

# DESENVOLVIMENTO DE UM DISPOSITIVO AROMÁTICO COM ÓLEOS ESSENCIAIS: INTEGRAÇÃO ENTRE MODA E AROMATERAPIA PARA PROMOVER O BEM-ESTAR FÍSICO E EMOCIONAL NO VESTUÁRIO

Gabriela de Vargas Nazario<sup>1</sup>  
Graziela Brunhari Kauling<sup>2</sup>

## Resumo

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um dispositivo aromática com óleos essenciais, voltada para o alívio do estresse no cotidiano. A proposta consiste em criar um produto discreto, que una moda e bem-estar, atribuindo maior significado e funcionalidade ao vestuário. A pesquisa surgiu da intenção de transformar as peças de roupa em elementos capazes de contribuir com o equilíbrio emocional, especialmente em contextos de trabalho. O projeto envolve os campos da moda, da aromaterapia e do bem-estar, adotando como metodologia o Design Thinking, aliado à aplicação de questionários e testes com usuários. Os resultados demonstraram que o dispositivo funcionou de forma eficaz, despertando interesse e gerando benefícios perceptíveis aos participantes. Conclui-se que é possível inovar ao atribuir um novo sentido ao vestir, indo além da estética e promovendo cuidado emocional por meio de soluções sensoriais aplicadas ao vestuário

**Palavras-Chave:** Moda. Aromaterapia. Bem-estar. *Design Thinking*. Óleo essencial.

## DEVELOPMENT OF AN AROMATIC DEVICE WITH ESSENTIAL OILS: INTEGRATING FASHION AND AROMATHERAPY TO PROMOTE PHYSICAL AND EMOTIONAL WELL-BEING THROUGH CLOTHING

### Abstract

*This work presents the development of an aromatic device using essential oils, aimed at relieving everyday stress. The proposal consists of creating a discreet product that combines fashion and well-being, adding greater meaning and functionality to clothing. The research stemmed from the intention to transform garments into elements capable of contributing to emotional balance, especially in work contexts. The project involves the fields of fashion, aromatherapy, and well-being, adopting Design Thinking as its methodology, along with the application of questionnaires and user testing. The results showed that the device functioned effectively, generating interest and providing noticeable benefits to the participants. It is concluded that it is possible to innovate by giving new meaning to clothing, going*

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso Superior em Design de Moda no Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: Gabrielavargas200@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: graziela@ifsc.edu

*beyond aesthetics and promoting emotional care through sensory solutions applied to garments.*

**Keywords:** *Fashion. Aromatherapy. Well-being. Design Thinking. Essential oil.*

## **1. INTRODUÇÃO**

Este trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de um dispositivo aromático para o alívio do estresse, unindo os campos da moda, do bem-estar e da aromaterapia. Em um cenário marcado pela rotina acelerada e pelas pressões do ambiente de trabalho, o estresse tem se tornado um dos principais desafios enfrentados pelas pessoas. Essa realidade reforça a necessidade de se pensar em soluções práticas sensoriais que possam contribuir para a qualidade de vida e a saúde emocional dos indivíduos.

A partir dessa perspectiva, surge a proposta de criar um produto do vestuário que vai além da estética tradicional e traga significado interno a quem o utiliza. A moda, por muitos anos, foi compreendida como expressão voltada ao olhar do outro. No entanto, a inquietação que motivou esta pesquisa partiu da seguinte reflexão: se as roupas são capazes de expressar algo para o externo, por que não poderiam também expressar para o interior de quem as veste? Assim, a proposta deste trabalho busca ressignificar o vestir, utilizando-o como ferramenta de autocuidado.

O objetivo deste estudo é mostrar que o vestuário pode ser aliado ao bem-estar, trazendo benefícios reais para o alívio do estresse cotidiano. Para isso, foram definidos os seguintes objetivos específicos: investigar os fundamentos da aromaterapia e os benefícios dos óleos essenciais para a saúde física e emocional; analisar a relação entre moda e aromaterapia, considerando abordagens que integrem uma visão mais sensível e menos crítica da moda; e desenvolver protótipos de dispositivos aromáticos que possam ser incorporadas de forma funcional e visualmente discreta às peças de vestuário.

A metodologia adotada baseia-se no *Design Thinking*, envolvendo escuta ativa, construção de ideias, desenvolvimento de protótipos e aplicação de questionários quantitativos com usuários. Essa abordagem permitiu explorar a empatia e a experimentação como ferramentas centrais na criação de soluções significativas.

A proposta traz uma inovação incremental para o campo da moda, ao integrar estética, funcionalidade e cuidado emocional em um único produto. Ao longo deste trabalho, será possível observar como a moda pode ser usada não apenas como linguagem visual, mas também como suporte sensorial para promover bem-estar em contextos cotidianos.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

### **2.1. DESIGN THINKING**

O sofrimento humano, manifestado pela dor física ou emocional como o estresse, é algo que afeta diretamente a maneira como cada indivíduo interage com

o mundo, consome produtos, serviços e toma decisões. O estresse gerado no ambiente de trabalho, e nas exigências diárias de um mundo pós-moderno acelerado<sup>3</sup>, pode comprometer não somente o desempenho, mas também a saúde física e emocional. Nesse cenário, o *Design Thinking* aparece como uma abordagem para lidar com questões profundamente humanas, valorizando a empatia e a compreensão emocional do outro. Um dos principais autores sobre o tema, afirma que o *Design Thinking* “se baseia em nossa capacidade de ser intuitivos, reconhecer padrões, desenvolver ideias que tenham um significado emocional além do funcional” (Brown, 2009, p. 29). Essa abordagem busca compreender os aspectos emocionais das experiências humanas, o que é necessário em diversos contextos sociais para a resolução de problemas, criação de novos produtos ou até mesmo de inovação incremental.

Quando aplicado ao contexto de dor, o *Design Thinking* busca uma escuta mais atenta às reais necessidades dos indivíduos, empregando ferramentas que utilizam tanto o pensamento divergente – que amplia a possibilidade de visões alternativas – quanto o pensamento convergente, voltado para a tomada de decisões (Brown, 2009). Trata-se de uma abordagem que possibilita a compreensão mais aprofundada das dores do indivíduo, por tê-lo como foco principal.

