

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA POLITÉCNICA E DE ARTES
CURSO DE DESIGN

LUIZA CARVALHO E SOUSA

**HAVVA DESIGN BOX:
O DESIGN THINKING COMO ABORDAGEM PARA SE
PENSAR O BEM-ESTAR E A CRIATIVIDADE DO DESIGNER**

Goiânia
2023

LUIZA CARVALHO E SOUSA

**HAVVA DESIGN BOX:
O DESIGN THINKING COMO ABORDAGEM PARA SE
PENSAR O BEM-ESTAR E A CRIATIVIDADE DO DESIGNER**

Monografia e Projeto apresentados ao Curso de Design da Escola Politécnica e de Artes da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, para a obtenção do grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof^ª. Genilda Alexandria

Goiânia

2023

LUIZA CARVALHO E SOUSA

**HAVVA DESIGN BOX:
O DESIGN THINKING COMO ABORDAGEM PARA SE PENSAR
O BEM-ESTAR DO DESIGNER CONTEMPORÂNEO**

Monografia e Projeto apresentados ao Curso de Design da Escola Politécnica e de Artes da Universidade Católica de Goiás, para a obtenção do grau de Bacharel em Design, aprovada em _____ / _____ / _____ , pela Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof^ª. Dra. Genilda da Silva Alexandria Sousa - orientadora
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Prof^ª. Ms. Ana Paula Bandeira
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Prof. Ms. Marcos Costa
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo pesquisar as problemáticas enfrentadas por designers e profissionais criativos, discutindo a valorização do bem-estar e da criatividade nesses contextos. A pesquisa compreende a evolução histórica do papel do designer até a contemporaneidade, explorando sua relação com a rotina, o mercado, a cultura e a sociedade. Utilizando ferramentas de pesquisa do Design Thinking, como Grupos Focais e Codesign, o estudo investiga, com a participação do público-alvo, formas de tornar a rotina desses profissionais mais leve, integrada, criativa e equilibrada. Através do desenvolvimento de um projeto de um clube por assinatura, que terá como produto caixas com curadoria de profissionais criativos, contendo objetos que estimulam a criatividade através dos sentidos. Busca-se por meio dessa contribuição do design formar uma comunidade mais integrada, convidando esses profissionais a explorar e nutrir sua criatividade de maneiras diversas, valorizando o próprio bem-estar.

Palavras-chave: Design. Rotina. Bem-estar. Design Thinking. Designer. Profissionais Criativos. Clube por Assinatura.

ABSTRACT

The plot of the present work perpasses the issues faced by designers and creative professionals, discussing the importance of well-being and creativity in these contexts. The research encompasses the historical evolution of the designer's role to the present day, exploring their relationship with routine, the market, culture, and society. Using research tools from Design Thinking, such as Focus Groups and Codesign, the study investigates, with the participation of the target audience, ways to make the routine of these professionals lighter, integrated, creative, and balanced. Through the development of a subscription club project, which will offer curated boxes by creative professionals containing items that stimulate creativity through the senses, this contribution of design aims to create a more integrated community, inviting these professionals to explore and nurture their creativity in diverse ways, thus valuing their own well-being.

Keywords: Design. Routine. Well-being. Design Thinking. Designer. Creative Professionals. Subscription Club.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 01 – Revolução Industrial..... | 16 |
| FIGURA 02 – O que é essencial para o designer?..... | 18 |
| FIGURA 03 – Nuvem de Palavras..... | 20 |
| FIGURA 04 – Faixa Etária Pesquisa..... | 25 |
| FIGURA 05 – Gênero Pesquisa..... | 25 |
| FIGURA 06 – Tempo Pesquisa..... | 26 |
| FIGURA 07 – Autocuidado Pesquisa..... | 26 |
| FIGURA 08 – Meu processo de design..... | 32 |
| FIGURA 09 – Apresentação Grupo Focal..... | 34 |
| FIGURA 10 – Participantes Codesign..... | 35 |
| FIGURA 11 – Kit Codesign..... | 37 |
| FIGURA 12 – Box.Petiko..... | 40 |
| FIGURA 13 – Glambox..... | 40 |
| FIGURA 14 – Wine..... | 41 |
| FIGURA 15 – TAG..... | 41 |
| FIGURA 16 – Experiência Interativa..... | 45 |
| FIGURA 17 – Tabela Naming..... | 51 |
| FIGURA 18 – Havva Design..... | 52 |
| FIGURA 19 – Painel de Referências Visuais..... | 53 |
| FIGURA 20 – Experimentações Tipográficas..... | 54 |
| FIGURA 21 – Composições Tipográficas..... | 54 |
| FIGURA 22 – Definição Tipografia Havva..... | 55 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 23 – Definição Tipografia Design | 55 |
| FIGURA 24 – Definição Tipografia Curadoria Criativa..... | 55 |
| FIGURA 25 – Testes de Composição..... | 56 |
| FIGURA 26 – Grid Manual..... | 57 |
| FIGURA 27 – Logo Havva Design Box..... | 57 |
| FIGURA 28 – Logo Havva Design..... | 58 |
| FIGURA 29 – Paleta de Cores..... | 59 |
| FIGURA 30 – Cores Principais..... | 59 |
| FIGURA 31 – Código HEX e CMYK..... | 60 |
| FIGURA 32 – Ícones..... | 60 |
| FIGURA 33 – Ícone Slogan..... | 61 |
| FIGURA 34 – Mockup Papelaria..... | 62 |
| FIGURA 35 – Landing Page..... | 63 |
| FIGURA 36 – Mockup Press Kit..... | 64 |
| FIGURA 37 – Guia de Curadoria..... | 65 |
| FIGURA 38 – Capa e Verso Revista..... | 70 |
| FIGURA 39 – Miolo Revista..... | 71 |
| FIGURA 40 – Mockup Revista | 72 |
| FIGURA 41 – Planejamento Diário..... | 73 |
| FIGURA 42 – Mini-Kit..... | 73 |
| FIGURA 43 – Mockup Impressos da Edição | 73 |
| FIGURA 44 – Mockup Adesivos | 74 |
| FIGURA 45 – Mockup Caixa..... | 75 |
| FIGURA 46 – Confeção Caixa..... | 76 |

| | |
|------------------------------------------|-----------|
| FIGURA 47 – Caixa Piloto..... | 77 |
| FIGURA 48 – Adesivo Silêncio..... | 78 |
| FIGURA 49 – Objetos na caixa..... | 78 |

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao meus pais, Tereza Cristina e Gercino, pelo apoio dia após dia em todos os momentos até aqui. A graduação em Design exige muitas horas dedicadas aos trabalhos, por isso agradeço ao meu namorado e companheiro Arthur, pelo incentivo de sempre dar o meu melhor, pelas conversas, ideias e ajuda em diversos projetos.

Agradeço aos meus amigos Camilla, Pedro e Marcela que estiveram comigo por boa parte desse percurso da vida acadêmica e pessoal, tornando um imenso prazer nos formarmos juntos como designers e como pessoas nesse mundo.

Agradeço a todas as pessoas que se dispuseram a participar das dinâmicas de pesquisa propostas, essas contribuições foram elementares para o desenvolvimento.

Agradeço o aos meus professores, que contribuíram tanto para a construção do meu conhecimento. Em especial, a minha orientadora, Prof. Genilda Alexandria, por me guiar e balancear durante todo esse processo.

Agradeço ao designer e artista Marcus Camargo, pela disponibilidade de contribuir como curador para a execução do projeto, e ao Sérgio Ferreira pelo auxílio na montagem da caixa, ambos trouxeram um brilho especial ao meu trabalho.

Por fim, dedico esse trabalho a minha avó Nilda, que faleceu em março desse ano e que tanto se animou com a ideia de ver a caçula, da nossa grande família, se formar. Que honra foi e segue sendo para mim ser a sua neta. A sua vida contribuiu em muito na minha. A força da raiz, da mulher, da família, da fé. Obrigada por tanto, vó.

"O design cria culturas.
As culturas moldam valores.
Os valores determinam o futuro."

- Robert L. Peters

SUMÁRIO

| | | |
|-------|-------------------------------------------------------|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 13 |
| 2 | A ORIGEM DO DESIGN | 15 |
| 2.1 | Etimologia e Bases Conceituais..... | 15 |
| 2.2 | O Designer e a Classe Criativa..... | 18 |
| 3 | A ROTINA DO DESIGNER | 20 |
| 3.1 | As problemáticas da rotina..... | 21 |
| 3.2 | Produzindo Dados: Compreendendo as problemáticas..... | 24 |
| 3.3 | Indicativos de Projeto..... | 29 |
| 4 | PROJETO | 30 |
| 4.1 | Apresentação da metodologia..... | 30 |
| 4.1.1 | Grupo Focal..... | 32 |
| 4.1.2 | Codesign..... | 36 |
| 4.2. | Partido Adotado..... | 38 |
| 4.2.1 | Análise de Similares..... | 39 |

| | | |
|-----|-------------------------------|----|
| 4.3 | Diretrizes do Projeto | 42 |
| 5 | HAVVA DESIGN BOX | 50 |
| 5.1 | Naming..... | 50 |
| 5.2 | Identidade Visual..... | 53 |
| 5.3 | Materiais e Aplicações..... | 61 |
| 5.4 | Protótipo..... | 75 |
| 6 | CONCLUSÃO | 80 |

1 INTRODUÇÃO

Os profissionais de design são agentes transformadores, que moldam a comunicação e a experiência das pessoas em diversas esferas do nosso cotidiano em sociedade. No entanto, essa profissão dinâmica e criativa também traz consigo uma série de desafios no seu cotidiano. Ao se lançarem em uma busca incessante por inspiração, por novas ideias e soluções inovadoras, muitos profissionais acabam se chocando com a dura realidade de um cotidiano exaustivo, onde a qualidade de vida parece ser um privilégio distante, e pouco se pensa sobre fatores que interferem e estimulam a criatividade desses profissionais.

A motivação para esta pesquisa brota de uma identificação com as complexidades e desafios enfrentados no dia a dia dos profissionais das diversas áreas do design e o desejo de fazer parte de um meio mais humanizado e integrado. Colocar esses indivíduos em foco, abrindo uma discussão sobre o bem-estar e considerando fatores como o equilíbrio emocional, a saúde e a gestão do tempo é crucial para o desenvolvimento e a evolução do campo do design.

Neste contexto, esta pesquisa se propõe a perpassar pelo universo dos desafios presentes na rotina dos designers contemporâneos e investigá-los, com a intenção de pavimentar um caminho de compreensão e acolhimento que valorize o bem-estar dos profissionais criativos, reconhecendo-o e integrando-o ao processo de criação, alimentando não apenas a qualidade do trabalho, mas também a saúde e a vitalidade de quem o realiza.

O estudo dessa área foi possível através de revisões literárias sobre assuntos tangentes, a aplicação de ferramentas que a metodologia do Design Thinking nos oferece e o contato e a participação direta do público-alvo. Este público, objeto de estudo deste trabalho, contribuiu, através da participação em pesquisas e com depoimentos, para um levantamento de conteúdo que se torna de extrema relevância na presente pesquisa e que fomentou o direcionamento do projeto e as intervenções de design propostas.

A concepção e o desenvolvimento do projeto Havva Design Box foram guiados pelas necessidades e desejos identificados nesse público-alvo, sendo cuidadosamente elaborado e possível, com uma metodologia que possibilite captar o designer em sua essência e desenvolver seu processo criativo de forma leve e descontraída. Os processos de naming, identidade visual e aplicações proporcionaram o câmbio das ideias para a realidade, dando vida a esse conceito. O objetivo final é que esse estudo contribua para uma compreensão mais ampla dos desafios enfrentados pelos designers contemporâneos e que estimule os profissionais de áreas criativas, incentivando o aprimoramento contínuo e a busca por ambientes de trabalho mais equilibrados, criativos e sustentáveis.

OBJETIVOS GERAIS

Desenvolver um projeto de design, que contemple serviço, produto e marca destinado à melhoria da qualidade de vida dos designers e profissionais criativos, propondo o exercício de uma criatividade leve e descontraída no mundo contemporâneo e estimulando a troca de conhecimento e práticas no meio criativo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender as origens do design e a evolução da profissão até a contemporaneidade;
- Valorizar a importância dos profissionais criativos para o desenvolvimento coletivo;
- Explorar através do público-alvo as principais queixas enfrentadas na rotina;
- Aplicar o Design Thinking para um processo criativo de colaboração do público-alvo;
- Sensibilizar designers e profissionais criativos para explorar a criatividade sem cobranças e experimentar integrar uma comunidade de trocas e compartilhamento;
- Desenvolver um projeto de design, contemplando conceito, produto, serviço e identidade visual;

2 A ORIGEM DO DESIGN

Para se iniciar uma pesquisa em design, sobre design e para designers, não há outra forma senão entender o que é e como surgiu como a profissão que deu origem à área de estudo a qual nos debruçamos hoje.

.2.1 Etimologia e Bases Conceituais

De acordo com o dicionário online Priberam a palavra design se define como:

De·sign

Disciplina que visa a criação de objetos, ambientes, obras gráficas etc., ao mesmo tempo funcionais, estéticos e conformes aos imperativos de uma produção industrial.

Design é um termo importado e inserido recentemente na língua portuguesa, difundido a partir da década de 1960 no Brasil. Embora sua origem remeta ao inglês, sua raiz etimológica está no latim *designare*, que deu origem a palavras como desenhar e designar. Em sua abrangência, o design engloba a concepção e elaboração de projetos, tanto para a produção de artefatos para a indústria quanto para a configuração de sistemas de interação entre usuários e objetos. (Cardoso, 2008)

Esse campo de estudo e atuação possui bases conceituais que foram influenciadas por diversos movimentos artísticos ao longo da história e contribuíram para impulsionarem o termo. Desde sua emergência durante a Revolução Industrial até sua atual valorização, testemunhou uma evolução marcada pela adaptação às necessidades e transformações do mundo contemporâneo.

Cardoso (2022, p. 08) define esse período eruptivo como:

¹ Fonte Priberam, definição Design: <https://dicionario.priberam.org/design>

Entre 1850 e 1930, aproximadamente, três gerações de novos profissionais – alguns já apelidados de “designers” – dedicaram seus esforços à imensa tarefa de conformar a estrutura e a aparência dos artefatos de modo que ficassem mais atraentes e eficientes. Sua meta era nada menos do que reconfigurar o mundo, com conforto e bem-estar para todos.

Durante a Revolução Industrial, o design surgiu da necessidade de potencializar o consumo e os processos de produção. Inicialmente, muitos eram artesãos envolvidos na produção manual de artefatos e foram alocados para um novo estágio de produção: preparar as instruções para outros trabalhadores executarem. Pensar em como os produtos poderiam ser melhor executados e atrair mais os consumidores. Gradualmente mudanças significativas foram sendo instaladas com a industrialização e o desenvolvimento de novas tecnologias e o design passou a integrar-se às indústrias em ascensão, inicialmente focado na estética e na funcionalidade dos produtos. (Megss e Purvis, 2009).

Figura 1 – Revolução Industrial



Fonte: <http://industriaarte.blogspot.com/2016/09/surgimento-do-design-na-industria.html>

Acesso em Acesso em: 07 dez 2023

Com o advento da globalização após a Segunda Guerra Mundial, houve uma expansão do mercado e uma maior complexidade nas demandas. O design passou a considerar a experiência do usuário, tornando-se mais multidisciplinar e orientado

para a solução de problemas. Através de princípios como a funcionalidade, a simplicidade, a clareza e a relação entre forma e função, moldou-se a maneira como os designers pensam e criam soluções.

No século XX, movimentos artísticos e culturais como o Modernismo, Construtivismo e a Bauhaus também tiveram papel imenso e duradouro no desenvolvimento do design e suas práticas. Essas escolas disseminavam a profissionalização do design através de princípios como a funcionalidade, a simplicidade, a clareza e a relação entre forma e função, moldando a maneira como os designers pensam e criam soluções e, expandindo e diversificando a área em diferentes disciplinas. (Meggs e Purvis, 2009)

Autores como Papanek (2019), e Norman (2006), destacam a transição do design antes centrado na necessidade da indústria e na produção em massa para uma abordagem atual mais centrada no usuário e nas experiências humanas. Com a mudança para uma sociedade mais voltada para o consumo, o papel do designer passou a abraçar a ergonomia, a usabilidade, a psicologia cognitiva e a interação com as tecnologias.

Antes mesmo de marcos históricos que nomeiam o design, o surgimento do profissional projetista é amplamente discutido e pesquisado, visto que a capacidade ancestral de interagir e modificar o entorno é um traço fundamental da nossa humanidade, destacando a habilidade de identificar e resolver problemas com empatia.

2.2 O Designer e a Classe Criativa

Figura 1 – O que é essencial para o designer?



Fonte: Autora

Hoje, o designer é reconhecido como um agente de transformação, capaz de criar soluções sustentáveis, inclusivas e éticas para os desafios contemporâneos, navegando entre as esferas do Design Thinking, da inovação e da tecnologia para criar produtos, serviços e experiências significativas para a sociedade. Essa evolução reflete não apenas a adaptação do design às mudanças culturais e tecnológicas, mas também sua crescente importância na concepção de soluções humanizadas e impactantes no mundo moderno.

Para aprofundar a discussão sobre esse contexto para Florida (2011, p. 08), os designers se enquadram no que ele nomeou de “Classe Criativa”:

Segundo minha definição, o centro da classe criativa é formado por indivíduos das ciências, das engenharias, da arquitetura e do design, da educação, das artes plásticas, da música e do entretenimento, cuja função econômica é criar novas ideias, novas tecnologias e/ ou novos conteúdos criativos.

(...)

O trabalho dessas pessoas envolve a solução de problemas complexos, que requer uma boa capacidade de julgamento, bem como alto nível de instrução e muita experiência. Todos os membros da classe criativa – (...) – compartilham o mesmo ethos criativo, que valoriza a criatividade, a individualidade, as diferenças e o mérito. Para esses indivíduos, todos os

aspectos e todas as manifestações da criatividade – tecnológicas, culturais e econômicas – estão interligados e são inseparáveis.

Analisando o que o autor nos traz, é possível enxergar esse grupo laboral como força motriz e influenciadora para além da estética nos contextos tecnológicos, culturais e econômicos, capaz de gerar reais impactos sociais. Para se entender a origem e o contexto dessa classe, é essencial considerar as mudanças sociais e culturais ao longo do tempo que compreende a evolução do ambiente de trabalho, desde suas práticas iniciais até as implicações que moldaram as formas de trabalho contemporâneas.

Brown (2017) destaca a forma de se pensar e fazer design como um catalizador para a inovação empresarial, enfatizando a capacidade do designer de ter pensamento crítico e resolver problemas complexos, impulsionando a inovação e gerando novas oportunidades de negócios. Laurel (2003), enfatiza a curiosa natureza multifuncional do designer, que muitas vezes precisa transitar entre diferentes áreas, desde o pensamento analítico até a criatividade e execução técnica, e argumenta que o profissional que exerce o design cria ideias que podem refletir em valores culturais, desempenhando um papel na maneira como o mundo ao nosso redor é percebido.

Tendo em vista a importância que designers e profissionais criativos desempenham, surge uma tentativa de compreensão:

- O que é essencial para o designer?
- Quem são essas pessoas que criam?
- Por que é importante pensarmos nelas?
- Como elas interagem com o mundo?
- Qual a história por trás da criação de algo?
- O que move a criatividade?

Movimentar-se para saber mais sobre essas questões levantadas é reconhecer a importância do seu trabalho, humanizando o diálogo.

Wahl (2020) oferece uma perspectiva que sugere que o design seja praticado de tal modo que preserve e regenere os sistemas naturais e sociais. Para ele, é fundamental priorizar o bem-estar geral, e, ao reconhecer a importância do cuidado com o próprio bem-estar, os designers e classe criativa podem potencializar suas capacidades, contribuindo de maneira mais eficaz para a construção de um mundo mais sustentável.

3 A ROTINA DO DESIGNER

Figura 3 – Nuvem de Palavras



Fonte: Autora

Para entender o conceito de rotina, recorre-se a uma área da psicologia em que ele é amplamente discutido: a psicologia organizacional. Becker (2004) aplica o termo como resultado de ação, comportamento e interação. Assim, no sentido coletivo, o exemplo de rotina é aplicado em empresas por meio de ações para padronizarem a atuação de seus funcionários. Visando focar em uma classe que cada vez mais anseia e encontra na atualidade a possibilidade de serem profissionais liberais, esse mesmo autor traz que as rotinas envolvem a habilidade de armazenar e reproduzir comportamentos – conscientemente ou não, podendo moldar desde estruturas organizacionais maiores e até os hábitos individuais.

Para dar sequência, é necessário compreender como os comportamentos coletivos e individuais afetam todo o processo de interação dos designers e profissionais criativos em suas relações com o trabalho, o mercado, o tempo, a economia, a saúde e o bem-estar, e compreender também quais pensamentos e normas sociais estão por trás disso. Buscando esses possíveis desafios que esse público enfrenta em sua rotina, é pertinente analisar problemáticas trazidas na literatura que podem influenciar o comportamento social e afetar a criatividade.

3.1 As Problemáticas da Rotina

O recorte do momento atual se caracteriza por um ambiente globalizado que permite agilidade e conectividade, trazendo oportunidades que permitem aos designers colaborarem remotamente, alcançar audiências e clientes independentemente da colocação geográfica e adotarem abordagens mais facilitadoras e inovadoras na resolução de problemas. Em contrapartida, essa mesma atmosfera pode se demonstrar um tanto frenética, uma vez que o excesso de informações e demandas podem impactar significativamente a qualidade de vida de uma geração de profissionais que busca exercer a criatividade.

O sistema de mercado capitalista, impulsionado pela inovação tecnológica, tem valorizado cada vez mais o trabalho criativo e intelectual, incentivando a flexibilidade e autonomia no ambiente de trabalho (Florida, 2011). Tem passado por uma transição que tornou mais comum jornadas de trabalho remoto e o aumento de profissionais empreendedores no meio criativo. Muito embora ofereça flexibilidade, comodidade e otimize o tempo de muitos adeptos, pode se tornar um terreno fértil para desafios ligados à saúde mental e à expressão criativa.

Esse formato remoto pode implicar em um isolamento social involuntário, privando os profissionais de vivenciarem um ambiente colaborativo e de trocas informais que possam ser catalisadoras de ideias. Além do mais, observa-se o limite difuso entre vida pessoal e profissional, uma vez que o local de trabalho se confunde com o espaço doméstico, o que culminará em uma jornada laboral estendida, impedindo o relaxamento, afetando negativamente a qualidade de vida e contribuindo para níveis elevados de estresse e exaustão mental. Com o tempo, uma rotina

exaustiva e o excesso de estímulos a que são expostos pode impactar negativamente a saúde mental e física, gerando inúmeros desequilíbrios e possíveis transtornos, cada vez mais comuns, como ansiedade, burnout e depressão (Cury, 2013).

Nesse contexto, autores como Csikszentmihalyi (2013) e Amabile (1998) destacam a importância do contexto social para a criatividade, ressaltando que a interação com outros indivíduos e o compartilhamento de ideias fazem parte dessa natureza colaborativa do design. No contexto do design de interiores e experiência do usuário, Norman (2006) defende a ideia de que ambientes físicos influenciam diretamente no nosso bem-estar e criatividade. Florida, já citado anteriormente, contribui nessa discussão: “nós vivemos da nossa criatividade; logo, procuramos cultivá-la e buscamos ambientes que possibilitam seu desenvolvimento.” (Florida, 2002, p. 10).

A velocidade com que as informações circulam e o imediatismo que cada vez mais é influenciado pela mídia, redes sociais e pelo mercado acaba minando os momentos de reflexão e contemplação necessários para a geração de ideias. A mente necessita de momentos de pausa e lazer para fomentar a criatividade, e esse não desligamento pode afetar em diferentes níveis a capacidade de concentração e a habilidade de se engajar em processos criativos mais profundos.

