perigosos, irracionais, sem inteligência e sem autocontrole (Angermeyer et al., 1994; Wu et al., 2021).

O estudo realizado por Wu et al. (2021) teve como objetivo explorar as opiniões de especialistas chineses em vários campos em literacia de saúde mental e, ainda, construir uma imagem abrangente da alfabetização em saúde mental com base nessas opiniões. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas a dez especialistas chineses das áreas de psiquiatria, psicologia clínica, educação em saúde mental e serviço social. Os resultados demonstraram que a visão da literacia em saúde mental que emergiu das entrevistas incluiu o conhecimento sobre a doença, uma atitude de aceitação, comportamento respeitoso e reconhecimento da importância de obter ajuda.

A maior parte das abordagens comuns na prática da literacia em saúde incluem o uso de ferramentas de comunicação de saúde padronizada, uso de linguagem simples, comunicação presencial e desenhos, envolvendo os profissionais, em parceria com os utilizadores para melhorar a comunicação e o estabelecimento de uma organização alfabetizada, que desenvolva precauções universais para a comunicação eficaz (Coleman et al., 2013). Neste sentido, a prática da literacia em saúde é uma abordagem promissora para melhorar os resultados de saúde pública e dos pacientes por meio do conhecimento e aplicação de informações de saúde.

2.1.4 Promoção da saúde mental e de um ambiente de trabalho saudável

Nas últimas décadas, o conceito de desenvolvimento sustentável mudou significativamente para além da questão do uso otimizado da produção e dos recursos, a atenção é cada vez mais no foco do bem-estar social, a sua preservação e valorização. A chave para o bem-estar é a saúde em si e, portanto, o comportamento do consumidor consciente com a saúde (Doh et al. 2015; Ling 2019).

A OMS cita a promoção da saúde no local de trabalho como benéfica para a prevenção do stress no trabalho, afirmando que os locais de trabalho que promovem a saúde devem abordar este item como a saúde ao nível sistémico e individual (OMS, 2015). No entanto, o que se investigou a favor de uma intervenção eficaz ao nível do sistema para prevenir o stress no trabalho permanecem inconclusivas (Bhui et al., 2012). A evidência para a prevenção do stress origina-se em grande parte das intervenções da sua gestão ao nível individual (Baxter et al., 2014).

De acordo com Burton (2010, p.15) um local de trabalho saudável é um lugar onde todos trabalham juntos para alcançar uma visão consensual para a saúde e bem-estar dos trabalhadores e da comunidade envolvente. Ou seja, permite que os gestores e os trabalhadores aumentem o controlo sobre a sua própria saúde e ao melhorá-la tornam-se mais energéticos, positivos e felizes. Neste sentido, o local de trabalho deve ser entendido num sentido mais amplo porque envolve não só as condições físicas do local, mas igualmente as relações entre os trabalhadores.

Existe uma necessidade crescente para compreender como o esforço do empregador pode promover a saúde e o bem-estar no local de trabalho afetaram o verdadeiro bem-estar e a satisfação dos seus funcionários. A maior parte dos estudos centrou-se na preservação e promoção da saúde que pode afetar a lealdade do funcionário através da satisfação e bem-estar (Bite et al. 2020).

Um funcionário saudável e satisfeito pode-se transformar num funcionário leal, e isso resulta em menor rotatividade de mão de obra, melhor cultura corporativa, uma comunidade laboral mais coesa e, portanto, melhor desempenho corporativo, produtividade e aumento da competitividade. Fica claro que uma pessoa que trabalha em qualquer organização passa a mais tempo no local de trabalho do que em casa, desempenhando um papel tranquilizador na promoção do bem-estar entre os funcionários (Jyothsna, 2018).

Existe uma relação estreita entre a saúde mental e a felicidade física direta ou indiretamente. A saúde física tem um elevado impacto na saúde mental e a saúde mental tem igualmente o mesmo efeito na saúde física (Julius et al., 2017). Neste contexto, se alguém sofre de problemas físicos por doença pode conduzir a problemas de saúde mental como a depressão e a esquizofrenia.

Um estilo de vida saudável cria um bem-estar físico e mental, sendo que o estilo de vida saudável é um componente integrante da promoção do bem-estar fisiológico e psicológico dos funcionários. E neste sentido, a manutenção da saúde física e mental é vital, e pode ser facilitada através de um ambiente saudável no trabalho (Debbie & Stoewen, 2016).

De acordo com a WHO - World Mental Health (2017) a desordem mental demonstra mudanças no pensamento, comportamento, stress na resolução de problemas, funcionamento em atividades sociais e familiares. os dois tipos de doenças mentais são a depressão e a ansiedade que podem conduzir à deficiência entre os funcionários no ambiente de trabalho. Os autores

identificaram que a depressão está a afetar cerca de 300 milhões de funcionários e a ansiedade apenas afeta metade deste valor (WHO, 2017).

O estudo de Jyothsna (2018) descreve e avalia criticamente a saúde física e mental em diferentes ambientes de locais de trabalho. De acordo com a autora, os vários funcionários estão expostos a exaustão física relacionada ao trabalho e agonia mental e stress devido ao ambiente de trabalho impróprio, como um ambiente industrial sem ventilação, infraestrutura deficiente, instalações inadequadas em escritórios, exposição a desperdícios industriais, contaminantes ambientais e falta de instalações de saúde física e mental. Os aspetos relacionados com a saúde mental incluem as causas, fatores de risco, consequências, sinais de alerta e a promoção da saúde mental no ambiente de trabalho. Para lidar com os problemas físicos e mentais de saúde e manter um estilo de vida saudável é essencial para a produtividade, qualidade de vida, bem-estar físico e mental.

2.2 Contextualização

2.2.1 Stress Ocupacional

As bases teóricas de definição do termo stress são percebidas de forma distinta por vários autores. Hans Selye foi o primeiro autor que utilizou o termo stress para descrever uma resposta biológica aos mecanismos físicos. Selye (1977, p.21) entendeu o stress como a resposta inespecífica do corpo a qualquer necessidade dele, embora o corpo tem apenas um limite de capacidade de responder a agentes de stress. A sua pesquisa conduziu ao estudo do stress nas funções cerebrais e, definiu os agentes de stress como eventos que desencadeiam a resposta psicológica no organismo, com a finalidade de distinguir o estímulo da resposta. O corpo humano tem uma resposta química natural a uma ameaça ou necessidade comumente conhecida como “fuga ou reação de luta” que inclui a libertação de adrenalina. Assim, que a ameaça termina ou a necessidade ter sido satisfeita, o corpo pode retornar ao seu estado natural.

As várias fontes de stress incluem o ambiente de trabalho toxico, carga de trabalho negativa, isolamento, tipos de horas de trabalho, conflito de funções e ambiguidade de funções, falta de autonomia e dificuldade de relacionamento com os colegas e chefia. Um ambiente de trabalho toxico é o que influencia diretamente o trabalho e a saúde mental do funcionário, visto que este passa cerca de 12 horas no seu local de trabalho (Jain & Batra, 2015).

A cultura de trabalho ou a cultura organizacional são valores partilhados, pensamentos ou ideias que são seguidos por todos os funcionários da organização. Neste sentido, se a cultura não é boa para o funcionário, ou seja, se a cultura não for amigável e a mesma para todos, não terão o sentimento de parentesco e, portanto, o ambiente poderá tornar-se toxico (Pandya, 2016).

De salientar que o stress agudo episódico é um tipo de stress que ocorre quando uma pessoa está a passar por um stress agudo com mais frequência e não obtém o alívio adequado. Em contraste com o stress agudo, que ocorre um curto prazo, o stress agudo episódico geralmente ocorre diariamente. Este tipo de stress caracteriza-se por sintomas de intensa excitação como dores de cabeça permanentes, enxaquecas, hipertensão e doenças cardíacas (American Psychological Association, 2016).

No sentido de descrever o desempenho efetuado ao longo dos diferentes estágios de stress, Dr. Nixon desenvolveu a “Curva de Função Humana”.

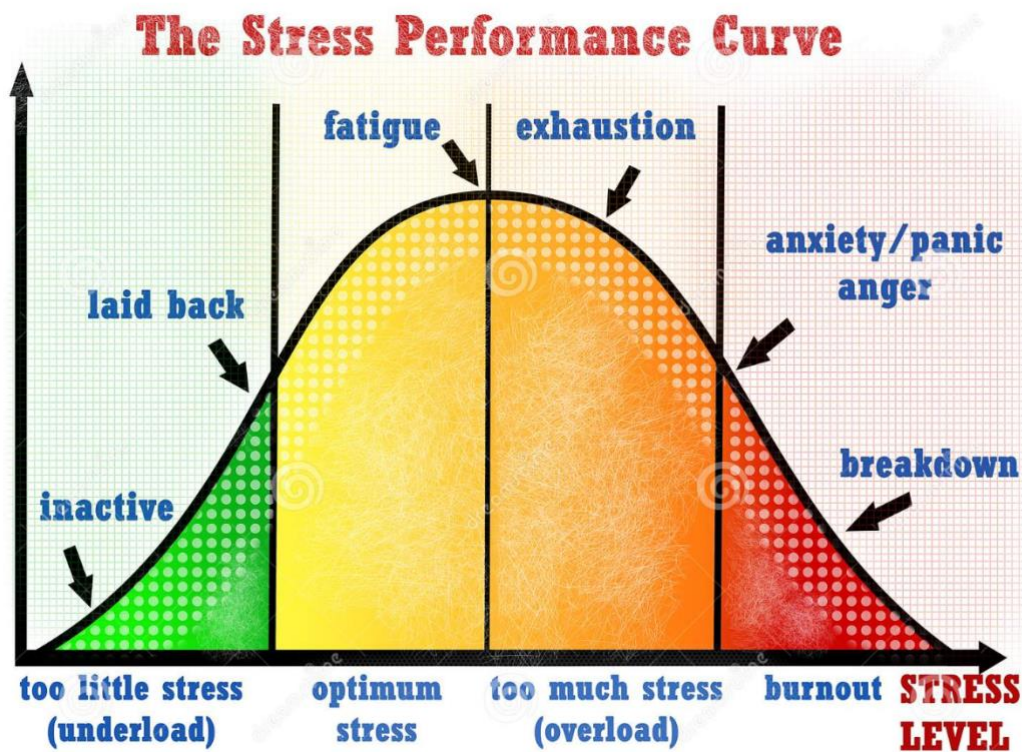


Figura 2. Curva de Função Humana (Dr. Peter Nixon, 1979)

De acordo com a figura 4, na zona onde não existe stress positivo suficiente para ter um desempenho destacável, pode-se sentir entediado e não motivado. Durante os estágios primários de excitação, ou seja, tensão saudável, o desempenho aumenta juntamente com a quantidade de stress. Na fase seguinte, é atingido os níveis mais altos devido ao stress (Portolese Dias, 2012). Neste sentido, a tensão saudável representa o estado perfeito não apenas para o desempenho superior, mas também para o sucesso sustentável e bem-estar pessoal. No entanto, uma vez que o pico é ultrapassado, o stress pode ficar crónico e está a entrar na zona de fadiga. Nesta fase, não só diminui o desempenho, mas aumenta igualmente o perigo de consequências negativas.

Os agentes de stress organizacional emergem dentro da organização, como exemplo nas políticas, estratégias, estrutura e desenho, organização de processos e condições de trabalho (Anbazhagan et al., 2013). Inicialmente, Cooper & Marshall (1976) introduziram cinco categorias principais de agentes de stress no trabalho, fatores intrínsecos ao trabalho, papel na organização, desenvolvimento da carreira, relacionamento no trabalho e estrutura e clima organizacional. Os agentes de stress de grupo são os que ocorrem dentro dos grupos formais e informais, para os quais os indivíduos pertencem. E, os agentes de stress individuais são

considerados internos como os conflitos de papéis e ambiguidade, traços de personalidade, mudanças de vida e carreira (Anbazhagan et al., 2013).

As fontes de stress ocupacional podem ser divididas em três grupos, as fontes específicas do trabalho, organizacionais e individuais. Sendo que, as duas primeiras fontes são consideradas externas ou ambientais. A investigação destas fontes ambientais foi de elevado interesse para muitos autores (Zhao et al., 2011).

O conflito de papéis e a ambiguidade são os antecedentes do stress ocupacional e têm sido utilizados por vários autores para analisar e medir este tipo de stress (Rizwan et al., 2014; Sheraz et al., 2014; Ram et al., 2011; Kim et al., 2009). As definições de conflito de papéis variam entre estes autores, os quais assumiram que o conflito de funções ocorre quando os trabalhadores são obrigados a ter dois ou mais comportamentos contraditórios e, para os quais existe cinco tipos de conflitos, o conflito entre géneros quando as expetativas de duas pessoas não se fundem, na incompatibilidade entre as expetativas do indivíduo e o seu papel, conflitos entre papéis quando as necessidades de suas posições diferentes são incompatíveis, conflitos de papel pessoal quando existe discrepância entre um indivíduo e seu papel e a sobrecarga de papéis quando não há tempo suficiente para praticar dois ou mais papéis que um indivíduo possui (Sheraz et al., 2014; Ram et al., 2011).

2.2.2 Síndrome de *Burnout* e as desvantagens para o bem-estar mental

O *Burnout* no trabalho é uma reação psicológica de um indivíduo para fontes contínuas de stress interpessoal no local de trabalho. O bem-estar subjetivo é a avaliação autorelatada da qualidade de vida, ou seja, uma avaliação subjetiva da felicidade individual como um padrão. Prevenir, aliviar e reduzir o *Burnout* tem um significado positivo para melhorar o sentimento de subjetividade do bem-estar das pessoas (Zhau et al., 2012).

“The idea of the workplace as an efficient machine is returning to unndermine the ideal of the workplace as a safe and healthy setting in which people may fulfill their potential through intrinsically rewarding work for which they are given fair compensation.”

(Christina Maslach e Michael P. Leiter, 1997 The Truth About Burnout)

O campo médico envolve fatores e responsabilidades únicas no trabalho que colocam os profissionais em risco de *Burnout* significativo (Jennings & Slavin, 2015). Os enfermeiros possuem elevadas responsabilidades e enfrentam enormes desafios diariamente e, por essa razão são mais propensos a desenvolver maiores níveis de stress do que os outros profissionais de saúde (Poghosyan et al 2010).

O Royal College of Nursing revelou numa pesquisa realizada em 2013 envolvendo 10.000 enfermeiros, 62% deles preveem renúncia do seu trabalho no ano anterior citando o stress. 61% referiram horários agitados como um obstáculo para fornecer os cuidados de boa qualidade e 83% sentiram um aumento na carga de trabalho, que viu 5000 enfermeiros saírem da profissão pelo menos num período de três anos (RCN 2013).

O papel da enfermeira atualmente varia desde o atendimento, professora, advogada, comunicadora, decisora e gerente (Kozier et al, 2011). Todos estes papéis são importantes e dependentes uns dos outros, com vista a tornar-se o processo bem-sucedido. A natureza do trabalho de enfermagem resulta de elevadas responsabilidades e deveres que exigem bastante e tornam esta profissão complexa (Santos e Guirardello, 2007)

Christina Maslach define o *Burnout* como "uma construção multidimensional composta por exaustão emocional, despersonalização e diminuição da competência pessoal que ocorre entre aqueles que fazem as pessoas funcionar" (Maslach 1982 P.3). De acordo com Maslach, o *Burnout* é uma reação final que se manifesta como resultado de agentes de stress crónicos do trabalho caracterizados por três dimensões que são cinismo, ineficácia e exaustão (Maslach, 1997). Isto implica que o *Burnout* seja caracterizado por uma série de fatores não apenas um único sintoma, portanto, um dia difícil no trabalho ou um mau dia não implica que o indivíduo sofra de *Burnout*. *Burnout* será inevitável quando a discrepância ocorre entre o tipo de trabalho realizado e o tipo de pessoa que realiza o trabalho. O fosso crescente entre o indivíduo e as necessidades do trabalho torna-se muito bom eventualmente, levando ao *Burnout* (Maslach e Leiter p.9: 1997).

Determinar se um indivíduo está a sofrer de *Burnout* é o primeiro passo para reconhecer o problema e depois encontrar soluções. Atualmente, existem algumas ferramentas utilizadas para medir o desgaste como o inventário de *Burnout* Maslach (MBI) criado por Maslach e Jackson em 1983.

Outro dos subtipos do MBI surgiram, como a pesquisa de serviços humanos (MBI-HSS), que foi projetada, especificamente para cuidados de saúde e outras ocupações relacionadas com os

serviços humanos (Maslach e Jackson 1983). O inventário de *Burnout* da Maslach é o instrumento usado pelas organizações profissionais na avaliação e medição da prevalência e risco de *Burnout* em locais de trabalho ao redor do mundo. A maioria dos artigos de revisão da literatura utilizam esta ferramenta de avaliação na avaliação do desgaste entre enfermeiras.

Apesar da importância social e o amplo uso do termo *Burnout* na vida cotidiana e de trabalho, no entanto ainda existe necessidade de maior número de debates científicos. O *Burnout* ainda não é completamente aceite como uma doença mental e desordem por direito próprio no campo acadêmico, especialmente na psicologia clínica e psiquiatria (Kaschka, Korczak, & Broich, 2011).

O estudo de Linda et al. (2017) teve como objetivo analisar como o *Burnout* tem sido investigado nas ciências da saúde nas últimas quatro décadas, e como tem influenciado a maneira como é compreendido hoje. Apenas um pequeno número de artigos lida com sintomas psicológicos e somáticos de *Burnout* e tenta desenvolver critérios diagnósticos.

A sobrecarga dos transtornos mentais sobre a saúde e a produtividade há muito tempo tem sido subestimado. Na verdade, os problemas de saúde mental são uma das principais causas de doenças e incapacidades¹. A Agenda Europeia de Saúde Mental da União Europeia reconheceu a prevalência e o impacto das doenças mentais no local de trabalho nos países da Europa².

Estima-se que 20% da população trabalhadora adulta tem algum tipo de problema de saúde mental em determinado momento³. Nos EUA, estima-se que mais de 40 milhões de pessoas tenham algum tipo de transtorno de saúde mental e, desse número, 4 a 5 milhões de adultos são considerados doentes mentais graves.

A maior parte dos empregadores tende a considerar que o trabalho ou o local de trabalho não são fatores etiológicos nos problemas de saúde mental, no entanto, sejam quais forem os fatores causais, a prevalência de problemas de saúde mental em funcionários torna a saúde

¹ Mental illness: key area handbook. The health of the nation. London, UK Department of Health, 1993:11-24

² STAKES. Introduction to mental health issues in the EU. Helsinki, Finnish Ministry of Social Affairs and Health, 1999 (www.stakes.fi/mentalhealth).

³ Strategies, employment, mental illness: strategies to secure and maintain employment for people with long-term mental illness. United States National Institute on Disability and Rehabilitation Research (NIDRR), 1993, XV (10)

mental uma questão premente por si só⁴. Embora os serviços eficazes de saúde mental sejam multidimensionais, o local de trabalho é um ambiente adequado para educar as pessoas e aumentar a sua conscientização sobre os problemas de saúde mental. Como exemplo, o local de trabalho pode promover as boas práticas de saúde mental e instalar ferramentas para o reconhecimento e identificação precoce de problemas de saúde mental e assim, poder estabelecer ligações com os serviços locais para o encaminhamento, tratamento e reabilitação (Kumar et al., 2013).

Os três principais componentes do *Burnout* são amplamente descritos na literatura como a exaustão emocional, despersonalização e diminuição da sensação de realização pessoal (Shanafelt et al., 2011). Muitos destes sintomas também podem estar ligados a baixos níveis de satisfação com a carreira. A satisfação com a carreira pode ser diminuída até mesmo por um único fator de influência

Os aumentos na carga de trabalho, como exemplo, podem conduzir rapidamente à insatisfação com a carreira. A perda de satisfação no trabalho foi observada tanto como principal contribuinte para o *Burnout* como para a progressão futura (Anagnostopolous et al., 2012). Neste sentido, o *Burnout* foi especificamente considerado como o maior preditor da satisfação dos trabalhadores com a carreira.

2.2.3 Mindfulness

Atualmente, os programas que utilizam técnicas físicas e psicológicas para aumentar a atenção foram implementados num conjunto de áreas para promover a conscientização dos participantes sobre as suas próprias sensações, emoções e pensamentos.

O *Mindfulness* refere-se a uma habilidade psicológica que se define como “prestar atenção de uma maneira particular, no momento presente, e não julgar” (Kabat-Zinn, 1994, p4).

O *Mindfulness* refere-se igualmente a programas psicológicos projetados para melhorar as competências (Sugiura, 2008). De acordo com Tran, Gluck e Nader (2013, p. 959), os elementos que compõem o *Mindfulness* são a atenção autorregulada e a orientação para experimentar, ou seja, a capacidade de observar objetivamente a si mesmo, focando nas experiências externas e

⁴ Jenkins R. Mental health at work – Why is it so under-researched? Occupational Medicine, 1993, 43:65-67.

internas que ocorrem no momento presente, tais como as emoções, os pensamentos e sensações físicas sem julgamento.

Embora, o papel e a eficácia do *Mindfulness* tenham sido originalmente notados no campo da psicologia clínica, os benefícios dos programas receberam recentemente atenção nas áreas da psicologia desportiva, pois os elementos de *Mindfulness* estão associados ao aumento do desempenho e à autoeficácia de desempenho entre os atletas.

Blecharz et al. (2014) relataram que o desempenho futuro de jogadores de futebol pode ser indiretamente previsto pelos níveis de *Mindfulness* dos atletas, mediado pela autoeficácia. Portanto, é possível que a atenção plena aumente a autoeficácia dos atletas, melhorando o seu desempenho como um resultado.

Não obstante para explicar porque a atenção plena está relacionada com a autoeficácia do desempenho é necessário voltar à teoria original da atenção plena. De acordo com pesquisas anteriores, o conceito de *Mindfulness* inclui dois componentes, um dos quais é referido como uma atitude sem julgamento (Kabat-Zinn, 1994; Tran et al., 2013). De uma forma geral, este tipo de atitude não é perturbado por reações internas, como os pensamentos e sentimentos. No caso dos atletas, é possível que esta atitude ajude a considerar e a regular o seu próprio desempenho desportivo sem serem afetados pela ansiedade ou raiva durante a competição.

As emoções frequentemente precedem e existem independentes, cognição associada, embora alguns autores argumentaram que a cognição precede a emoção ou ambos podem estar complexamente entrelaçados (Lazarus, 1990). Não obstante a direção é pouco clara e, demonstrou-se que a emoção afeta os processos cognitivos básicos, como melhorar a percepção, facilitar a atenção aos estímulos emocionalmente agregados, inibindo a atenção em estímulos não emocionais (Phelps, 2006), bem como os processos cognitivos de ordem superior, como a interpretação, julgamento, tomada de decisão e raciocínio (Blanchette & Richards, 2010).

Por outro lado, a ansiedade pode conduzir a interpretações de eventos mais ameaçadores. As pessoas que experimentam a ansiedade social relataram um aumento de avaliações negativas em resposta a situações sociais ambíguas e de catástrofe, bem como de avaliações sociais levemente negativas quando comparadas aos controlos (Stopa & Clark, 2000). Além disso, Mayer e Hanson (1995) demonstraram que o julgamento das pessoas muda de acordo com o seu humor, ou seja, um humor positivo irá melhorar a percepção de um conceito positivo.

“Mindset growth is based on the belief that your basic qualities are things you can cultivate through your efforts, your strategies, and help from others.”

(Dr. Carol S. Dweck, 2006 – Mindset)

2.2.4 As estratégias de *Coping* no trabalho

Folkman & Lazarus (1980) designaram os esforços cognitivos e comportamentais utilizados por uma pessoa para enfrentar o stress como formas de *Coping*. As várias formas de lidar com as situações stressantes são ações deliberadas, aprendidas e utilizadas, que podem se tornar um padrão de comportamento repetido ao longo da vida, podendo não ter consciência deste fato.

Tendo em conta esta definição o *Coping* foi classificado em três domínios essenciais o *Coping* cognitivo, comportamental e emocional. À luz destes domínios, as três perspetivas sobre as estratégias de *Coping* têm sido desenvolvidas no *Coping* focado no problema versus *Coping* focado na emoção (Compas et al., 2015) ou seja, nas estratégias centradas na gestão e na modificação do problema versus estratégias focadas na regulação emocional como resposta ao problema, e como abordagem versus evitação (Roth & Cohen, 1986). O mesmo significa que se está presente com uma resposta emocional e cognitiva orientada para longe da ameaça, e o *Coping* comportamental versus cognitivo. Além de que, para a análise da estrutura fatorial das categorias de *Coping*, o uso de sistemas hierárquicos de tipos de ação é bastante recomendado nos estudos de investigação (Gondim & Borges, 2020).

Não obstante as diferenças relacionadas com a saúde na adoção de estratégias de *Coping* têm sido frequentemente relatadas, pois as mudanças inerentes nas formas como as pessoas lidam com o problema à medida que envelhecem (Cavanaugh & Blanchard-Fields, 2011). Ou seja, durante o decorrer da vida e do trabalho, os indivíduos muda, do *Coping* focado no problema para o *Coping* mais focado na emoção (Chen, Peng, Xu e O’Brain, 2018; Mélendez, Benlluire, & Mayordomo, 2017; Mélendez, Mayordomo, Sancho, & Tomás, 2012). Do mesmo modo, de acordo com o estudo de Chen et al. (2018) foi proposta uma interpretação contextual que assume que existem diferenças no *Coping* com a idade e que resultam de mudanças no que as pessoas devem enfrentar (Chen et al., 2018; Folkman, Lazarus, Pimley e Novacek, 1987).

Devido às maiores necessidades da força de trabalho competitiva de hoje, os agentes de stress relacionados com o trabalho são exclusivos para as diversas ocupações. O facto de trabalhar em vários ambientes diferentes pode fazer com que as ocupações semelhantes sejam afetadas por

vários fatores de stress relacionados com o trabalho como a carga de trabalho, falta de recompensa, pobre ambiente de trabalho e suporte de gestão.

O local de trabalho faz uma variedade de exigências às pessoas e altos níveis de stress durante um longo período de tempo, fazendo com que se esgote a sua capacidade de lidar com os fatores de stress. Os efeitos do stress relacionado com o trabalho são evidentes em diferentes áreas:



Figura 3. Efeitos do stress relacionado com o trabalho (Autora, 2021)

Neste sentido, uma experiência individual com carga de trabalho ou uma das outras situações de stress que é determinada por um conjunto de fatores que o influenciam. Muitos estudos científicos provaram que o desempenho do trabalho diminui, se for apropriado às condições de trabalho não são criadas, como a má iluminação, ruído, temperatura alta, falta de oxigénio. Os efeitos destes fatores de stress podem ser acumulados ao longo do tempo e, posteriormente aumentar o stress e, portanto, diminuir o desempenho (Nekoranec & Kmosena, 2015).

O *Coping* pode ser definido como cognitivo e os esforços comportamentais utilizados para lidar com os eventos avaliados como stressantes (Lazarus e Folkman 1984). De uma forma geral, as pessoas utilizam estratégias de *Coping* com o objetivo de reduzir o desequilíbrio que sentem nas suas vidas como resultado da tensão.

A ansiedade e a vivência de sentimentos negativos relacionados com as preocupações, tensões e insegurança, enquanto ausência deste estado está associada a sentimentos positivos de bem-estar, satisfação e felicidade (Huremovic, 2019). Neste sentido, a ansiedade e o stress estão presentes em contextos de trabalho deficiente, pois por vezes, podem conduzir os indivíduos a perceber que os seus planos para o futuro imediato mudaram. Emergem maiores preocupações com a sua saúde e o bem-estar e dos seus familiares.

Como exemplo, a situação atual de pandemia do COVID-19 influencia o estado de bem-estar e saúde dos indivíduos no trabalho. A este respeito, o estudo de Jeong et al. (2016) analisou os resultados psicológicos observados durante e após a situação de quarentena e constataram que 7% da população apresentava sintomas de ansiedade e 17% de sentimentos de raiva. Nos 6 meses após a quarentena, no entanto os sintomas de ansiedade foram reduzidos para 3% e os de raiva para 6%.

No que se relaciona com os funcionários, outro aspecto que pode causar stress e ansiedade durante um determinado período menos bom diz respeito ao fato de que muitos estão a vivenciar uma forma de trabalho distinta, aos quais não estariam acostumados, associando uma sobrecarga e intensificação do trabalho devido à escassez de outros funcionários (Pérez-Nebra et al., 2020).

Segundo a teoria Transnacional de Stress e *Coping* (Folkman & Lazarus, 1980; Lazarus & Folkman, 1984), os indivíduos estabelecem relações com o seu ambiente a partir de dois processos transnacionais, a avaliação cognitiva e o *Coping*. A avaliação cognitiva relaciona-se com o julgamento dos eventos ambientais e ocorre por meio da avaliação primária e secundária. Na fase primária, os indivíduos avaliam as consequências do evento sobre o seu bem-estar como positivas, irrelevantes ou negativas. Se estas consequências forem percebidas como positivas ou irrelevantes, ou seja, se não excederem os recursos de que o indivíduo dispõe para lidar com a situação, a avaliação do evento pode limitar-se a esta mesma fase (Wong et al., 2020).

Por outro lado, se o evento for avaliado como negativo, ou seja, se estiver associado a uma situação geradora de stress, o indivíduo passa para a fase de avaliação secundária, através da qual irá considerar as estratégias de *Coping* que devem ser utilizadas para mudar a situação, o mesmo significa que o indivíduo ao interpretar o seu ambiente decide utilizar as estratégias para enfrentar a situação que está a causar o stress (Tamayo, Mendonça, & Silva, 2012).

2.2.5 O mundo VUCA

A sigla VUCA data de 1987, com base nas teorias da liderança de Warren Bennis e Burt Nanus, e representa Volátil, Incerto, Complexo e Ambíguo. Tal como outros conceitos na literatura da gestão o termo e acrónimo VUCA deve a sua origem às forças da defesa dos Estados Unidos, em resposta ao colapso da ordem militar bipolar. Tendo em conta a Guerra Fria e as suas superpotências do mundo, como os EUA e a ex-URSS, os americanos tinham um inimigo identificado.

No ano de 1991, o conceito de VUCA foi introduzido pela primeira vez com o objetivo de demonstrar o mundo multilateral que se tornou mais volátil, incerto, complexo e ambíguo como resultado final (U.S. Army Heritage and Education Center, 2018).

Assim, através da volatilidade, a mudança é a única constante no mundo, ou seja, as coisas alteram-se de forma rápida no nosso ambiente envolvente, tornando o cosmos altamente instável, podendo ser grandes ou pequenas mudanças, previsíveis ou imprevisíveis, positivas ou negativas. Sendo que, a frequência das mudanças está a aumentar em consonância com os eventos.

