

## DESENVOLVIMENTO E CRIAÇÃO DAS PERSONAGENS DO JOGO ROUTE RAIDERS E IDENTIFICAÇÃO DO PERFIL DOS USUÁRIOS NO CENÁRIO PÓS-PANDÊMICO

### DEVELOPMENT AND CREATION OF THE CHARACTERS OF THE GAME ROUTE RAIDERS AND ASSESSMENT OF THE USERS' PROFILE IN THE POST-PANDEMIC SCENARIO

Maria Eduarda Cardoso<sup>1\*</sup>  
Gabriela Corbani Ribeiro<sup>1</sup>  
Marli Teresinha Everling<sup>1</sup>  
Viviane Cris Mendes Xavier<sup>2</sup>  
José Francisco Pelegrino Xavier<sup>1</sup>

\*Autor para correspondência: gabriela.corbani@hotmail.com.br

**Resumo:** Este artigo relata a criação e o desenvolvimento de personagens do jogo Route Raiders, além de identificar o perfil dos usuários no cenário pós-pandêmico. O jogo Route Raiders tem como propósito ressaltar a história local de cidades mediante pontos turísticos por meio de rotas gamificadas. Por causa da pandemia do coronavírus, ocorreram algumas mudanças nos locais públicos, transformando a forma como os sujeitos se relacionam, gerando medos e inseguranças. Utilizaram-se como instrumento para a criação das personagens fichas com critérios específicos, além do método de pesquisa bibliográfica para a fundamentação do estudo contendo a teoria dos cinco grandes fatores de Gordon Allport e transtornos da personalidade da quinta edição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais. Foram elaboradas 165 personagens, sendo 15 para cada localidade: Joinville, Balneário Camboriú, Araquari, Itapoá, Vila da Glória, São Francisco do Sul, Campo Alegre, Florianópolis, Balneário Barra do Sul e Garuva, em Santa Catarina, e no Paraná a cidade de Curitiba. O turismo foi envolvido, levando-se em conta o contexto da pandemia da Covid-19, os impactos psicológicos sofridos pelo usuário durante a pandemia e uma hipótese do cenário pós-pandêmico. Com isso, espera-se agregar conhecimento acerca da identificação do perfil do usuário no pós-pandemia, bem como contribuir com a sensibilização para o patrimônio cultural de diferentes cidades por meio da criação de personagens.

**Palavras-chave:** criação das personagens; Route Raiders; pandemia.

**Abstract:** This article reports the creation and development of characters designed for Route Raiders game. In addition, it tries to identify the profile of users in the post-pandemic scenario. Route Raiders aims to highlight the local history of cities using touristic spots through gamified

routes. Due to the coronavirus pandemic, some changes have occurred in public places, transforming the way the subjects relate, generating fears and insecurities. For the research, cards were used as instruments for the creation of the characters containing specific criteria, in addition to the bibliographic research method for the study basis containing the theory of the big five factors of Gordon Allport and personality disorders of the 5<sup>th</sup> edition of the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. In the end, 165 characters were elaborated, 15 for each location: Joinville, Balneário Camboriú, Araquari, Itapoá, Vila da Glória, São Francisco do Sul, Campo Alegre, Florianópolis, Garuva and Balneário Barra do Sul, in Santa Catarina, and, in Paraná, Curitiba. Tourism was involved, considering the COVID-19 context, as well as the psychological impacts suffered by the users during the pandemic and a hypothesis of the post-pandemic scenario. As a result, it is expected to identify users' post-pandemic profile and amplify the valorization of the cultural heritage of different cities through the character creation.