Esses comportamentos sociais podem ser explicados por conceitos da filosofia, como a "sociedade do cansaço", por Byung-Chul Han (2015) e de "modernidade líquida", de Zygmunt Bauman (2001). No primeiro, Han descreve esse contexto contemporâneo como uma enfermidade coletiva que enfrentamos, onde a constante pressão por produtividade e a busca por eficiência, sucesso e positividade ultrapassa limites naturais e produzem impactos profundos na configuração da vida moderna, moldando a sociedade para agirmos de acordo com o foco do sistema capitalista: consumir e lucrar. Também nos apoiamos no conceito de Bauman que descreve as relações da sociedade atual como fluidas, ágeis, superficiais e instáveis. Assim compreendemos como esses conceitos são absorvidos para os hábitos e rotinas da sociedade em geral, mas em recorte, desses profissionais.

Enquanto uma vertente de designers enfatiza a necessidade de posturas mais flexíveis e adaptativas serem adotadas no meio, para que a área evolua e seja capaz de lidar com a fluidez do mundo contemporâneo e de responder de forma ágil às mudanças e desafios que surgem (Brown, 2009); outra vertente sugere que seja crucial criar espaços que permitam pausas reflexivas e estratégicas (Bilton, 2007).

Dentro dessa última vertente, tem-se o ócio criativo, conceito introduzido por Domenico De Masi (2000), definido como um estado mental de relaxamento e descontração que permite ao cérebro absorver, processar e conectar informações de maneira não linear. No contexto do design, esse estado é fundamental para uma percepção sensorial, racional e sentimental mais ampla, e para a incubação de ideias. A percepção de mundo dos indivíduos criativos muitas vezes difere da convencional, pois estão mais abertos a novas experiências, percebendo detalhes que escapam à maioria das pessoas (Csikszentmihalyi, 2013).

Dessa forma, o objeto de estudo em questão é o recorte de um grupo de pessoas específicas: os designers, estendendo-se a profissionais criativos. Em se tratando de pessoas, é importante considerar a pluralidade e diferenças, ressaltando que não existe uma regra que se aplique para todas. Ainda que se defina uma maioria, sempre existirão exceções que se adequam ao sistema como ele é e encontram formas de lidar com a rotina, atingindo satisfatoriamente saúde e felicidade. Entretanto, supõe-se que outra grande parcela desses profissionais tem a sua satisfação afetada ao lidar com a rotina e a profissão, por ser exigido que sigam esse modo produtivo-criativo, e não conseguirem manter um equilíbrio em outras áreas da vida.

O objetivo aqui é incitar uma reflexão para que cada um encontre a melhor maneira que funcione para si, e que contemple o que considere essencial. Cardoso (2022, p. 28) traz uma contribuição para se desenvolver o ponto de vista:

Numa sociedade em que as informações são onipresentes, a própria independência do ponto de vista só pode ser conquistada pelo muito conhecimento dos discursos que cercam a situação, e nunca por sua ausência. Mesmo assim, trata-se de uma independência relativa. O último fator citado, “experiência”, é o mais resistente a todas essas influências

externas. Quando se fala em experiência, a referência é aquilo que é íntimo e imediato na relação de cada um (...).”

Com base nesse pensamento, definimos a exploração da experiência desse grupo como próximo passo para compreender as problemáticas individuais em relação a rotina.

3.2 Gerando Dados: compreendendo as problemáticas da rotina do designer

O ato de projetar soluções inovadoras e relevantes, que atendam às necessidades das pessoas, começa com o entendimento de suas necessidades, expectativas e aspirações para o futuro. (IDEO, 2011, p.20)

Para conseguirmos perceber melhor as possibilidades de intervenção do designer, optou-se por gerar dados através de pesquisas que revelam necessidades profundas, desejos e aspirações dos usuários (IDEO, 2011, p.24.)

Como parte do processo metodológico, foi realizada uma pesquisa com o intuito de compreender a relação entre o processo de criação e a rotina que contém as dificuldades enfrentadas pelos designers em seu cotidiano profissional, como por exemplo o estresse, multitarefas, os desafios criativos, fatores físicos e emocionais. As perguntas foram construídas para esclarecer aspectos cruciais do processo, oferecendo um panorama claro e consistente a partir de respostas avaliadas de forma quantitativa, qualitativa, e livre para depoimentos, a fim de compreender a relação dos profissionais entrevistados com a temática.

O questionário foi feito a partir do Google Forms e divulgado em diversos grupos de designers, tanto de estudantes quanto de profissionais atuantes no mercado. Sua estrutura foi dividida em 5 partes, sendo:

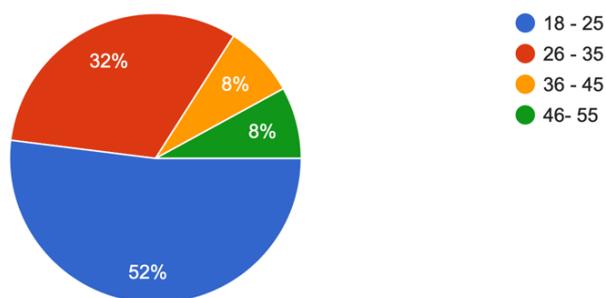
- Quem é você, designer? (Idade, gênero, área, o que faz...)
- Fatores Externos - jornada de trabalho
- Fatores Internos - com o que lida
- Rotina e Autocuidado - sono, alimentação, atividade física
- Perguntas Finais - autoavaliação e sugestão

Para proporcionar um entendimento mais abrangente acerca deste conjunto de dados, exponho a seguir uma seleção de algumas dessas perguntas, juntamente com seus resultados. Ao examinarmos mais detalhadamente algumas destas questões, estaremos aptos a compreender através dos dados os verdadeiros hábitos, contexto, dores e necessidades do público-alvo. Essa abordagem visa esclarecer e fornece uma base para o desenvolvimento do entendimento sobre o tema em questão.

Figura 4– Faixa Etária | Pesquisa

Qual a sua faixa etária?

25 respostas

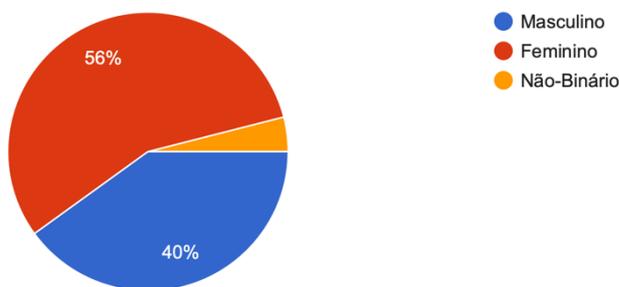


Fonte: Google Forms

Figura 4 – Gênero | Pesquisa

Qual o seu gênero?

25 respostas



Fonte: Google Forms

Qual a sua área de atuação?

| | | | | |
|---------|-------------------|-----------------|---------------|----------------|
| Gráfico | Identidade Visual | Interiores | Motion | Comunicação |
| Produto | Branding | Direção de Arte | Web | Educação |
| Visual | UX/UI | Editorial | Redes Sociais | Acessibilidade |

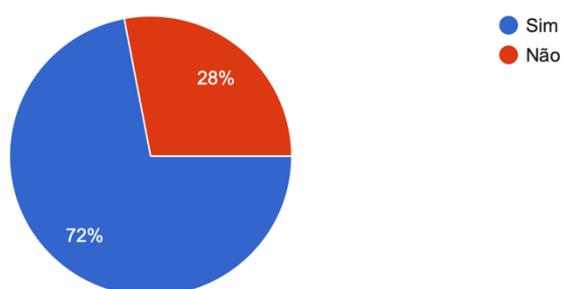
Quais são as principais atividades que exerce em sua rotina de trabalho?

| | | | | |
|----------------|-----------|------------------|--------------------------|--------------|
| Criação | Pesquisa | Planejamento | Detalhamento de Projetos | Apresentação |
| Briefing | Marketing | Gestão de Equipe | Contato com cliente | Peças |
| Arte finalista | Captação | Financeiro | Reuniões | Contrato |

Figura 6 – Tempo | Pesquisa

Você sente que a quantidade de horas que dedica ao seu trabalho interfere em outras partes essenciais da sua vida?

25 respostas

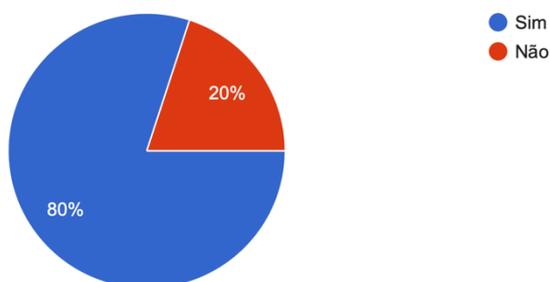


Fonte: Google Forms

Figura 7– Autocuidado | Pesquisa

Você sente que seus hábitos de autocuidado afetam diretamente na sua produtividade, humor e energia?

25 respostas



Fonte: Google Forms

² Os dados da pesquisa serão disponibilizados na íntegra em Anexos ao final do trabalho.

Pergunta:

Na sua opinião, como os designers podem equilibrar sua vida profissional e pessoal?

Resultados:

De diversos relatos obtidos, com diferentes proposições relacionadas a um melhor gerenciamento da rotina, chamo atenção para o seguinte:

“Essa pergunta tem uma resposta que é muito ampla, porque acho que na origem de tudo (levando em consideração que não vamos falar sobre capitalismo) tem o fato de que design não é uma profissão regulamentada e que os designers de um modo geral não se percebem muito como grupo. Por que estou falando isso? Porque acredito que para que haja equilíbrio gente precisaria se impor em relação as tarefas que nos pedem, e deixar de ser "faz-tudo(...)Fora isso, grande parte do trabalho de design pode ser feito de maneira remota, o que eu particularmente acho ótimo, porém é inegável que nesse modelo de trabalho fica mais difícil de separar quando é hora de trabalhar e quando não é, então é bem comum o tempo todo ser hora de trabalhar.”

Pergunta:

Você considera que o estresse e as problemáticas da rotina afetam sua criatividade? Se sim, fale brevemente sobre.

Resultados:

Dois responderam que não, e um deles justificou que a pressão serve de estímulo e que aprendeu a desenvolver uma comunicação e hábitos mais assertivos. Os outros 23 responderam com sim, muito ou com certeza. Para exemplificar:

‘Sim, acredito que as demandas são muitas para um único designer. E cada vez mais somos cobrados por mais velocidade nas entregas. Metodologias novas só fazem crescer essa tendência, como os métodos Ágeis. Para ser criativo, é necessário tempo de pesquisa e encubação das ideias, porém nunca temos esse tempo.’

“Muito. Constantemente me sinto travada e medíocre por ter uma rotina tão exaustiva e não conseguir pensar e ligar minha vivência com a minha produção.”

Dentro dessa perspectiva, levanta-se a hipótese: “Seria possível criar alguma forma de aprendizado/experiência para que as outras pessoas também consigam lidar com essa situação de uma forma mais positiva?”

Com 25 respostas coletadas, analisamos o que comunica um público de cem por cento designers, vindos de diferentes áreas de atuação, exercendo diversas funções e cargos. Os voluntários relatam lidar com vários fatores internos e externos na rotina. Trabalhando de 8h a 80h semanais, essas pessoas levantam queixas como a sobrecarga, a pressão por agilidade, multitarefas em diferentes etapas, mau gerenciamento do tempo e bloqueios criativos.

Em resumo, essa pesquisa nos trouxe de dados:

- É uma profissão que demanda que o mesmo profissional exerça inúmeras funções simultaneamente e lide com a pressão de prazos atrelados ao processo criativo, o que acaba gerando um bloqueio;
- Os designers não se enxergam como um grupo;
- Foi pontuada uma fadiga em relação a trabalhar constantemente com telas, no digital;
- 80% dos participantes lidam com fatores psicológicos como ansiedade, depressão e TDAH.
- 80% dos entrevistados, em uma escala de 0 a 5, (sendo 5 o nível máximo de estresse com a rotina de trabalho) relatou o estresse acima do grau 3.
- Mais de 60% sentem que o excesso de demandas e os prazos apertados que são submetidos afetam profundamente o desenvolvimento criativo e o bem-estar;
- 88% dos designers da pesquisa já experimentaram os impactos negativos na saúde e bem-estar em decorrência da rotina que levam. Houve relatos sobre

sobrecarga, autocoerção excessiva, medo, passar várias noites sem dormir trabalhando, crises de ansiedade, episódios de depressão, burnout. De reflexos na saúde física observou-se: gastrite, quedas de cabelo, dermatites, dores musculares, enxaquecas, miopia, visão cansada, problemas na coluna.

- 20% dos participantes disseram não conhecer ambientes digitais ou físicos que abordem de forma integrativa e informativa temas relevantes para a rotina dos designers. Já os que conhecem trouxeram as redes sociais (Instagram, LinkedIn, Behance, Youtube, Telegram) como forma de acompanhar os profissionais referência de suas áreas, e alguns perfis que abordam temas úteis para o design. Citaram alguns grupos, comunidades e iniciativas de design das quais fazem parte, bem como revistas, lojas colaborativas, plataformas de cursos e espaços culturais voltados para esse público. Muitos disseram gostar de acompanhar esses ambientes.

Nesse ponto, torna-se possível começar a pensar em formas plausíveis de atuar no desenvolvimento de um projeto que tenha a finalidade de levar em consideração essas questões percebidas, e assim fechar o leque de possibilidades, concentrando em aspectos que o design se proponha a contribuir. Sabendo das dores e queixas levantadas, foi definido como o desafio de design a seguinte questão – Como tornar a rotina desses profissionais mais leve, integrada, criativa e equilibrada?

3.3. Indicativos de projeto

Diante desse desafio, alguns pontos foram levados em consideração para que esses profissionais tenham momentos de respiro durante sua rotina e ao mesmo tempo exercitem sua criatividade sem o peso da cobrança. Além de criar uma sensação de pertencimento à tribo “designers” para que haja troca e contato com pessoas do meio. Foram pensadas algumas ideias de projetos de design a serem desenvolvidos que, de alguma forma, pudessem trazer respostas para essa questão, sendo eles:

- Projeto Editorial (revista e comunidade) multidisciplinar (tal qual a profissão) que tenha os designers como público-alvo, e que aborde temas relevantes do

universo criativo, entrevistas, notícias, troca de experiências, dicas de gerenciamento de rotina, profissão, bem-estar. (Inspiração: VIDA SIMPLES)

- Desenvolvimento de um aplicativo que traga conteúdos relevantes do universo criativo, que tenha um espaço interativo para a troca de experiências, com dicas de gerenciamento de rotina, profissão e bem-estar.

- Desenvolvimento de uma caixa (box) por assinatura que traga objetos e conteúdos relevantes do universo criativo, que seja um espaço interativo para a troca de experiências, com dicas de gerenciamento de rotina na profissão, e que estimule a criatividade sem a cobrança do ambiente de trabalho;

- Projeto de fotografia/audiovisual - Quem é que criou isso aqui e por quê? - Fotos/vídeos que ilustrem a vida e processo criativo de designers por detrás de suas obras. Enxergando a pessoa e entendendo o que é essencial para ela na vida e como isso influencia seus projetos. (Inspiração: SÉRIE ABSTRACT, Netflix)

Antes da definição do partido adotado, optou-se por selecionar e aplicar uma metodologia ao projeto, visando tornar o caminho mais nítido e fundamentado.

4 PROJETO

4.1 Apresentação da metodologia

Através da abordagem do Design Thinking, foi possível conhecer inúmeras ferramentas para se aplicar ao projeto, explorando perspectivas e trazendo um norteamento para todo o processo de desenvolvimento a partir do conteúdo já coletado até aqui.

Essa metodologia enfatiza a compreensão profunda dos usuários e de seus desafios, incentivando a geração de ideias inovadoras e a prototipagem rápida de soluções. Por meio de um processo interativo, os profissionais que utilizam essa

abordagem exploram múltiplas perspectivas para encontrar soluções centradas nas necessidades reais dos usuários(Lupton, 2013, pg.06).

O Design Thinking é uma metodologia dinâmica e voltada para o usuário, baseada em processos flexíveis e iterativos, que se desdobram em três etapas principais: imersão, ideação e prototipagem. Uma grande vantagem é que o processo é vivo, ou seja, trabalha com as possibilidades de aplicar as ferramentas, relacioná-las entre si, sempre em constante movimento. Seu objetivo é chegar a um problema de design e desenvolver maneiras funcionais e informadas para propor soluções criativas, e sempre que necessário, revisar e adaptar os processos. Autores como Stickdorn e Shneider (2014, p.130) referem-se a essas etapas com outros nomes, mas mantendo o que processo sugere:

Exploração: esta etapa está relacionada a descobertas (...) descobrir novas perspectivas acerca de um determinado serviço, o que pode implicar colocar-se “na pele” de cliente, funcionários, gestores ou até de concorrentes, para desenvolver novos insights¹ sobre a experiência do serviço.

Criação e Reflexão: é na etapa de criação que os insights são visualizados na forma de novas ideias e conceitos, ao passo que a etapa de reflexão envolve testar essas ideias e conceitos para descobrir como eles podem ser aperfeiçoadas ainda mais. (...)

Implementação: (...) a ideia é engajar novos públicos, envolver os funcionários no processo de inovação e criar uma argumentação convincente e persuasiva a favor da mudança. Afinal, implementar significa colocar as ideias em ação.

Segundo essa metodologia, é estimulado que se desenvolva um processo próprio de “fazer design”, uma vez que cada projeto demanda uma necessidade específica e é papel do designer definir quais técnicas serão mais bem aplicadas para melhor apurar possíveis soluções. (Lupton, 2020)

Um ponto interessante são as diversas ferramentas colaborativas que o método sugere, e nesta pesquisa elas se tornaram cruciais para determinar o problema de design a ser solucionado com a participação do que será o usuário do produto final.

Figura 8 – Meu Processo de Design



Fonte: Autora

As ferramentas seleccionadas foram apresentadas na seguinte ordem: Imersão, Ideação, Prototipagem.

4.1.1 Grupo Focal

Fase Imersiva:

Foi proposta a dinâmica de um grupo focal, com o intuito de convidar o público-alvo para pensar coletivamente sobre possíveis soluções para o desafio de design levantado até aqui. 32 estudantes de design participaram da experiência que foi realizada na PUC Goiás com tempo de duração de 1h. A sala foi disposta em círculo

para tornar o ambiente mais acolhedor e participativo. Foi apresentada a pesquisa e explicado o objetivo da dinâmica.

Teoria:

Segundo Lupton (2013, p.26) o objetivo desta etapa promover uma conversa organizada e informal envolvendo uma parcela de indivíduos para planejar e definir os objetivos de um projeto, e avaliar possíveis resultados.

Prática:

Alguns participantes eram apenas alunos, outros já estavam inseridos no mercado de trabalho. O foco de debate foram temáticas que permeiam a rotina do designer, criando um ambiente acolhedor para que compartilhem experiências, sentimentos, pensamentos e vivências. A contribuição de fala foi livre e voluntária e a conversa foi norteada por três perguntas, sendo elas:

1. Quais são os principais desgastes encontrados na sua rotina dentro do design?
– As suas necessidades não atendidas;
2. Onde você encontra na sua rotina, momentos de respiro?
3. Qual pode ser a sua contribuição para fortalecer as pessoas inseridas nesse universo do design? – desde ações que podem fazer no dia a dia quanto projetos de design para melhorar algumas questões aqui levantadas - Buscando de soluções que funcionem para vocês.

No contexto da primeira pergunta, relacionada as necessidades não atendidas e desgastes que enfrentam na rotina, podemos destacar como relatos importantes trazidos:

“Falta de compreensão do que é a profissão, as pessoas tendem a simplificar algo que é complexo, subestimando o profissional criativo.”

“Falta da noção de quanto tempo demora para entregar um trabalho de qualidade.”

“Urgência – tudo é urgente.”

“Eu trabalho, estudo e pego freelas, são 3 turnos de exaustão e urgência – tudo isso atrapalha meu processo criativo.”

“Falta de liberdade para expressar a criatividade livremente dentro de um projeto comercial.”

“Tenho dificuldade de desligar meu olhar criativo, tenho dificuldade de separar meu trabalho dos meus momentos de descanso.”

“O mercado de trabalho é um grande ponto a se pensar – a insegurança que existe para se inserir em mercado de trabalho criativo.”

Figura 9 – Apresentação Grupo Focal



Fonte: Registros de Genilda Alexandria

Figura 10 – Participantes Codesign



Fonte: Autora

Quando questionados sobre onde encontram na rotina, momentos de respiro e descanso, algumas respostas foram:

“Quando eu leio antes de dormir – para desligar um pouco a mente, saio do celular.”

-“Gosto de pesquisar referências, imagens, vídeos, conteúdos criativos.”

“Na atividade física, consigo descansar a mente e ajuda com a ansiedade.”

“Penso que isso está muito relacionado a fazer coisas que te deem prazer.”

“Ouço música, podcasts, jogo, cozinho, passeio – penso em algo longe da rotina de trabalho.”

“Encontro esses momentos de respiro fazendo cursos na área artística. Gosto de ler e estudar sobre isso. Está relacionado com criatividade, exercitar esse lado artístico sem atrelar ao trabalho, etapas, entregas.”

“Gosto de ter hobbies que eu não preciso ser necessariamente boa – me divirto enquanto descanso, sem cobranças.”

“Tudo relacionado a artes – pintar, trabalhos manuais, me acalmam com muita eficácia.”

“De coisas simples, como tomar um café olhando para o nada, surgem meus processos mais criativos”

“Para mim, descanso tem muita relação com brincar – fazer uma atividade que não tem existe acertar ou errar”

Para a terceira questão sobre como é possível fortalecer, ajudar e integrar os designers através de ações e projetos, houve sugestões como:

“Criar um kit, um manual para empresas falando da função do designer – com limites e exigências”

“Estar aberto para trocar, conhecer e ajudar colegas de profissão”

“Através da conversa, troca”

“Aumentar o senso de comunidade entre os designers, muitas vezes trabalhamos em empresas em que a única pessoa do meio criativo é o chefe. Faltam meios de integrar essas pessoas.”

“Usar as vivências do dia a dia para solucionar problemas, compartilhando com a comunidade.”

4.1.2 Exercício de Codesign

Aproveitando o mesmo espaço e disponibilidade dos voluntários presentes no momento do Grupo Focal, foi elaborado um material e proposto que ao final da conversa, os presentes preenchessem em duplas o kit de co-design.

Teoria:

Codesign, também chamado de design colaborativo, é uma forma de pesquisa que envolve os usuários finais no processo de criação do produto, enfatizando a experiência do usuário como resultado. (Lupton, 2013, pg.96)

Elizabeth B. N. Sanders, pioneira na técnica de codesign, propõe que se produza e oferte um kit de materiais a um grupo de usuários, permitindo-lhes imaginar suas próprias soluções para um problema. Esses exercícios frequentemente apresentam perguntas abertas, proporcionando liberdade aos participantes para produzirem conforme desejarem.

Prática:

Três exercícios foram propostos. O primeiro intitulado “Kit de sobrevivência do designer” com a referência da caixa, já propondo o pensamento de objetos essenciais na rotina desse grupo. O segundo, estimulava o pensamento de ações que os participantes poderiam tomar em relação a contribuir com o grupo. E no terceiro, um espaço para que estimulasse a criatividade e criassem uma peça de camiseta estilizada, deixando livre para a imaginação de cada um fluir após a conversa.

Figura 11 – Kit de Codesign



Fonte: Autora

³ Os kits preenchidos na dinâmica estarão disponíveis em Anexos ao final do trabalho.