Outro ponto fundamental é a valorização da “compreensão emocional” como instrumento estratégico (Brown, 2009). Em vez de tratar o consumidor como objeto de análise, ou em abordagens ultrapassadas como o alvo de ações predatórias, o *Design Thinking* propõe a construção de experiências mais significativas e com potencial de transformação (Brown, 2009). Ao analisar e considerar a dor do indivíduo, inserindo-o como participante no processo de desenvolvimento, torna-se mais viável alcançar uma criação ou resolução que realmente satisfaça seu desejo ou ofereça alívio às suas necessidades. Consequentemente, a inclusão do indivíduo no processo de criação resulta em benefícios mútuos. Nesse sentido, o autor também assegura a importância da permanência do indivíduo até mesmo na fase de prototipagem (processo de criação de um modelo preliminar, versão experimental) dos produtos. Brown (2009, p.46) destaca que,

Enquanto testar um protótipo, por exemplo, os consumidores podem nos proporcionar *insights* que apontam para um mercado mais interessante, mais promissor e, potencialmente, mais lucrativo que se revela a nossos olhos. *Insights* dessa natureza devem nos inspirar a ajustar ou repensar nossas premissas, em vez de seguir em frente presos ao plano original.

A valorização que o *Design Thinking* confere à dor e aos aspectos emocionais do indivíduo nesse processo de criação, contribui para a prevenção de episódios de estresse, como por exemplo quando o produto não supera as expectativas do indivíduo, causando uma situação de estresse, frustração e gerando, dessa forma, um novo problema em vez de proporcionar uma solução. Essa abordagem centrada no ser humano, proporciona descobrir as necessidades emocionais dos indivíduos, o que se mostra essencial ao aplicar a aromaterapia à moda. Adicionando esse olhar

---

<sup>3</sup> Para Maffesoli (2010), a pós-modernidade é a sinergia, a simbiose do desenvolvimento tecnológico com o arcaico. Entende-se por arcaico tudo aquilo que é da ordem do sentimento, do afetivo, do emocional, do não racional, isto é, tudo aquilo que nos constitui, que nos interessa, as paixões, os ódios, o amor, a ânsia de conquistar, os desejos em geral.

ao processo de criação dentro da moda, é possível desenvolver não somente produtos que trazem o valor estético, mas também que oferecem experiências de bem-estar, físico e emocional. Nesse contexto, a aromaterapia é uma opção sensorial que traz acesso ao campo emocional, unindo como a moda pode agir como meio de potencializar o vestir como autocuidado.

## 2.2. AROMATERAPIA

A partir dessa perspectiva, o estresse conhecido como “a doença da vida moderna” afeta diretamente o estado emocional do indivíduo (Price, 2024). Ele surge como um fator relevante na construção de soluções voltadas ao bem-estar emocional. As exigências cotidianas impõem uma carga significativa de responsabilidades, tanto no ambiente de trabalho quanto em contextos pessoais, que de certa forma acaba ocasionando o estresse, conseqüentemente afetando nossas emoções, trazendo consigo sentimentos de angústia e ansiedade, dentre outras causadas por ele.

Em cenários de sobrecarga como esses, as emoções humanas passam a ser ainda mais influenciáveis por fatores externos. Segundo a autora, fatores como o clima e o ambiente ao redor podem exercer impacto sobre o estado emocional do indivíduo, elevando ou reduzindo seu ânimo (Price, 2024). Um exemplo relacionado a esse fenômeno é o modo como as cores podem induzir a sensação de fome, ao estimularem e influenciarem o comportamento humano, de maneira semelhante à forma como o clima afeta nossas emoções.

Nesse contexto, a autora propõe a aromaterapia como uma ferramenta capaz de promover equilíbrio emocional e bem-estar, sem ceder a utilização de métodos artificiais. A aromaterapia define-se como uma terapia complementar que utiliza óleos essenciais extraídos de plantas para o tratamento de sintomas clínicos e a promoção do bem-estar e saúde do indivíduo, integrando corpo, estado de espírito e mente (Dias; Domingos; Braga, 2019). Os óleos essenciais das plantas têm ativos que ajudam na liberação e no alívio de certos sentimentos reprimidos, assim como os pensamentos positivos ajudam a evitá-los (Price, 2024). A forma mais eficaz de utilizar os óleos para tais fins é através da inalação, considerado o método mais rápido e eficaz, normalmente embebido em algodão, vaporizador ou *pot-pourri* (o óleo é depositado em pétalas de flores para expandir o aroma). As moléculas dos óleos essenciais, ao serem inaladas, percorrem o interior do nariz e seguem dois caminhos distintos, parte delas é direcionada aos pulmões, enquanto outras seguem diretamente para o cérebro, produzindo efeitos sensoriais e emocionais (Price, 2024). Além de atuar no nosso sistema respiratório, os aromas também possuem impacto direto sobre aspectos emocionais, uma vez que parte das moléculas inaladas atingem o cérebro, provocando reações emocionais que variam de acordo com as propriedades químicas de cada óleo e com a memória olfativa do indivíduo (Price, 2024).

Price (2024) reforça esse ponto ao afirmar que, “as emoções que um aroma desperta podem ser distintas em diferentes pessoas, conforme as experiências passadas de cada uma” (Price, 2024, p. 53). Certos aromas remetem a experiências de vida, como o cheiro de bolo recém assado que provoca lembranças afetivas e proporciona uma sensação de acolhimento. Essa ação acontece porque a mente é o principal centro de regulação das emoções, ao ser estimulada por determinados

aromas, pode conduzir o indivíduo a estados de calma e relaxamento, dependendo do tipo de óleo utilizado. O aroma envia uma mensagem através do bulbo e do trato olfativo até o cérebro, mais precisamente ao sistema límbico, que é o responsável por ativar memórias, sentimentos e emoções (Price, 2024). Além dos benefícios emocionais, os óleos essenciais também possuem propriedades que trazem alívios físicos, como ação anti-inflamatória e estimulante, tornando a aromaterapia uma prática natural, saudável e eficaz.

Incorporar esse recurso à rotina, seja durante as atividades diárias ou especialmente no momento do sono, pode contribuir significativamente para o alívio do estresse e das emoções associadas, como ansiedade, angústia e irritabilidade. Observa-se que as terapias complementares adotam uma abordagem holística do sujeito, caracterizando-se por técnicas seguras, não invasivas e com boa relação custo-benefício (Dias; Domingos; Braga, 2019). A partir dessa compreensão geral sobre os efeitos da aromaterapia no corpo e mente, é possível aprofundar mais explorando alguns óleos utilizados nessa prática.