**Keywords:** character creation; Route Raiders; pandemic.

## INTRODUÇÃO

O presente estudo apresenta a criação e o desenvolvimento de personagens do jogo Route Raiders, além de identificar o perfil dos usuários no cenário pós-pandêmico. O formato do *game* Route Raiders motiva as pessoas a conhecerem os pontos turísticos das cidades, obterem experiência e maior entendimento acerca deles, com enfoque na valorização do patrimônio cultural e na história das cidades. Por conta da pandemia do coronavírus, houve algumas transformações nas relações entre os sujeitos, gerando inseguranças para frequentar locais públicos. Em consequência, encontra-se uma grande oportunidade de pesquisa, para que futuramente haja orientações para a identificação dos usuários em *games* similares em cenário semelhante.

Observou-se que o jogo Route Raiders orienta o sujeito a viver uma aventura por meio de rotas turísticas, agregando conhecimento sobre cidades e descobrindo novos pontos turísticos, com encontros de personagens que foram criados e desenvolvidos com o propósito de enfatizar a história do local. Entretanto, em virtude das mudanças de comportamento requeridas para evitar o contágio pelo vírus Sars-CoV-2 (Covid-19) e dos protocolos de segurança, o desenvolvimento do jogo, assim como o *design* de personagens, teve de passar por adequações.

Conforme Cucinotta e Vanelli (2020 *apud* BARROSO *et al.*, 2020), sabe-se que no dia 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde declarou como pandemia o contágio causado pelo vírus Sars-CoV-2. Segundo Gorbalenya *et al.* (2020 *apud* BARROSO *et al.*, p. 3), “o vírus foi detectado pela primeira vez em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan na China, a disseminação ocorreu rapidamente provocando quadros clínicos”. Por isso, torna-se relevante levar em conta esse contexto, os impactos sofridos pela população no cenário pandêmico e como esses usuários se relacionarão com o Route Raiders no pós-pandemia. No desenvolvimento de personagens esse cuidado é mais importante ainda, já que visa promover a identificação com os usuários, assim como estimular comportamentos adequados.

Os principais projetos e órgãos que dão suporte a esta pesquisa são:

- o Projeto Ethos: *Design* e Relações de Uso, orientado para a ergonomia e os conceitos de dimensão humana, *design* emocional, usuário, usabilidade, análise de contexto, compreensão da experiência do usuário e processos envolvendo a participação e a cocriação. A proposta está vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade da Região de Joinville (Univille) (EVERLING; SOBRAL; CAVALCANTI, 2020);

- o Instituto Caranguejo de Educação Ambiental, uma associação sem fins lucrativos, certificada como organização da sociedade civil de interesse público, que visa promover a educação ambiental em escolas e comunidades, com o compromisso de prezar pela qualidade na produção de materiais para as práticas da educação ambiental lúdica, sendo capaz de gerar motivação e reflexão por meio de conteúdo (INSTITUTO CARANGUEJO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL, 2020);
- o Projeto de Extensão Desenho Ambiental, que objetiva promover a educação do meio ambiente pelo desenvolvimento de animações. Ele mobiliza a comunidade educacional por intermédio dos conteúdos do canal Desenho Ambiental (no YouTube) e de oficinas de *stop-motion*, para apoiar atividades pedagógicas de professores e o compartilhamento dos resultados obtidos por essas práticas (UNIVILLE, 2020).

As três iniciativas atuam em rede e contam com o apoio de bolsistas vinculados à área de extensão da Univille, à iniciação científica e tecnológica do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e ao Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina (UniEdu). As duas primeiras autoras do artigo, estudantes do curso de graduação em Psicologia, foram contempladas com bolsas do UniEdu.

## DESENVOLVIMENTO

### Route Raiders

O jogo Route Raiders é um projeto do Instituto Caranguejo de Educação Ambiental e está em processo de criação. Seu foco são a sensibilização ambiental e a valorização do patrimônio cultural e histórico das cidades, por meio de rotas programadas e indicadas pelo jogo, cujo objetivo é a caça ao tesouro em pontos turísticos das cidades e espaços marcantes que compõem a história local. A fase beta do jogo será testada na cidade de Itapoá, em Santa Catarina, mas no *campus* da Univille do polo Bom Retiro já existe uma rota disponível para testes que pode ser baixada pelo PlayStore ou App Store (ROUTE RAIDERS, 2020).