Fase de Ideação:

Para definir as necessidades e soluções que foram levantadas, fizemos uma lista dos verbos (tomando como inspiração a ferramenta de verbos de ação (Lupton, 2013, p.74) que apareceram e se repetiram nos exercícios de Grupo Focal e Co-Design, sendo colocados na tabela abaixo:

| | | |
|--------------|------------|-----------|
| Auxiliar | Valorizar | Conversar |
| Acolher | Refletir | Desenhar |
| Compartilhar | Discutir | Respirar |
| Integrar | Incentivar | Ouvir |
| Promover | Construir | Estudar |

Pensando em objetos, os que foram trazidos como essenciais pelos participantes no exercício de “Kit de Sobrevivência do Designer” foram:

| | | |
|------------|---------------------|--------------------|
| Café | Computador | Livros |
| Chás | Fone de Ouvido | Caderninhos |
| Suco | Tablet | Itens de papelaria |
| Energético | Mesa digitalizadora | Ecobag |
| Doces | Mouse | Cadeira |
| Chocolate | Celular | Isqueiro |

Fora essas categorias de verbos e objetos, também trouxeram como essenciais:

| | | |
|---------------|--------------------|----------------|
| Rede de Apoio | Liberdade Criativa | Descanso |
| Conforto | Referências | Olhar Criativo |
| Pet (animais) | Atividade Física | Hobbie extra |
| Psicólogo(a) | Noites de Sono | Playlists |

Pensando nesses verbos e objetos optou-se por criar categorias para guiar a decisão dos objetos a serem selecionados para compor cada caixa.

4.2 Partido Adotado

Considerando todas as informações já registradas, optou-se pela criação de um projeto para uma comunidade criativa. Esse conceito será materializado por meio de um clube de assinatura, oferecendo edições de caixas com a curadoria dos objetos feita por profissionais criativos convidados, proporcionando um conteúdo informativo e integrativo. Detalhes e o conceito serão apresentados de maneira mais abrangente

posteriormente, com a possibilidade de expandir para outras aplicações e estratégias. A primeira edição da caixa será o produto final proposto nesse trabalho.

Diversos aspectos foram ponderados na decisão dessa abordagem, dentre eles, relatos de um cansaço generalizado dentro desse grupo em relação ao uso excessivo de telas, visto que uma parcela considerável de suas jornadas de trabalho, de atividades criativas a funcionais ocorrem diante de telas. Outro ponto que foi abraçado para o conceito é a possibilidade de estimular a criatividade em um ambiente fora da zona do trabalho e das cobranças. Assim, propõe-se que os assinantes se desconectem desses cenários e estimulem a percepção dos sentidos, no mundo real.

As caixas, terão o conceito de integrar esse grupo por meio do compartilhamento de experiências e convidar esses profissionais a explorarem e nutrirem sua criatividade das formas mais diversas, com o objetivo final de trazer um maior bem-estar a suas rotinas.

4.2.1 Análise de Similares

Uma vez que o partido foi adotado, inicia-se o processo de pesquisa de similares, com o objetivo de estudar e tomar conhecimento de clubes de assinatura já existentes no mercado nacional. É um processo importante para definir concorrentes diretos e indiretos, compreender os nichos que abrangem e evitar semelhança de cores e referências que remetam a algo pré-existente ao criar a visualidade e comunicação da marca.

É uma parte do projeto que também auxiliará no desenvolvimento do conceito e das diretrizes, em função da pesquisa permitir que sejam identificados padrões adotados pelas marcas como tipos de assinaturas, objetos, formatos das caixas, disposição. A seguir, algumas marcas com fortes características a serem analisadas como propostas similares:

Figura 12 – Box.Petiko



BOX.PETIKO

O BOX.Petiko é o maior clube de assinatura pet da América Latina! Todos os meses, selecionam, preparam e enviam uma variedade enorme dos melhores petiscos e dos brinquedos do mercado para seus pets (cachorro ou gato). A seleção dos produtos é feita de maneira personalizada e temática.

FONTE: Enotas, 2023. Disponível em: <https://enotas.com.br/blog/clubes-de-assinatura/> Acesso em: 29/11/2023

Figura 13 – Glambox



glam

Todas as suas **necessidades de beleza** em um só lugar com **e-commerce + assinatura!**

Assine a partir de **R\$9,90**

glambag R\$39,90

glambox R\$74,90

glampass R\$9,90

Assine a glam e economize!

- ✓ **Acessível:** os melhores preços do Brasil!
- ✓ **Personalizado:** produtos para o seu perfil
- ✓ **Divertido:** ganhe pontos, edições temáticas e mais

GLAM BOX

A Glam é o maior clube de assinatura de beleza do Brasil. Voltado para o público feminino, a empresa entrega em casa mensalmente diversos produtos de marcas conceituadas no mercado.

O assinante preenche seus dados e fornece informações sobre seu tipo de pele, cabelo, categorias de produtos desejados, e recebe todo mês uma caixa com produtos selecionados para suas necessidades e preferências.

FONTE: Enotas, 2023. Disponível em: <https://enotas.com.br/blog/clubes-de-assinatura/> Acesso em: 29/11/2023

Figura 14 – Wine

WINE

Clube Loja Produtores Kits Especiais Eventos

WINE SORTE A SUA ASSINAR

34% OFF em 2 garrafas de vinho

ASSINE O CLUBE WINE RECEBA 2 VINHOS TODO MÊS E GANHE R\$ 90,00 EM COMPRAS

R\$ 30 REAIS POR MÊS INICIANDO EM OUTUBRO

ASSINE AGORA!

WINE

A Wine é um clube de assinatura para amantes de vinho. Ao assinar, você recebe duas garrafas escolhidas por especialistas em vinho, uma revista sobre vinho, um corta-gotas exclusivo, 15% OFF em todos os produtos do site da Wine, brindes e cashback no Indique Amigos.

Vale lembrar que o Wine também tem uma plataforma de e-commerce, onde é possível adquirir os vinhos de sua preferência.

FONTE: Enotas, 2023. Disponível em: <https://enotas.com.br/blog/clubes-de-assinatura/> Acesso em: 29/11/2023

Figura 15 – TAG

TAG

Inéditos Curadoria Kits passados Login ASSINE

Leia mais com a TAG!

Assinando hoje você se aproxima dos livros de forma leve, divertida e ganha 2 livros extras

ASSINAR

PAGUE 12 E LEVE 14 LIVROS*

TAG

A TAG é um clube de assinatura de livros. A caixa pode ser assinada de acordo com as duas opções de planos:

- TAG Inéditos: box para quem quer livros de rápida leitura;
- TAG Curadoria: box com livros mais densos para quem quer sair da zona de conforto. O kit conta com um livro em edição exclusiva, revista com conteúdo complementar, marcador de página, luva (box que envolve livro e revista) e brinde do mês.

FONTE: Enotas, 2023. Disponível em: <https://enotas.com.br/blog/clubes-de-assinatura/> Acesso em: 29/11/2023

Os clubes de assinatura representam uma vertente contemporânea do comércio digital que se baseia na experiência de receber periodicamente caixas contendo objetos, produtos ou serviços de nichos específicos. Estes clubes exploram a curadoria como um elemento-chave de sua proposta, proporcionando uma seleção diversificada e personalizada muitas vezes introduzindo novas marcas e produtos nas rotinas desses assinantes.

Cada clube possui uma linguagem visual própria e distintiva, alinhada ao seu público-alvo e à temática abordada. A Glambox adota uma estética mais sofisticada e feminina em sua identidade visual, utilizando tons suaves, elementos delicados e designs modernos para atrair assinantes interessados em produtos de beleza e cuidados pessoais. Já a Wine foca em uma linguagem mais descontraída e com uma ampla paleta de cores que remetem à ao universo dos vinhos. A TAG literária encontrou um nicho de leitores e oferece seleção de livros e acessórios relacionados à literatura enquanto a Box.Petiko foca em donos de animais de estimação, oferecendo produtos e acessórios para os pets.

Esses clubes de assinatura operam em nichos bem específicos, empregando estratégias de marketing, design e seleção de produtos alinhadas aos interesses e expectativas de seus públicos. Esses clubes se demonstram serem eficazes em proporcionar uma experiência completa e exclusiva aos assinantes, estabelecendo uma conexão emocional e fortalecendo a fidelidade à marca.

4.3 Diretrizes do Projeto

1. Público-alvo:

Para criar um produto com estratégias mais assertivas e direcionadas, é importante que tenha um público-alvo bem definido. Quem são essas pessoas para quem será projetado o produto, o que elas precisam, gostam, fazem? O que têm em comum? Desde o início, a ideia refere-se a projetar para designers, podendo se estender a pessoas interessadas de outras áreas criativas, visto que possuem rotinas e gostos semelhantes. Todos os processos até aqui foram permeando a realidade da

rotina dessas pessoas, para procurar compreender essas questões e iniciar a fase de ideação com maior clareza.

Com idades entre 20 e 45 anos, representam uma faixa etária diversificada que engloba tanto os mais jovens que estão ingressando nas carreiras quanto os mais experientes que desejam encontrar um equilíbrio maior entre trabalho, lazer e vida pessoal. Pessoas de diferentes gêneros e lugares no país, que são unidas pelo seguinte fator: são designers/ trabalham com criatividade e se interessam por questões desse universo. Este grupo de profissionais anseia por um senso maior de comunidade e integração com outras pessoas criativas e que vivem rotinas semelhantes, desejando absorver novas referências e perspectivas que possam enriquecer suas próprias práticas criativas.

São pessoas que têm um interesse em comum por arte, que frequentemente estão absorvendo e pesquisando por novas inspirações. Elas cultivam atividades como leitura, música, desenho, crochê, entre outras formas de expressão criativa manual. Em seus momentos de descontração, muitas vezes, encontram em atividades aleatórias a oportunidade de tirarem sua cabeça completamente da ideia de estarem constantemente tendo que criar algo. Elas buscam equilíbrio, estímulos para a criatividade e relaxamento em suas vidas, valorizando a comunidade e a troca de experiências como parte essencial desse processo.

Além disso, a valorização no trabalho é uma vontade considerável para esse grupo. Eles almejam reconhecimento e desejam encontrar maneiras de serem mais valorizados em suas carreiras como designers, o que torna nosso projeto uma oportunidade para promover o crescimento profissional e pessoal desses indivíduos.

2. Objetivos do Projeto:

O objetivo central deste projeto é criar uma comunidade criativa através de um clube de assinatura inovador no mercado nacional, por ser voltado especificamente para designers e profissionais criativos. Acredita-se que criar um espaço de interação e colaboração, onde os participantes possam consumir conteúdos relacionados ao universo criativo, tenha benefícios para o crescimento pessoal e profissional,

reverberando no bem-estar. A proposta é promover a livre expressão criativa, incentivar um “pensamento fora da caixa” e a experimentação em diversas áreas do design e da criatividade.

Convidados do meio criativo realizarão a curadoria de cada edição da caixa, compartilhando suas histórias inspiradoras e oferecendo uma amostra da sua percepção criativa do mundo através da escolha de objetos. A intenção é criar uma conexão pessoal e inspiradora com outros profissionais, proporcionando insights valiosos sobre suas jornadas e processos criativos.

3. Conceito do Projeto:

O conceito guiará a curadoria desses objetos será a valorização dos sentidos e da sinestesia. A escolha mora na ideia de que é por meio desses elementos sensoriais que percebemos e compreendemos o mundo ao nosso redor e de que a criatividade muito se relaciona com isso. Assim, almeja-se criar uma experiência que vá além do visual e incorpore elementos táteis, olfativos, gustativos e sonoros, promovendo uma imersão sensorial mais completa e enriquecedora no universo criativo do nosso convidado, transcendendo a interpretação unilateral.

Norman (2008) discute a importância dos sentidos na experiência humana e sua aplicação no design, defendendo a necessidade de considerar os aspectos emocionais e sensoriais no design de produtos e experiências. Ele ressalta que o sucesso de um produto não é determinado apenas pela sua utilidade, mas também pela forma como ele evoca emoções positivas nos consumidores.

O trabalho da britânica, Rachel Wingfield, auto intitulada “designer de experiências”, destaca a sinestesia e a interação sensorial como componentes centrais em seus projetos de design. Suas criações exploram a fusão de luz, som, tato e movimento para criar instalações imersivas que ativam vários sentidos, transformando a experiência do usuário em algo único e envolvente.

Figura 16 – Experiência Interativa



Fonte: <https://loop.ph/rachel-wingfield/> - Rachel Wingfield, Loop PH

Acesso em: 07 dez 2023

Ambos os autores ressaltam a importância de considerar os sentidos e a sinestesia no design, defendendo que a criação de experiências deve transcender o aspecto visual para que se tornarem completas e memoráveis.

4. Comunicação e Marketing

O tom de voz do projeto será com o intuito de inspirar, acolher e integrar. A linguagem utilizada será acessível e direta, mas ao mesmo tempo, rica em conteúdo e conhecimento, visando compartilhar informações relevantes que contemham a atenção do público.

A divulgação do projeto para atrair assinantes de diversos nichos criativos será realizada em plataformas estratégicas nas redes sociais, utilizando conteúdos visuais como vídeos, postagens informativas e com identidade visual presente para despertar

o interesse e engajamento. Parcerias estratégicas serão estabelecidas com comunidades criativas, personalidades influentes e eventos relacionados ao design e à criatividade. A presença em feiras, workshops, universidades e palestras permitirá o contato direto com o público-alvo, proporcionando a oportunidade de apresentar o projeto e suas propostas de forma mais detalhada e pessoal.

O site do projeto será uma plataforma central para divulgação e interação com os potenciais assinantes. Nele, será disponibilizado conteúdo exclusivo, informações detalhadas sobre as edições e uma experiência interativa para os visitantes conhecerem mais sobre o projeto e seus objetivos.

A estratégia de divulgação visa atingir os profissionais criativos em diferentes estágios, desde estudantes até profissionais consolidados, oferecendo um espaço de troca, aprendizado e inspiração. O objetivo é estabelecer uma presença marcante nos canais onde esses profissionais estão presentes.

5. Identidade Visual:

A Identidade Visual é a primeira chance que uma marca possui para atrair instantaneamente o seu público-alvo. Para isso, é fundamental que ela seja desenvolvida transmitindo os valores e a personalidade da marca, evocando sensações de criatividade, inspiração e autenticidade. Cores vibrantes, mas harmoniosas, podem ser exploradas para criar um ambiente acolhedor e estimulante. Para as tipografias, a escolha de fontes versáteis, porém distintas, podem ser combinadas para transmitir uma mensagem de modernidade e personalidade, ao mesmo tempo que garantem legibilidade. A comunicação visual deve ser coesa, equilibrando elementos gráficos que transmitem o dinamismo da comunidade criativa com elementos mais sóbrios que passem a seriedade e a qualidade do projeto.

Atribuir uma personalidade à marca é essencial para guiar o processo criativo. Pode-se considerar características como inovação, colaboração, diversidade e dinamismo como pilares da personalidade da marca.

O principal fator a ser considerado é a possibilidade de adaptação e personalização da identidade visual criada, para permitir que cada convidado contribua com elementos visuais próprios, como estampas e grafismos, para de fato assinar a caixa incorporando seu estilo na edição, assim fortalecendo ainda mais a conexão entre o colaborador e os assinantes. Essa flexibilidade visual, aliada à consistência da identidade principal, promove uma marca dinâmica, conectada e genuinamente criativa.

6. Objetos:

Os objetos que vão compor a caixa serão selecionados através da curadoria do convidado, deixando-os livres para escolher objetos existentes que se encaixem nas cinco categorias sensoriais pré-definidas de acordo com o conceito, se alinhando com as expectativas dos nossos assinantes e ao mesmo tempo compartilhando objetos que possuem histórias e significados para o curador.

Todos os itens escolhidos passarão por revisão para atender aos requisitos de envio pelos Correios, evitando qualquer material ou item restrito, como substâncias perigosas, líquidos inflamáveis ou alimentos perecíveis. Esta medida visa assegurar a segurança durante o transporte e cumprir integralmente as regulamentações postais vigentes.

Além disso, os itens selecionados devem estar dentro de um ticket médio acessível, de tal forma que a soma final não ultrapasse o valor final da assinatura. Característica essa realisticamente possível, visto que a maioria de fornecedores oferecem descontos para compras no atacado. Produtos de alto custo, como eletrônicos não integram a seleção de itens para a caixa. O foco recai sobre produtos de qualidade, de tamanho pequeno, relativamente leves e que agreguem valor à experiência dos assinantes.

7. Assinatura:

A escolha da periodicidade bimestral para a assinatura foi estrategicamente definida visando proporcionar uma experiência colecionável aos assinantes ao longo do ano. Essa periodicidade também é crucial para garantir a produção, a curadoria cuidadosa e a logística de envio, assegurando a qualidade e a singularidade de cada caixa.

A proposta para trazer mais adeptos e tornar o projeto mais acessível é oferecer duas opções de assinatura, proporcionando escolha aos assinantes conforme suas preferências. A primeira, engloba o “Box Sensorial”, que contará com a caixa, revista, 5 objetos de curadoria e brindes. Já a segunda, contempla a mesma caixa, com o adicional da experiência “Mini-Kit”, uma proposta de a cada edição propor que o assinante tenha contato com uma nova técnica ou área criativa manual diferente, como aquarela, origami, serigrafia. O tema do kit será escolhido pelo curador, assim como o restante dos objetos, e trará todos os materiais necessários para a introdução a um possível novo hobby criativo.

Através do site do projeto os interessados poderão realizar a assinatura e posteriormente gerenciar seus planos e entregas. Esse espaço digital servirá também como um espaço interativo com diversos conteúdos, artigos, entrevistas abertas para a comunidade, e alguns exclusivos para assinantes, estimulando o consumo de conhecimento entre o público.

8. Caixa:

A caixa de assinatura foi pensada para que tivesse um tamanho padrão em todas as edições, garantindo praticidade e segurança durante o transporte das edições para os assinantes e padronizando-as para se tornarem colecionáveis, facilmente empilhadas. A caixa “box” em si, será enviada dentro de uma caixa maior de papelão.

A configuração interna da caixa será personalizada a cada edição, projetada de forma meticulosa para garantir o conforto e encaixe ideal dos itens selecionados, garantindo que eles cheguem aos assinantes organizados em perfeitas condições e mantendo a experiência da caixa como algo especial a cada nova entrega. A caixa foi concebida para ser leve, porém resistente, assegurando a segurança dos objetos contidos nela.

Uma característica adicional é que ao final do ano, com o recebimento das seis edições, o assinante terá à disposição seis caixas personalizadas. Elas podem ser utilizadas pelo assinante para armazenar e organizar outros objetos pessoais, transformando-as em itens funcionais e colecionáveis, proporcionando uma experiência duradoura e prática para os assinantes.

9. Curadoria:

Cada edição é enriquecida pela participação de um convidado especial, cuja história de vida e carreira, assim como sua curadoria de itens, são compartilhadas com os assinantes. Esses colaboradores podem ser designers, artistas, escritores...

Ao selecionar esses convidados, a equipe do projeto considera cuidadosamente não apenas a expertise profissional, mas também a história de vida e a capacidade de inspirar. O compromisso ético é um aspecto crucial na seleção desses colaboradores, levando em conta o seu impacto na comunidade criativa. Busca-se estabelecer parcerias com indivíduos que compartilhem valores éticos e demonstrem um engajamento genuíno com a comunidade, priorizando o respeito, a diversidade e a colaboração.

10. Sustentabilidade:

O projeto prioriza práticas sustentáveis ao escolher materiais e embalagens. Evita-se ao máximo o uso de plástico, optando pelo papel na confecção da caixa e para a proteção durante o envio, estudos de materiais foram realizados chegando aos

flocos de proteção biodegradáveis. Esse compromisso ambiental reflete a preocupação em reduzir impactos negativos, proporcionando uma experiência de qualidade aos assinantes de forma responsável e consciente.

11. Comunidade:

O engajamento da comunidade criativa tem o objetivo de ser fomentado para além das caixas, através de grupos em redes sociais para os assinantes, eventos online, playlists colaborativas, clubes de leitura dentre outras possibilidades. Essas ferramentas serão fundamentais complementar o projeto, promovendo a troca de experiências, o aprendizado mútuo e a conexão entre os assinantes.

Através desse espaço, poderá se desenvolver métricas para seguir medindo a eficiência do projeto, como o número de assinantes, engajamento da comunidade, feedback dos convidados, sugestões dos assinantes, e assim ir realizando ajustes que se demonstrarem necessários.

5. HAVVA DESIGN BOX

5.1 Naming

O processo de escolha do naming se deu através de uma lista longa onde foram escritas todas as possibilidades de nomes que vieram à mente, sem censura. Um segundo passo foi pesquisar online alguns nomes e significados que poderiam se relacionar com o projeto. Depois, da lista longa foram selecionados os três que traziam melhor aplicabilidade e coerência com o possível visual do trabalho, sonoridade e força de pregnância (quão fácil de lembrar/difícil de esquecer). A lista curta foi organizada visualmente através da imagem abaixo:

Figura 17 – Tabela Naming

| POSSÍVEIS NOMES | SIGNIFICADOS |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TAO BOX | Tao significa caminho, ir de encontro com a própria essência, sabedoria de vida; É considerado o princípio do taoísmo, como sendo a força que rege o universo; |
| HAVVA DESIGN | Forma turca de Eva; Significa viver, respirar, ser (no sentido da existência); |
| POR... DESIGN | Preposição "por", com a ideia de ser seguida pelo nome do curador do projeto, mudando a cada edição. |
| POSSÍVEIS SUBTÍTULOS | <ul style="list-style-type: none">• DESIGN E CURADORIA• CURADORIA CRIATIVA• BOX CRIATIVO• BOX INTERATIVO |

Fonte: Autora

Fonte: Significado Tao, Toda Matéria: <https://www.todamateria.com.br/taoismo/>

- Acesso em 16 nov 2023

Fonte: Significado do Nome Hava, Dicionário de Nomes Próprios:

<https://www.dicionariodenomespropios.com.br/hava/#:~:text=Esse%20nome%20é%20uma%20das.%2C%20a%20vivente%22> - Acesso em 16 nov 2023

Um método utilizado para a escolha do nome foi expor para pessoas próximas as possibilidades e seus significados e perguntar qual deles elas achavam mais sonoro e que tivesse relação com a proposta do projeto. A resposta foi unânime.

Figura 18 – Havva Design



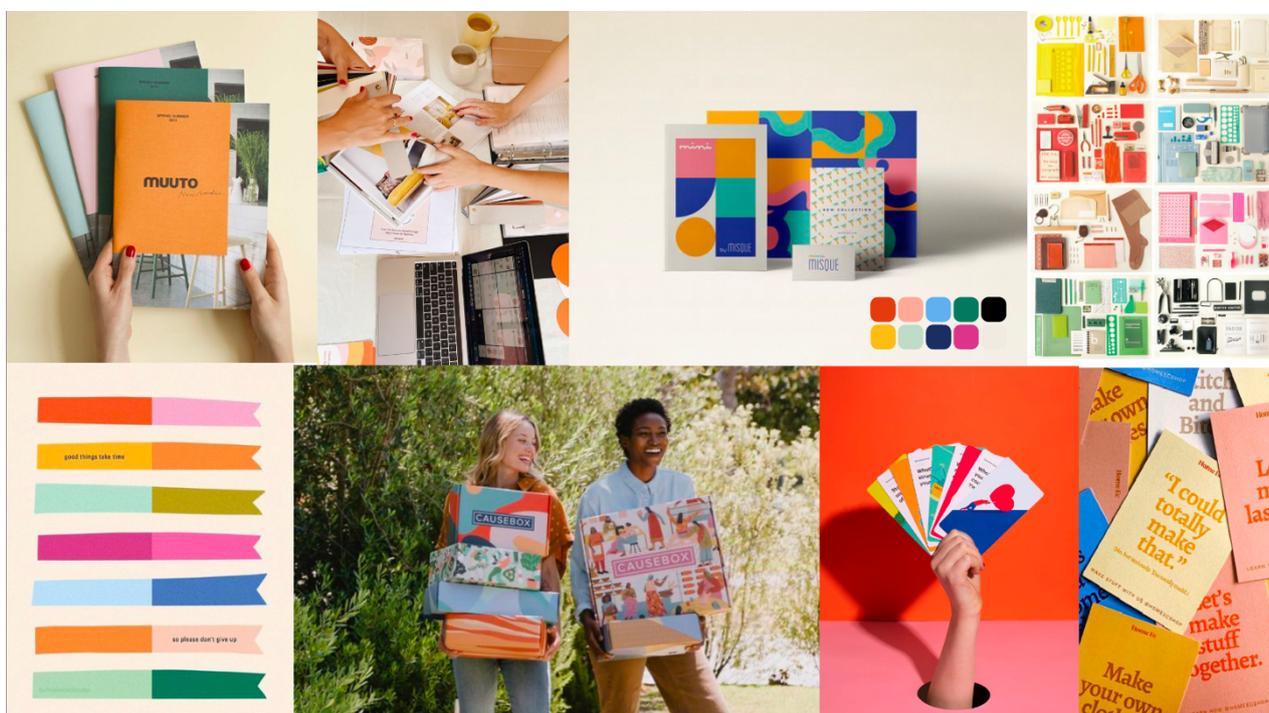
Fonte: Autora

O nome escolhido para o projeto foi Havva Design, representando viver/ser/respirar design, e simbolizando assim a alma do projeto. Para acompanhar, foram escolhidas as palavras descritivas curadoria criativa, pela sonoridade e por resumir bem sobre o que se trata.

