

Camila Koop Ramos

**DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA
ALÍVIO DA ANSIEDADE**

Projeto de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do Grau de Bacharel em Design de Produto, no
Curso de Design de Produto, oferecido pela
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC.
Orientadora: Profa. Dra. Claudia Regina Batista.

Florianópolis

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Ramos, Camila Koop

Design de joia com proposta terapêutica para o alívio da
ansiedade / Camila Koop Ramos ; orientador, Cláudia
Regina Batista, 2022.

122 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2022.

Inclui referências.

1. Design. 2. Joias terapêuticas. 3. Design de joias.
4. Alívio da ansiedade. I. Batista, Cláudia Regina. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Design. III. Título.

Camila Koop Ramos

Design de joia com proposta terapêutica para o alívio da ansiedade

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design de Produto e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design de Produto da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 18 de novembro de 2022.

Prof. Cristiano Alves, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.a Claudia Regina Batista, Dr.a
Orientadora
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.a Regiane Pupo, Dr.a
Avaliadora
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Ivan Luiz de Medeiros, Dr.
Avaliador
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar agradecendo minha família, por todo o apoio e suporte. À minha mãe, Cenilda Koop, por todo o amor, força e carinho fornecido. Ao meu pai, Davi Narcisio Ramos, por todo suporte, incentivo e paciência todos os dias nessa jornada.

A minha grande parceira na faculdade, Bruna Tiecher, por todo o incentivo e companheirismo durante a trajetória na universidade. Às minhas amigas de vida Giulia, Julia e Letícia, por me acompanharem, apoiarem e sempre acreditarem em mim.

À minha orientadora, Profa. Dra. Claudia Regina Batista, pela confiança e por todos os ensinamentos e auxílio neste trabalho.

Ao Prof. Dr. Ivan Luiz de Medeiros e à Profa. Dra. Regiane Pupo, por aceitarem fazer parte da banca e contribuir ainda mais para esse trabalho.

À Universidade Federal de Santa Catarina e a todos os professores que proporcionaram conhecimento para minha formação em Design de Produto.

RESUMO

A ansiedade está presente na sociedade desde os tempos dos primórdios por ser uma reação natural do nosso corpo quando a mente se depara com medos ou incertezas, normalmente é reflexo de situações futuras, onde a mente pode ir mas o corpo não. A experiência da pandemia do Covid-19 refletiu consideravelmente na saúde mental e o aumento enlouquecido na busca por proteção foi decisivo para deixar o mundo inteiro em um estado ansioso. Entretanto, para muitas pessoas a ansiedade já era vivenciada antes mesmo da pandemia se instalar e além disso de acordo com algumas pesquisas apresentadas neste projeto revelou que as mulheres estão em destaque entre os grupos mais afetados. Neste contexto, surgiu a iniciativa em desenvolver o projeto com a intenção de agregar bem estar e contribuir para a melhoria da vida das mulheres através do design de joias. O projeto teve como solução uma coleção de joias geradas através de alguns estudos envolvendo o tema da ansiedade, tipos de tratamentos, produtos terapêuticos, fatores externos que contribuem para diminuir a ansiedade e também de pesquisas contendo tendências, análises de mercado e preferências do público. Durante o processo foram estipulados critérios que alinharam-se com os conceitos e tema, estes determinados diante do resultado das pesquisas, para a estabelecer o design dos produtos da coleção. Como resultado do projeto foi possível agregar terapias que já possuem efetividade para o alívio dos sintomas da ansiedade tornando o conjunto uma proposta concreta e funcional. Diante disso pode-se apontar que a criação da coleção compreendeu o cenário e adaptou a solução para abranger as informações estudadas durante todo o projeto buscando como resultado a utilização do design de joias com proposta terapêutica para o alívio de sintomas da ansiedade.

Palavras-chave: Joias terapêuticas. Design de joias. Alívio da ansiedade.

ABSTRACT

Anxiety has been present in society since ancient times because it is a natural reaction of our body when the mind is faced with fears or uncertainties, it is usually a reflection of future situations, where the mind can go but the body cannot. The experience of the Covid-19 pandemic has reflected considerably on mental health and the maddening increase in the search for protection has been decisive in leaving the entire world in an anxious state. However, for many people, anxiety was already experienced even before the pandemic set in and, in addition, according to some research presented in this project, it revealed that women are highlighted among the most affected groups. In this context, the initiative to develop the project emerged with the intention of adding well-being and contributing to the improvement of women's lives through jewelry design. The project's solution was a collection of jewelry generated through some studies involving the theme of anxiety, types of treatments, therapeutic products, external factors that contribute to reducing anxiety and also research containing trends, market analysis and public preferences. During the process, criteria were stipulated that were aligned with the concepts and theme, these determined based on the results of the research, to establish the design of the products in the collection. As a result of the project, it was possible to add therapies that already have effectiveness for the relief of anxiety symptoms, making the set a concrete and functional proposal. In view of this, it can be pointed out that the creation of the collection understood the scenario and adapted the solution to cover the information studied throughout the project, seeking as a result the use of jewelry design with a therapeutic proposal for the relief of anxiety symptoms.

Keywords: Therapeutic jewelry. Jewelry design. Anxiety relief.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Painel joias usadas pelos egípcios.....	12
Figura 02 – Painel joias usadas pelos indianos.....	13
Figura 03 – Painel de pomanders.....	14
Figura 04 – Painel com proposta metodológica para o Design de Joias.....	16
Figura 05 – Painel com peças interativas.....	25
Figura 06 – Painel de produtos olfativos.....	26
Figura 07 – Painel de produtos tecnológicos.....	27
Figura 08 – Pesquisa com público alvo.....	31
Figura 09 – Resultado da pesquisa com público alvo.....	33
Figura 10 – Persona Rafaela.....	35
Figura 11 – Painel conceitual Rafaela.....	36
Figura 12 – Persona Catarina.....	38
Figura 13 – Painel conceitual Catarina.....	39
Figura 14 – Percentil referente ao perímetro do pulso da população masculina.....	40
Figura 15 – Análise sincrônica de anéis.....	42
Figura 16 – Análise sincrônica de colares.....	43
Figura 17 – Análise sincrônica de pulseiras.....	44
Figura 18 – Análise sincrônica de brincos.....	45
Figura 19 – Requisitos de projeto.....	48
Figura 20 – Painel visual do conceito elegante.....	50
Figura 21 – Painel visual do conceito natural.....	51
Figura 22 – Painel visual do conceito versátil.....	52
Figura 23 – Painel Visual Do Tema.....	53
Figura 24 – Painel De Inspirações.....	54
Figura 25 – Painel De Aspectos Materiais.....	55
Figura 26 – Painel De Cores E Formas.....	56
Figura 27 – Paleta De Cores.....	57

Figura 28 – Painel De Joias Com Compartimentos.....	59
Figura 29 – Painel De Peças Com Ímã.....	60
Figura 30 – Resultado Da Geração De Alternativas.....	62
Figura 31 – Alternativas Seleccionadas.....	63
Figura 32 – Matriz de Baxter	65
Figura 33 – Painel Do Estudo Para Geração De Tamanhos.....	67
Figura 34 – Painel De Estudo Para Experimentação De Tamanhos.....	68
Figura 35 – Painel De Tamanhos Do Modelo Volumétrico De Biscuit.....	69
Figura 36 – Print Da Modelagem 3d Anel.....	71
Figura 37 – Print Da Modelagem 3d Brinco.....	72
Figura 38 – Print Da Modelagem 3d Colar.....	73
Figura 39 – Impressão No Pronto 3d.....	74
Figura 40 – Modelo Volumétrico Pla.....	75
Figura 41 – Render Do Colar.....	78
Figura 42– Render Do Brinco.....	79
Figura 43 – Render Do Anel.....	81
Figura 44 – Aplicação Da Identidade Visual Em Site.....	83
Figura 45 – Aplicação Da Identidade Visual Da Coleção Em Celular E Papelaria.....	84
Figura 46 – Aplicação Da Identidade Visual Em Embalagem Clara.....	85
Figura 47 – Aplicação Da Identidade Visual Em Embalagens Escura.....	85
Figura 48 – Aplicação Da Coleção Em Catálogo Brinco.....	86
Figura 49 – Aplicação Da Coleção Em Catálogo Colar.....	87
Figura 50 – Aplicação Da Coleção Em Catálogo Anel.....	88
Figura 51 – Aplicação Da Coleção Em Mídias Sociais.....	89
Figura 52 – Aplicação Da Coleção Em Propaganda.....	89

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – A etapa Investigação e Análise.....	18
Quadro 02 – A etapa Criação.....	18
Quadro 03 – A etapa Construção e Avaliação.....	19
Quadro 04 – A etapa Promoção.....	20
Quadro 05 - Gemas utilizadas.....	78
Quadro 06 - Metais utilizados.....	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1 OBJETIVOS.....	16
1.2 Objetivo Geral.....	16
1.3 Objetivos Específicos.....	16
1.4 JUSTIFICATIVA.....	16
1.5 DELIMITAÇÕES.....	17
1.6 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO.....	17
2. O QUE É ANSIEDADE.....	22
2.1 TIPOS DE TRATAMENTOS.....	22
2.2 ANSIEDADE E A PANDEMIA.....	23
2.3 O QUE SÃO PRODUTOS TERAPÊUTICOS.....	24
2.4 TIPOS DE PRODUTOS QUE AJUDAM A ANSIEDADE	25
2.5 INTERFERÊNCIA DO AMBIENTE EXTERNO NA SAÚDE MENTAL.....	29
3. DESIGN DE JOIAS - ETAPA INVESTIGAÇÃO E ANÁLISE.....	31
3.1 DADOS ANTROPOMÉTRICOS.....	41
3.2 MERCADO.....	42
3.3 TENDÊNCIAS.....	47
3.4 REQUISITOS DO CLIENTE.....	48
4. DESIGN DE JOIAS - ETAPA CRIAÇÃO.....	51
4.1 CONCEITO.....	51
4.2 TEMA.....	55
4.3 INSPIRAÇÕES.....	59

4.3.1 Joias Mortais.....	60
4.3.2 Joias com Ímãs.....	62
4.3.3 Topázio e a Cristaloterapia.....	63
4.3.4 Óleo de Lavanda e Aromaterapia.....	63
4.4 GERAÇÃO DAS ALTERNATIVAS.....	63
4.4 SELEÇÃO DAS ALTERNATIVAS.....	66
5. DESIGN DE JOIAS - ETAPA CONSTRUÇÃO E AVALIAÇÃO.....	68
5.1 ESTUDO E ANÁLISE VOLUMÉTRICA.....	68
5.2 MODELAGEM E IMPRESSÃO 3D.....	72
5.3 AVALIAÇÃO ERGONÔMICA E DE USABILIDADE.....	77
5.4 AJUSTES PÓS AVALIAÇÃO ERGONÔMICA.....	78
5.5 PROCESSOS DE FABRICAÇÃO.....	78
5.6 MODELO 3D DIGITAL.....	79
6. DESIGN DE JOIAS - ETAPA PROMOÇÃO.....	84
6.1 IDENTIDADE VISUAL.....	84
6.2 EMBALAGEM.....	87
6.3 CATÁLOGO.....	88
6.4 MÍDIA.....	90
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	92
8. REFERÊNCIAS.....	93
9. APÊNDICE A – Sketches.....	102
10. APÊNDICE B – Desenho Técnico.....	108

1.INTRODUÇÃO

O surgimento da pandemia gerou inúmeras crises, além de interferir na saúde física, prejudicou também imensamente a saúde mental trazendo a ansiedade como um dos males do século.

Para muitas pessoas, a ansiedade já era vivida muito antes da pandemia se instalar. Entretanto, de acordo com um estudo publicado pela *The Lancet (2020)*, revista científica de medicina, durante o período pandêmico o número de ansiosos chegou a 76 milhões de novos casos, no qual entre os grupos mais afetados estão as mulheres e os jovens.

Na história, os tempos de crise sempre refletiram no mundo da moda, assim como em outros aspectos da sociedade. Hoje, o mercado se encontra em uma nova tendência chamada - moda dopamina (Lima, 2021). Após todo o medo e insegurança gerada pela pandemia, o propósito que a moda dopamina busca é trazer felicidade aos produtos com cores ou estilo.

Neste contexto, surgiu a iniciativa em desenvolver este projeto com a intenção de agregar bem estar e contribuir para a melhoria da vida das mulheres através da proposta de uma joia que pode gerar efeitos relaxantes para amenizar a ansiedade. As joias são artefatos que estão presentes em várias culturas e pode-se dizer que acompanham a evolução da humanidade; além de adorno, muitas vezes assumiram a função de amuleto, outras vezes para expressar poder, hierarquia social e, também, para o uso terapêutico.

Na antiga civilização egípcia, o misticismo, as crenças religiosas e as joias andavam sempre atreladas. A representação de seus deuses e do uso das joias como proteção, em amuletos durante a vida ou em tumbas para o momento pós-vida, se prolonga durante toda sua trajetória. Além disso, vários tipos de pedras e cristais eram usados nos seus adornos, com simbologias relacionando sua espiritualidade como a lápis lazúli, malaquita e azurita. O que nos dias de hoje se assemelha muito a terapia de cristais, cristaloterapia. Uma visão geral de alguns exemplos de joias usadas pelos egípcios no passado para proteção podem ser vistos na figura 01 abaixo.

Figura 01 – Pannel joias usadas pelos egípcios.



Fonte: Elaborado pela autora.

Na história da civilização indiana o papel das joias também vai além de valor estético, sendo consideradas desde uma fonte de segurança quando se relacionada a questão financeira até para atender necessidades religiosas. A figura 02 demonstra alguns exemplos de joias usadas pelos pelos indianos.

Figura 02 – Paineis de joias usadas pelos indianos.



Fonte: Elaborado pela autora.

Outro caso de joias funcionais ao longo da história são os *pomanders* do século 16, usados como proteção contra infecções em tempos de pestilência ou apenas como um artigo útil para disfarçar maus odores. Os *pomanders* eram considerados indispensáveis na moda renascentista, sendo usados como colares ou até mesmo joias penduradas como cintos. Nos tempos modernos, a aromaterapia é um elemento que se aproxima bastante dessa joia histórica. A figura 03 apresenta alguns exemplos de utilização dos antigos *pomanders*.

Figura 03 – Painel de *pomanders*.



Fonte: Elaborado pela autora.

Diante destas observações e exemplos de joias que contém uma proposta além da função de adorno pessoal, volta-se ao cenário atual e questiona-se: **como desenvolver joias**

com função terapêutica para contribuir na redução de sintomas da ansiedade do público feminino?

1.1 Objetivos

Diante da problemática e do tema referido foram determinados objetivos que guiaram todo o desenvolvimento do projeto e auxiliaram o resultado final.

1.2 Objetivo Geral

Desenvolver um conjunto de joias terapêuticas para contribuir na redução de sintomas de ansiedade.

1.3 Objetivos Específicos

- Abordar o tema da ansiedade;
- Identificar terapias que ajudem na diminuição de sintomas da ansiedade;
- Apontar objetos que influenciam para diminuir sintomas de ansiedade;
- Empregar pesquisas para melhor compreensão do público alvo;
- Relacionar a pesquisa de público com as tendências e o mercado;
- Propor uma solução que conecte as pesquisas e atinja o público;

1.4 Justificativa

A importância desse projeto representa a sensibilização diante do contexto atual, unindo não só o significado de amparar a vida das mulheres que sofrem com a ansiedade, mas também de desenvolver um produto conectado às tendências do mercado. O contexto pandêmico desencadeou ansiedade (dentre outros desequilíbrios) na população, por isso ressalta-se a importância em desenvolver soluções que podem ser produtos para auxiliar nesta busca de estabilidade mental para amparar um número maior de ansiosos.

No âmbito da ‘moda dopamina’, a possibilidade de um produto contribuir para despertar alegria ou promover a esperança e cuidado, traz uma contribuição social e é neste contexto que o tema deste projeto se insere: as joias com uma proposta terapêutica para relaxar e, conseqüentemente, diminuir a ansiedade. É oportuno lembrar que esta abordagem referente à possibilidade de um produto estar relacionado com o lado emocional e sensorial é um ponto de vista discutido por Norman (2008) em seu livro Design Emocional.

Dessa forma, a criação das joias proposta é relevante por agregar valor para social e mercadológico, pois além de um adorno pessoal, este novo produto apresenta função de beneficiar o bem estar.

1.5 Delimitações

A proposta do projeto consiste na criação de uma conjunto de joias com o propósito de contribuir para diminuir a ansiedade do público feminino. A composição será de no mínimo de 3 peças, incluindo uma brinco, anel e colar.

1.6 Procedimento Metodológico

A metodologia adotada para o design de joias foi proposta por Batista (2017), sendo que as principais etapas são apresentadas na figura 04.

Figura 04 – Painel com proposta metodológica para o Design de Joias.



Fonte: Batista, 2012, 2017.

As três principais etapas desta metodologia “Investigar e Analisar”, “Criar” e “Construir e Avaliar” e seus respectivos desdobramentos são descritos na sequência nos quadros 1 a 4.

Quadro 01 – A etapa Investigação e Análise.

Etapa INVESTIGAÇÃO E ANÁLISE	
Requisitos do Cliente	A investigação (buscar dados) e a análise dos dados coletados são o ponto de partida no design de joias. Primeiramente, torna-se necessário identificar os requisitos do cliente e um briefing é de grande importância neste momento. Com base nas informações obtidas no briefing é possível definir o escopo das metas do projeto, identificar algumas características do novo produto, organizar um cronograma adequado, bem como elaborar um orçamento apropriado para o projeto a ser executado.
Necessidades, Preferência e Dados Antropométricos do Usuário	É imprescindível que o designer investigue e analise o perfil do usuário para identificar as necessidades, as preferências, a experiência do usuário e os dados antropométricos para conceber produtos anatômicos e confortáveis. Também é relevante identificar dados do usuário tais como a faixa etária, o gênero (feminino, masculino), o nível sócio-econômico-cultural e o estilo de vida (por exemplo: esportivo, urbano, rural, clássico, naturalista, executivo, despojado, entre outros).
Mercado	É necessário conhecer as características do mercado onde o novo produto estará disponível. Uma pesquisa de mercado propicia compreender os potenciais clientes, conhecer os concorrentes e verificar a existência de um público disposto a adquirir o novo produto. Também é importante conhecer os produtos similares; para tanto pode-se fazer um Benchmarking para identificar os melhores atributos nesta categoria de produtos para alcançar um nível de superioridade ou vantagem competitiva.
Tendências	Também é necessário investigar e analisar as tendências, que podem ser obtidas junto aos bureaux de style. Esses escritórios analisam e elaboram previsão de tendências comportamentais, econômicas, culturais, políticas e estéticas, levando em consideração os diferentes gostos para a construção dos cadernos de tendências.

Fonte: Batista, 2012.

Quadro 02 – A etapa Criação.

Etapa CRIAÇÃO	
Tema de Criação	Deve ser definido pelo designer e guiará o processo criativo de geração de soluções. Conceito da Jóia

	Faz-se a representação da “nova joia” por meio de suas características gerais. O design conceitual tem o objetivo de produzir princípios de projeto para o novo produto; deve ser suficiente para satisfazer as exigências do usuário e diferenciar a nova jóia de suas concorrentes. O designer pode elaborar um painel semântico do conceito, através de imagens que expressam os atributos da nova joia.
Geração de Soluções	Momento destinado a fazer registros das ideias em forma de esboços/sketches ou outra forma de representação gráfica. O designer pode eleger as melhores soluções, aprimorá-las e produzir layouts/renderings mais realistas e na escala natural para propiciar melhor compreensão das características da jóia.
Seleção da melhor solução	Para selecionar a melhor solução é necessário avaliar as qualidades positivas e negativas das soluções geradas, através de critérios bem definidos. Pode-se fazer uso de uma matriz de avaliação para realizar uma seleção sistemática de oportunidades de produto. O designer deve ter clareza a respeito dos atributos desejáveis e indesejáveis, que podem pertencer às seguintes categorias: atração semântica e simbólica do produto, forma de uso, materiais/custo, ergonomia.

Fonte: Batista, 2012.

Quadro 03 – A etapa Construção e Avaliação.

Etapa CONSTRUÇÃO E AVALIAÇÃO	
Modelo ou Protótipo	A partir da ideia registrada no papel, parte-se para a criação de um modelo tridimensional da joia (que pode ser de baixa complexidade, em papel por exemplo) ou um protótipo com material que irá simular os materiais utilizados no processo de fabricação do produto. O modelo e/ou o protótipo são construídos na escala natural, ou seja, no tamanho real e são destinados à análise volumétrica do produto e a avaliação ergonômica e de usabilidade da jóia.
Avaliação Ergonômica e de Usabilidade	A avaliação da joia é uma etapa de suma importância, pois a partir dela é possível verificar se os objetivos traçados no início do projeto foram alcançados, ou seja, se a joia expressa o conceito e atende aos requisitos do cliente e as expectativas do usuário. Para garantir conforto, praticidade e segurança aos usuários dos produtos da joalheria, torna-se necessário realizar uma avaliação ergonômica com os protótipos das joias. O objetivo é verificar se a joia (protótipo) tem um ajuste anatômico adequado, busca-se levantar algumas questões funcionais relacionadas ao peso, tamanho, volume/massa, flexibilidade/rigidez e pressão que a peça possa causar no corpo do usuário. A Avaliação de Usabilidade visa identificar se há facilidade na interação entre o usuário e a joia (protótipo) e também verificar se os componentes propiciam interação eficaz (por exemplo: fácil e prático manuseio, as joias são fáceis de colocar e retirar, disponibilizam mecanismos/sistemas de encaixe eficientes; se os fechos possuem travas seguras). A avaliação

	ergonômica e de usabilidade deve ser feita com uma amostra de participantes com perfil similar ao futuro usuário do produto. O modelo ou protótipo da joia deve ser fornecido para que cada participante manuseie, use e analise o produto. É de suma importância verificar como o participante interage com o protótipo. Um questionário pode ser fornecido ao participante para que ele expresse sua opinião sobre o produto.
Ajustes Pós Avaliação	Após o término da avaliação, analisam-se os resultados obtidos e torna-se possível compreender como foi o desempenho dos participantes da avaliação e se há necessidade de realizar ajustes na jóia para aprimorá-la. A avaliação tem fundamental importância porque se pode detectar problemas que não haviam sido percebidos pelo projetista e corrigi-los antes do produto entrar na linha de produção.
Especificar Processo de Fabricação	Finalizando o processo de desenvolvimento de uma joia, é necessário especificar o Processo de Fabricação: elabora-se o desenho técnico com as vistas ortogonais, cotelagem e demais requisitos previstos para o desenho projetivo e nas normas brasileiras de desenho técnico; pode-se também construir um modelo 3D digital para prototipagem rápida (visando obter uma matriz para a fundição por cera perdida, se for o caso); indicam-se os materiais (gemas e metais nobres), o processo produtivo e os tipos de acabamentos.

Fonte: Batista, 2012.

Quadro 04 – A etapa Promoção.

Etapa PROMOÇÃO	
Identidade visual da jóia/linha/coleção	A promoção do novo produto joalheiro inicia-se com o desenvolvimento de uma identidade visual para o título da jóia/linha/coleção. Com esse recurso gráfico busca-se agregar valor ao produto, torná-lo distinto e memorável, além de criar um apelo visual e estímulo propícios para influenciar o consumidor na decisão de compra. Geralmente, o título da jóia/linha/coleção remete ao tema de inspiração, cujas características e significados alimentarão o processo de desenvolvimento da identidade visual.
Embalagem	As joias são artefatos pequenos e delicados, por isso requerem uma embalagem (primária) para acondicioná-las e protegê-las de arranhões e outros danos. Por se tratar de um produto de luxo, a embalagem deve expressar requinte e sofisticação. Existe uma diversidade de embalagens padrão - “estojo” para anel, brincos, colar, pulseira, broche, que podem ser personalizadas através da escolha da cor e material que a reveste (geralmente, veludo, cetim, entre outros) e aplicação de marca da joalheria. Também, é possível criar uma embalagem original e exclusiva,

	<p>sendo necessário realizar um projeto de embalagem específico. Uma embalagem secundária também pode ser adotada: uma caixa para acondicionar o estojo que contém a jóia.</p>
Catálogo	<p>O Catálogo é uma peça gráfica com a função de apresentar informações sobre os produtos que a empresa oferece aos seus consumidores. É um importante instrumento de marketing, pois contribui na divulgação e venda. Um catálogo de joias apresenta as imagens detalhadas das peças, descreve os materiais empregados na confecção das peças, variações do produto, preço, dentre outras informações relevantes. Pode-se adotar a versão impressa, digital ou ambas as formas, esta decisão deve ser feita com base no alcance do público alvo.</p>
Mídia	<p>A mídia tem a função de divulgar, propagar e promover a jóia/linha/coleção. Esta mídia pode ser impressa (por ex.: mala direta) ou digital (por ex.: banner para publicações em web sites; post para redes sociais - que possuem amplo alcance). No planejamento e produção da mídia, é necessário adotar uma linguagem gráfica em consonância com a identidade visual da jóia/linha/coleção, com um apelo visual capaz de conquistar a preferência dos consumidores.</p>

Fonte: Batista, 2012.