Os óleos essenciais têm notáveis propriedades de equilíbrio, explicando como alguns atuam como estimulantes e revigorantes, enquanto outros têm efeitos calmantes e sedativos (Price, 2024). Conhecer essas propriedades ajuda a entender como eles contribuem para o bem-estar e como escolhê-los da maneira correta, dependendo da necessidade de cada pessoa. Para este estudo, foram selecionados três tipos de aromas que possibilitam ativar propriedades terapêuticas como calma e equilíbrio no intuito de diminuir o estresse diário, gerando maior conforto, relaxamento e bem-estar.

O óleo essencial de **Lavanda** é amplamente reconhecido e justifica a reputação que possui. Esta, reúne diversas propriedades benéficas para o alívio do sofrimento, por ser analgésica, contribui para o alívio da dor. O potencial terapêutico da lavanda tem sido amplamente investigado e aproveitado por diversos setores da indústria, como farmacêutica, cosmetológica, alimentícia e perfumaria (Dias; Domingos; Braga, 2019). Seu efeito sedativo é extremamente útil no combate ao estresse provocado pela dor, especialmente por promover o relaxamento mental e facilitar o sono (Price, 2024). Embora a lavanda seja amplamente utilizada para aliviar o estresse e a dor, é importante considerar alternativas mais delicadas quando se trata do tratamento infantil, nesse sentido a camomila é uma opção eficaz e segura para crianças.

O óleo essencial de **Camomila**, indicado também para as crianças, é especialmente útil no alívio de episódios de crise de irritação e agitação. Suas propriedades também contribuem para amenizar sentimentos como frustração e raiva resultantes do estresse (Price, 2024). Enquanto a camomila atua suavemente sobre os estados emocionais mais reativos, o óleo essencial a seguir se mostra também eficaz. O óleo essencial de **Rosa** possui propriedades equilibrantes, que promovem relaxamento e melhora do estado emocional. Além disso, este também possui propriedades anti-inflamatórias, sendo eficaz no alívio da raiva e de outros sinais de estresse emocional (Price, 2024). Esses óleos essenciais destacam-se por sua ação direta no campo emocional e no alívio do estresse, apresentando benefícios distintos, porém complementares.

Considerando as ervas citadas anteriormente, percebe-se que cada uma delas demonstra eficácia específica em distintas áreas da saúde física e emocional, abaixo apresenta-se a área de atuação de cada uma das ervas mencionadas:

**Lavanda-** analgésica, fungicida, antiviral, anti-inflamatória, antiespasmódica, anticatarral, relaxante e estimulante, cardiotônica, cicatrizante, neurônica (Price, 2024).

**Camomila-** anti-inflamatória, antiespasmódica, relaxante e estimulante, cicatrizante, descongestionante, digestiva, hormonal, sedativa (Price, 2024).

**Rosa-** relaxante e estimulante, cicatrizante, neurotônica, sedativa (Price, 2024).

A escolha dos três óleos essenciais utilizados neste trabalho, fundamenta-se na análise criteriosa de suas propriedades terapêuticas. Dentre a ampla variedade de óleos disponíveis, foram selecionados aqueles que apresentam de forma comprovada, compostos bioativos com efeito ansiolítico e relaxante.

Levando em consideração os múltiplos benefícios e a comprovada eficácia da aromaterapia na promoção do bem-estar, é possível traçar conexões com outras esferas sensoriais e expressivas do cotidiano. Nesse contexto, destaca-se a moda, que, assim como a aromaterapia, pode ser compreendida como um instrumento de cuidado, expressão individual e equilíbrio emocional, que costuma cuidar de fora para dentro. O ato de se vestir, enquanto forma de autocuidado, exerce influência direta sobre o estado emocional do indivíduo ao longo do dia. Situações em que a escolha da vestimenta não é percebida como adequada ao contexto social podem desencadear sentimentos negativos, como constrangimento, insegurança e vergonha, impactando diretamente o bem-estar emocional.

### 2.3. MODA

Assim como a aromaterapia atua de forma sensível no campo emocional e físico, a moda também deve e pode ser apresentada como um canal sensorial afetivo, capaz de promover o bem-estar e resgatar memórias pelo vestir. Segundo o autor, a moda transcende sua função básica de vestimenta, “a moda pode cumprir um propósito muito maior do que cobrir o corpo. Como uma arte, ela pode nos ajudar nos dilemas mais íntimos do nosso cotidiano” (Carvalho, 2016, p.80). O autor também faz referência ao livro *Arte com Terapia* e ressalta o impacto emocional causado pela visão apresentada na obra (Carvalho, 2016).

Se é possível comunicar mensagens por meio da moda, por que então ela não poderia também transmitir significados à mente de quem as utiliza? Pode-se considerar que, em vez de afirmar “hoje quero vestir vermelho”, seria possível dizer “hoje desejo vestir calma”, o que revela como a moda pode ser compreendida como um meio de expressão do ser guiado pela emoção, uma prática que preserva experiências e que possui potencial de transmitir sentimentos (Carvalho, 2016).

Assim como a moda se configura como uma forma de expressão emocional, o design também desempenha um papel fundamental ao transformar as emoções, potencializando experiências vividas em sentimento. O *design* “tem o poder de enriquecer nossa vida, envolvendo nossas emoções por meio de imagens, formas, texturas, cores, sons e aromas” (Brown, 2009, p. 195). Esse potencial pode ser identificado em projetos que aliam estética e sensorialidade de forma sutil e eficaz, como é o caso do dispositivo desenvolvido neste trabalho, que aposta em um design discreto e na inserção de aromas como forma de ativar memórias e sensações. Afinal, a fragrância é capaz de induzir a mudança de humor, trazendo realmente a sensação de bem-estar (Price, 2024).

