

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
SANTA CATARINA - CÂMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE METAL MECÂNICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE PRODUTO**

MALCOLM COSTA

**ARQUÉTIPOS JUNGUIANOS COMO PRODUTO DE DESIGN:
PROJETO DE ESTATUETA EM GESSO COM BASE NO ARQUÉTIPO
DO SÁBIO**

FLORIANÓPOLIS, 2025.

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
SANTA CATARINA - CÂMPUS FLORIANÓPOLIS
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE METAL MECÂNICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE PRODUTO**

MALCOLM COSTA

**ARQUÉTIPOS JUNGUIANOS COMO PRODUTO DE DESIGN:
PROJETO DE ESTATUETA EM GESSO COM BASE NO ARQUÉTIPO
DO SÁBIO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Design de Produto, do Câmpus Florianópolis, do Instituto Federal de Santa Catarina, para a obtenção do diploma de Design de Produto.

Orientador:
Prof. Ricardo Schwinn Rodrigues

FLORIANÓPOLIS, 2025.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor.

Costa, Malcolm

ARQUÉTIPOS JUNGUIANOS COMO PRODUTO DE DESIGN: projeto de estatueta em gesso com base no arquétipo do sábio / Malcolm Costa; orientação de Ricardo Rodrigues. - Florianópolis, SC, 2025.

95 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Florianópolis. CST em Design de Produto. Departamento Acadêmico de Metal Mecânica.

Inclui Referências.

1. Design de produto. 2. Arquétipo do Sábio. 3. Estatueta em gesso. 4. Prototipagem. I. Rodrigues, Ricardo. II. Instituto Federal de Santa Catarina. III. ARQUÉTIPOS JUNGUIANOS COMO PRODUTO DE DESIGN.

ARQUÉTIPOS JUNGUIANOS COMO PRODUTO DE DESIGN: PROJETO DE ESTATUETA EM GESSO COM BASE NO ARQUÉTIPO DO SÁBIO

MALCOLM COSTA

Este trabalho foi julgado adequado para obtenção do Título de Tecnólogo em Design de Produto e aprovado na sua forma final pela banca examinadora do Curso de Design de Produto do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina.

Florianópolis, 4 de Setembro de 2025.

Banca Examinadora:

Prof. Ricardo Schwinn Rodrigues
IFSC

Prof. Débora Rosa Nascimento
IFSC

Prof. Débora de Souza
IFSC

RESUMO

O trabalho descreve o desenvolvimento de uma estatueta em gesso que incorpora o arquétipo junguiano do Sábio, objetivando oferecer um artefato simbólico produzido localmente e de qualidade. O processo foi conduzido pelo método Duplo Diamante, articulando: (i) revisão teórica sobre arquétipos e design centrado no usuário; (ii) análise de mercado que evidenciou carência de objetos arquetípicos acessíveis de qualidade; (iii) definição de requisitos funcionais; e (iv) modelagem 3D, prototipagem física, validação com a empresa parceira no projeto e com o público alvo. As iterações ao longo do projeto geraram ajustes, resultando em modelo apto à produção seriada. A pesquisa demonstra que a abordagem arquetípica, somada a técnicas de prototipagem acessíveis, permite conciliar valor simbólico, experiência e viabilidade de fabricação, reforçando o papel do design de produto como ponte entre significado cultural e necessidades de mercado.

Palavras-chave: *Design de produto; Arquétipo do Sábio; Estatueta em gesso; Prototipagem.*

ABSTRACT

This work describes the development of a gypsum statuette that embodies the Jungian archetype of the Sage, aiming to offer a symbolic, locally produced, and high-quality artifact. The process was guided by the Double Diamond method, integrating: (i) theoretical review on archetypes and user-centered design; (ii) market analysis, which revealed a lack of accessible and high-quality archetypal objects; (iii) definition of functional requirements; and (iv) 3D modeling, physical prototyping, and validation with both the project's partner company and the target audience. Iterations throughout the project led to refinements, resulting in a model suitable for serial production. The research demonstrates that an archetypal approach, combined with accessible prototyping techniques, enables the integration of symbolic value, user experience, and manufacturing feasibility, reinforcing the role of product design as a bridge between cultural meaning and market needs.