As rotas integradas ao Route Raiders possuem subdivisões e “foram classificadas como aventura, explorador e jornada” (ROUTE RAIDERS, 2020). Um fato relevante é que rotas serão “desenvolvidas com diferentes tipos de modais de mobilidade, que poderão ser realizadas por caminhadas, de bicicletas, de canoa ou até mesmo utilizando veículos motorizados como transportes públicos” (ROUTE RAIDERS, 2020).

As rotas do tipo aventura têm como foco um nível mais básico e estão dispostas entre 1 e 4 quilômetros, podendo ser percorridas no mesmo dia. Já as rotas do tipo conquista apresentam percursos mais longos, com nível moderado, e mais de 4 quilômetros de percurso. Por fim, as rotas do tipo jornada, mais longas e interestaduais, focam no ecoturismo ou turismo de aventura, ideais para campistas ou para quem gosta de pegar estrada, viajar e conhecer lugares novos (ROUTE RAIDERS, 2020). Portanto, além de englobar um público diverso, o jogo vai propor diferentes modos de acesso a essas rotas, com indicações que nortearão o jogador.

### Criação das personagens

O processo de criação e desenvolvimento de uma personagem (não importa a plataforma em que esteja inserida, como *game*, quadrinhos, filme, livro, entre outras) depende de alguns processos, como: criatividade, traçar a personalidade, identificar costumes, evidenciar aspectos da cultura, comunicar seus medos, sugerir seus desejos e seus objetivos, bem como aspectos

da sua vida como um todo. Ou seja, é preciso mostrar ao público o que a personagem sente no seu interior (JELITA, 2019, p. 53). Pode-se, assim, dizer que “a criação de personagens envolve a combinação de conhecimento e imaginação” (SEGER, 2006, p. 11 *apud* JELITA, 2019, p. 53). Por isso, a participação de pessoas com conhecimento em psicologia na equipe de desenvolvimento de personagens é fundamental, para que as personagens possam cumprir os objetivos de comunicação, identificação, atitudes e comportamentos relevantes para o jogo e a sensibilização ambiental.

A personagem muitas vezes é a porta de entrada para o público entender o contexto do que quer ser dito. Ou seja, é por ela que ocorrem identificações, conhecimento sobre aquilo e a percepção da sua personalidade (JELITA, 2019, p. 25). Por outro lado, Jelita (2019) aponta a relevância de comunicar essas características psicológicas com um bom projeto de *design*:

Nem sempre uma personagem terá a devida chance de ter sua personalidade desbravada. [...] Principalmente em mídias como animações e quadrinhos, onde geralmente há um cunho visual mais apelativo, a primeira impressão de uma personagem quase sempre se dará através de seus aspectos físicos, e caso não obtenha uma boa impressão (quando não proposital), seja por um *design* pouco apelativo ou escolhas conceituais que não condizem com a personalidade que a personagem apresenta, certamente será um caminho difícil para que os espectadores deem uma segunda chance para ela (JELITA, 2019, p. 25).

No processo de desenvolvimento, a personalidade de uma personagem é importante e precisa ser conceituada. Apesar de não haver uma definição única que seja aceita por todos os teóricos, podemos dizer que personalidade é um padrão de traços relativamente permanentes e características únicas que dão consistência e individualidade ao comportamento ao longo do tempo e estabilidade desse comportamento nas diversas situações. Assim, cada pessoa, embora seja como as outras em alguns aspectos, possui personalidade exclusiva. Allport (1966, p. 50 *apud* SILVA; NAKANO, 2011, p. 51) aponta a personalidade como: “Organização dinâmica, no indivíduo, dos sistemas psicofísicos que determinam seu comportamento e seus pensamentos característicos”.