A proposta desenvolvida neste trabalho nasce entre a interseção da abordagem empática do *Design Thinking*, considerando a transição de atender apenas a funcionalidade para considerar também os aspectos emocionais (Brown, 2009). Juntamente com os aspectos terapêuticos da aromaterapia e a função comunicativa da moda, apresenta-se uma solução sensorial que entrega uma discreta estética aliada ao sensorial olfativo, proporcionando bem-estar não somente pela prática do vestir, mas também por sua ação direta sobre o estado emocional de quem as utiliza. Com base nos princípios da aromaterapia, “a utilização de uma abordagem prática e holística pode contribuir para o alívio de dificuldades emocionais” (Price, 2024, p. 131).

Nesse contexto, a moda é compreendida como um ato de expressão do ser, que vai além do visual, comunicando não somente uma intenção externa, mas também interna. Com isso, compreende-se a moda como ferramenta terapêutica e de autoconhecimento, capaz de orientar, motivar e oferecer conforto, contribuindo para o crescimento pessoal (Carvalho, 2016). O dispositivo aromático, portanto, sintetiza os eixos explorados nesse referencial, unindo emoções, funcionalidade e uma maneira de usar a moda como expressão dos aspectos internos.

### 3 METODOLOGIA

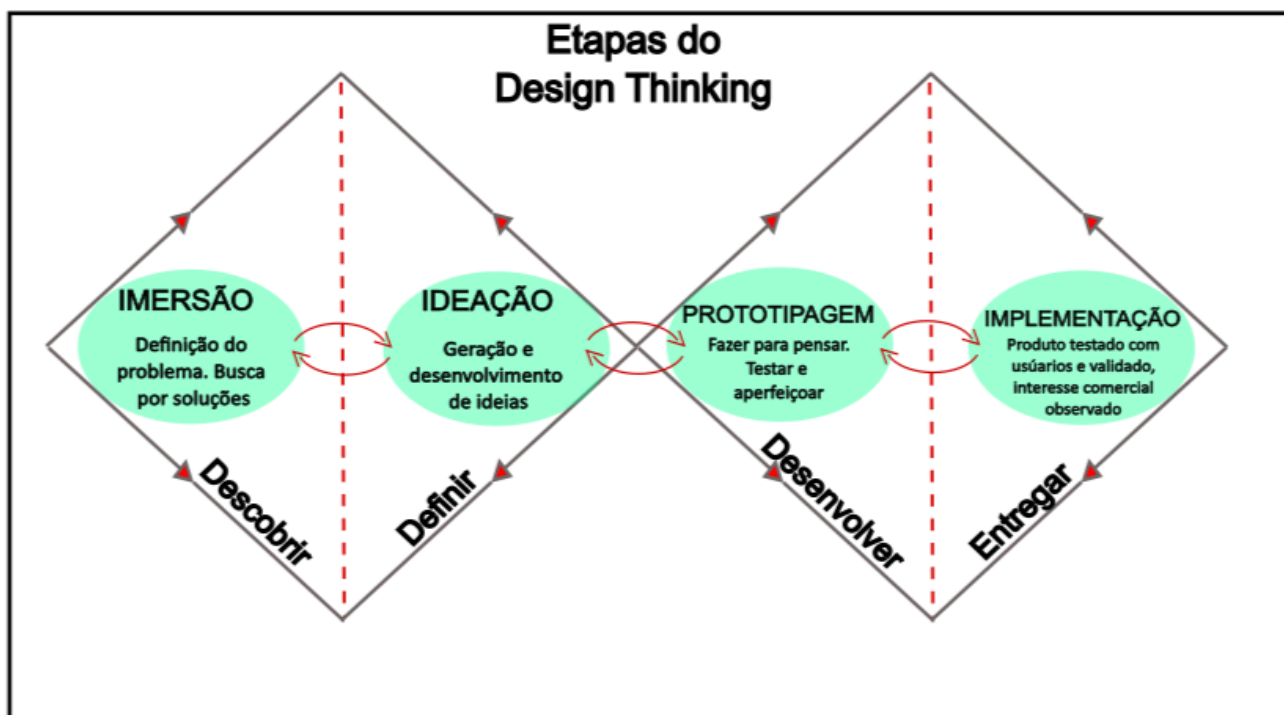
Primeiramente, foi desenvolvido um plano de leitura sobre os temas *Design Thinking*, Aromaterapia e Moda, com o intuito de construir uma base teórica sólida que orientasse a delimitação do problema, a formulação dos objetivos e a fundamentação da proposta prática. O conhecimento é amplamente adquirido por meio da leitura, sendo possível identificar os elementos mais relevantes em meio aos secundários, utilizando-os como base para a geração de novas ideias (Lakatos; Marconi, 2003).

Quanto aos aspectos metodológicos, optou-se por uma abordagem mista. Inicialmente, foram aplicados dois questionários estruturados com perguntas de respostas fechadas, voltados a um grupo específico de profissionais da área de vendas, atuantes em um *shopping* atacadista, e a uma profissional da área de aromaterapia. O objetivo dessa etapa foi transformar percepções e opiniões em informações quantificáveis, possibilitando sua análise estatística inferencial e objetiva. Conforme descrevem Lakatos e Marconi (2003), “a pesquisa quantitativa transforma opiniões e informações em dados numéricos para fins de classificação e análise”. Em um segundo momento, os resultados obtidos foram interpretados com uma análise qualitativa, permitindo uma reflexão mais profunda sobre os padrões identificados e seus significados no contexto da proposta desenvolvida. Essa integração de métodos, amplia os enfoques sobre o objeto de estudo, Para Lakatos e Marconi (2003, p. 111) “os métodos de procedimento muitas vezes são utilizados em conjunto, com a finalidade de obter vários enfoques do objeto de estudo”.

Complementarmente, o processo de *Design Thinking* foi adotado como estrutura metodológica principal para o desenvolvimento da proposta prática, orientando as etapas de imersão, ideação, prototipagem e implementação. Esse processo visa refinar ideias, criar soluções com clareza e testá-las por meio da prototipagem em diferentes níveis de complexibilidade (Brown, 2010). A Figura 1 apresenta o fluxograma utilizado no desenvolvimento da proposta, com base nas etapas do *Design Thinking* aplicadas ao projeto do dispositivo aromático.