5.2 Identidade Visual

A criação de um painel visual de referências fornece um ponto de partida tangível e inspirador para os designers. Através da pesquisa de uma variedade de elementos visuais como imagens, cores, tipografias e padrões, criamos um painel que ao reunir referências visuais em um único espaço, servirá de base para a criação da Identidade Visual. Essas referências visuais também funcionam como um guia flexível, permitindo que os designers experimentem e explorem diferentes abordagens estéticas enquanto mantêm uma coesão visual alinhada com o conceito. (Lupton, 2014)

Figura 19 – Painel de Referências Visuais



Fonte: Imagens retiradas do Pinterest

Tipografia

Foram experimentadas diversas fontes tipográficas, realizando testes e interferências para encontrar a mais coerente com a proposta. Abaixo, algumas experimentações:

HAVVA DESIGN
Havva Design
HAVVA Design
HAVVA Design
HAVVA DESIGN
havva design
HAVVA DESIGN
Havva Design

Figura 20 - Experimentações tipográficas.
Fonte: A autora.

Figura 21 - Composições tipográficas.

HAVA
Design
curadoria criativa

Havva
Design
curadoria criativa

curadoria criativa
HAVVA
Design

Fonte: A autora.

No processo de pesquisa de fontes tipográficas, duas chamaram atenção por suas visualidades. A primeira “Nevermind Bauhaus”, que traz o nome e a estética dessa escola que tanto impactou o design. Com formas geométricas e curvas bem definidas, foi escolhida para o nome Havva. A segunda, “Neulis Cursive” faz uma mistura interessante e sutil alguns tipos cursivos dentro de uma mesma palavra, trazendo uma mancha visual criativa, exploratória e afetiva, características que conversam bem com a estética procurada. Ela foi usada para a palavra Design. A tipografia definida para o corpo do texto foi a Josefin Sans Light, itálico e negrito, variando conforme a necessidade da usabilidade.

Figura 22 - Definição tipográfica Havva



Fonte: A autora.

Figura 23 - Definição tipográfica Design



Fonte: A autora.

Figura 24 - Definição tipográfica Curadoria Criativa



Fonte: A autora

Grid, espaçamento, proporção e alinhamento

Aconteceram alguns testes de composição, para definir a tipografia da palavra box, e quais outros elementos visuais fariam parte, trazendo forma e definindo a mancha visual e as características do logo. Optou-se pelo quadrado com cor neutra (bege ou preto) preenchida contornando e abraçando todos os elementos, por justamente reforçar o formato quadrado da caixa, remetendo a caixa por assinatura. O escrito box foi inserido dentro da forma, para não destoar desse conceito.

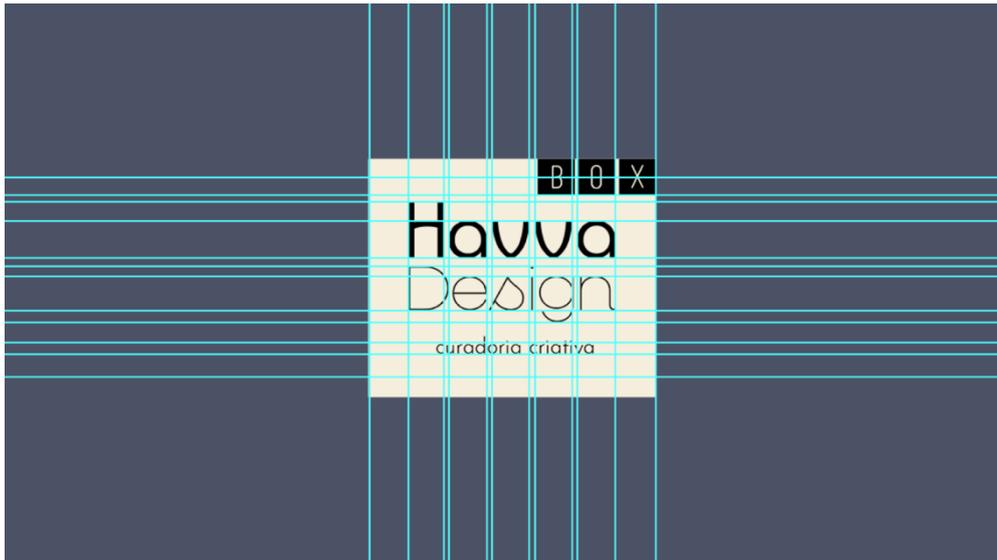
Figura 25 – Testes de Composição.



Fonte: Autora

Houve um estudo para definir a melhor opção de espaçamento entre os elementos tipográficos e as proporções visuais. Através da criação de um grid manual foi definido alguns espaçamentos padrões que se repetiram como uma padronagem, trazendo maior harmonia para a composição.

Figura 26 – Grid Manual



Fonte: Autora

Resultado final

Foram produzidas duas variações de logotipo, sendo a primeira para se aplicar ao projeto da caixa por assinatura e a segunda, contemplando o Havva Design como um projeto maior, sendo possível sua utilização no site, em peças de papelaria, patrocínio e outros desdobramentos futuros do projeto Havva Design para além do Box.

Figura 27 – Logo Havva Design Box



Fonte: Autora

Figura 28 – Logo Havva Design



Fonte: Autora

Cores

Essa parte do processo foi muito guiada pela abstração das cores que mais se repetiram no painel visual de referências. Depois de selecionadas, houve um refinamento dos tons, garantindo uma harmonia visual de tons vivos, com algumas variações de tonalidade mais claras e outras mais escuras para garantir um contraste.

Definiu-se como padrão manter a variação do logotipo entre a dupla clássica de um tom claro e um tom escuro, aproximando do bege e do preto. A paleta de cores terá cores fortes que servirão para destacar essa base neutra. Isso foi pensado com o intuito de permitir variedade de aplicações, de acordo com a identidade visual própria trazida por cada curador convidado nas diferentes edições da caixa, tendo cores bem definidas presentes em todos os materiais, mas o logo em tons neutros para ser aplicado sem excesso de ruídos visuais.

Figura 29 – Paleta de Cores



Fonte: A autora.

Figura 30 – Cores Principais



Fonte: A autora.

Figura 31 – Código HEX e CMYK



Fonte: Autora

ÍCONES

Sentiu-se a necessidade de criar ícones que compusessem juntamente ao conceito sensorial da caixa. Para a criação, houve uma pesquisa de simbologias mais usadas para representar os sentidos e, através disso, foram desenvolvidos cinco ícones sinestésicos, um para o toque, um para o degustar, um para o escutar, um para o respirar, e um para o olhar.

Figura 32 – ícones



Fonte: Autora

Um outro ícone, juntamente com uma frase foi desenvolvido para servir como uma espécie de slogan convidativo para a experiência.

Figura 33 – Ícone Slogan



Fonte: Autora

5.3 Materiais e Aplicações

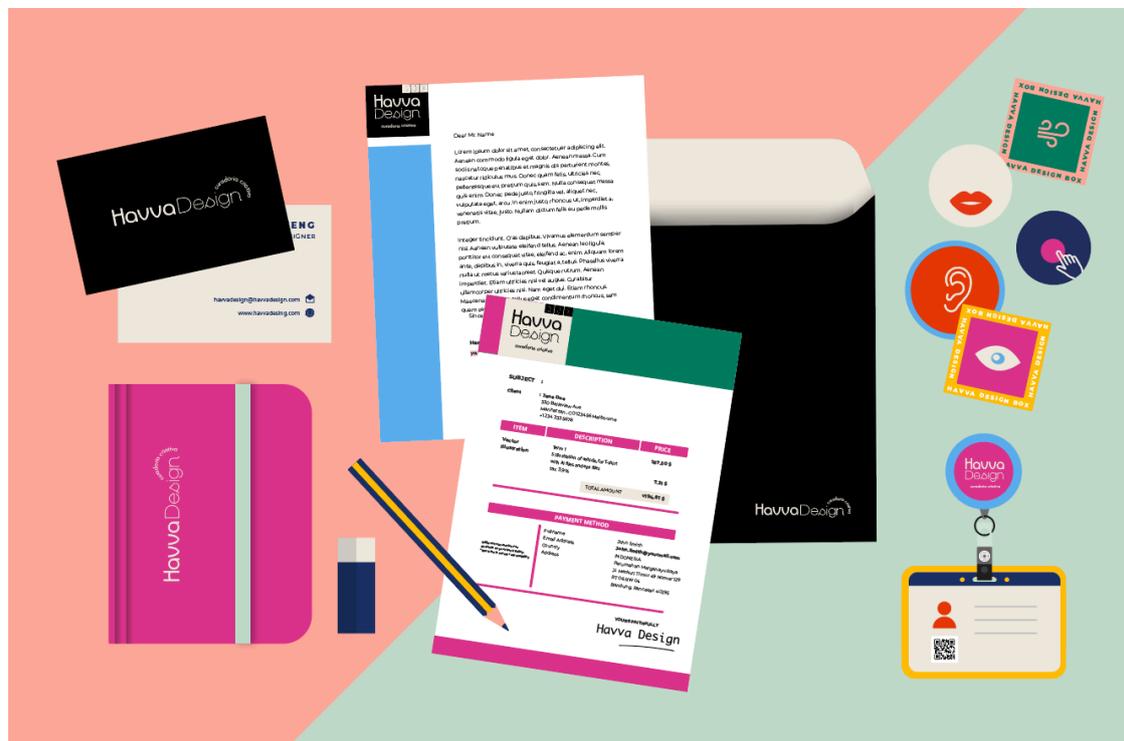
Fase de Prototipagem:

Começa a terceira e última fase do processo de Design Thinking, segundo Lupton (2014). É onde irá aplicar-se tudo o que foi criado até aqui para termos que seja possível visualizar o produto, serviço e a identidade visual.

Para o desenvolvimento do que propomos que seja a primeira edição do Havva Design Box, teve-se a iniciativa de convidar o renomado designer multifacetado goiano, Marcus Camargo, para exercer a função de curador. Através da simulação e prototipagem, foi possível testar todo o conceito proposto nas diretrizes, desenvolvendo etapa por etapa até a caixa tomar vida. A partir desse ponto, foi necessário a elaboração de um material detalhado, destinado à apresentação do projeto, aplicação da identidade visual, bem como à explicação minuciosa dos requisitos para a curadoria. Com o aceite e retorno do Marcus, foi possível montar as peças que compõem o projeto, sendo elas:

Papelaria

Figura 34 – Papelaria



Fonte: Autora

Foi feita uma simulação através de um mockup, de como seria a proposta de papelaria da marca, aplicando as cores e elementos visuais. Alguns itens como o caderno e adesivos poderiam compor um kit de marketing interno para funcionários e colaboradores do projeto.

Landing Page

Foi criada a simulação de uma landing page, que explica o conceito do projeto e expõe as possibilidades de assinatura. Ela pode ser acessada através de um QR code que será usado em materiais para divulgação do projeto.

BOX
Havva
Design
curadoria criativa

Em um mundo que nos pede cada vez mais que sejamos incansavelmente produtivos, ágeis e inovadores, o projeto Havva Design Box surge como um convite aos designers e pessoas de diferentes meios criativos a tomarem um respiro bimestral e viverem uma experiência que virá ao encontro decada um, dentro de uma caixa.

A cada edição, um curador convidado contará a história e selecionará objetos que acompanham e traduzem os seus sentidos dentro do seu universo criativo e rotina.

A proposta é criar um senso de pertencimento à uma comunidade criativa, reconhecendo que existem tantas outras pessoas com rotinas similares e se inspirar através da troca delas. Além de trazer objetos que se encaixem na rotina dessas pessoas para que busquem um estilo de vida mais equilibrado, e conseqüentemente, mais leve e criativo.

CURADOR DA ÚLTIMA EDIÇÃO:
Marcus Camargo
@CAMARGOMARCUS

Assine Havva Design Box

O que você receber?

Plano Havva R\$ XX

- Havva Design Box entregue na sua casa;
- Edições bimestrais exclusivas e colecionáveis;
- Revista Havva Design;
- Uma caixa com 5 objetos do universo criativo de curadoria do nosso convidado que contam uma história através dos sentidos;
- Brindes personalizados a cada edição;

Plano Havva + R\$ XX

Tudo isso + um Mini-Kit: nossa proposta interativa para se aventurar em um novo hobby criativo a cada edição. Contém estojo com materiais necessários e passo a passo;

contato@havvadesign.com www.havvadesign.com

HavvaDesign curadoria criativa

Figura 35 – Landing Page

Fonte: Autora

Press Kit

De acordo com o site *Comunique-se*, Press Kit se define como:

Uma ferramenta muito utilizada na estratégia de comunicação para ampliar o relacionamento com jornalistas de redação. Na prática, o press kit pode ser visto como um instrumento de divulgação que reúne um conjunto de materiais informativos sobre uma determinada marca, produto ou serviço específico.

Pensando na divulgação do projeto, foi produzido um brinde a ser distribuído nos lugares de contato com o público-alvo e enviado para influenciadores de diversas áreas criativas. O brinde consiste em um broche de círculo cromático, disposto em um cartãozinho dobrado, com o nome do projeto, o ícone-slogan, e uma frase convidando a pessoa a acessar o QR code (que leva a landing page) para conhecer o projeto e assinar.

Figura 36 – Press Kit



Fonte: Autora

Guia de Curadoria

Material criado para convidar os curadores para colaborarem com o projeto, apresentando todo o conceito, explicando o que faz o curador e detalhando as informações e materiais necessários que o convidado forneça para criar uma edição assinada por ele.

Figura 37 – Guia de Curadoria

B | O | X
Havva
Design
curadoria criativa

Guia de **Curadoria**

Havva Design curadoria criativa *convida*
Marcus Camargo

para participar do nosso projeto como curador de uma edição do nosso box por assinatura, em que designers e artistas como você terão a oportunidade de compartilhar sua jornada e inspirar outros por meio de objetos que representem sua criatividade.

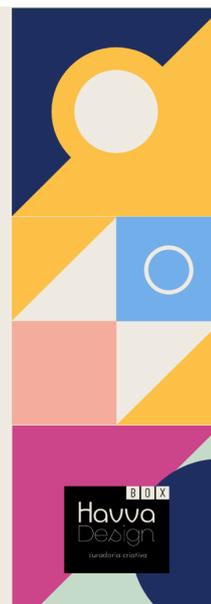
Uma experiência colaborativa para passar a sua percepção do mundo através de objetos que representam sua história e os seus sentidos.

O que é?

Em um mundo que nos pede cada vez mais que sejamos incansavelmente produtivos, ágeis e inovadores, o projeto Hawva Design Box surge como um convite aos designers e pessoas de diferentes meios criativos a tomarem um respiro bimestral e viverem uma experiência que virá ao encontro de cada um, dentro de uma caixa.

A cada edição, um curador convidado contará a história e selecionará objetos que acompanham e traduzem os seus sentidos dentro do seu universo criativo e rotina.

A proposta é criar um senso de pertencimento à uma comunidade criativa, reconhecendo que existem tantas outras pessoas com rotinas similares e se inspirar através da troca delas. Além de trazer objetos que se encaixem na rotina dessas pessoas para que busquem um estilo de vida mais equilibrado, e consequentemente, mais leve e criativo.



O que faz o curador?

- Texto contando sua história + fotos que ilustrem;
- Ilustração/padronagem/"capa" para a caixa e peças;
- Seleção dos Objetos + texto de apresentação;
- Seleção do Mini-Kit + texto de apresentação;



A identidade do **BOX**

Nosso convite estende-se para o designer/artista convidado trabalhar em conjunto com o projeto para ilustrar a caixa de forma personalizada, trazendo um design único e pessoal que represente não apenas seu trabalho, mas também sua essência criativa.

Pode ser um projeto de ilustração, padronagem, fotografia - para encapar e revestir a caixa da sua edição. Pode ser algo já existente relacionado ao seu trabalho, como pode também ser uma criação inédita. Ao final do ano, o assinante terá 6 caixas personalizadas, que poderá usar para guardar outros objetos pessoais se desejar.

Seguiremos a mesma identidade proposta para a caixa, e aplicaremos também na criação de uma cartela de adesivos e um bloquinho não datado de planejamento. Essas são peças características que estarão presentes em todas as edições.

• Enviar arquivo de alta qualidade com a padronagem/foto/ilustração;

Texto

De 2 a 3 páginas

Quem é Marcus Camargo?

Estamos buscando não apenas uma curadoria de objetos, mas também a sua narrativa pessoal e profissional. Convidamos você a escrever um texto sobre si, abordando os momentos significativos que moldaram sua jornada criativa e pessoal.

Abaixo, trouxemos alguns tópicos para te ajudar a desenvolver, mas sinta-se livre para criar o seu próprio roteiro para compartilhar a sua história de maneira autêntica e cativante, pois queremos que os assinantes se conectem não apenas com os objetos que você escolheu, mas também com a jornada e a personalidade por trás deles.

- **Apresentação;**
- **Motivação da escolha do que faz, por que faz?;**
- **Inspirações e Influências;**
- **Caminho percorrido: seus desafios e sucessos;**
- **Momentos pessoais marcantes, significativos;**
- **Filosofia Criativa: Qual é a sua abordagem pessoal para a criatividade?;**
- **Como mantém seu equilíbrio? Quais são os seus momentos de respiro?;**
- **Conexão pessoal com os sentidos: Como os cinco sentidos influenciam sua criatividade?;**

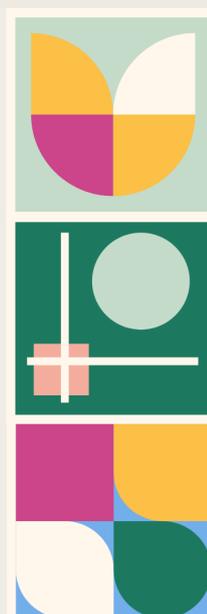
Pedimos que, junto ao texto, mande em anexo fotos que ilustrem esses momentos que escreveu sobre. Fotos da sua rotina, do seu trabalho. O que quer que queira compartilhar.

A curadoria dos objetos

O projeto consiste em uma caixa que encapsula não apenas objetos, mas a essência e a criatividade de designers e criativos. Foram criadas categorias para os objetos, inspiradas nos cinco sentidos: tato, paladar, visão, olfato e audição. Entendemos que cada sentido é uma janela para a percepção do mundo, e convidamos você a escolher um objeto para cada categoria, conectando-os de alguma maneira com sua experiência sensorial.

A interpretação e escolha do objeto são inteiramente livres, permitindo que você compartilhe, por meio dos sentidos, elementos que representem sua história e criatividade. Queremos que esses objetos sejam reflexos autênticos de sua jornada, dando aos assinantes uma visão singular do seu mundo.

- **Enviar lista de seleção de objetos e suas justificativas para aprovação;**
- **Deve ser um item relativamente pequeno, não muito pesado, possível de ser encontrado em larga escala, ter um ticket médio acessível e seguir regras de envio pelo correio (como: não perecível, perigoso para transporte);**
- **Caso pense em um objeto "não existente", podemos elaborar formas de trazê-lo para a caixa. Ex.: Indicar uma palestra ou um filme. Podemos trazer um objeto que simbolize a mensagem passada e na justificativa, fazer a indicação;**



Tocar

Tocando, sentindo, explorando...

Nesta categoria, buscamos objetos que despertem sensações táteis. Pode ser algo que remeta à textura, à suavidade ou até mesmo à complexidade do tato. O curador tem total liberdade para escolher um item que represente sua conexão pessoal com o sentido do toque, convidando os assinantes a explorar o mundo através do toque.

O sentido do tato nos permite sentir texturas, temperaturas, identificar pressão e vibração. Podemos sentir a forma, o contorno de objetos. Em resposta às emoções, podemos sentir arrepios na pele. Carícias, massagens podem ser relaxantes. São muitas as possibilidades de interpretação desse sentido que nos conecta com o mundo físico e emocional de maneira exploratória.

Junto à escolha, pedimos um breve texto justificando a motivação de selecionar esse objeto específico. Pode ser a relação dele com a sua história, a forma como você usa ou algum momento que esse objeto foi/ é importante para você.



Degustar

Sabores que contam histórias

Aqui, a proposta é deliciosa: convidamos os curadores a escolher um objeto que tenha uma ligação sensorial com o paladar. Pode ser algo relacionado a alimentos, bebidas (não percebíveis) ou mesmo a memórias gustativas. A diversidade de interpretações é vasta, permitindo que cada curador compartilhe seu mundo através de sabores, criando uma experiência única para os assinantes.

O sentido do paladar é extraordinariamente rico e pode nos proporcionar a criação de experiências sensoriais complexas e afetivas. O efeito como o cheiro de algo que gosta muito de comer te faz salivar, a textura de uma bebida ou um doce efervescente na boca. A temperatura, picância, refrescância, contraste...

Junto a escolha, pedimos um breve texto justificando a motivação de selecionar esse objeto específico. Pode ser a relação dele com a sua história, a forma como você consome ou algum momento que esse objeto foi/ é importante para você.



Respirar

Inspire, Expire...

O sentido do olfato é poderoso na criação de memórias e conexões emocionais. Nesta categoria, convidamos os curadores a escolher um objeto que esteja relacionado aos aromas e/ou ao ato de respirar. Pode ser um item que te desperte lembranças olfativas ou que te remeta a seus momentos de respiro.

O olfato pode estar ligado às emoções e memórias, podendo evocar lembranças específicas, momentos, pessoas ou locais de forma muito poderosa. Os cheiros podem influenciar nosso estado de espírito, podendo relaxar, energizar, como na aromaterapia. O ato de parar para respirar pode nos acalmar e nos aterrar ao momento presente. Além de influenciarem nossa percepção dos ambientes.

Junto a escolha, pedimos um breve texto justificando a motivação de selecionar esse objeto específico. Pode ser a relação dele com a sua história, a forma como você interpreta ou algum momento que esse objeto foi/ é importante para você.



Ver

Os olhos são a janela da alma

Nessa categoria, buscamos objetos que estimulem o sentido visual de forma inovadora, provocativa, inspiradora. O curador é livre para escolher algo que seja esteticamente cativante, que conte uma história visual única ou que represente sua visão artística. A diversidade de interpretações permite que cada curador apresente aos assinantes uma peça que estimule e encante o sentido da visão.

Através da visão podemos admirar e apreciar, entender e captar, nos conectar com emoções, explorar, aprender e estudar, chorar e se emocionar, inspirar...

Junto a escolha, pedimos um breve texto justificando a motivação de selecionar esse objeto específico. Pode ser a relação dele com a sua história, a forma como você consome ou algum momento que esse objeto foi/ é importante para você.



Ouvir

O que ressoa em você?

A última categoria explora o sentido auditivo. Aqui, os curadores são desafiados a escolher um objeto que tenha uma conexão especial com o som. Pode ser um objeto que produza sons, que reproduza algo que acredita ou que de alguma forma celebre o sentido da audição.

A audição pode ser explorada desde uma imersão sonora até a apreciação atenta de sons do dia a dia. Permitir-se mergulhar nesses estímulos pode ser tanto educativo quanto profundamente emocional, criando conexões poderosas com o mundo ao nosso redor. Desde ouvir os sons da natureza como o canto do pássaro ou o mar, a uma música que te toque profundamente ou uma palestra que converse com o que acredita. Escutar a tudo que é vivo que nos cerca.