2. O QUE É ANSIEDADE

A ansiedade é um estado onde prevalece a incerteza e a angústia, caracterizadas pelo sentimento de medo e insegurança. É uma reação normal do corpo, faz parte do ser humano, porém a ansiedade em excesso paralisa, inquieta, perturba e torna-se um desequilíbrio ou um transtorno emocional. Para algumas pessoas a ansiedade tem níveis persistentes e de difícil controle; nas palavras de Varella (2022): esse tipo de ansiedade representa o transtorno de ansiedade generalizada (TAG). TAG é um distúrbio caracterizado pela preocupação excessiva ou expectativa apreensiva, que perdura por seis meses no mínimo e vem acompanhado por três ou mais dos seguintes sintomas: inquietação, fadiga, irritabilidade, dificuldade de concentração, tensão muscular e perturbação do sono.

Partindo para a abordagem existencial fenomenológica de Frederick Perls e Laura Perls (1940), psicoterapeutas que desenvolveram a Gestalt-Terapia, foi determinado que a ansiedade por si só é uma excitação que não conseguiu fluir para a superfície e acaba se tornando uma energia “presa”, gerando então os sintomas da ansiedade no corpo do indivíduo.

Contudo, mesmo que cada abordagem psicológica tenha sua própria concepção do que é a ansiedade, no fim o objetivo se encaminha para o mesmo resultado, assim como a meditação ou até mesmo os medicamentos, o propósito é buscar a harmonização do corpo e da mente.

2.1 Tipos de tratamentos para Ansiedade

Quando se trata da mente humana, sabe-se que para cada pessoa acontece um estímulo diferente; o que funciona para uns, não necessariamente funcionará para outros. Cada indivíduo tem um tipo de ansiedade e sua própria resposta a ela, o que resulta em inúmeras soluções. Sendo assim, para cada grau é possível existir um auxílio diferente e para todos os gostos tanto com medicamentos sintéticos quanto com opções naturais.

O tratamento para ansiedade que impede o indivíduo de realizar suas atividades normalmente, como por exemplo o transtorno de ansiedade generalizada, é sugerido além da procura por um especialista, o uso de medicamentos sintéticos. Em um primeiro pensamento remete-se aos ansiolíticos que são remédios que operam no cérebro diminuindo sintomas de euforia e tensão, entretanto eles não tratam o problema mas sim agem diretamente na dor.

Os ansiolíticos mais usados são os benzodiazepínicos. Esse tipo de ansiolítico age na substância GABA e no sistema límbico. Em outras palavras, ele atua no sistema nervoso central, restabelecendo o equilíbrio dos neurotransmissores e diminuindo o estado de alerta. (Brandao, 2021).

Partindo para os níveis normais de ansiedade nos quais os sintomas não paralisam a vida pessoal do indivíduo, ou seja, ele consegue realizar suas atividades e atingir seus objetivos do cotidiano, pode ser optado pelo alívio desses sintomas por medicamentos naturais. Os chás são um dos exemplos de uma bebida milenar que pode ser usado com diversos objetivos dentre eles, calmante. Medicamentos a base de plantas, os fitoterápicos, também são uma possibilidade para agir diretamente nos sintomas. A meditação, que para a religião budista é uma forma de se concentrar no presente, também acaba sendo eficiente para administrar sinais de ansiedade com o controle da respiração. O uso de florais também é uma opção para ajudar a restabelecer o equilíbrio, por conta do potencial terapêutico de cada essência. E por fim, a aromaterapia que através de receptores do olfato ajuda no tratamento da ansiedade e promove o bem-estar junto da utilização de óleos essenciais naturais quando aquecidos em aromatizadores ou diluídos na pele.

Os mistérios do cérebro ainda intrigam muito a ciência e com os diversos níveis de ansiedade inúmeras são as saídas para um indivíduo em estado ansioso reencontrar o equilíbrio. Portanto, diante de todos os fatores apresentados, a intenção do projeto é do uso de uma ou mais dessas terapias aderido nas peças para auxiliar no enfrentamento dos sintomas de ansiedade.

2.2 Ansiedade e a pandemia

Sanar o medo e as incertezas fazem parte de um movimento natural e instintivo do ser humano, isso porque esses sentimentos são desconfortáveis e andam na contramão do sentimento de tranquilidade ou até mesmo paz interior. Diante disso, visando o cenário pandêmico foi gerado um aumento na busca por proteção suficiente para provocar as crises de ansiedade ou até mesmo quadros depressivos.

De acordo com uma pesquisa feita pela ABPS (Associação Brasileira de Psicologia da Saúde) apontou que entre, outubro de 2020 e fevereiro de 2021, mais de 80% dos psicólogos entrevistados notaram um aumento na demanda de pacientes. A alta repentina aconteceu devido ao choque do primeiro momento da pandemia, mas também se diluiu durante todo o período, modificando o perfil dos pacientes, que inicialmente buscavam sessões pelos traumas seguindo por reflexões e, ultimamente, se estende na fase atual do retorno das atividades presenciais.

Levando em conta esse período de incertezas em que se vive e trazendo mais informações, a OMS mostrou em um resumo científico que só no primeiro ano da pandemia de COVID-19 houve um aumento de 25% no crescimento de problemas com ansiedade e

depressão, destacando também o Brasil com um dos maiores índices de pessoas com transtorno de ansiedade no mundo.

As informações que temos agora sobre o impacto da COVID-19 na saúde mental do mundo são apenas a ponta do iceberg. [...] Este é um alerta para que todos os países prestem mais atenção à saúde mental e façam um trabalho melhor no apoio à saúde mental de suas populações. (Ghebreyesus, 2022).

Os eventos vivenciados, tanto de isolamento social que trouxe muita solidão, o medo de se infectar, o sofrimento da morte de entes queridos e sem falar de problemas financeiros, só evidencia que o disparo do número de ansiosos no mundo inteiro não foi em vão e a representação das formas de busca por proteção segue um movimento natural de sobrevivência.

2.3 O que são Produtos Terapêuticos

O significado da palavra terapêutico está relacionado com qualquer tratamento que busca acabar com uma doença. Entretanto, no que diz respeito aos produtos terapêuticos existem os fitoterápicos, que são exemplos de tratamento extraídos de plantas, os florais que são essências de flores e os óleos essenciais que são líquidos altamente concentrados também extraídos de plantas.

O fitoterápico é um produto farmacêutico cujo princípio ativo é baseado em alguma planta que passou por uma série de testes científicos que os categorizam. Porém, apesar de naturais, precisam ser tomados de acordo com uma prescrição médica.

Os remédios fitoterápicos mais comuns no tratamento de ansiedade são os com princípios ativos com passiflora e a valeriana. A *Passiflora incarnata* é obtida do extrato das folhas do maracujá e é indicada como sedativo. A *Valeriana officinalis* é obtida das raízes da valeriana e é recomendada em casos de insônia leve, sedativo e ansiolítico. (Cahú, 2018).

Já os florais que também são um exemplo de produtos terapêuticos muito conhecido hoje em dia, é um composto que não tem efeitos colaterais e ajuda a combater vários sintomas, inclusive os da ansiedade. Em 1930, o Dr. Edward Bach, um médico homeopata que acreditava que o bem estar emocional era a chave para a saúde, criou um sistema baseado em essências de plantas – a terapia floral de Bach. Cada floral funciona de uma maneira diferente no combate às enfermidades, uma vez que cada composto contém essências diferentes.

Por fim, um produto terapêutico com muita história é o óleo essencial, apesar de não existir um documento claro da primeira extração, pode-se averiguar diversas situações no passado sobre a extração e uso. O artigo, [Aromatherapy: from genesis to today](#), publicado na revista brasileira de plantas medicinais por A. M. G. Brito (2014), conta diversas aparições do

começo do uso dos óleos essenciais, ainda durante as cruzadas o médico chamado Abu Ali al-Husayn Abdallah Ibn Sina, foi um dos primeiros a usar o processo para realizar a extração do óleo essencial das rosas. Também nos registros da aromaterapia, o químico francês René Maurice Gattefossé observou o poder curativo do óleo de lavanda em uma queimadura e esse conhecimento foi difundido na época em diversas outras regiões. Outra curiosidade ainda na aromaterapia são os *pomanders* do século 16, as famosas bolas com ervas aromáticas, que apesar de não fazer uso dos óleos essenciais pode ser visto como uma forma inicial de aromaterapia e traz uma analogia interessante da administração de eventos externos com o olfato.

Nos dias de hoje os óleos essenciais são vistos como um recurso terapêutico reconhecido pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Diversos são os métodos de aplicação da aromaterapia, entre eles estão a pulverização dos óleos essenciais, inalação, aplicação de compressas, banhos aromáticos e massagens. Por fim, diante dos tipos de produtos terapêuticos citados, que possivelmente podem auxiliar no processo da diminuição de sintomas da ansiedade, a escolha por uma joia que funcione com óleos essenciais, tornando-se um aromatizador constante, pode ser uma maneira assertiva de auxiliar alguns sintomas da ansiedade nos dias de hoje.

2.4 Tipos de produtos que ajudam amenizar a Ansiedade

Associando a ansiedade aos sentidos do corpo humano, olfato, tato, audição e visão, encontra-se uma diversificação de acesso a tratamentos que podem adentrar e suavizar os sintomas. Nos tempos de hoje, assim como o grande número de pessoas ansiosas vem aumentando, a variedade de produtos que prometem atingir a ansiedade, também segue o mesmo rumo.

Alguns produtos que utilizam a visão e o tato em uma interação direta com o indivíduo podem contribuir na redução momentânea de sintomas da ansiedade pela troca de foco, na qual o indivíduo se desfoca dos sintomas da crise e concentra-se na ligação com o objeto presente. Na figura 05 seguem alguns exemplos de peças interativas que auxiliam os sintomas da ansiedade por meio da interatividade da peça com o usuário, no painel foi exemplificados tipos de joias, como anéis com função giratória e com bolinhas ou circunferências que entreterem o usuário por meio do desvio do foco dos sintomas e redirecionam o foco para o objeto, assim como nos arames de mandala, cubo infinito e giroscópio interativo.

Figura 05 – Painel com peças interativas.



Fonte: Elaborado pela autora.

Produtos que têm como recurso o uso do olfato para a diminuição de sintomas da ansiedade, encontram na aromaterapia uma colaboração diante da habilidade dos óleos

essenciais das plantas. Na figura 06 seguem alguns exemplos de produtos olfativos, como os difusores a base de velas, colares que contém compartimento para o óleo essencial e até mesmo o difusor elétrico que faz o uso de energia elétrica para aquecer o óleo essencial e dissipar o aroma.

Figura 06 – Pannel de produtos olfativos.



Fonte: Elaborado pela autora.

Outros produtos com o objetivo da diminuição do ritmo e níveis de estresse, buscam com uso de tecnologias uma maneira de reencontrar o equilíbrio para o usuário. Na figura 07, segue alguns exemplos de produtos tecnológicos que com a propagação da tecnologia

auxiliam os sintomas de ansiedade seja por meio de pressão nos membros como os anéis ou até mesmo com aplicativos de meditação.

Figura 07 – Painel de produtos tecnológicos.



Fonte: Elaborado pela autora.

2.5 Interferência do ambiente externo na saúde mental

O ambiente que estamos inseridos influencia em muitos processos que acontecem no cérebro. Visto que a ansiedade surge na mente mas muitas vezes se reflete no corpo, um dos fatores determinantes de um estado mental também pode ser o ambiente externo. Ambientes desorganizados podem gerar estresse, angústia e alguns desses sentimentos que podem provocar a ansiedade. Diante disso, através de um projeto chamado *BlueHealth*, feito na Universidade de Exeter, Inglaterra, revelou que uma grande amostra dos entrevistados que moravam perto da costa tinham uma saúde mental melhor mesmo possuindo uma renda mais baixa em comparação com os que viviam na cidade.

Apesar de que desde o século XVIII os médicos já prescreviam viagens ao mar para visitar “hospitais de banho”, nessa pesquisa a ciência explica que o poder de estar em contato com o mar pode ser muito mais do que apenas calmante para o cérebro. Alguns dos benefícios trazidos pode ser a ativação do córtex pré-frontal ser acionado quando sons do oceano são reproduzidos, essa área está associada a emoção e auto-reflexão. Além disso, a sensação de tranquilidade que temos na praia pode se dar diante das ondas que produzem íons negativos, esses íons aceleram a capacidade do nosso corpo de absorver oxigênio, aumentam níveis de serotonina (hormônio da felicidade), esse é um dos motivos pelo qual a praia está associada com a energia mental e uma sensação geral de saúde e bem estar. Outra razão pela qual a praia tem um efeito calmante pode ser pelo som que as ondas fazem, por ter um padrão, serem regulares e suaves de se ouvir, são considerados sons relaxantes e agradáveis de acordo com Shelley Batts, Ph.D., neurocientista auditiva da Universidade de Stanford (2019). Portanto, o som das ondas tende a diminuir o nível de cortisol ou hormônio do estresse e, conseqüentemente, pode ter um efeito positivo na nossa saúde geral. Por último, um ponto levado em consideração para a praia ser calmante é a superfície plana do oceano que gera sensação de segurança e padrão pela falta de complexidade e ser um ambiente estável e previsível.

Outro estudo, que também indica como as vistas para o mar têm influência positiva na nossa saúde mental, feito por Amber L. Pearson na Universidade de Michigan, encontrou uma ligação entre a saúde e a visibilidade da água, que os pesquisadores chamaram de espaço azul. O estudo apontou que o aumento da visão em um espaço azul estava significativamente associado a menos níveis de sofrimento psicológico dos entrevistados. Algo que não foi encontrado de forma tão significativa em espaços verdes. Uma breve explicação dada foi devido a alguns espaços verdes serem feitos pelos homens, seja um parque ou estádio.

Diante desses estudos, entende-se que os espaços azuis para a saúde mental tem uma interferência muito além do que se pode imaginar. O tratamento de sintomas da ansiedade no dia a dia pode estar entre um dos benefícios gerados na conexão entre o homem e o oceano. Sendo assim, acredita-se em uma solução que represente esse ecossistema e, conseqüentemente, possa auxiliar no objetivo do projeto proposto de diminuir sintomas de ansiedade no usuário.

3. DESIGN DE JOIAS - ETAPA INVESTIGAÇÃO E ANÁLISE

Na pandemia, foi observado um aumento no número de ansiosos, diversas pesquisas foram realizadas e elas apontam um alvo em comum: o público mais atingido foram as mulheres e os jovens. Diante disso, o projeto tem por definição de público alvo as mulheres.

Além disso, considerando o público alvo definido neste projeto, perante as diversas pesquisas realizadas envolvendo o tema da ansiedade, para a geração das personas elaborou-se uma pesquisa, representada na figura 08 abaixo, usando como ferramenta o Google Formulários, com a intenção de compreender mais a fundo as dores do público alvo. Esta pesquisa acumulou um total de 69 respostas de participantes que receberam o formulário de maneira privada e ou repassado adiante de uma rede de *networking* estabelecido entre as mesmas.

Para a pesquisa foram elaboradas as seguintes perguntas:

1. Qual sua idade?
2. Qual bairro você mora? (Colocar o estado também caso não resida em Florianópolis)
3. Com quem você reside atualmente?
4. Qual sua profissão / o que estuda?
5. Já teve sintomas de ansiedade?
6. Você lembra de ter sintomas de ansiedade antes mesmo da pandemia?
7. Acredita que a pandemia possa ter agravado seus sintomas de ansiedade?
8. Já usou algum medicamento controlado para ansiedade?
9. Já utilizou algum desses elementos (apontados abaixo) para controlar sua ansiedade?
10. Como você classificaria o tamanho de preferência de suas joias?
11. Quais são as peças de sua preferência?
12. Cite de 2 até 3 mulheres de referência para você.
13. Como você definiria seu estilo?

Figura 08 – Pesquisa com público alvo.

Pesquisa-público alvo

Pesquisa feita com mulheres de maneira on-line via Google Forms

1 Temas gerais

<p>Qual sua idade?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 18-24 anos<input type="radio"/> 25-29 anos<input type="radio"/> 30-39 anos<input type="radio"/> 40-49 anos<input type="radio"/> 50 anos ou +	<p>Qual bairro você mora? (Colocar o estado também caso não resida em Florianópolis).</p>	<p>Com quem você reside atualmente?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Familiares<input type="radio"/> Companheiro(a)<input type="radio"/> Amigo(a)<input type="radio"/> Sozinha	<p>Qual sua profissão ou o que estuda?</p>
---	---	--	--

2 Sobre ansiedade

<p>Já teve sintomas de ansiedade?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Sim<input type="radio"/> Não	<p>Acredita que a pandemia possa ter agravado seus sintomas de ansiedade?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Sim<input type="radio"/> Não<input type="radio"/> Não vejo relação	<p>Já utilizou algum desses elementos para controlar sua ansiedade?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Meditação<input type="checkbox"/> Chás calmantes<input type="checkbox"/> Aromaterapia<input type="checkbox"/> Interação com objetos<input type="checkbox"/> Cromoterapia<input type="checkbox"/> Outros...<input type="checkbox"/> Cristalterapia<input type="checkbox"/> Terapia<input type="checkbox"/> Ansiolíticos ou Florais
<p>Você lembra de ter sintomas de ansiedade antes mesmo da pandemia?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Sim<input type="radio"/> Não<input type="radio"/> Não tenho certeza	<p>Já usou algum medicamento controlado para ansiedade?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Sim<input type="radio"/> Não	

3 Sobre joias

<p>Como você classificaria o tamanho de preferência de suas joias?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Joias pequenas<input type="checkbox"/> Joias médias<input type="checkbox"/> Joias grandes	<p>Quais são as peças de sua preferência?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Anel<input type="checkbox"/> Brinco<input type="checkbox"/> Gargantilha/colar<input type="checkbox"/> Pulseira<input type="checkbox"/> Tornozeleira<input type="checkbox"/> Outros...	<p>Como você definiria seu estilo (escolha apenas 3 opções)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Ousado<input type="checkbox"/> Colorido<input type="checkbox"/> Clássico<input type="checkbox"/> Dramático<input type="checkbox"/> Romântico<input type="checkbox"/> Criativo<input type="checkbox"/> Descontraído<input type="checkbox"/> Outros...
<p>Cite de 2 até 3 mulheres de referência para você (Exemplos: Anitta, Gigi Hadid, Coco Chanel...)</p>		

Fonte: Elaborado pela autora.

Referente às respostas, a maior interação com a pesquisa foi de 50,8% com mulheres entre 18-24 anos e 27,5% de mulheres entre 25-29 anos. A maioria do público era da região de Florianópolis, porém tiveram casos em São José, outras cidades de Santa Catarina e outros estados do Brasil. Referente aos bairros de Florianópolis, a grande maioria das respostas eram da região norte e leste da ilha. E dos estados o que obteve maior número foi o estado do Paraná.

Partindo para o questionamento de com quem a entrevistada morava, a maioria (55,9%) residia com familiares e a outra maior porcentagem de respostas foi com um companheiro(a). Direcionado para sua profissão ou estudo, um grande número de respostas apontou estudantes de engenharia e fisioterapia.

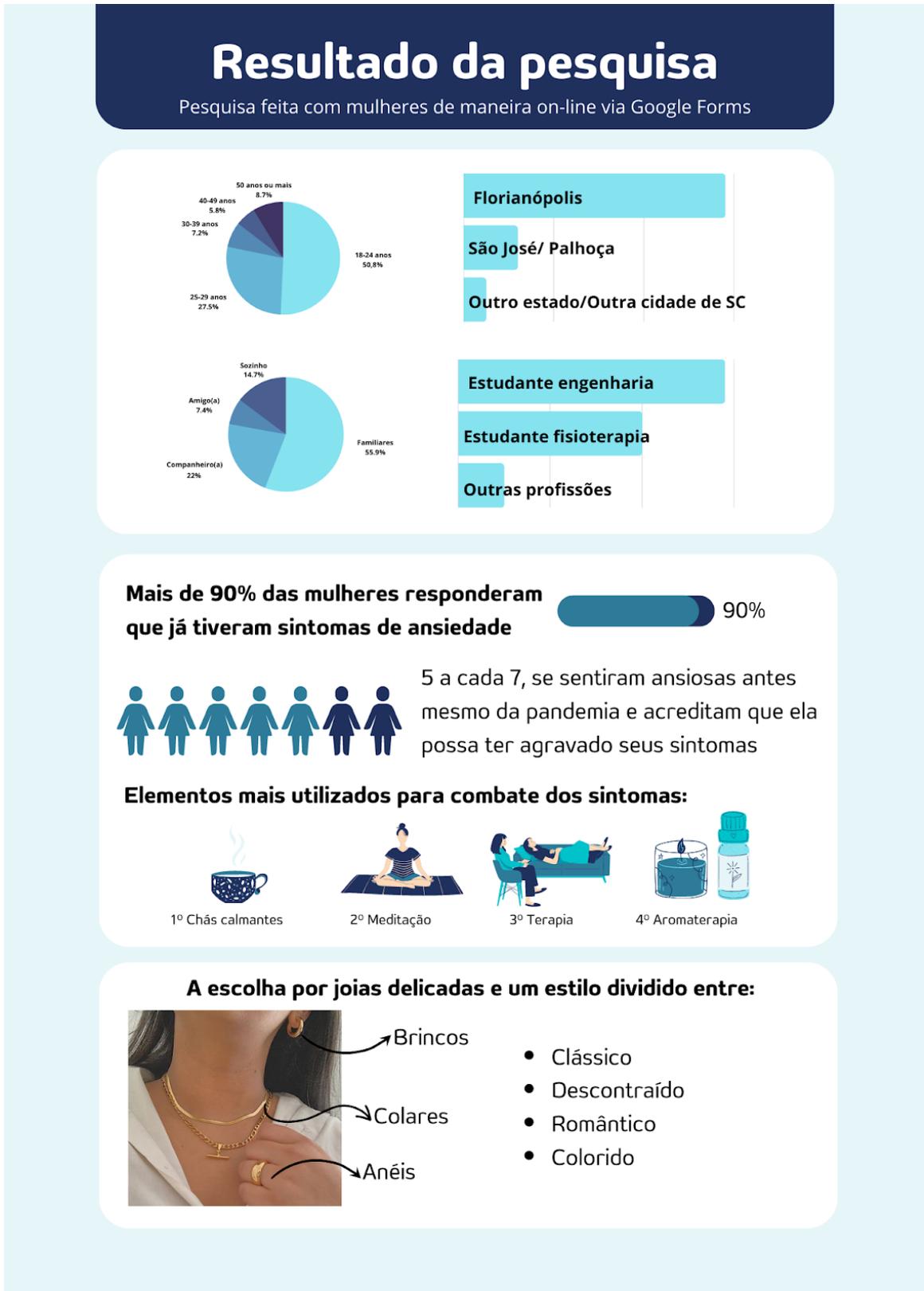
Relacionando os números de mulheres que responderam sobre ansiedade, 92,8% já teve sintomas de ansiedade e 73,9% já sentiram os mesmos inclusive antes da pandemia, além de 73,1% acreditar que a pandemia possa ter agravado seus sintomas de ansiedade.

Sobre o uso de medicação controlada para ansiedade o resultado ficou próximo referente quem já usou e quem não, sendo de 56,5% que não fizeram o uso de medicação controlada e 43,5% que já fizeram. Indicando outros tipos de tratamentos para ansiedade, o ranking de opções ficou como chás calmantes o elemento mais utilizado, seguido da meditação, sessões de terapia, aromaterapia e florais.

No último quesito disposto, as joias delicadas foram as mais destacadas como preferência e anel, brinco e colar foram escolhidos como as opções prediletas dos acessórios. Sobre o estilo, a maioria das mulheres selecionaram, clássico, romântico, descontraído e colorido como os mais vistos entre elas. E por fim, sobre as mulheres de referências, foram respostas mais pessoais, tendo algumas mulheres como Anitta e Gigi Hadid em comum em diversas respostas, mas ainda sim a diversificação foi volumosa.

Na figura 09 foram consideradas as respostas em comum e feito um painel com as mesmas.

Figura 09 – Resultado da pesquisa com público alvo.