Figura 1. Etapas do *Design Thinking*



Fonte: Adaptado de BROWN (2010)

As etapas do *design* não são um processo linear, segundo Brown (2008) é um processo marcado de idas e vindas por alguns espaços principais: imersão, quando o designer mergulha no contexto do problema ou oportunidade para entender as reais necessidades das pessoas; ideação, fase em que são geradas, desenvolvidas e testadas ideias que possam oferecer soluções; e implementação, que diz respeito à concretização dessas soluções e sua introdução no mercado. Não esquecendo é claro, da prototipagem, “o próprio processo de prototipagem cria a oportunidade de descobrir novas e melhores ideias” (Brown, 2009, p.156) traz o pensamento de construir para pensar.

### 3.1. COLETA DE DADOS

A primeira coleta de dados foi a aplicação de um questionário estruturado com uma profissional da área terapêutica, Natália Monteiro terapeuta integrativa, há 5 anos. A primeira pergunta apresentava o objetivo do projeto — um dispositivo aromático para alívio do estresse — e questionava a terapeuta quanto à sua opinião sobre a viabilidade da proposta sob a perspectiva terapêutica. A profissional respondeu de forma incerta, utilizando o termo “talvez”. A segunda pergunta investigava a credibilidade atribuída pela profissional em relação à influência dos aromas terapêuticos na promoção do alívio do estado emocional de um indivíduo. A terapeuta confirmou sua crença nessa eficácia, respondendo com “Sim”. A terceira pergunta indagava se a profissional acreditava que produtos provenientes da moda poderiam atuar como aliados no cuidado emocional das pessoas, ela confirmou respondendo “Sim”. A quarta pergunta solicitava a opinião de Natália sobre o potencial da união entre moda e bem-estar para atingir o público contemporâneo,

Natália confirmou, respondendo afirmativamente com “Sim”. A quinta e última pergunta do questionário indagava se a profissional teria interesse em utilizar, em seu cotidiano, uma peça de roupa que incorpora óleos essenciais com a finalidade de aliviar o estresse. Por fim, a profissional respondeu afirmativamente, demonstrando interesse com “Sim”.

Figura 2 – Quadro de perguntas e respostas com a terapeuta integrativa

PERGUNTA	RESPOSTA
1) A proposta deste projeto é o desenvolvimento de um dispositivo aromático, embebido em óleos essenciais com propriedades calmantes. Você considera essa aplicação viável do ponto de vista terapêutico?	Talvez
2) Você acredita que o contato com aromas suaves e terapêuticos durante o dia de um indivíduo pode influenciar positivamente seu estado emocional?	Sim
3) Como profissional da área terapêutica, você acredita que produtos de moda podem se tornar aliados no cuidado emocional das pessoas?	Sim
4) Você acredita que iniciativas como essa, que unem moda e bem-estar, têm potencial para alcançar o público contemporâneo?	Sim
5) Você gostaria de utilizar, no seu dia a dia, uma peça de roupa que incorporasse óleos essenciais com o objetivo de estimular o alívio do estresse?	Sim

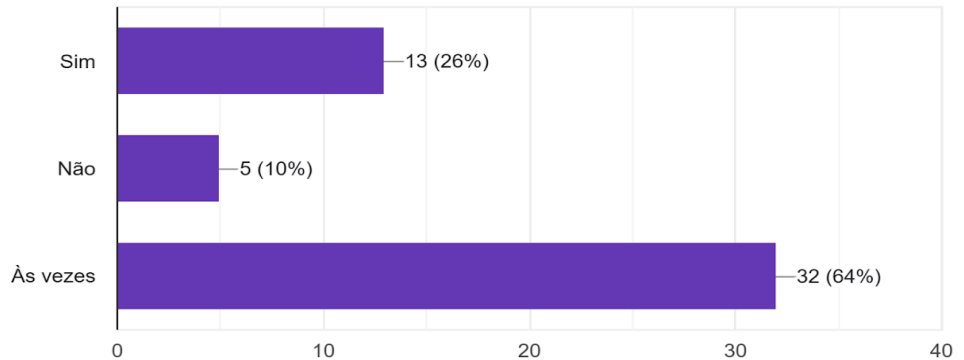
Fonte: Da autora (2025)

As respostas da terapeuta Natália Monteiro evidenciam a força terapêutica da aromaterapia na promoção do bem-estar emocional, ressaltando como essa prática contribui para o equilíbrio psicológico e na qualidade de vida. Natália traz também a afirmação a respeito da união entre moda e bem-estar, alinhando-se a visão de Carvalho, (2016) que fala o quanto o corpo é sensível e carregado de significados, e como o vestuário pode influenciar diretamente o emocional de quem usa.

A segunda parte da coleta de dados foi a aplicação de um questionário quantitativo a um grupo de cinquenta profissionais atuantes na área de vendas, com tempo de experiência entre 3 e 25 anos, no Shopping Atacadista Litoral Sul, localizado na cidade de Sombrio, SC. A referida coleta visou investigar a percepção dos participantes sobre a possibilidade e a disposição em utilizar um dispositivo aromático como recurso para alívio do estresse durante a rotina de trabalho. Além disso, buscou-se identificar quais aromas seriam mais agradáveis e condizentes às suas necessidades.

Figura 3 – Sobre a rotina dos participantes

Você considera sua rotina de trabalho estressante?  
50 respostas

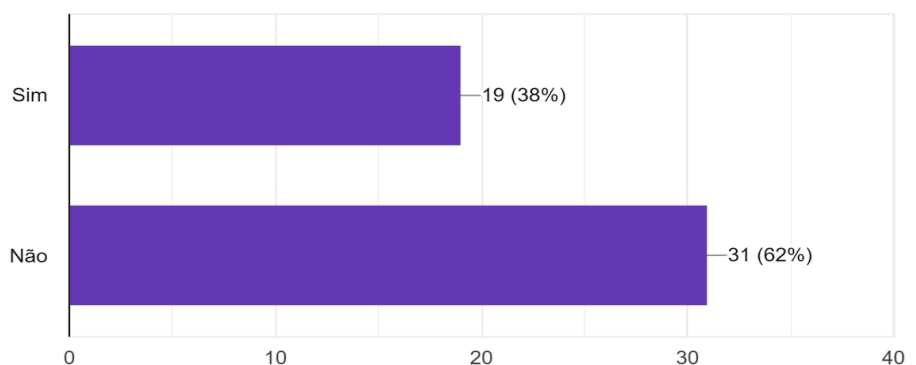


Fonte: Da autora (2025)

A maioria dos respondentes (64%) indicou que, às vezes, considera sua rotina de trabalho estressante. Esse dado revela que uma parcela significativa do público-alvo experimenta níveis moderados a altos de estresse em sua rotina de trabalho. Reforçando a relevância de soluções que promovam o bem-estar emocional. Nesse sentido, Brown (2009) destaca que as pessoas precisam estar no centro de todo processo criativo, o que legitima propostas que buscam compreender e atender seus problemas e necessidades.