A teoria utilizada para a constituição das características da personalidade das personagens do jogo Route Raiders foi a dos cinco grandes fatores, que é mais conhecida como *big five*. Nunes e Hutz (2002 *apud* SILVA; NAKANO, 2011, p. 52) ressaltam que McDougall foi um dos primeiros a falar sobre a teoria, na década de 1930. Ele evidenciou que a análise de linguagem de determinada população ajudaria a identificar a sua personalidade. Desse modo, propôs um modelo que poderia ser analisado por cinco fatores, que distinguem as características da personalidade. São eles:

- extroversão;
- agradabilidade;
- escrúpulo;
- neuroticismo;
- abertura à mudança.

O Quadro 1 foi adaptado das análises propostas por Pimentel e Donnelly (2008, p. 698).

**Quadro 1** – Exemplo de personalidade: personagem Fritz

<b>Extraversion</b>	<b>Agreeableness</b>	<b>Conscientiousness</b>	<b>Neuroticism</b>	<b>Openness</b>
<p>Extroversão</p> <p>Características relacionadas a comunicação, assertividade, entusiasmo e gregariedade. Adjetivos como ativo, assertivo, energético, entusiástico, comunicativo.</p>	<p>Agradabilidade</p> <p>Características relacionadas à socialização e tendência a ser socialmente agradável e caloroso. Adjetivos: apreciativo, generoso, simpático, complacente, humano.</p>	<p>Escrúpulo</p> <p>Características relacionadas à responsabilidade, honestidade ou negligência e irresponsabilidade. Adjetivos: eficiente, organizado, digno de confiança, metuculoso, responsável.</p>	<p>Neuroticismo ou estabilidade emocional (polaridades opostas)</p> <p>Características relacionadas à ansiedade e estabilidade emocional. Adjetivos: irritável, tenso, melindroso.</p>	<p>Abertura à mudança ou à experiência. Abertura ao Intelecto.</p> <p>Características relacionadas à flexibilidade de pensamento, fantasia, imaginação, abertura para novas experiências.</p>

Fonte: Pimentel e Donnelly (2008, p. 698)

Também foram utilizados alguns transtornos da personalidade da quinta edição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, 2013). Por meio das personagens, foram ressaltadas as características culturais e históricas envolvendo o turismo de cada cidade. Segundo Seger (2006, p. 42 *apud* JELITA, 2019, p. 54):

As personagens precisam ser consistentes. Isto não significa que elas devam ser previsíveis, ou estereotipadas. Apenas quer dizer que as personagens, assim como as pessoas, possuem uma certa essência em suas personalidades, que definem quem realmente são, e o que devemos esperar de suas atitudes. Se uma personagem se desviar dessa essência, pode se tornar inverossímil, algo totalmente sem sentido, ou que não acrescenta coisa alguma.

As características psicológicas das personagens estão diretamente ligadas ao local em que estão inseridas, para que possamos fortalecer a identidade e as histórias da cidade. É vasto o conceito de patrimônio cultural, pois se trata de tudo que compõe a cultura de um local, como: parque, arquitetura, culinária, mitos, eventos, dança, música, entre outros, sendo a identidade de um povo. Segundo Pelegrine (2006), as diversas formas de expressão dos bens da humanidade, apresentadas de maneira fragmentada, relacionadas às diferentes áreas do conhecimento científico, definem tais bens como patrimônio cultural, natural, paisagístico, arqueológico etc.

### **Experiência e perfil do usuário no pós-pandemia**

O conceito de experiência do usuário já foi descrito por Lobato (2010, p. 7): “Consiste em projetar experiências do usuário – relações entre o ambiente construído, predominantemente digital, e os comportamentos de uso – para produzir ou influenciar comportamentos”. Em síntese, esse conceito engloba as múltiplas interações que o usuário tem com o seu meio, envolvendo os conceitos de “utilidade, usabilidade, e encontrabilidade, credibilidade, acessibilidade, desejabilidade e valor” (MORVILLE, 2004 *apud* LOBATO, 2010, p. 4).