Fonte: Elaborado pela autora.

Diante de todas as respostas e levando em consideração a pesquisa, foram criadas duas personas com os dados recolhidos na relação feita. Rafaela e Catarina, duas mulheres que se encaixam no perfil de resultado da pesquisa e auxiliam na compreensão do público destacado. E como complemento visual foram criados painéis visuais para melhor entendimento das personas, representadas nas figuras 10, 11,12,13 abaixo.

Rafaela

Rafaela, 22 anos, faz faculdade de fisioterapia. Sem filhos, mora com seus pais nos Ingleses, norte da Ilha de Florianópolis. É uma menina família, gosta muito de conviver com seus pais além de sua gata de estimação, Nina. Como suas características, Rafa é muito curiosa, descontraída e imaginativa.

Vive em Florianópolis desde que nasceu e tem muito orgulho em ser manezinha. Em seu estilo de vida, desde pequena sempre foi muito agitada, tanto pela prática de exercícios físicos ou com suas aulas de dança. Além disso, atualmente Rafaela também participa da atlética de sua faculdade, o que demanda um certo tempo e esforço para as atividades. Relacionando sua faculdade, Rafaela é muito aplicada em suas aulas e exames além de sempre buscar realizar estágios em sua área, algo que na pandemia foi dispensada mas com o retorno das aulas presenciais pretende retomar.

Em seus hobbies, a pintura em tela e a música tocada em seu violão sempre a representaram muito bem. No seu estilo, Rafaela usa e abusa de peças coloridas e descontraídas e sempre tenta adequar as tendências da moda ao seu gosto. Tem como referência Anitta, Isis Valverde e Tatá Werneck. Por conta disso, suas redes de comunicação são o Instagram, Twitter e TikTok.

Pelo seu estilo de vida, a ansiedade já acompanhava Rafaela desde os seus 15 anos, quando apresentou os primeiros sintomas. Após isso, durante um breve período, sua mãe a fez frequentar uma terapeuta e, posteriormente, um psiquiatra para o uso de medicação controlada. Rafa fez um pequeno tratamento de seis meses e após encerrar o uso da medicação permaneceu apenas nas sessões de terapia. Hoje, além das sessões de terapia faz o uso de meditação e óleos essenciais em casa para o equilíbrio de sua rotina.

Em sua vida social, Rafaela adora sair com suas amigas para conversar ou dançar, também tem costume de visitar um sushi diferente ou uma nova hamburgueria na vizinhança. Algumas de suas atividades tiveram uma pausa pelo contexto pandêmico vivido nesses dois últimos anos, entretanto gradualmente Rafaela está retornando suas responsabilidades e momentos de lazer.

O retorno de seus estudos de maneira presencial e a busca por um novo estágio estão gerando uma nova ansiedade no seu presente. Conforme suas atividades estão voltando e sabendo que não tem mais a possibilidade de realizá-las em casa, Rafaela tem a necessidade de algo que possa auxiliar com sintomas de ansiedade e que não necessite ser utilizado apenas em sua residência. Sobre suas preferências, Rafaela curte muito os produtos que não são testados em animais e que tenham um tamanho pequeno.

Referente aos seus valores, Rafaela sempre opta por produtos mais naturais e que não causem problemas para saúde, além de levar em conta produtos que tenham um bom custo benefício.

Figura 10 – Persona Rafaela



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 11 – Painel conceitual Rafaela.



Rafaela

22 anos

Estudante de Fisioterapia



Fonte: Elaborado pela autora.

Catarina

Catarina, 28 anos, trabalha como analista de dados. Sem filhos, porém com a pretensão de engravidar em breve, mora com seu marido no córrego grande no leste da ilha de Florianópolis. Como suas características, Catarina é criativa, determinada e observadora.

Nascida em Curitiba, se mudou para Florianópolis por uma oportunidade de emprego, mas admira sua cidade e suas lembranças de infância. Sempre teve uma vida muito movimentada, seja cuidando da casa ou trabalhando, isso sem contar sua vida social.

Catarina adora sair para jantar em um restaurante italiano ou apenas beber um vinho com seu noivo, além de também sempre combinar algumas atividades com suas amigas para manter o papo em dia. Em seus hobbies Catarina ama ler e cozinhar e também pratica beach tennis pelo menos uma vez na semana.

Adora o mundo da moda e acredita que é uma forma de mostrar sua personalidade de dentro para fora. Diante disso, sobre seu estilo Catarina se identifica com o clássico e romântico, mas adora usar alguns toques de peças que façam parte das trends de moda. Como referências, Catarina tem Anne Hathaway, Gigi Hadid e Paola Oliveira. Por conta disso, seus canais de comunicação são Instagram, Youtube e Twitter.

Catarina acaba de ser promovida em seu trabalho e suas cobranças aumentaram comparado ao que era antes, apesar de que sua dedicação sempre foi extrema, Catarina trabalha remotamente e quase sempre acaba realizando mais horas de trabalho. Além dessa nova responsabilidade está planejando em breve ser mãe e por conta de todos esses planejamentos a ansiedade está sendo cada dia mais vivida diante de suas ocupações futuras.

Em sua vida Catarina já teve algumas crises de ansiedade antes da pandemia, porém nunca deu muita importância a respeito. Durante a pandemia, Catarina teve mais crises de ansiedade e começou a utilizar chás calmantes e sessões de terapia para tentar amenizar os sintomas. Com a intenção de ser mãe, Catarina se preocupa como a ansiedade pode afetar seu bebe mesmo antes do seu desejo se concluir. Por conta disso, Catarina sente a necessidade do uso de mais métodos para acalmar sua mente em suas crises de ansiedade, mas que seja um produto que faça sentido para seu estilo de vida.

Em suas preferências, Catarina acredita que seu produto deve ser elegante, além de pequeno e delicado. Por fim, relacionado aos seus valores, Catarina acredita que este produto não possa causar nenhum problema futuro para sua possível gravidez, ou seja, ela procura que esse produto seja também da maneira mais natural possível.

Figura 12 – Persona Catarina.



Catarina 28 anos

Profissão: Analista de dados.
Cidade: Córrego grande, Florianópolis.
Referências: Anne Hathaway, Gigi Hadid e Paola Oliveira.

Criativa-Determinada-Observadora

Mora com marido, sem filhos.



Ansiedade

- Antes da pandemia já teve sintomas de ansiedade, mas nunca fez nada a respeito;
- Atualmente faz uso:



Chás calmantes



Terapia

Hobbies:

- Ler
- Cozinhar

Estilo de suas roupas:

- Clássico
- Romântico

Preferência

- Produto elegante
- Peça pequena e delicada

Vida social

- Encontrar suas amigas
- Sair com seu noivo
- Joga beach tênis 1x na semana

Valores

- Busca por produtos Naturais;
- Que não causem problemas para possível gravidez;

Vida movimentada

- Dança
- Beach tênis
- Trabalho
- Cuidar da casa

Necessidade

- Mais opções de produtos para ansiedade;
- Que combine com seu estilo de vida;

Redes sociais:



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 13 – Painel conceitual Catarina.



Catarina

26 anos

Analista de dados



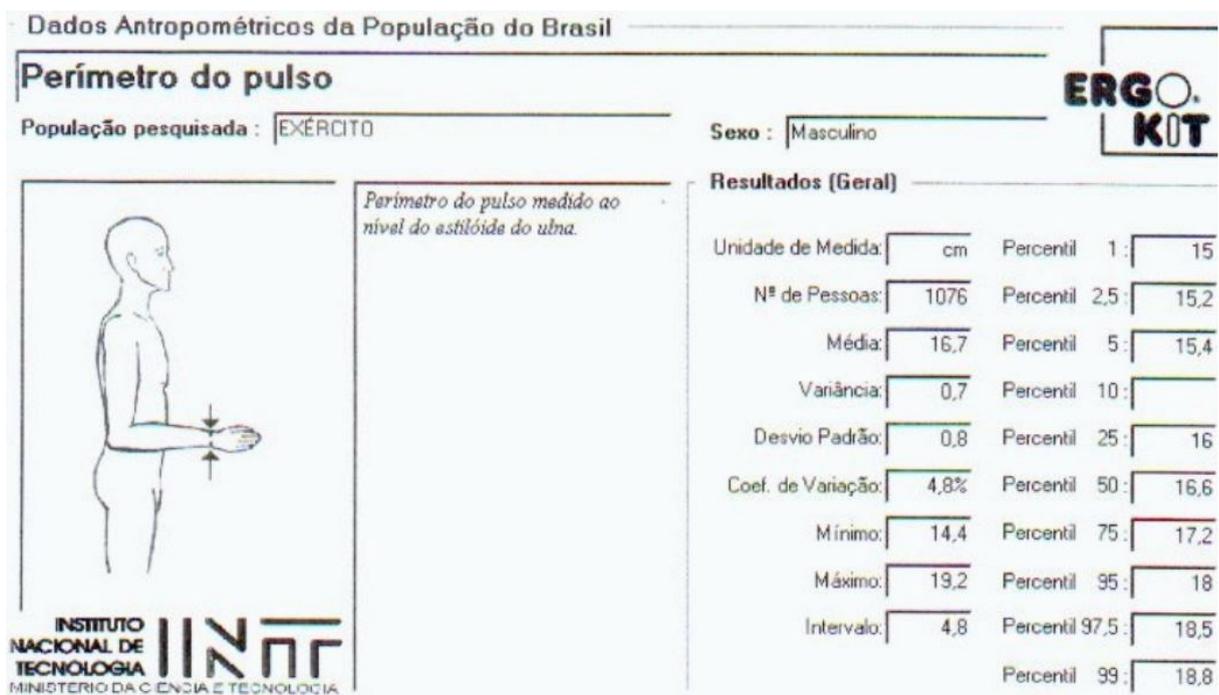
Fonte: Elaborado pela autora.

3.1 Dados Antropométricos

Antropometria é a ciência que trata especificamente das medidas do corpo humano para determinar diferenças entre indivíduos e grupos. As dimensões e proporções do corpo humano variam de indivíduo para indivíduo. (PANERO; ZELNIK, 2001)

No design de joias, torna-se necessário obter alguns perímetros do corpo humano, tais como: pulso (para pulseiras), pescoço (para gargantilhas), cabeça (para tiaras), dedos (para anéis). O ErgoKit do Instituto Nacional de Tecnologia (INT) dispõe os percentis referente às medidas de perímetros, entretanto não atende às necessidades deste projeto pois os dados antropométricos disponíveis são da população brasileira masculina. Na figura 14 pode ser visto o perímetro do pulso da população masculina.

Figura 14 – Percentil referente ao perímetro do pulso da população masculina.



Fonte: INT, 2004.

Sobrepondo a questão ergonômica das joias e o público alvo, nesta etapa do projeto não foram encontrados dados antropométricos específicos das mulheres para o design de joias. Segundo Batista (2011), há escassez de dados antropométricos da população brasileira, portanto não foram encontrados percentis de medidas do perímetro do pescoço, cabeça,

tornozelo, pulso e dedos das mãos, os quais são necessários para o design de tiaras, tornozeleiras, pulseiras, braceletes e anéis. Batista ressalta que:

Na literatura os aspectos ergonômicos voltados ao design de joias ainda são incipientes, o designer de joias carece de suporte ao projeto e de dados para fundamentar as soluções propostas. Dentre as lacunas nesta área, pode-se citar a escassez de dados antropométricos da população feminina brasileira, levando o designer de joias adotar as ‘medidas convencionais’ da joalheria. (BATISTA, 2011, p. 10).

Diante disso, pensando na produção e nas características do público alvo e levando em conta a falta de dados, será aderido uma solução de produtos tamanhos variados ou disponibilizar peças que contenham ajustes, com exceção do brinco que em virtude da característica de uma peça delicada e menor não se encontra necessidade de ajuste.

3.2 Mercado

Com objetivo de entender melhor o mercado e de buscar referências visuais para o projeto, foram adotadas as ferramentas de análise sincrônica e análise de referências nas figuras 15,16,17 e 18 abaixo. O objetivo da análise sincrônica segmentada por peça foi para poder realizar uma compreensão de materiais, mecanismos e possibilidades de funções que podem ser aplicadas futuramente no projeto.

Figura 15 – Análise sincrônica de anéis.

Análise sincrônica de anéis

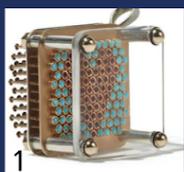
Produto	Função	Materiais	Insights
 <p>1</p>	Anel com olho giratório	Cobre banhado a ouro	Uso de sistema giratório
 <p>2</p>	Anel com rosca para abertura	Ouro e diamantes	Mecanismo que pode ser interativo e utilizado no projeto
 <p>3</p>	Anel com base giratória	Latão revestido de platina	Uso de sistema giratório
 <p>4</p>	Anel com alavanca para interagir	Ouro, turmalina verde e diamantes	Uso de uma alavanca de forma interativa
 <p>5</p>	Anel com pedra para interagir	Ouro, pedra do Taiti e diamantes	Uso de uma pedra interativa
 <p>6</p>	Anel com bola para interagir	Ouro e diamantes	Uso de uma bolinha interativa

Fonte: Elaborado pela autora.

Na figura 15, foi observado uma convergência em objetos que possuem alguma forma de interação com o usuário, seja por uma pedra ou outros artificios que interagem e distraem o usuário, podendo diminuir os sintomas da ansiedade no momento do uso.

Figura 16 – Análise sincrônica de colares.

Análise sincrônica de colares

Produto	Função	Materiais	Insights
	Colar com pinos interativos	Ouro, cabochões de turquesa e de rubis	Uso de pinos interativos
	Colar cinético com 2 tubos para interação	Ouro e prata esterlina polida	Uso de cilindros interativos
	Colar com pedra giratória	Ouro, ametista escura e diamante	Uso de pedra interativa
	Colar com difusor e algodão para óleo essencial	Banho de ouro e pedra brilhante	Uso da aromaterapia
	Colar com difusor e esponja para óleo essencial	Aço inoxidável	Uso da aromaterapia
	Colar com difusor e tampa de rosquear	Cor ouro e pedra de fluorita	Uso da aromaterapia

Fonte: Elaborado pela autora.

Na figura 16, foi observado uma convergência em objetos que possuem desde interação física com o usuário até uma interação por via olfativa, que também podem auxiliar diminuindo os sintomas da ansiedade no momento do uso.

Figura 17 – Análise sincrônica de pulseiras.

Análise sincrônica de pulseiras

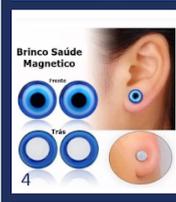
Produto	Função	Materiais	Insights
 <p>1</p>	Pulseira magnética	Aço de titânio	Uso de ímãs para diminuição de estresse
 <p>2</p>	Pulseira com alavanca para abertura	Ouro e diamante	Mecanismo que pode ser aplicado no projeto
 <p>3</p>	Pulseira com difusor para óleo essencial	Aço inoxidável e liga de zinco	Uso da aromaterapia
 <p>4</p>	Pulseira bolinhas interativas	Ouro, topázio azul e diamantes	Pedras interativas
 <p>5</p>	Pulseira com bola para interagir	Ouro e turmalina verde	Pedras interativas

Fonte: Elaborado pela autora.

Na figura 17, apesar de não ser o foco do projeto a produção de pulseiras, foi realizada a análise para aumentar a gama de insights e possibilidades para os resultados do projeto, sendo assim, também foram observados mecanismos que desde interação física, o uso de pedras e até a interação por via do olfato do usuário que também podem auxiliar diminuindo os sintomas da ansiedade no momento do uso.

Figura 18 – Análise sincrônica de brincos.

Análise sincrônica de brincos

Produto	Função	Materiais	Insights
	Brinco giratório	Ouro e quartzo	Pedras interativas
	Brinco com difusor para óleo essencial	Aço inox e material hipoalergênico	Uso da aromaterapia
	Brinco suspenso	Ouro amarelo, perola do Taiti e diamante	Pedras interativas
	Brinco de pressão	Acrílico	Acupuntura
	Brinco com bola para interagir	Ouro amarelo e esmeralda	Pedras interativas

Fonte: Elaborado pela autora.

Na figura 18, também foi observado uma convergência em objetos que possuem a interação física ou olfativa, porém um ponto de destaque foi remetida a acupuntura como forma de aliviar os sintomas da ansiedade do usuário.

Portanto, como resultado da pesquisa de mercado pode-se analisar que existem inúmeras maneiras de abordagem entre uma joia e a necessidade de reduzir os sintomas de ansiedade ou até mesmo de acalmar o usuário. Entretanto, as que mais se aplicaram, diante também da pesquisa do tema, foram as joias interativas e as que envolvem o uso da aromaterapia.

3.3 Tendências

As tendências são compostas pela relação entre o comportamento da sociedade diante dos acontecimentos vividos. Com esses comportamentos pode-se analisar dois tipos de reações, as macrotendências que consiste em algo de muito impacto na sociedade tornando-se referências globais e as microtendências que são mudanças que exercem influência na rotina tendo uma duração menor.

O movimento realizado diante de alguns acontecimentos pode ser visto na influência nas maneiras de se vestir. Alguns exemplos que podemos relacionar são: o pós epidemia da peste negra, na qual as mulheres da alta sociedade usavam vestidos cheios de brocados, pérolas, pedras preciosas e tecidos caríssimos, tentando trazer a felicidade que foi perdida. A semelhança no período da revolução industrial não vai muito distante vendo os mega volumes nas saias, os espartilhos cônicos e as cinturas afuniladas. Por fim, outro momento histórico que podemos explorar foi a epidemia da tuberculose, quando descoberto que a doença era causada por germes, as campanhas de conscientização de higiene e saúde pública transformaram a moda em saias mais curtas e espartilhos que pressionavam os pulmões desaparecendo.

Todos as mudanças aconteceram como um contorno das vivências da sociedade e diante de tudo isso as promessas para nosso momento pós pandemia do coronavírus é que, de acordo com a revista Vogue (2021), as cores elétricas e um ar de diversão brilhem diante de toda a tristeza que enfrentamos nesses dois anos. Outro conceito muito evidente está a respeito da escolha de peças que representam a própria personalidade, seja de cores, prata, ouro, simétricas ou assimétricas, o importante é o que ela simboliza para você, relacionando

as joias com o lado emocional. Por fim, uma das tendências não só na indústria das joias mas em todos os mercados é do consumo consciente. Sabemos que os recursos utilizados vêm se esgotando com passar dos anos de extração e reciclar as peças já é uma das soluções propostas pelas marcas de joias.

Analisando os fatos passados, acredita-se na necessidade atual da sociedade de uma tendência que pede alegria e prosperidade e por conta disso o projeto se dispõe a adotar essas tendências como guia e sustento para as joias em questão.

3.4 Requisitos de projeto

Nesta etapa, de acordo com as pesquisas e determinações de mercado e tendências foram estipulados requisitos dispensáveis e indispensáveis para compor a coleção das joias terapêuticas. Os requisitos estipulados são apresentados na figura 19.

Figura 19 – Requisitos de projeto.

Requisitos de projeto				
Categoria	Requisito	Objetivo	DS <i>(Desejável)</i>	OB <i>(Obrigatória)</i>
Ansiedade	Uso de ao menos 1 das terapias pesquisadas	Auxiliar na diminuição dos sintomas de ansiedade		X
Cores	Uso de tons azuis	Remeter ao ambiente do mar/oceano	X	
Estilo	Elementos encontrados no oceano	Remeter ao ambiente do mar/oceano		X
Peso	Peça leve	Trazer leveza com materiais nobres	X	
Custo	Low cost e High cost	Oferecer dois tipos de orçamento	X	
Tamanho	Pequeno	Ser uma peça delicada		X
Tamanho	Ser ajustável	Ter opções de ajustes na própria peça	X	

Fonte: Elaborado pela autora.

4. DESIGN DE JOIAS - ETAPA CRIAÇÃO

4.1 Conceito

Diante de todas as pesquisas, desde o conhecimento do público, análises de mercado e compreensão das tendências, além de também envolver o desejo da diminuição de sintomas da ansiedade, os conceitos definidos para as peças deste projeto vão de encontro para alcançar e unir os cenários apresentados. Diante disso, a produção do conjunto busca oferecer peças que tragam elegância, remetam e ofereçam naturalidade além de ser um produto com versatilidade para a melhoria do bem estar do usuário. Sendo assim, determinam-se os conceitos: elegante, natural e versátil. Representados nas figuras 20, 21 e 22 abaixo em painéis visuais.

Figura 20 – Painel visual do conceito elegante.

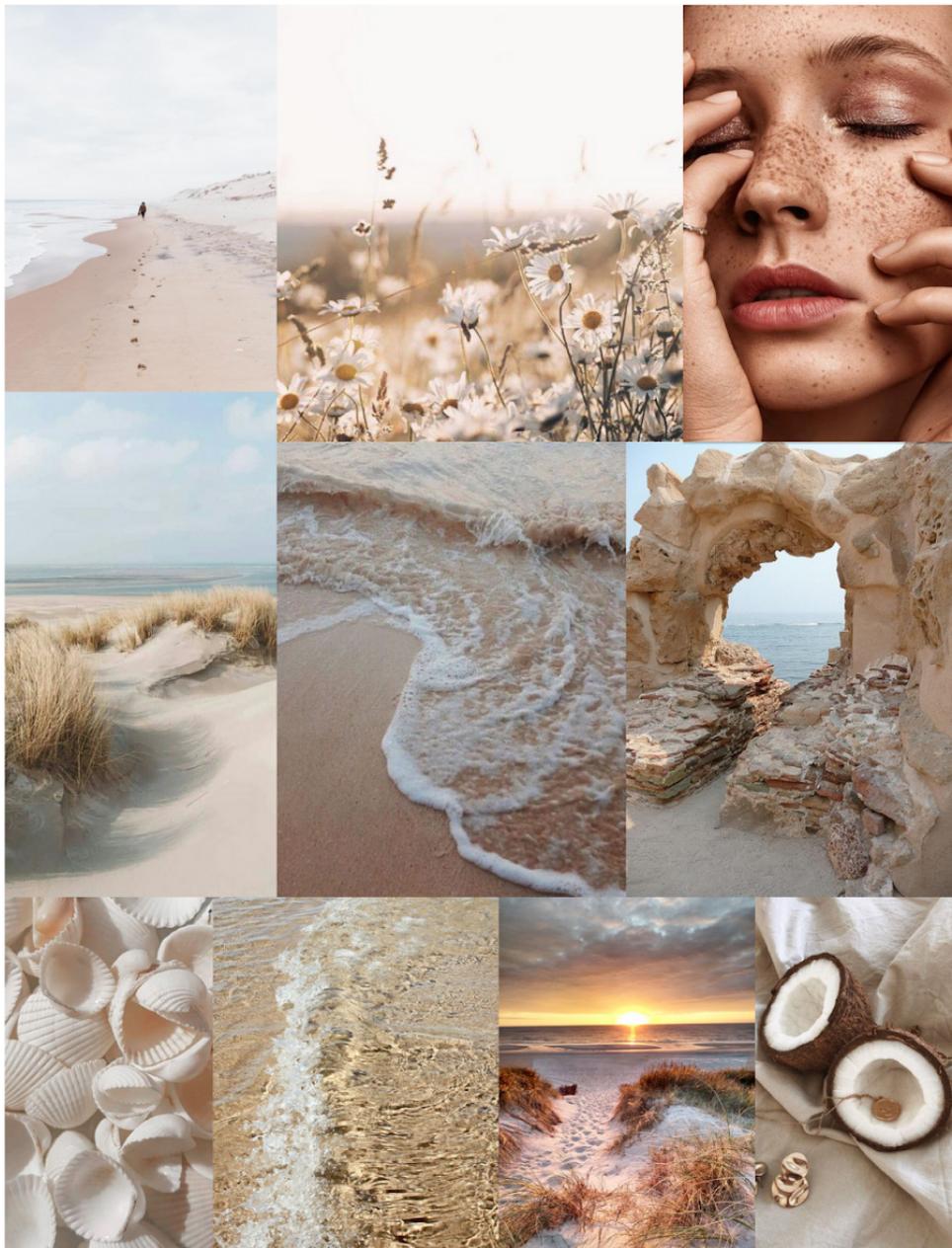


Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 21 – Painel visual do conceito natural.