Junto a escolha, pedimos um breve texto justificando a motivação de selecionar esse objeto específico. Pode ser a relação dele com a sua história ou algum momento que esse objeto foi/ é importante para você.

Adicional: Enviar de 1 a 4 músicas para serem adicionadas à playlist colaborativa dos curadores Havva Design Box que será compartilhada com os assinantes

Mini-Kit

Os mini-kits são um convite para os nossos assinantes a se permitirem aprender algo novo seja uma técnica, um hobby, para tomar uma pausa relaxante na rotina, sem pressão, e explorar a criatividade de forma descontraída e divertida.

Pedimos que os curadores proponham um mini kit relacionado à sua profissão, seus hobbies ou algo que desejem aprender.

Ex.:

Mini-Kit Serigrafia: moldura, rolo, estilete, matriz e instruções;

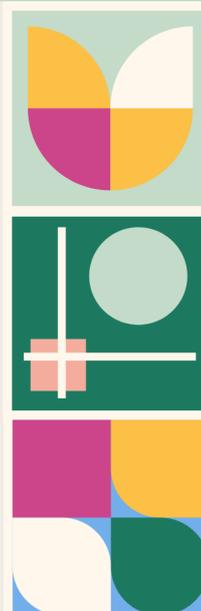
Mini-Kit Cerâmica: cerâmica fria, ferramentas para modelar e instrução;

Mini-Kit de Macramê: fios variados e instruções de nós;

• **Enviar o tema para o mini-kit, um breve texto justificando a escolha dessa proposta e a sugestão de materiais para compor;**

• **Se a proposta for algo de seu domínio, enviar um pequeno tutorial ou sugestão de projeto para os assinantes testarem fazer com os materiais;**

• **Os mini-kits terão uma embalagem separada que poderá ser removida da caixa, o que facilitará que os assinantes usem, carreguem, armazenem os materiais e pratiquem onde e quando quiserem.**



Muito Obrigada!

Nossa imensa gratidão por você ter aceitado o desafio de fazer parte desse projeto.

Obrigado por compartilhar sua história e por emprestar sua criatividade para além de meros objetos. Aceitando o convite você trouxe um pedaço do seu mundo para enriquecer o universo criativo de tantos outros.

A edição do Havva Design Box assinada por Marcus Camargo certamente ecoará nas experiências e memórias dos nossos assinantes, inspirando-os a explorar, criar e apreciar a vida em cada sentido. Mais uma vez, obrigada.



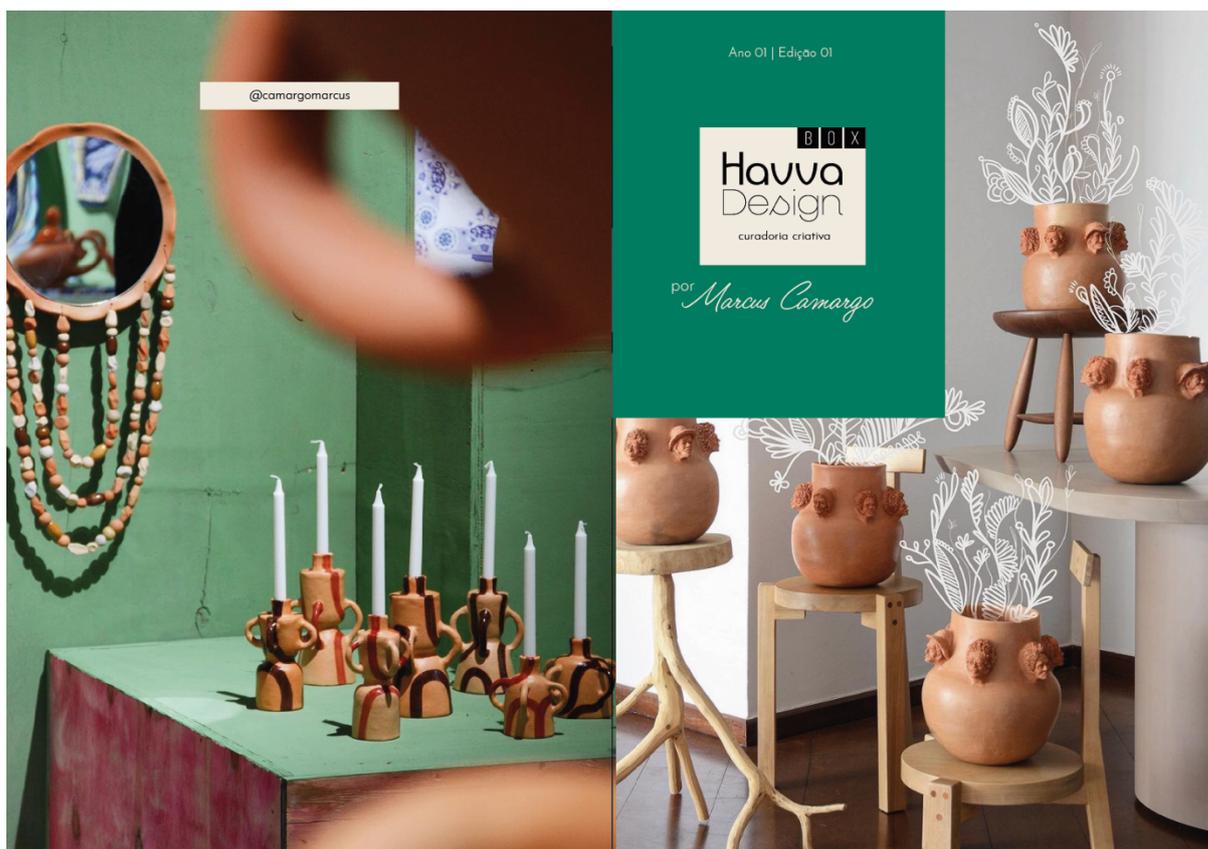
Fonte: Autora

Revista

A revista que acompanha as edições de um clube de assinatura desempenha um papel essencial ao fornecer informações detalhadas sobre aquela edição. A participação de Marcus Camargo não apenas enalteceu o projeto, mas também acrescentou uma dimensão enriquecedora, trazendo consigo sua bagagem de vivências no meio criativo e sua percepção sensorial através de elementos que agregaram profundidade e significado real ao desenvolvimento do Havva Design Box.

Com base nas respostas enviadas por Marcus, foi desenvolvido um material editorial gráfico para compor a revista que se propõe acompanhar a primeira edição, explicando o conceito do projeto, a história e jornada criativa do curador e o contexto da escolha de cada item presente na caixa. Essa contextualização detalhada apresenta, conecta e convida os assinantes para viverem a experiência.

Figura 38 – Capa e Verso | Revista



Fonte: Autora

Figura 39 – Miolo | Revista



Quem é Marcus Camargo?

Marcus Camargo nasceu na cidade de Goiás, cidade histórica, primeira capital do estado e terra da poetisa Cora Coralina. Sua vivência - em meio a história e poesia - trouxe-lhe um repertório de sensibilidade e uma capacidade única de tecer vínculos dentro do tecido coletivo. Marcus é um designer autoral que se propõe a produzir conteúdo cultural e artístico, despertar emoções, se conectar, e o seu público, aos saberes ancestrais de suas origens, dando voz às necessidades e possibilidades de cada projeto que desenvolve em seu estúdio na cidade de Goiânia. É um artista e designer que gosta de explorar vários universos criativos. Transita pelas artes visuais, através da pintura, escultura e fotografia. No design atua como designer de produto, cenógrafo, diretor criativo e designer gráfico.

Conheça o projeto



Em um mundo que nos pede cada vez mais que sejamos incansavelmente produtivos, ágeis e inovadores, o projeto Havva Design Box surge como um convite aos designers e pessoas de diferentes meios criativos a tomarem um respiro bimestral e viverem uma experiência que virá ao encontro de cada um, dentro de uma caixa. A cada edição, um curador convidado contará a história e selecionará objetos que acompanham e traduzem os seus sentidos dentro do seu universo criativo e rotina. A proposta é criar um senso de pertencimento à uma comunidade criativa, reconhecendo que existem tantas outras

pessoas com rotinas similares e se inspirar através da troca delas. Além de trazer objetos que se encaixem na rotina dessas pessoas para que busquem um estilo de vida mais equilibrado, e consequentemente, mais leve e criativo.



Ilustração de RawPael do Freepik.

HISTÓRIA DO DESIGN — RESPIRO
 COMPREENDER — O DESIGNER — PESSOA
 BEM-ESTAR — CRIATIVIDADE — ORGANIZAÇÃO
 PRODUTIVIDADE — DESIGN PARA A VIDA
 OLHAR PARA SI — PRIORIZAR — ESSÊNCIA
 ROTINA — EQUILÍBRIO — SUSTENTÁVEL
 PROFISSIONAL — DESAFIOS — INTENÇÃO
 INTEGRAÇÃO — COMPARTILHAR

CURADORIA ESPECIAL |

Eu escolhi o design pois acredito ser uma área ampla para se explorar a criatividade. Sempre gostei de várias atividades na área criativa, não conseguia escolher algo que eu mais gostasse. Até hoje sou múltiplo no meu trabalho e desenvolvo misturando de tudo um pouco.

Tudo pode, tudo é possível na criação. Não devemos ter medo para ousar, para misturar ideias, materiais e composições.

No início, como não conhecia ninguém na área, tive que traçar meus próprios objetivos e caminhos. Algumas perguntas me guiaram: Onde estão as pessoas da minha área? Como fazer para estar perto delas? Como trocar conhecimento e abrir caminhos?

Tive que me inserir nesse meio, fazendo pontos de contato e trabalhos variados. Me aproximando de algumas inspirações e influências, fui entendendo melhor os contextos e as oportunidades foram surgindo. Sempre corri muito atrás dos meus objetivos. E a luta segue sendo diária.

Ainda hoje sou surpreendido pelos convites para falar sobre meu trabalho em outros estados, para outros públicos. A primeira vez que fiz isso, fiquei muito emocionado. Quando você é valorizado fora da sua terra, é um reconhecimento que reverbera muito, abre caminhos e fortalece nosso trabalho.

Minha filosofia criativa é intuitiva e experimental. Como vim do desenho e das pinturas, comecei a ver a necessidade de enxergar além do papel e paredes, dar forma 3D aos traços, transformando-os em esculturas, objetos funcionais e decorativos. Essa pesquisa traçou a identidade das minhas criações e segue se desenvolvendo a medida em que estudo o mercado, as tendências e funcionalidades.

Criar é colocar pra fora sua sensibilidade, seu lado mais divertido e poético.

Busco me conectar com a natureza sempre que posso, ir pra minha cidade natal e ter contato com meu eu criança. Também gosto de viajar, conhecer novas culturas, assistir espetáculos teatrais e de dança. É desses momentos que tiro inspirações e me recarrego.

Sempre falo que design é emoção. Uma criação que gera um suspiro quando você vê, geralmente é porque aquilo te toca de alguma forma. Seja pela estética, pela textura, pelo material usado. É nosso trabalho perceber e passar uma experiência através da junção de todos os sentidos.



Curadoria Criativa por Marcus Camargo

O Havva Design Box encapsula não apenas objetos, mas a essência de designers e criativos. Entendemos que cada sentido é uma janela para a percepção do mundo, e convidamos nosso curador, Marcus Camargo, para selecionar um objeto para cada um de nossos sentidos, nos conectando com a sua experiência sensorial e propondo que nossos assinantes interajam com esses itens que representam sua história, rotina e jornada criativa.



Tocar

Argila é um elemento natural da terra, que pode ter texturas e cores diferentes. Quando crua tem uma textura, quando "cozida" tem outra. Um material orgânico e que amo trabalhar.

Degustar

O mel, sabor doce que ativa a criatividade e nos estimula. Um elemento também orgânico e cheio de propriedades medicinais.

Ver

Me encanto com o contraste de materiais inusitados como o barro e o latão juntos. O reflexo do latão é admirável.

Respirar

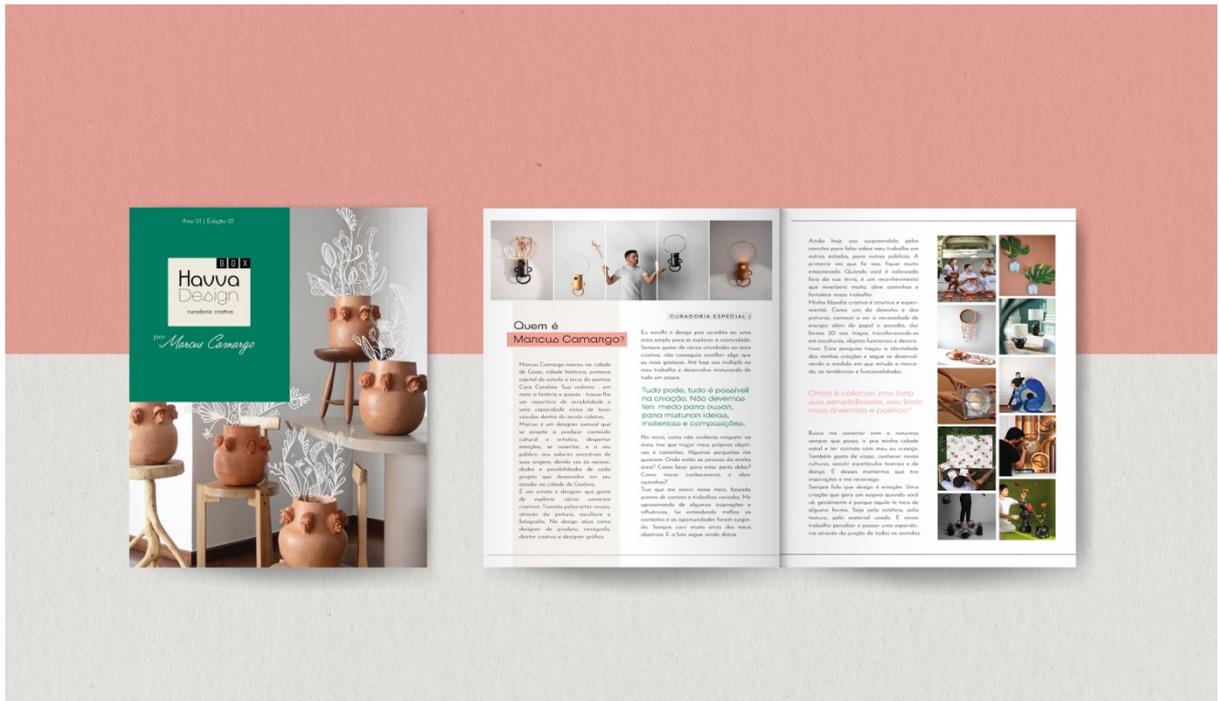
Além de ser o cheiro favorito da minha mãe, me lembro sempre dela, o Patchouli fortalece a vontade de viver, ajuda na concentração e coragem.

Ouvir

Amo trabalhar em silêncio, assim converso internamente comigo mesmo. Crio minhas histórias imaginárias, percebo minhas questões e internamente vou me respondendo. Tudo isso me ajuda a colocar novas ideias pra fora.

Fonte: Autora

Figura 40 – Mockup | Revista



Fonte: Autora

Peças Extras | Brindes da Edição e Mini Kit

Para a edição assinada por Marcus Camargo, foram desenvolvidas peças exclusivas com uma estampa enviada por ele. Ela revestiu a caixa e foi aplicada em um bloquinho tamanho A5 de planejamento diário, que acompanhará a edição como brinde, juntamente com uma cartela de adesivos.

Outro material desenvolvido foi o guia do Mini-Kit, e a proposta de Marcus foi de trazer a cerâmica para essa etapa. Foi feito uma folha guia, também no tamanho A5 para detalhar o material do kit e convidar os para os assinantes a desenvolverem a criatividade livremente através do contato manual.

Figura 41 – Planejamento Diário



Figura 42 – Mini-Kit



Figura 43 – Mockup | Impressos Edição

Fontes: Autora

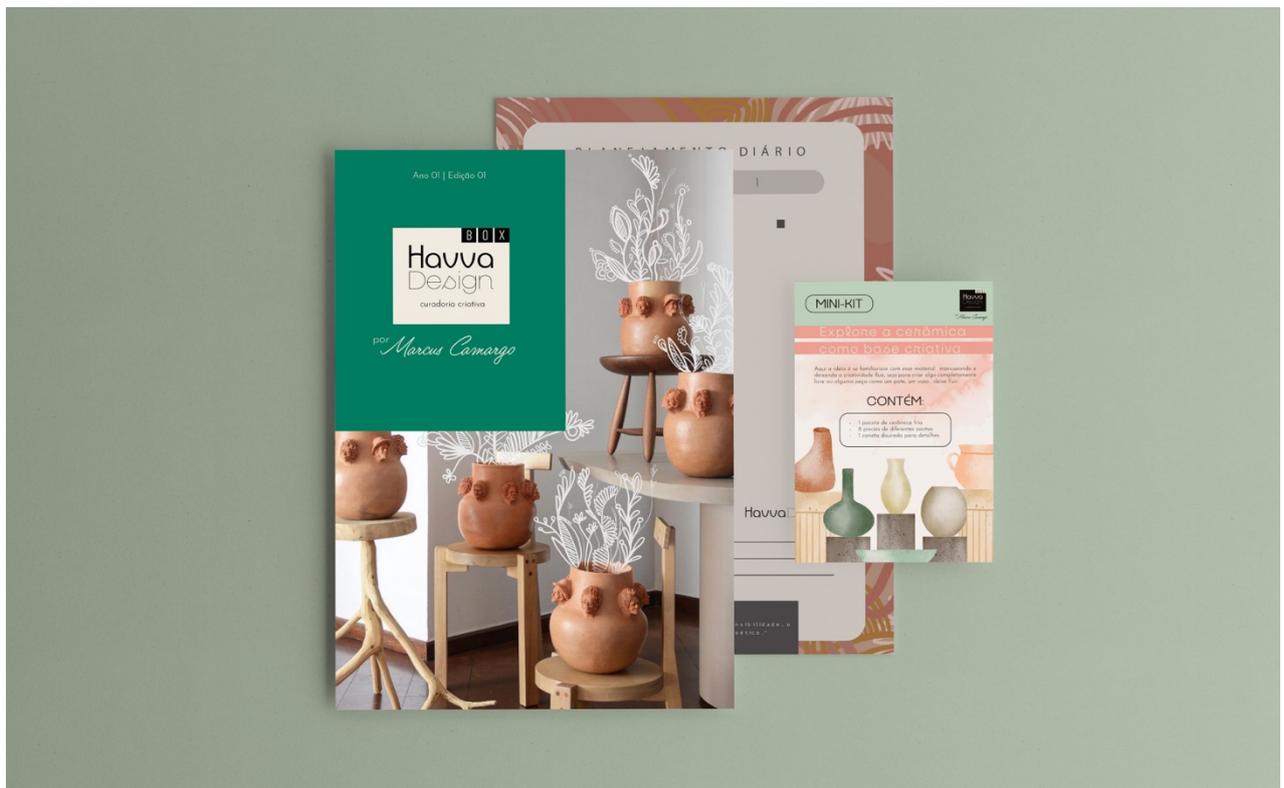


Figura 44 – Mockup | Adesivos



Fonte: Autora

Caixa

Por fim, mas não menos importante, o item que armazenará todas essas peças e os objetos curados, integrando o conceito do projeto. O modelo definido como padrão foi com abertura superior, fechamento em imã e bolso interno para armazenar a revista. A caixa da edição conta com a aplicação da estampa de autoria de Marcus por toda a tampa, trazendo a personalidade do curador e preparando o assinante para o que encontrará dentro.

Figura 45 – Mockup | Caixa



Fonte: Autora

A fim de visualizar essa peça para além do digital, e compreender os processos que seriam necessários para seu desenvolvimento, deu-se início ao processo de prototipagem.

5.4 Prototipagem

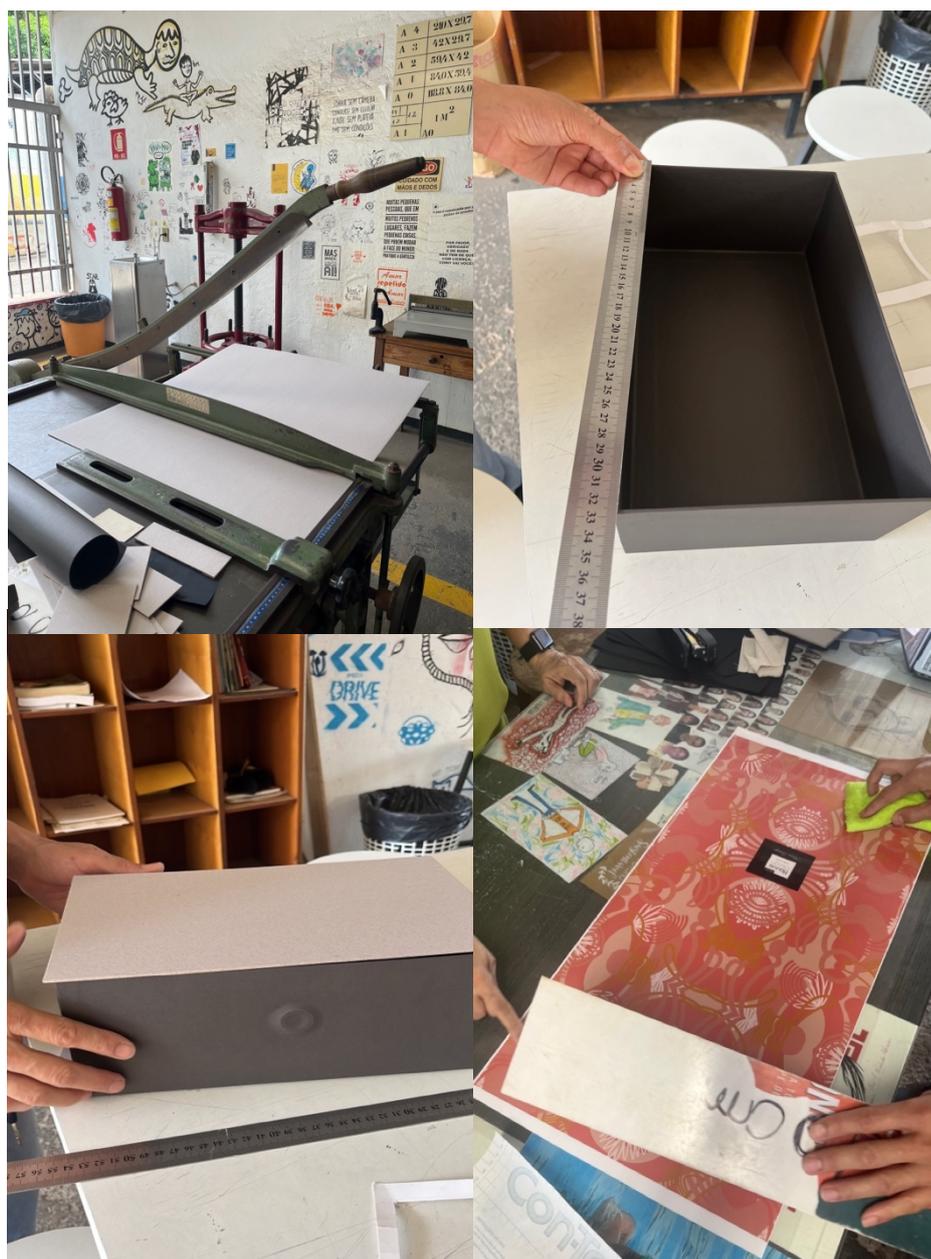
Para definição do tamanho da caixa, foi estudado um material disponibilizado pelo Correios, que oferece os tamanhos das caixas de envio padrão.