Por meio das leituras, também foi possível identificar que, como citado por Lobato (2010, p. 3), “a experiência do usuário é algo que se sente”. Ou seja, o sujeito tem a sua experiência individual por intermédio de suas emoções em relação ao jogo que experimenta.

O contexto da pandemia afetou a forma como se constituem as relações entre as pessoas, gerando impactos psicológicos e resultando em uma mudança em como os usuários vão utilizar o jogo posteriormente. É relevante tratar desse tema, pois existem estudos que mostram os efeitos da pandemia em indivíduos em uma sociedade. Em um relatório de pesquisa, Brooks *et al.* (2020 *apud* DUARTE, 2020, s.p.) revelaram que os grandes impactos verificados são “efeitos psicológicos negativos como sintomas de estresse pós-traumático, sintomas depressivos, tristeza, abuso de substância, estado confusional e irritabilidade”. Ainda, ressaltaram que poucas pesquisas citam pacientes em quarentena com sentimentos positivos (felicidade, alívio e proteção).

Além dos impactos psicológicos, e em consequência deles, há uma mudança na configuração dos espaços físicos das cidades, como o afastamento entre as pessoas, subdivisões de filas nos centros comerciais e o isolamento com faixas proibindo a entrada em alguns locais. De acordo com a Direção-Geral da Saúde (BRASIL, 2020, p. 24), o objetivo “é prevenir ou reduzir a transmissão nos estabelecimentos de ensino e nas comunidades onde os mesmos estão inseridos, ganhando tempo para uma melhor caracterização da situação epidemiológica”.

Essas mudanças dos espaços decorrentes da pandemia vão afetar a forma como o usuário se relaciona com o jogo, havendo a hipótese de que ele tenha uma postura mais evitativa no que diz respeito à saída em busca de novas rotas e de contato social. Por isso, hipotetiza-se que no início, logo após o começo da pandemia, o perfil dos usuários esteve voltado a traços de comportamento evitativo, em conjunto com sentimentos de medo e ansiedade, porém a longo prazo esses sentimentos podem desaparecer, gerando maior confiabilidade no contexto em que se vive, diminuindo-se os sintomas negativos.

Conforme pesquisas, avaliou-se que no cenário pós-pandêmico é provável que esse ambiente seja voltado para um olhar mais humano e social, tendo em vista a busca de novas estratégias para viver em sociedade, ressignificando as experiências e mudando o estilo de vida, além de uma revisão de crenças e valores. A longo prazo, os principais impactos da situação atual, de acordo com Bizerra (2020), serão:

- a reconfiguração de espaços públicos, a fim de evitar a aglomeração de pessoas;
- maior virtualização de serviços, como a compra de produtos em restaurantes e lojas pela internet;
- mais pessoas trabalhando de modo remoto e ampliação dos estudos a distância;
- melhora na capacidade dos indivíduos de lidarem com desavenças futuras.

## MÉTODOS

Nesta pesquisa, utilizou-se como abordagem metodológica a pesquisa qualitativa, que tem o foco voltado para a explicação descritiva do porquê dos fatos envolvendo dados não métricos, pautados na compreensão dos significados e valores do conteúdo da pesquisa. Para Gerhardt e Silveira (2009, p. 32):

Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens.

Quanto aos procedimentos utilizados, focou-se na revisão bibliográfica, que, de acordo com Fonseca (2002, p. 32 *apud* GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 37), “é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos”. No estudo foram analisadas publicações científicas acerca dos temas: relações de uso, experiência do usuário, pandemia da Covid-19, patrimônio

cultural, teoria dos cinco grandes fatores, além de alguns transtornos da personalidade da quinta edição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, para a construção das características dos personagens do jogo.