Figura 4 – Sobre o uso de óleos essenciais

Você já usou óleos essenciais para relaxamento ou alívio do estresse?  
50 respostas



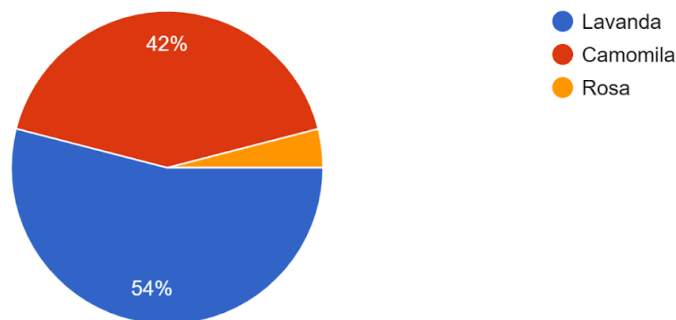
Fonte: Da autora (2025)

Os dados demonstram que (62%) dos participantes nunca utilizaram óleos essenciais com finalidades terapêuticas, enquanto (38%) afirmaram já ter recorrido a

esse recurso para relaxamento ou alívio do estresse. O resultado evidencia uma oportunidade para ampliar o conhecimento a alternativas naturais de cuidado emocional. Segundo Price (2024), o uso da inalação de óleos essenciais é especialmente eficaz para aliviar emoções negativas, devido ao acesso direto ao cérebro, regulando sentimentos e ações.

Figura 5 – Sobre os aromas

Qual aroma ou fragrância você mais gosta ou acha relaxante?  
50 respostas



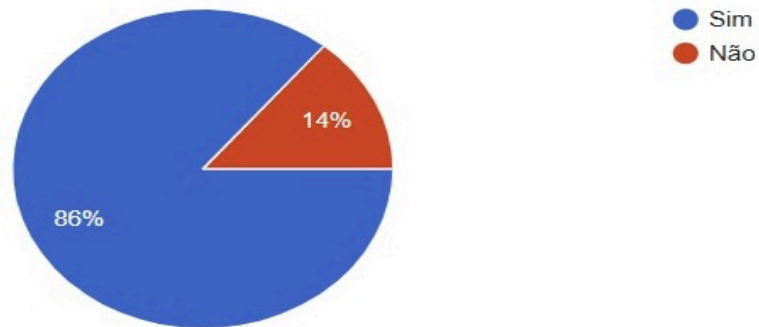
Fonte: Da autora (2025)

De acordo com as respostas dos participantes, a fragrância de lavanda foi a mais citada como aroma relaxante, com (54%) das respostas. Em seguida, a camomila foi mencionada por (42%) dos respondentes, enquanto apenas (4%) indicaram rosa como aroma preferido. Com base nesses dados a escolha dos óleos essenciais para o dispositivo aromático pode priorizar esses aromas, aumentando a eficácia e a aceitação pelo público-alvo.

Figura 6 - Sobre a usabilidade

Você estaria disposta a usar um dispositivo aromático (fixado à roupa) com óleo essencial para ajudar no estresse durante o trabalho?

50 respostas



Fonte: Da autora (2025)

A maioria dos participantes (86%) afirmou que estaria disposta a utilizar um dispositivo aromático discreto fixado à roupa durante o trabalho, enquanto (14%) disseram que não utilizariam. Esses dados demonstram uma considerável receptividade à proposta apresentada. Essa alta porcentagem de aceitação pode ser explicada devido a desejabilidade do produto, ou seja, à capacidade de fazer sentido para as pessoas e se conectar com suas emoções e necessidades, tornando a experiência mais significativa e pessoal (Bwon, 2009). Além disso, mesmo entre aqueles que nunca utilizaram óleos essenciais (62%), a concordância na utilização da etiqueta aromática foi significativa. Os dados indicam potencial de aceitação, reforçando a relevância da proposta voltada ao bem-estar emocional no ambiente de trabalho.

### 3.2. Desenvolvimento do Protótipo

**Fase de imersão** - a ideia inicial desta pesquisa surgiu na 6ª fase do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, durante a unidade curricular de desenvolvimento de coleção final (autoral). A motivação que levou a autora a desenvolver a proposta de um dispositivo aromático aplicado ao vestuário surgiu a partir de uma reflexão vivenciada durante a graduação. Ao ingressar no curso, ela compreendeu que a moda vai além do ato de vestir, trata-se de uma forma de expressão. Desde então, buscou traduzir sentimentos e ideias pessoais por meio de suas criações. No entanto, suas tentativas anteriores não alcançavam uma conclusão que realmente a satisfizesse.

Em meio a esse processo, surgiu uma inquietação: por que a moda, enquanto forma de expressão, deveria necessariamente comunicar algo apenas ao olhar do outro? Por que não poderia também ser um meio de provocar transformações internas em quem a veste? A partir dessa indagação, a autora passou a entender a roupa como um potencial canal de expressão voltado ao próprio sujeito, capaz de estimular reflexões e mudanças de estado emocional e mental.

**Fase de ideação/prototipação** - após intensa pesquisa para a realização da

coleção, como valores da marca, escolha de tecidos e materiais, formas estudo de tendências e desenho dos *looks*, foi preciso pensar sobre a intenção principal dos produtos. Como desenvolver um produto discreto aplicado à roupa com óleos essenciais que ajudasse no equilíbrio emocional do dia-a-dia? Nessa etapa, surge como diferencial o primeiro protótipo do dispositivo aromático aplicada à roupa utilizando materiais recicláveis. Este, foi desenvolvido a partir de tampinhas plásticas, e, como sistema de fechamento da base, um ímã proveniente de calendários de geladeira. Esse ímã também permitia a fixação da etiqueta a uma peça metálica acoplada à roupa, possibilitando sua remoção quando necessário.