NATURAL

Singelo - Essência - Puro

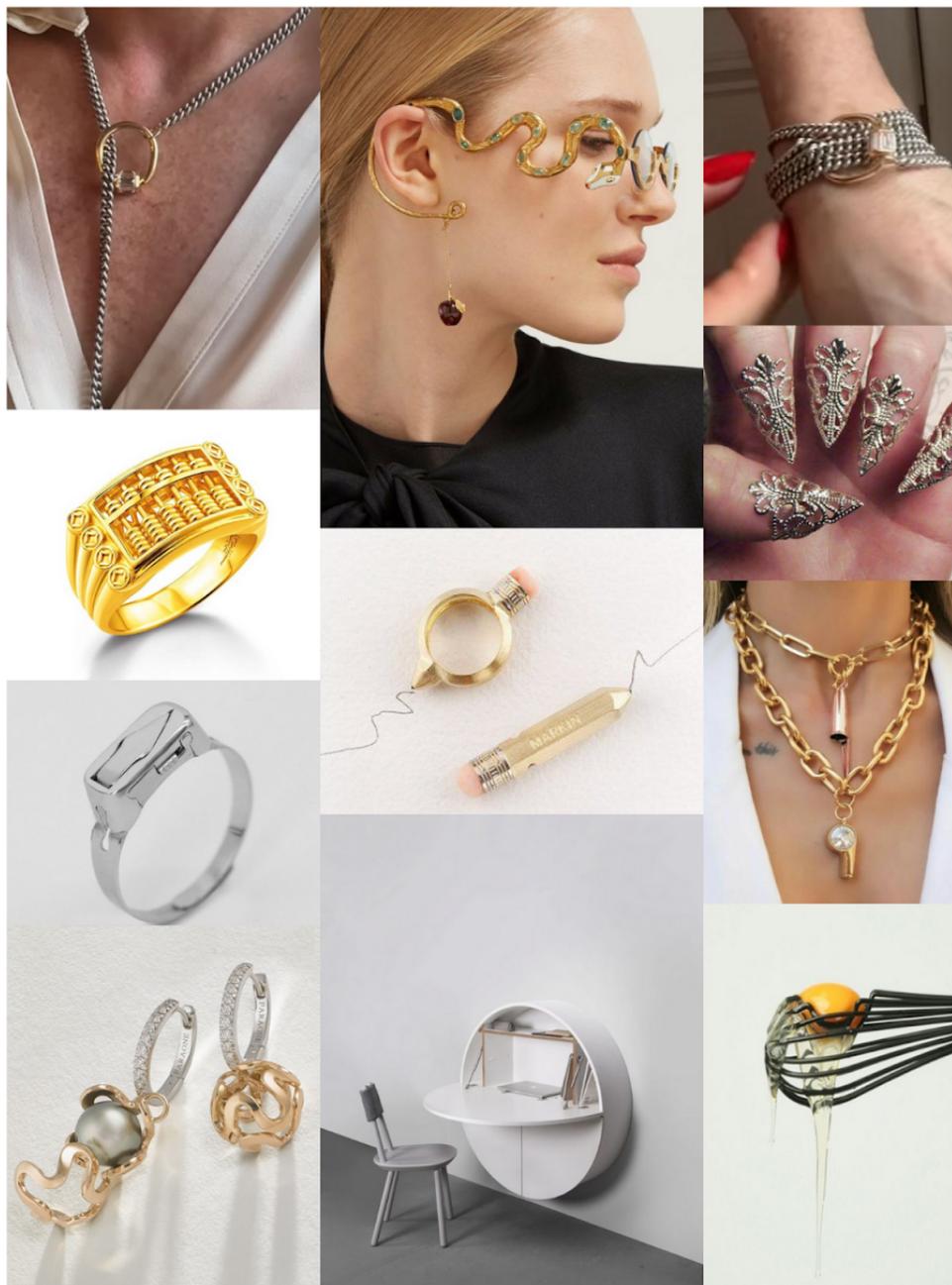


Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 22 – Painel visual do conceito versátil.

VERSÁTIL

Multifuncional - Flexível - Adaptável



Fonte: Elaborado pela autora.

4.2 Tema

O tema de inspiração para o design do conjunto de joias almeja o restabelecimento do equilíbrio e busca minimizar os sentimentos de angústia, medo e estresse. Diante disso, levou-se em consideração os dados (apresentados no item 2.5) referentes aos efeitos positivos que o mar gera no cérebro humano; o local no qual o projeto está sendo produzido (Ilha de Florianópolis); e a paixão da autora referente ao tema, dessa forma foi escolhido o cenário marinho para referência e inspiração ao processo criativo e representado na figura 23 abaixo em forma de um painel visual do tema.

Figura 23 – Painel visual do tema.

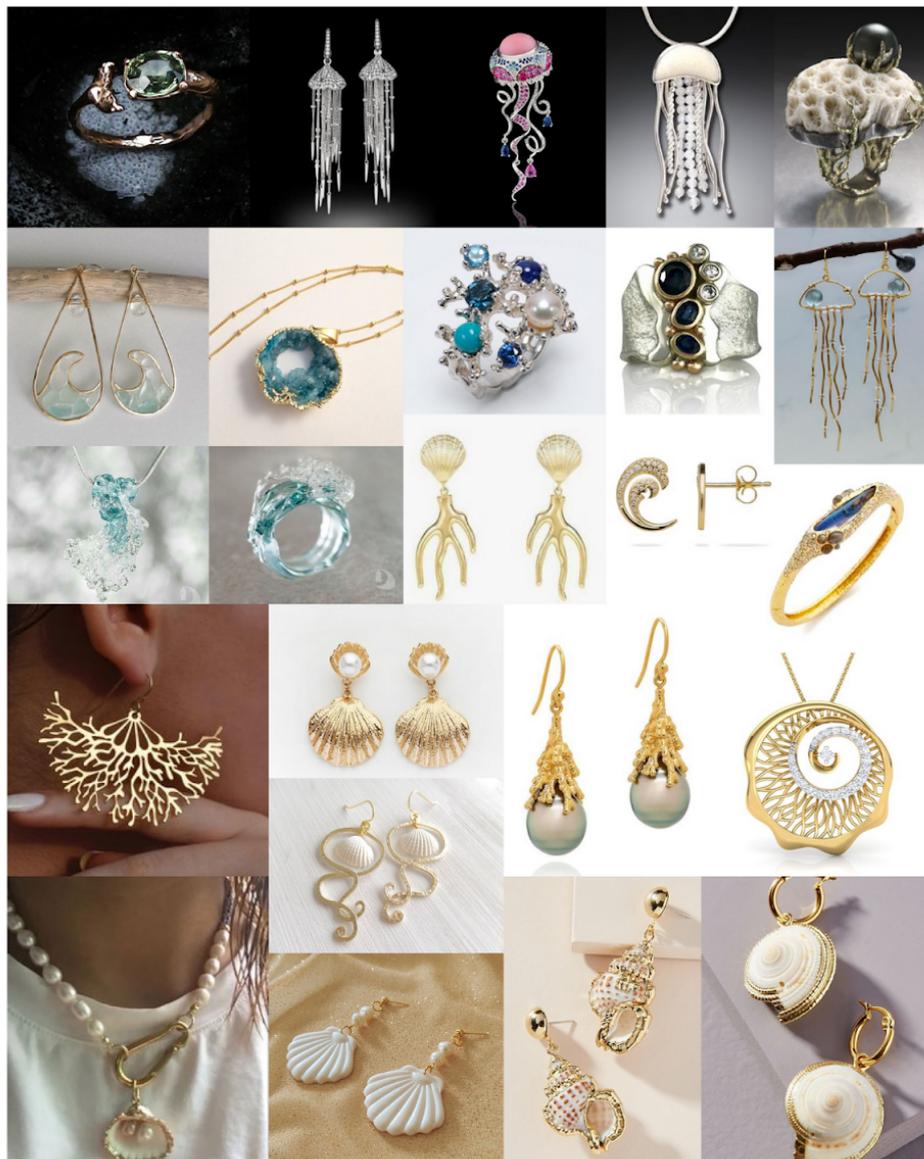


Fonte: Elaborado pela autora.

Além disso, diante do tema foram pesquisadas joias que representassem o cenário marinho e auxiliassem no processo criativo do desenvolvimento do projeto que foi representado na figura 24 abaixo em forma de um painel de inspirações.

Figura 24 – Painel de inspirações

Painel de Inspirações



Fonte: Elaborado pela autora.

Diante do tema e das inspirações foi criado um painel de aspectos de materiais, representados na figura 25 abaixo, para guiar o projeto nas decisões e convergir para o resultado de acordo com o tema.

Figura 25 – Painel de aspectos materiais

Painel de Aspectos Materiais



Fonte: Elaborado pela autora.

O painel semântico de aspectos materiais (figura 25) apresenta um semblante que o conjunto de joias pode se inspirar, com amostras de materiais, superfícies e ideias de acabamentos. Seguindo a análise do painel os aspectos materiais são: metais dourados, pedras azuis, materiais com vincos, imperfeições naturais, lapidados ou semi lapidados.

Figura 26 – Painel de cores e formas

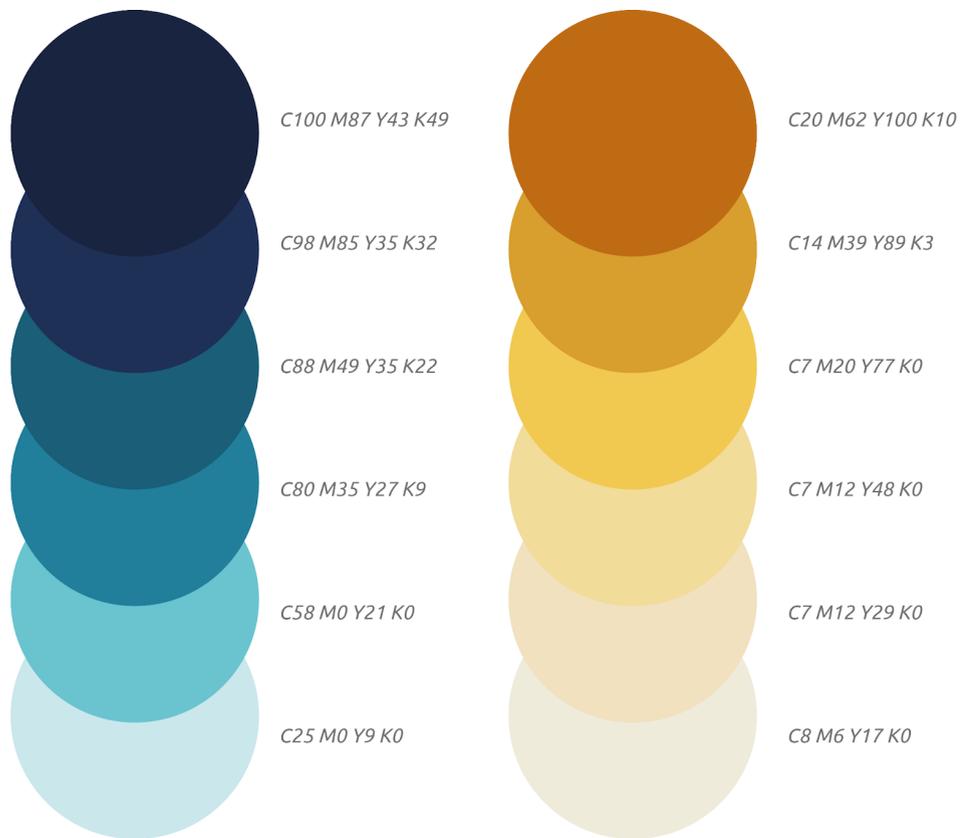
Painel de Cores e Formas



Fonte: Elaborado pela autora.

O painel semântico de cores e formas (figura 26) representa as cores e formas recorrentes na análise de dados, há a predominância de tons dourados e azuis, formas orgânicas, entrelaçadas e linhas finas.

Figura 27 – Paleta de cores



Fonte: Elaborado pela autora.

Por fim, o painel das paletas de cores (figura 27) representa as cores que mais se destacaram dos painéis observados acima, concluindo com uma predominância de cores amarelas e azuis.

4.3 Inspirações

Diante do tema e as ferramentas utilizadas de análise sincrônica e análises de referências foram pesquisas inspirações que convergiram e auxiliam o projeto a uma melhor compreensão dos mecanismos e auxiliou na tomada de decisões para um resultado mais próximo do objetivo final do projeto.

4.3.1 Joias Mortais

Desde o começo dos tempos as joias já apresentavam histórias de serem muito mais que apenas um adorno. Durante os séculos algumas peças conhecidas como joias mortais foram usadas como a primeira linha de defesa contra muitas formas de maldade. As joias mortais tiveram origem na Índia antiga e no Extremo Oriente mas logo acabaram chegando à

Europa. A primeira e mais conhecida foi o anel de veneno, que tradicionalmente tinha um recipiente muito pequeno escondido sob uma tampa articulada e uma bela pedra acima.

Os anéis de veneno, apesar de usados para se livrar de rivais durante muitos séculos, também eram usados para cometer suicídio quando uma morte dolorosa era inevitável, fugindo da crise ou dor, alguns antigos romanos usavam anéis de veneno quando capturados em batalha ou até mesmo para evitar tortura dolorosa se capturados por inimigos.

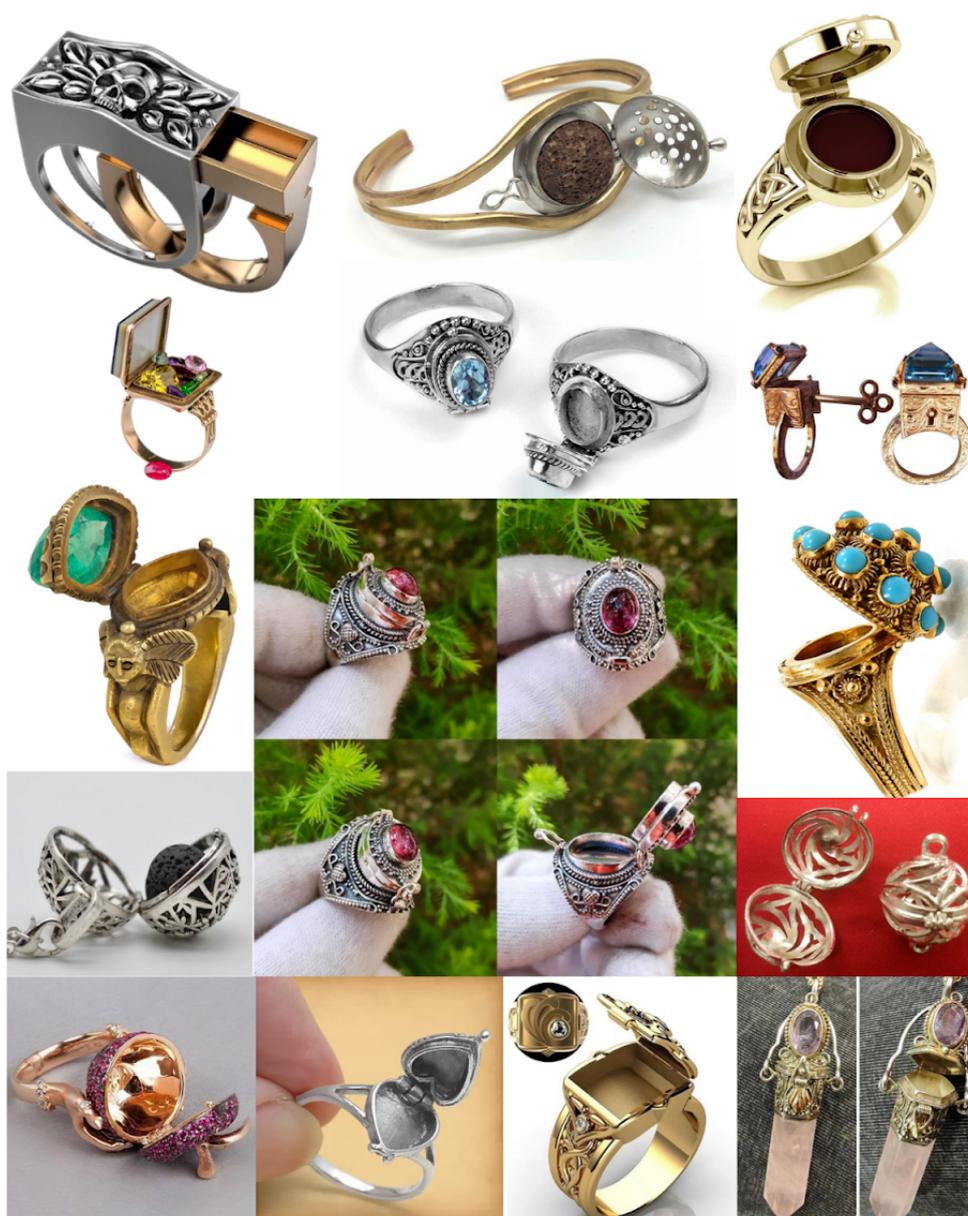
As joias com os compartimentos secretos cujos supostamente poderiam ter conteúdos mortais, foram além da sua misticidade e maldade na Era Vitoriana. A rainha da Inglaterra, Alexandrina Vitória, que teve a perda muito cedo de seu fiel parceiro, o príncipe Alberto de Saxe-Coburgo-Gota, em sua fase de luto popularizou joias com compartimentos usadas para segurar colônia, mechas de cabelo e retratos de entes queridos.

Ainda nos tempos de hoje na Itália, existe um modo em que se uma pessoa servir bebida segurando a garrafa com as costas da mão para baixo é considerado insultuoso por remeter a uma atitude de quem teria joias venenosas. Diante disso e fazendo uma analogia para o conjunto de peças com propósito terapêutico, o mecanismo utilizado nas joias mortais é uma inspiração para a produção do projeto e por toda sua potência de serem cápsulas de emoções em miniatura cheias de vivacidade.

Segue abaixo no painel 28 o exemplo de algumas joias com compartimentos utilizados para inúmeras causas, desde as joias mortais para o envenenamento até os *pomanders* com intuito de perfumar os usuários. Percebe-se nos mecanismos trava e dobradiças delicadas que acompanham o perfil das joias.

Figura 28 – Painel de joias com compartimentos

Painel de joias com compartimentos



Fonte: Elaborado pela autora.

4.3.2 Joias com Ímãs

O ímã é um material milenar e com diversas aplicações em peças do nosso cotidiano. Além disso, o ímã já foi muito utilizado para testes de veracidade de joias de ouro, levando em conta que o ouro é um metal não-magnético, ou seja não é atraído por ímãs, caso em algum desses testes a peça avaliada sofra algum tipo de atração significa que a joia não é feita apenas de ouro. Diante da intenção de construir um compartimento para a joia e averiguando as opções de mecanismos, fez-se um painel (figura 29) de joias e peças que utilizam o ímã como mecanismo de fecho, união ou abertura.

Figura 29 – Painel de peças com ímã



Fonte: Elaborado pela autora.

4.3.3 O Topázio e a Cristaloterapia

O poder curativo dos cristais é um conhecimento milenar, passado entre as gerações desde os egípcios, tupis-guaranis, navajos, entre outros. A cristaloterapia é a denominação que se dá a este uso terapêutico dos cristais. Diante do grande número de cristais existentes, pode-se extrair alguns que se destacam por seus efeitos terapêuticos auxiliando em sintomas da ansiedade, como por exemplo: Ametista, Turmalina Negra, Quartzo Rosa, Ágata Blue Lace e o Topázio Azul.

Levando em conta o tema do projeto e os painéis de materiais notou-se uma aproximação da pedra Topázio Azul. Conforme algumas pesquisas sobre a gema, dentre suas propriedades encontrou-se uma grande concentração de conteúdos descrevendo-a por ser uma pedra de paz, com poder calmante para as emoções e pensamentos, gerando clareza e expansão mental. Sendo assim, sugere-se o uso deste mineral levando em conta a cristaloterapia e sua convergência com o tema do projeto.

4.3.4 Óleo de Lavanda e Aromaterapia

A aromaterapia é uma terapia usada por meio do óleo essencial e do olfato. O óleo essencial de lavanda é um dos mais conhecidos e utilizados para sintomas de ansiedade, alguns estudos identificaram que o óleo é capaz de diminuir os níveis de cortisol, hormônio responsável pela sensação de estresse. Além disso, outro benefício que o óleo de lavanda tem é um desempenho de proteção do sistema cardiovascular e pode ajudar a restaurar a paz interior, diminuindo a irritabilidade, ataques de pânico e a inquietação que a ansiedade pode vir a trazer. Diante disso e considerando o objetivo do projeto de gerar alívio em sintomas da ansiedade, o óleo de lavanda é uma sugestão que pode auxiliar alcançar a finalidade.

4.4 Geração de alternativas

Na etapa de geração de alternativas tomou-se como base a análise dos dados coletados neste estudo, bem como os painéis elaborados de toda a etapa de criação e como ponto de partida o tema de inspiração: cenário marinho. Também foram analisadas maneiras de adicionar as terapias encontradas na fundamentação teórica para o auxílio na diminuição dos sintomas de ansiedade. A geração de ideias se restringiu às peças propostas no projeto, anel, brinco e colar. Buscou-se explorar novas possibilidades de como inserir as terapias para diminuição de sintomas da ansiedade em todos *sketches* (ver figuras 30, 31 e Apêndice A). A

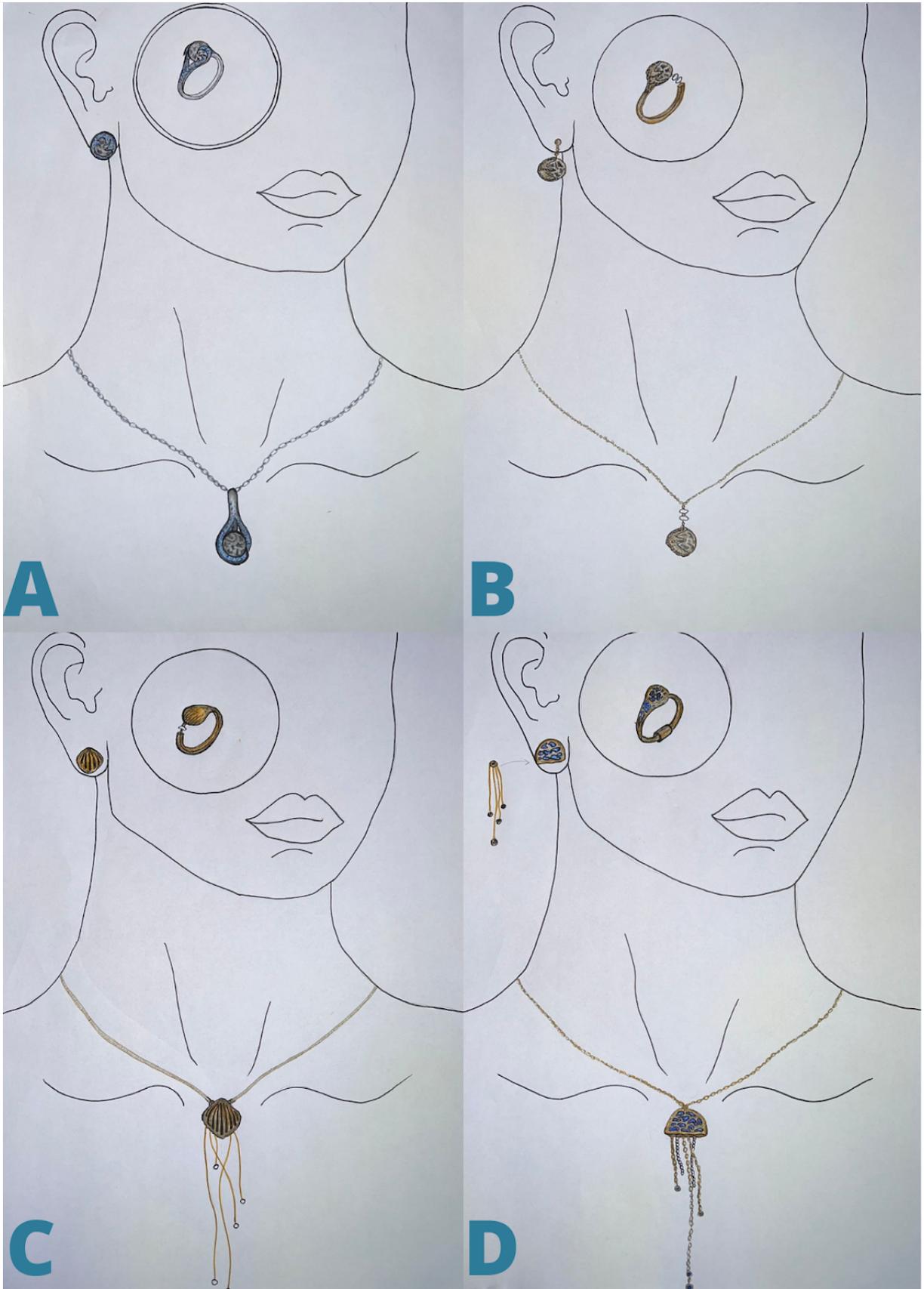
partir dessas propostas, foram definidos quatro estilos para as três peças que estariam presentes na coleção e analisados posteriormente na matriz de Baxter.