Foram ressaltadas por meio das personagens as características culturais e históricas envolvendo o turismo das localidades de Joinville, Balneário Camboriú, Araquari, Itapoá, Vila da Glória, São Francisco do Sul, Campo Alegre, Balneário Barra do Sul, Florianópolis e Garuva, em Santa Catarina, e no Paraná a cidade de Curitiba, mediante pesquisa em *sites* sobre turismo, identificando a história e os principais pontos turísticos dos locais.

Ao total foram criadas 165 personagens, sendo 15 para cada localidade. Foi levado em conta para a construção das personagens qualquer arquétipo: idade, sexo, etnia, pessoa, animal, planta, mito, lendas ou personagem histórica. Os instrumentos utilizados foram fichas compostas de campos como: nome da personagem, batalha (se iria participar de uma batalha, marcava-se um X), cidade, estado e país, arquétipo, elementos compondo força, essência e energia (marcando de 0 a 10), o ambiente a ser encontrado pelo jogador, atributo para modo de batalha, dica, fala de apresentação, fala de conflito, um espaço reservado para as falas das personagens e a descrição da personagem, contendo características físicas e psicológicas e um *link* com a imagem da personagem, criado pelos integrantes do grupo da área do *design* e adicionado com base nas informações da ficha da personagem.

Essas fichas foram compartilhadas por meio da ferramenta Google Drive com os alunos do curso de Design de Animação da Univille, que estão produzindo as artes das personagens.

**Quadro 2** – Ficha da personagem: Route Raiders

	( ) Sim	( ) Não
Batalha		
Nome		
Cidade/estado/país:		
Arquétipo		
Elementos		
Força	Essência	Energia
Ambiente		
Atributo para modo batalha		
Dica		
Fala de apresentação		
Fala de conflito		
Tag	Falas (250 caracteres no máximo, no mínimo 13)	
Global		
Localization		
Date		
Descrição da personagem		
Característica física		
Característica psicológica		
Inserir link da arte / desenho		
Link da ilustração em .png (quando o desenho ficar pronto)		

Fonte: Xavier (2020)

## RESULTADOS DA CRIAÇÃO DAS PERSONAGENS

A primeira etapa do processo de desenvolvimento das personagens foi uma pesquisa extensa em várias plataformas virtuais com o intuito de entender o máximo sobre os pontos turísticos, histórias e costumes da cultura de cada localidade – de Santa Catarina, Joinville, Itapoá, Vila da Glória, São Francisco do Sul, Araquari, Balneário Camboriú, Balneário Barra do Sul, Campo Alegre, Florianópolis e Garuva e, do Paraná, Curitiba. Posteriormente foi empregada a teoria dos cinco grandes fatores, que demonstra as características da personalidade – extroversão, agradabilidade, escrúpulo, neuroticismo e abertura à mudança. Em algumas personagens foram acrescentados alguns transtornos da quinta edição do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, com o propósito de apontar mais características. Depois, desenvolveram-se as características físicas e psicológicas, e foram anexadas as informações na ficha de critérios, conforme a metodologia. Por fim, passou-se o material para a equipe de *design* criar a ilustração das personagens.

Joinville possui um habitante conhecido por todos os joinvilenses, o jacaré Fritz. Conforme as histórias, o jacaré fugiu de um parque ecológico da cidade, o chamado Zoobotânico, que possui animais e trilhas naturais, e apareceu nos arredores do Rio Cachoeira, recebendo pelos locais o apelido de Fritz. Com base nessa história, foi empregada a teoria dos cinco grandes fatores:

- Extroversão: retratando o oposto da personagem, ou seja, seriedade, retraimento, encolhimento, reserva e sobriedade;
- agradabilidade: sendo o oposto, desagradável, mal-humorado, antipático;
- escrúpulo: ao contrário, a personagem é digna de confiança;
- neuroticismo: tristeza profunda, irritação, baixa frustração, desconfiança;
- abertura à mudança: ele gostaria que as coisas mudassem, porém não consegue fazer sozinho essa mudança.