A flutuação de preço é o melhor exemplo para compreender a ideia de volatilidade e, refere-se ao ritmo de mudança na fabricação e serviços, mercado e mundo em geral em geral. Está ligado à elasticidade da mudança, na perturbação e instabilidade das condições de mercado no longo e no curto prazo (Sinha & Sinha, 2020).

Atualmente, as experiências e as previsões ou estimativas do passado estão a perder rapidamente a sua relevância em antecipar como os eventos se vão desenrolar. As decisões sobre investimentos, crescimento ou desenvolvimento tornaram-se difíceis de aceitar e visualizar. É como se mover com os olhos fechados. Existem muitas variáveis desconhecidas e a previsão dos resultados não é apenas o trabalho de alguma ferramenta estatística ou tecnologia. A incerteza geralmente ocorre em ambientes altamente instáveis que são complicados e complexos na estrutura, envolvendo interações inesperadas que são criticamente importantes na incerteza (Bodenhausen & Peery, 2009).

A complexidade refere-se à interconetividade e interdependência de múltiplas dimensões de um sistema. O mundo atual está a tornar-se cada vez mais complexo e, existem razões que são responsáveis por esta complexidade. Os problemas e os eventos que ocorrem ao nosso redor podem ter várias camadas. Existe uma infinidade de rede e conectividade e maior interconetividade entre os vários parâmetros e variáveis que nos rodeiam. As diferentes camadas associam-se, tornando impossível obter uma visão geral de como as coisas estão relacionadas (Schick et al., 2017).

Na ambiguidade, não existe uma prática e um mesmo tempo. Estas tornam-se coisas do passado e, no mundo atual, são coisas raras. A organização da nova era depara-se com desafios repletos de contradições, tomadas de decisão contrárias e o gestor neste contexto deve questionar a própria essência do sistema de valores (Balasubramanian, 2018).

Vivemos num mundo volátil, incerto, complexo e ambíguo. A pressão do mundo VUCA tende a levar as organizações e os líderes a dar prioridade às atividades de gestão e exploração sobre as atividades de liderança e de inovação que acabam por resultar em organizações sob gestão e

chefia insuficiente (Kotter, 2001). Isto faz com que as organizações estejam continuamente no lugar errado à hora errada, gerando assim uma sensação contínua de crise e stresse extremo que pode rapidamente levar a um colapso organizacional (Hoverstadt, 2008).

Jan Bartscht, um Investigador Independente de Londres, procurou identificar os comportamentos que são necessários para lidar com a complexidade, o caos e a volatilidade. Argumenta que os sistemas de trabalho que são tradicionais e/ou temerosos de mudanças e das suas consequências, têm uma postura epistémica de dois ou inferior. (Fig.1) Além disso, esta pesquisa mostra a razão pela qual as organizações são tão resistentes à mudança. Segundo Jan Bartscht estão apenas a proteger a sua identidade ao não reconhecer a inovação que precisa de ser feita, pois temem as mudanças que esta inovação terá sobre seu conceito/identidade. As entidades temem que esta nova aprendizagem não seja significativa ou relevante para os seus objetivos, então simplesmente decidem nega-la e não inovar. Acaba por ser uma lógica circular, a relutância em aceitar novas informações que ameacem a identidade já existente é justificada na base de que não é importante para a identidade, mas a identidade não estava aberta para abraçar novas informações porque as considera ameaçadoras (Burke e Stets, 2014). Isto revela um importante desafio para os líderes do século XXI, o desafio de mudar a postura epistémica (Fig.4) das suas organizações e do seu pessoal, de modo a que estejam mais dispostos a usar a sua aprendizagem para mudar quem eles são.

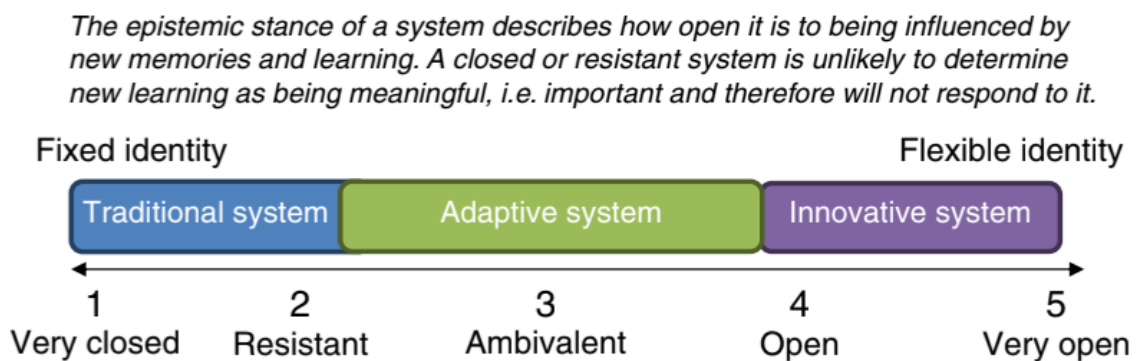


Figura 4. “Why systems must explore the unknown to survive in VUCA environments”
(Jan Bartscht, 2015)

É importante reconhecer que este não é um argumento para destruir a tradição. Num mundo VUCA, identidades tradicionais e posições competitivas podem rapidamente tornar-se inviáveis. As organizações enfrentam uma escolha, devem decidir a inovação e a aprendizagem que devem ser aceites e permitir alterar a identidade do sistema e o

que deve ser ignorado. Desta forma, podem assim adaptar-se da maneira que for mais certa para cada organização. Fazer isto bem ou mal é a diferença entre a adaptação à mudança e simplesmente decidir não se adaptar.

2.2.6 CBT (Cognitive Behavioral Therapy)

A terapia cognitivo-comportamental (TCC) é um método que visa reduzir a angústia e disfunção, explora e aborda a forma como a integração dos utilizadores do serviço, pensamentos, sentimentos e comportamentos contribuem para o problema apresentado. São três as suposições que formam a base do CBT: (Teater, 2010).

- (1) O pensamento (cognição) medeia emoções e comportamentos;
- (2) Cognições defeituosas levam a sofrimento psicológico e disfunção;
- (3) O sofrimento psicológico e a disfunção são reduzidos ou aliviados por meio de modificações nas cognições e comportamentos defeituosos.

A implementação da TCC na prática envolve três etapas: avaliação; intervenção e avaliação (Teater, 2010). A avaliação consiste em explorar em conjunto com os utilizadores do serviço como os seus pensamentos, sentimentos e comportamentos contribuem para o problema apresentado em termos de frequência, intensidade e duração. O modelo A-B-C é frequentemente usado na fase de avaliação; requer que os utilizadores do serviço explorem (A) o evento de ativação, (B) o seu sistema de crenças ou atitude em relação ao evento; e (C) as consequências refletidas no seu comportamento ou reações emocionais.

A CBT é uma associação de terapias comportamentais e cognitivas. A terapia comportamental, remonta à década de 1950 através das obras de Ivan Pavlov, John Watson e B.F. Skinner, que procuram modificar os comportamentos aprendidos que são problemáticos e indesejáveis e substituí-los por comportamentos positivos mais aceitáveis, particularmente através do uso de consequências e fatores de reforço (Sharf, 2012).

A Terapia cognitiva, desenvolvida durante o ano de 1960, principalmente através das obras de Albert Ellis e Aaron Beck, baseia-se na noção de que os aspetos comportamentais e emocionais são fundamentais para lidar com o sofrimento psicológico e com a disfunção. Ellis desenvolveu o modelo A-B-C para explorar como os eventos de ativação levam a consequências

comportamentais ou emocionais ao serem filtrados pelo sistema de crenças do utilizador (Teater, 2010).

2.3 Integração de áreas de Investigação

A experiência multissensorial “*Metanoia*” acredita que qualquer tipo de consumo não é somente um processo lógico e racional, mas sim envolve “um fluxo constante de fantasias, sentimentos e diversão” (Holbrook & Hirschman, 1982, p. 132), portanto a base da criação deste projeto é ser potenciador de uma **experiência** significativa. As pessoas podem ter experiências imersivas, participando e interagindo. As experiências implicam emoções, conhecer as necessidades dos utilizadores, os seus sentimentos, comportamentos e tentar entendê-los. Neste sentido, o design de experiência e a experiência do utilizador são áreas relacionadas com o **design de interação**, isto porque as pessoas costumam escolher entre as necessidades reais e objetivas e o prazer das experiências. Um dos 24 princípios de Bruce Mau é *Always Search For the Worst*. Parafraseando Bruce Mau quanto maior o problema, pior a crise, mais dura a experiência e maior a oportunidade de design. “*Metanoia*” nasceu com o aparecimento do *Burnout*, um problema que surgiu do *stress* ocupacional e o aparecimento deste problema proporcionou a oportunidade para os designers criarem soluções centradas na vida do utilizador (LCD).

O **branding** é um processo que permite criar um relacionamento com os consumidores, desenvolvendo uma atitude de respeito, amizade e confiança, no caso da “*Metanoia*” o **branding** visa “(des)focar os indivíduos”, acenando para o próprio processo da mente - uma jornada através da qual evoluímos ideias da abstração à clareza, com a utilização de cores calmas e relaxantes.

2.3.1 Design de Experiências

2.3.1.1 Experiências e Design

O design e o marketing experiencial preocupa-se, essencialmente, com os seis sentidos, o olfato, visão, paladar, audição, tato e equilíbrio, e cresceu em importância porque o design e o marketing tradicional, em grande parte ignoraram a noção de se ter experiências. (Liu et al., 2016). Cuellar et al. (2015) descreveram os cinco princípios para transformar os produtos ordinários em extraordinários, sendo o mais importante oferecer uma experiência única aos utilizadores. Os autores referem que em vez de se vender um produto tradicional, é melhor vender uma oferta com estas características e envolverem-se na experiência que se pode ter

com os produtos. A importância do conceito de consumo e experiência é impulsionada por uma crescente necessidade de diferenciação num mundo acomodado (Holbrook & Hirschman, 1982; Pine & Gilmore, 1999; Schmitt, B., 1999). A experiência é caracterizada como um constructo amplo e holístico que inclui as avaliações cognitivas, as respostas afetivas, as componentes sociais e físicas ou sensoriais (Kranzbühler, Kleijnen, Morgan, & Teerling, 2018; Lemon & Verhoef, 2016; Verhoef et al., 2009).

Diversos fluxos de pesquisas com foco na experiência evoluíram com base em diferentes perspectivas e significados do termo experiência (Carù & Cova, 2016; Jain, Aagja, & Bagdare, 2017; Schmitt & Zarantonello, 2009). A visão experiencial original implica que qualquer tipo de consumo não é somente um processo lógico e racional, mas sim envolve um fluxo constante de fantasias, sentimentos e diversão (Holbrook & Hirschman, 1982, p. 132). A base central do design experiencial é que no mundo mercantilizado da experiência da sociedade e economia atuais, as pessoas percebem as características e benefícios funcionais, a qualidade do produto e reconhecem associam isso a uma imagem de marca. Atualmente, as pessoas querem produtos, comunicações e campanhas de marketing para proporcionar uma experiência extraordinária (Pine & Gilmore, 1999; Schmitt, 1999). As experiências são emoções sentidas subjetivamente que não podem ser "feitas" ou 'garantidas' pela marca, mas dependem do processamento e da recepção de cada indivíduo (Kilian, 2009). O design experiencial, refere-se, portanto, às estratégias de encenar e criar ofertas com o propósito de facilitar as experiências extraordinárias (Carù e Cova, 2016; Pine e Gilmore, 1999).

2.3.1.2 O que é uma experiência

Para melhor entender o que é Design de Experiências, primeiro precisamos de entender o que se subentende quando se fala sobre experiências. As experiências ou experiências do utilizador são geralmente entendidas como o que as pessoas pensam e sentem a cada momento ao interagir com um produto. Marc Hassenzahl (professor de "*Experience and Interaction*" na Folkwang University of Arts em Essen), considera a experiência como uma estória memorizada de uso ou consumo emergente de como um utilizador dá sentido ao mundo, uma transformação que integra o utilizador numa estória que mudará o seu modo de viver. Hassenzahl usa o exemplo de uma luz de despertar que simula o nascer do sol e o ruído dos pássaros para influenciar positivamente o comportamento do utilizador ao acordar pela manhã. Neste caso, o produto "transcende o seu invólucro": o foco é a experiência, e o produto passa a ser secundário (Hassenzahl, n.d.). Portanto, para Hassenzahl, a Experiência ou Experiência de Utilizador não

tratam de tecnologia, Design Industrial ou Interfaces, mas de criar uma experiência significativa por meio de um dispositivo. Embora o termo Experiência de Utilizador venha da comunidade de usabilidade, o termo Experiência pode ser mais amplo, incluindo Serviços, Processos ou Sistema, independentemente do dispositivo usado, ou não, na jornada do utilizador. A definição de Experiência de J. Pine e J. Gilmore apoia a visão de Hassenzahl. Estes autores definem Experiências como sendo ofertas comerciais que envolvem os utilizadores de maneiras memoráveis e uma forma distinta de produção económica em que os clientes pagam pela própria experiência. Podemos considerar, por exemplo, um café com gatos onde os clientes pagam uma taxa de admissão para se sentar por meia hora perto de gatos enquanto bebem café. A experiência aqui não envolve nenhum artifício e coloca a experiência de se sentar com gatos em primeiro objetivo, enquanto o serviço original de um café para servir bebidas é secundário.

2.3.1.3 Do Design ao Design de Experiências

O design já foi entendido como um solucionador de problemas. Agora é considerado como um potenciador de experiências significativas. A área disciplinar Design passou por um processo de especialização. Surgiram novas categorias funcionais como “Visual Image Developer”, “UI Designer”, “UX Designer” e “User Interface Designer”, em que cada designação exige um conjunto de competências específicas. Recentemente assistimos ao surgimento de outra designação: “Design de Experiências”. Embora as definições sejam claras, a prática é ainda pode ser confusa.

O design deixou de ser um solucionador de problemas para se tornar um criador de experiências significativas. Ou seja, a partir do momento em que se passou de uma conversação direcional entre a marca e o consumidor (ie. publicidade tradicional), para uma conversação bidirecional (ie. a interação por meio dos *social media*). Por volta de 2004 as pessoas começaram a constatar que havia algo mais do que apenas marcas e serviços. Cansaram-se do consumo passivo. Foi nesta época que Don Norman - o primeiro autor a cunhar o termo User Experience da Apple - patenteou o termo “User Experience Design”. A experiência pode ser muitas coisas, não apenas no universo digital. Parafraseando Hassenzahl, experiência pode ser uma estrutura, reflexão ou mesmo algo compartilhado e subjetivo. O conceito de experiência de Hassenzahl (2010) sugere 4 propriedades principais, destacando o seu diverso significado.

As 4 propriedades principais são destacadas na imagem.

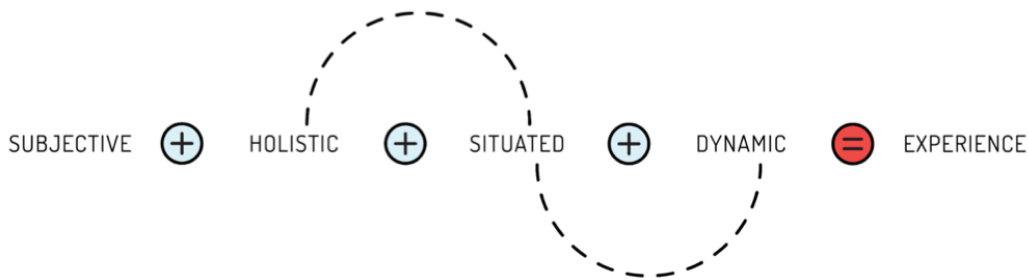


Figura 5. As 4 propriedades de “experiência” (Hassenzahl, 2010)

2.3.2 Design de Interação

O termo é geralmente associado a equipamentos e sistemas de comunicação, graças aos designers Bill Moggridge e Bill Verplank, que desenvolveram o primeiro computador portátil durante o seu trabalho na década de 1980, com foco na integração de fatores humanos em design de software e de hardware de dispositivo. Assim como Norman acredita na invisibilidade dos computadores quando usados em interfaces e sistemas (Norman, 2013), Naoto Fukasawa reconhece a importância dos mesmos princípios, mas os aplica a sistemas de design geral e bom planeamento que produzem peças ou são usados sem que percebamos, ou “design que incorpora comportamento” (Budds & Budds, 2015), quando aplicados os métodos corretos, o design pode fornecer algo que carece de conexões interpessoais em produtos técnicos.

Os pontos-chave, como o foco na usabilidade e o processo de implementação, devem ser abordados no sistema ou interface que fornece funções comuns. Isto significa que o produto é sempre desenvolvido do ponto de vista do utilizador, e o feedback fornecido pelo testador é repetidamente procurado para obter ajuda. O método de avaliação da eficácia envolve principalmente os julgamentos de Don Norman enumerados e amplamente analisados em 1988, no seu livro "O design das coisas quotidianas" (Norman, 2013), que "descreve os pontos mais comuns, como: visibilidade, *feedback*, mapeamento, restrições, consistência e regulamentações" (Rogers & Sharp, 2002, p. 21). Por sua vez, Bill Verplank acrescentou recentemente muitos outros conteúdos a esses pontos, como "(...) motivação, significado, modo, observação, inovação, engenharia e aparência" (Verplank, 2009, p. 11) para alcançar uma implementação mais coerente.

2.3.2.1 Processo de Design de Interação

Lowgren (2013) refere que o design de interação é sobre “moldar as coisas” para o uso das pessoas. De acordo com o autor, a noção significa que um processo de design em vez de ser um processo de engenharia, é moldado para o mundo e não é um processo rigoroso. Neste sentido, o design de interação é sobre a transformação e sobre os meios para o fazer do melhor modo para uma situação específica e, exige a exploração de várias formas de participação.

Para desenvolver um projeto de design interativo eficaz o que prevalece é a ideia e o meio será uma consequência disso. Assim, se pensarmos no design de interação num contexto digital, deve-se ter em conta que a própria tecnologia atualmente é utilizada para inúmeras funções. Neste aspeto, e tendo em consideração que o design de interação é um processo que não termina pelo facto de que permite uma comunicação colaborativa entre muitos utilizadores. O design de interação tem um grande impacto na experiência do utilizador. As pessoas podem ter experiências imersivas, participando e interagindo. As experiências implicam emoções, conhecer as necessidades dos utilizadores, os seus sentimentos, comportamentos e tentar entendê-los. Neste sentido, o design de experiência e a experiência do utilizador são áreas relacionadas com o design de interação, isto porque as pessoas costumam escolher entre as necessidades reais e objetivas e o prazer das experiências. A vontade de ter uma experiência é mais desafiador do que atender às necessidades reais (Aron, 2017).

Cinco estudos realizados pelos autores Leaf van Boven et al. (2010) examinaram a estigmatização do materialismo. Os participantes expressaram estereótipos negativos de pessoas materialistas, considerando-as mais egoístas e egocêntricas do que as pessoas experienciais (Estudo 1). Os participantes também viram as pessoas com objetivos materialistas como mais motivadas extrinsecamente do que as pessoas com objetivos experienciais (Estudo 2). Estes estereótipos levaram os entrevistados, de dados demográficos variados, a formar impressões menos favoráveis de indivíduos que estavam associados a compras prototipicamente materialistas versus experienciais, um resultado que foi mediado estatisticamente por impressões de que as compras materialistas eram mais motivadas extrinsecamente (Estudo 3). Essas impressões diferenciais são atribuídas principalmente à difamação de pessoas materialistas, e não à admiração de pessoas experientes (Estudo 4). A estigmatização do materialismo fez com que os participantes gostassem de interagir menos com seus parceiros de conversa ao discutir compras materialistas em vez de experienciais (Estudo 5). Os autores discutem as implicações dessas descobertas para a autopercepção, percepção social precisa e bem-estar.

Atualmente, a sociedade dá maior importância ao lado experimental, sendo que, o envolvimento é o fator-chave, as experiências podem ocorrer em qualquer lugar e a qualquer hora. A experiência do utilizador é sobre criar algo com significado e embora seja o foco

principal, o conhecimento adquirido pela experiência torna-se um fator importante para projetar experiências que poderiam permanecer ao longo do tempo (Preece et al., 2015).

2.3.2.2 Interação Humano-Computador

O design de interação combina design, sociologia, marketing, engenharia e outros fatores para explorar a relação entre as pessoas e a relação entre as pessoas e os computadores. Em desenvolvimento contínuo, com a expansão da tecnologia e do fluxo de informações, o público pode-se identificar e ter a melhor experiência de interação com dispositivos, sistemas ou conteúdos. O papel do design é explorar esta conexão com o produto e manter a participação ativa de novas maneiras, o que geralmente significa o uso constante de tecnologias de interface e experiência do utilizador (Salmond & Ambrose, 2013).

32

Muitos produtos exigem que os utilizadores interajam com eles para realizar as suas tarefas não foram necessariamente projetados tendo os utilizadores em mente. De um modo geral, estes produtos foram projetados como sistemas para executar funções definidas. Embora possam funcionar de forma mais eficaz do ponto de vista da engenharia, e às custas de como o sistema será utilizado por pessoas reais. O objetivo do design de interação é corrigir esta preocupação (Becker, 2014).

Nos anos 1990, muitas empresas perceberam que era necessário ampliar as suas equipas de design multidisciplinares existentes para incluir profissionais formados em média e design gráfico, design industrial, filmes e narrativas. Os sociólogos também foram importantes neste processo, tendo uma visão distinta da interação humana. Este conjunto mais amplo de pessoas foi a associação certa de competências e compreensão das várias áreas de aplicação necessárias para projetar a nova geração de sistemas interativos.

Os modelos mentais são o principal conceito de interação computador-humano que não são baseados em fatos, mas em crenças e ficção. No entanto, esta relação fornece aos utilizadores a capacidade de realizar as diversas tarefas nos computadores. Anteriormente, os utilizadores executavam as tarefas nos computadores, as suas previsões dependiam dos modelos mentais e assim as interfaces dos computadores eram mais simples e mais fáceis de entender (Dix, 2017).

A diferença nos modelos mentais existe nos utilizadores Trata-se de um conceito pré-definido no cérebro humano, ou seja, tendem a fluir à medida que são inseridos no cérebro em vez de serem fixados num meio externo. Ao projetar os modelos de sistemas de computador, os designers utilizam os seus próprios modelos, tendo em consideração de que modo o utilizador interage com a interface, sendo, por isso, capazes de desenvolver os seus próprios modelos e explicar o comportamento do sistema (Musunuru, 2020).

Esta relação homem-computador tornou-se muito mais importante nos últimos anos, à medida que os computadores se tornaram comuns em quase todas as áreas da vida. Para além de disponibilizar as funcionalidades computacionais necessárias, o seu foco inicial foi projetar a interação e implementar as interfaces para a alta usabilidade.

2.3.3 *Life-Centered Design*

33

2.3.3.1 **Como processo e como filosofia**

O termo “Life-Centered Design” foi criado por Billings (1991) no domínio da aviação e entre uma grande variedade de esforços de pesquisa, desenvolvidos posteriormente (Boy et al., 1995). Quando foi concebido, o LCD diferia do design centrado no ser humano (HCD) no sentido de que a automação é algo adicionado a um sistema existente e, uma vez que a tecnologia de software é dominante nos sistemas que se desenvolvem atualmente, passa a ser mais bem desenvolvido. O design centrado no utilizador define-se como um processo e como uma filosofia. Como design de processo é uma abordagem para definir itinerários e um conjunto de métodos a serem utilizados em cada fase do projeto. Por outro lado, como filosofia de design, visa envolver os utilizadores em todas as fases do processo de design (Lowdermilk, 2013). O LCD é especialmente útil nas soluções de design que envolvem a tecnologia interativa e, centrado no design humano fornece uma mentalidade mais ampla, enfatizando a abordagem humanística e a forma como a tecnologia é projetada (Bem et al., 2014).

Nas últimas três décadas a cognição foi tema central para o estudo da interação homem-máquina, e ocorreu porque a automação e o software mediam a maior parte das tarefas. Inicialmente, Hollnagel e Woods (2005), abordaram o aumento da complexidade da interação com sistemas cada vez mais computadorizados, e introduziram este conceito de mudança, equilíbrio entre fazer e pensar. Esta abordagem de design tem uma ligação direta com o pilar humano da sustentabilidade, que se foca na importância de envolvimento dos utilizadores na criação dos produtos ou serviços (Garcia-Lopez et al., 2019). Neste sentido, o desenvolvimento sustentável é um processo orientado e heurístico onde a educação no design desempenha um papel essencial na transmissão de valores e competências centradas na vida do humano (Garcia-Lopez et al., 2019).

Ao estudar os “24 principles for designing massive change in your life and work” de Bruce Mau, selecionei dois dos 24 princípios que acho relevantes para esta investigação. Numa das suas vinhetas biográficas, inclui, que se relembra da experiência de se perder na floresta ao redor da sua fazenda no norte de Ontário quando era criança para explicar como, quando existe a busca por pistas para a própria sobrevivência, todos os detalhes entram em cena com um foco nítido. Este terror do desconhecido, que voltou a ocorrer muito mais tarde na sua vida, quando ele e a sua equipa tentavam descobrir os caminhos na exposição *Massive Change*, é o que os designers enfrentam rotineiramente se estiverem a fazer o seu trabalho corretamente. E ele tem um princípio para isso: “*Think Like You Are Lost in the Forest.*”. Bruce Mau há muito tempo aplica o poder do design para transformar o mundo. O seu livro não é sobre pensamento positivo, é sobre mudança de mentalidades em direção ao "otimismo baseado em fatos" como um primeiro passo para compreender e abordar os problemas "mais perversos" do mundo. Ao equilibrar a sua visão otimista com exemplos da transformação no mundo real, Bruce Mau oferece uma solução para os piores tempos - um conjunto radicalmente otimista de lições sobre como nos podemos forçar a pensar de forma diferente e além do momento presente. Como já foi referido anteriormente, um dos seus 24 princípios é “*Always Search For the Worst.*” Parafraseando Mau “Quanto maior o problema, pior a crise, mais dura a experiência e maior a oportunidade de design.” (Bruce Mau, 2020). É com o aparecimento de problemas que surgem oportunidades para os designers, no caso do projeto *Metanoia*, se não houvesse uma sociedade que cada vez mais precisa de ajuda com a sua saúde mental no dia-a-dia, este projeto se calhar nunca teria existido. O papel de um designer que utiliza o LCD como o seu “mantra” é perceber as pessoas, os problemas das suas vidas, e trabalhar na direção de criar soluções permanentes e não apenas temporárias.



Figura 6. 24 principles for designing massive change in your life and work (Bruce Mau, 2020)

2.3.4 Branding

As marcas são fundamentais para o funcionamento da economia moderna. Uma marca é única. Uma atitude, conceito ou um símbolo que distingue o produto, o serviço ou a experiência de uma empresa de qualquer outra. É um ativo intangível de uma organização, talvez o ativo mais valioso que uma empresa possui, e deve ser aquele que é mais difícil de copiar ou reproduzir pelos concorrentes. O *Brand Equity* incorpora a estratégia que uma empresa utiliza para construir a sua reputação, para desenvolver relações confiáveis com parceiros de negócios e consumidores, e ter uma vantagem competitiva no mercado. De acordo com Urwin et al. (2008), o *Branding* é definido como um “ativo de reputação” ou de notoriedade que foi “desenvolvido ao longo do tempo, para integrar um conjunto de valores e atributos” de uma empresa.

35

Desenvolver a marca é considerado hoje como uma função muito significativa do marketing. Existe uma atitude que está a expandir-se cada vez mais de acordo com a qual a função básica do marketing é unicamente a marca em desenvolvimento assim como tudo que está subjacente. O que torna esta tendência mais rápida é a constante queda do tipo tradicional associado à venda, ou seja, o modo pelo qual a troca de mercadorias e o dinheiro no mercado são realizados. O próprio consumidor é diretamente confrontado com os produtos (marcas) e tem que tomar uma decisão ao comprar (Fernandez, 2011; Rubio et al., 2013).

Ao cumprir com os interesses da sociedade, as empresas têm um efeito direto sobre o valor da marca, uma vez que é um meio de desenvolver credibilidade de ser uma organização com uma atitude ética para com todas as partes interessadas (Godfrey et al., 2009)

O objetivo da estratégia no programa de comunicação de marketing é implementar o sistema de fluxo rápido, em que os bens e serviços são transferíveis para o consumidor ou utilizador para adquirir o produto *just in time*. Este objetivo, deve ser alcançado num contexto dinâmico e competitivo e de uma forma coerente com o o core business da organização, do produto, do serviço e do preço.

O desenvolvimento de um canal de comunicação mais eficaz através da seleção adequada é um sinal saudável de sucesso. A estratégia de seleção do canal ou dos canais são fundamentais para a comunicação da estratégia de marketing, que deve ser concebida, tendo em consideração os potenciais consumidores e utilizadores do produto. Se assim for, a organização pode estar na posição de seleccionar os “membros” do canal que podem ser utilizados de modo mais conveniente para alcançar o consumidor final (Kotler et al., 2008, p.880).

Os consumidores determinam as suas preferências por produtos e serviços com base em vários fatores como os atributos do produto e as suas atitudes pessoais em relação ao produto. No entanto, existe um outro fator que desempenha um papel fundamental. Trata-se dos aspetos partilhados e únicos dos produtos no conjunto da escolha relevante. A decisão de comprar um produto tem em consideração as suas características únicas, a sua qualidade percebida e o nome da marca (Piqueras-Fizman, & Spence, 2012).

O *branding* é assim, um processo que permite criar um relacionamento com os consumidores que vai evoluindo ao longo de várias etapas. Inicia-se com a identificação da marca e assimilação da informação que a mesma representa, seguindo-se depois uma fase em que no caso das expectativas do consumidor serem alcançadas o mesmo passa a adotar a marca como sendo sua, desenvolvendo uma atitude de respeito, amizade e confiança, aumentando a regularidade da compra e desenvolvendo lealdade ou fidelização com a marca (Temporal, 2002).

Nos últimos anos, a marca tem ganho cada vez maior valor no seio das empresas, sendo ela representativa de um valor efetivo e económico.