Figura 30 – Resultado da Geração de Alternativas



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 31 – Alternativas selecionadas



Fonte: Elaborado pela autora.

4.5 Seleção das alternativas

Dentre todas as alternativas foram pré-selecionados 4 conjuntos com base nos conceitos, tema e pesquisas realizadas. Foi julgado que as opções A, B, C e D estariam mais próximas de suprir as necessidades do projeto. A partir disso, tais alternativas foram inseridas na matriz de avaliação para que fosse feita a escolha final.

Segundo Baxter (2011), nessa matriz, as oportunidades potenciais de produtos são avaliadas com base em requisitos pré-estabelecidos. Na matriz de avaliação as alternativas são julgadas individualmente, para visualizar se elas atendem aos atributos pretendidos. Caso a alternativa expresse o atributo pretendido, recebe nota positiva, entretanto se a alternativa não atende o atributo pretendido recebe nota negativa. Após serem confrontados todos os critérios e alternativas deve-se somar a pontuação de cada alternativa, aquela que for mais pontuada é considerada a ideia selecionada.

Diante disso, os critérios aplicados na matriz foram selecionados de acordo com as necessidades do usuário e os estudos apresentados no projeto. De acordo com os conceitos do projeto o produto deve ser: elegante, natural e versátil. Neste caso, o “conjunto ideal” possui atributos distribuídos em 4 categorias: atração semântica e simbólica do produto, formas, materiais e cores.

a) Atração semântica e simbólica do produto: O conjunto expressa o tema marinho (+1)/ não expressa o tema marinho (-1), é elegante (+1)/ é deselegante (-1), remete ao natural (+1)/ não remete ao natural (-1), é versátil (+1)/ não tem versatilidade (-1), é delicado (+1)/ é grosseiro (-1).

b) Formas: formas orgânicas (+1)/ formas geométricas (-1), linhas delicadas (+1)/ linhas robustas (-1).

c) Materiais: utilização de metais (+1)/ não utilização de metais (-1), utilização de gemas azuis (+1)/ não utilização de gemas azuis.

d) Cores: uso de cores (+1)/ sem uso de cor (-1).

Na sequência, apresenta-se a matriz de avaliação com as quatro peças pré-selecionadas (apresentada na figura 31), conforme apresenta a figura 32.

Figura 32 – Matriz de Baxter

Matriz de avaliação

	ATRIBUTOS		ALTERNATIVAS DE ANEIS			
	Pretendidos (+1)	Desejáveis (-1)	A	B	C	D
Atração semântica & simbólica	Espressa o tema marinho	Não expressa o tema marinho	1	1	1	1
	Elegante	Deselegante	1	1	1	1
	Remete ao natural	Não remete ao natural	1	1	1	1
	Versátil	Não tem versatilidade	1	1	1	1
	Delicado	Grosseiro	-1	1	1	1
Formas	Formas orgânicas	Formas geométricas	1	1	1	1
	Linhas delicadas	Linhas robustas	-1	1	1	1
Materiais	Utilização de metais	Não utilização de metais	1	1	1	1
	Utilização de gemas azuis	Não utilização de gemas	1	-1	-1	1
Cores	Uso de cor	Sem uso de cor	1	-1	-1	1
TOTAL			6	6	6	10

Fonte: Elaborado pela autora.

5. DESIGN DE JOIAS - ETAPA CONSTRUÇÃO E AVALIAÇÃO

Após os registros das ideias no papel, parte-se para a criação de um modelo tridimensional da joia simulando os materiais utilizados no processo de fabricação do produto. O modelo foi construído na escala natural, ou seja, no tamanho real e são destinados à análise volumétrica do produto e a avaliação ergonômica e de usabilidade da jóia.

5.1 Estudo e Análise Volumétrica

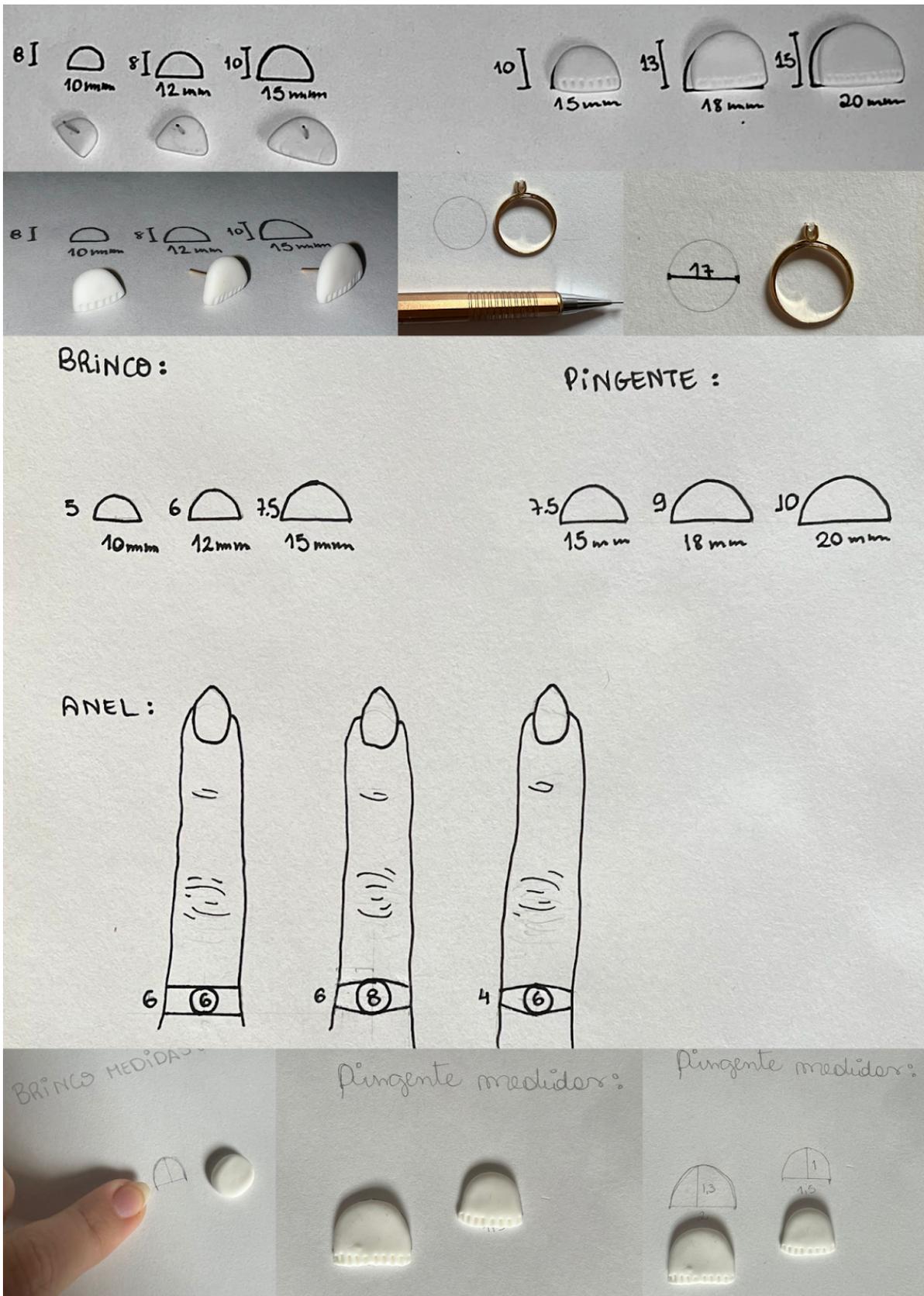
O modelo volumétrico é uma ferramenta de materialização que permite tangibilizar uma ideia e tirá-la do âmbito conceitual, transformando num elemento tridimensional concreto para que possa ser validado. O modelo volumétrico é a representação de um produto, pode ser elaborado com baixa fidelidade (com poucos detalhes), até alta fidelidade (com a aparência do produto final), podendo ainda apresentar textura e detalhes, embora ainda não seja funcional. Pode ser construído com materiais simples (como papel, cartolina, massa de modelar etc.) ou ser mais elaborado, composto por diversos materiais e pintado para simular a cor e acabamento do produto a ser fabricado.

Nesta etapa foram experimentadas algumas técnicas para gerar um modelo volumétrico das peças e permitir relações de dados que sejam úteis para o projeto. Para uma pré análise da volumetria do conjunto selecionado em escala 1:1 e como ele se acomodaria nas respectivas regiões do corpo que cada peça teria contato, fez-se a construção de três modelos para cada peça. Na criação do modelo volumétrico de *biscuit* foram utilizados alguns materiais como: massa de *biscuit*, arame, fita adesiva, escalímetro e papel.

Primeiramente, foram desenhados em um papel os tamanhos propostos para as peças e em seguida modelado com a massa de *biscuit*. Antes de acontecer o processo de secagem, foi inserido nas peças de brinco pedaços de arames para remeter ao pino. Para o pingente foi modelado no arame um tamanho de colar que, posteriormente, foi reutilizado para os devidos tamanhos de pingentes. Já na construção do anel, foi utilizado um anel já existente que delimitou o tamanho do aro e feitos testes com massa de *biscuit*, folha e adesivo para compreender os tamanhos.

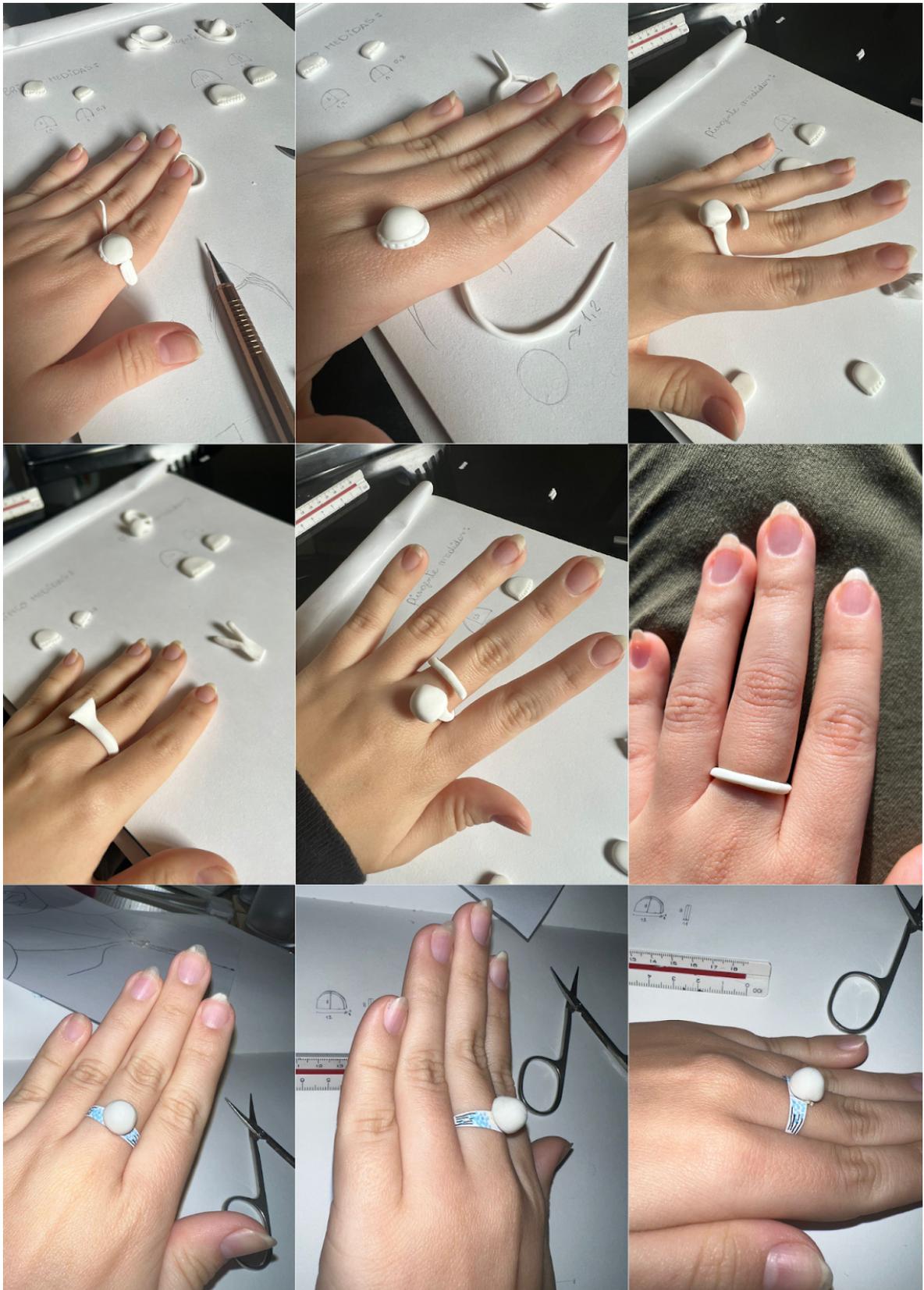
O processo de elaboração dos modelos foi registrado e apresentado nas figuras 33 e 34.

Figura 33 – Painel do estudo para geração de tamanhos



Fonte: Elaborado pela autora.

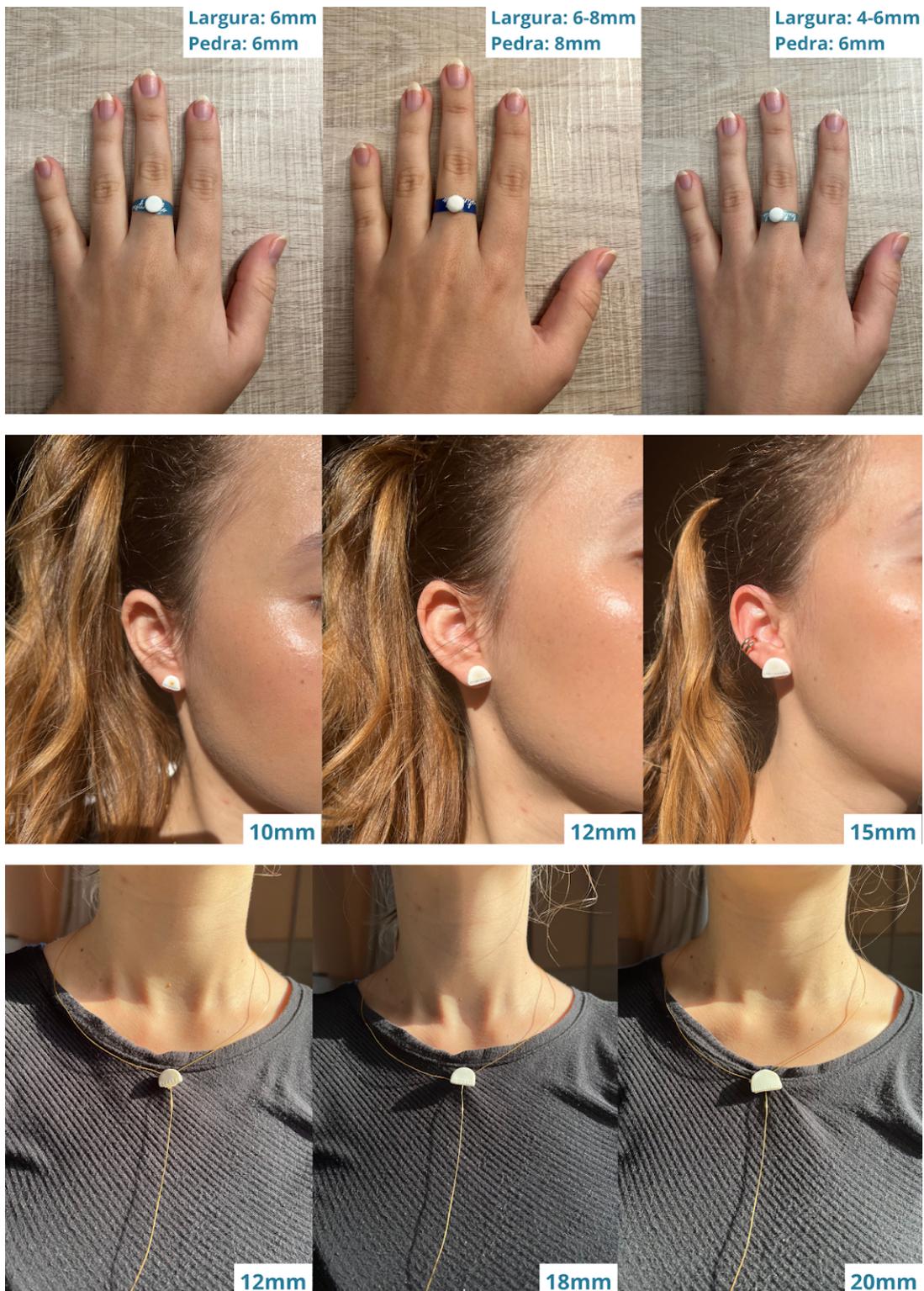
Figura 34 – Painel de estudo para experimentação de tamanhos



Fonte: Elaborado pela autora.

Após construído este modelo foram vestidos os tamanhos para uma primeira análise das peças do conjunto com o intuito de identificar quais se adequam melhor para a futura impressão 3D. Segue abaixo o painel de tamanhos com seus vestimentos.

Figura 35 – Painel de tamanhos do modelo volumétrico de biscuit



Fonte: Elaborado pela autora.

Diante disso, após encerrar-se o experimento do modelo de biscuit, foram escolhidos os maiores tamanhos de cada peça para iniciar-se a modelagem 3D digital seguidamente da impressão 3D. A escolha deu-se por conta do funcionamento com a futura adição de elementos como aromaterapia e gemas.

5.2 Modelagem 3D Digital e Impressão 3D

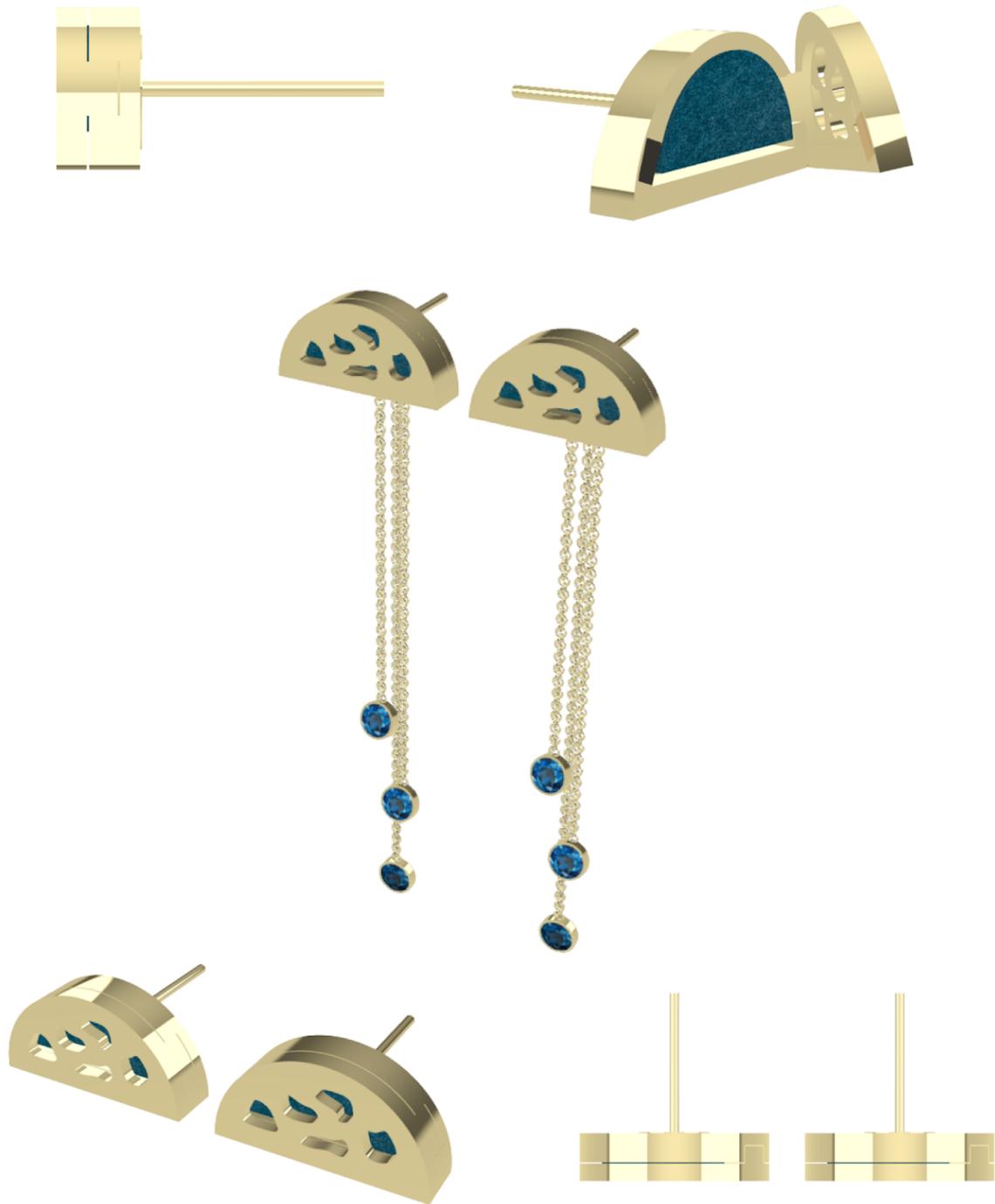
A modelagem 3D Digital da solução final do conjunto, que pode ser vista na Figura 36, 37, 38, foi feita com a utilização do *software Rhinoceros 3D*. Diante do estudo volumétrico com *biscuit* foram primeiramente impressos os tamanhos determinados no mesmo. Entretanto após a finalização da impressão, processo realizado no laboratório PRONTO3D, usando filamentos de PLA, foi observado que os tamanhos previamente definidos estavam muito reduzidos. Diante disso, foram editadas as peças para maiores proporções e ajustadas algumas partes da modelagem para adequar a máquina que realizou-se a impressão 3D.