Keywords: *Product design; Sage archetype; Gypsum statuette; Prototyping.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa de processos do método	9
Figura 2 - Fotografia de referência para a persona “Carla”	16
Figura 3 - Estatueta de coruja usada como referência simbólica	17
Figura 4 - Produto encontrado em uso	28
Figura 5 - Similar encontrado à venda	28
Figura 6 - Produto referência 1	30
Figura 7 - Produto referência 1	31
Figura 8 - Produto referência 2	31
Figura 9 - Produto referência 3	32
Figura 10 - Produto referência 4	32
Figura 11 - Produto referência 5	33
Figura 12 - Produto referência 6	33
Figura 13 - Produto referência 7	34
Figura 14 - Quadro geral da pesquisa de mercado	34
Figura 15 - Quadro geral da pesquisa de mercado - Divisões	35
Figura 16 - Coruja da espécie Mocho-Diabo	43
Figura 17 - Coruja da espécie Suindara	44
Figura 18 - Coruja da espécie Jacurutu	44
Figura 19 - Painel visual do produto	45
Figura 20 - Alternativas do posicionamento do corpo	47
Figura 21 - Alternativas para a cabeça	49
Figura 22 - Alternativas para textura das penas	51
Figura 23 - Alternativas de base	53
Figura 24 - Último sketch	54
Figura 25 - Alternativas	55
Figura 26 - Blocagem do modelo 3D	56
Figura 27 - Blocagem do modelo 3D	56
Figura 28 - Referência volumétrica do modelo 3D	57
Figura 29 - Simulação de incidência de luz no modelo 3D	57
Figura 30 - Detalhamento do modelo 3D	58
Figura 31 - Primeira versão do modelo 3D	58
Figura 32 - Referência volumétrica do modelo 3D	59
Figura 33 - Render 3D	62
Figura 34 - Impressão final	62
Figura 35 - Material utilizado no processo / aplicação da argila sobre a peça	63
Figura 36 - Refinamento da forma na argila	63
Figura 37 - Berço de espuma	64
Figura 38 - Berço de espuma	64
Figura 39 - Capas de gesso	65
Figura 40 - Capas e produto	65
Figura 41 - Capas seladas e silicone	66
Figura 42 - Preenchimento do espaço entre produto e silicone	66

Figura 43 - Silicone	67
Figura 44 - Encaixe para cunha	68
Figura 45 - Cunha	69
Figura 46 - Cunha na base de madeira	69
Figura 47 - Base de madeira com suporte para prender ao gesso preso por cunhas	70
Figura 48 - Remoção de excessos	70
Figura 49 - Base de madeira pronta	71
Figura 50 - Base de madeira pronta	71
Figura 51 - Produto final pintado	83
Figura 52 - Variação do produto	83
Figura 53 - Produto final	84

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Problema de pesquisa.....	5
1.2 Objetivo geral.....	5
1.3 Objetivos específicos.....	6
1.4 Justificativa.....	6
2. MÉTODO.....	9
2.1 Descoberta.....	10
2.2 Definição.....	11
2.3 Desenvolvimento.....	12
2.4 Entrega.....	12
3. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO.....	14
3.1 Fase 01 - Coleta de informações preliminares.....	14
3.1.1 Sobre a empresa parceira.....	15
3.1.2 Sobre o público alvo.....	16
3.1.3 Sobre a função de produtos arquetípicos.....	17
3.1.4 Fundamentos Junguianos dos Arquétipos e do Inconsciente Coletivo.....	22
3.1.5 Sobre Carl Gustav Jung.....	22
3.1.6 Sobre Arquétipos.....	24
3.1.6.1 O Arquétipo do Sábio.....	26
3.1.6.2 Características dos produtos de Arquétipo do Sábio.....	27
3.1.6.3 A representação do Sábio no imaginário coletivo.....	29
3.1.7 Simbolismo e Estética: Fundamentos teóricos para o design arquetípico.....	30
3.1.8 Pesquisa de mercado.....	31
3.1.8.1 Justificativa da Lacuna no Mercado de Estatuetas Arquetípicas.....	39
3.1.8 Análise dos Padrões de Qualidade e Adequação Simbólica dos Produtos no Mercado.....	41
3.2 Fase 02 - Definição de requisitos.....	42
3.3 Fase 03 - Ideação do Produto e Desenvolvimento.....	45
3.3.1 Painel visual do produto.....	48
3.3.2 Alternativas.....	49
3.3.3 Construção do desenho do produto.....	53
3.3.4 Modelagem.....	54
3.4 Fase 04 - Entrega.....	60
3.4.2 O produto.....	60
3.4.3 Produção do molde.....	62
3.4.4 Validação do produto.....	71
3.4.5 Memorial Descritivo da Estatueta “Sábio”.....	76
4. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
5. REFERÊNCIAS.....	84
6. APÊNDICES.....	86
APÊNDICE A - Desenho técnico - O Sábio.....	86

1. INTRODUÇÃO

Este estudo tem a pretensão de projetar e fabricar uma estatueta de gesso, baseada nos arquétipos de Jung. Como faz-se necessário para tal atividade, serão estudadas diferentes áreas de conhecimento além do design, tratando das atividades da empresa parceira que atua através de consultoria arquetípica, uma abordagem que utiliza destes arquétipos para orientar decisões estratégicas e de comunicação, das funções deste produto arquetípico e do autor responsável pelas ideias originárias deste tema, os arquétipos de (Carl Jung 1912).