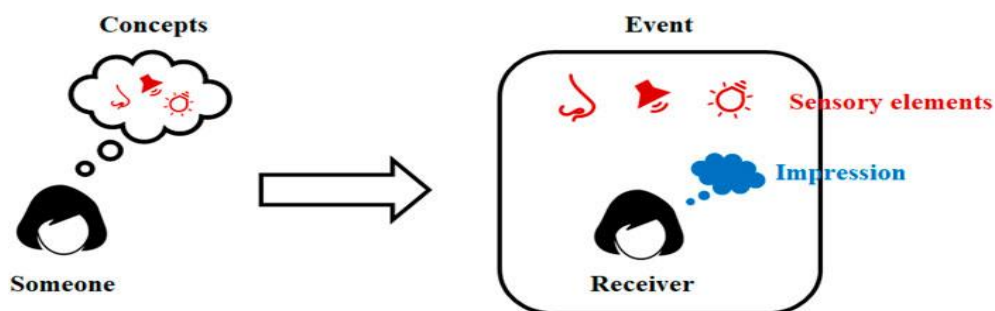
A Interbrands (2009) afirma que a marca é mesmo um dos maiores ativos das empresas, sendo por isso fundamental saber como conseguir gerir esse ativo, acrescentando-lhe valor,

fortalecendo e solidificando a sua quota de mercado, de forma a garantir a sustentabilidade da empresa. A nível financeiro, a função da marca é ser facilitadora do processo de tomada de decisão do investimento, decisões ao nível das políticas de licenciamento e royalties e ainda, potenciar o valor da marca como um ativo financeiro nas demonstrações financeiras das empresas (Silva, 2013). A marca possui a capacidade de gerar impactos positivos no que diz respeito à rentabilidade comercial e gestão da empresa, uma vez que consegue vincular os consumidores à empresa durante um período de tempo mais longo, sendo para isso fundamental que se apostem em ações de marketing eficientes que permitam criar uma barreira forte à entrada de novos concorrentes (Serra, 1998).

2.4 Design de uma Experiência Multissensorial

2.4.1 Uma Experiência Multissensorial

As experiências multissensoriais são impressões formadas por eventos específicos, cujos elementos sensoriais foram cuidadosamente elaborados por alguém (Velasco e Obrist, 2020, p. 15). Como exemplo, para criar a impressão de um objeto, cores, texturas e cheiros podem ser considerados num evento específico (Vi et al., 2017). Os sentidos e o seu funcionamento correspondente estão situados no centro de formação da impressão do objeto, mesmo na ausência de um objeto real.



37

Figura 7. Experiência Multissensorial (Velasco e Obrist, 2020)

Ao criar uma impressão através de um determinado conjunto de sensores sensoriais, quem projeta capitaliza sobre os conceitos da percepção multissensorial. Estes sensores incluem a congruência semântica, correspondências intermodais, dominância sensorial e sobre carga sensorial (Velasco e Spence, 2019). Ou seja, o modo como os elementos sensoriais são integrados num determinado evento é inspirado em estudos sobre a sensação e percepção e, mais especificamente, em estudos que sugerem que a natureza multissensorial das mudanças de informação é igualmente cognitiva como a atenção e memória (Spence, 2011; Parise, 2016).

As experiências multissensoriais são cada vez mais alteradas e habilitadas através das tecnologias, e por esta razão, surgem cada vez mais nos estudos sobre o tema (Obrist et al., 2018). Por este motivo, os elementos sensoriais que são criados num evento podem ser físicos, digitais ou uma combinação de ambos. As experiências multissensoriais movem-se ao longo de um continuum da realidade-virtualidade, onde podem ser totalmente reais (Flavían et al., 2019).

De acordo com Velasco e Obrist (2021) o entusiasmo sobre as experiências multissensoriais na indústria abre um conjunto de oportunidades, mas necessita igualmente de cumprir a sua responsabilidade. Neste caso, a empolgação nas experiências multissensoriais é um desafio para os investigadores.

A visão, a audição e o tato são módulos perceptivos totalmente separados, cada um atua de forma independente para nos fornecer informações sobre o mundo externo. Alguns estudos recentes, no entanto, revelaram que uma experiência perceptiva é de fato moldada por um conjunto de interações complexas entre as modalidades sensoriais (Maggioni et al., 2019).

Um conjunto de poderosas ilusões multissensoriais demonstram que os sentidos são indissociavelmente ligados e que a nossa percepção visual, eventos auditivos ou táteis podem estar alterados de forma dramática por informações de outros sentidos. Quando um som é acompanhado por um estímulo visual noutra local, as pessoas tendem a perceber esse mesmo som incorretamente na mesma posição do estímulo visual, ou seja, o efeito ventriloquismo (Nijholt et al., 2016).

38

Quando dois objetos diferentes são levantados visivelmente em tamanho, mas são iguais em peso, o objeto maior é considerado mais pesado, ou seja, a ilusão de tamanho-peso (Nijholt et al., 2018).

A percepção visual não é somente ver objetos claramente ao olhar para algo estático, dinâmico ou complexo, mas igualmente inclui a visão. Olhar para múltiplos estímulos que mudam com o tempo e o processo ajuda a interpretar o significado e a relevância desses mesmos estímulos (Garje, Vishnu, Rashmi, Arpita & Maninder, 2015). Este processo desempenha um papel de elo com o cérebro que interpreta ou dá sentido a esta informação.

A percepção visual é a receção de funções sensoriais e cognitivas de estímulos visuais e componentes cognitivos de conhecimento visual que são a atenção visual, memória e distinguir as concepções e distinção visual do sujeito de percepção (estabilidade da forma, forma e base) e

cognição do lugar. Para além de que, a percepção visual aumenta ao confiar nos sentidos onde a pessoa vê os objetos, distingue-os e determina a sua localização nas operações cognitivas que deve entrar informações do meio ambiente através dos sentidos. Assim, os sentidos são modos de percepção e as sensações são a matéria-prima que os torna perceptivos (Hamid, 2007).

O stress ocupacional é amplamente reconhecido na reabilitação profissional. Especificamente, é um problema para os funcionários das organizações atuais, os fatores como sobrecarga de trabalho, burocracias, exposição a violência psíquica, mudanças de níveis de pessoal difusão de função de trabalho, deveres administrativos, questões relacionadas com o desenvolvimento da carreira contribuem para altos níveis de stress no trabalho (Cifre et al., 2015).

O stress crónico no trabalho pode conduzir a estados psicológicos negativos descritos como o Burnout, ou seja, uma exaustão emocional, despersonalização e redução da realização personificada. Assim, o treino de relaxamento é uma intervenção comum utilizada para reduzir o stress e evitar o esgotamento. Alguns autores na área têm enfatizado o uso de técnicas de relaxamento como meio de reduzir o stress no trabalho. Os procedimentos de relaxamento podem ser divididos em dois tipos, as abordagens que envolvem o relaxamento progressivo dos músculos e as que utilizam os métodos cognitivos que envolvem as imagens, meditação e bio feedback. A este aspeto o estudo de Collier et al. (2018) teve como objetivo avaliar os benefícios da terapia ambiental multissensorial através do uso de uma sala snoezelen para reduzir o stress ocupacional em 16 enfermeiras de saúde mental. Os enfermeiros relataram satisfação unânime com o MSET e sentiram que o seu desempenho no trabalho foi melhorado nas áreas de cuidado holístico de pacientes e resolução de problemas.

40

2.4.2 Psicologia Ambiental

A área de estudo da Psicologia Ambiental começou na década de 1960 como uma necessidade de mudar o ambiente público e o privado para torná-los mais adequados às necessidades humanas (Garling, 2014). Atualmente, esta filosofia de design, o LCD, foca-se no estudo das questões relacionadas com as experiências humano-ambientais, incluindo a qualidade da infraestrutura e outros aspetos da Arquitetura e do Design (Kopec, 2012).

Assim, um espaço de design atraente, que representa um elemento importante do marketing experiencial tem um impacto direto nos sentimentos agradáveis. Na literatura do marketing, os vários estudos tratam de questões relacionadas com os efeitos que o design ambiental tem sobre o comportamento do consumidor (Kotler, 1973; Bloch, 1995; Chitturi & Raghunathan,

2008; Bloch, 2011; Baxter, 1995; Reddy & Karmakar, 2012). A este aspeto, a Psicologia tem ignorado até 1960 a importância do ambiente físico na experiência geral do cliente. Embora, Kotler (1973) tenha sido um dos primeiros a mencionar o papel que o design ambiental tem no sucesso do produto ou serviço, afirmando que a forma como projetamos o ambiente tem uma influência marcante sobre os consumidores e funcionários.

De acordo com Beka (2016) o design semântico está focado na usabilidade, qualidade e funcionalidade do serviço. De acordo com o autor, existem quatro funções semânticas do produto ou serviço para descrever a usabilidade, para expressar os valores da qualidade, para sinalizar a reação e para identificar a natureza do produto, onde o significado e a estrutura da linguagem que se deseja enfatizar através da forma e da cor é bastante importante na interpretação semântica.

Parte do prazer que os clientes obtêm do produto é através do seu uso e como estes se sentem em relação à qualidade e conforto. Inicialmente, Benton (1990) sugeriu que o sucesso do design baseia-se na eficácia funcional do produto. O aspeto funcional refere-se às características da estrutura do produto ou ao seu uso (Croizer, 2014).

De uma perspetiva do serviço, o design funcional pode ser observado no espaço pessoal e na privacidade que os designers criam quando projetam restaurantes, hotéis ou áreas de espera. Assim, estudar o comportamento do cliente é uma etapa muito importante na compreensão de como as pessoas irão reagir ao design e à funcionalidade do produto (Heung & Gu, 2012). A este aspeto, existem estudos que analisam a influência do ambiente no comportamento do consumidor (Milliman, 1986; Wilson, 2003; Liu & Jang, 2009). No entanto, os estudos empíricos são limitados em hospitalidade sobre o papel que o design funcional tem sobre o comportamento do consumidor.

Em estudos anteriores, como Ryuy e Jang (2008) identificaram o layout e a dimensão do design funcional em restaurantes com base na disposição das mesas e nas perceções das propriedades psicológicas. Fiore (2010) realizou uma análise mais detalhada dos benefícios do design funcional e instrumental, referindo-se às dimensões instrumentais ou utilitárias nos benefícios para o cliente em diferentes serviços. O autor centrou-se em cinco instrumentos importantes, como o conforto físico, proteção, segurança, qualidade, eficiência e atratividade sexual.

O conforto físico evita sensações negativas, a temperatura, a humidade e o ar fresco são indicadores de conforto físico (Fiore, 2010). De acordo com o autor a temperatura do ambiente

pode estar correlacionada negativamente com o preço dos produtos, ou seja, quanto maior o nível de preço, menor é a temperatura. Estes resultados são baseados principalmente nos produtos de luxo onde os clientes estão vestidos com roupas quentes, e dirigem-se a lojas com ar condicionado

A segunda dimensão, instrumental, proteção e segurança são geralmente focadas em evitar danos. Como exemplo, um hotel mal localizado, um prédio com falta de alarmes de incendio ou uma área de estacionamento sem luz são alguns dos casos em que os clientes não se sentem seguros sobre o serviço ou produto (Bloch, 2011). A garantia de qualidade, por outro lado, envolve o nível de superioridade ou excelência. Esta dimensão funcional é de grande importância devido ao seu ponto de vista subjetivo que os clientes têm sobre a qualidade.

Inicialmente, Spangenberg, Crowley e Henderson (1996) realizaram uma revisão da literatura relevante da psicologia ambiental e pesquisa do olfato e analisaram os efeitos do aroma do ambiente num determinado ambiente simulado. No estudo, os autores identificaram uma diferença entre as avaliações e o comportamento no ambiente perfumado da loja e as que não tinham cheiro e, identificaram que embora a presença ou ausência de um cheiro afetou consistentemente as avaliações e comportamentos, a natureza do próprio cheiro surgiu como menos importante.

42

Krishna, Elder & Caldara (2010) analisaram o efeito da presença do cheiro nas percepções hápticas, resultando na experiência sensorial e estética de prazer, através de dois estudos. Assim, no estudo 1 os autores exploraram a interação do olfato e do tato no domínio da textura e, no estudo 2, o aspeto semântico do cheiro-toque que consideraram a temperatura e o seu efeito sobre a eficácia percebida. Os autores verificaram uma congruência semântica multissensorial que pode moderar o impacto do cheiro nas percepções hápticas com congruência conduzindo a avaliações mais positivas.

Importa referir que na sociedade atual que se caracteriza pela sobrecarga de informações, falta de tempo e complicação no dia a dia, acredita-se que não seja possível para as empresas apoiarem as estratégias da marca exclusivamente através do marketing relacional como anteriormente. Em vez das estratégias sensoriais, baseadas no modelo de marketing sensorial devem ser utilizadas para entender como os estímulos sensoriais influenciam o comportamento do consumidor por meio dos sentidos humanos (Rodrigues, 2014).

2.4.3 Os 5 sentidos e a sua importância para uma experiência multissensorial

As pessoas percebem o mundo através dos seus sentidos e devido a esta informação sensorial e das experiências subjetivas que acompanham, desempenham um papel fundamental na ação e cognição humana, mesmo em domínios abstratos e distantes das dimensões sensoriais imediatas (Krishna e Schwarz, 2014).

As estratégias sensoriais diferenciam os produtos e serviços, através da abordagem da mente e dos sentidos do consumidor, tanto de uma perspectiva cognitiva como emocional. A visão é a mais importante dos sentidos, seguida do olfato, do som e do paladar e do tato (Rathee & Raijan, 2015).

A visão atua como um papel significativo na percepção de um produto e, alguns estudos têm mostrado que uma pessoa que tem sido exposta a um produto prefere-o a escolhas semelhantes, mesmo no caso em que não consiga se lembrar. Os fatores que afetam através da visão são como exemplo, o logotipo, design, uso de cores e iluminação (Uddin, 2011).

De outro modo, o sentido do olfato afeta emocionalmente os humanos até 75% mais do qualquer outro sentido e, alguns estudos têm demonstrado que o aroma no ambiente é mais importante do que a imagem e o som no processo de compra. As associações com o aroma são altamente individuais, implicam o que é positivo para uma pessoa pode ser negativo para outra. Neste sentido, é importante considerar este aspeto ao utilizar um aroma como uma ferramenta estratégica, uma vez que a reação pretendida pode variar entre indivíduos e culturas (Rodrigues, 2014).

As marcas devem ter em mente que os estímulos apresentados aos compradores devem estar perfeitamente alinhados com as suas imagens de publicidade e ser coerente com os seus produtos. Se estiverem alinhados, os consumidores podem rejeitá-los e resulta numa falha. As experiências sensoriais bem implementadas têm efeitos positivos no valor da marca, com estudos que demonstraram que os participantes concordaram que os estímulos sensoriais são congruentes com a identidade da marca (Alexander & Nobbs, 2020).

O conceito de marketing sensorial está parcialmente conectado com a experiência na abordagem do marketing. Define-se como o marketing que envolve os sentidos do consumidor e afeta o seu comportamento (Krishna, 2010). Este conceito não foi adotado à escala mundial,

embora já algumas décadas atrás se acreditasse que os clientes se esforçam principalmente pela novidade, imagens, vídeos, emoção e diversão (Holbrook e Hirschmann, 1982).

Neste sentido, em vez de produtos físicos, estas necessidades e desejos podem ser realizados por experiências intangíveis. As atividades de marketing multissensorial são atraentes neste caso pelo facto de que visam especificamente o nível emocional da percepção dos clientes (Kahneman, 2011). Através da experiência sensorial adquirida simultaneamente com mais do que um sentido, o reconhecimento da marca e a afinidade com o produto ou serviço são reforçados.

O sistema sensorial é uma área única que os profissionais de marketing devem compreender de forma integrada. Por exemplo, o uso paralelo de vestígios auditivos e visuais ativa primeiro os remetentes de recompensa na mente humana e, numa fase posterior, fortalece a atenção e a imaginação em processamento. Como resultado, a pessoa está muito mais inclinada a comprar certos bens (Kawaf, & Tagg, 2017).

44 O conceito desenvolvido por Daniel Kahneman descreve as duas formas pelas quais as pessoas agem. A primeira designada como Sistema 1, que está relacionado com as decisões tomadas intuitivamente, automaticamente, muito rapidamente e quase no nível inconsciente. Neste caso concreto, a reação impulsiva é ativada por emoções inconscientes. E, o sistema 2, que envolve as decisões que são tomadas com esforço e requerem uma análise mais abrangente em formação. Neste sistema, os tomadores de decisão agem de acordo com as emoções antecipadas. (Kahneman, 2011).

A visão

A visão é o domínio sensorial mais estudado dentro da pesquisa do consumidor. As cores e as formas são a primeira forma de identificação e diferenciação. A escolha de cores e formas na conceção do produto, o *layout* de um ponto de venda, a realização de uma campanha de promoção são os principais fatores de sucesso, bem compreendidos pelos profissionais de marketing.

De um modo geral, os estudos têm fornecido evidências de como certas cores em anúncios têm maior probabilidade de levar a atitudes positivas (Elder et al., 2010). O marketing sensorial oferece uma excelente oportunidade de usar a cor e a iluminação como ferramenta para formar a diferenciação do produto. As cores criam conexões emocionais, resultando na diferenciação dos produtos, adquirem uma vantagem competitiva, reforça a lealdade e aumenta as vendas, menor

tempo de percepção da marca, maior permanência dos consumidores no local (Rathee & Raijan, 2017).

A audição

A audição é um sentido que não requer esforço para operar. As pessoas não têm controle sobre os estímulos auditivos que percebem, embora tenham algum controle sobre quais os estímulos que são frequentes. Esta percepção não voluntária de sons pode efetuar o ajuste de um estímulo auditivo como a música com o ambiente ou outros estímulos auditivos (Chatterjee, 2014). Considerando que, em geral, constatou-se que a congruência musical tem efeitos positivos para o produto e avaliações de anúncios.

O olfato

A existência de um perfume é geralmente aceita como tendo um impacto positivo nas atitudes do consumidor, tanto na forma ambiental como nas lojas e hotéis, ou de forma mais direta, como aqueles infundidos em produtos. Os moderadores cognitivos potencialmente envolvidos nestes efeitos, a congruência percebida é a mais revista, define-se como um ajuste contextual entre o perfume e a categoria do produto.

Do mesmo modo, o estudo de Krishna (2012) esclareceu que os clientes podem fechar os olhos, tapar os ouvidos, não ligarem ou se recusarem a provar, mas o cheiro faz parte do ar que respiram. Morrin et al. (2011) afirmaram que o sentido do olfato gerou 75% das emoções e memórias com o produto e teve grande influência no comportamento devido à sua ligação direta com o cérebro.

45

O tato

A maior parte dos estudos sobre o toque no marketing está ainda no estágio inicial. O tato raramente faz parte do ambiente, o que significa que os consumidores devem fazer um esforço para experimentar os estímulos táteis. Os três aspetos da experiência de compra que determinam a motivação para tocar, são o produto, o consumidor e o meio Ambiente.

Uma vez que o consumidor é induzido a tocar, a consideração volta-se para como este interpreta os estímulos hápticos e, esta função complexa relaciona-se com os atributos do produto, as características individuais e os fatores situacionais.

2.5 Casos de Referência

2.5.1 Estúdio Nohlab

O Nohlab foi criado em 2011 por Candaş Şişman e Deniz Kader, que já trabalham juntos há muito tempo e decidiram deixar as suas áreas de trabalho anteriores para um processo participativo e de compartilhamento. Nohlab é um estúdio focado na produção de experiências interdisciplinares em torno da arte, design e tecnologia. Este estúdio constrói uma ponte entre a realidade digital e a realidade física, enquanto examina a relação da tecnologia com a arte e o design. Produz ferramentas, design e histórias em que a conexão entre o humano e a tecnologia se reflete de muitas maneiras diferentes. Os trabalhos do estúdio estiveram em vários festivais e eventos internacionais, como ISEA, Signal, OFFF, TedX, Vivid, Sonar Istanbul, World Government Summit, e recebeu prêmios do Culturespaces, ARS Electronica e Japan Media Arts Festival. O estúdio também trabalhou com muitas marcas e organizações, incluindo Chanel, Pink Floyd, Target, Audi, Nike, Scriabin Museum, Atelier des Lumières e EA Theatre.

2.5.1.1 Abordagem

Este estúdio desenvolve diferentes experiências para as obras que produz. Ao criarem histórias que estabelecem uma relação mútua entre as percepções e experiências, evitam a utilização de imagens e expressão direta. Nos seus projetos, Nohlab viabiliza a produção de conhecimento através de experiências, os quais pretendem que os participantes experienciem a diferença e a partilha nos encontros proporcionados por estas experiências. Nohlab projeta processos multidisciplinares nas suas obras, onde reúnem muitas disciplinas e técnicas diferentes, mas sempre com a preocupação de não perderem a simplicidade. Ao iniciarem um novo projeto, têm como objetivo resolver novos problemas, experimentar novas técnicas e produzir novas percepções sobre esse projeto. Enquanto o fazem, estão em constante tentativa de superar as fronteiras entre o humano, o lugar e o tempo.

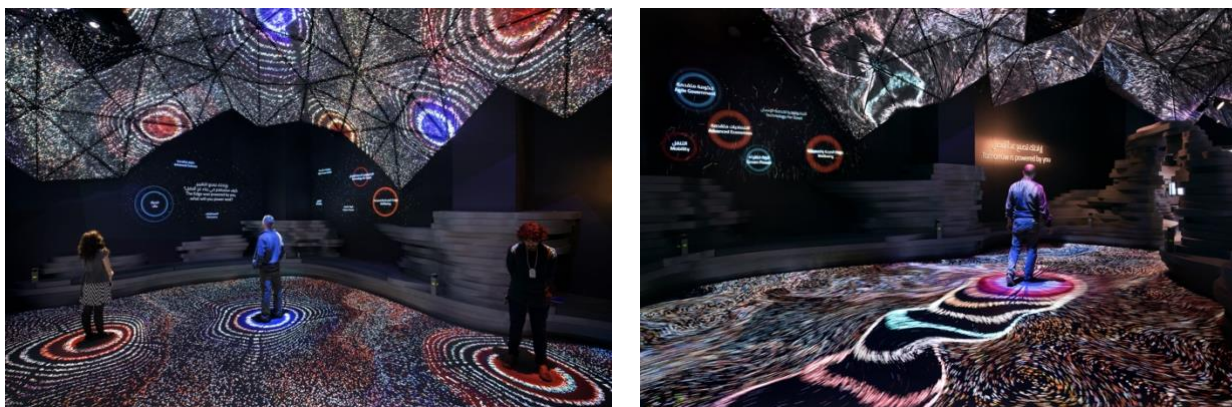
2.5.1.2 Áreas de trabalho

Dentro dos seus projetos, o estúdio Nohlab explora vastas áreas, tais como: *Art, Concept & Creative Direction, Site-Specific Installations, 3D & 2D Motion Graphics, Audiovisual Performances, Projection Mapping, e Sound Design*. O que o torna um estúdio interdisciplinar, e desta forma visionário e inovador nos seus projetos.

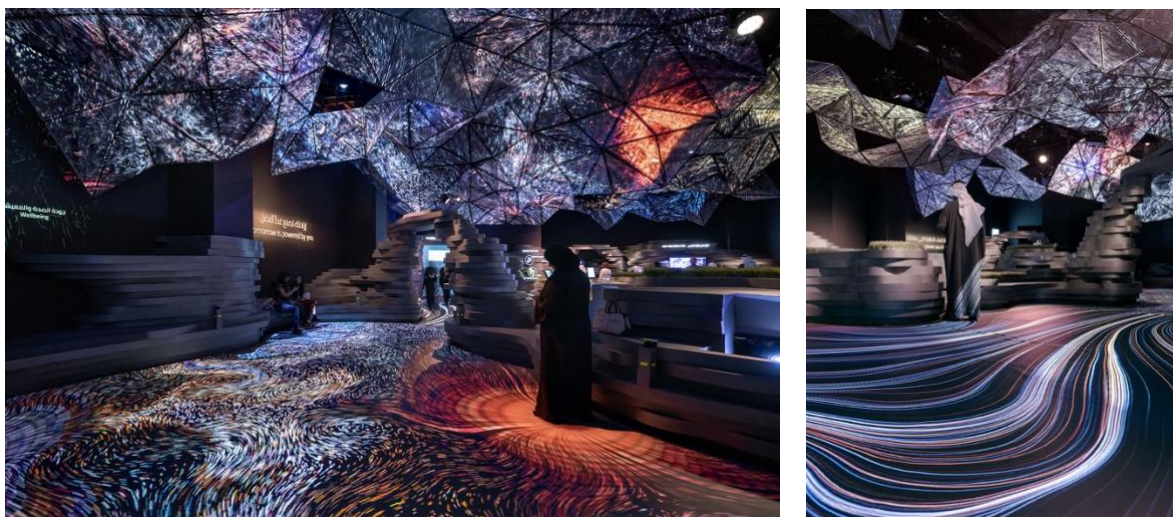
2.5.1.3 Projetos de referência

2.5.1.3.1 Edge of Government, 2019

O estúdio Nohlab foi convidado a dirigir e projetar uma experiência única para a Exposição *Edge of Government*, na *World Government Summit 2019*, de 10 a 12 de fevereiro. Partindo do conceito-chave *Powered By You*, Nohlab criou uma viagem audiovisual envolvente que cativa os visitantes. Uma área total de 350 metros quadrados foi coberta por projeções visuais renderizadas e geradas em tempo real, com a ajuda de 30 projetores que cobriam todo o piso e as estruturas do teto, bem como as paredes, para criar um ambiente imersivo (Fig.8 e 9). Um fluxo de energia que se formou gradualmente modelou um caminho para os visitantes (Fig.9), levando-os para um tempo e espaço completamente diferentes, enquanto a área interativa à saída inspirou as pessoas a envolverem-se com o que tinham acabado de experienciar. Uma simulação de um fluxo de líquido em tempo real cobriu a área interativa quando ninguém estava por perto, sensores monitorizaram as posições humanas quando presentes e um algoritmo personalizado ajudou a gerar partículas com base na posição e nos movimentos das pessoas. Desta forma, todas as pessoas se tornaram emissores de partículas, gerando campos de força que afetaram tanto o visual quanto os traços de interação alheios (Fig.10). As pessoas podiam moldar os seus arredores com os seus campos de força e energia, daí o conceito-chave *Powered By You*. Esta abordagem não só é um excelente exemplo de como o Design de Experiências funciona mas também é um forte exemplo de Design Generativo, como muitos dos projetos deste estúdio são. Com esta Exposição, o Nohlab não só proporcionou uma experiência audiovisual como conseguiu incluir o público nela de forma a que eles pudessem fazer parte desta “obra de arte”.



Figuras 8 e 9. Evento *Edge of Government*, 2019 by Nohlab



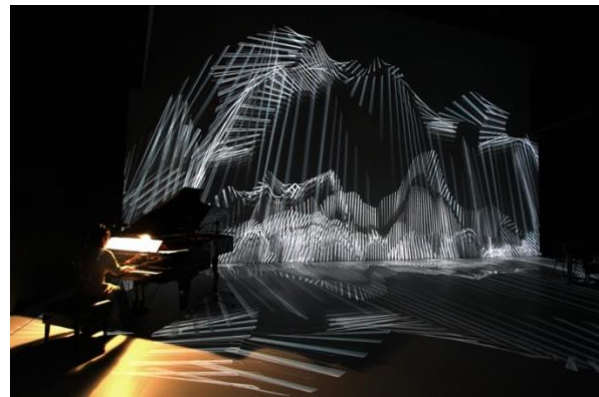
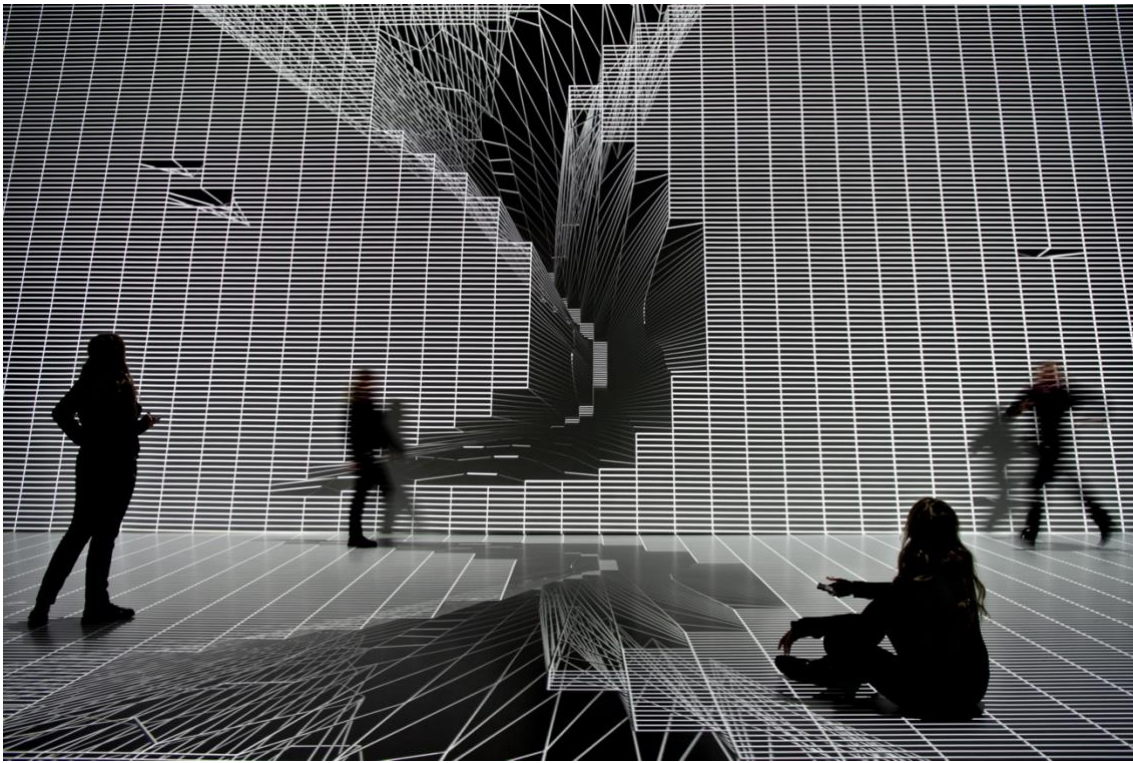
Figuras 10 e 11. *Evento Edge of Government, 2019 by Nohlab*

2.5.1.3.2 Deep Space Music, ARS Electronica, 2012

Deep Space Music é uma experiência audiovisual envolvente projetada para o Deep Space da Ars Electronica. Esta experiência combina som e imagem, música e animação feito por um computador de ultra resolução, de uma forma que transforma os 16x9 metros de área de projeção de parede e piso num cenário para uma experiência íntima (Fig.12). A pianista japonesa Maki Namekawa apresenta um programa de obras de três compositores visionários que também são considerados grandes pensadores. O seu concerto de piano comemora musicalmente o 60º aniversário de Ryuchi Sakamoto e Philip Glass, e comemora o 100º aniversário do nascimento de John Cage. A fim de fornecer a Namekawa liberdade para improvisação espontânea, com a direção de arte visual interativa da equipa Nohlab, a performance foi apoiada pelo Plato Media Lab. A equipa trabalhou ao vivo em tempo real, mas, ao fazê-lo, recorreu a um repertório de elementos gráficos elaborados que são o resultado de um intenso processo de encontro com as respetivas peças musicais. O projeto ofereceu uma experiência imersiva que foi associada às notas abstratas de Maki Namekawa, e à atmosfera do lugar que encantou o público (Fig. 13 e 14). Portanto, não só o público experienciou o concerto como também imergiu numa experiência visual, tornando assim este projeto uma experiência

audiovisual única que não só pensou no público como na artista em si, uma experiência imersiva para ambos.