Figura 36 – Print da Modelagem 3D Anel



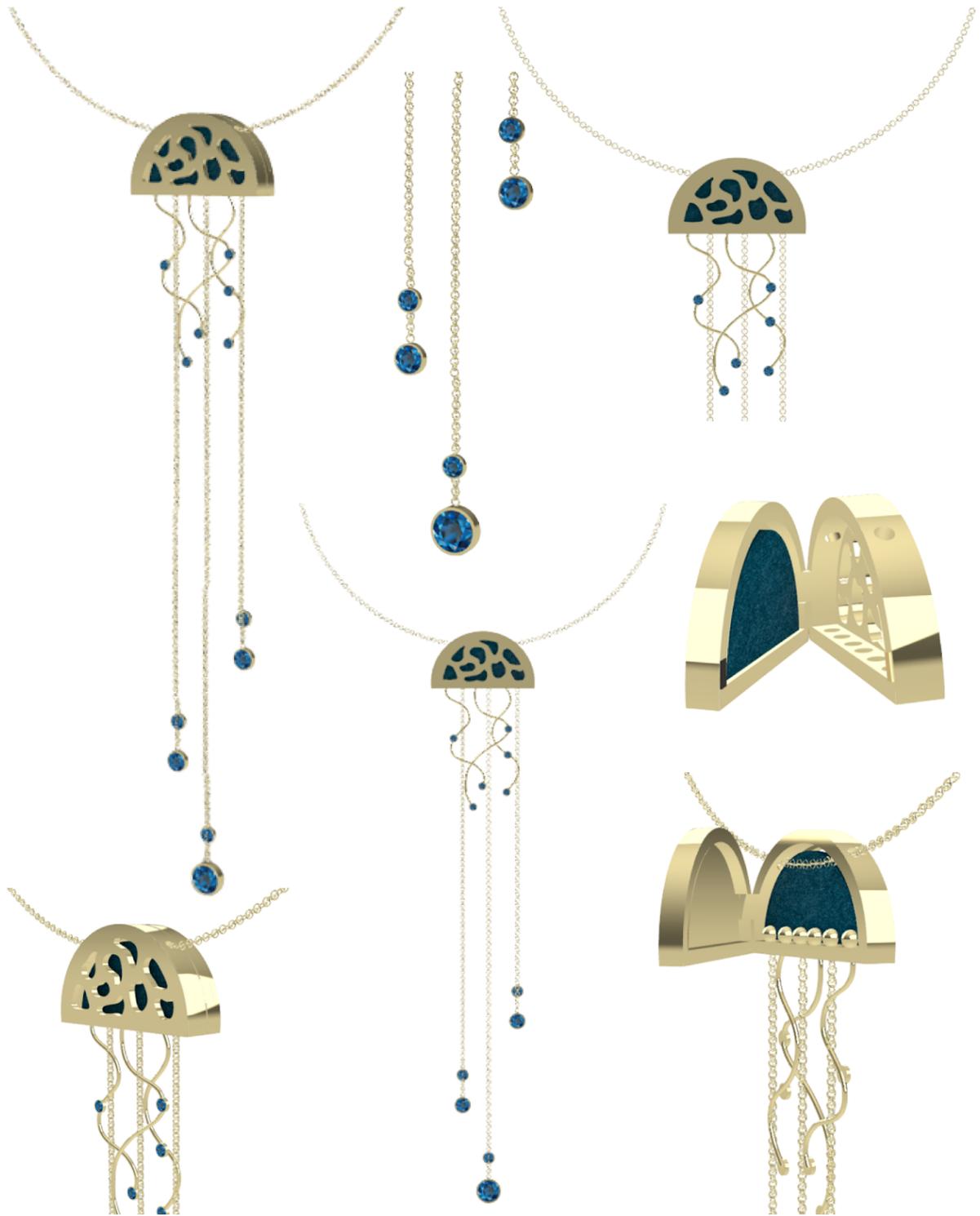
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 37 – Print da Modelagem 3D Brinco



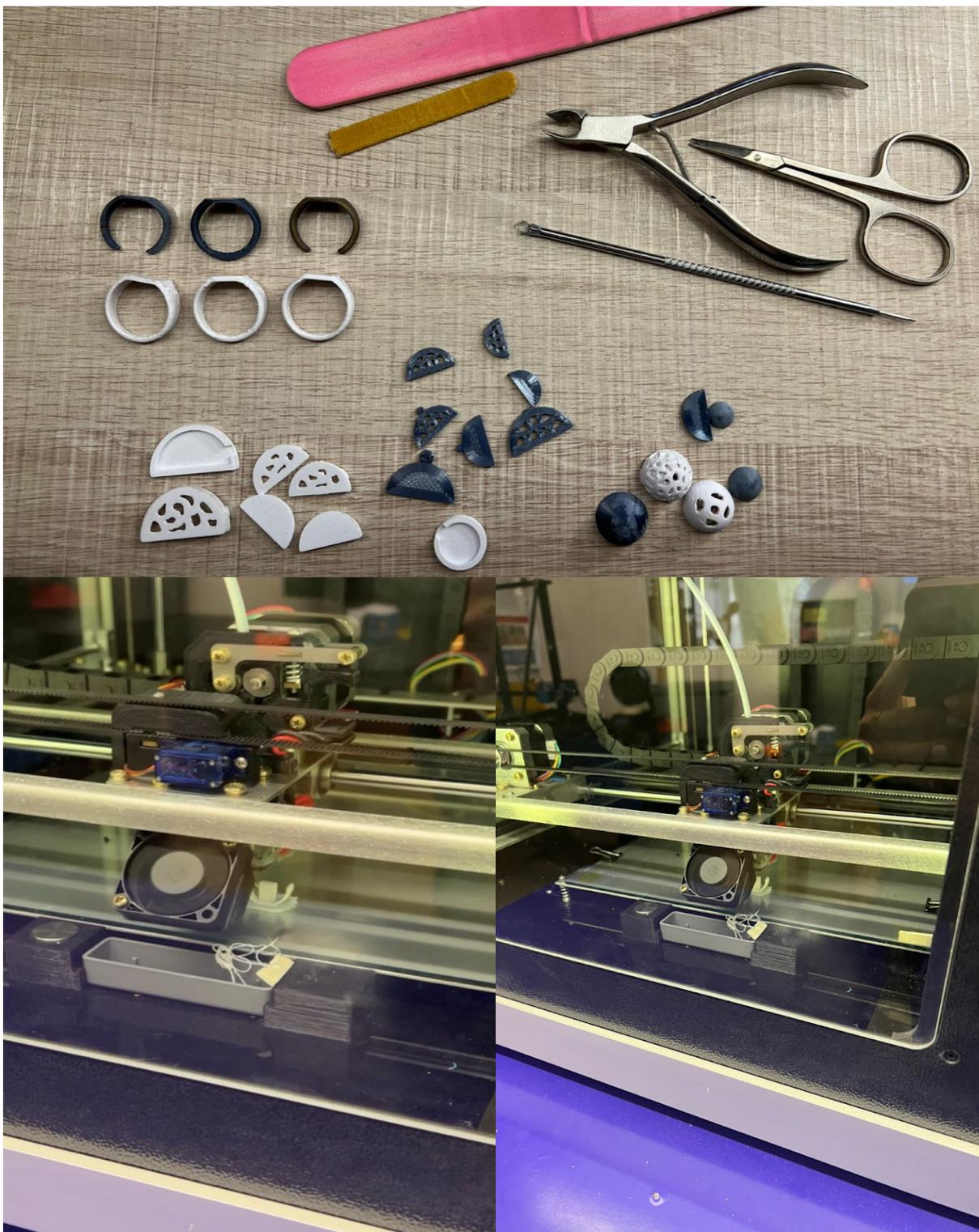
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 38 – Print da Modelagem 3D Colar



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 39 – Impressão no Laboratório PRONTO 3D



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 40 – Modelo volumétrico em PLA



Fonte: Elaborado pela autora.

5.3 Avaliação Ergonômica e de Usabilidade

Após a impressão do modelo volumétrico em PLA de cada peça, foram feitos acabamentos e adicionadas as correntes, fechos e pinos para serem testados e avaliados os tamanhos, proporções e encaixes para uma Avaliação Ergonomia e de usabilidade de todo o conjunto e verificar se havia necessidade de fazer ajustes para melhorar o conforto das peças.

Diante disso, na avaliação do pingente foram encontrados alguns obstáculos com os furos para a inserção das correntes, tanto na franja quanto na gargantilha. O furo que tinha 1.5

mm foi muito justo para a corrente de 1 mm passar suavemente por ele. No quesito do brinco a largura de 18 mm ficou um pouco desproporcional quando colocada no lóbulo da orelha avaliada, sendo levemente desconfortável. Para o anel, os tamanhos ficaram confortáveis e percebeu-se que permitiria a possibilidade tanto das gemas, quanto a inserção de um material para o uso da aromaterapia posteriormente.

Sendo assim, para o modelo de apresentação de PLA, foram feitos alguns ajustes para os problemas encontrados. Nos furos para as correntes, foi desgastado levemente o material para que as mesmas passassem pelos respectivos espaços. Entretanto, para o tamanho do brinco foi realizado um leve desgaste no comprimento, que não resultou em uma diminuição conforme prevista, mas levou-se em conta a avaliação para ajustes posteriores.

5.4 Ajustes Pós Avaliação Ergonômica

Levando em conta a avaliação ergonômica conforme as dificuldades encontradas foram realizados ajustes na modelagem para o protótipo digital e desenho técnico. Em relação ao furo para as correntes foi determinado o tamanho de 2mm para ter uma folga mais apropriada para passar as correntes. Já quanto ao tamanho da largura do brinco que estava com uma proporção levemente maior que o lóbulo da orelha testada, foi reduzido para 16mm de largura. O anel permaneceu o mesmo, diante da aprovação pela avaliação ergonômica.

5.5 Processo de Fabricação

A escolha dos materiais realizou-se diante de características físicas, atributos estéticos, simbólicos, sua coerência com o tema e requisitos do projeto. Nos quadros 5 e 6 pode-se verificar a ficha técnica com todos os materiais escolhidos.

Quadro 05 - Gemas

Peça	Gema	Lapidação	Dimensões (mm)	Quantidade	Cravação
Colar	Topázio - London Blue	Brilhante	3 - 2 mm 6 - 3 mm 2- 4 mm 1- 6 mm	12	Inglesa (Bezel)
Brincos	Topázio - London Blue	Brilhante	4mm	6	Inglesa (Bezel)
Anel	Topázio - London Blue	Brilhante	2mm	18	Inglesinha

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 06 - Metais - Estrutura da Joia

Peça		Pureza da Liga	Acabamento	Dimensões (mm)	Quantidade	Modelo
Colar	Pingente	Ouro 750	Polido	25mm x 14mm	1	-
	Corrente	Ouro 750		45mm	1	Elo português
	Fecho	Ouro 750		12mm	1	Mosquetão/ Lagostinha
	Franja	Ouro 750		12mm 10mm 8mm	6	Elo português
Brincos	Brinco	Ouro 750		16mm x 12mm	2	-
	Franja	Ouro 750		4mm 5mm 6mm	6	Elo português
	Tarraxa	Ouro 750		12mm	2	Sutiã de Orelha
Anel	Peça inteira	Ouro 750		2mm	1	Aro plano com aresta externa arredondada

Fonte: Elaborado pela autora.

5.6 Modelo 3D Digital

Após a construção do modelo 3D digital, foi feita a renderização das joias também no programa *Rhinoceros*. Nesta etapa foi possível simular a aplicação dos materiais, sendo possível observar o acabamento, a harmonia cromática e a estética das peças de uma forma global. Além de determinar a forma que as peças teriam resultando na inspiração da água viva. Nas figuras 41, 42 e 43 abaixo seguem os renders de suas respectivas peças.

Figura 41 – Render do Colar

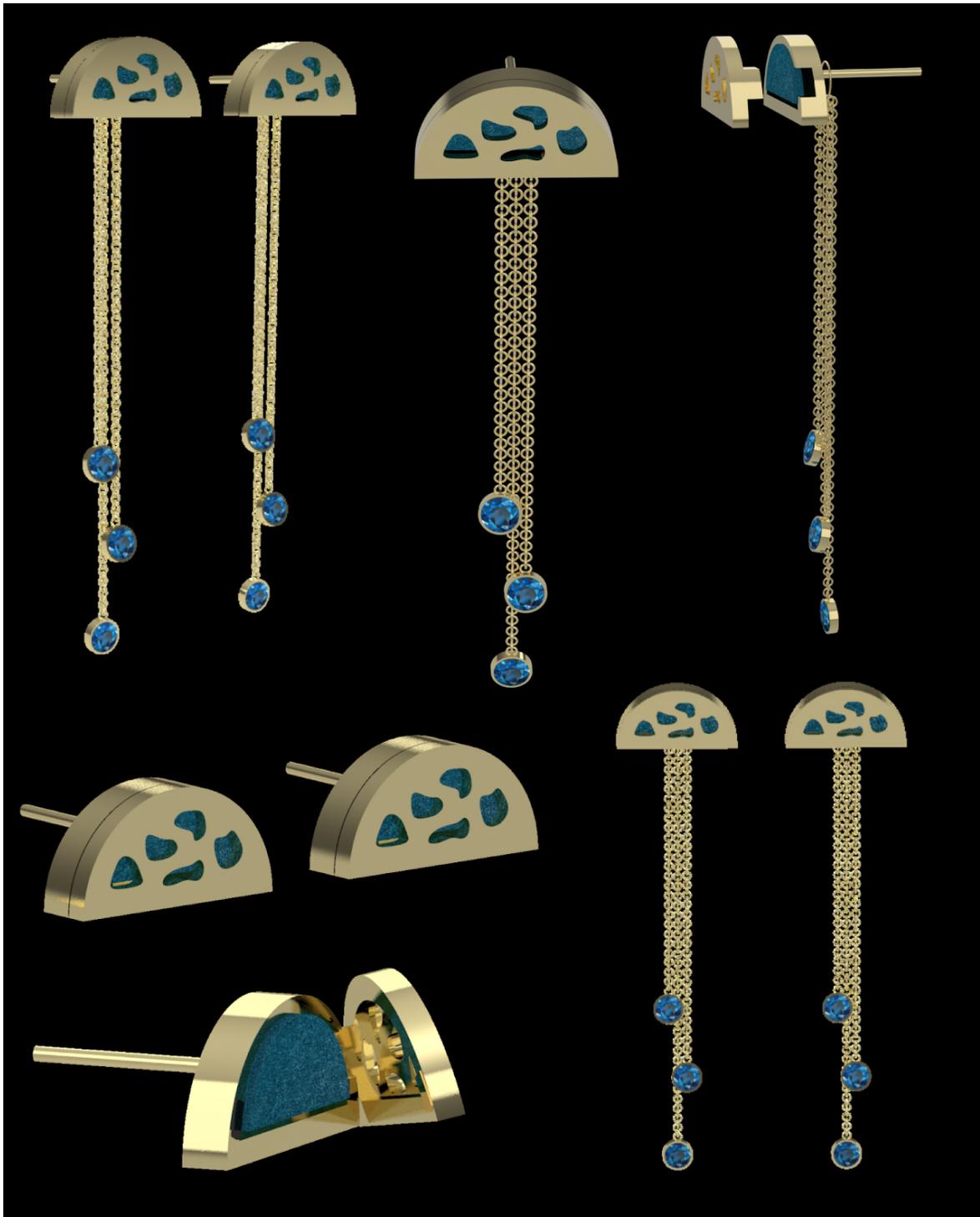


Fonte: Elaborado pela autora.

A peça do colar teve como resultado a utilização da pedra topázio azul, na cor London Blue em suas franjas (remetendo aos tentáculos da água viva), estas que podem ser removidas

ou aplicadas conforme o gosto do usuário, tornando a joia versátil e auxiliando por meio da cristaloterapia a diminuição dos sintomas da ansiedade do indivíduo. Além disso, o compartimento interno da peça que abre por meio de uma dobradiça e fecha por meio de ímãs, permite que com o uso de um feltro na cor azul bondi possa ser aplicado o óleo essencial de lavanda, também auxiliando a aliviar os sintomas de ansiedade do usuário.

Figura 42 – Render do Brinco



Fonte: Elaborado pela autora.

Para a peça do brinco o projeto também se deu por resultado a utilização da pedra topázio azul, na cor London Blue em suas franjas (remetendo os tentáculos da água viva), que também podem ser usadas conforme o gosto do usuário, e convergindo para o uso da cristaloterapia com o intuito da diminuição dos sintomas da ansiedade do indivíduo. Junto disso, a peça do brinco também tem um compartimento interno que abre por meio de uma dobradiça e fecha por meio de imãs, permitindo o uso de um feltro na cor azul bondi e podendo ser aplicado o óleo essencial de lavanda que também auxilia a aliviar os sintomas de ansiedade do usuário.

Figura 43 – Render do Anel



Fonte: Elaborado pela autora.

Por fim, na peça do anel o projeto seguiu a mesma linha de decisões das outras peças e utilizou a pedra topázio azul, na cor London Blue, convergindo para o uso da cristaloterapia e junto disso, também fez-se a utilização de um compartimento interno que abre por meio de uma dobradiça e fecha por meio de imãs, permitindo o uso de um feltro na cor azul bondi e podendo ser feita a aplicação do óleo essencial de lavanda que também pode auxiliar a aliviar os sintomas de ansiedade do usuário.

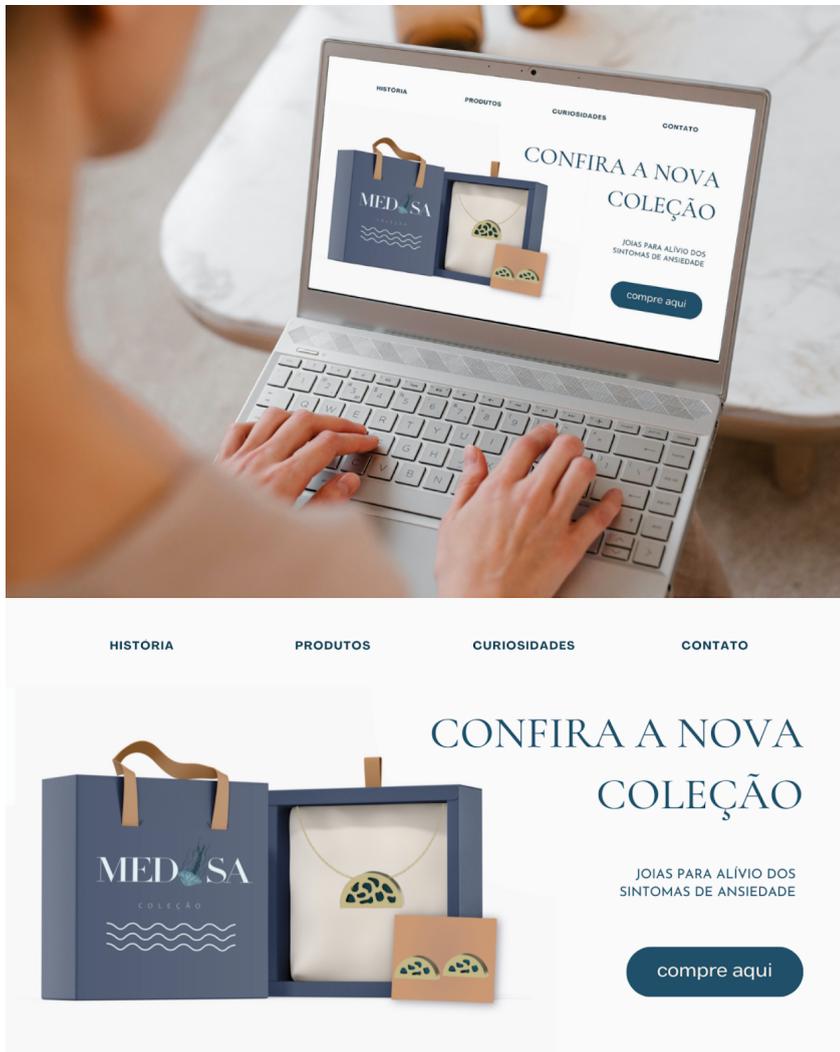
6. DESIGN DE JOIAS - ETAPA PROMOÇÃO

Os elementos gráficos desenvolvidos nesta etapa não fazem parte do escopo deste projeto. Entretanto a etapa Promoção está prevista na metodologia de Design de Joias adotada neste estudo e considerou-se pertinente sua realização para melhor apresentar o produto desenvolvido.

6.1 Identidade Visual

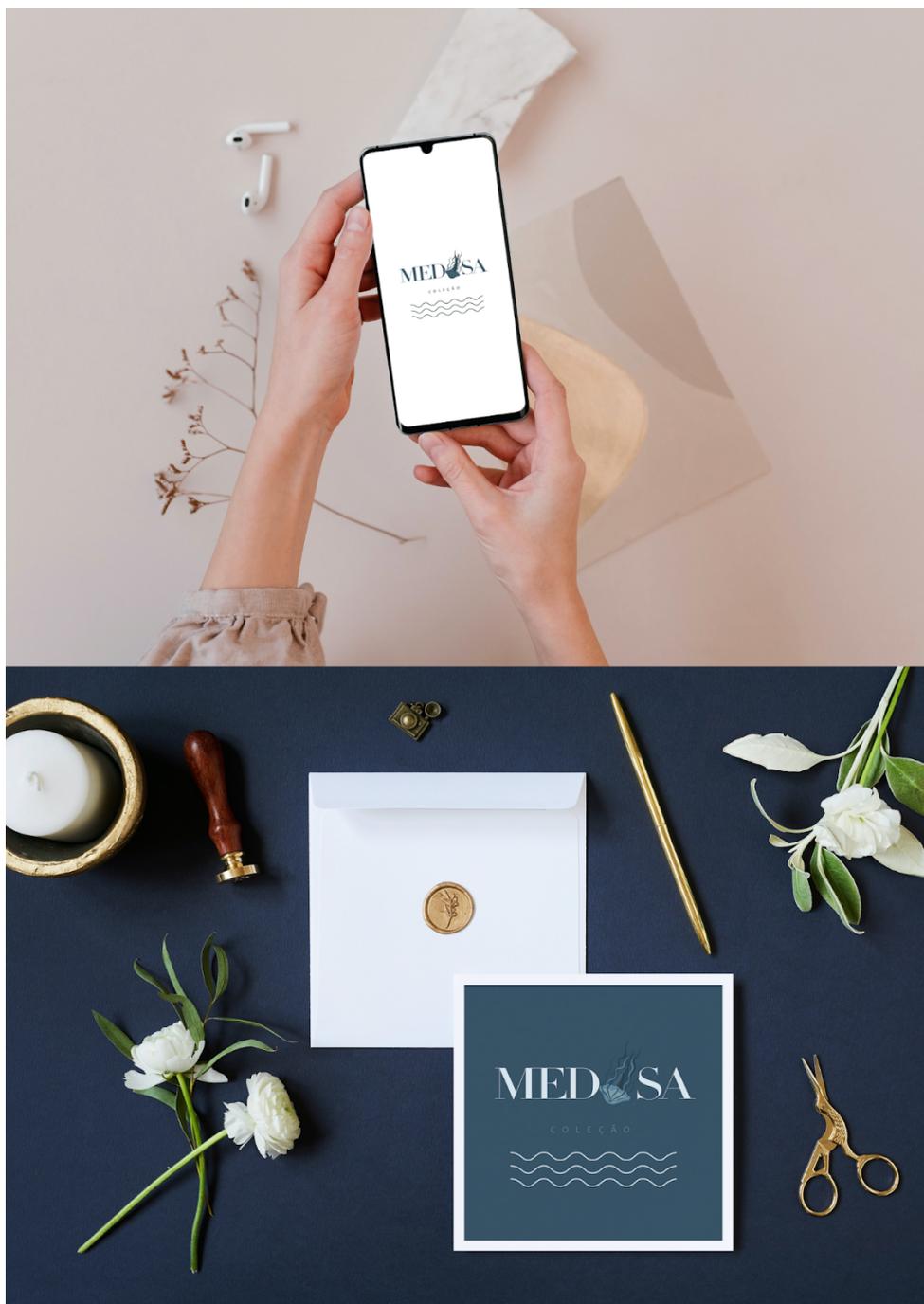
Foi criada a identidade visual com o nome da coleção: Medusa. Escolheu-se este nome devido alguns pontos relevantes para o projeto. Primeiramente, a água viva em seu estado adulto é chamada de medusa. Segundo, de acordo com a mitologia grega, Medusa era uma mulher que transformava as suas vítimas em pedra o que pode ser remeter ao público alvo determinado no projeto, público feminino e também aos sintomas da ansiedade que muitas vezes podem vir a paralisar o indivíduo, remetendo a petrificação que a Medusa fazia. O recurso gráfico utilizado agrega valor ao produto, o torna distinto e memorável, além de criar um apelo visual e estímulo propícios para influenciar o consumidor na decisão de compra.

Figura 44 – Aplicação da Identidade Visual em Site



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 45 – Aplicação da Identidade Visual da Coleção em Celular e Papelaria



Fonte: Elaborado pela autora.

6.2 Embalagem

Foi escolhida uma embalagem primária para acondicionar as joias e protegê-las de arranhões e outros danos. Trata-se de um estojo padrão na cor branca, personalizado com a identidade visual da coleção.

Figura 46 – Embalagem Primária (versão clara)



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 47 – Embalagem Primária (versão escura)

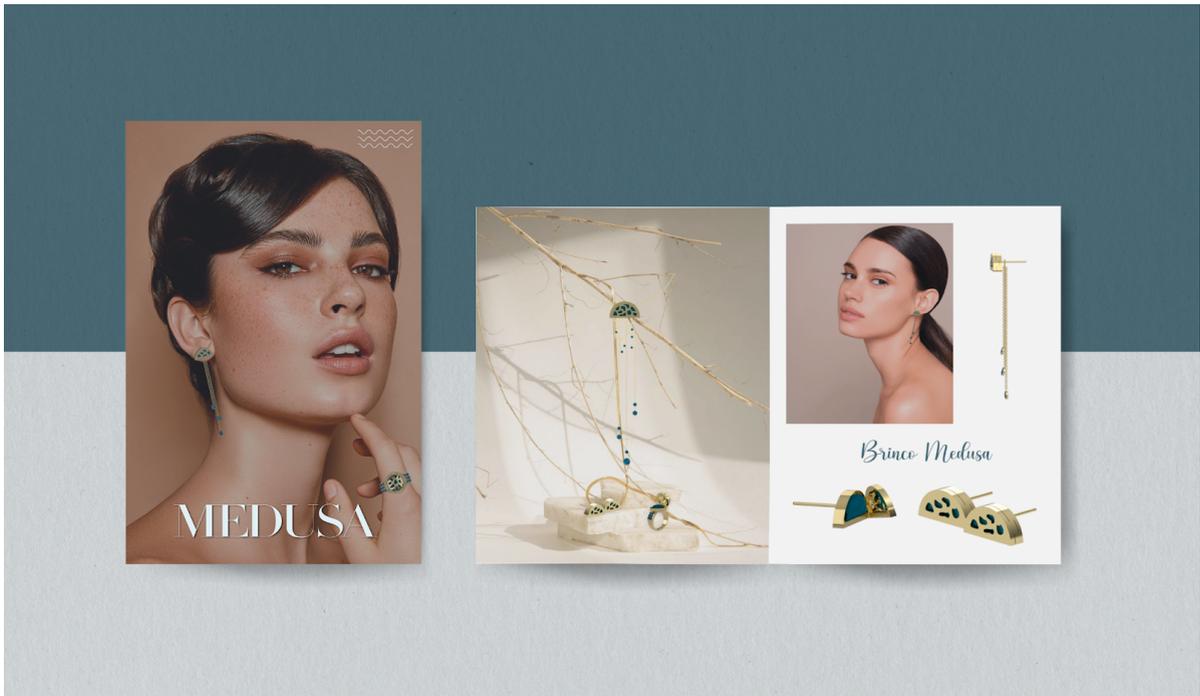


Fonte: Elaborado pela autora.