Disponível em:

https://www.correios.com.br/enviar/encomendas/arquivo/nacional/guia-tecnico-embalagens-rpc_v1-1.pdf - Acesso em 07 dez 2023

Para a execução do modelo em tamanho real foi utilizado papelão cinza de 3mm. As medidas foram: 32cm de largura, 12cm de altura e 20cm de profundidade. Primeiro a base da caixa foi montada e encapada em papel couché fosco 120g/m². Depois recortado com o encaixe da tampa, adicionando 1cm das medidas totais para garantir o encaixe e acabamento, a tampa foi encapada com a estampa do Marcus, que foi impressa em alta qualidade, com policromia 4x0.

Figura 46 - Confeção Caixa



Fonte: A autora.

Todo processo de execução das caixas foi auxiliado pelo Sérgio Ferreira, profissional experiente na técnica de execução de caixas manuais. O resultado se demonstrou bem próximo ao projetado, com destaque para impressão de qualidade, juntamente com os acabamentos e o fecho em imã que trouxeram uma peça resistente, bonita, leve e prática.

Figura 47 - Caixa Piloto



Fonte: A autora.

Para tornar a edição ainda mais palpável, iniciou-se a busca pelos objetos propostos para a curadoria. Seguindo a sinestesia: para o tocar - vasinhos de barro, para o degustar - correntinhas de mel, para o respirar - incenso de patchouli, para o ver - peças de latão e para o ouvir - uma caixinha do silêncio. Para essa última peça, foi proposto por Marcus que fosse uma caixa pequena que dentro tivesse a

mensagem “Ouça o silêncio aqui”. Então foi desenvolvido um adesivo para o seu interior:

Figura 48 - Adesivo Silêncio



Fonte: Autora

Ao final do processo, os objetos foram cuidadosamente posicionados dentro da caixa, simulando suas disposições definitivas. Cada item foi estrategicamente organizado, considerando sua funcionalidade, estética e a experiência do usuário ao abrir a embalagem, para que ele seja recebido por uma apresentação visual atraente e intuitiva dos elementos, transmitindo a essência e o propósito do projeto.

Figura 49 - Objetos na Caixa



Fonte: Autora

⁴ Para a comercialização e transporte, no produto final, as peças serão organizadas e contidas por meio de um berço de papel, com recortes para o encaixe individual; Na tampa, também terá o bolso de papel, para armazenar a revista.

6 CONCLUSÃO

A conclusão deste estudo e do projeto desenvolvido registra uma jornada de aprendizado significativa. A abordagem de imersão nas complexidades do universo dos profissionais criativos proporcionou uma compreensão mais ampla e sensível das questões que permeiam essa área, trazendo empatia para a construção do produto. A transformação do conhecimento teórico em uma proposta concreta foi uma experiência gratificante e reveladora.

A interação com Marcus, um profissional tão rico em conhecimento e técnicas mistas foi peça chave para traduzir os conceitos sinestésicos elaborados, permitindo um real acompanhamento entre a compreensão do curador sobre o que é o projeto, e a elaboração criativa para desenvolver o texto e material, pois acaba se tornando um exercício para o próprio curador pensar em objetos que se encaixem nos sentidos. Depois, o desafio de repassar o que o curador propõe através da experiência dos objetos, estrutura e materiais gráficos unidos no produto final a ser repassado para o assinante. A etapa de prototipagem da caixa piloto oportunizou o projeto ganhar vida e agregou uma compreensão sensorial do produto, harmonizando como que ele propõe.

As considerações finais apontam para possíveis melhorias visando sua implementação no mercado. O primeiro passo seria colocar em prática as proposições das diretrizes, dentre elas criar um site para gerenciar assinaturas, investir em divulgação, pesquisar ainda mais sobre logísticas de compra e envio em larga escala e custos de produção. Esses são pontos que podem agregar valor ao projeto, além é claro, da curadoria da própria Havva Design em convidar colaboradores para tornar cada edição surpreendente, sendo um aspecto essencial para manter o interesse e a fidelidade dos assinantes. Dessa forma, espero contribuir para o universo dos designers, oferecendo uma experiência de troca e estímulo criativo enriquecedora e incentivando o bem-estar.

REFERÊNCIAS

- CARDOSO, Rafael. *Design para um mundo complexo*. Ubu Editora; 2022, 264 p.
- CARDOSO, Rafael. *Uma introdução à história do design*. Editora Blucher, 2008, 276 p.
- MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. *História do Design Gráfico*. Cosac & Naify; 2009, 720 p.
- PAPANEK, Victor. *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Thames & Hudson Ltd; 2019, 416 p.
- NORMAN, Donald A. *O design do dia a dia*. Anfiteatro; 2006, 272 p.
- FLORIDA, Richard. *A Ascensão da Classe Criativa*. L&PM; 2011, 456 p.
- LUPTON, Ellen. *Intuição, ação, criação: Graphic Design Thinking*. Editora Gustavo Gili; 2013, 184 p.
- BROWN, Tim. (2009). *Design Thinking. Uma Metodologia Poderosa Para Decretar o Fim das Velhas Ideias*. Alta Books; 2017, 272 p.
- LAUREL, Brenda. *Design Research: Methods And Perspectives*. MIT PRESS LTD; 2003, 336 p.
- WAHL, Daniel Christian. *Design de Culturas Regenerativas*. Bambual Editora LTDA; 2020, 482 p.
- NORMAN, Donald A. *Design Emocional*. Rocco; 2008, 322 p.
- CURY, Augusto. *Ansiedade: Como enfrentar o mal do século*. Benvirá; 1ª edição (29 novembro 2013)
- MILAGRES, R. Rotinas – Uma Revisão Teórica. Revista Brasileira de Inovação, Campinas, SP, v. 10, n. 1, p. 161–196, 2013. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8649013>. Acesso em: 7 dez. 2023.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Creativity: The Psychology of Discovery and Invention*. Harper Perennial; 2013, 455 p.
- AMABILE, T. M. *How to kill creativity*. Harvard Business Review, 1998.
- HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Vozes, 2015. 80 p.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Editora Zahar, 2001. 258 p.

BILTON, Chris. *Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management*. Wiley-Blackwell; 2007, 224 p.

DE MASI, Domenico. *O ócio criativo*. Editora Sextante; 2004, 352 p.

IDEO. *Human Centered Design Toolkit*. Authorhouse; 2011, 187 p.

STICKDORN, Marc; SHNEIDER, Jakob. *Isto é Design Thinking de Serviços: Fundamentos, Ferramentas, Casos*. Bookman; 2014, 380 p.

MARGOLIN, V. O Designer Cidadão In: *Revista Design em Foco*, v. III n.2, jul/dez 2006. EDUNEB, 2006, p. 145-150.

PIZARRO, Carolina; SILVA, José Carlos; PASCHOARELLI, Luis Carlos. *O papel do designer contemporâneo a partir das contribuições europeias na formação do profissional*. *Arcos Design V. 7 N. 1*, Julho 2013, pp. 138-156,

MEYER, Guilherme; SCALETSKY, Celso; AZEVEDO, Debora; VACCARO Guilherme. *Representações sociais de uma área em formação: um estudo sobre como designers e não-designers definem o design*. *Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade*, v.7, n. 1, 2015.

Alltrue Box - Disponível em: <https://alltrue.com> - Acesso em: 07 dez 2023

GUIA TÉCNICO | EMBALAGENS RECOMENDADAS PELOS CORREIOS

Disponível em:

https://www.correios.com.br/enviar/encomendas/arquivo/nacional/guia-tecnico-embalagens-rpc_v1-1.pdf - Acesso em: 07 dez 2023

MORAES, Alisson. *Comunicação Corporativa - Press Kit: o que é e como elaborar*. *Comunique-se*; Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/blog/o-que-e-press-kit/> Acesso em: 07 dez 2023

ANEXOS

Pesquisa | Desafios na Rotina do Designer Contemporâneo

Olá!

Meu nome é Luiza Carvalho e Sousa, sou estudante do curso de Design na PUC Goiás, e estou realizando essa pesquisa para o meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), e tenho como orientadora a Prof^a Genilda Alexandria.

Meu estudo tem como foco analisar as diferentes problemáticas enfrentadas na rotina dos profissionais de design contemporâneos. **O público alvo são pessoas que trabalham com design, de diversas áreas e com diferentes níveis de formação acadêmica.**

O objetivo desta pesquisa é compreender as diversas dificuldades enfrentadas pelos designers em seu cotidiano profissional, como o estresse, os desafios criativos, o bem-estar emocional e a busca por uma vida mais equilibrada. Além disso, estou investigando como o minimalismo pode ser uma ferramenta útil para lidar com essas problemáticas, trazendo benefícios para os profissionais de design em todos os aspectos.

Suas respostas serão tratadas com confidencialidade e serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. Sinta-se à vontade para responder de forma sincera e completa, pois isso contribuirá para a qualidade e relevância da pesquisa.

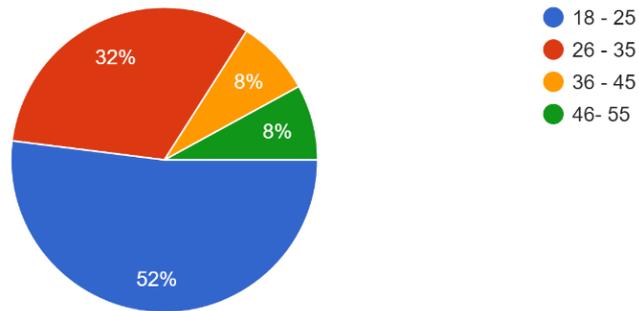
Caso você tenha alguma dúvida ou precise de mais informações sobre a pesquisa, estou à disposição para esclarecimentos.

Agradeço antecipadamente por sua colaboração e contribuição para o avanço do conhecimento na área do design. **Seu tempo e participação são extremamente valiosos!**

Tempo médio de resposta: 10 minutos

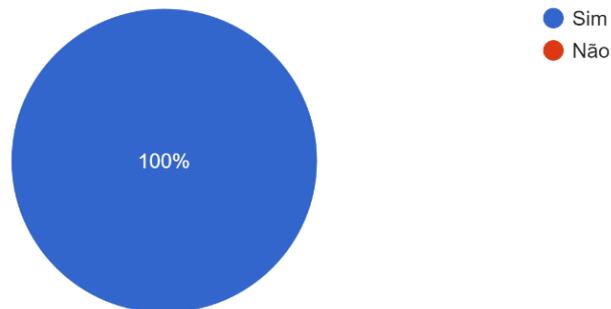
Qual a sua faixa etária?

25 respostas



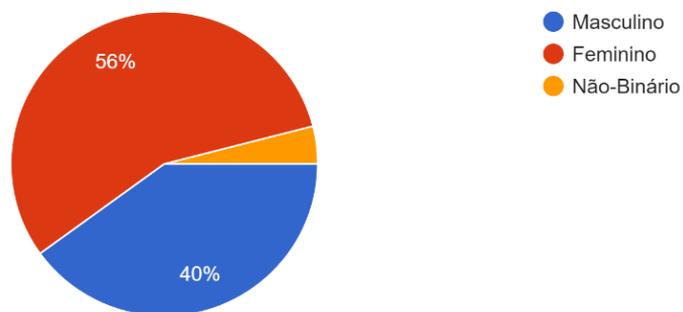
Você trabalha como designer?

25 respostas



Qual o seu gênero?

25 respostas



Qual a sua área de atuação? (ex.: UX/UI, Interiores, Gráfico, Produto, Moda, etc...)

“Gráfico”

“Gráfico hehehe”

“Produto, gráfico, ux/ui”

“gráfico”

“Visual”

“Identidade visual de marcas e festas”

“Gráfico”

“Gráfico e Branding”

“Gráfico + UX + UI + Produto + Motion”

“Design Gráfico (Embalagens e Diagramação)”

“Gráfico. Publicidade e redes sociais”

“Produto”

“Direção de Arte”

“UX/UI e Gráfico”

“Design de interiores”

“Produto e interiores”

“Visual/Gráfico”

“Gráfico e Motion”

“PD”

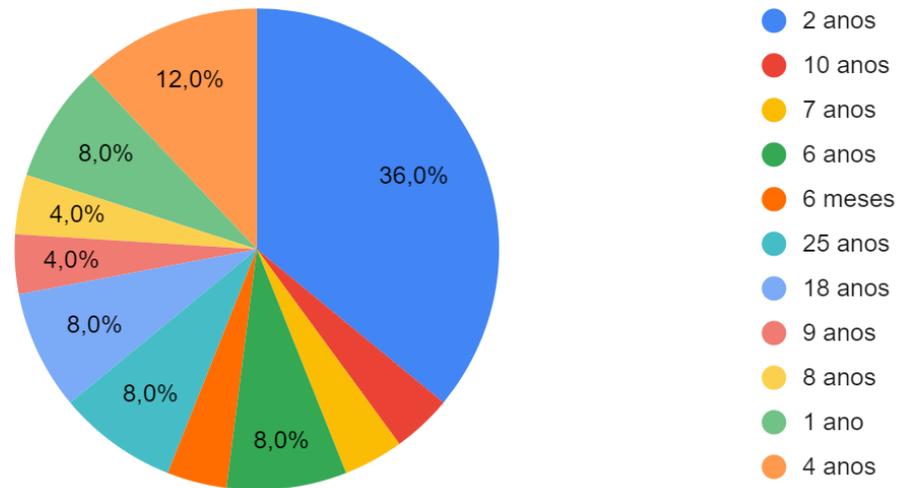
“Gráfico - Educação e Acessibilidade”

“Gráfico, comunicação. mk e web”

“Produto / UX/UI”

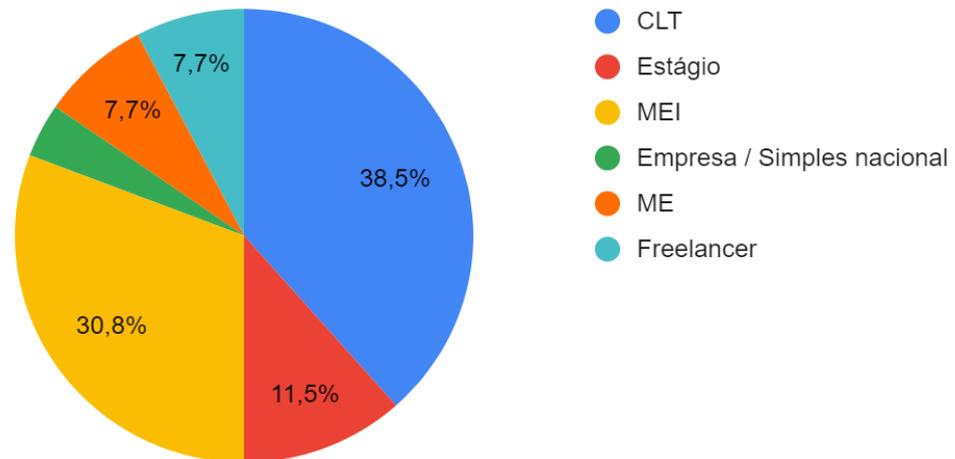
Há quanto tempo trabalha com isso?

25 respostas



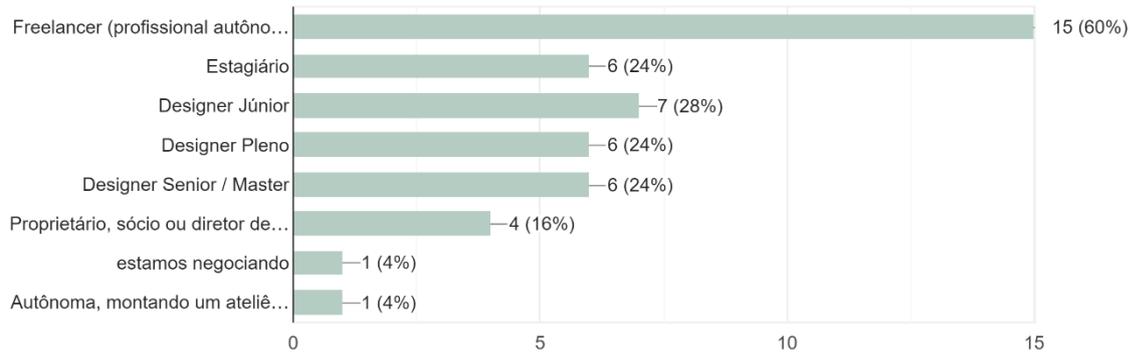
Você é...

25 respostas



Selecione todas as opções que se aplicam ao cargo que você exerce:

25 respostas



Quais são as principais atividades e responsabilidades que exerce em sua rotina de trabalho? (ex.: contato direto com cliente, criação, marketing)

25 respostas

“Criação, contato com cliente.”

“Criação”

“recebo briefings do que precisa ser feito e executo de acordo com o prazo. Raramente tenho contato direto com o cliente (apenas nos trabalhos de freelancer).”

“criação”

“Desenvolvimento de identidade visual, fechamento de arquivo, desenvolvimento de itens para a marca, identidade festiva e itens, criação de sites e conheço a área do marketing”

“Contato com cliente, criação, pesquisa e desenvolvimento”

“Criação”

“Atendimento, criação e marketing”

“Criação de campanhas, peças on e off, gestão de equipe e edição de vídeo”

“Criação, Contato com Cliente, Planejamento.”

“Auxiliar com produções gráficas pra minha chefe”

“Contato direto, kickoff, Contrato, Plano de Negócios, Branding, Criação, etc”

“Depto criação, desenvolvimento de peças e produtos juntamente com o marketing”

“Faço tudo. Contato com cliente, financeiro, desenvolvimento de produtos, marketing, gerenciamento das redes sociais etc”

“criação de conteúdo para redes sociais, criação de artes para pôster e convites, criação de Identidade Visual”

“Detalho projetos executivos de arquitetura e interiores”

“Contato com o cliente, captação do quadro de necessidades, desenvolvimento do anteprojeto e monitoramento do projeto executivo”

“Criação e contato com cliente”

“No emprego cit, realizo a criação através de demandas distribuídas pelo gestor. Como freelancer, lido com o cliente, por onde recebo as demandas, elaboro briefings e desenvolvo as criações.”

“Negociação, criação, entendimento, alinhamento com stakeholders,etc.”

“Contato com o cliente, Orçamento, Apresentação de proposta e projeto final. Gestão do Projeto,”

“contato cliente, criação e projeto de mk”

“Definição de Design System; Decisões sobre a jornada do usuário no produto; Evangelização do design como ferramenta de facilitação (além do visual)”

Você conhece ambientes digitais ou físicos (ex.: aplicativos, revistas, sites, HUBs, comunidades, etc) que aborde de forma integrativa e informativa temas relevantes para a rotina dos designers? Se sim, poderia especificar o que é e contar brevemente da sua experiência com?

25 respostas

7 pessoas responderam “Não”

O restante:

“Acompanho muitos designers pelas redes sociais mesmo. Fora isso tem Apsdesign e outros tipos de instituições semelhantes.”

“Sim, existem diversos profissionais que abordam temas úteis no design dentro do Instagram como eu, leo becker, marcelo kimura, valquiria, plau design, carinhas e freelaschool por exemplo.”

“Faço parte de grupos específicos para comunicadores e outro de área de tecnologia. Para designers especificamente, sigo páginas e outros profissionais pra inspiração e acompanhar as mudanças no mundo por outra perspectiva.”

“Acompanho apenas algumas contas no linkedin e Instagram”

“Para revistas uma das minhas principais referências são: revista Gráfica do Oswaldo Miranda, ABC Design dos anos 2000, Bauhaus Magazine, entre muitas outras. Comunidades, sites e iniciativas no Brasil, algumas que acompanho: Design on the Rocks, Designerd, Design Culture, UX Collective, UX Magazine, UX Planet e muito mais.”

“Revista recorte, Revista Zupi, Lojas colaborativas e espaços culturais voltado para esse profissionais e públicos.”

“Medium; Brasil UXdesign.cc; interactiondesign.org; entre outros. Acho boas plataformas com conteúdos relevantes”

“Behance: Plataforma de portfólio, ótimo para referências em diversas áreas de design, como ilustração, criação de identidades visuais, etc. Pinterest: Plataforma de fotos, ótimo para referências. Udemy: Plataforma de cursos voltados para design. Alura: Plataforma de cursos voltados para design.”

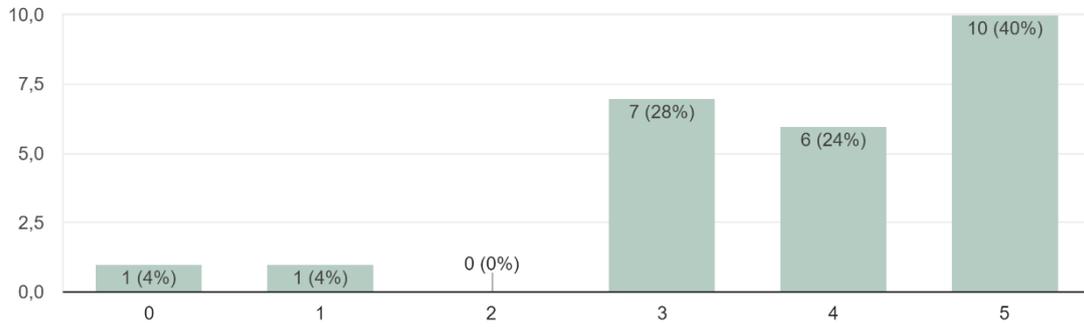
“Sigo alguns canais no youtube que trazem algumas coisas sobre design, referências, pensamentos e compartilham trabalhos de outros profissionais- elliotisacoolguy e Jesse Nyberg são os que eu mais acompanho. Além disso, gosto de sempre estudar sobre a sociedade, novamente recorro ao youtube, com canais como tempero Drag e vox. Gosto também de acompanhar algumas páginas como o @badauecomunica e o @designativista. Gosto bastante também da revista Amarello, dos conteúdos da Plau design, Ugly lab, entre outros. Além do mais, também acompanho o noticiário, pois como designer entendo que é muito importante estar atendo ao que acontece no mundo e refletir como tudo afeta nosso trabalho e como podemos afetar tudo.”