Figura 12. Evento *Deep Space Music*, ARS Electronica, 2012 by Nohlab



Figuras 13 e 14. Evento *Deep Space Music*, ARS Electronica, 2012 by Nohlab

2.5.1.3.3 ARKHE, 2019

Arkhe é uma instalação interativa de Nohlab & Decol, que se estreou na Contemporary Istanbul de 12 a 15 de setembro de 2019, e recentemente fez parte da cerimônia de premiação de Kristal Elma. Uma combinação de software interativo personalizado, som interativo, design de interface do utilizador, sistema de projeção traseira, plexiglass e espelhos e tela de toque, Arkhe permite que a pessoa que experiencia este projeto controle os elementos que constituem a sua essência (Fig.15, 16 e 17). Conforme os espectadores dominam a essência, eles experimentam a transformação, o movimento e a harmonia que podem surgir ao interagir com outros

elementos. Ao longo da história, a humanidade tem procurado compreender os princípios de funcionamento dos elementos básicos da natureza e a relação entre eles - a fim de dominar a natureza e orientá-la em seu benefício. Seguindo os passos dos esforços de Newton para combinar alquimia com mecânica, esta obra tenta trazer o digital e a alquimia juntos, retratando o controlo humano sobre a natureza por meio da interação computador-máquina. Dando uma oportunidade ao utilizador de ter a sensação de controlo ao mesmo tempo que o experiência visualmente, Nohlab consegue cativar o seu público das formas mais brilhantes e originais.

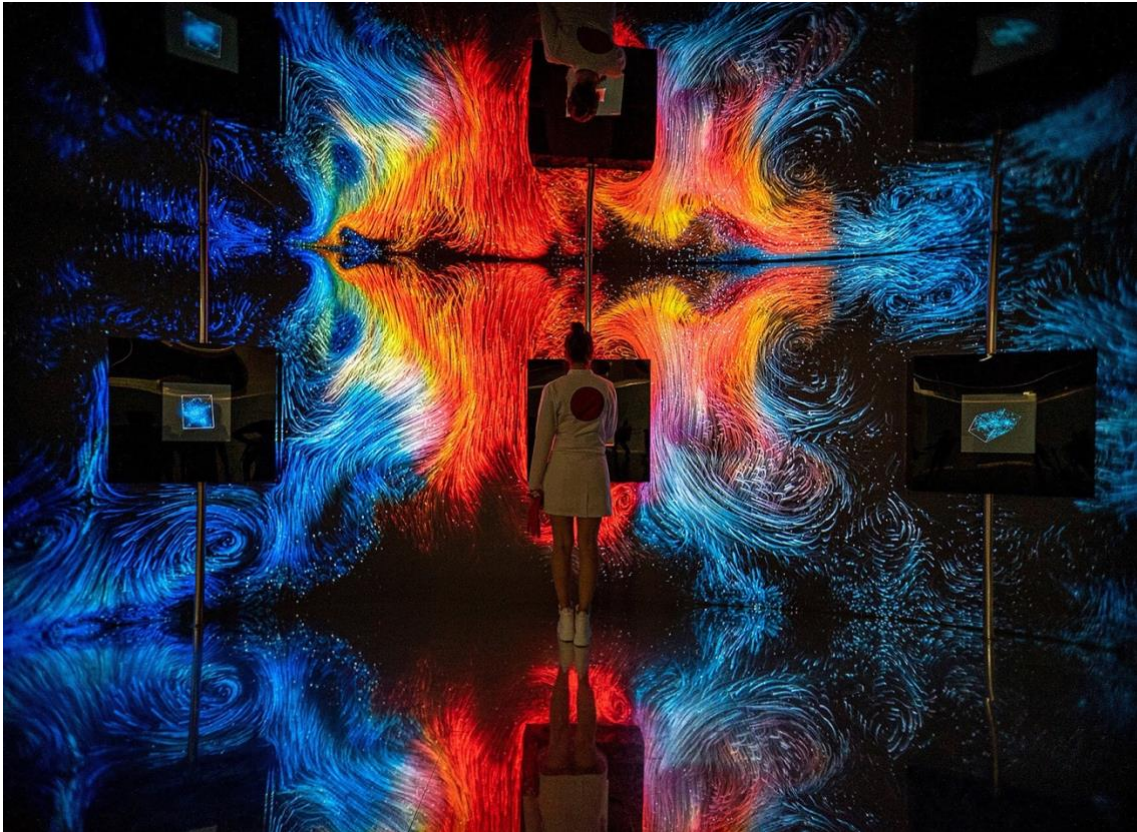
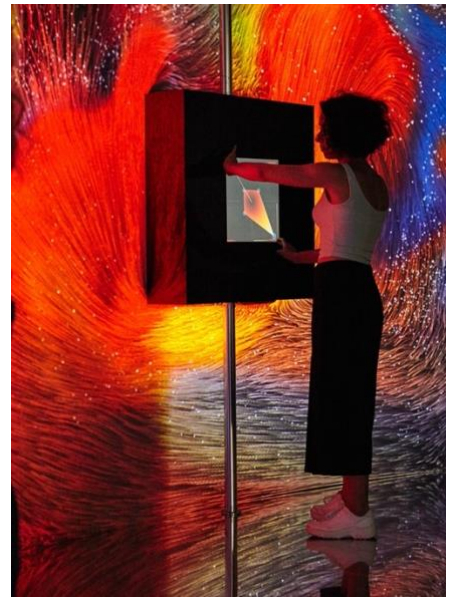


Figura 15. Evento ARKHE, 2019 by Nohlab



Figuras 16 e 17. Evento ARKHE, 2019 by Nohlab



3. IDEALIZAÇÃO E PROTOTIPAGEM

3.1 Visão, Missão e Valores

3.2 Design de Comunicação

3.3 Design de Experiências

3. Idealização e Prototipagem

3.1 Visão, Missão, Valores

Visão

Disponibilizar uma experiência multissensorial que sensibilize e intervenha contra o stress ocupacional, oferecendo estratégias de *coping* e *teambuilding* de modo a prevenir o *Burnout*.

Missão

Contribuir para um ambiente laboral mais saudável e positivo. Contribuir para uma sociedade mais informada e menos “medicada”.

Valores

Dinâmica de equipa. Conhecimento profundo das capacidades, potenciais e riscos da equipa;

Dinâmica de organização. Construir uma organização focada e efetiva;

Autoeficácia. Confiança nas habilidades motivacionais e cognitivas para se chegar a um objetivo;

Resiliência. A habilidade de suportar dificuldades e recuperar de contratempos, falhas ou adversidades;

Esperança. A energia positiva direcionada para um objetivo e a habilidade de ver passos na sua direção;

Otimismo. A habilidade de dar atributos positivos a si mesmo, aos que o rodeiam e ao seu ambiente.

3.2 Design de Comunicação

3.2.1 Branding: *Metanoia*

A palavra "Metanoia" para os gregos, significava uma mudança ou alteração fundamental ou, mais literalmente, transcendência ("meta" – acima ou além, como em "metafísica") da mente ("noia" – da raiz "nous", da mente). Na tradição cristã gnóstica, assumiu um significado especial, o despertar da intuição compartilhada e o conhecimento direto de Deus. Na tradição católica, a palavra “Metanoia” acabou por ser traduzida como "arrependimento". Entender o sentido de "Metanoia" é entender o significado mais profundo de "aprendizagem", pois essa, também, envolve uma alteração fundamental ou movimento da mente. Na psicologia, Carl Jung utiliza o termo para designar uma transformação da psique por uma espécie de cura iniciada por forças inconscientes. Trata-se de uma transformação completa da pessoa, tal como a transformação que ocorre no interior de uma crisálida, um processo de reforma da psique, uma forma de auto cura frequentemente associada à crise da meia-idade e a surtos psicóticos. Ao

surto, seguir-se-ia uma reconstrução psicológica positiva ou "cura". Assim, a metanoia seria um processo potencialmente produtivo. Por essa razão, Carl Jung acredita que os episódios psicóticos dos pacientes não deveriam ser necessariamente impedidos (Carl Jung, 2009). A nível organizacional – inspiração para o nome do meu projeto - Peter Senge, no seu livro *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, define “Metanoia” como uma profunda mudança de mentalidade, conexas à aprendizagem, especialmente ao que denomina de aprendizagem generativa, considerando que, para ele, a aprendizagem também envolve uma mudança ou um movimento fundamental da mente e não apenas a aquisição de informações. Segundo o autor, as organizações não alteram substancialmente, a menos que as pessoas que nela participam mudem os seus padrões básicos de pensamento e de interação. Caso isso não ocorra, novas máquinas ou novos softwares, não produzem qualquer efeito inovador. Uma organização que aprende é "uma organização que está continuamente a expandir a sua capacidade de criar o seu futuro." (Peter Senge, 1994)

3.2.2 Logótipo, Paleta Cromática e Tipografia



Figura 18. Logótipo Metanoia (Autora, 2021)



Figura 19. Paleta Cromática Metanoia (Autora, 2021)

Black Mango
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
a**bc**defghijklmnopqrstuv**xyz**

THIN
EXTRALIGHT
LIGHT
REGULAR
MEDIUM
SEMIBOLD
BOLD
EXTRABOLD
BLACK

Raleway
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
abc**de**fghijklmnopqrstuv**xyz**

THIN
EXTRALIGHT
LIGHT
REGULAR
MEDIUM
SEMIBOLD
BOLD
EXTRABOLD
BLACK

THIN ITALIC
EXTRALIGHT ITALIC
LIGHT ITALIC
ITALIC
MEDIUM ITALIC
SEMIBOLD ITALIC
BOLD ITALIC
EXTRABOLD ITALIC
BLACK ITALIC

Figuras 20 e 21. Tipografia Black Mango (Kadek Mahardika, 2020)

e Tipografia Raleway (Thin - Matt McInerney, 2012) (Variantes - Pablo Impallari and Rodrigo Fuenzalida, 2012)

3.2.3 Propostas de Cartaz

3.2.3.1 Cartazes Impressos



Figura 22. Comunicação e Identificação dos Oradores Metanoia (Autora, 2021)

3.2.3.2 Cartazes Digitais



Figura 23. Comunicação e Identificação dos Oradores Metanoia (Autora, 2021)

3.2.4 Identificação dos Oradores



Figura 24. Comunicação e Identificação dos Oradores Metanoia (Autora, 2021)

3.2.5 Bilhete Digital



Figura 25. Bilhete Digital Metanoia (Autora, 2021)

3.2.6 App Informativa

Na aplicação será possível acompanhar a localização da experiência Metanoia, comprar bilhetes, aceder ao programa e partilhar fotografias.



Figura 26. App Metanoia (Autora,2021)

3.2.7 Redes Sociais

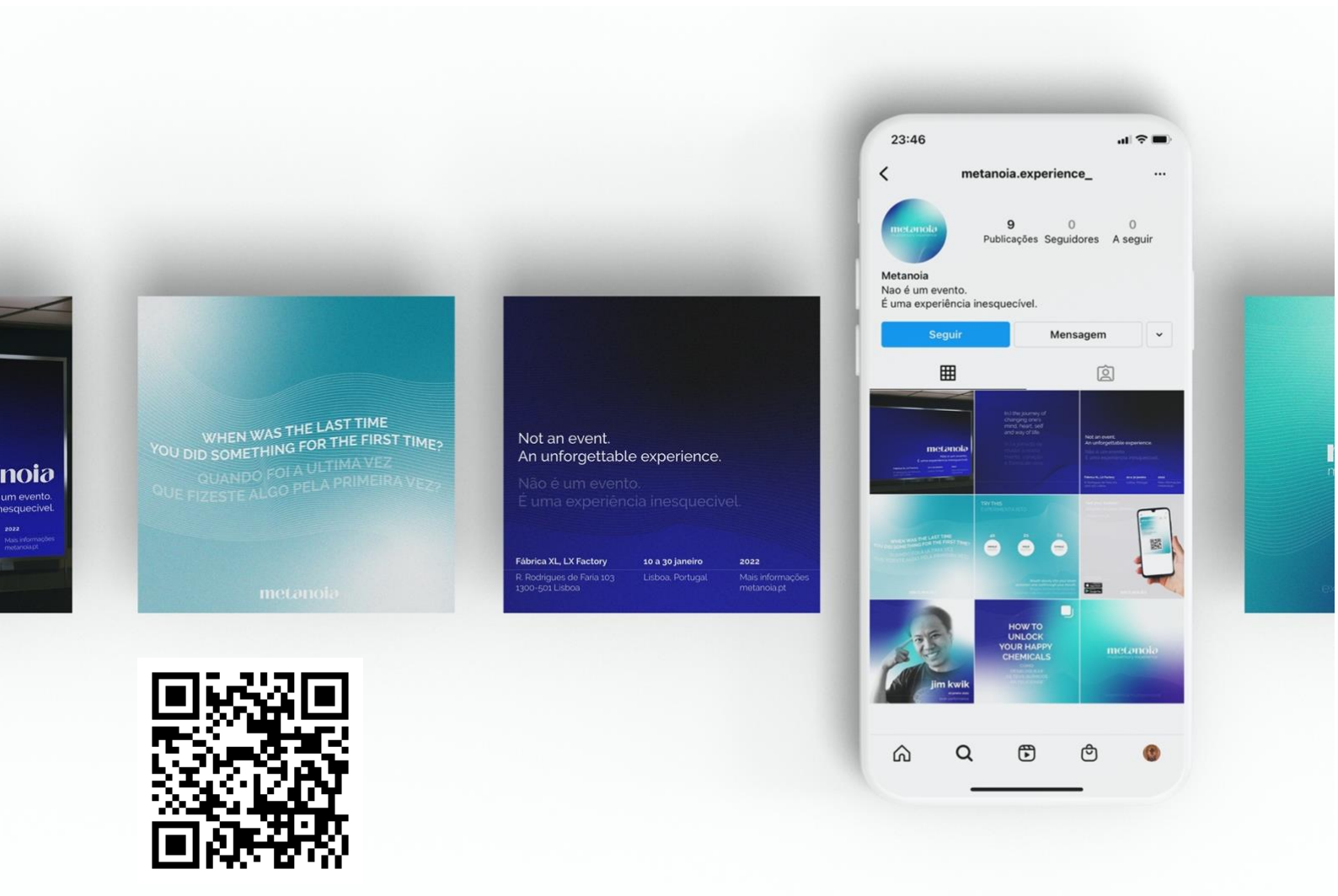


Figura 27. Instagram @metanoia.experience_ (Autora,2021)

3.3 Design de Experiências

3.3.1 Interações

Como já foi referido anteriormente, os efeitos do stress relacionados com a carga de trabalho podem ser definidos como: Distúrbios Fisiológicos (problemas respiratórios, distúrbios gastrointestinais e hipertensão), Distúrbios Emocionais (Depressão, ansiedade, baixa autoestima e incapacidade de concentração) e Distúrbios Comportamentais (Desempenho Inferior, problemas de comunicação e lesões cognitivas). Inspirada nestes distúrbios, no *Mindfulness* e na CBT, a experiência multissensorial “Metanoia” oferecerá vários desafios ao comportamento cognitivo dos participantes. É importante “testar” certos limites para melhor

compreender esta doença, o *Burnout*, e os seus mecanismos de *coping*. A primeira interação irá surgir na entrada da experiência, será uma entrada desafiante, um espaço apertado, no entanto moldável, um espaço que pode causar sensações de aperto e/ou encurralamento, mas que rapidamente termina e dará seguimento a uma breve explicação antes da segunda interação (antes de qualquer interação existirá um espaço informativo), podem entrar no espaço grupos de 12 pessoas de cada vez. A segunda interação, inspirada pelos vários distúrbios, como os problemas respiratórios, a depressão, a ansiedade, a incapacidade de concentração e o desempenho inferior, tem como objetivo principal aprender a controlar a respiração, que por sua vez controla o ritmo cardíaco e ajuda a reduzir o stress e a ansiedade, para isso serão usadas técnicas de respiração e terapia do som. Conseguirmos controlar este tipo de sensações é um grande passo para, não só, controlar vários tipos de stress e/ou preocupações, mas também otimizar a *performance* e controlar o humor. Será uma interação individual. A terceira interação, inspirada no *CareerCoach* tem como objetivo promover uma melhor comunicação e relação interpessoal. Será uma interação em equipa, os participantes serão desafiados a interagir com pessoas desconhecidas, onde terão que aplicar técnicas de resolução de conflito e problemas e discuti-las em equipa. Na quarta e última interação, os participantes terão acesso a uma sala com um palco onde terão a oportunidade de assistir a palestras dinâmicas, apresentadas por *experts* em saúde mental (Brain coaches, Leadership Experts, Motivational Speakers etc.)

O objetivo final da experiência “Metanoia” será sempre consciencializar e contribuir com o conhecimento de estratégias de prevenção e *coping* ao Burnout através de uma experiência multissensorial, interativa e incomum.

1.5.1.1 Primeira interação: Sensação de aperto/encurralamento

A primeira interação tem como principal objetivo despertar sentimentos de aperto/encurralamento, apesar de ser uma interação que possa despertar alguns sentimentos de stress e/ou ansiedade, é uma interação relativamente rápida, e o facto de ser maleável torna a experiência menos intensa. A ideia principal é que o utilizador seja desafiado e possa aprender na interação seguinte a acalmar estes sentimentos. Será possível não passar por esta interação, tendo acesso direto à segunda interação.

1.5.1.1.1 Projeção e Espaço

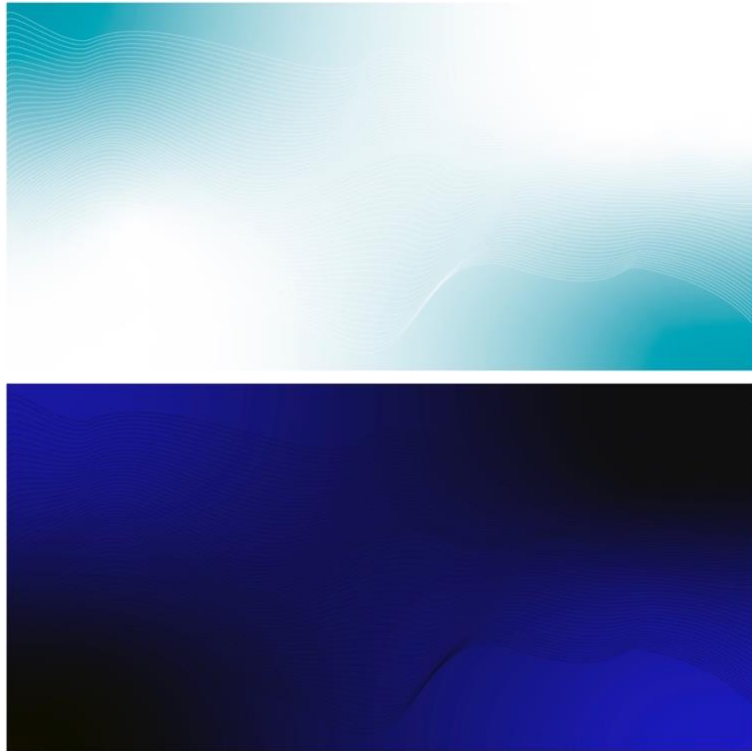


Figura 28. Projeções da entrada interativa (Autora, 2021)

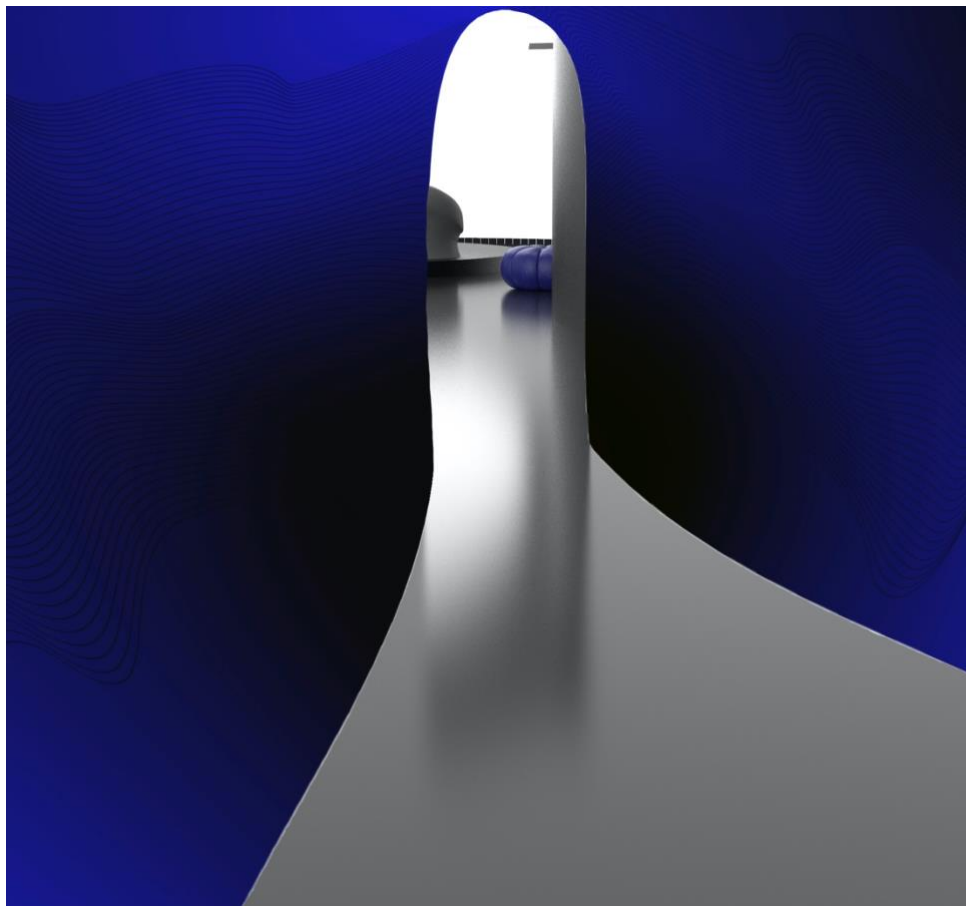


Figura 29. Projeções da entrada interativa (Autora, 2021)

1.5.1.2 Segunda interação: Controlo da respiração e ritmo cardíaco + *Layouts*

A mente e a respiração estão interligadas, não é possível controlar pensamentos, estes apenas “aparecem”, mas é possível controlar o ritmo da respiração, e quando a respiração acalma, a mente acalma, os pensamentos ficam mais claros e a mente relaxada. As técnicas de respiração podem reduzir o stress e a ansiedade, podem ajudar a pessoa a dormir ou até auxiliar no tratamento de doenças pulmonares. Algumas técnicas funcionam para dar alívio imediato, outras podem funcionar melhor com a prática ao longo do tempo. O simples facto de prestar mais atenção à respiração pode trazer benefícios para o bem-estar. A maioria das formas de meditação usa técnicas de respiração para relaxar o corpo e acalmar a mente. Encontrar a técnica respiratória certa e torná-la parte da rotina pode ajudar a pessoa a tirar partido dos seus benefícios. Os exercícios respiratórios funcionam através do estímulo do nervo *Vagus*. Estudos feitos por Gerritsen e Band em 2018 e por De Couck em 2019, corroboram que expirar por um tempo prolongado é uma maneira simples e fácil de estimular este nervo, combatendo assim respostas de stress e melhoria da Variedade de Frequência Cardíaca (VFC), este é o nervo responsável pela desaceleração do ritmo cardíaco. Durante a fase de inspiração de um ciclo respiratório, o Sistema Nervoso Simpático (SNS) facilita uma breve aceleração da frequência cardíaca, e durante a expiração o nervo *Vagus* secreta uma substância transmissora (ACh) que causa a desaceleração nos intervalos entre batimento cardíaco através do sistema nervoso parassimpático (SNP). A VFC é usada para “listar” a robustez das respostas do nervo *Vagus* e do Tónus Vagal (TV) de cada pessoa. Uma VFC mais alta está associada a uma função do nervo *Vagus* mais forte, níveis mais baixos de stress crónico e melhor saúde geral e cognição. Na segunda interação serão oferecidas técnicas de respiração, que terão objetivos distintos, entre eles estarão: Foco; Performance; Acalmar a mente; Controlo de stress, ansiedade e ataques de pânico; Melhoria do sistema imunitário e Controlo do humor. Serão ensinadas nove técnicas diferentes de respiração:

Box Breathing

Acalma a frequência da respiração, ativa uma resposta de relaxamento restaurador no corpo, o ritmo cardíaco retarda e a pressão arterial diminui, esta técnica de respiração eleva a performance e concentração, aliviando o stress simultaneamente.

Como executar: Sentar com a coluna vertebral direita e os ombros relaxados; Colocar as mãos nos joelhos com as palmas para cima; Expelir todo o ar dos pulmões; Inspirar pelo nariz durante 4 segundos; Suster a respiração durante 4 segundos; Expirar pela boca durante 4 segundos; Suster a respiração durante 4 segundos; Repetir durante 1 minuto.

Método 4-7-8

Esta técnica ajuda com o stress, ansiedade e dificuldade em dormir. Pode ajudar a aliviar uma mente ocupada antes de ir para a cama. Focar na respiração e fazer contagens pode desviar a atenção de preocupações ou stress enquanto a pessoa tenta adormecer. Esta técnica também ajuda a regularizar a respiração o que pode relaxar o corpo.

Como executar: Sentar com a coluna vertebral direita e os ombros relaxados; Apoiar a ponta da língua no céu da boca; Expelir todo o ar dos pulmões; Inspirar pelo nariz durante 4 segundos; Suster a respiração durante 7 segundos; Expirar pela boca durante 8 segundos; Repetir durante 1 ou 2 minutos.

Physiological High

Esta técnica acalma a ansiedade e ataques de pânico.

Como executar: Sentar com a coluna vertebral direita e os ombros relaxados; Expelir todo o ar dos pulmões; Inspirar 2x pelo nariz; Expirar lento e continuo 1x pela boca até sentir os pulmões vazios; Repetir até sentir calma e relaxamento.

Lion's Breath

A respiração do leão é uma prática de respiração energética que alivia a tensão no peito e na face, usada no Yoga, também conhecida como “postura do leão” ou “*simhasana*”.

Como executar: Encontrar uma posição confortável sentada; Pressionar as palmas das mãos contra os joelhos com os dedos bem abertos; Inspirar profundamente pelo nariz com os olhos bem abertos; Ao mesmo tempo, abrir a boca e colocar a língua de fora, trazendo a ponta da língua ao queixo; Contrair os músculos da garganta enquanto se expira pela boca criando um som “ha”; Olhar na direção da ponta do nariz; Repetir 2 ou 3 vezes.

Respiração da Narina alternada

A respiração da narina alternada, também conhecida como “*nadi shodhana pranayama*” é uma técnica respiratória de relaxamento. Esta técnica tem demonstrado melhorias na função cardiovascular e diminui a frequência cardíaca. Deve ser praticada com o estômago vazio e evitada caso se sinta enjojo ou congestionamento.

Como executar: Escolher uma posição confortável sentada; Com a mão direita, pressionar o indicador e dedo do meio contra a palma, mantendo os outros dedos esticados; Depois de expirar, usar o pulgar direito para gentilmente fechar a narina direita; Inspirar pela narina esquerda e de seguida tapar a narina esquerda com os dedos mindinho e anelar; Libertar o

pulgar e expirar pela narina direita; Inspirar pela narina direita e tapar; Libertar a narina esquerda e expirar por este lado; Isto é um ciclo; Continuar por 5 minutos; Terminar expirando pelo lado esquerdo.

Respiração do Lábio Contraído

Esta técnica respiratória desacelera o ritmo da respiração fazendo que com se aplique um esforço deliberado em cada respiração. Pode ser praticada a qualquer momento e pode ser especialmente útil durante atividades como levantar pesos ou subir e descer escadas.

Como executar: Relaxar o pescoço e os ombros; Mantendo a boca fechada inspirar devagar pelo nariz durante 2 segundos; Contrair os lábios como se fosse assobiar; Expirar lentamente pelos lábios por 4 segundos; Repetir 4 ou 5 vezes por dia para melhor aprender esta técnica.

Respiração Ressonante ou Coerente

A respiração ressonante, também conhecida como respiração coerente, ocorre quando se respira num padrão de 5 respirações completas por minuto. Para atingir este padrão tem que se inspirar e expirar com a contagem de 5 segundos. Respirar a este ritmo maximiza a variabilidade da frequência cardíaca (VFC), reduz o stress e, de acordo com um estudo de 2017, pode reduzir os sintomas de depressão quando combinado com “*Iyengar*” yoga.

Como executar: Inspirar por 5 segundos; Expirar por 5 segundos; Continuar este padrão por alguns minutos.

Sitali

Esta prática de respiração de yoga ajuda a diminuir a temperatura do corpo e relaxar a mente. Como nesta prática se inspira pela boca, é necessário escolher um local livre de alergénicos e poluição.

Como executar: Escolher uma posição confortável sentada; Colocar a língua de fora e “enrolá-la” para que as extremidades se unam; Se não for possível, em vez disto, contrair os lábios; Inspirar pela boca; Expirar pelo nariz; Continuar por 5 minutos.

***Bhramari* (Zumbido de Abelha)**

A sensação única desta prática de respiração de yoga ajuda a criar uma calma instantânea e é especialmente calmante em torno da testa. Algumas pessoas usam o “Zumbido de Abelha” para aliviar frustração, ansiedade e raiva. Deve-se escolher um local onde possa produzir sons.

Como executar: Escolher uma posição confortável sentada; Fechar os olhos e relaxar as face; Colocar os primeiros dedos no *tragus*, a cartilagem que tapa parcialmente o canal auditivo;

Inspirar, enquanto se expira carregar gentilmente com os dedos na cartilagem; Manter a boca fechada, produzindo um som alto de zumbido (“hum”); Continuar enquanto se sentir confortável.