No entanto, o projeto não teve continuidade, uma vez que a estrutura reciclável do dispositivo não oferecia resistência suficiente para se manter presa ao metal, tampouco permitia a abertura para reposição da essência aromática. Assim, o design final foi considerado insatisfatório do ponto de vista estético. Na Figura 7, é possível visualizar o primeiro protótipo da etiqueta aromática desenvolvido com materiais recicláveis.

Figura 7 - Primeiro protótipo (reciclável)



Fonte: Da autora (2025)

**Volta à fase de imersão** - para o desenvolvimento deste trabalho, a proposta foi retomada com aperfeiçoamentos no design e na ergonomia de uso, optando-se, portanto, pela não utilização de materiais recicláveis, a fim de viabilizar essas melhorias.

**Fase de ideação/prototipagem** - o desenho do protótipo foi desenvolvido por meio de um *software* específico e posteriormente enviado à empresa responsável pela impressão em 3D. O protótipo pode ser visualizado na Figura 9. O terceiro protótipo foi confeccionado por meio de impressão 3D, utilizando resina como material base. No entanto, a empresa responsável pela produção não compreendeu integralmente a proposta do projeto, resultando em um modelo com dimensões excessivamente robustas, o que comprometeu sua discrição e inviabilizou a fixação adequada à peça de vestuário. A representação do terceiro protótipo pode ser visualizada na sequência da Figura 8.

Figura 8 - Desenho protótipo e protótipo em resina incorreto

PROTÓTIPO DISPOSITIVO AROMÁTICO



Raio 1,2 cm  
Aberturas para saída do aroma  
Sistema de fechamento com clique



Arco para fixar na peça  
comprimento 0,5mm  
largura 0,5mm



Espessura de 0,8mm  
espaço onde o algodão  
será inserido com  
a essência



Fonte: Da autora (2025)

**Fase de ideação/prototipagem** - o quarto protótipo foi desenvolvido em plástico, como uma versão preliminar para posterior produção em resina. Por se tratar de um teste, o modelo não apresentava os acabamentos finais, tampouco a argola destinada à fixação em peças de vestuário. Apesar disso, o sistema de fechamento por clique demonstrou boa viabilidade, e o aspecto visual da peça, que incluía relevos, também foi considerado satisfatório. O uso do plástico apresentou vantagens como a possibilidade de escolha de cores e a opacidade do material, o que evitava a transparência que expunha o algodão inserido no interior da etiqueta. A representação desse protótipo pode ser visualizada na Figura 9.

Figura 9 - Protótipo teste em plástico



Fonte: Da autora (2025)

**Fase de prototipagem** - o quinto e último protótipo foi confeccionado em resina, já incorporando os ajustes necessários e o sistema de fechamento por clique. No entanto, o resultado obtido foi insatisfatório, uma vez que o material apresentava transparência, o que comprometia a estética da peça. Além disso, o sistema de clique não funcionou adequadamente. Outro fator limitante foi o comportamento da resina ao entrar em contato com a essência aromática: o material absorvia o líquido, provocando umidade, o que tornava o uso inviável tanto do ponto de vista estético quanto ergonômico, pois havia o risco de transferência da essência para o tecido da

roupa, podendo causar manchas. O protótipo final em resina encontra-se ilustrado na Figura 10.

Figura 10 - Protótipo teste em resina



Fonte: Da autora (2025)

**Fase de prototipagem/implementação** - após os testes realizados, decidiu-se que os dispositivos seriam produzidos em plástico, considerando tanto a viabilidade técnica quanto os aspectos relacionados ao design. Foram realizados os ajustes necessários e as peças foram confeccionadas em três diferentes cores.

**Fase de ideação/prototipagem** - um quarto protótipo, também desenvolvido em resina, apresentou as dimensões adequadas, no entanto, o aspecto visual do material escolhido não foi satisfatório. Além disso, observou-se que o sistema de abertura por clique não funcionava corretamente.

**Fase de implementação** - após a realização de todos os testes e a implementação dos ajustes necessários, o resultado final do design pode ser observado na Figura 11.

Figura 11 - Design final e interior com a essência depositada



Fonte: Da autora (2025)

Essa sequência de fases e prototipagens evidencia que o desenvolvimento do dispositivo aromático não seguiu um percurso linear e previsível, mas sim um processo marcado por tentativas, erros e ajustes. A reformulação do design em diferentes materiais, a análise da ergonomia e os testes com usuários demonstram a aplicação prática da escuta ativa e da empatia.

Ao respeitar as fases e as idas e vindas, o projeto reafirma sua essência

central no ser humano e no valor da experiência. Brown (2009), destaca que a prototipagem, ao ser colocada em prática, abre espaço para o surgimento de melhorias e novas ideias ao longo do processo.

#### **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

##### **4.1. TESTE DE VALIDAÇÃO DO DISPOSITIVO**

Para finalizar a viabilidade da proposta, foi realizado um teste de eficácia do dispositivo aromático com uma profissional do setor de vendas, Priscila Viana Machado, 39 anos, gerente de vendas da loja Trip Jeans, localizada no Shopping Atacado Litoral Sul, em Sombrio (SC). A participante atua como gerente há 7 anos e possui 20 anos de experiência na área de vendas. O dispositivo foi utilizado por um período contínuo de 36 horas. Segundo o relato da participante, no início houve uma leve demora para perceber o aroma da essência após a inserção na peça do vestuário. No entanto, após algum tempo, o aroma tornou-se perceptível e não causou nenhum tipo de desconforto, como dor de cabeça ou rinite. Durante sua rotina de trabalho, relatou sentir-se mais leve emocionalmente, com efeitos mais perceptíveis do final da tarde para início da noite, possivelmente devido ao uso prolongado da essência.

A participante também utilizou o dispositivo durante a prática de exercícios físicos e relatou sentir mais disposição e concentração para realizar as atividades. Durante a noite, relatou sentir sono mais cedo que o habitual, embora tenha ido dormir no horário de costume (por volta das 22h30). Nessa ocasião, o sono foi mais profundo, ao contrário de sua rotina habitual de acordar duas a três vezes durante a madrugada, despertou apenas uma vez e voltou a dormir em seguida. Na manhã seguinte, afirmou ter acordado com sensação de bem-estar, percepções de menor irritabilidade e redução de pensamentos negativos. No segundo dia de sono, relatou que a qualidade de sono foi ainda melhor que na noite anterior.