“Redes sociais (Vagas UX), Comunidade Mergo, grupo Figma (WhatsApp)”

“Sim, IxDA (comunidade), Memorisely (iniciativa); ADP List (iniciativa)”

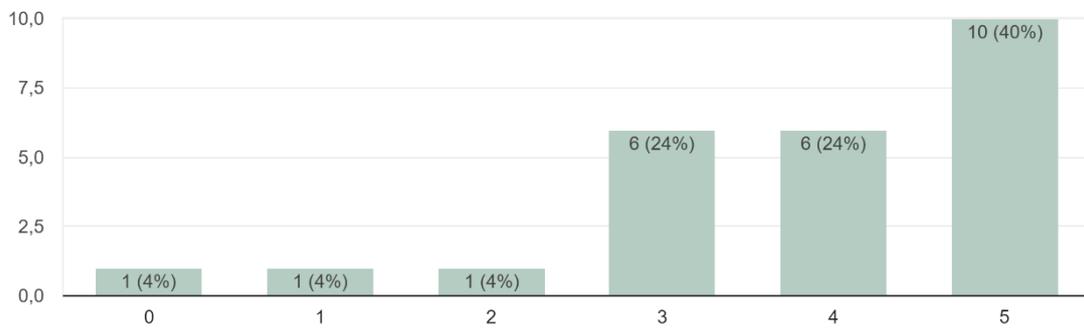
Prazos apertados e pressão por entregas rápidas

25 respostas



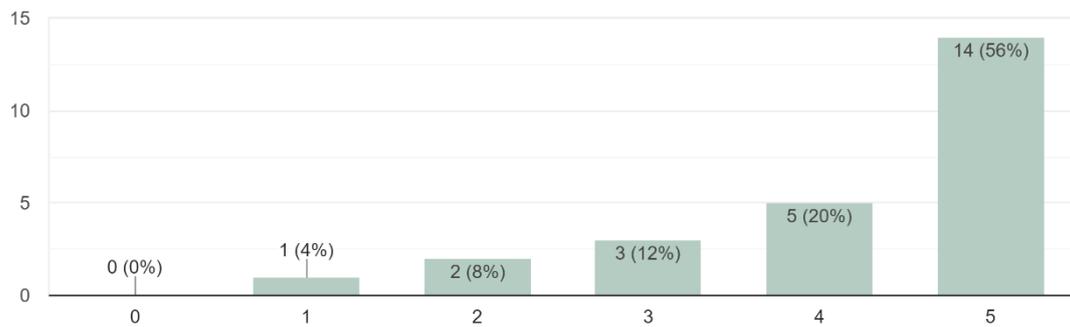
Sobrecarga de tarefas

25 respostas



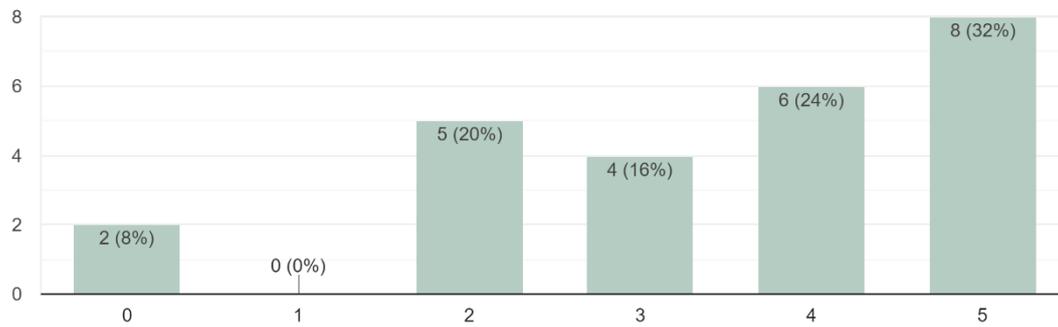
Multitarefa em diferentes etapas

25 respostas



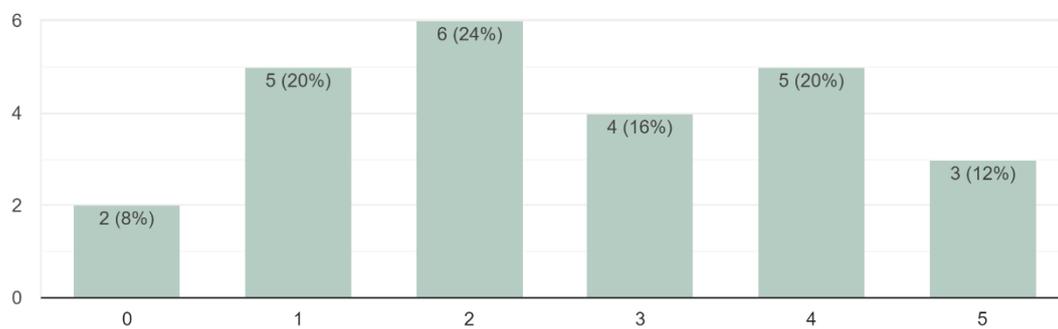
Mau gerenciamento do seu tempo

25 respostas



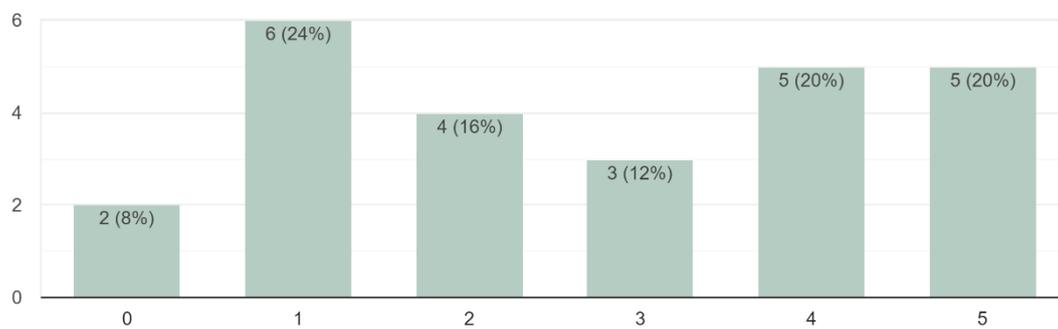
Dificuldade em priorizar atividades

25 respostas



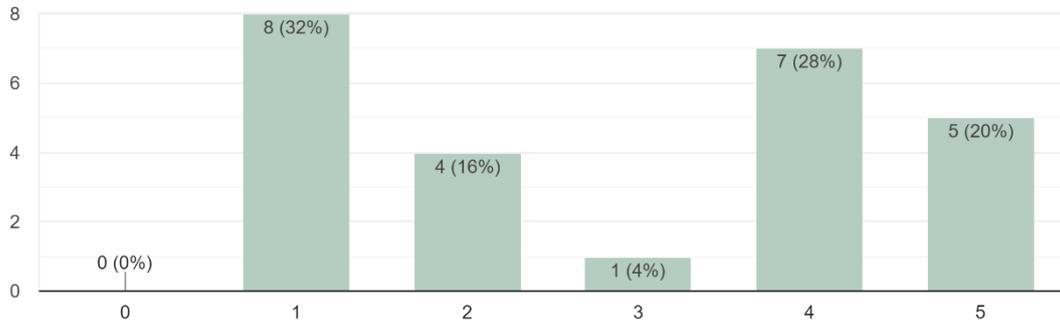
Procrastinação

25 respostas



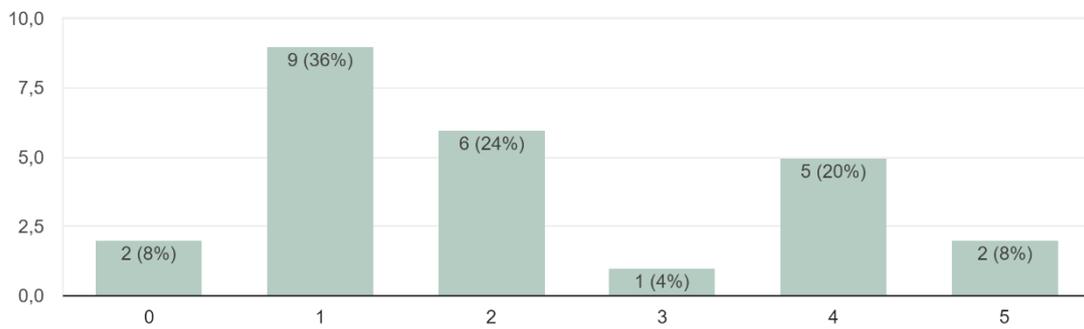
Excesso de fatores distratores

25 respostas



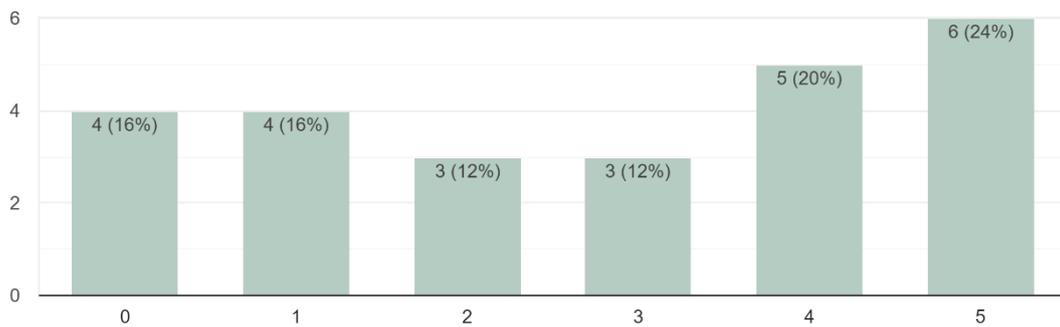
Dificuldade de organização

25 respostas



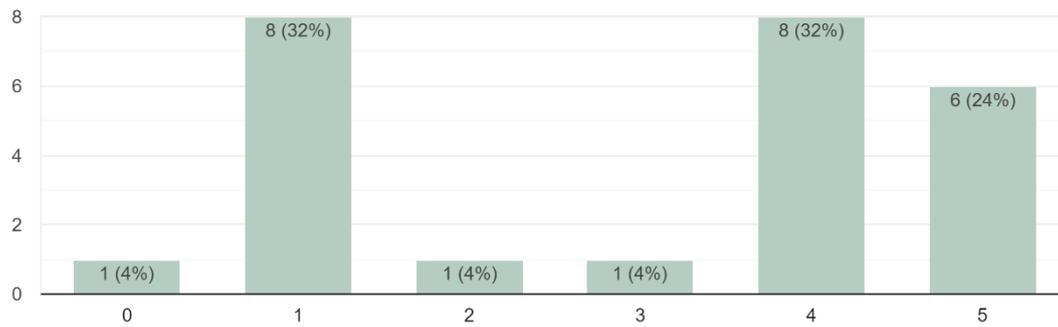
Dificuldade em criar e seguir um processo criativo constante e funcional

25 respostas



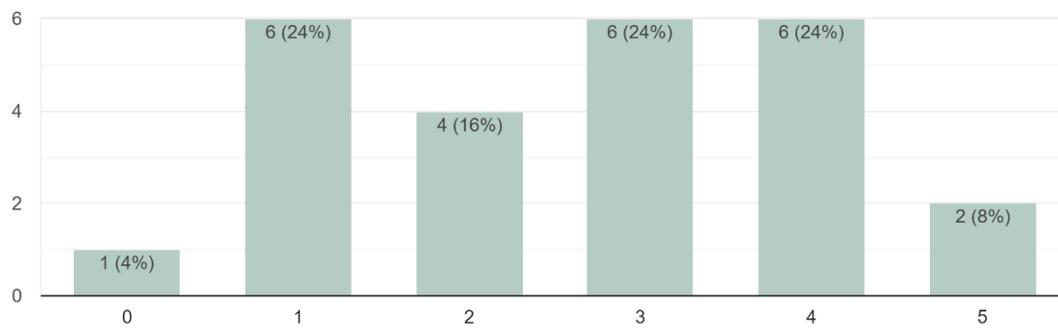
Falta de clareza nas demandas

25 respostas



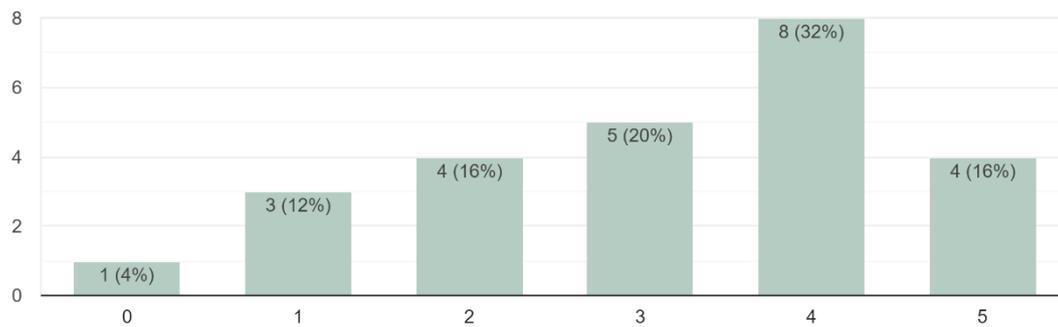
Bloqueios criativos

25 respostas



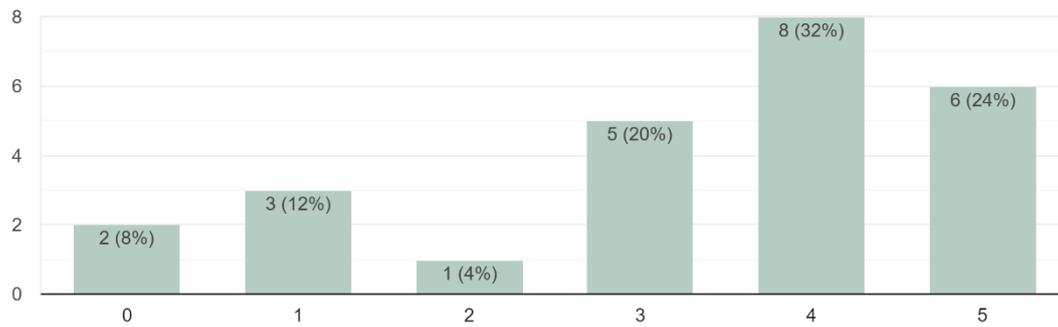
Conflitos entre sua criatividade e as restrições do projeto

25 respostas



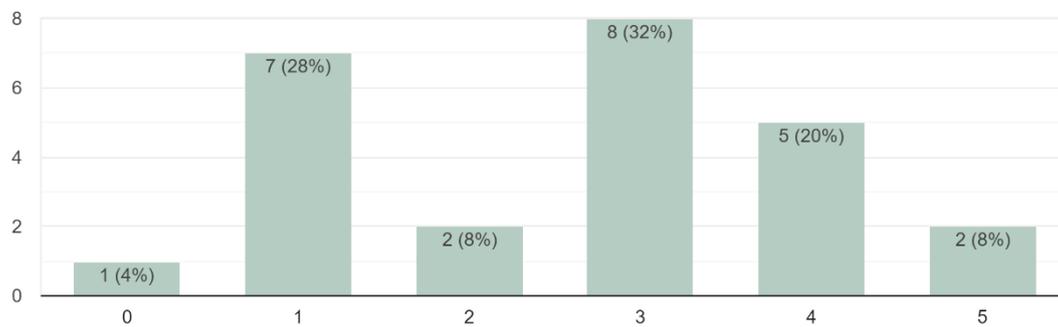
Captação de clientes

25 respostas



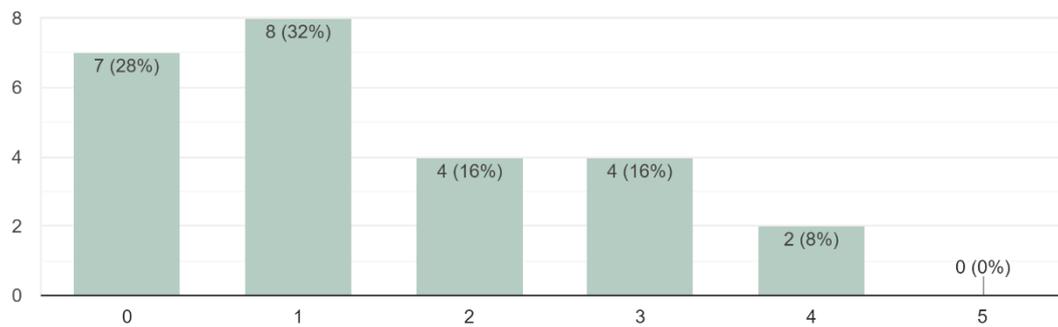
Dificuldade em lidar com clientes

25 respostas



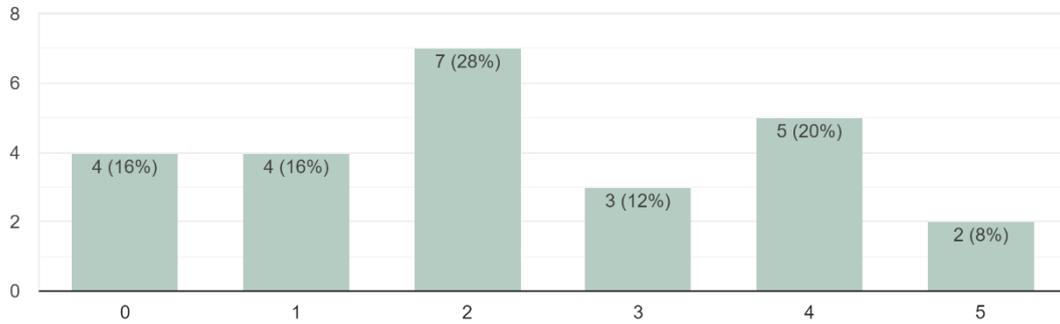
Dificuldade em se relacionar com parceiros, colegas de trabalho e chefes

25 respostas



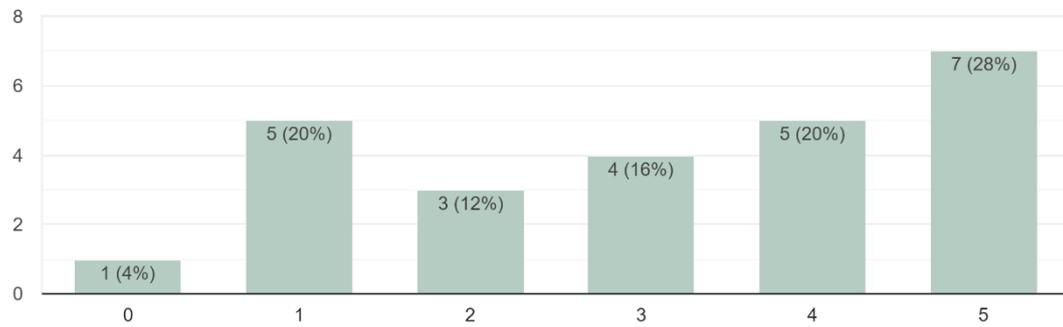
Dificuldade em manter-se atualizado com as tendências e tecnologias

25 respostas



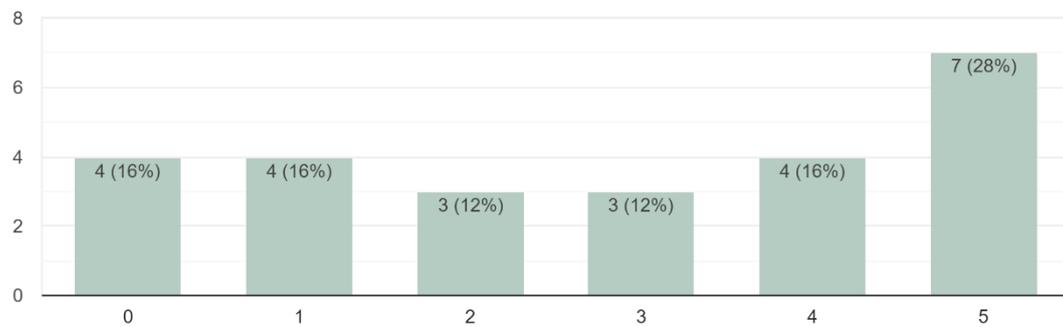
Dores, rigidez e desconfortos físicos por má postura de trabalho ou repetição de movimentos

25 respostas



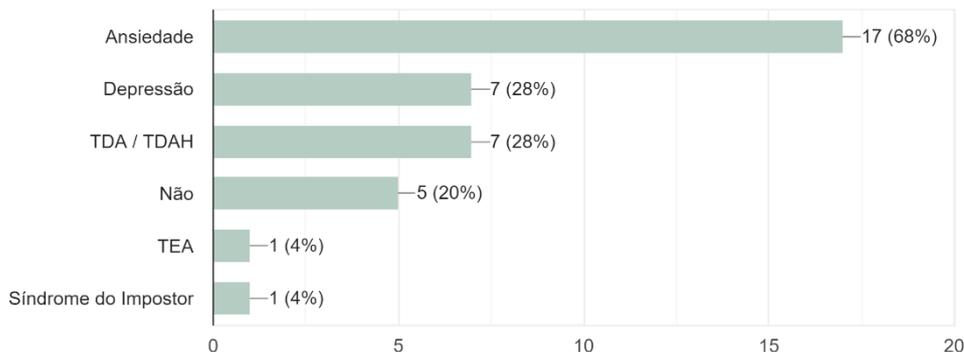
Esqueço de me alimentar/ hidratar enquanto trabalho

25 respostas



Você lida com algum desses fatores psicológicos?

25 respostas



Você já experimentou algum impacto negativo na sua saúde ou bem-estar devido à sua rotina de trabalho como designer? Se sim, descreva brevemente.

25 respostas

3 pessoas responderam “Não”

O restante:

“Sim, sobrecarga e auto cobrança excessiva que desencadeiam crises de ansiedade e dores musculares devido a tensão.”

“Devido à rotina, posso ficar bem ansioso e isso piora fatores como a saúde do meu sono (insônia), gastrite e até mesmo caspa e queda de cabelo.”

“Ficar até 23h acordada trabalhando pq não consegui parar por ser home office e não acordar bem no outro dia, estresse acumulado por conta do computador travando pq não aguenta o programa”

“Em períodos longos de trabalho que requerem muito foco, é comum terminar com dores de cabeça e na coluna pela postura”

“mudança no sono, estresse”

“Sim, desenvolvi problemas na coluna por ficar muito tempo sentado.”

“Sim, já tive burnout.”

“Aos 22 anos, trabalhei numa agência de publicidade de São Paulo, em que os prazos eram tão curtos que me dava ansiedade. Parei no hospital na iminência de um ataque cardíaco.”

“Sim, tive vários episódios de burnout”

“Sim, burnout e crises de choro.”

“Sim, níveis altos de estresse”

“Ansiedade e desânimo com o trabalho. Por isso resolvi sair da indústria e abrir meu próprio negócio.”

“Sim. Lesões por esforço, stress e ansiedade”

“Acumular trabalhos por estar deprimido, e ficar ansioso por ter acumulado trabalhos. Vira um ciclo. Auto sabotagem e insegurança: Nunca achar que meu trabalho está bom o suficiente, ficar comparando meu trabalho com de designers bem mais experientes, ter medo de apresentar meu trabalho para um cliente. Medo de colocar preço justo nos meus trabalhos, por achar que não valem o suficiente.”

“Dores nas costas, necessidade de usar óculos por estar constantemente usando tela de computador e dores e câimbras nos dedos e mãos”

“Sim, o fator de isolamento para trabalhar em casa e falta de exposição ao sol, fora dores de cabeça por ficar olhando para as telas por muito tempo.”

“Sim. Já apresentei diversas crises de ansiedade por conta do trabalho, além de constantemente sentir que meu trabalho é ruim e que sou incapaz.”

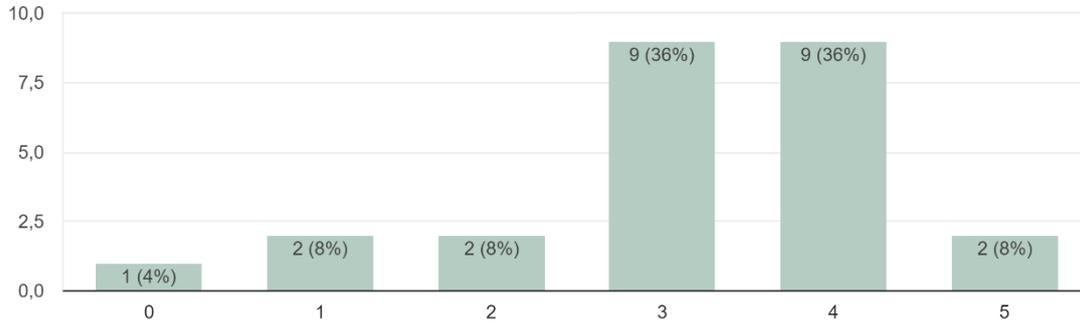
“Ansiedade, crises depressivas, síndrome do impostor, mal-estar durante o domingo antes de começar a semana”

“Sim, estresse”

“Aumento da miopia e visão cansada (não sei se foi pela rotina laboral, mas é uma hipótese)”

Em uma escala de 0 a 5, como você classifica seu nível de estresse em relação à sua rotina de trabalho?

25 respostas



Você considera que o estresse e as problemáticas da rotina afetam sua criatividade? Se sim, fale brevemente sobre.

25 respostas

1 pessoa respondeu “Não”, duas responderam “Sim”.

O restante:

“Com certeza, constantemente tenho bloqueios criativos devido a ansiedade e estresse.”

“Normalmente não, o estresse e a pressão geralmente servem como estímulo para eu fazer o trabalho com rapidez.”

“Sim, muitas vezes meu computador trava no pico da minha criatividade e eu vou de 1000 a 0 muito rápido, pra voltar a me concentrar e pensar em algo criativo demora”

“Sim, acho que menos estresse trazem um ambiente favorável para a criatividade”

“as vezes tenho que parar de trabalhar pq nao consigo pensar direito por causa do estresse”

“Com certeza. É difícil produzir quando você está ansioso.”

“Quando acontece algo muito estressante, sim. Não só criatividade no trabalho mas no dia com um todo.”

“Sim, é difícil pensar em saídas de problemas se você só pensa no problema.”