Os exercícios respiratórios podem ajudar com uma série de condições médicas, especialmente com o stress e a ansiedade. São mais eficazes como parte de uma rotina diária. Familiarizar-se com um exercício de respiração pode levar algum tempo. Para melhor entender sobre o controlo de respiração pode-se aprender com terapeutas respiratórios ou professores de yoga especializados com a prática, que será algo presente na última interação da “Metanoia”.

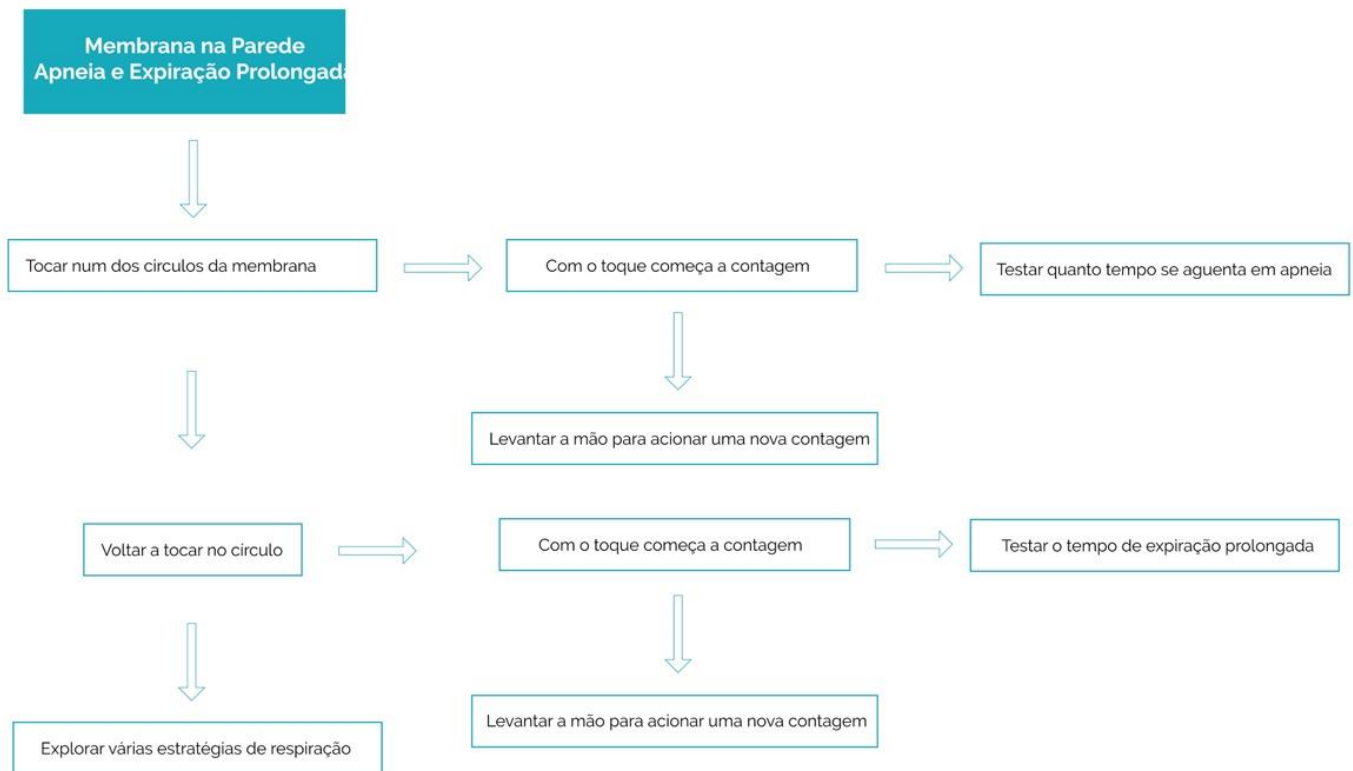


Figura 30. User Experience, Exercícios de Respiração (Autora 2021)

Nesta interação o utilizador terá que encostar a mão à membrana (Fig.31), que irá ativar uma contagem para testar quanto tempo aguenta em apneia. Terminada esta contagem o utilizador retira a mão e volta a toca para começar uma nova contagem onde pode testar o tempo de expiração prolongada.

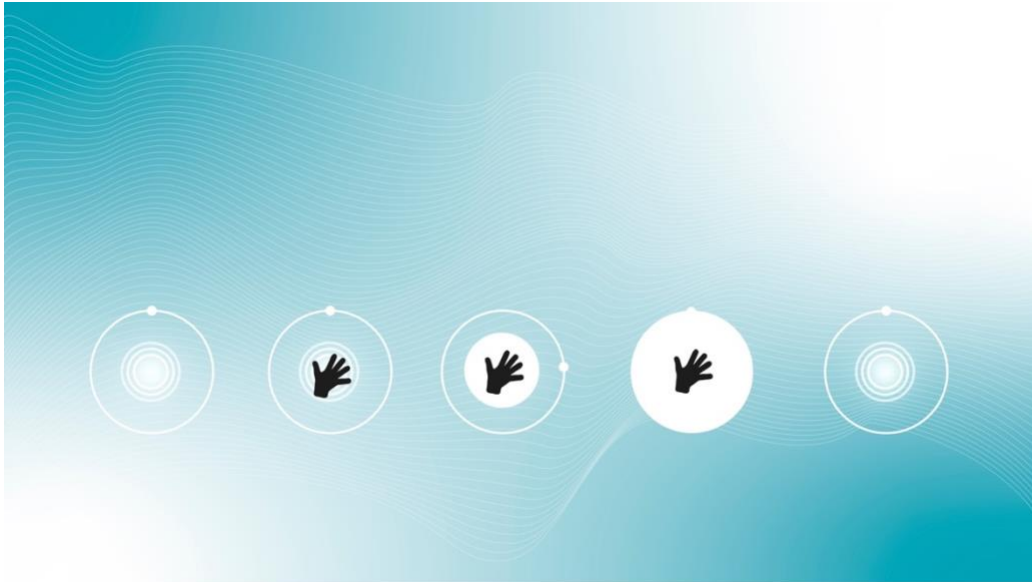


Figura 31. Lyout Exercícios de Respiração (Autora 2021)



Figura 32. User Experience, Exercícios de Respiração (Autora 2021)

Nesta interação o utilizador quando olha para a membrana interativa acima verá vários exercícios de respiração que iniciarão com o primeiro toque, depois é só sentar, desfrutar e relaxar. Os exercícios são em formato circular, o círculo pequeno anda à volta conforme o tempo passa e o círculo maior enche, dando a volta completa é só passar à próxima fase seguindo as direções.

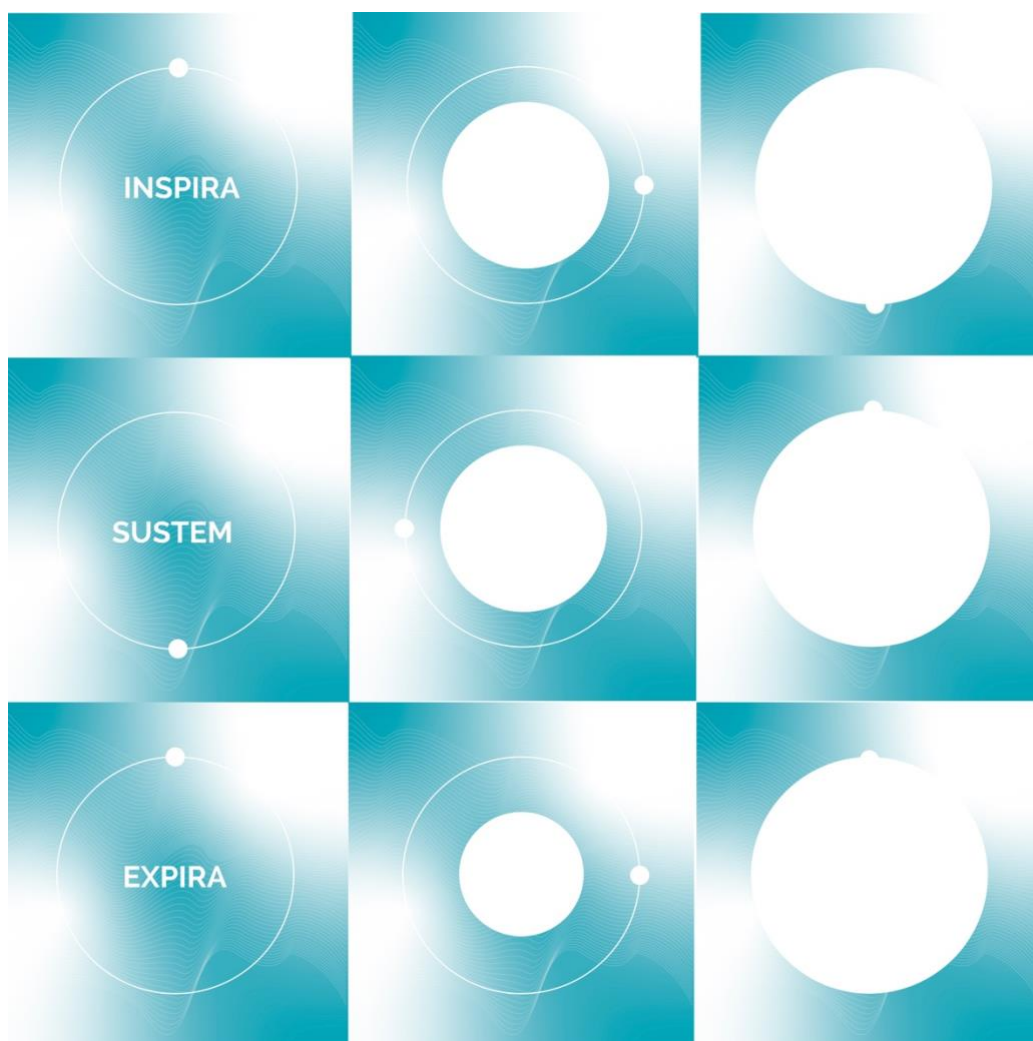


Figura 33. Layout Exercícios de Respiração (Autora 2021)

1.5.1.3 Terceira interação: *Team building*

68

Inspirada no âmbito do *CareerCoach*, a terceira interação terá como principal objetivo promover uma melhor comunicação e relação interpessoal. Os participantes terão que aplicar técnicas de resolução de conflito e problemas e discuti-las em equipa. O modelo *CareerCoach* é o resultado de uma pesquisa científica, feita pela Universidade de Antuérpia que foi sujeita a um processo de validação detalhado e compreensivo. Os relatórios do *CareerCoach* foram desenvolvidos pela Universidade de Antuérpia e a empresa Th talento num projeto de co-criação. Estes relatórios são gerados com base nas respostas do questionário online “*CareerCoach*”. Esta avaliação resulta num sumário validado e composto por vinte indicadores incluindo valores, atitudes, comportamento e julgamento pessoal. Juntos criam uma visão holística de como o avaliado gere a sua carreira. O modelo *CareerCoach* é composto por três estruturas detalhadas e complementares:

- (1) **Valores de Carreira:** Agrupado em Motivadores e Armadilhas. Por exemplo o Impulso Social, a Estabilidade profissional, *Job-hopping* e Isolação de carreira.
- (2) **Atitudes de Carreira:** Adaptabilidade, Autoiniciação, Senso de propósito e Mobilidade.
- (3) **Equilíbrio Energia-Stress:** Autoeficácia, Resiliência, Esperança e Otimismo.

Em anexo estará um exemplo de um relatório feito a uma empresa, SLOT Recursos Humanos, e os seus resultados. Este foi o relatório utilizado como base e inspiração para a terceira interação.

Interação de *Problem Solving*

Os participantes vão aprender sobre os “6 Chapéus do Pensamento”, escrito pelo Dr. Edward de Bono, estes são uma ferramenta para aumentar a produtividade do pensamento criativo, dividindo os diferentes estilos de pensamento em seis “chapéus”:

- (1) **Chapéu Amarelo - Benefícios:** Pontos positivos, Vantagens, Melhorias, Benefícios, Otimismo.

Questões:

- Quais são os pontos positivos?
- Porque será esta solução preferível?

- Como podemos fazer isto funcionar?

(2) **Chapéu Preto - Problemas:** Pontos fracos, Pontos negativos, Desvantagens, Pessimismo.

69

Questões:

- Qual é o problema?
- Quais são os pontos fracos?
- Porque é que não será possível resolver este problema?

(3) **Chapéu Azul - Planos:** Resoluções, Análise, Organização, Raciocinar, Pensar.

Questões:

- Qual é a meta de pensamento?
- Como vamos planear a solução?
- Qual é o próximo passo?

(4) **Chapéu Verde - Ideias:** Soluções, Recomendações, Propostas, Possibilidades, Alternativas.

Questões:

- Qual são as nossas sugestões?
- Quais são outras ideias?
- Haverá mais alternativas?
- Poderíamos fazê-lo de outra forma?

(5) **Chapéu Vermelho - Emoções:** Sentimentos, Suposições, Palpites, Reações instintivas.

Questões:

- Como nos sentimos em relação a isto?
- Quais são os nossos palpites?

(6) **Chapéu Branco - Factos:** Informações, Detalhes, Evidências.

Questões:

- Que informações temos?
- Que informações precisamos?
- Que informações estão em falta?
- Como vamos conseguir as informações que precisamos?

Cada participante assume o papel de um chapéu, garantindo que todos os pontos de vista sejam discutidos. Além de melhorar a qualidade de decisão, a técnica dos “6 Chapéus do Pensamento” tem outros benefícios a oferecer:

Pensamento mais organizado. É certo que todos os pontos de vista vão ser discutidos, e isto ajuda a avaliar as informações obtidas de forma eficiente e precisa.

Criatividade aprimorada. Isto faz com que haja um afastamento de posições e abordagens padrão. Comparar ou combinar diferentes perspectivas às vezes pode desencadear pensamentos novos.

Melhores competências de pensamento. É uma ótima maneira de fortalecer competências importantes, como curiosidade e pensamento crítico.

Competências interpessoais mais fortes. Isto incentiva a praticar o “ouvir”, “questionar” e “responder”. Portanto, pode também tornar uma pessoa mais persuasiva, a melhor identificar quando os outros precisam de apoio e mais confiante para resolver conflitos quando eles surgirem.

Maior inclusão em equipa. Exige que as pessoas ponham de lado quaisquer preconceitos e se concentrem em ver as coisas da mesma perspectiva por algum tempo. O debate ainda acontece, mas é baseado no entendimento compartilhado - o que pode ajudar todos a sentirem inclusão.

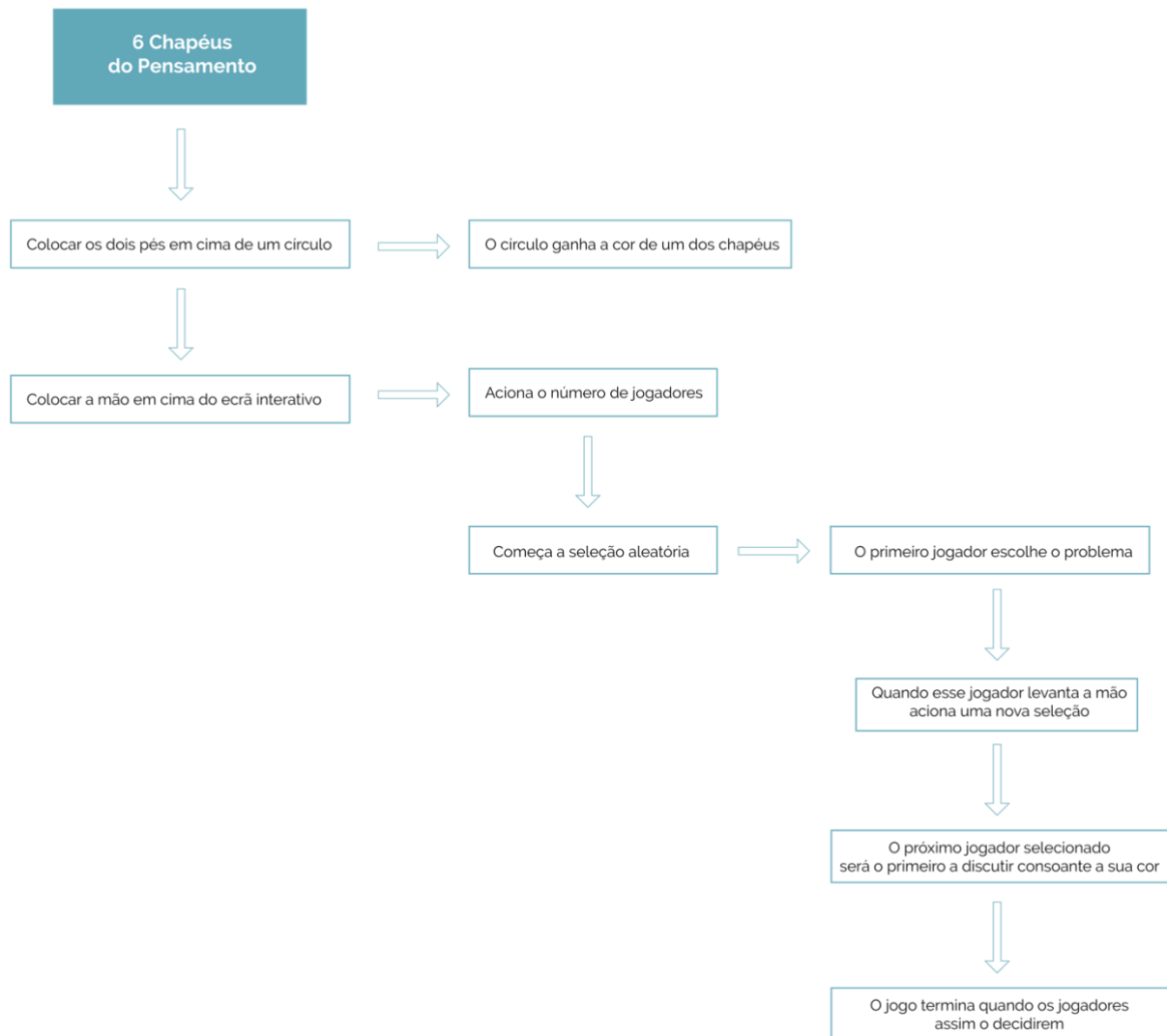


Figura 34. User Experience, Jogo “6 Chapéus do Pensamento”. Autora 2021

Nesta interação o utilizador terá que se colocar em cima de um dos círculos do chão. De seguida coloca a sua mão no respetivo local da mesa interativa, acionando assim uma seleção aleatória. O primeiro jogador a ser selecionado escolhe o problema e levanta a mão, com esta ação uma nova seleção aleatória irá ser iniciada e cada círculo no chão ganha a cor de um dos chapéus. Depois é só “resolver” o problema consoante a sua cor. O jogo termina quando os jogadores assim o decidirem.

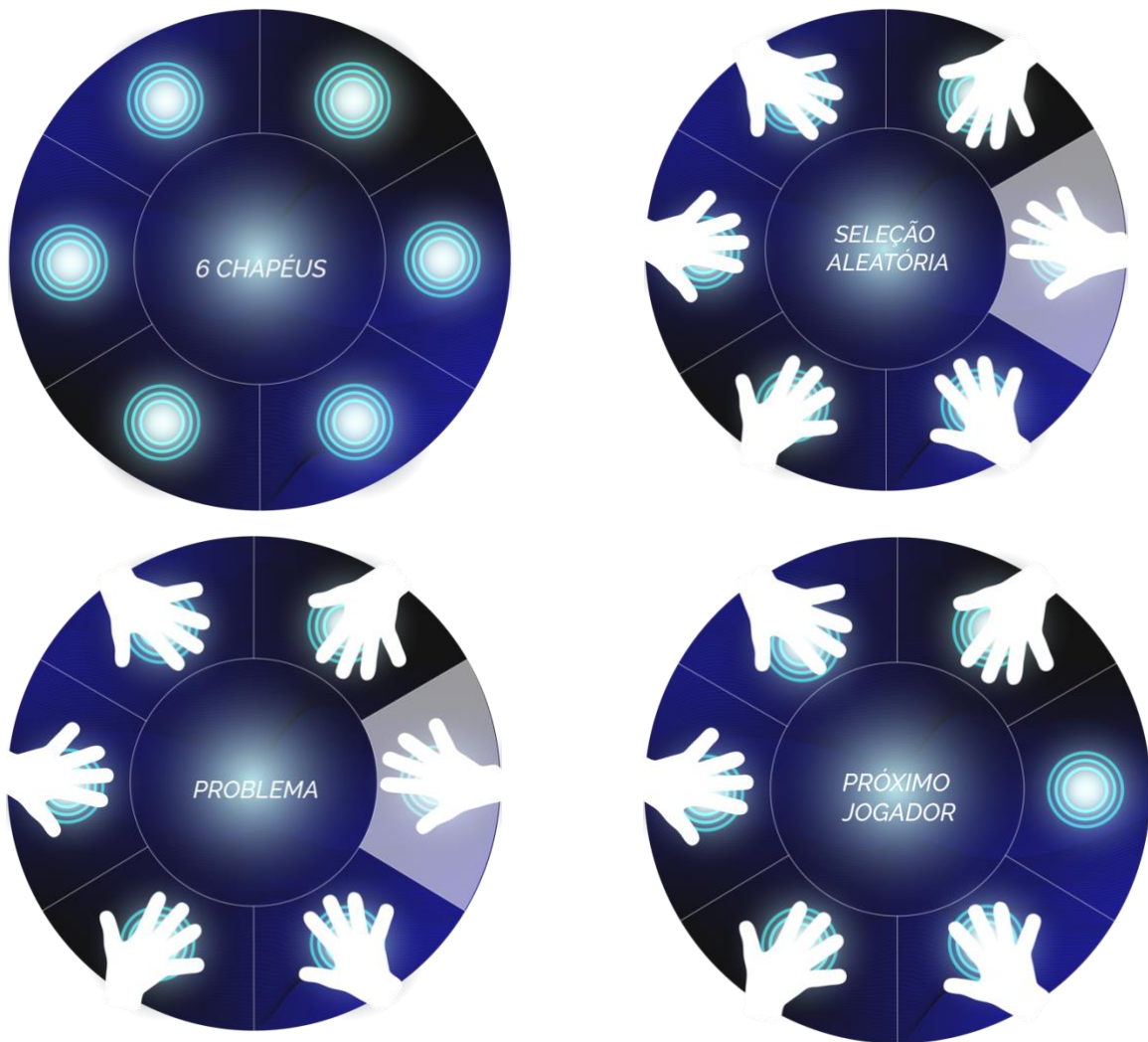


Figura 35. Interface e User Interaction do Jogo “6 Chapéus do Pensamento”. Autora 2021

Interação de Positivismo

Para esta interação será aplicada uma “Roda do Positivismo”, baseada na roda da sorte, esta roda terá oito frases para completar de forma positiva. Esta atividade ajuda a manter uma atitude positiva para diferentes temáticas, entre elas estarão: Isto torna-me único/a; Eu sinto-me forte quando...; Esta semana concretizei; Eu diverti-me quando...; Eu sinto-me relaxado/a quando...; Uma qualidade na qual tenho orgulho é...; Eu fiz o meu melhor para ultrapassar...; Hoje estou grato/a por... Fazer este diálogo reduz o stress e aumenta a confiança e resiliência. Com estas duas interações diferentes os participantes acabam por estimular as três estruturas do CareerCoach, e assim melhor entender a importância tanto do trabalho em equipa como do trabalho pessoal.

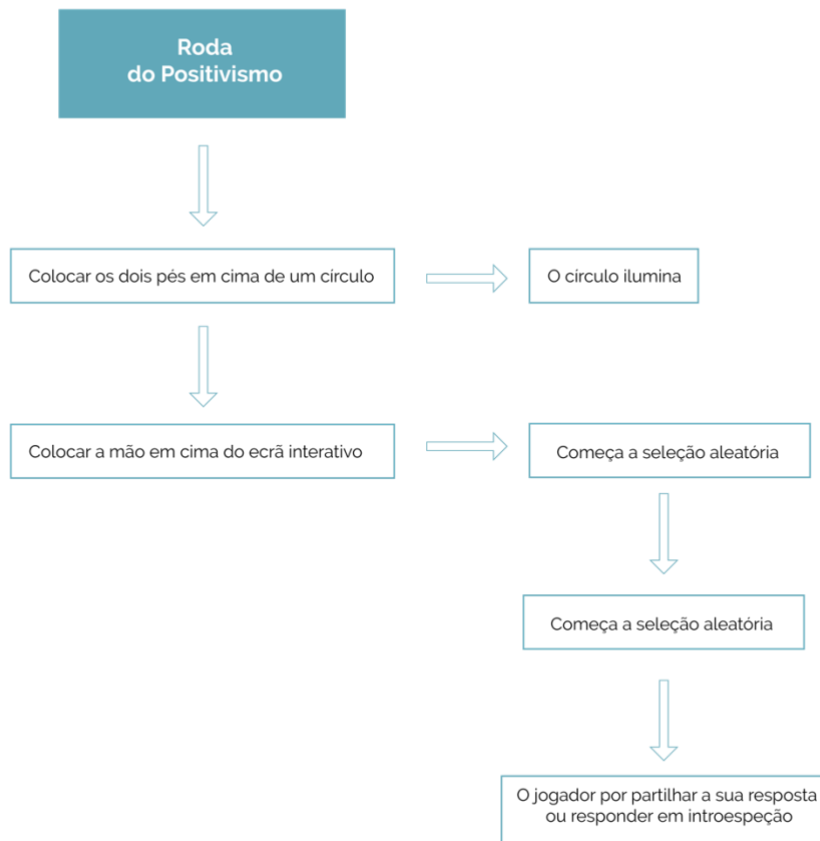


Figura 36. User Experience, Jogo “Roda do Positivismo”. Autora 2021

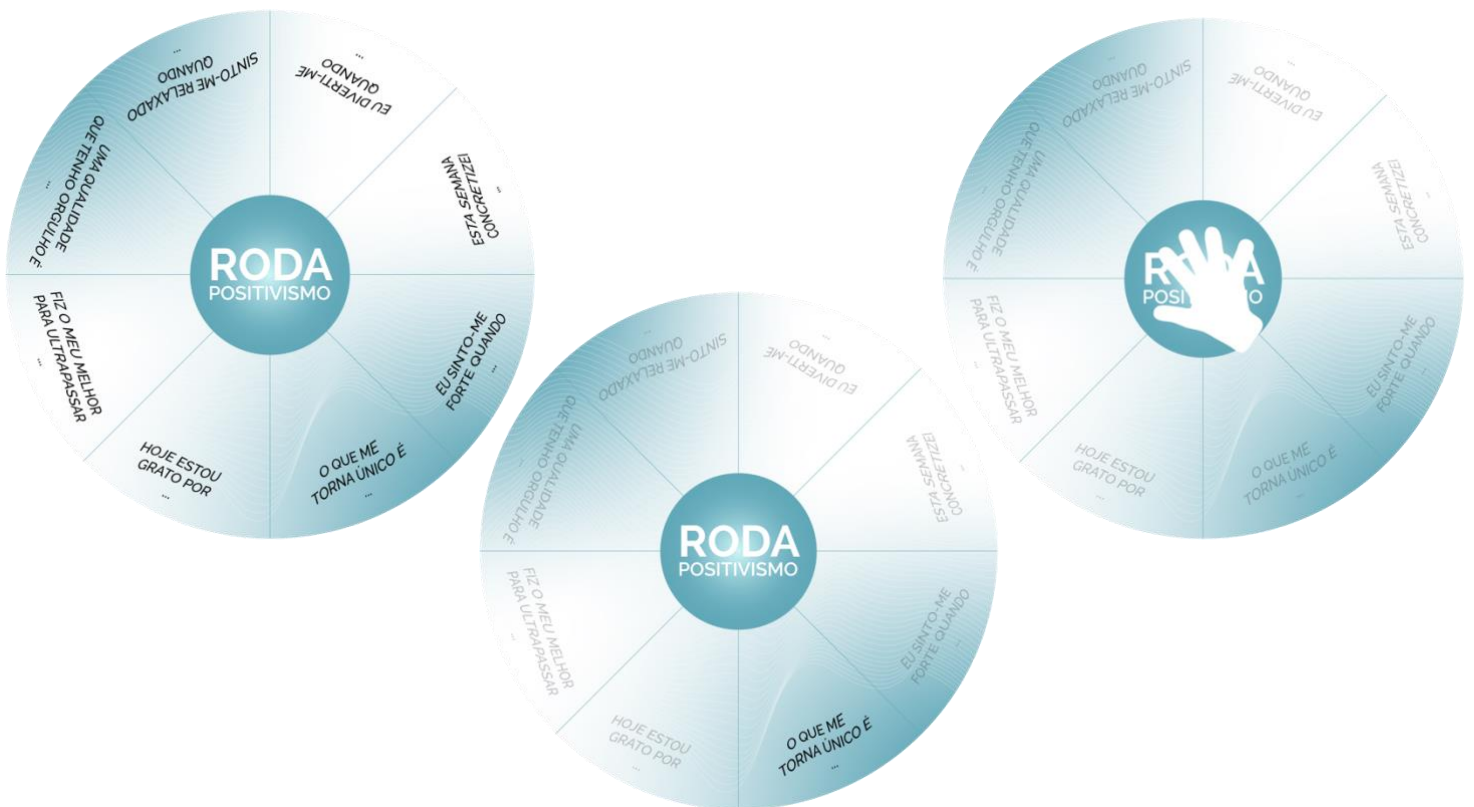


Figura 37. Interface e User Interaction do Jogo “Roda do Positivismo”. Autora 2021

1.5.1.4 Quarta Interação: Palestras dinâmicas

Na quarta e última interação, os participantes serão convidados a assistir a uma panóplia de palestras dinâmicas dadas por oradores *experts* em saúde mental, tais como: Brain coaches, Leadership Experts, Motivational Speakers etc. Onde terão a oportunidade de ter LifeCoaching e CareerCoaching. Nesta interação poderão estar até 20 pessoas na plateia. E também será possível assistir a estas palestras online.