Nessa personagem, foram implementadas características do transtorno depressivo maior, que são: excesso de sonolência, irritabilidade, isolamento social, inquietação, lentidão durante as atividades. Dessa forma, as características psicológicas da personagem são: impaciência, desconfiança, alta irritabilidade e vagarosidade. Reclama de tudo, porque está cansado de as pessoas poluírem os rios, especificamente o Rio Cachoeira, de Joinville, o seu lar. Já foi muito feliz e cheio de alegria, porém isso foi se apagando aos poucos pela quantidade de lixo que jogam em seu rio. Fisicamente, essa personagem é um jacaré grande, verde e com cara de bravo. Na Figura 1 segue a arte criada pela equipe de *design*.

**Figura 1** – Exemplo de personalidade: personagem Fritz



Fonte: Jacon, Teixeira e Lutke (2020)

A arte foi desenvolvida pelos acadêmicos do curso de Design. Maria Clara Jacon delineou o rascunho, Gustavo Teixeira elaborou a linear no programa e Ellen Lutke fez a pintura. Por fim, foram anexadas todas as informações das personagens na ficha para que posteriormente esta possa ser utilizada pela equipe do jogo Route Raiders.

Esse projeto resultou na criação de 165 personagens, sendo 15 para cada localidade, levando em conta todas as etapas comentadas anteriormente. Todas as personagens foram desenvolvidas de acordo com o processo relatado ao longo do artigo.

## CONCLUSÕES

A integração das equipes de *design* e de psicologia para o desenvolvimento de personagens se evidenciou como uma ótima estratégia de promoção do conhecimento técnico-científico dos bolsistas vinculados aos dois cursos. Ao mesmo tempo em que a equipe de *design* pôde se dedicar à criação de personagens, também foi possível acompanhar o processo de desenvolvimento das características psicológicas das personagens, contribuindo para sua qualificação profissional nesse campo.

A sequência de atividades envolveu reuniões de alinhamento utilizando plataformas de encontros *online* como Microsoft Teams e Google Meet. Paralelamente, foram utilizadas redes sociais como o WhatsApp, para superar lacunas de comunicação impostas pelo distanciamento social. À medida que as fichas com as características psicológicas das personagens eram finalizadas, elas eram compartilhadas com uma das equipes de *design* para o desenvolvimento (Maria Clara Jacon e Gustavo Teixeira). As personagens finalizadas foram, posteriormente, disponibilizadas para a equipe de desenvolvimento do jogo Route Raiders.

Como resultado da pesquisa, ressalta-se que a hipótese do perfil dos usuários no cenário pós-pandêmico é de uma postura de retraimento, insegurança e medo de se inserir em locais públicos, por conta da modificação dos espaços. Esta pesquisa envolveu o estudo sobre as relações de uso do jogo com o usuário, e descobriu-se que o sujeito pode influenciar e produzir comportamentos no meio em que está inserido, mas que o seu sentimento é subjetivo e não pode ser quantificado. Apesar disso, considera-se promover a identificação com os usuários e estimular comportamentos e atitudes adequados, o que em um cenário durante e pós-pandemia, com protocolos específicos de segurança, torna o desenvolvimento das personagens ainda mais relevante.

## AGRADECIMENTOS

Ao Instituto Caranguejo de Educação Ambiental.

Ao Projeto Desenho Ambiental, vinculado à área de extensão da Universidade da Região de Joinville (Univille).

Ao Projeto Ethos: *Design* e Relações de Uso, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Design da Univille.

Ao Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina (UniEdu).

À Universidade da Região de Joinville (Univille).

Aos demais bolsistas e membros da equipe Gustavo Teixeira, Henrique Rossi Chaves, Luana Rutes, Maria Clara Jacon, Elen Lutke, Marlon Cardozo da Silva, Wesley Fermiano e Yasmim Hubner.

## REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders**. 5. ed. Arlington: American Psychiatric Association, 2013.