“Sim, acaba que me causam bloqueio criativo”

“Sim, sinto que gera um bloqueio”

“Nunca afetou. Desenvolver comunicação assertivas foi um grande aprendizado, o que me ajuda a coordenar o ecossistema em que atuo.”

“Sim. estão intimamente ligados.”

“Nem sempre”

“Sim, acredito que as demandas são muitas para um único designer. E cada vez mais somos cobrados por mais velocidade nas entregas. Metodologias novas só fazem crescer essa tendência, como os métodos Ágeis. Para ser criativo, é necessário tempo de pesquisa e encubação das ideias, porém nunca temos esse tempo”

“Sim, acredito que o criativo depende diretamente do bem estar mental e do foco. Quando nossa cabeça está focada em problemas, a ansiedade limita o senso criativo.”

“Não a criatividade, mas a habilidade de colocar o que a criatividade pensa em prática”

“Sim, retraem consideravelmente minha criatividade.”

“Muito. Constantemente me sinto travada e medíocre por ter uma rotina tão exaustiva e não conseguir pensar e ligar minha vivência com a minha produção.”

“MUITO! A proximidade com o meu líder, que veio somente a partir dele notar em mim como meu psicológico estava afetando meu físico, minha feição, ajudaram a minimizar os efeitos, mas não solucionaram.”

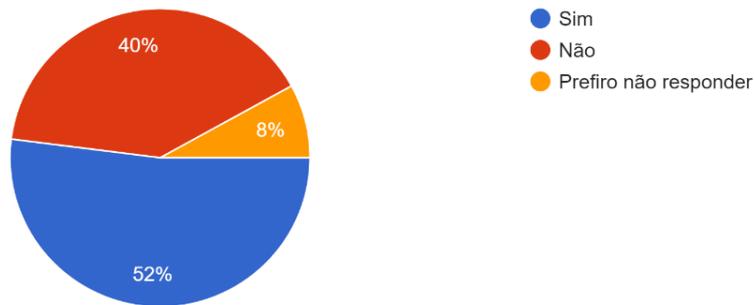
“Sim. As vezes as ideias demoram um pouco mais em função da alta demanda.”

“Sim, pois falta foco, ânimo e cansaço”

“Podem afetar, mas procuro não depender muito de momentos criativos para fazer minha rotina, e quando preciso, procuro deixar um timebox fechado só pra isso; ajuda muito a otimizar.”

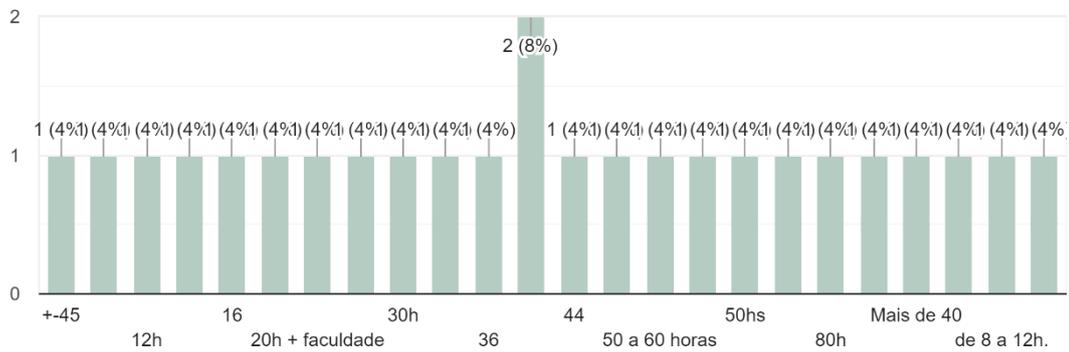
Você faz algum tipo de acompanhamento psicológico?

25 respostas



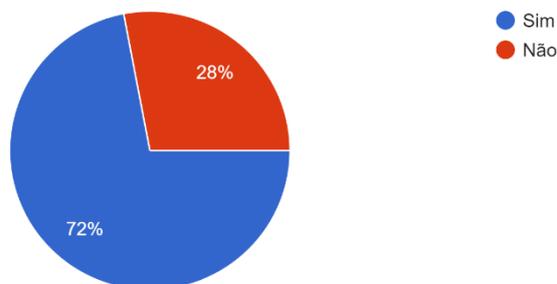
Quantas horas em média você trabalha por semana?

25 respostas



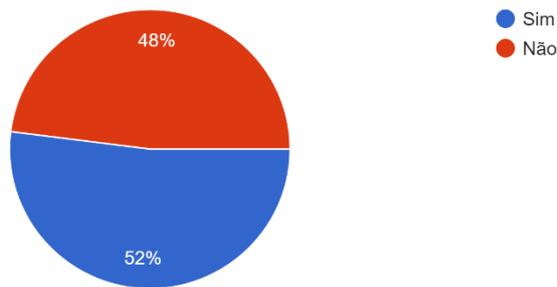
Você sente que a quantidade de horas que dedica ao seu trabalho interfere em outras partes essenciais da sua vida?

25 respostas



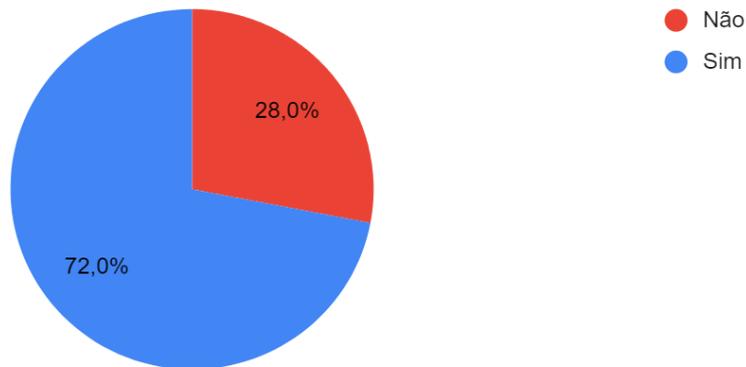
Você possui uma rotina pré definida que segue para se organizar em cada processo de trabalho?

25 respostas



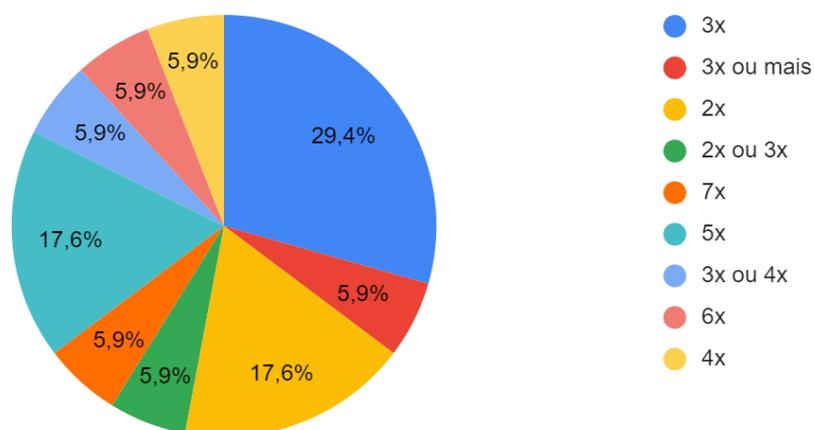
Você pratica alguma atividade física?

25 respostas



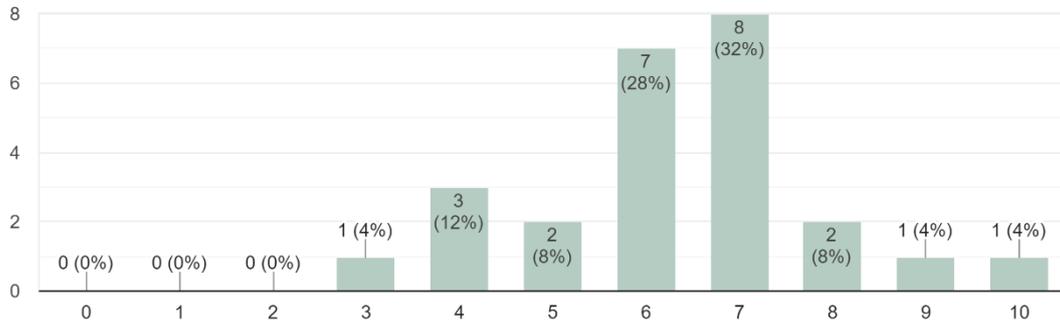
Se sim, com que frequência semanal?

18 respostas



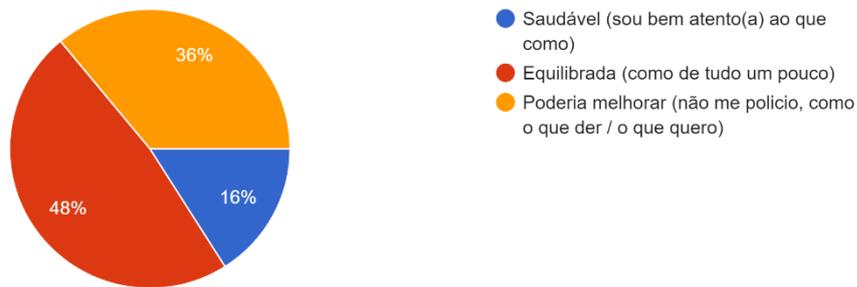
Quantas horas, em média, você costuma dormir por noite?

25 respostas



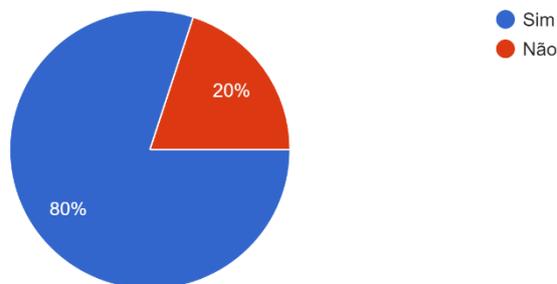
Como você considera sua alimentação?

25 respostas



Você sente que seus hábitos de autocuidado afetam diretamente na sua produtividade, humor e energia?

25 respostas



Na sua opinião, como os designers podem equilibrar sua vida profissional e pessoal?

25 respostas

“Organização de tempo e divisão da vida pessoal e profissional.”

“Buscando entender sobre a maneira a qual trabalham, o que funciona e o que não funciona em seu dia a dia, a criação e manutenção de uma rotina e a busca de uma flexibilidade desta.”

“Acho que essa a é pergunta da minha vida kkkkk mas acho que é fazer seus horários e segui-los, principalmente se você trabalha em homeoffice que é mais instigante ainda não parar de trabalhar”

“Priorizando o serviço somente nas horas que se dedica a ele, não deixando tomar conta de todos os momentos.”

“Jornada de trabalho restrita, (botar horários fixos de trabalho), gestão de tempo e técnicas como pomodoro, etc”

“nao entrando na onda de que tudo é pra ontem”

“Essa pergunta tem uma resposta que é muito ampla, porque acho que na origem de tudo (levando em consideração que não vamos falar sobre capitalismo kk) tem o fato de que design não é uma profissão regulamentada e que os designer de um modo geral não se percebem muito como grupo. Por que estou falando isso? Porque acredito que para que haja equilibrio a gente precisaria se impor em relação as tarefas que nos pedem, e deixar de ser "faz-tudo". Contudo, sempre tem um "faz-tudo pra te substituir", então tem isso, a falta de noção de grupo. E além disso também seria necessário estabelecer uma jornada clara de trabalho, o que se torna bem difícil quando você é um "faz-tudo". Fora isso, grande parte do trabalho de design pode ser feito de maneira remota, o que eu particularmente acho ótimo, porém é inegável que nesse modelo de trabalho fica mais difícil de separar quando é hora de trabalhar e quando não é, então é bem comum o tempo todo ser hora de trabalhar.”

“Tendo rotina, horários específicos para atividades em geral, planejamento semanal, dormir e se alimentar bem, impor limites na agenda e nunca ceder pressão de clientes (se não o serviço realmente nunca terá fim e sua vida pessoal fracassa).”

“A gente precisa de um sindicato pra regularizar nosso trabalho, lutar pra trabalhar menos horas semanais e conseguir descontos nos produtos que somos obrigados a usar.”

“Conseguindo aliar projetos que paguem bem com clientes que respeitem os processos”

“Se policiando quanto ao tempo de trabalho e respeitar seus horários”

“Procuo definir um calendário anual de trabalho considerando feriados, viagens programadas e day offs estratégicos principalmente junto a feriado.”

“Deixando de ser designers.”

“Ter projetos com prazos melhores para que assim o designer possa por exemplo ir em algum lugar descansar a cabeça durante o expediente.”

“Impondo limites em demandas extremas e absurdas. O que não é fácil, pois teríamos que dizer muitos “nãos” para lideranças etc. infelizmente, de forma geral, não sei se existe uma forma de equilibrar, pensando no formato em que nossa sociedade está estruturada. Mas, sempre há excessões.”

“Com cuidados com a saude e atividade física”

“Criando uma rotina e definindo um tempo específico apenas para estudo ou trabalho. Muitas vezes o trabalho do designer é feito em casa, e isso dificulta essa divisão entre vida profissional e pessoal por estarmos na nossa zona de conforto, repleto de distrações. Diminuir essas distrações, como por exemplo, desligar o celular nos momentos de trabalho e estudo, auxiliam a rotina.”

“Trabalhando de forma autônoma ou de home office sem precisar ir a um escritório todo dia. Isso facilitaria muito a organizar uma rotina de alimentação mais saudável e horário de exercício já que vc n precisaria enfrentar tanto o trânsito”

“Cada caso é um caso por depende da pessoa, portanto algo que todos podem ter em comum para ajudar a equilibrar é fazer terapia”

“Estabelecendo horários de trabalho e lazer.”

“Utopicamente conseguindo empregos com salário que consiga suprir as necessidades, para não precisar se matar pelo sustento, não é mentira pra ninguém, que o mercado de trabalho, principalmente pra quem está começando e não tem muita rede de apoio na área é muito cruel. Agora sendo mais realista, tentando organizar melhor a agenda e se policiar mais sobre procrastinação e cumprimento de prazos, além de saber definir seus limites.”

“Ter equilíbrio entre vida pessoal e profissional, negociar para que as demandas não suguem toda a sua energia e tempo, ter tempo hábil para fazer as tarefas, ter um olhar dentro das empresas de que o designer muitas vezes tem que se adequar ao prazo de todos os outros

stakeholders pra que tudo saia com mais tranquilidade pra eles, enquanto os designers se definham.”

“Organização e disciplina.”

“Trabalhando menos hora por semana, sendo mais especialistas em no máximo 2 ou 3 áreas do design e sendo mais bem pago/valorizado em sua área”

“Negociando rotinas flexíveis. Uma alternativa prática por exemplo, seria estabelecer relação de confiança com os stakeholders, principalmente mensurando seu delivery corretamente em prazos, e dar visibilidade se surgir algum impedimento na entrega programada.”

Gostaria de fazer algum comentário adicional?

8 respostas

3 pessoas responderam “Não”

O restante:

“Embora eu tenha criticado muito, acho o design uma área que pode ser muito boa, justamente por ser bem ampla e se dividir em várias outras áreas. O que falta mesmo é conseguirmos ser profissionais que se especializam em uma área ao invés de TER QUE saber de todas, por que isso é impossível, e da um burnout absurdo. Porém para isso, teríamos que mudar toda uma lógica de produção e produtividade. Mas o comentário real seria: nem tudo é desespero, embora pareça kk”

“Em nossa atividade de trabalho como qualquer outra, exige tempo, aprendizado, pesquisa, experimentação. É essencial deixar claro e estabelecer limites aos clientes, empresas e colegas de trabalho e todos os envolvidos em nossa rotina que muitas vezes se mistura com nossas vidas. Sucesso em sua jornada Luiza \o/”

“Muito interessante o questionário! Boa sorte 🍀❤️”

“Isso de ser multifaces na empresa não é bom para nem um lado. Precisa mudar essa cultura empresarial”

“Mandou bem na pesquisa, tô ansioso pra ver esse projeto. Se for possível, dê visibilidade para quem participou, do que aconteceu no pós pesquisa. Parabéns! 😊”

KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER

- Momentos de lazer / respiro;
 - Equipamentos (tecnológicos, estudo / cursos), programas, etc.
 - Pessoas + complementares, que não substituem a nossa (família) área de trabalho.
 - Habilidades comportamentais

3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN

Respeitar o tempo de criação do designer
 Fazer um fix para apoiar financeiramente o designer
 Não se opor emocionalmente para Designers

CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT

KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER

3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN

Não fazer para consumo egoísta / reclamação entre designers
 Ajudar alguém que está bravo / esgotado.
 Evitar fazer coisas em nome do design que o processo se torne mais burocrático

CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT

KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER

3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN

Compartilhar ideias
 Não

CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT

DIANA ROCHA

KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER

REDE DE APÓIOM (QUE TE INSPIRE E TE MONTE PARA PRODUIR / APRENDER) * REFERÊNCIAS * (COM SITES / REVISTAS QUE FAZEM CRÍTICA MENTE DE DESIGN)

* CONFIANÇA * (QUE NÃO TRAIÇA DE FRONTEIRA)

* LIBERDADE PARA CRIAR * (E CRIAR UM PROJETO, APRENDER PARA VOCÊ FAZER NA DIVULGAÇÃO E SE INSPIRAR)

* BOM AMBIENTE DE TRABALHO * (COMODIDADE E QUE TE DE A ZIMBRANÇA / MANEIRA DE SE SENTIR)

* SABER DEER NÃO * (NÃO / MEMÓRIAS QUE EXISTEM + DO QUE É CRIAR NO MOMENTO)

* LIVROS *

3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN

CONVERSAR (TRAZER DE EXPERIÊNCIAS E DICAS PARA COM O PROJETO)

COMUNICAR (PEDIR DE APÓIOM E TRAZER ENTÃO OS DESIGNERS)

COMPARAR (PRECONCEITO, CONTE NUNO)

CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT

O CAMIÃO DE +22 COMUMANDO

Trabalha com quem
Comunicação é o

KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER

Lauro Reynol
Geandrea Fidalgo

3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN

Mais dicas e interação de conhecimentos. Este mais trabalho com quem está chegando no mercado.

Mais interação para isso e aproximação de substituição (gerando quantidade de programas)

Trabalha com quem / suporta / mantém relacionamento de outra criatividade.

CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT

TIRED FREELANCER

KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER

INFORMAÇÃO DE DESIGN

CALENDÁRIO

REPRESENTAÇÃO

COMUNICAÇÃO

IDEIAS

PROJETO

3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN

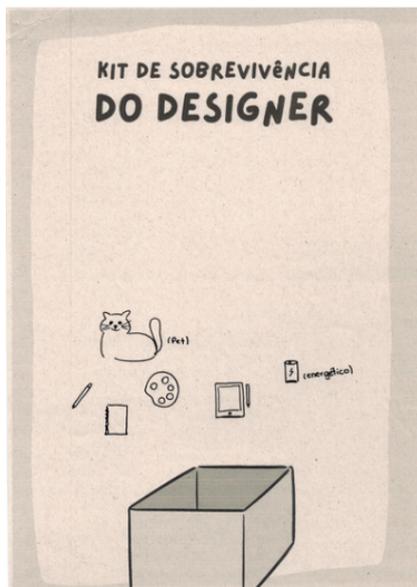
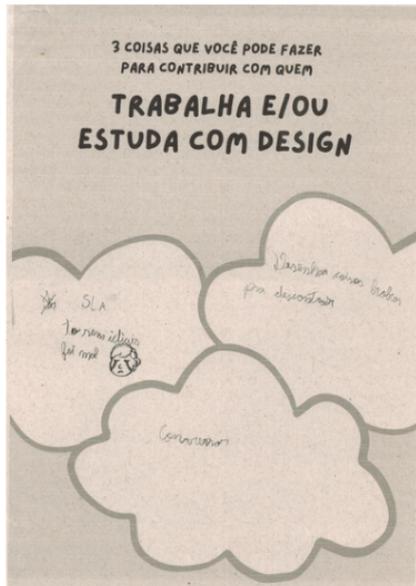
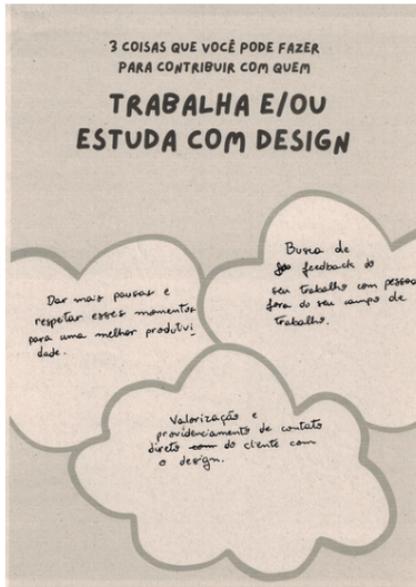
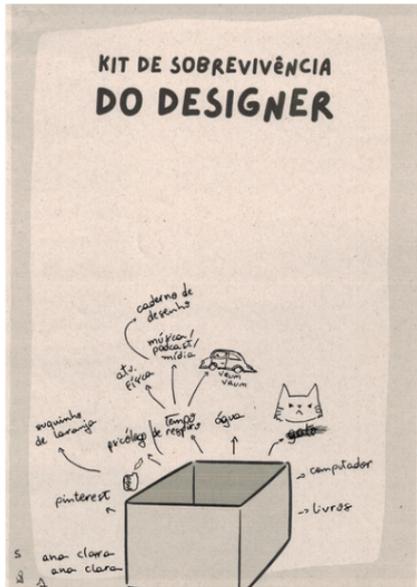
LEIA E/OU FAÇA CRIATIVIDADE

COMUNIQUE COM CRIATIVIDADE

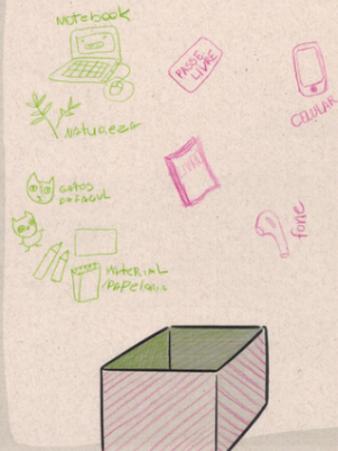
COMUNIQUE E/OU FAÇA CRIATIVIDADE PARA QUEM ESTÁ COMEÇANDO

CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT

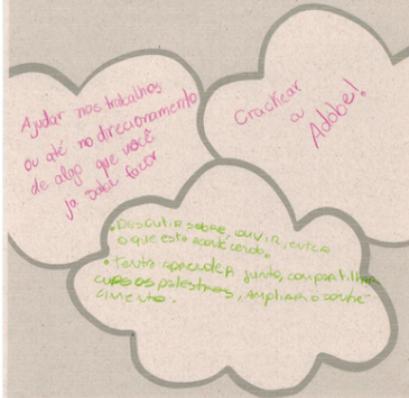
gosto de design simples, importante a estética, que que não seja simples



KIT DE SOBREVIVÊNCIA DO DESIGNER



3 COISAS QUE VOCÊ PODE FAZER PARA CONTRIBUIR COM QUEM TRABALHA E/OU ESTUDA COM DESIGN



CRIE A SUA DESIGNER T-SHIRT





PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
GABINETE DO REITOR

Av. Universitária, 1069 • Setor Universitário
Caixa Postal 86 • CEP 74605-010
Goiânia • Goiás • Brasil
Fone: (62) 3946.1000
www.pucgoias.edu.br • reitoria@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Luiza Carvalho e Sousa
do Curso de Design, matrícula 20201004200039,
telefone: (62) 99900-4020 e-mail LUUIZACS@GMAIL.COM,
na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Hawa Design Box : O Design Thinking como abordagem para se pensar o bem-estar e criatividade do designer, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 17 de Dezembro de 2023.

Assinatura do autor: Luiza Carvalho e Sousa

Nome completo do autor: Luiza Carvalho e Sousa

Assinatura do professor-orientador: Genilda S. Alexandria

Nome completo do professor-orientador: Genilda Alexandria