Alguns exemplos de oradores que poderiam estar presentes na experiência “Metanoia”

- **Robin Sharma.** *Leadership Expert, Advisor of Business Titans and Humanitarian*
- **Vishen Lakhiani.** *New York Times best-selling Author & Founder of Mindvalley*
- **Lisa Nichols.** *Founder & CEO of Motivating the Masses*
- **Jon and Missy Butcher.** *Entrepreneurs and Founders of Lifebook*
- **Jim Kwik.** *Brain Performance Expert*
- **Michael Beckwith.** *Spiritual Teacher, Author & Founder of Agape International Spiritual Center*
- **Marisa Peer.** *UK's 1st Therapist & Creator of Rapid Transformational Therapy*
- **Marie Diamond.** *Global Transformational Teacher & Feng Shui Master*



Figura 38. Comunicação Oradores (Autora, 2021)

3.3.2 Painéis Informativos

Os painéis informativos são ecrãs táteis que aparecerão antes das interações de modo a explicar os conceitos que irão ser utilizados para a aprendizagem, como também a explicação do funcionamento das interações.



Figura 39. Painéis Informativos (Autora, 2021)

3.3.3 Espaço

3.3.3.1 Planta (em Apêndice) e circulação

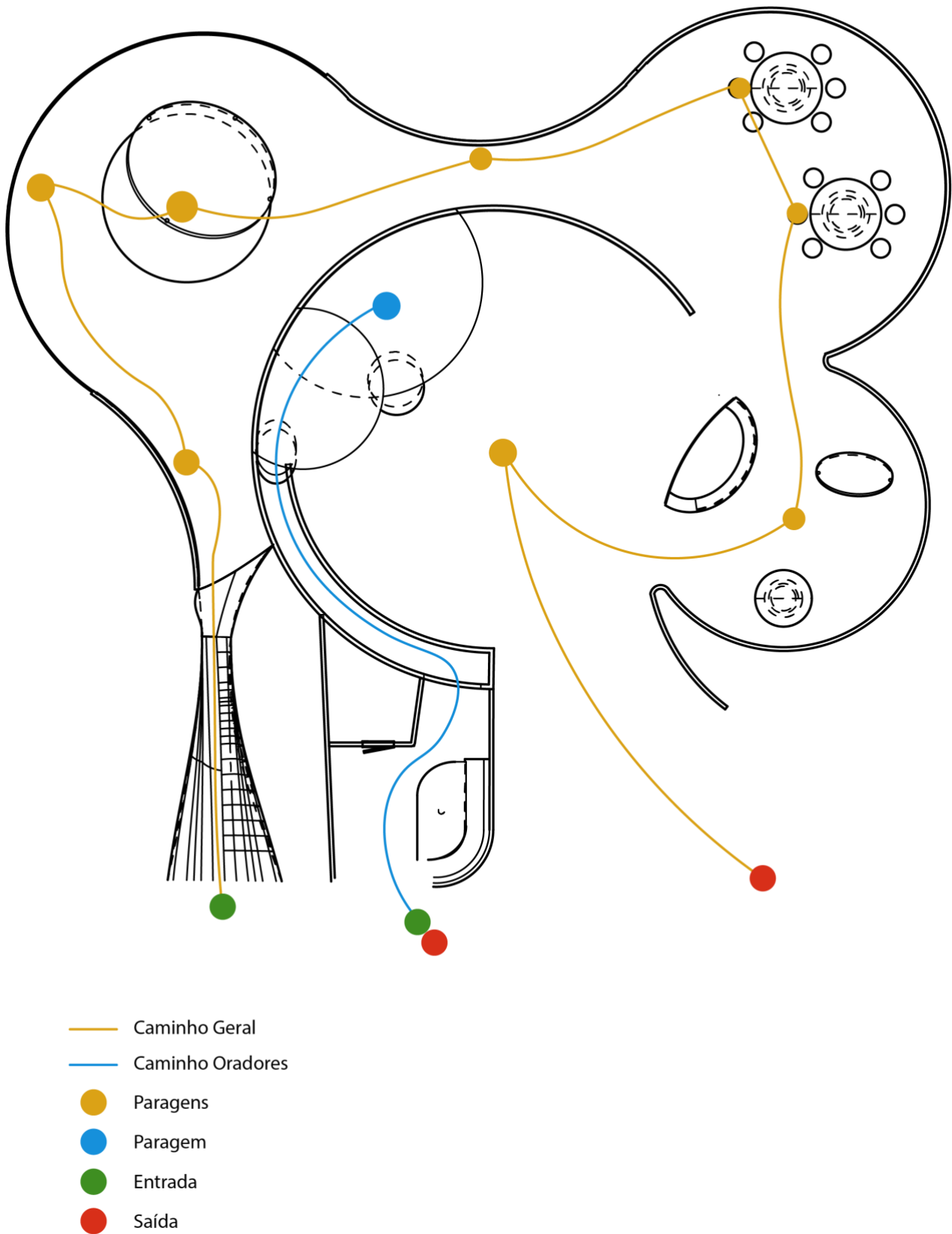


Figura 40. Circulação no espaço (Autora, 2021)

3.3.3.2 User Experience

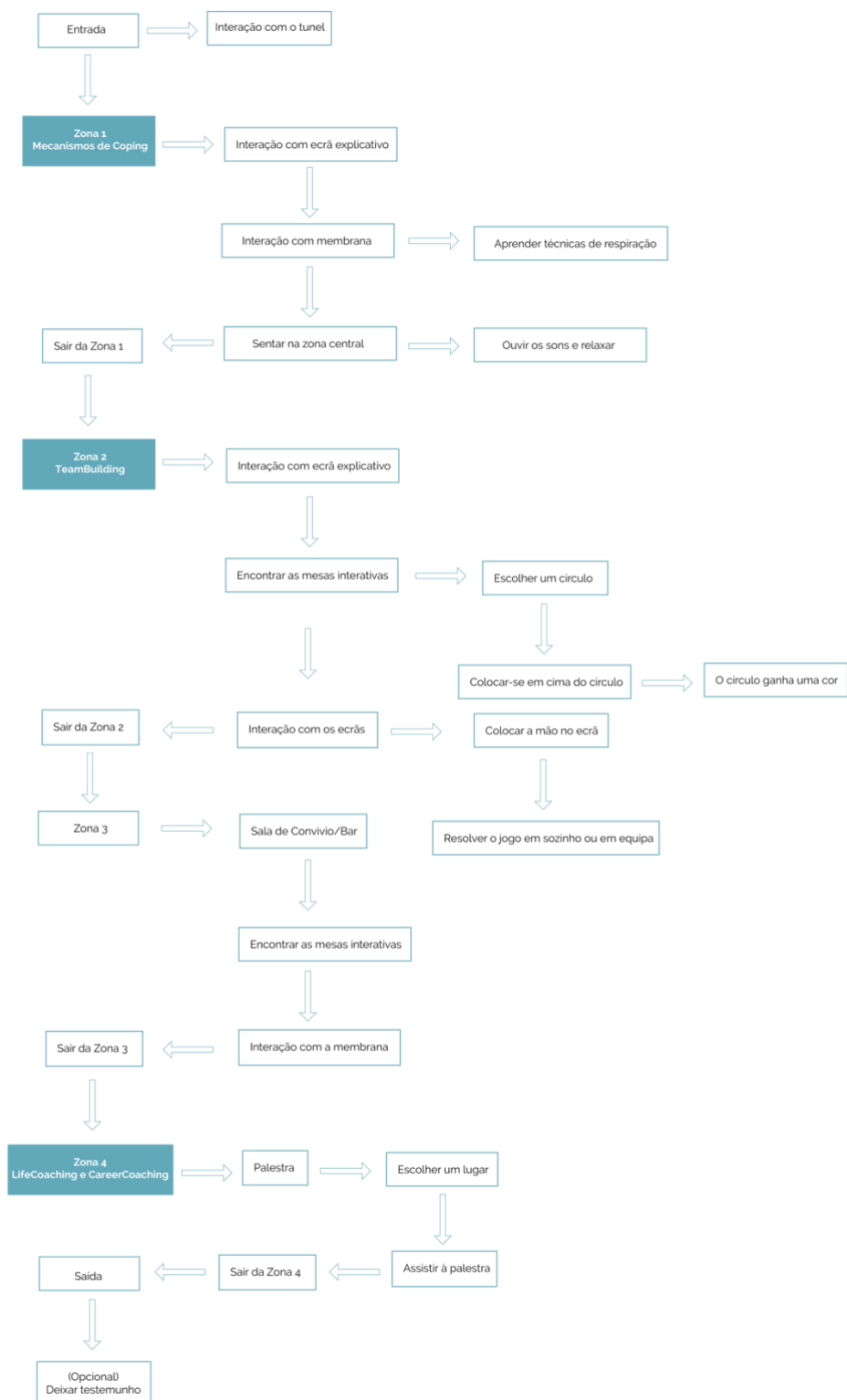


Figura 41. User Experience Metanoia (Autora, 2021)

3.3.3.3 Materiais

Membrana Tátil

Uma experiência tátil imersiva, a Membrana (BYMELT, 2013) é um ecrã tátil interativo feito com tecido, é uma tecnologia realista, que quando existe toque existe uma reação. A estrutura orgânica e o toque do tecido fornecem uma experiência envolvente e tátil, o tecido reage ao toque e gera animações distintas, este material sente a pressão do toque e impacta a experiência visual. Redefine o mecanismo da interação do toque e assemelha-se mais a um organismo vivo do que a uma peça de tecnologia.

A escolha deste material foi feita para colocar na primeira e segunda interações, são as interações que mais mexem com os sentimentos e daí a procura por um material o menos tecnológico possível. Tanto o túnel da entrada com o ecrã interativo da segunda interação serão construídos com este material. E haverá também mais um ecrã interativo na sala de convívio com este material.

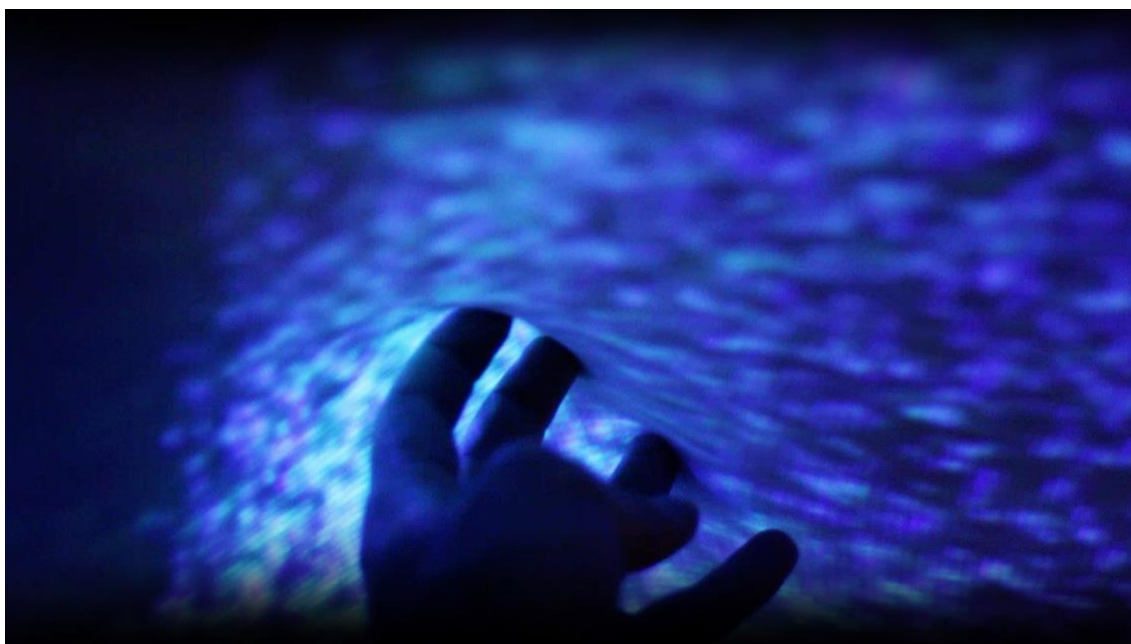


Figura 42. Membrana Tátil (BYMELT, 2013)

Ecrã Tátil – *Eyefactive (Interactive Systems)*

“Grandes unidades de multitoque, que servem como mesas ou paredes certamente atrairão a atenção na sua próxima exposição ou evento.” (Eyefactive, 2021)

A escolha destes ecrãs para as restantes interações deve-se ao facto de serem interações de cariz explicativo, e que precisam de melhor leitura, algo que, infelizmente, não conseguiria ser possível com a membrana. Foram escolhidos os ecrãs desta empresa porque têm características impactantes, tais como:

- Monitores multitoque contínuos em formatos personalizados
- Paredes de vídeo interativas em grande escala
- Infotermiais interativos e sistemas de quiosque
- Telas multitoque transparentes

Paredes em Placogesso/Pladur de montagem húmida

Processo de montagem das paredes:

Seco: as placas são curvadas quando aparafusadas na estrutura curva (montantes e guias)

Húmido com pré-moldagem: as placas são curvadas sobre um molde ou armação (de madeira). Húmedecer previamente, de preferência a face da placa sujeita à compressão (face côncava), enquanto a face sujeita à tração (face convexa) deverá estar mais seca.

3.3.3.4 Renders/Fotomontagens

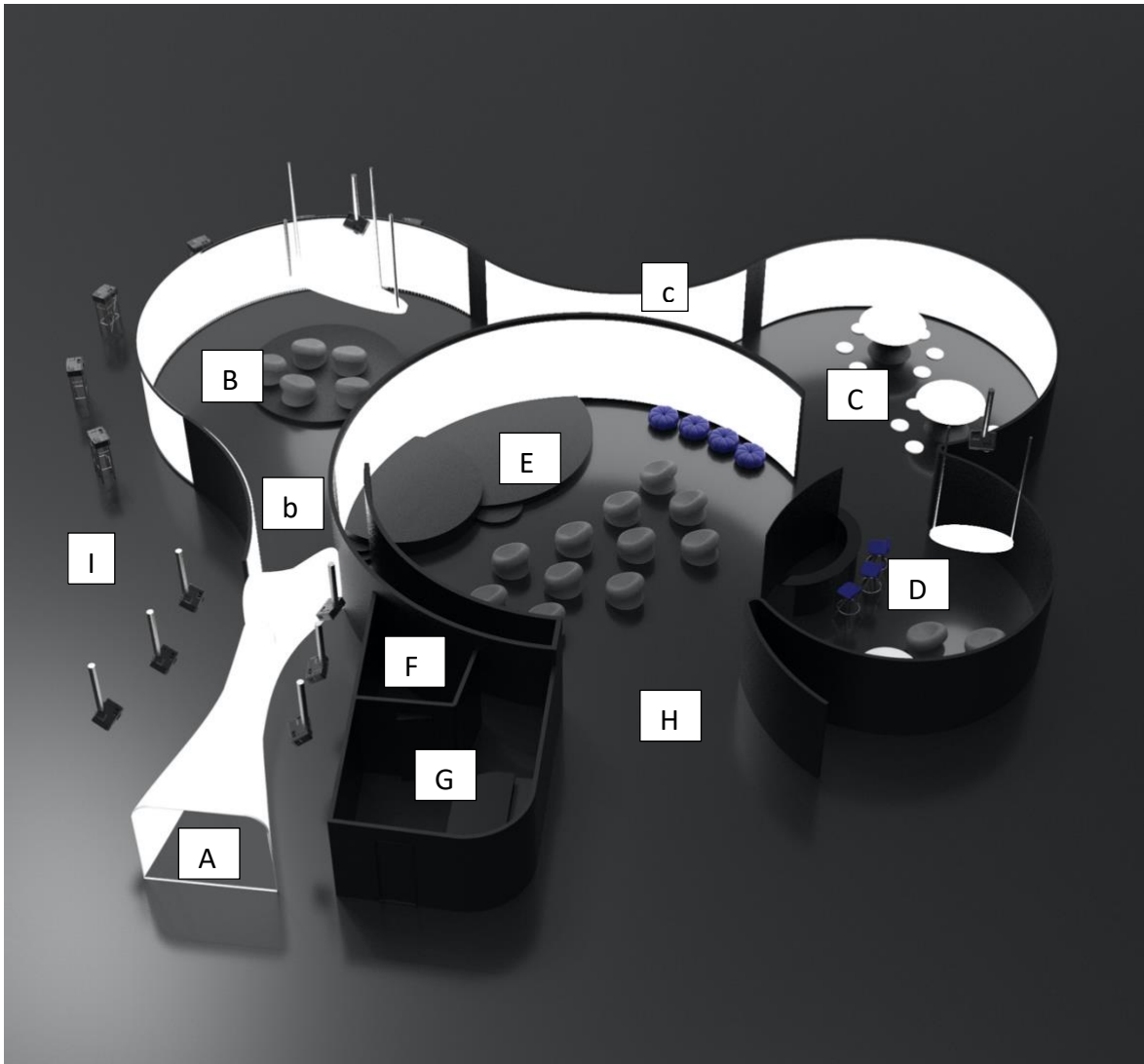


Figura 43. Espaço Metanoia (Autora, 2021)

- A.** Entrada: Túnel Interativo
- B.** Zona 1: Primeira Interação **b.** Primeiro Painel Informativo
- C.** Zona 2: Segunda Interação **c.** Segundo Painel Informativo
- D.** Zona 3: Sala de Espera/Convívio
- E.** Zona 4: Quarta Interação: Palestras
- F.** Sala de Controlo
- G.** Entrada/Sala dos oradores
- H.** Saída Geral/Entrada de cadeira de rodas
- I.** Projetores

A. Entrada + b. 1º Painel Informativo

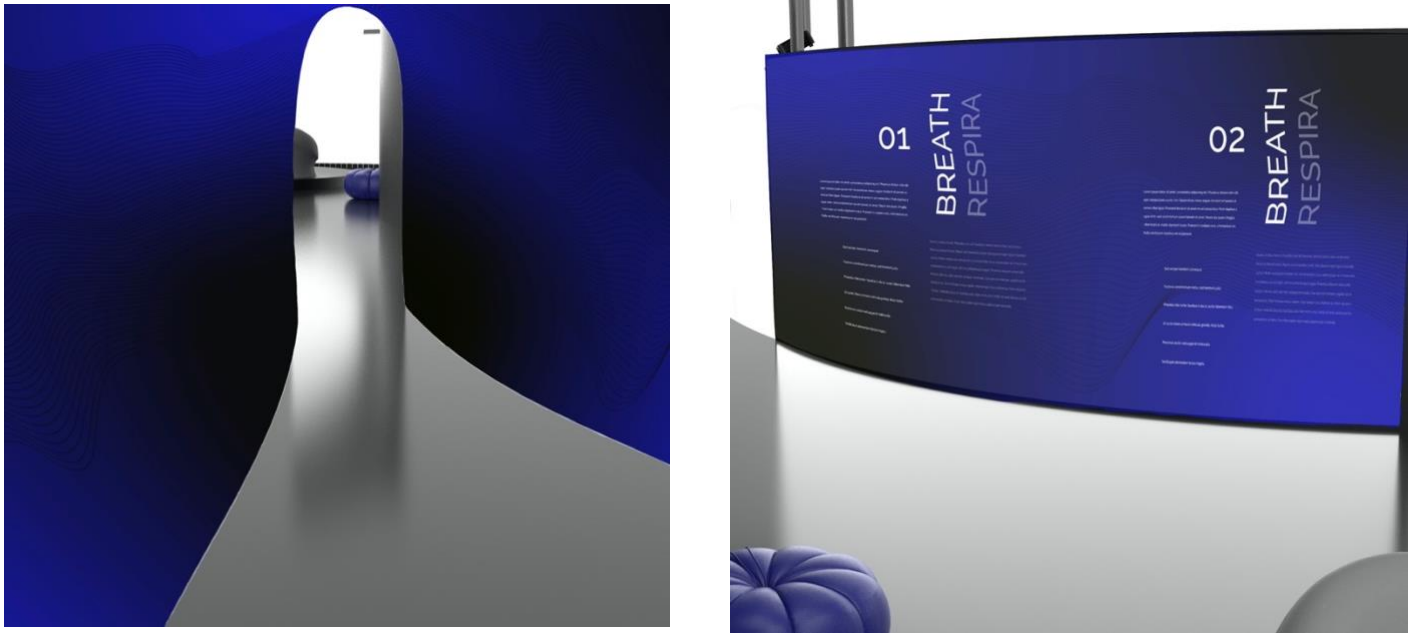


Figura 44. Entrada: Túnel Interativo + 1º Painel Informativo (Autora,2021)

B. Zona 1: Primeira Interação



Figura 45. Zona 1: Primeira Interação (Autora,2021)

C. Zona 2: c. 2º Painel Informativo + 2ª Interação



Figura 46. 2º Painel Informativo (Autora,2021)

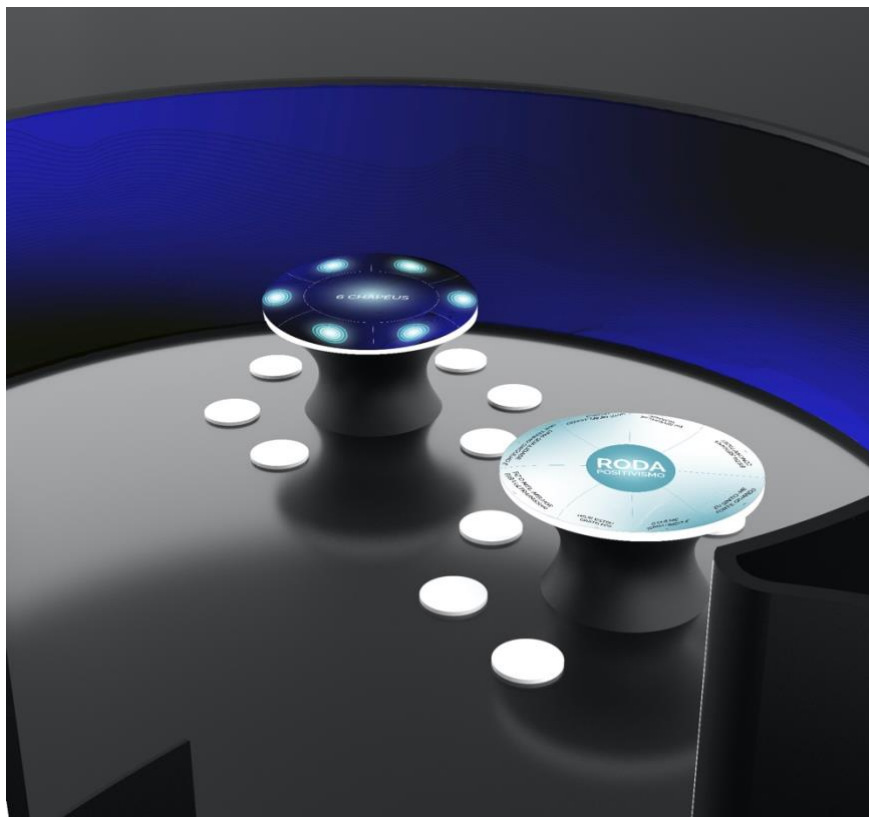


Figura 47. Zona 2: Segunda Interação (Autora,2021)

D. Zona 3: Sala de Espera/Convívio

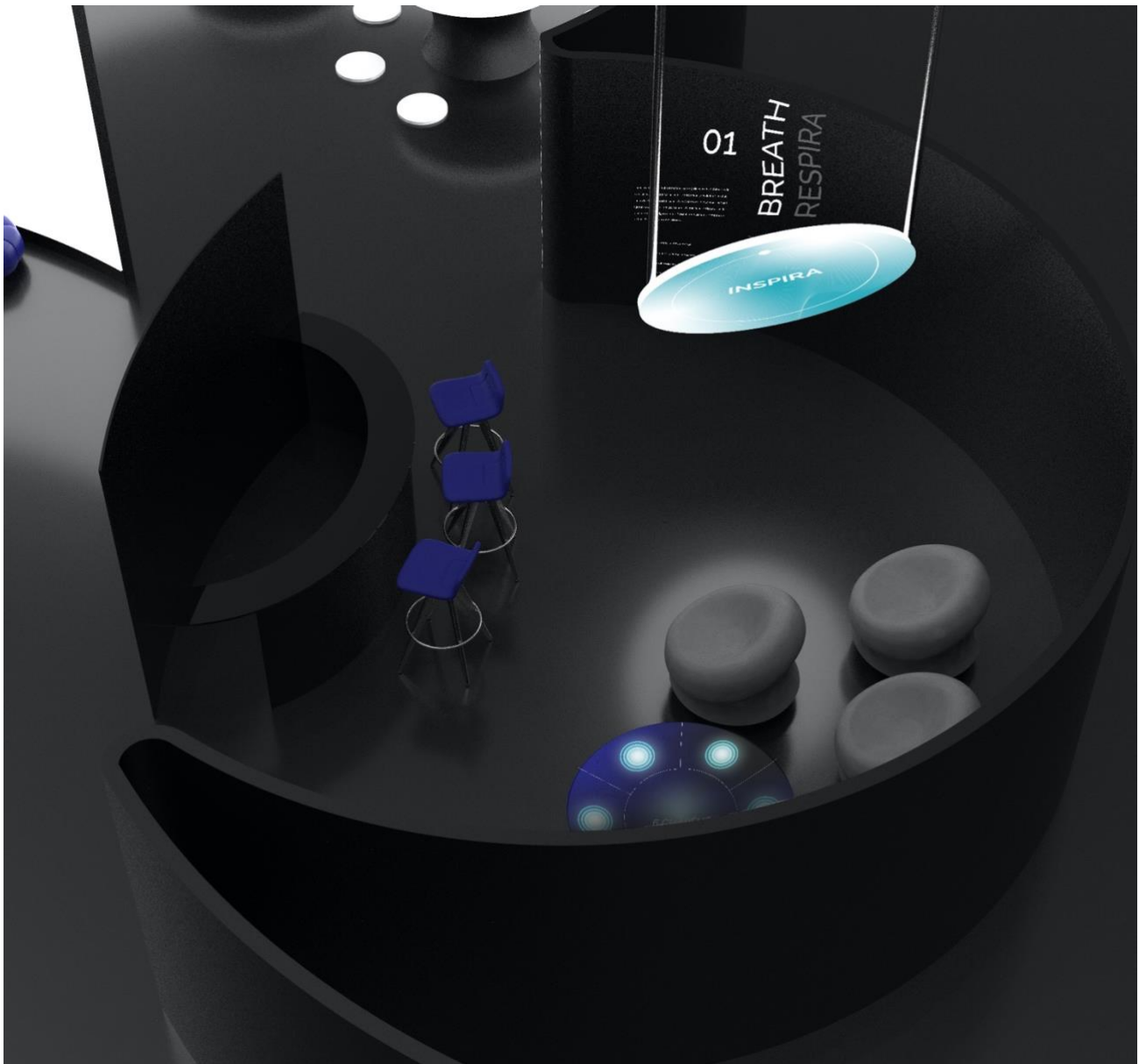


Figura 48. Zona 3: Sala de Espera/Convívio (Autora,2021)

E. Zona 4: Quarta Interação: Palestras



Figura 49. Zona 4: Quarta Interação (Autora,2021)



Vídeos Metanoia



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

4.1 Considerações finais

4.2 Desenvolvimentos futuros

4. Considerações finais

4.1 Considerações finais

Este projeto começou quando várias pessoas à minha volta começaram a falar do desgaste constante que sentem no seu ambiente laboral, ver de perto, pessoas que me são queridas, a sofrer devido às maiores necessidades da força de trabalho competitiva de hoje, criou uma grande revolta em mim. Eu como designer tinha que ser capaz de pelo menos tentar amenizar estes sentimentos de exaustão emocional, e por isso, nasceu o projeto *Metanoia*. Para melhor perceber a gravidade da situação foi feito um questionário online, baseado no MBI-HSS, para fazer um estudo sobre o impacto do *Burnout* na saúde e o *Work Life Balance*.

Durante a investigação começou a ficar cada vez mais evidente que este problema afeta a maior parte da população, e que uma das maiores razões consiste na falta de mecanismos de *coping* e de *teambuilding*. Portanto, rapidamente, consegui criar o foco do projeto - um projeto que não só sensibilizasse para o *stress* ocupacional e síndrome de *Burnout*, mas que também incorporasse uma oferta de mecanismos de *Coping* e *teambuilding*, dentro da terapia holística sem recorrer à psicologia clínica, às medicações (calmantes, antidepressivos, etc.). A investigação começou a focar-se em alternativas a estas soluções “medicadas” e foi então que os termos *Mindfulness* e *CBT* começaram a ganhar protagonismo no projeto. Era certo que o projeto *Metanoia* não poderia ser algo que fizesse estas pessoas procurarem e explorarem estas soluções num computador ou num telemóvel, teria que ser algo imersivo, que as fizesse esquecer por uns momentos todos os sentimentos derivados do *stress* ocupacional. Portanto segui uma rota experiencial, criar uma experiência multissensorial que sensibilizasse e interviesse contra o *Burnout*.

Ao analisar o conceito de “Experiência” e de como nasceu a disciplina de Design de Experiências consegui concluir que como os serviços e produtos são interligados por meio de uma série de interações físicas e digitais, os designers de experiências lutam para criar histórias coerentes e significativas para as pessoas. O Design de Experiências não é uma nova disciplina de design *per se*, mas sim uma nova mentalidade resultante da mudança da inovação impulsionada pela tecnologia, para a inovação impulsionada pelo ser humano e social. Designers de experiências são designers de produtos e serviços empáticos que pensam sobre as consequências do seu design antes de criar experiências que impactarão positivamente a vida das pessoas. Portanto eu cheguei à conclusão que quero ser designer de experiências, quero impactar positivamente a vida destas pessoas. O projeto *Metanoia* tornou-se “A Experiência Multissensorial *Metanoia*”.

Esta solução foi criada para amenizar os sentimentos de exaustão, sensibilizar todas as pessoas para esta problemática e contribuir, através de uma oportunidade de Design, para a intervenção.

O rumo da investigação levou a que encontrasse uma empresa que se esforça todos os dias por combater o *stress* ocupacional, e depois de entrar em contacto com a CEO da empresa, foram-me fornecidos os seus relatórios feitos no âmbito do *CareerCoach* (em anexo). O acesso a esses relatórios permitiu concluir que realmente qualquer empresa pode lutar pela saúde mental da sua equipa. Através da investigação feita à Postura Epistémica (Jan Bartscht, 2015), pude concluir que as empresas tradicionais apenas não o fazem por falta de conhecimento destas estratégias ou porque têm alguma resistência à Inovação. Tornou-se assim um dos objetivos deste projeto sensibilizar os quadros superiores para a importância do bem-estar das suas equipas.

As metodologias holísticas para o bem-estar comprovam que a experiência Metanoia será eficaz na contribuição para um ambiente laboral mais saudável e positivo e para uma sociedade mais informada e menos “medicada”.

Em suma, é necessário mudar mentalidades tradicionais para mentalidade inovadoras, a experiência Metanoia nasce para promover um estilo de vida dinâmico, autoeficaz, resiliente, esperançoso e otimista.