6.3 Catálogo

O Catálogo é um instrumento de marketing, pois contribui na divulgação e venda. Esta peça gráfica apresenta informações sobre a coleção Medusa e demonstra formas de uso.

Figura 48 – Apresentação da Coleção em Catálogo - Brinco



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 49 – Apresentação da Coleção em Catálogo - Colar



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 50 – Apresentação da Coleção em Catálogo - Anel

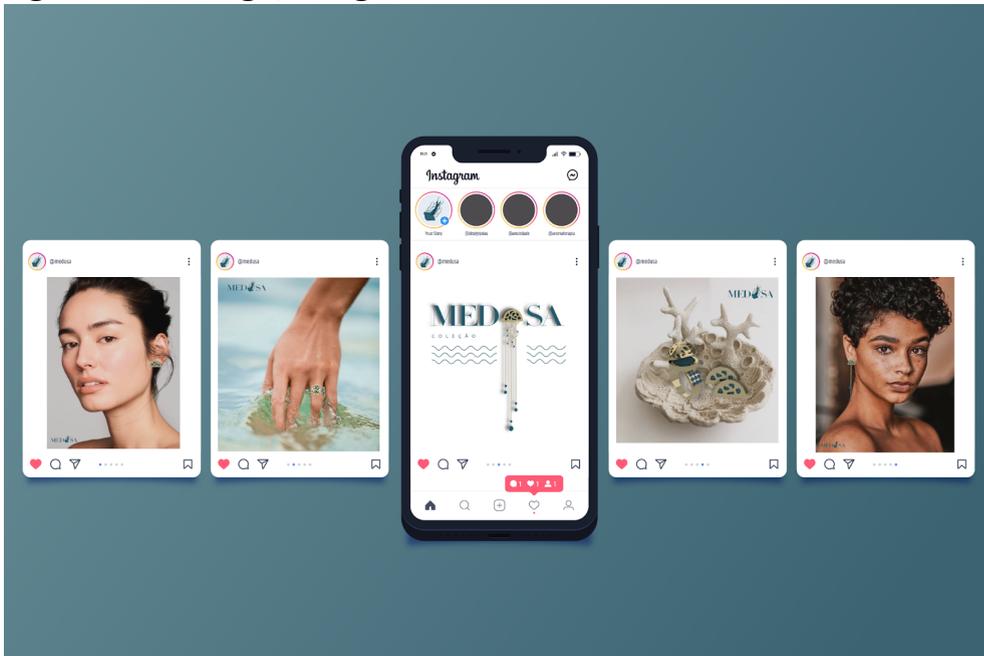


Fonte: Elaborado pela autora.

6.4 Mídia

Foram criadas mídias digitais para divulgar, propagar e promover a Coleção Medusa. Na sequência são apresentados posts para divulgação em mídias sociais, pois trata-se de um canal de comunicação com o público alvo.

Figura 51 – Divulgação digital em Mídias Sociais



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 52 – Divulgação da Coleção em Propaganda



Fonte: Elaborado pela autora.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito inicial do projeto surgiu perante a necessidade vivenciada pela sociedade, enfatizando as mulheres, com os sintomas exacerbados da ansiedade. Com o decorrer da experiência coletiva da pandemia do Covid-19 sabe-se que o número de ansiosos aumentou consideravelmente no mundo inteiro levando em consideração todo o medo e as incertezas geradas pelo cenário.

O alcance do projeto de desenvolver uma coleção de joias para aliviar os sintomas da ansiedade aconteceu por meio da aromaterapia e cristaloterapia, terapias estas que auxiliaram a trazer a funcionalidade desejada para o conjunto e junto disso permitiu-se também a união dos diversos estudos realizados, como os óleos essenciais, os cristais e a relevância que o espaço azul pode gerar no cérebro humano.

O projeto percorreu as etapas desde fundamentação teórica dos temas presentes e se estendeu até o desenvolvimento do modelo volumétrico da solução. O processo do estudo com modelo volumétrico de biscuit e o de construção do modelo volumétrico em PLA foi um instrumento que permitiu a materialização do que estava apenas no campo das ideias e permitiu uma validação do projeto tornando mais concreto. Além disso, foi de grande importância para realizar uma análise ergonômica e posteriormente seus ajustes.

Por fim, o presente projeto serviu para o portfólio da autora e agregou muitos novos conhecimentos profissionais e pessoais sobre o assunto. Além de uma base curiosa de informações e pesquisas sobre o tema da ansiedade que pode auxiliar projetos distintos futuros.

8. REFERÊNCIAS

ALIBABA. Vela aquecedora de cerâmica. Disponível em: <https://portuguese.alibaba.com/product-detail/Ceramic-Tealight-Holder-Essential-Oil-Burner-60696478504.html>. Acesso em: 29/05/2022.

AMERICANAS. Colar Difusor para Aromaterapia. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/1540562186>. Acesso em: 29/05/2022.

AMERICANAS. Cubo infinito. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/1324606383>. Acesso em: 29/05/2022.

APAIXONADOSPORHISTORIA. Símbolos do Egito Antigo. Disponível em: <https://apaixonadosporhistoria.com.br/artigo/142/simbolos-do-egito-antigo>. Acesso em: 27/05/2022.

BATISTA, C. R. *A contribution for Jewelry Design Teaching*. *The Design Journal*, v. 20, p. S4726-S4729, 2017. [DOI <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352973>]

BATISTA, C. R. Design de Joias: Mercado e Projeto. Florianópolis, 2012. (Material didático-pedagógico elaborado para o curso de extensão universitária UFSC).

BBC. As joias de ouro de mais de 3 mil anos encontradas em tumbas na Grécia. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-50841784>. Acesso em: 27/05/2022.

BHALAI. Topázio: significado, usos e propriedades. Disponível em: <https://www.bhalai.com.br/post/top%C3%A1zio-significado-usos-e-propriedades>

BLOG PSICOLOGIA VIVA. Ansiedade “pelo quê?”. Disponível em: [93](https://blog.psicologiaviva.com.br/o-ansiedade/#:~:text=A%20ansiedade%20%C3%A9%20essa%20excita%C3%A7%C3%A3o,envolver%20por%20vezes%20a%20respira%C3%A7%C3%A3o, publicado em: 08/07/20, modificado em: 12/11/21. Acesso em: 12/05/2022.</p></div><div data-bbox=)

CLEVELANDART. Earring with Vishnu Riding Garuda. Disponível em: <https://www.clevelandart.org/art/1915.342.1>. Acesso em: 27/05/2022.

CNN. Pandemia de Covid-19 provoca aumento global em distúrbios de ansiedade e depressão. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/pandemia-de-covid-19-provoca-aumento-global-em-disturbios-de-ansiedade-e-depressao/>, Lucas Rocha e Léo Lopes, publicado em: 09/10/21. Acesso em: 03/05/2022.

COMMONSWIKIMEDIA. Oppana - traditional dance of Muslim community. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Oppana_-_traditional_dance_of_Muslim_community_-_India.jpg. Acesso em: 27/05/2022.

CUIDADOS PELA VIDA. Entenda o tratamento da ansiedade leve e moderada usando fitoterápicos Disponível em: [DICIO. Terapêuticos. Disponível em: \[ECYCLE. O que é aromaterapia e quais seus benefícios?.Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/aromaterapia/#Historia-da-aromaterapia>. Acesso em: 29/05/2022.\]\(https://www.dicio.com.br/terapeuticos#:~:text=Significado%20de%20terap%C3%AAutico,com%20uma%20doen%C3%A7a%3A%20medicamento%20terap%C3%AAutico. Acesso em: 29/05/2022.</p></div><div data-bbox=\)](https://cuidadospelavida.com.br/saude-e-tratamento/ansiedade/entenda-tratamento-da-ansiedade-usando-fitoterapicos#:~:text=Os%20exemplos%20de%20princ%C3%ADpios%20ativos,ins%C3%B4nia%20leve%2C%20sedativo%20e%20ansiol%C3%ADtico, atualizado em:29/03/2018. Acesso em: 29/05/2022.</p></div><div data-bbox=)

ELO7. Mandala Tridimensional em Arame Galvanizado com Miçangas. Disponível em:<https://www.elo7.com.br/mandala-tridimensional-em-arame-galvanizado-com-micangas/dp/140CF63>. Acesso em: 29/05/2022.

ELO7. MANDALA TRIDIMENSIONAL. Disponível em: <https://www.elo7.com.br/mandala-tridimensional/dp/2F6967>. Acesso em: 29/05/2022.

EMMA BROOKE JEWELRY. Kinetic Rolling Fidget Necklace. Disponível em: <https://emmabrookejewelry.com/collections/necklaces/products/kinetic-rolling-fidget-necklace>. Acesso em: 26/06/2022.

FASHIONHISTORY. Pomander. Disponível em: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/pomander/>. Acesso em: 27/05/2022.

FOLHA. Pandemia levou a aumento na busca por terapia e lotou agendas. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2022/04/pandemia-levou-a-aumento-na-busca-por-terapia-e-lotou-agendas.shtml>, publicado em 16/04/2022.

GARRETT, Joanne K. et al. Coastal proximity and mental health among urban adults in England: The moderating effect of household income. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1353829219300607?via%3Dihub>. Volume 59, publicado em 09/19. Acesso em: 10/08/2022.

Ghebreyesus, Tedros Adhanom. Pandemia de COVID-19 desencadeia aumento de 25% na prevalência de ansiedade e depressão em todo o mundo. *In*: PAHO - Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/2-3-2022-pandemia-covid-19-desencadeia-aumento-25-na-prevalencia-ansiedade-e-depressao-em>, publicado em 02/03/2022.

HERA. Anel Alívio de Ansiedade - Giratório. Disponível em: <https://lojanovahera.com/products/anel-alivio-de-ansiedade-giratorio>. Acesso em: 17/07/2022.

HORGANAH. Chaveiro Mandala. Disponível em: <https://www.horganah.com.br/produto/chaveiro-mandala/>. Acesso em: 29/05/2022.

JAMMING. Colar Difusor Aflorar- Dourado. Disponível em: https://jammingjoias.com.br/produtos/colar-difusor-aflorar-dourado/?pf=gs&gclid=Cj0KCQjwzLCVBhD3ARIsAPKYTcSih_dtLJ6x-ZETxNM8OEsNAKXJuDhR4tCFf6bmm0u5IT1qgL Fzd_YaAq4KEALw_wcB. Acesso em: 26/06/2022.

JEITOURBANO. Anel da Ansiedade. Disponível em: https://www.jeitourbano.com/products/anel-da-ansiedade-ajustavel-alivio-de-tensao?variant=35356847&gclid=CjwKCAjws8yUBhA1EiwAi_tpERVIFTaN3cOAxgeCUFrjuv06j40m0wK50ZBvxV2VFerRWy8ohwkiiBoCJDsQAvD_BwE. Acesso em: 29/05/2022.

JEWELRYCONNOISSEUR. Símbolos do Egito Antigo. Disponível em: <https://jewelryconnoisseur.net/jewels-of-the-nile-ancient-egyptian-treasures/>. Acesso em: 27/05/2022.

JOIAEARTE. A simbologia indiana nas joias. Disponível em: <https://www.joia-e-arte.com.br/a-simbologia-indiana-nas-joias/>. Acesso em: 27/05/2022.

KRISTALOTERAPIA. Topázio Azul. Disponível em: <https://kristaloterapia.com.br/cristal/topazio-azul/>. Acesso em: 10/10/2022.

LIFEHACK. Science Explains How The Beach Can Change Our Brains And Mental Health. Disponível em: <https://www.lifehack.org/408837/science-explains-how-the-beach-can-change-our-brains-and-mental-health>. Rebecca Beris. Acesso em: 10/08/2022.

LIVRO. Norman A. Donald - Design emocional (2008).

LOJAEKANTA. COLAR DIFUSOR DE CRISTAL - AMETISTA. Disponível em: https://lojaekanta.com/products/colar-difusor-de-cristal-ametista?variant=38016089915572¤cy=BRL&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic&utm_source=google&utm_medium=cpc&gclid=CjwKCAjws8yUBhA1EiwAi_tpESbcsZk-U3wo0knHJRoCnV9ezkyhZmFsszFmAHFR69z_UJ0FTu9SKBoCbRsQAvD_BwE. Acesso em: 29/05/2022.

MARLA AARON. The Pins Charm. Disponível em: <https://marlaaaron.com/products/the-pins-charm?variant=32214274015315>. Acesso em: 26/06/2022.

MARLA AARON. Zephyr Bracelet in Gold. Disponível em: <https://marlaaaron.com/products/zephyr-bracelet?variant=32345366659155>. Acesso em: 26/06/2022.

MERCADO LIVRE. Colar Difusor Aromaterapia em Aço Inoxidável. Disponível em: https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1508780178-colar-difusor-aromaterapia-em-aco-in-oxidavel-_JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic. Acesso em: 26/06/2022.

MSUTODAY. Ocean views linked to better mental health. Disponível em: <https://msutoday.msu.edu/news/2016/ocean-views-linked-to-better-mental-health>. Publicado em: 28/04/16. Acesso em: 10/08/2022.

MUSE. Dispositivo de meditação. Disponível em: <https://choosemuse.com/>. Acesso em: 04/07/2022.

OBTER COLARCOMNOME. Anel Giratório Personalizado com Cristal. Disponível em: <https://www.obtercolarcomnome.com/custom-spinner-ring-with-crystal-brass-fidget-ring-anti-anxiety-stress?currency=BRL>. Acesso em: 17/06/2022.

OURA. Anel com sensores. Disponível em: <https://ouraring.com/>. Acesso em: 17/06/2022. publicado em: 07/04/21. Acesso em: 10/09/2022.

REGINA BIJOUX. Colar Relicário Difusor Perfumeiro Coração Pedra Fluorita. Disponível em: https://www.reginabijoux.com.br/difusores/colar-relicario-difusor-perfumeiro-coracao-pedra-fluorita?parceiro=2024&gclid=CjwKCAjwh-CVBhB8EiwAjFEPGbMIwVvd3q8ONhBodtAX59-u1vLiM1Fy-lsBLkvYyeCiYF95fLSZLxoC5HMQAvD_BwE. Acesso em: 26/06/2022.

SCIELO. Revista Brasileira de Plantas Mediciniais. Aromaterapia: da gênese a atualidade. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbpm/a/4pHPp9cWzmBrTHqtzhqGFyH/?lang=pt>. Acesso em: 29/05/2022.

SENSATE. Aparelho de ressonância sônica para acalmar o sistema nervoso. Disponível em: https://www.getsensate.com/?sca_ref=19287F73.PRIY0THHJT&sscid=61k6_j9gio&utm_source=affiliate. Acesso em: 17/06/2022.

SHOPEE. Anel Ajustável De Ansiedade De Aço Inoxidável Com Contas. Disponível em: <https://shopee.com.br/Anel-Ajust%C3%A1vel-De-Ansiedade-De-A%C3%A7o-Inoxid%C3%A1vel-Com-Contas-i.191703942.14648102240>. Acesso em: 17/07/2022.

SHOPEE. Brinco aromatizador difusor aromaterapia óleos essenciais aço inox MANDALA. Disponível em: <https://shopee.com.br/Brinco-aromatizador-difusor-aromaterapia-%C3%B3leos-essenciais-a%C3%A7o-inox-MANDALA-i.305858441.3686194226>. Acesso em: 10/08/2022.

SHOPEE. Brinco Emagrece Controle Da Ansiedade Acupuntura Magnético. Disponível em: <https://shopee.com.br/Brinco-Emagrece-Controle-Da-Ansiedade-Acupuntura-Magn%C3%A9tico-i.325515537.6359969152>. Acesso em: 10/08/2022.

SHOPEE. Difusor Aromatizador Umificador de Ambiente Elétrico. Disponível em: <https://shopee.com.br/Difusor-Aromatizador-Umidificador-de-Ambiente-Eletrico-Ultrassonico-para-Aromaterapia-300ml-com-Led-i.472111099.15871469035>. Acesso em: 29/05/2022.

SHOPEE. Pulseira Para Óleo Essencial Para Ansiedade. Disponível em: <https://shopee.com.br/Pulseira-Para-%C3%93leo-Essencial-Para-Ansiedade-Estilosa-i.483137734.9778584262>. Acesso em: 26/06/2022.

TAOLEIFIDGET. Cubo infinito. Disponível em: <https://www.extra.com.br/taolei-fidget-dedo-giratorio-giroscopio-brinquedos-visuais-de-dedo-com-ilusao-optica-para-alivio-de-estresse-anti-ansiedade-roda-de-luz-dinamic/p/1516050140>. Acesso em: 29/05/2022.

TUASAUDE. 5 óleos essenciais para combater a ansiedade. Disponível em: <https://www.tuasaude.com/aromaterapia-para-ansiedade/>, Manuel Reis, revisado em: 04/22. Acesso em: 10/08/2022.

UOL. Pesquisa: ansiedade é assunto mais buscado por brasileiros na pandemia. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2022/02/26/pesquisa-ansiedade-e-assunto-mais-buscado-por-brasileiros-na-pandemia.htm>, publicado em 26/02/2022.

VARELLA DRAUZIO . Ansiedade (Transtorno De Ansiedade Generalizada). Disponível em: <https://drauziovarella.uol.com.br/doencas-e-sintomas/ansiedade-transtorno-de-ansiedade-generalizada/>. Acesso em: 27/05/2022.

VOGUE. As 6 tendências que vão dominar a joalheria em 2022. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/02/6-tendencias-que-vao-dominar-joalheria-em-2022.html>, Rachel Garrahan, publicado em: 08/02/22. Acesso em: 09/05/2022.

VOGUE. Como eventos históricos da humanidade mudaram o nosso jeito de vestir. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2020/07/como-eventos-historicos-da-humanidade-mudaram-o-nosso-jeito-de-vestir.html>, Bruno Astuto, publicado em: 19/07/20. Acesso em: 09/05/2022.

VOGUE. Efeito dopamina: o otimismo tomou conta da moda. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2021/12/efeito-dopamina-o-otimismo-tomou-conta-da-moda.html>, Camila Lima, publicado em: 16/12/21. Acesso em: 04/05/2022.

WIKIPEDIA. Pomander. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Pomander>. Acesso em: 27/05/2022.

YAEL SONIA. Perpetual Motion Open Plane Ring. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/open-plane-ring/> Acesso em: 26/06/2022.

YAEL SONIA. Perpetual Motion Simple Curve Small Hoop Earrings. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/simple-curve-small-hoop-earrings/>. Acesso em: 10/08/2022.

YAEL SONIA. Perpetual Motion Spinning Ring. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/spinning-ring/>. Acesso em: 26/06/2022.

YAEL SONIA. Spinning Top Small Spinning Top Spinning Pendant. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/small-spinning-top-spinning-pendant-amethyst/>. Acesso em: 26/06/2022.

YAEL SONIA. Spinning Top Spinning Top Curve Earrings. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/spinning-top-curve-earrings/>. Acesso em: 10/08/2022.

YAEL SONIA. Suspended Pearl Circle Earrings. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/circle-earrings/>. Acesso em: 10/08/2022.

YAEL SONIA. Suspended Pearl Polaris Oval Ring. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/polaris-oval-ring-yellow-gold/>. Acesso em: 26/06/2022.

YAEL SONIA. Perpetual Motion Spinning Wheel Bracelet. Disponível em: <https://yaelsonia.com/en/product/spinning-wheel-bracelet/>. Acesso em: 26/06/2022.

YOGATERIA. Cristaloterapia Conheça a terapia dos cristais. Disponível em: <https://yogateria.com.br/cristaloterapia-conheca-a-terapia-dos-cristais/>. Acesso em: 10/10/2022.

ZENCIAL. Anel Giratório Anti-Ansiedade. Disponível em: https://zencial.com.br/products/anel-giratorio-ansiedade?variant=41395038650547¤cy=BRL&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic. Acesso em: 26/06/2022.

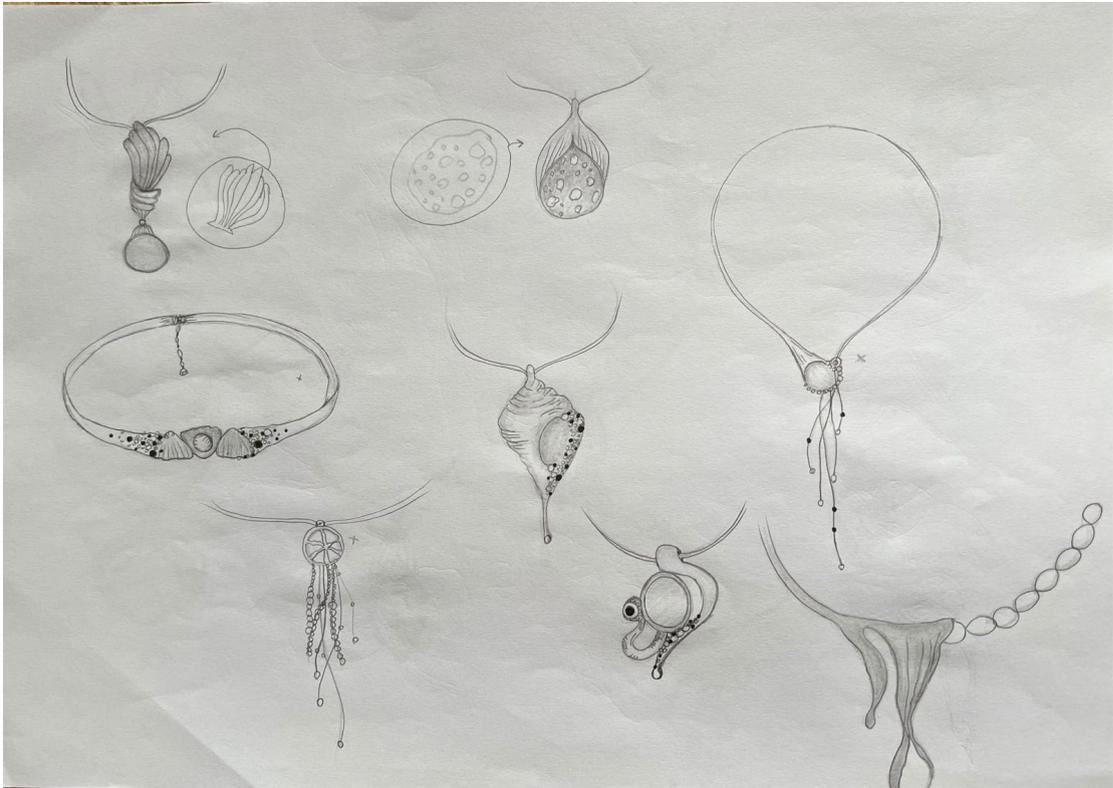
ZENKLUB. 6 calmantes naturais para ansiedade, insônia e nervosismo. Disponível em: <https://zenklub.com.br/blog/saude-bem-estar/cha-para-ansiedade/>, publicado em: 28/04/21. Acesso em: 29/05/2022.