BARROSO, Barbara Iansã de Lima *et al.* Saúde do trabalhador em tempos de Covid-19: reflexões sobre saúde, segurança e terapia ocupacional. **Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**, Brasília, p. 1-14, 2020. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/326/391>. Acesso em: 15 set. 2020.

BIZERRA, Fernando. Como o coronavírus vai mudar nossas vidas: dez tendências para o mundo pós pandemia. **El País**, 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-04-13/como-o-coronavirus-vai-mudar-nossas-vidas-dez-tendencias-para-o-mundo-pos-pandemia.html>. Acesso em: 19 out. 2020.

BRASIL. Direção-Geral da Saúde. **Plano Nacional de Preparação e Resposta à Doença por novo Coronavírus (Covid-19)**. Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.dgs.pt/documentos-e-publicacoes/plano-nacional-de-preparacao-e-resposta-para-a-doenca-por-novo-coronavirus-covid-19-pdf.aspx>. Acesso em: 2 out. 2020.

DUARTE, Rafael. Coronavírus: os impactos psicológicos da quarentena. **PebMed**, 2020. Disponível em: <https://pebmed.com.br/coronavirus-os-impactos-psicologicos-da-quarentena/>. Acesso em: 8 maio 2020.

EVERLING, Marli Teresinha; SOBRAL, João; CAVALCANTI, Anna. *Design e o vir a ser: fundamentos de educação e ecologia orientados para um mundo em transformação*. **Mix Sustentável**, Florianópolis, v. 6, n. 1, p. 135-143, 7 mar. 2020. Disponível em: <http://ojs.sites.ufsc.br/index.php/mixsustentavel/article/view/3770>. Acesso em: 15 set. 2020.

GERHARDT, Tatiana; SILVEIRA, Denise. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 2 out. 2020.

INSTITUTO CARANGUEJO DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL. **O Instituto Caranguejo**. Joinville: Instituto Caranguejo de Educação Ambiental, 2020. Disponível em: <http://www.caranguejo.org.br/>. Acesso em: 15 set. 2020.

JELITA, Rhanuel Daux Ritter Von. **Concepção de personagens com foco em suas características psicológicas**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

LOBATO, Luciano. *Design para comportamento: uma alternativa ao design de experiência do usuário*. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE ARQUITETURA DE INFORMAÇÃO, 2010, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Ebai, 2010. Disponível em: <http://www.lucianolobato.com.br/wp-content/uploads/2019/04/Design-para-o-Comportamento-uma-alternativa-ao-Design-da-Experiencia-do-Usuario.pdf>. Acesso em: 16 set. 2020.

PELEGRINE, Sandra. Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 26, n. 51, p. 115-140, jun. 2006.

PIMENTEL, Carlos; DONNELLY, Edla D. O. Porto. A relação da preferência musical com os cinco grandes fatores da personalidade. **Psicologia, Ciência e Profissão**, Brasília, v. 28, n. 4, p. 696-713, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/pcp/v28n4/v28n4a04.pdf>. Acesso em: 19 out. 2020.

ROUTE RAIDERS. **A caça ao tesouro no mundo real**. Joinville, 2020. Disponível em: <https://routeraiders.com.br/sobre/>. Acesso em: 15 set. 2020.

SILVA, Izabella B.; NAKANO, Tatiana de C. Modelo dos cinco grandes fatores da personalidade: análise de pesquisas. **Avaliação Psicológica**, Campinas, p. 51-62, 2011. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/avp/v10n1/v10n1a06.pdf>. Acesso em 19 out. 2020.

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE (UNIVILLE). **Pró-Reitoria de Ensino**. Projetos de Extensão 2020. Joinville: Univille, 2020. Disponível em: <https://www.univille.edu.br/account/extensaouniversitaria/VirtualDisk.html/downloadDirect/1756220/Projetos.pdf>. Acesso em: 18 set. 2020.