“You have to be willing to grow. Growth is different from something that happens to you: You produce it. You live it. The prerequisites for growth are the openness to experience events and the willingness to be changed by them.”

(Bruce Mau “An incomplete manifesto for growth” 2001)

4.2 Desenvolvimentos Futuros

A experiência Metanoia é um projeto aberto, com isto quero dizer que a qualquer momento todas as interações e experiências podem ser atualizadas. Porque é uma experiência itinerante, todas as interações podem ser adaptadas ao local onde será exposta.

Será para sempre um projeto adaptativo e de crescimento, vai evoluir conforme as pessoas e estas doenças evoluem.

Com o aprofundamento dos estudos sobre o Burnout, o team building, mecanismos de coping e mindfulness este projeto terá a oportunidade de estar sempre em crescimento. No futuro poderão haver muitas mais interações dentro do espaço e até adaptar a outras temáticas, como por exemplo a depressão na adolescência, entre outras.



5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E BIBLIOGRAFIA

5.1 Referências bibliográficas

5.2 Bibliografia

5. Referências Bibliográficas e Bibliografia

5.1 Referências Bibliográficas

Alexander, B., & Nobbs, K. (2020). Multi-sensory fashion retail experiences: The impact of sound, smell, sight and touch on consumer based brand equity. In *Global Branding: Breakthroughs in Research and Practice* (pp. 39-62). IGI Global.

American Psychological Association. (2016). 'Stress: Different kinds of stress'.

American Psychological Association. (2016). 'Stress won't go away? Maybe you are suffering from chronic stress'.

Anagnostopoulous F, Liolios E, Persefonis G, Slater J, Kefetsios K, Niakas D. (2012). Physician burnout and patient satisfaction with consultation in primary health care settings: evidence of relationships from a one-with-many design. *J Clin Psychol Med Settings*. 19(4):401-410.

Anbazhagan, A., Soundar Rajan, L.J. and Ravichandran, A. (2013): Work Stress Of Hotel Industry Employees In Puducherry. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, Vol. 2, ISS. 5, pp. 85-101.

Angermeyer, M. C., & Matschinger, H. (1994). Lay beliefs about schizophrenic disorder: the results of a population survey in Germany. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 89, 39-45.

Balasubramanian, N. (2018). Innovative operation strategies in VUCA world. *IOSR Journal of Business and Management*, 21(1), 107-116.

Bartscht, J. (2015). "Why systems must explore the unknown to survive in VUCA environments". Emerald Group Publishing Limited.

Baxter S, Sanderson K, Venn A, Blizzard CL, Palmer A. (2014). A relação entre o retorno do investimento e a qualidade da metodologia de estudo em programas de promoção da saúde no local de trabalho. *Am J Health Promot*.

Bhui KS, Dinos S, Stansfeld SA, White PD. (2012). Uma síntese das evidências para o gerenciamento do estresse no trabalho: uma revisão das revisões que relatam ansiedade, depressão e absenteísmo. *J Environ Saúde Pública*.

Biebel, K., Golden, L., Levin, L., Mizrahi, R. (2018). *College to Career: Supporting Mental Health*. Jed Foundation.

Bite, P., & Konczos-Szombathelyi, M. (2020). Employer branding concept for small-and medium-sized family firms. *Journal of International Studies* Vol, 13(3).

Blanchette, I., & Richards, A. (2010). The influence of affect on higher level cognition: A review of research on interpretation, judgement, decision making and reasoning. *Cognition & Emotion*, 24(4), 561-595.

- Blecharz, J., Luszczynska, A., Scholz, U., Schwarzer, R., Siekanska, M., & Cieslak, R. (2014). Predicting performance and performance satisfaction: Mindfulness and beliefs about the ability to deal with social barriers in sport. *Anxiety, Stress, & Coping*, 27(3), 270-287.
- Bloch, P. H. (2011). Product design and marketing: Reflections after fifteen years. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 378-380.
- Bo, H. X., Li, W., Yang, Y., Wang, Y., Zhang, Q., Cheung, T., ... & Xiang, Y. T. (2021). Posttraumatic stress symptoms and attitude toward crisis mental health services among clinically stable patients with COVID-19 in China. *Psychological medicine*, 51(6), 1052-1053.
- Bodenhausen, G. V., & Peery, D. (2009). Social categorization and stereotyping in vivo: The VUCA challenge. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(2), 133-151.
- Boehm, J. K., Lyubomirsky, S., Dickerhoof, R., & Sheldon, K. M. (2011). Becoming happier takes both a will and a proper way: an experimental longitudinal intervention to boost well-being. *Emotion*, 11(2), 391.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of marketing*, 73(3), 52-68.
- Boven, L.V., Gilovich, T.D. (2003). To Do or to Have? That Is the Question. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Burke, P. and Stets, J. (2014). "Identity verification and the social order". Disponível em: <http://rsp-lab11.ucr.edu/Papers/15.pdf> (Acessado a 2 de Fevereiro 2021).
- Burton, G. (2010). *Media and society: Critical perspectives*. McGraw-Hill Education (UK).
- Carter, T.J., Gilovich, T.D. (2010). The Relative Relativity of Material and Experiential Purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Carù, A., Colm, L., & Cova, B. (2016). Innovating services through experiences: An investigation of servicescape's pivotal role. In *Service Innovation* (pp. 149-170). Springer, Tokyo.
- Chen, J.; Li, J.; Cao, B.; Wang, F.; Luo, L.; Xu, J. (2020) Mediating effects of self-efficacy, coping, burnout, and social support between job stress and mental health among young Chinese nurses. *J. Adv. Nurs.* 76, 163–173
- Cifre, E.; Vera, M.; Signani, F. (2015). Women and men at work: Analyzing occupational stress and well-being from a gender perspective. *Rev. Puertorriqueña Psicol.*, 26, 172–191.
- Clement, S., Schauman, O., Graham, T., Maggioni, F., Evans-Lacko, S., Bezborodovs, N., ... & Thornicroft, G. (2015). What is the impact of mental health-related stigma on help-seeking? A systematic review of quantitative and qualitative studies. *Psychological medicine*, 45(1), 11-27.
- Coleman, C.A.; Hudson, S.; Maine, L.L. (2013). Health Literacy Practices and Educational Competencies for Health Professionals: A Consensus Study. *J. Health Commun.*

Cooper, C.L. and Marshall, J. (1976). Occupational sources of stress: a review of the literature relating to coronary heart disease and mental ill health. *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 49, pp. 11-28.

Compas, B. E., Bemis, H., Gerhardt, C. A., Dunn, M. J., Rodriguez, E. M., Desjardins, L., ... & Vannatta, K. (2015). Mothers and fathers coping with their children's cancer: Individual and interpersonal processes. *Health Psychology*, 34(8), 783.

Cavanaugh, J. C., & Blanchard-Fields, F. (2011). *Physical changes*. J. Perkins & P. Leeds.

Davlasheridze, M., Goetz, S. J., & Han, Y. (2018). The effect of mental health on US County economic growth. *Review of Regional Studies*, 48(2), 155-171.

Debbie L, Stoewen. (2016). *Wellness at work: Building healthy workplaces*. The Canadian Veterinary Journal.

Diener, M. J. & Sharf, J., Primavera, L. H., & (2010). Dropout and therapeutic alliance: a meta-analysis of adult individual psychotherapy. *Psychotherapy: theory, research, practice, training*, 47(4), 637.

Doh, P. J., Benjamin Littell, and Narda R. Quigley. (2015). CSR and sustainability in emerging markets: Societal, institutional, and organizational influences. *Organizational Dynamics* 44: 112–20.

Garje Mona, P., Dhadwad, V., Yeradkar, M. R., Adhikari, A., & Setia, M. (2015). Study of visual perceptual problems in children with learning disability. *Indian Journal of Basic and Applied Medical Research*, 4(3), 492-97.

Gärbling, T. (2014). Past and present environmental psychology. *European Psychologist*

Gryna, Frank M. (2004). *Work Overload: Redesigning Jobs to Minimize Stress and Burnout*. American Society for Quality, Quality Press.

Folkman, S., Lazarus, R. S., Pimley, S., & Novacek, J. (1987). Age differences in stress and coping processes. *Psychology and aging*, 2(2), 171.

Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1980). An analysis of coping in a middle-aged community sample. *Journal of health and social behavior*, 219-239.

Frazier, P. A., Tix, A. P., & Barron, K. E. (2004). "Testing moderator and mediator effects in counseling psychology research": Correction to Frazier et al.(2004).

Geirdal, A. Ø., Nerdrum, P., & Bonsaksen, T. (2019). The transition from university to work: what happens to mental health? A longitudinal study. *BMC psychology*, 7(1), 65

Greenberg, P. E., Fournier, A. A., Sisitsky, T., Pike, C. T., & Kessler, R. C. (2015). The economic burden of adults with major depressive disorder in the United States (2005 and 2010). *The Journal of clinical psychiatry*, 76(2), 155-162.

- Gondim, S., & Borges, L. D. O. (2020). Significados e sentidos do trabalho do home-office: desafios para a regulação emocional. SBPOT, Temática, 5.
- Hassenzahl, M. (n.d.) User Experience and Experience Design. The Encyclopedia of Human-Computer Interaction.
- Hassenzahl, M. (2010). Experience Design: Technology for all the right reasons. Morgan and Claypool Publishers.
- Hernandes, L. F., & Silva, M. V. D. R. (2021). POLÍTICAS PÚBLICAS E A INSERÇÃO DO PSICÓLOGO NA SAÚDE PRISIONAL. Pensar Acadêmico, 19(2), 346-361.
- Herzlich, C. (1973). Health and Illness –A social psychological analysis. London: Academic Press.
- Heung, V. C., & Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1167-1177.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of marketing*, 46(3), 92-101.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of consumer research*, 9(2), 132-140.
- Hoverstadt, P. (2008). "The viable system model". Springer.
- Hu, S., Creed, P. A., & Hood, M. (2017). Career goal revision in response to negative feedback: Testing a longitudinal cross-lagged model. *Journal of Counseling Psychology*, 64(3), 335–345
- Huremović, D. (2019). Psychiatry of pandemics: A mental health response to infection outbreak. Gewerbestrasse: Springer International Publishing
- Jain, P. & Batra, A. (2015). Occupational Stress at workplace: Study of the Corporate Sector in India. *The International Organization of Scientific Research Journal*, 11(6), 13-21.
- Jain, R., Aagja, J., & Bagdare, S. (2017). Customer experience—a review and research agenda. *Journal of Service Theory and Practice*.
- Jorn, L. P., Fridén, T., Ryd, L., & Lindstrand, A. (1997). Persistent stability 3 years after reconstruction of the anterior cruciate ligament: a radiostereometric analysis (RSA) of 20 patients. *Acta Orthopaedica Scandinavica*, 68(5), 427-429.
- Jennings, M. L., & Slavin, S. J. (2015). Resident wellness matters: optimizing resident education and wellness through the learning environment. *Academic Medicine*, 90(9), 1246-1250.
- Jeong, H., Yim, H. W., Song, Y. J., Ki, M., Min, J. A., Cho, J., & Chae, J. H. (2016). Mental health status of people isolated due to Middle East Respiratory Syndrome. *Epidemiology and health*, 38.
- Jung, C. (2009). *Jung's Timeliness and Thoughts on Our Current Reality*. Jungian Center News.
- Julius Ohrnberger , Eleonora Fichera , Matt Sutton. (2017). The relationship between physical and mental health: A mediation analysis. *Social Science & Medicine*.

Kabat-Zinn, J. (1994, September). Catalyzing movement towards a more contemplative/sacred-appreciating/non-dualistic society. In Meeting of the Working Group.

Karasek, F. W., Kim, S. H., & Rokushika, S. (1978). Plasma chromatography of alkyl amines. *Analytical Chemistry*, 50(14), 2013-2016.

Kaschka, W. P., Korczak, D., & Broich, K. (2011). Burnout: a fashionable diagnosis. *Deutsches Ärzteblatt International*, 108(46), 781.

Kawaf, F., & Tagg, S. (2017). The construction of online shopping experience: A repertory grid approach. *Computers in Human Behavior*, 72, 222-232.

Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of personality and social psychology*, 82(6), 1007.

Kickbusch, I., Pelikan, J. M., Apfel, F., & Tsouros, A. (2013). Health literacy. WHO Regional Office for Europe.

Kim, B.P., Murrmann, S.K. and Lee, G. (2009). Moderating effects of gender and organizational level between role stress and job satisfaction among hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 28, pp. 612-619.

Kranzbühler, A. M., Kleijnen, M. H., Morgan, R. E., & Teerling, M. (2018). The multilevel nature of customer experience research: an integrative review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 433-456.

Krishna, A., & Schwarz, N. (2014). Sensory marketing, embodiment, and grounded cognition: A review and introduction. *Journal of consumer psychology*, 24(2), 159-168.

Kopec, D. (2012). *Environmental Psychology for Design*

Krishna, A., Elder, R. S., & Caldarà, C. (2010). Feminine to smell but masculine to touch? Multisensory congruence and its effect on the aesthetic experience. *Journal of Consumer Psychology*, 20(4), 410-418.

Kotter, J. (2001). "What leaders really do". Best of HBR, Harvard Business Review.

Kozier, B., Erb, G. L., Berman, A., Snyder, S., Levett-Jones, T., Dwyer, T., ... & Stanley, D. (2011). *Kozier & Erb's Fundamentals of Nursing Australian Edition*. Pearson Higher Education AU.

Kubzansky, L. D., Huffman, J. C., Boehm, J. K., Hernandez, R., Kim, E. S., Koga, H. K., ... & Labarthe, D. R. (2018). Positive psychological well-being and cardiovascular disease: JACC health promotion series. *Journal of the American College of Cardiology*, 72(12), 1382-1396.

Kumar, A., Nizamie, S. H., & Srivastava, N. K. (2013). Violence against women and mental health. *Mental Health & Prevention*, 1(1), 4-10.

Kutcher, S.; Wei, Y.; Coniglio, C. (2016). Mental health literacy: Past, present, and future. *Can. J. Psychiatry*, 61, 154–158.

- LaMontagne, A.D., Martin, A., Page, K.M. et al. (2014). Workplace mental health: developing an integrated intervention approach. *BMC Psychiatry* 14, 131
- Law, P.C.F.; Too, L.S.; Butterworth, P.; Witt, K.; Reavley, N.; Milner, A.J. (2020). A systematic review on the effect of work-related stressors on mental health of young workers. *Int. Arch. Occup. Environ. Health*, 93, 611–622
- Lazarus, R. S. (1990). Theory-based stress measurement. *Psychological inquiry*, 1(1), 3-13.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping* New York: Springer.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing*, 80(6), 69-96.
- Lim, Y. J., Kim, H. K., & Lee, T. J. (2016). Visitor motivational factors and level of satisfaction in wellness tourism: Comparison between first-time visitors and repeat visitors. *Asia pacific journal of tourism research*, 21(2), 137-156.
- Ling, Y. (2019). Cultural and contextual influences on corporate social responsibility. *Cross Cultural & Strategic Management* 26: 290–310.
- Liu, H., Chu, H., Huang, Q., & Chen, X. (2016). Enhancing the flow experience of consumers in China through interpersonal interaction in social commerce. *Computers in Human Behavior*, 58, 306-314.
- Löwgren, J. (2013). Annotated portfolios and other forms of intermediate-level knowledge.
- Lowdermilk, T. (2013). *User-centered design: a developer's guide to building user-friendly applications*. " O'Reilly Media, Inc."
- MacKinnon, D.P. (2011). Integrating mediators and moderators in research design. *Res. Soc. Work Pract.*, 21, 675–681
- Maldonado P., Ricardo A., Almeida A., Gonçálio I., Gouveia R., Condeça S. (2021) Inspiration Mining: Exploring Design Research(ers) Strategies. In: Markopoulos E., Goonetilleke R.S., Ho A.G., Luximon Y. (eds) *Advances in Creativity, Innovation, Entrepreneurship and Communication of Design*. AHFE 2021. *Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 276. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80094-9_9
- Mau, Bruce (2020). *MC24: Bruce Mau's 24 principles for designing massive change in your life and work*. Londres: Phaidon
- Maslach, C., & Florian, V. (1988). Burnout, job setting, and self-evaluation among rehabilitation counselors. *Rehabilitation Psychology*, 33(2), 85.
- Maslach, C., Jackson, S. E., & Leiter, M. P. (1997). *Maslach burnout inventory*. Scarecrow Education.
- Mayer, J. D., & Hanson, E. (1995). Mood-congruent judgment over time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(3), 237-244.

Mélendez, J. C., Alfonso-Benlliure, V., Mayordomo, T., & Sales, A.. (2021). Divergent Thinking in Older Adults: Understanding its Role in Well-being. *Journal of Happiness Studies*, 1-14.

Meléndez, J. C., Mayordomo, T., Sancho, P., & Tomás, J. M. (2012). Coping strategies: Gender differences and development throughout life span. *The Spanish journal of psychology*, 15(3), 1089-1098.

Miller, G., & Foster, L. T. (2010). Critical synthesis of wellness literature.

Morrow, V., & Mayall, B. (2009). What is wrong with children's well-being in the UK? Questions of meaning and measurement. *Journal of Social Welfare and Family Law*, 31(3), 217–229.

NANUS, B. (1998). WARREN BENNIS BURT NANUS. *Leading Organizations: Perspectives for a New Era*, 5.

Nekoranec, J., & Kmosena, M. (2015). Stress in the workplace-sources, effects and coping strategies. *Review of the Air Force Academy*, (1), 163.

NIMH. (n.d.). (2021). Mental illness. Retrieved April 05, from <https://www.nimh.nih.gov/health/statistics/mentalillness.shtml>

Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic books.

Obrist, D., Kirk, J. L., Zhang, L., Sunderland, E. M., Jiskra, M., & Selin, N. E. (2018). A review of global environmental mercury processes in response to human and natural perturbations: Changes of emissions, climate, and land use. *Ambio*, 47(2), 116-140.

Organização Mundial da Saúde: Promoção da saúde no local de trabalho - Benefícios. (2013)

Organização Mundial da Saúde: Promoção da saúde no local de trabalho - Benefícios. (2015)

Pandya, A. (Feb 2016). *A Study of Occupational Stress and its Management Among the Employees of Private Sector Banks and Insurance Companies with special reference to Saurashtra Region. (Doctoral Thesis), Maharaja Krishnakumarsinhji Bhavnagar University, Bhavnagar, India.*

Parise, C. V., Spence, C., & Deroy, O. (2016). Understanding the correspondences: Introduction to the special issue on crossmodal correspondences. *Multisensory research*, 29(1-3), 1-6.

PÉREZ-NEBRA, A. R., QUEIROGA, F., & OLIVEIRA, T. A. (2020). Presenteísmo de professores regentes: bem-estar como estado psicológico crítico na mediação de características do trabalho. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21.

Phelps, E. A. (2006). Emotion and cognition: insights from studies of the human amygdala. *Annu. Rev. Psychol.*, 57, 27-53.

Pine, B. J., Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.

Pine, J.B., Gilmore, J.H. (2014). *A leader's guide to innovation in the experience economy. Strategy & Leadership*.

- Piqueras-Fizman, B., & Spence, C. (2012). The influence of the color of the cup on consumers' perception of a hot beverage. *Journal of Sensory Studies*, 27(5), 324-331.
- Poghosyan, L., Clarke, S. P., Finlayson, M., & Aiken, L. H. (2010). Nurse burnout and quality of care: Cross-national investigation in six countries. *Research in nursing & health*, 33(4), 288-298.
- Portolese Dias, L. (2012). 'Manage Your Stress'. In *Human relations*, v. 1.0. Saylor Academy. Available at https://saylordotorg.github.io/text_human-relations/s07-manage-yourstress.html
- Ram, N., Khoso, I., Shah, A.A., Chandio, F.R. and Shaikih, F.M. (2011). Role Conflict and Role Ambiguity as Factors in Work stress among Managers: A Case Study of Manufacturing Sector in Pakistan. *Asian Social Science*, Vol. , N. 2, pp. 113-118.
- Rizwan, M., Waseem, A. and Bukhari, S.A. (2014). Antecedents of Job Stress and its impact on Job Performance and Job Satisfaction. *International Journal of Learning & Development*, Vol. 4, N. 2, pp. 187-203
- Reavley, N. J., & Jorm, A. F. (2011). Recognition of mental disorders and beliefs about treatment and outcome: findings from an Australian national survey of mental health literacy and stigma. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 45(11), 947-956.
- Rogers**, Yvonne and **Sharp**, Helen (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*
- Roth, S., & Cohen, L. J. (1986). Approach, avoidance, and coping with stress. *American psychologist*, 41(7), 813.
- Salmond, M., & Ambrose, G. (2013). *The fundamentals of interactive design*. Bloomsbury Publishing.
- Santos, L. S. C., & Guirardello, E. D. B. (2007). Demandas de atenção do enfermeiro no ambiente de trabalho. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 15, 27-33.
- Schick, A., Hobson, P. R., & Ibisch, P. L. (2017). Conservation and sustainable development in a VUCA world: the need for a systemic and ecosystem-based approach. *Ecosystem Health and Sustainability*, 3(4), e01267.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- Seligman, M. E. P. (2013). Building the state of wellbeing: A strategy for South Australia (Adelaide Thinker in Residence 2012–2013). South Australia: Government of South Australia.
- Selye, H. (1977). Stress Without Distress. *School Guidance Worker*, 32(5), 5-13.
- Senge, P. (1994). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday
- Serra, P. (1998). *A informação como utopia*. Universidade da Beira Interior.

- Si, Y., Wu, X., Li, F., Zhang, L., Duan, K., Li, P., ... & Xu, P. (2019). Different decision-making responses occupy different brain networks for information processing: a study based on EEG and TMS. *Cerebral Cortex*, 29(10), 4119-4129.
- Sinha, D., & Sinha, S. (2020). Managing in a VUCA world: Possibilities and pitfalls. *Journal of Technology Management for Growing Economies*, 11(1), 17-21.
- Shanafelt, T. D., Boone, S., Tan, L., Dyrbye, L. N., Sotile, W., Satele, D., ... & Oreskovich, M. R. (2012). Burnout and satisfaction with work-life balance among US physicians relative to the general US population. *Archives of internal medicine*, 172(18), 1377-1385.
- Shanafelt TD, Balch CM, Dyrbye LN, et al. (2011). Suicidal ideation among American surgeons. *Arch Surg*, 146:54-62
- Sharf, R. S. (2012). *Theories of psychotherapy and counseling: Concepts and cases* (5th ed.). California: Brooks/Cole.
- Sheraz, A., Wajid, M., Sajid, M., Qureshi, W.H. and Rizwan, M. (2014). Antecedents of Job Stress and its impact on employee's Job Satisfaction and Turnover Intentions. *International Journal of Learning & Development*, Vol. 4, N. 2, pp. 204-226.
- Stratham, J., & Chase, E. (2010). *Childhood wellbeing –A brief overview*. Loughborough: Childhood Wellbeing Research Centre.
- Stopa, L., & Clark, D. M. (2000). Social phobia and interpretation of social events. *Behaviour research and therapy*, 38(3), 273-283.
- Su, R., Tay, L., & Diener, E. (2014). The development and validation of the Comprehensive Inventory of Thriving (CIT) and the Brief Inventory of Thriving (BIT). *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 6(3), 251-279.
- Suffoletto, B., Miller, T., Frisch, A., & Callaway, C. (2013). Emergency physician recognition of delirium. *Postgraduate medical journal*, 89(1057), 621-625.
- Sugiura, Y. (2008). New directions for research of emotion regulation and psychological treatments: Potential benefits of mindfulness construct. *Japanese Journal of Research on Emotions*, 16(2), 167-177.
- Tamayo, M. R., Mendonça, H., & Silva, E. N. (2012). Relação entre estresse ocupacional, coping e burnout. In Ferreira, M. C. & Mendonça, H. (Eds.), *Saúde e bem-estar no trabalho, dimensões individuais e culturais* (pp. 35-f61). São Paulo: Casa do Psicólogo
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological bulletin*, 103(2), 193.
- Teater, B. (2010). *An introduction to applying social work theories and methods*. Basingstoke: Open University Press.

- Terry, D.J.; Nielsen, M.; Perchard, L. (1993). Effects of work stress on psychological well-being and job satisfaction: The stress-buffering role of social support. *Aust. J. Psychol.*, 45, 168–175.
- Tran, U. S., Glück, T. M., & Nader, I. W. (2013). Investigating the Five Facet Mindfulness Questionnaire (FFMQ): Construction of a short form and evidence of a two-factor higher order structure of mindfulness. *Journal of Clinical Psychology*, 69(9), 951-965.
- Van Boven, L., Campbell, M. C., & Gilovich, T. (2010). Stigmatizing materialism: On stereotypes and impressions of materialistic and experiential pursuits. *Personality and Social Psychology Bulletin*
- Velasco, C., & Obrist, M. (2021). Multisensory experiences: A primer. *Frontiers in Computer Science*, 3, 12.
- Velasco, C., & Spence, C. (2019). Multisensory premiumness. In *Multisensory Packaging* (pp. 257-286). Palgrave Macmillan, Cham.
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of retailing*, 85(1), 31-41.
- Verplank, B. (2003). Interaction design sketchbook. *Unpublished paper for CCRMA course Music 250a*
- Von Wagner, C., Steptoe, A., Wolf, M. S., & Wardle, J. (2009). Health literacy and health actions: a review and a framework from health psychology. *Health Education & Behavior*, 36(5), 860-877.
- WHO | World Mental Health Day 2017.
- Wong, J., Goh, Q. Y., Tan, Z., Lie, S. A., Tay, Y. C., Ng, S. Y., & Soh, C. R. (2020). Preparing for a COVID-19 pandemic: A review of operating room outbreak response measures in a large tertiary hospital in Singapore. *Canadian Journal of Anesthesia*, 7(6), 732-745. doi: 10.1007/s12630-020-01620-9
- Wu, Y., Xu, X., Chen, Z., Duan, J., Hashimoto, K., Yang, L., ... & Yang, C. (2020). Nervous system involvement after infection with COVID-19 and other coronaviruses. *Brain, behavior, and immunity*, 87, 18-22.
- Zhao, X., Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L. & Schwall, A. R. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90.

5.2 Bibliografia

- Allanwood, Gavin, 2019. User experience design: a practical introduction. London: Bloomsbury Visual Arts
- Adrià, Ferran, Soler, Juli (2011). A day at elBulli : an insight into the ideas, methods, and creativity of Ferran Adrià. London: Phaidon
- Alexander, B., & Nobbs, K. (2020). Multi-sensory fashion retail experiences: The impact of sound, smell, sight and touch on consumer based brand equity. In *Global Branding: Breakthroughs in Research and Practice* (pp. 39-62). IGI Global.
- American Psychological Association. (2016). 'Stress: Different kinds of stress'.
- American Psychological Association. (2016). 'Stress won't go away? Maybe you are suffering from chronic stress'.
- Anagnostopoulous F, Liolios E, Persefonis G, Slater J, Kefetsios K, Niakas D. (2012). Physician burnout and patient satisfaction with consultation in primary health care settings: evidence of relationships from a one-with-many design. *J Clin Psychol Med Settings*. 19(4):401-410.
- Anbazhagan, A., Soundar Rajan, L.J. and Ravichandran, A. (2013): Work Stress Of Hotel Industry Employees In Puducherry. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, Vol. 2, ISS. 5, pp. 85-101.
- Angermeyer, M. C., & Matschinger, H. (1994). Lay beliefs about schizophrenic disorder: the results of a population survey in Germany. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 89, 39-45.
- Balasubramanian, N. (2018). Innovative operation strategies in VUCA world. *IOSR Journal of Business and Management*, 21(1), 107-116.
- Bartscht, J. (2015). "Why systems must explore the unknown to survive in VUCA environments". Emerald Group Publishing Limited.
- Baxter S, Sanderson K, Venn A, Blizzard CL, Palmer A. (2014). A relação entre o retorno do investimento e a qualidade da metodologia de estudo em programas de promoção da saúde no local de trabalho. *Am J Health Promot*.
- Bhui KS, Dinos S, Stansfeld SA, White PD. (2012). Uma síntese das evidências para o gerenciamento do estresse no trabalho: uma revisão das revisões que relatam ansiedade, depressão e absenteísmo. *J Environ Saúde Pública*.
- Biebel, K., Golden, L., Levin, L., Mizrahi, R. (2018). *College to Career: Supporting Mental Health*. Jed Foundation.
- Bite, P., & Konczos-Szombathelyi, M. (2020). Employer branding concept for small-and medium-sized family firms. *Journal of International Studies* Vol, 13(3).

- Blanchette, I., & Richards, A. (2010). The influence of affect on higher level cognition: A review of research on interpretation, judgement, decision making and reasoning. *Cognition & Emotion*, 24(4), 561-595.
- Blecharz, J., Luszczynska, A., Scholz, U., Schwarzer, R., Siekanska, M., & Cieslak, R. (2014). Predicting performance and performance satisfaction: Mindfulness and beliefs about the ability to deal with social barriers in sport. *Anxiety, Stress, & Coping*, 27(3), 270-287.
- Bloch, P. H. (2011). Product design and marketing: Reflections after fifteen years. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 378-380.
- Brejcha, Jan, 2015. Cross-cultural human-computer interaction and user experience design: a semiotic perspective. Boca Raton: CRC Press
- Bo, H. X., Li, W., Yang, Y., Wang, Y., Zhang, Q., Cheung, T., ... & Xiang, Y. T. (2021). Posttraumatic stress symptoms and attitude toward crisis mental health services among clinically stable patients with COVID-19 in China. *Psychological medicine*, 51(6), 1052-1053.
- Bodenhausen, G. V., & Peery, D. (2009). Social categorization and stereotyping in vivo: The VUCA challenge. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(2), 133-151.
- Boehm, J. K., Lyubomirsky, S., Dickerhoof, R., & Sheldon, K. M. (2011). Becoming happier takes both a will and a proper way: an experimental longitudinal intervention to boost well-being. *Emotion*, 11(2), 391.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of marketing*, 73(3), 52-68.
- Boven, L.V., Gilovich, T.D. (2003). To Do or to Have? That Is the Question. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Buurman, Gerhard M., ed., 2005. Total interaction: theory and practice of a new paradigm in design disciplines. Basel: Birkhäuser
- Burke, P. and Stets, J. (2014). "Identity verification and the social order". Disponível em: <http://rsp-lab11.ucr.edu/Papers/15.pdf> (Acessado a 2 de Fevereiro 2021).
- Burton, G. (2010). *Media and society: Critical perspectives*. McGraw-Hill Education (UK).
- Carter, T.J., Gilovich, T.D. (2010). The Relative Relativity of Material and Experiential Purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Carù, A., Colm, L., & Cova, B. (2016). Innovating services through experiences: An investigation of servicescape's pivotal role. In *Service Innovation* (pp. 149-170). Springer, Tokyo.
- Chen, J.; Li, J.; Cao, B.; Wang, F.; Luo, L.; Xu, J. (2020) Mediating effects of self-efficacy, coping, burnout, and social support between job stress and mental health among young Chinese nurses. *J. Adv. Nurs.* 76, 163–173

Cifre, E.; Vera, M.; Signani, F. (2015). Women and men at work: Analyzing occupational stress and well-being from a gender perspective. *Rev. Puertorriqueña Psicol.*, 26, 172–191.