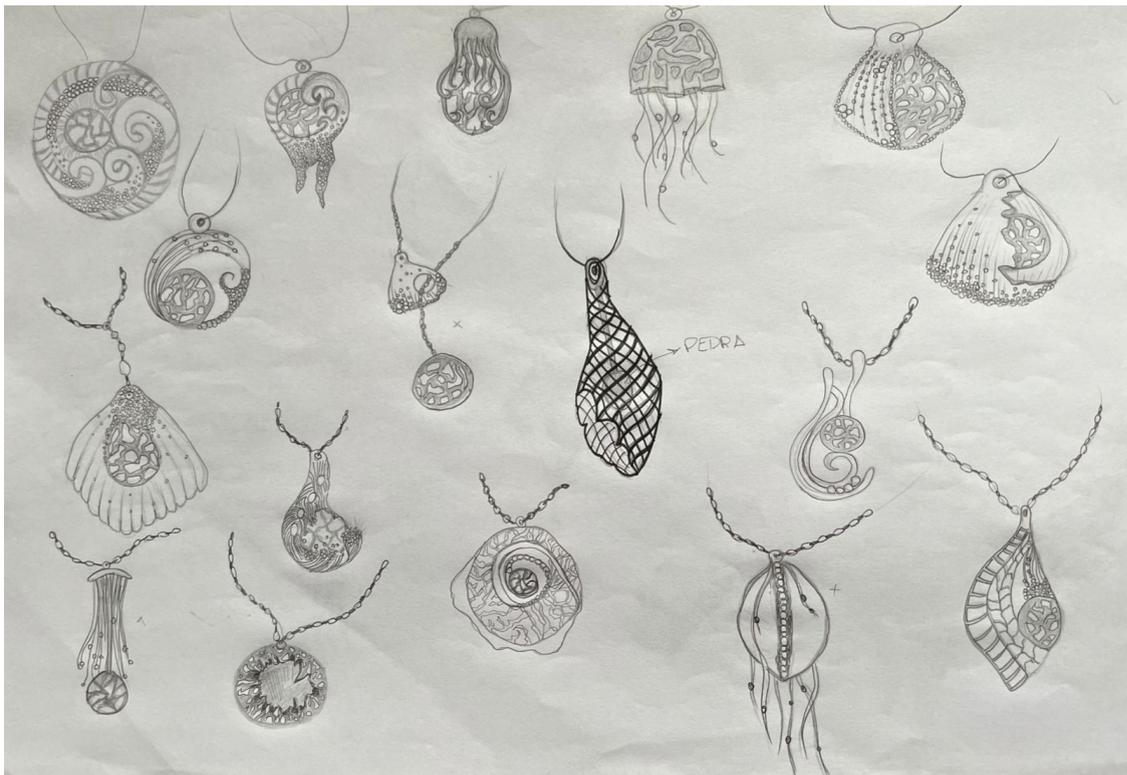
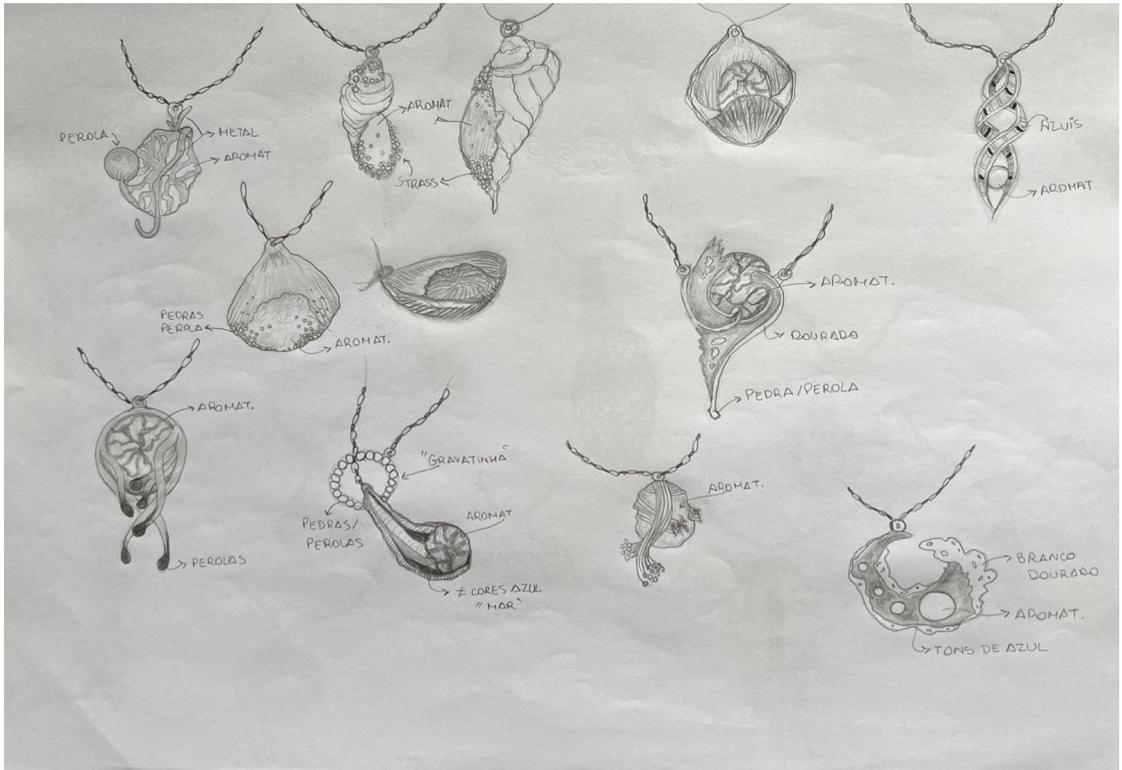
ZENKLUB. Ansiolíticos: tudo o que você queria saber. Disponível em: <https://zenklub.com.br/blog/medicamentos/ansioliticos/>, publicado em: 18/02/21. Acesso em: 29/05/2022.

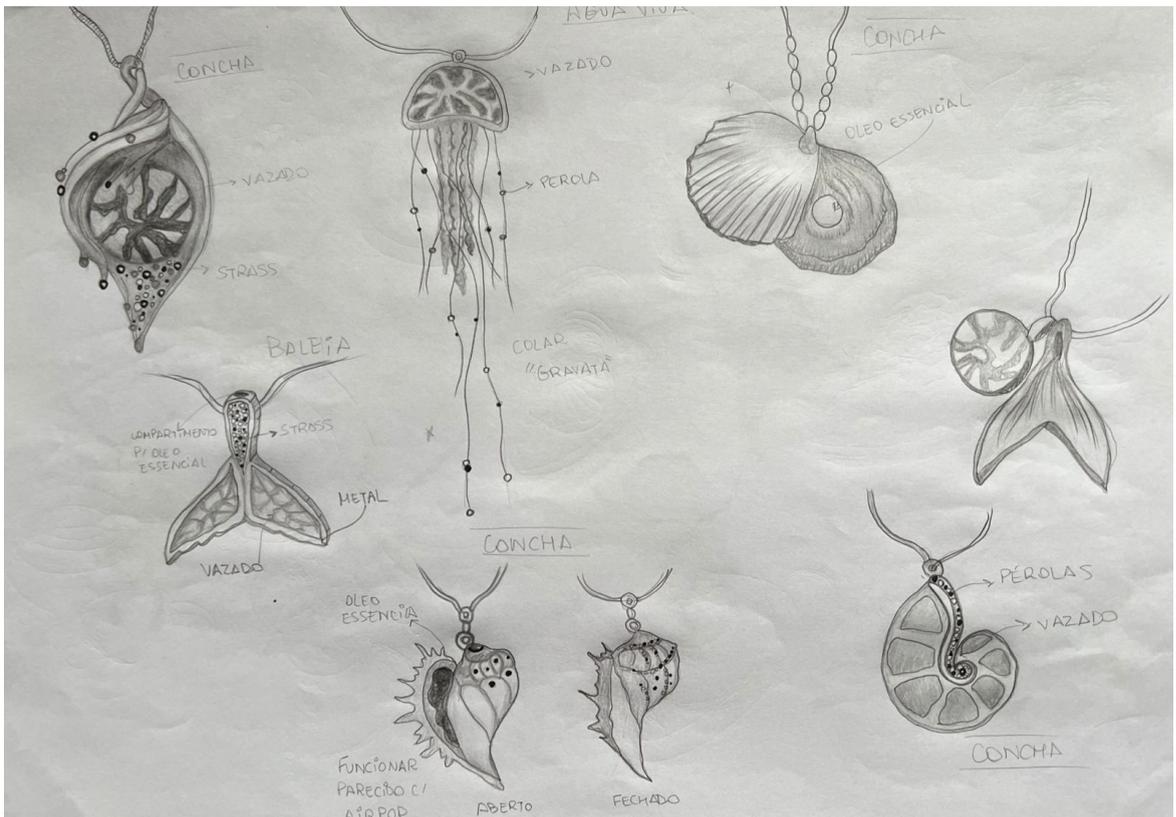
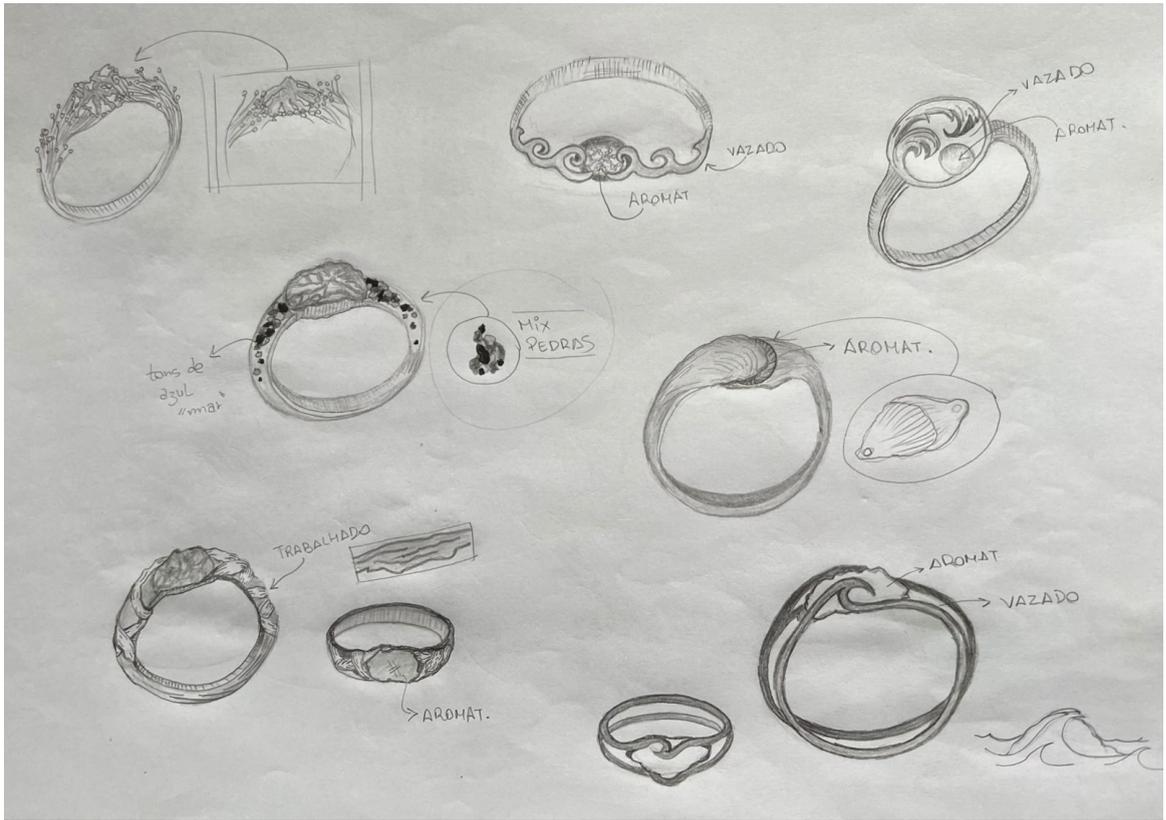
ZENKLUB. Fitoterápicos para ansiedade, funcionam? Qual o efeito?. Disponível em: <https://zenklub.com.br/blog/saude-bem-estar/fitoterapico-para-ansiedade/>, publicado em: 29/10/2021. Acesso em: 29/05/2022.

ZENKLUB. Transtorno de Ansiedade Generalizada: o que é, sintomas e como tratar. Disponível em: <https://zenklub.com.br/blog/transtornos/transtorno-ansiedade-generalizada/>, publicado em: 31/10/21. Acesso em: 29/05/2022.

APÊNDICE A



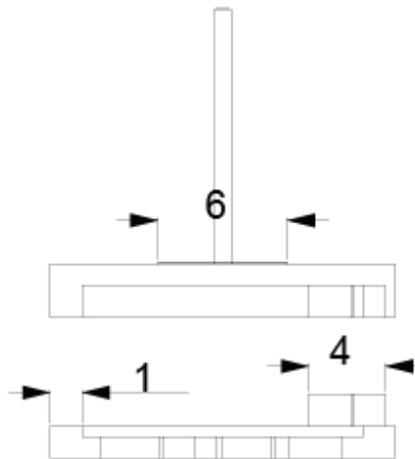








APÊNDICE B



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

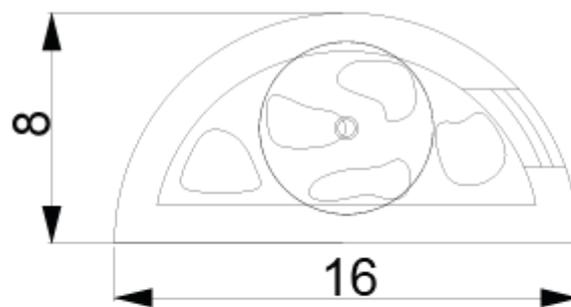
DESIGN DE PRODUTO PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO 2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÉUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

BRINCO VISTA SUPERIOR - mm

CAMILA KOOP RAMOS 1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÉUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

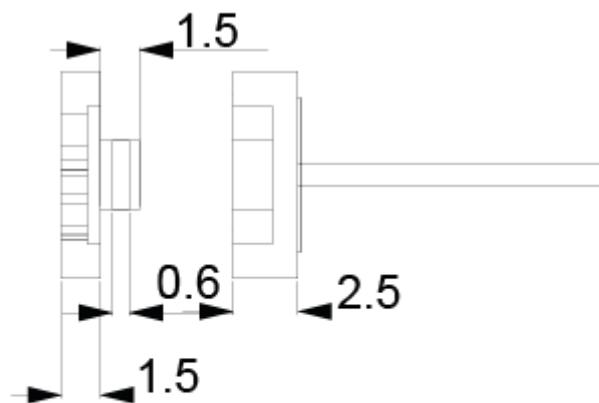
BRINCO

VISTA FRONTAL - mm

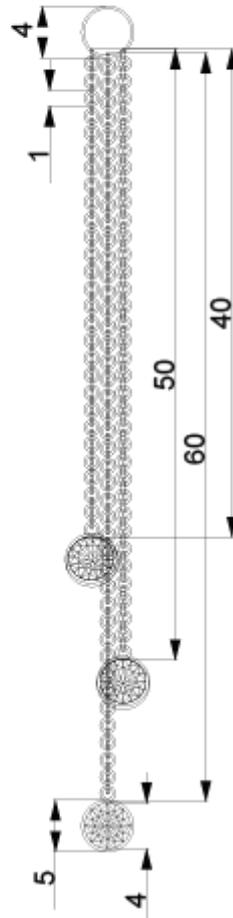
A4

CAMILA KOOP RAMOS

1/1



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA		
DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA		CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DESIGN DE PRODUTO	PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO	2022/2
DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE		
BRINCO	VISTA LATERAL - mm	A4
CAMILA KOOP RAMOS		



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

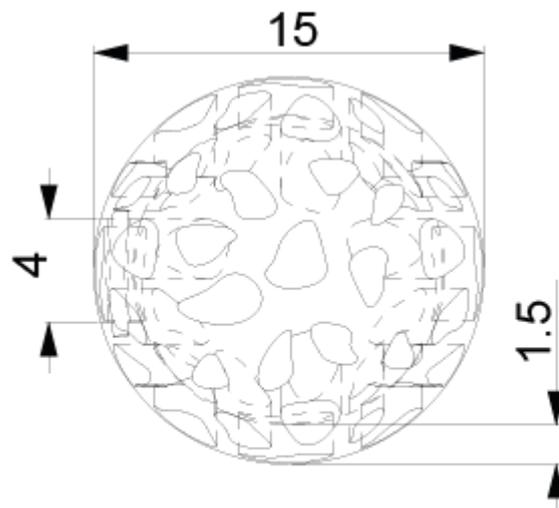
FRANJA - BRINCO

VISTA FRONTAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

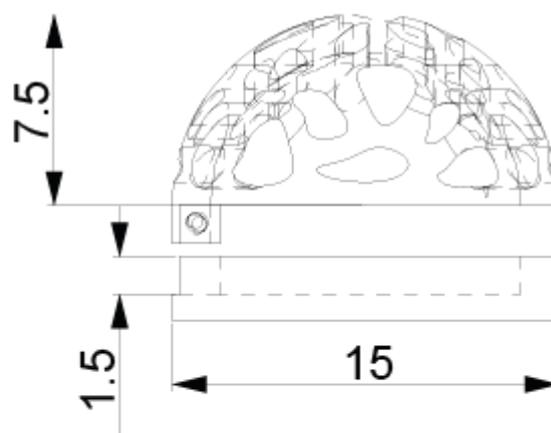
ANEL

VISTA SUPERIOR - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

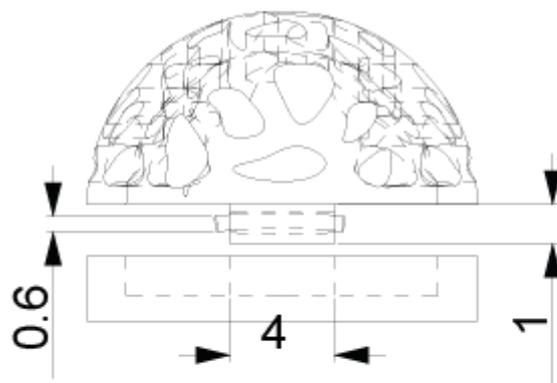
ANEL

VISTA LATERAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

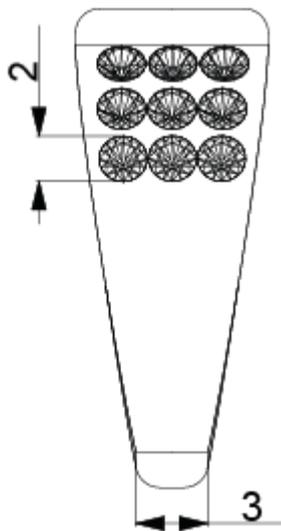
ANEL

VISTA LATERAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÉUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

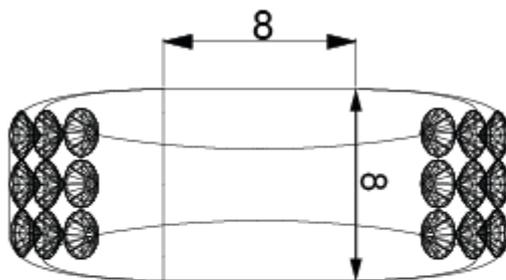
ANEL

VISTA LATERAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

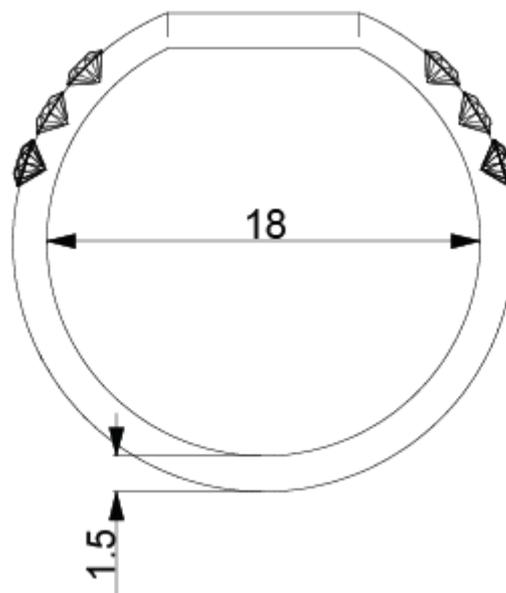
ANEL

VISTA SUPERIOR - mm

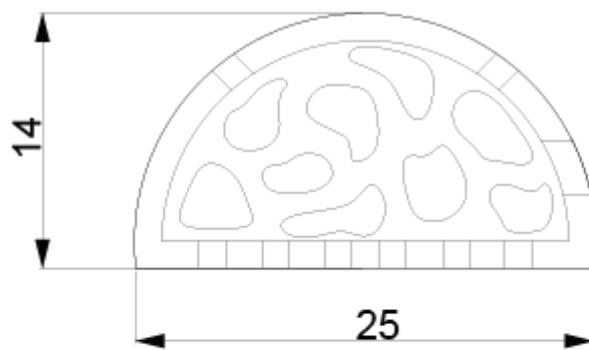
CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA		
DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA		CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
DESIGN DE PRODUTO	PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO	2022/2
DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE		
ANEL	VISTA FRONTAL - mm	A4
CAMILA KOOP RAMOS		



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

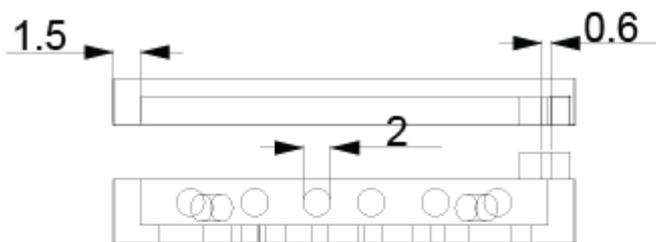
PINGENTE

VISTA FRONTAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

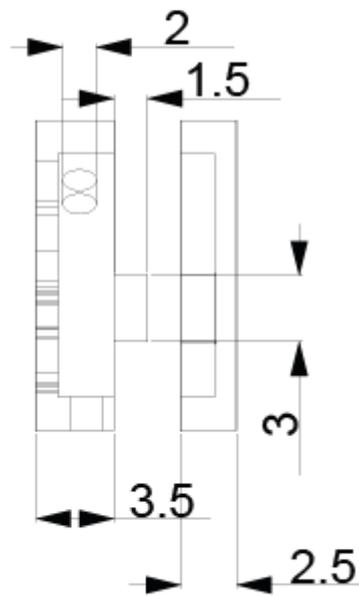
PINGENTE

VISTA SUPERIOR - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

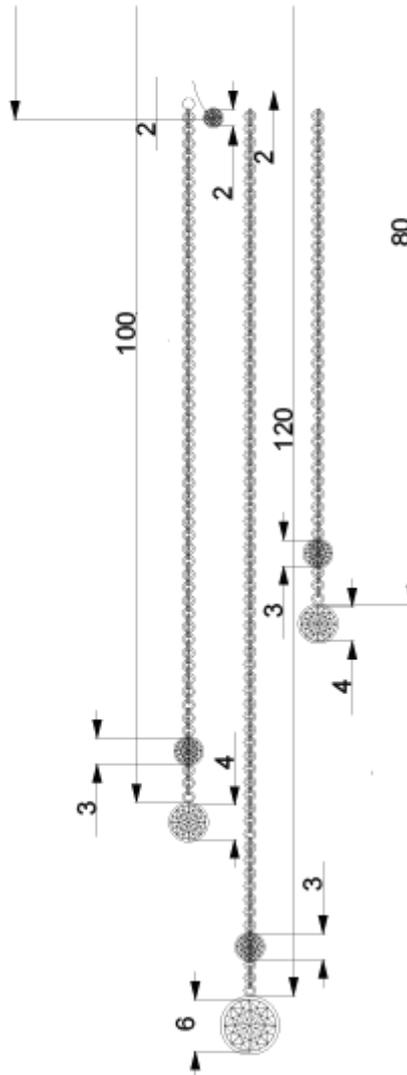
PINGENTE

VISTA LATERAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

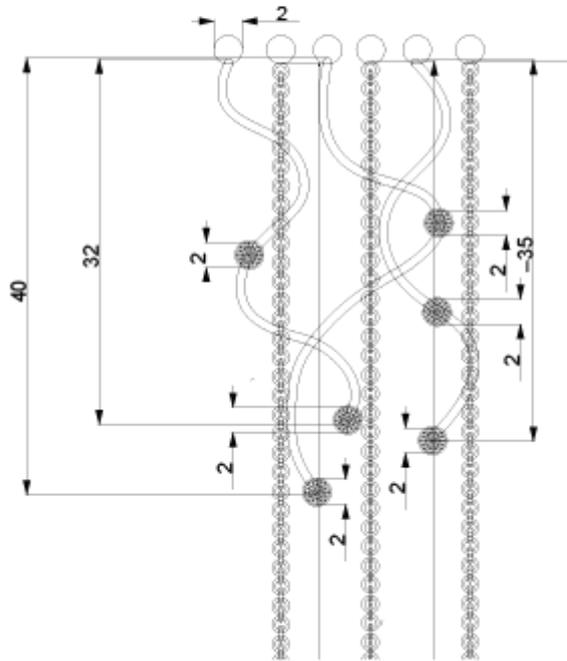
FRANJA - COLAR

VISTA FRONTAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4



UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DESIGN DE PRODUTO

PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO

2022/2

DESIGN DE JOIA COM PROPOSTA TERAPÊUTICA PARA ALÍVIO DA ANSIEDADE

FRANJA - COLAR

VISTA FRONTAL - mm

CAMILA KOOP RAMOS

1/1

A4