Os efeitos relatados pela participante corroboram os resultados esperados nesta pesquisa, especialmente no que se refere à influência positiva sobre o estado emocional e o bem-estar durante o uso da etiqueta aromática. As percepções de redução da irritabilidade, aumento da concentração, sensação de relaxamento, leveza e melhora na qualidade do sono são compatíveis com os benefícios atribuídos aos compostos ativos dos óleos essenciais sobre o sistema emocional humano. Esses achados reforçam a viabilidade da aplicação da aromaterapia no vestuário de forma funcional e discreta, evidenciando o potencial da proposta quanto à sua aplicabilidade prática e eficácia na promoção do bem-estar emocional.

##### **4.2. ANÁLISE GERAL DOS RESULTADOS**

O produto final atendeu às expectativas da autora. Durante o processo de testes, foi possível observar que o dispositivo cumpriu seu papel emocional, proporcionando uma sensação de bem-estar ao ser utilizada, experiência essa descrita como simples e acolhedora. A proposta do dispositivo se configura como uma inovação no campo da moda ao estabelecer uma comunicação sensorial com o

corpo e a mente por meio da experiência olfativa. Acredita-se que essa abordagem possa contribuir para o fortalecimento de uma moda mais afetiva, sensorial e conectada com o bem-estar do indivíduo.

Além disso, a partir da literatura consultada os efeitos relatados validam os achados teóricos de Price (2024) e de Dias, Domingos e Braga (2019), que defendem a eficácia dos óleos essenciais na regulação emocional, mostrando que a utilização do dispositivo no cotidiano pode reproduzir os efeitos e benefícios descritos na literatura. O desenvolvimento da etiqueta passou por diversas etapas, incluindo falhas, ajustes, diálogos e testes com o usuário final. Esse percurso confirma os princípios do *Design Thinking*, uma vez que o resultado final só foi alcançado por meio da escuta ativa, da empatia com o público-alvo e da reformulação contínua de ideias e materiais.

Os resultados obtidos por meio do questionário quantitativo aplicado ao grupo de trabalhadores também foram positivos. Verificou-se que a maioria dos participantes considera sua rotina de trabalho, em certa medida, estressante, e demonstrou receptividade quanto ao uso do dispositivo aromático como recurso para auxiliar na melhora do estado emocional durante o dia a dia.

No entanto, o presente trabalho apresentou algumas limitações. Uma delas refere-se ao número de participantes que se dispuseram a responder ao questionário, totalizando um grupo de 50 pessoas, número inferior ao inicialmente planejado pela autora. Além disso, houve certa dificuldade em encontrar em sua região empresas que trabalhassem com impressão 3D e que estivessem dispostas a compreender a proposta do projeto, realizando testes ou produzindo pequenas quantidades do protótipo.

Como desdobramento futuro, a autora pretende explorar outros materiais e formatos para o desenvolvimento da etiqueta, como, por exemplo, um broche em prata. Também se considera a adaptação do produto para aplicação no vestuário infantil noturno, com foco especial na promoção do relaxamento e na melhora da qualidade do sono.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo desenvolver um dispositivo aromático com óleos essenciais, unindo os campos da moda e da aromaterapia para promover o bem-estar físico e emocional do usuário. A partir da fundamentação teórica apresentada, foi possível compreender que a aromaterapia atua diretamente no sistema nervoso, promovendo relaxamento, alívio do estresse e equilíbrio emocional por meio da inalação de compostos voláteis presentes nos óleos essenciais (Price, 2024). Assim, possibilita uma abordagem não invasiva contribuindo para a saúde emocional do indivíduo.

Ao relacionar moda e aromaterapia, o projeto buscou ultrapassar a visão da moda como estética, propondo-a como uma prática sensível e terapêutica para quem a veste. Conforme Carvalhal (2016), a moda pode funcionar como uma ferramenta de autoconhecimento, comunicação emocional e cuidado. Assim o dispositivo torna-se mais do que um implemento funcional: ela representa autocuidado, conexão entre corpo mente e vestuário.

Durante o processo de desenvolvimento, o *Design Thinking* foi adotado como

tema central, permitindo que o projeto fosse construído de forma empática e iterativa. A cada nova prototipagem, foram identificadas falhas e oportunidades de aprimoramento. Essa característica, conforme Brown (2009), é inerente a projetos centrados no ser humano e voltados à inovação com propósito.

Em relação ao desenvolvimento técnico, os desafios enfrentados, tais como, limitação de tempo, verba e materiais, restringiram a sofisticação do design e a escolha de componentes. Ainda assim, foi possível alcançar um resultado funcional, discreto e aceito pelo usuário. A etapa de validação, por meio da aplicação do dispositivo em contexto real, reforçou os benefícios sensoriais e emocionais do produto, comprovando a viabilidade da proposta.

Como continuidade da pesquisa, sugere-se a realização de estudos mais profundos, incluindo exames clínicos que comprovem a eficácia, terapêutica do uso do dispositivo. Além disso, seria interessante explorar novos materiais, como por exemplo metais nobres, bem como realizar uma comparação com outros produtos similares disponível no mercado, como colares aromáticos ou suplementos calmantes de ingestão natural.

Conclui-se que o dispositivo aromático desenvolvido neste trabalho representa uma inovação incremental no campo da moda sensorial, oferecendo uma alternativa acessível e simbólica de cuidado emocional no cotidiano. A união entre moda e aromaterapia mostra-se como um caminho promissor para o desenvolvimento de produtos que atendam não apenas às necessidades funcionais, mas também aos aspectos emocionais e afetivos das pessoas, elemento cada vez mais valorizado em um mundo acelerado e exigente.

## REFERÊNCIAS

BROWN, Tim. **Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Tradução de Cristina Yamagami. Edição comemorativa. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2016.

DIAS, Suzieli Souza; DOMINGOS, Thiago da Silva; BRAGA, Eliana Mara. **Aromaterapia para a ansiedade e estresse de professores de enfermagem**. Revista de Enfermagem UFPE on line, v. 13, e240179, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.5205/1981-8963.2019.240179>.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PRICE, Shirley. **Aromaterapia e as emoções: como usar óleos essenciais para equilibrar o corpo e a mente**. Tradução de Marcia Frazão. 18. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2024.