Clement, S., Schauman, O., Graham, T., Maggioni, F., Evans-Lacko, S., Bezborodovs, N., ... & Thornicroft, G. (2015). What is the impact of mental health-related stigma on help-seeking? A systematic review of quantitative and qualitative studies. *Psychological medicine*, 45(1), 11-27.

Coleman, C.A.; Hudson, S.; Maine, L.L. (2013). Health Literacy Practices and Educational Competencies for Health Professionals: A Consensus Study. *J. Health Commun.*

Cooper, C.L. and Marshall, J. (1976). Occupational sources of stress: a review of the literature relating to coronary heart disease and mental ill health. *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 49, pp. 11-28.

Compas, B. E., Bemis, H., Gerhardt, C. A., Dunn, M. J., Rodriguez, E. M., Desjardins, L., ... & Vannatta, K. (2015). Mothers and fathers coping with their children's cancer: Individual and interpersonal processes. *Health Psychology*, 34(8), 783.

Cavanaugh, J. C., & Blanchard-Fields, F. (2011). Physical changes. J. Perkins & P. Leeds.

Davlasheridze, M., Goetz, S. J., & Han, Y. (2018). The effect of mental health on US County economic growth. *Review of Regional Studies*, 48(2), 155-171.

Debbie L, Stoewen. (2016). Wellness at work: Building healthy workplaces. *The Canadian Veterinary Journal*.

Diener, M. J. & Sharf, J., Primavera, L. H., & (2010). Dropout and therapeutic alliance: a meta-analysis of adult individual psychotherapy. *Psychotherapy: theory, research, practice, training*, 47(4), 637.

Doh, P. J., Benjamin Littell, and Narda R. Quigley. (2015). CSR and sustainability in emerging markets: Societal, institutional, and organizational influences. *Organizational Dynamics* 44: 112–20.

Dunne, Anthony, Raby, Fiona (2013). *Speculative everything: design, fiction and social dreaming*. Cambridge, MA: The MIT Press

Garje Mona, P., Dhadwad, V., Yeradkar, M. R., Adhikari, A., & Setia, M. (2015). Study of visual perceptual problems in children with learning disability. *Indian Journal of Basic and Applied Medical Research*, 4(3), 492-97.

Gärbling, T. (2014). Past and present environmental psychology. *European Psychologist*

Gryna, Frank M. (2004). *Work Overload: Redesigning Jobs to Minimize Stress and Burnout*. American Society for Quality, Quality Press

Fletcher, Allen (2001). *The art of looking sideways*, London: Phaidon

- Folkman, S., Lazarus, R. S., Pimley, S., & Novacek, J. (1987). Age differences in stress and coping processes. *Psychology and aging*, 2(2), 171.
- Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1980). An analysis of coping in a middle-aged community sample. *Journal of health and social behavior*, 219-239.
- Frazier, P. A., Tix, A. P., & Barron, K. E. (2004). "Testing moderator and mediator effects in counseling psychology research": Correction to Frazier et al.(2004).
- Garrett, Jesse J., 2011[2002]. *The elements of user experience: user-centered design for the Web and beyond*. 2nd ed. Berkeley, CA: New Riders
- Maeda, John, 2004. *Creative Code*. London: Thames and Hudson
- Geirdal, A. Ø., Nerdrum, P., & Bonsaksen, T. (2019). The transition from university to work: what happens to mental health? A longitudinal study. *BMC psychology*, 7(1), 65
- Greenberg, P. E., Fournier, A. A., Sisitsky, T., Pike, C. T., & Kessler, R. C. (2015). The economic burden of adults with major depressive disorder in the United States (2005 and 2010). *The Journal of clinical psychiatry*, 76(2), 155-162.
- Gondim, S., & Borges, L. D. O. (2020). Significados e sentidos do trabalho do home-office: desafios para a regulação emocional. *SBPOT, Temática*, 5.
- Hassenzahl, M. (n.d.) *User Experience and Experience Design*. The Encyclopedia of Human-Computer Interaction.
- Hassenzahl, M. (2010). *Experience Design: Technology for all the right reasons*. Morgan and Claypool Publishers.
- Hernandes, L. F., & Silva, M. V. D. R. (2021). POLÍTICAS PÚBLICAS E A INSERÇÃO DO PSICÓLOGO NA SAÚDE PRISIONAL. *Pensar Acadêmico*, 19(2), 346-361.
- Herzlich, C. (1973). *Health and Illness –A social psychological analysis*. London: Academic Press.
- Heung, V. C., & Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1167-1177.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of marketing*, 46(3), 92-101.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of consumer research*, 9(2), 132-140.
- Hoverstadt, P. (2008). "The viable system model". Springer.
- Hu, S., Creed, P. A., & Hood, M. (2017). Career goal revision in response to negative feedback: Testing a longitudinal cross-lagged model. *Journal of Counseling Psychology*, 64(3), 335–345
- Huremović, D. (2019). *Psychiatry of pandemics: A mental health response to infection outbreak*. Gewerbestrasse: Springer International Publishing

- Jain, P. & Batra, A. (2015). Occupational Stress at workplace: Study of the Corporate Sector in India. *The International Organization of Scientific Research Journal*, 11(6), 13-21.
- Jain, R., Aagja, J., & Bagdare, S. (2017). Customer experience—a review and research agenda. *Journal of Service Theory and Practice*.
- Jorn, L. P., Fridén, T., Ryd, L., & Lindstrand, A. (1997). Persistent stability 3 years after reconstruction of the anterior cruciate ligament: a radiostereometric analysis (RSA) of 20 patients. *Acta Orthopaedica Scandinavica*, 68(5), 427-429.
- Jennings, M. L., & Slavin, S. J. (2015). Resident wellness matters: optimizing resident education and wellness through the learning environment. *Academic Medicine*, 90(9), 1246-1250.
- Jeong, H., Yim, H. W., Song, Y. J., Ki, M., Min, J. A., Cho, J., & Chae, J. H. (2016). Mental health status of people isolated due to Middle East Respiratory Syndrome. *Epidemiology and health*, 38.
- Jung, C. (2009). *Jung's Timeliness and Thoughts on Our Current Reality*. Jungian Center News.
- Julius Ohrnberger, Eleonora Fichera, Matt Sutton. (2017). The relationship between physical and mental health: A mediation analysis. *Social Science & Medicine*.
- Kabat-Zinn, J. (1994, September). Catalyzing movement towards a more contemplative/sacred-appreciating/non-dualistic society. In Meeting of the Working Group.
- Karasek, F. W., Kim, S. H., & Rokushika, S. (1978). Plasma chromatography of alkyl amines. *Analytical Chemistry*, 50(14), 2013-2016.
- Kaschka, W. P., Korczak, D., & Broich, K. (2011). Burnout: a fashionable diagnosis. *Deutsches Ärzteblatt International*, 108(46), 781.
- Kawaf, F., & Tagg, S. (2017). The construction of online shopping experience: A repertory grid approach. *Computers in Human Behavior*, 72, 222-232.
- Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of personality and social psychology*, 82(6), 1007.
- Kickbusch, I., Pelikan, J. M., Apfel, F., & Tsouros, A. (2013). Health literacy. WHO Regional Office for Europe.
- Kim, B.P., Murrmann, S.K. and Lee, G. (2009). Moderating effects of gender and organizational level between role stress and job satisfaction among hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 28, pp. 612-619.
- Kranzbühler, A. M., Kleijnen, M. H., Morgan, R. E., & Teerling, M. (2018). The multilevel nature of customer experience research: an integrative review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 433-456.
- Krishna, A., & Schwarz, N. (2014). Sensory marketing, embodiment, and grounded cognition: A review and introduction. *Journal of consumer psychology*, 24(2), 159-168.

- Kopec, D. (2012). *Environmental Psychology for Design*
- Krishna, A., Elder, R. S., & Caldara, C. (2010). Feminine to smell but masculine to touch? Multisensory congruence and its effect on the aesthetic experience. *Journal of Consumer Psychology, 20*(4), 410-418.
- Kotter, J. (2001). "What leaders really do". Best of HBR, Harvard Business Review.
- Kozier, B., Erb, G. L., Berman, A., Snyder, S., Levett-Jones, T., Dwyer, T., ... & Stanley, D. (2011). *Kozier & Erb's Fundamentals of Nursing Australian Edition*. Pearson Higher Education AU.
- Kubzansky, L. D., Huffman, J. C., Boehm, J. K., Hernandez, R., Kim, E. S., Koga, H. K., ... & Labarthe, D. R. (2018). Positive psychological well-being and cardiovascular disease: JACC health promotion series. *Journal of the American College of Cardiology, 72*(12), 1382-1396.
- Kumar, A., Nizamie, S. H., & Srivastava, N. K. (2013). Violence against women and mental health. *Mental Health & Prevention, 1*(1), 4-10.
- Kutcher, S.; Wei, Y.; Coniglio, C. (2016). Mental health literacy: Past, present, and future. *Can. J. Psychiatry, 61*, 154–158.
- LaMontagne, A.D., Martin, A., Page, K.M. et al. (2014). Workplace mental health: developing an integrated intervention approach. *BMC Psychiatry 14*, 131
- Law, P.C.F.; Too, L.S.; Butterworth, P.; Witt, K.; Reavley, N.; Milner, A.J. (2020). A systematic review on the effect of work-related stressors on mental health of young workers. *Int. Arch. Occup. Environ. Health, 93*, 611–622
- Lazarus, R. S. (1990). Theory-based stress measurement. *Psychological inquiry, 1*(1), 3-13.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping* New York: Springer.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of marketing, 80*(6), 69-96.
- Lim, Y. J., Kim, H. K., & Lee, T. J. (2016). Visitor motivational factors and level of satisfaction in wellness tourism: Comparison between first-time visitors and repeat visitors. *Asia pacific journal of tourism research, 21*(2), 137-156.
- Ling, Y. (2019). Cultural and contextual influences on corporate social responsibility. *Cross Cultural & Strategic Management 26*: 290–310.
- Liu, H., Chu, H., Huang, Q., & Chen, X. (2016). Enhancing the flow experience of consumers in China through interpersonal interaction in social commerce. *Computers in Human Behavior, 58*, 306-314.
- Löwgren, J. (2013). Annotated portfolios and other forms of intermediate-level knowledge.
- Lowdermilk, T. (2013). *User-centered design: a developer's guide to building user-friendly applications*. " O'Reilly Media, Inc."

- MacKinnon, D.P. (2011). Integrating mediators and moderators in research design. *Res. Soc. Work Pract.*, 21, 675–681
- Maeda, John (2019). *How to speak machine*. London: Penguin Books
- Maldonado P., Ricardo A., Almeida A., Gonçalves I., Gouveia R., Condeça S. (2021) Inspiration Mining: Exploring Design Research(ers) Strategies. In: Markopoulos E., Goonetilleke R.S., Ho A.G., Luximon Y. (eds) *Advances in Creativity, Innovation, Entrepreneurship and Communication of Design*. AHFE 2021. *Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 276. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80094-9_9
- Mau, Bruce (2020). *MC24: Bruce Mau's 24 principles for designing massive change in your life and work*. Londres: Phaidon
- Maslach, C., & Florian, V. (1988). Burnout, job setting, and self-evaluation among rehabilitation counselors. *Rehabilitation Psychology*, 33(2), 85.
- Maslach, C., Jackson, S. E., & Leiter, M. P. (1997). *Maslach burnout inventory*. Scarecrow Education.
- Mayer, J. D., & Hanson, E. (1995). Mood-congruent judgment over time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(3), 237-244.
- McKim, Robert H.(1972). *Experiences in visual thinking*. Monterey, CA: Brooks
- Mélendez, J. C., Alfonso-Benlliure, V., Mayordomo, T., & Sales, A.. (2021). Divergent Thinking in Older Adults: Understanding its Role in Well-being. *Journal of Happiness Studies*, 1-14.
- Meléendez, J. C., Mayordomo, T., Sancho, P., & Tomás, J. M. (2012). Coping strategies: Gender differences and development throughout life span. *The Spanish journal of psychology*, 15(3), 1089-1098.
- Miller, G., & Foster, L. T. (2010). *Critical synthesis of wellness literature*.
- Moggridge, Bill, 2007. *Design interactions*. Cambridge, MA: The MIT Press
- Morrow, V.,& Mayall, B. (2009). What is wrong with children's well-being in the UK? Questions of meaning and measurement. *Journal of Social Welfare and Family Law*, 31(3), 217–229.
- NANUS, B. (1998). WARREN BENNIS BURT NANUS. *Leading Organizations: Perspectives for a New Era*, 5.
- Nekoranec, J., & Kmosena, M. (2015). Stress in the workplace-sources, effects and coping strategies. *Review of the Air Force Academy*, (1), 163.
- Neumeier, Marty (2013). *Metaskills: five talents for robotics age*. San Francisco, CA: New Riders
- NIMH. (n.d.). (2021). *Mental illness*. Retrieved April 05, from <https://www.nimh.nih.gov/health/statistics/mentalillness.shtml>
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic books.

Obrist, D., Kirk, J. L., Zhang, L., Sunderland, E. M., Jiskra, M., & Selin, N. E. (2018). A review of global environmental mercury processes in response to human and natural perturbations: Changes of emissions, climate, and land use. *Ambio*, 47(2), 116-140.

Organização Mundial da Saúde: Promoção da saúde no local de trabalho - Benefícios. (2013)

Organização Mundial da Saúde: Promoção da saúde no local de trabalho - Benefícios. (2015)

Pandya, A. (Feb 2016). A Study of Occupational Stress and its Management Among the Employees of Private Sector Banks and Insurance Companies with special reference to Saurashtra Region. (Doctoral Thesis), Maharaja Krishnakumarsinhji Bhavnagar University, Bhavnagar, India.

Parise, C. V., Spence, C., & Deroy, O. (2016). Understanding the correspondences: Introduction to the special issue on crossmodal correspondences. *Multisensory research*, 29(1-3), 1-6.

PÉREZ-NEBRA, A. R., QUEIROGA, F., & OLIVEIRA, T. A. (2020). Presenteísmo de professores regentes: bem-estar como estado psicológico crítico na mediação de características do trabalho. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21.

Phelps, E. A. (2006). Emotion and cognition: insights from studies of the human amygdala. *Annu. Rev. Psychol.*, 57, 27-53.

Pine, B. J., Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.

Pine, J.B., Gilmore, J.H. (2014). *A leader's guide to innovation in the experience economy*. Strategy & Leadership.

Piqueras-Fizman, B., & Spence, C. (2012). The influence of the color of the cup on consumers' perception of a hot beverage. *Journal of Sensory Studies*, 27(5), 324-331.

Pratt, Andy, Nunes, Jason. 2012. *Interactive design: an introduction to the theory and application of user-centered design*. Beverly, MA: Rockport Publishers

Poghosyan, L., Clarke, S. P., Finlayson, M., & Aiken, L. H. (2010). Nurse burnout and quality of care: Cross-national investigation in six countries. *Research in nursing & health*, 33(4), 288-298.

Portolese Dias, L. (2012). 'Manage Your Stress'. In *Human relations*, v. 1.0. Saylor Academy. Available at https://saylordotorg.github.io/text_human-relations/s07-manage-yourstress.html

Ram, N., Khoso, I., Shah, A.A., Chandio, F.R. and Shaikih, F.M. (2011). Role Conflict and Role Ambiguity as Factors in Work stress among Managers: A Case Study of Manufacturing Sector in Pakistan. *Asian Social Science*, Vol. , N. 2, pp. 113-118.

Rizwan, M., Waseem, A. and Bukhari, S.A. (2014). Antecedents of Job Stress and its impact on Job Performance and Job Satisfaction. *International Journal of Learning & Development*, Vol. 4, N. 2, pp. 187-203

Reavley, N. J., & Jorm, A. F. (2011). Recognition of mental disorders and beliefs about treatment and outcome: findings from an Australian national survey of mental health literacy and stigma. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 45(11), 947-956.

Resmick, Elizabeth (2019). *Social Design Reader*. London : Bloomsbury Visual Arts

Rogers, Yvonne and **Sharp**, Helen (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*

Roth, S., & Cohen, L. J. (1986). Approach, avoidance, and coping with stress. *American psychologist*, 41(7), 813.

Salmond, M., & Ambrose, G. (2013). *The fundamentals of interactive design*. Bloomsbury Publishing.

Santos, L. S. C., & Guirardello, E. D. B. (2007). Demandas de atenção do enfermeiro no ambiente de trabalho. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 15, 27-33.

Schick, A., Hobson, P. R., & Ibisch, P. L. (2017). Conservation and sustainable development in a VUCA world: the need for a systemic and ecosystem-based approach. *Ecosystem Health and Sustainability*, 3(4), e01267.

Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.

Seligman, M. E. P. (2013). *Building the state of wellbeing: A strategy for South Australia (Adelaide Thinker in Residence 2012–2013)*. South Australia: Government of South Australia.

Selye, H. (1977). Stress Without Distress. *School Guidance Worker*, 32(5), 5-13.

Senge, P. (1994). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday

Serra, P. (1998). *A informação como utopia*. Universidade da Beira Interior.

Si, Y., Wu, X., Li, F., Zhang, L., Duan, K., Li, P., ... & Xu, P. (2019). Different decision-making responses occupy different brain networks for information processing: a study based on EEG and TMS. *Cerebral Cortex*, 29(10), 4119-4129.

Sinha, D., & Sinha, S. (2020). Managing in a VUCA world: Possibilities and pitfalls. *Journal of Technology Management for Growing Economies*, 11(1), 17-21.

Shanafelt, T. D., Boone, S., Tan, L., Dyrbye, L. N., Sotile, W., Satele, D., ... & Oreskovich, M. R. (2012). Burnout and satisfaction with work-life balance among US physicians relative to the general US population. *Archives of internal medicine*, 172(18), 1377-1385.

Shanafelt TD, Balch CM, Dyrbye LN, et al. (2011). Suicidal ideation among American surgeons. *Arch Surg*, 146:54-62

Sharf, R. S. (2012). *Theories of psychotherapy and counseling: Concepts and cases (5th ed.)*. California: Brooks/Cole.

- Sheraz, A., Wajid, M., Sajid, M., Qureshi, W.H. and Rizwan, M. (2014). Antecedents of Job Stress and its impact on employee's Job Satisfaction and Turnover Intentions. *International Journal of Learning & Development*, Vol. 4, N. 2, pp. 204-226.
- Smith, Paul (2011). *You can find inspiration in everything*: (*and if you can't, look again)*. London: Violette Ed.
- Steane, Jamie, 2015. *The principles and processes of interactive design*. London: Fairchild Books
- Stratham,J., & Chase,E. (2010). *Childhoodwellbeing –A brief overview*. Loughborough: Childhood Wellbeing Research Centre.
- Stopa, L., & Clark, D. M. (2000). Social phobia and interpretation of social events. *Behaviour research and therapy*, 38(3), 273-283.
- Su, R., Tay, L., & Diener, E. (2014). The development and validation of the Comprehensive Inventory of Thriving (CIT) and the Brief Inventory of Thriving (BIT). *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 6(3), 251-279.
- Suffoletto, B., Miller, T., Frisch, A., & Callaway, C. (2013). Emergency physician recognition of delirium. *Postgraduate medical journal*, 89(1057), 621-625.
- Sugiura, Y. (2008). New directions for research of emotion regulation and psychological treatments: Potential benefits of mindfulness construct. *Japanese Journal of Research on Emotions*, 16(2), 167-177.
- Tamayo, M. R., Mendonça, H., & Silva, E. N. (2012). Relação entre estresse ocupacional, coping e burnout. In Ferreira, M. C. & Mendonça, H. (Eds.), *Saúde e bem-estar no trabalho, dimensões individuais e culturais* (pp. 35-f61). São Paulo: Casa do Psicólogo
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: a social psychological perspective on mental health. *Psychological bulletin*, 103(2), 193.
- Teater, B. (2010). *An introduction to applying social work theories and methods*. Basingstoke: Open University Press.
- Terry, D.J.; Nielsen, M.; Perchard, L. (1993). Effects of work stress on psychological well-being and job satisfaction: The stress-buffering role of social support. *Aust. J. Psychol.*, 45, 168–175.
- Tran, U. S., Glück, T. M., & Nader, I. W. (2013). Investigating the Five Facet Mindfulness Questionnaire (FFMQ): Construction of a short form and evidence of a two-factor higher order structure of mindfulness. *Journal of Clinical Psychology*, 69(9), 951-965.
- Van Boven, L., Campbell, M. C., & Gilovich, T. (2010). Stigmatizing materialism: On stereotypes and impressions of materialistic and experiential pursuits. *Personality and Social Psychology Bulletin*

- Velasco, C., & Obrist, M. (2021). Multisensory experiences: A primer. *Frontiers in Computer Science*, 3, 12.
- Velasco, C., & Spence, C. (2019). Multisensory premiumness. In *Multisensory Packaging* (pp. 257-286). Palgrave Macmillan, Cham.
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, 85(1), 31-41.
- Verplank, B. (2003). Interaction design sketchbook. *Unpublished paper for CCRMA course Music 250a*
- Von Wagner, C., Steptoe, A., Wolf, M. S., & Wardle, J. (2009). Health literacy and health actions: a review and a framework from health psychology. *Health Education & Behavior*, 36(5), 860-877.
- WHO | World Mental Health Day 2017.
- Wong, J., Goh, Q. Y., Tan, Z., Lie, S. A., Tay, Y. C., Ng, S. Y., & Soh, C. R. (2020). Preparing for a COVID-19 pandemic: A review of operating room outbreak response measures in a large tertiary hospital in Singapore. *Canadian Journal of Anesthesia*, 7(6), 732-745. doi: 10.1007/s12630-020-01620-9
- Wu, Y., Xu, X., Chen, Z., Duan, J., Hashimoto, K., Yang, L., ... & Yang, C. (2020). Nervous system involvement after infection with COVID-19 and other coronaviruses. *Brain, behavior, and immunity*, 87, 18-22.
- Zhao, X., Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L. & Schwall, A. R. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90.



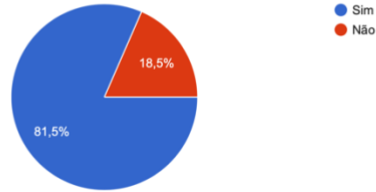
6. APÊNDICES E ANEXOS

6.1 Apêndices

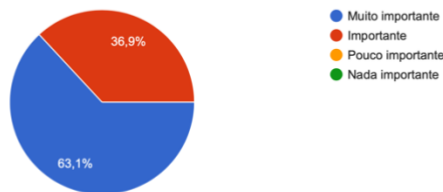
6.2 Anexos

6.1 Apêndices

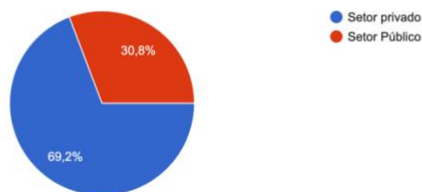
Tinha conhecimento da Síndrome de Burnout antes de responder a este questionário?
65 respostas



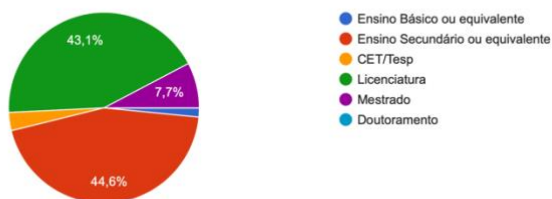
Seria importante haver eventos de sensibilização sobre o Burnout, de forma a dar a conhecer e a ajudar a lidar com este síndrome?
65 respostas



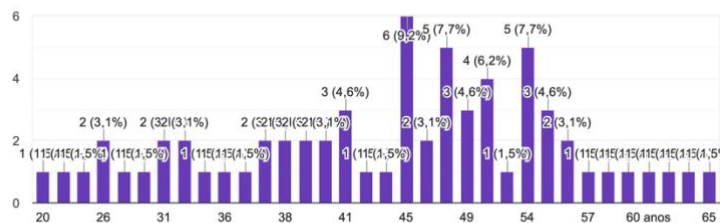
Trabalha
65 respostas

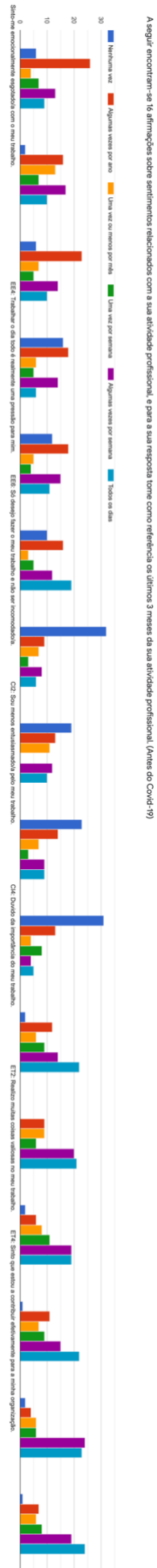


Habilitações Literárias
65 respostas



Idade
65 respostas





Work-Life Balance. Para cada afirmação indique qual o seu grau de concordância.

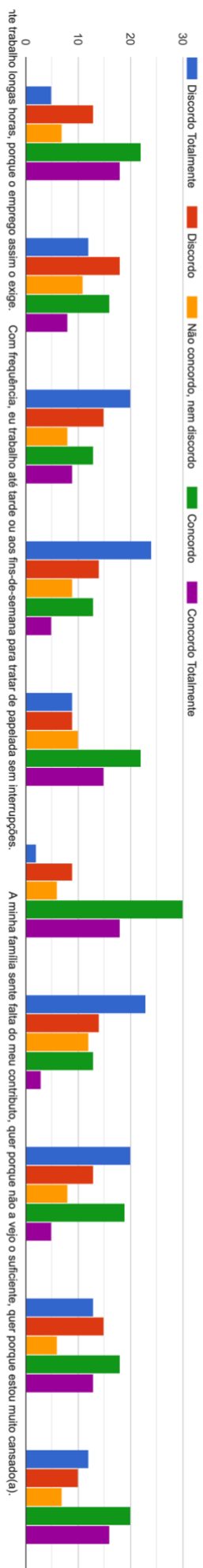
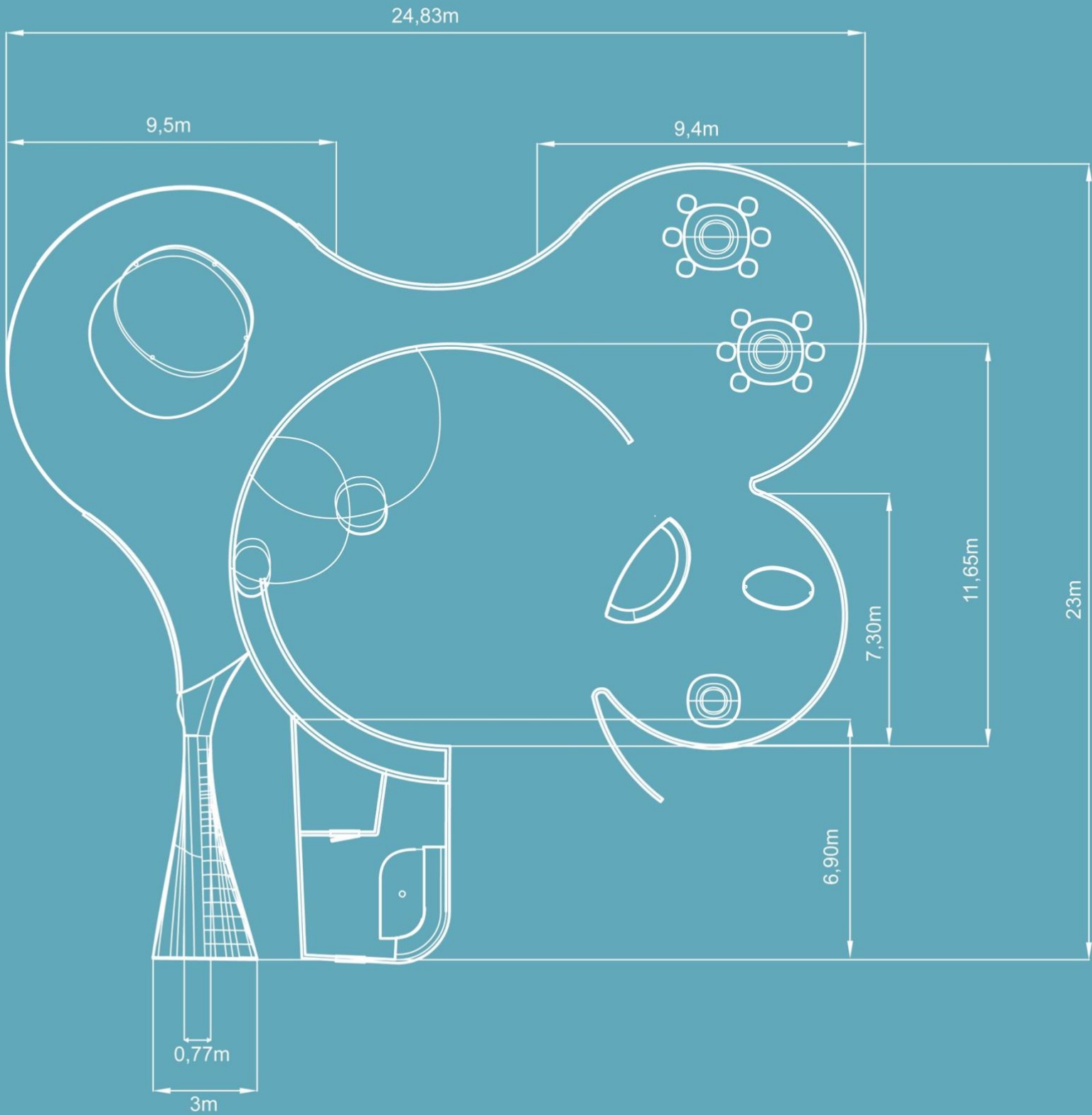


Figura 42. Inquérito MBI-HSS (Autora,2021)

metanoia

multisensory experience



6.2 Anexos

Relatório CareerCoach