Este estudo surgiu diretamente como resposta a uma demanda específica da empresa parceira, Bianchini Cursos e Treinamentos, que atua no mercado de desenvolvimento pessoal desde 2018, utilizando os conceitos junguianos em seus programas. Liderada por Najara Bianchinni Noronha, profissional com ampla experiência em pedagogia empresarial e gestão de recursos humanos, a empresa identificou, por meio de sua atuação prática, a necessidade por produtos simbólicos que apoiem psicólogos, terapeutas e profissionais do desenvolvimento humano em consultórios, ambientes pessoais e corporativos. Considerando a preferência pelo uso exclusivo do gesso como matéria-prima devido à sua viabilidade econômica, fidelidade na reprodução de detalhes e por ser uma solução acessível e sustentável, optou-se por desenvolver uma estatueta que incorporasse o arquétipo do Sábio, simbolizando valores universais de autoconhecimento e sabedoria. Assim, embora outros materiais e formatos tenham sido avaliados, esta escolha material e tipológica específica alinha-se diretamente às exigências técnicas e conceituais estabelecidas pela empresa parceira, fundamentando, portanto, a delimitação do objeto deste estudo.

Para desenvolver este produto, o projeto já contava com algumas restrições definidas pela gestora, como o tipo de produto e a estética desejada. Além disso, apesar de não haver um limite de orçamento, o principal objetivo foi manter o desenvolvimento com o menor custo financeiro possível.

Para compreender melhor o objeto central deste estudo, é importante explorar o conceito de estatuetas, que são a base material e simbólica da proposta. Segundo Barreto (2014, p. 26),

"Consideramos uma estatueta uma representação escultórica de um corpo ou entidade corporeificada, em tamanho diminuto, e cujos aspectos visuais e materiais do corpo constituam a totalidade da peça em sua composição e função."

Elas podem representar divindades em rituais religiosos, homenagear figuras importantes ou serem objetos de colecionismo. Como práticas artísticas, esses objetos têm um papel essencial na expressão de criatividade, celebração de eventos e perpetuação de mitos culturais e ideológicos.

A confecção de estatuetas remonta aos primórdios da civilização humana, como evidenciado por Prous (2018), que analisa esculturas de pedra (zoólitos) e de osso encontradas em sambaquis do Brasil Meridional e do Uruguai. O autor explora suas interpretações ao longo do tempo, destacando que essas peças apresentam morfologias geométricas e naturalistas, com detalhes anatômicos que permitem identificar espécies animais. Segundo Prous, essas esculturas possuíam significado simbólico e ritualístico, possivelmente relacionado a práticas xamânicas ou rituais de fertilidade. Embora o código de elaboração dessas obras tenha sido parcialmente desvendado, seu significado completo permanece um mistério, exigindo mais pesquisas para uma compreensão aprofundada.

Desde a década de 1970, quando foi realizado um levantamento dessas esculturas, várias teorias surgiram, refletindo as mudanças nos paradigmas da arqueologia. O artigo detalha a morfologia e a tipologia das esculturas. Segundo Prous (2018), as esculturas de sambaquis apresentam duas categorias principais: geométrica e naturalista. As esculturas geométricas mais abstratas, enquanto as naturalistas apresentam detalhes anatômicos que permitem identificar espécies animais. A pesquisa também sugere que essas esculturas tinham um significado simbólico e ritualístico, possivelmente relacionado a práticas xamanísticas ou a rituais de fertilidade.

Apesar das incertezas sobre sua função exata, os zoólitos são vistos como objetos de alto valor simbólico, associados a indivíduos especiais ou a rituais funerários. O artigo conclui que, embora o código de elaboração dessas esculturas tenha sido desvendado, seu significado completo ainda permanece um mistério, exigindo mais pesquisas para uma compreensão mais profunda. Essas obras primitivas, que ainda hoje são estudadas, revelam que o homem sempre utilizou desse meio para representar valores, divindades ou transmitir ideias cuja função, em muitos casos, permanece desconhecida.

Essa busca por representar o intangível e o universal pode ser melhor compreendida ao explorar o conceito de arquétipos, que desempenham um papel central neste estudo.

“O conceito de arquétipos foi introduzido por Jung com base em autores como Platão, Kant e Durkheim. Para ele, os arquétipos são imagens fundamentais do inconsciente coletivo, herdadas biologicamente, que se expressam simbolicamente na cultura” (Meletínski, 1998, p. 20).

Em entrevista realizada com Najara Bianchin, a representante da empresa parceira, em dezembro de 2023, profissional dedicada ao tema, ela destacou que objetos arquetípicos, funcionam como representações tangíveis de conceitos abstratos, evidenciando valores, emoções e traços universais que são associados a cada arquétipo. Esses objetos atuam como ferramentas de comunicação simbólica, perpetuando no imaginário coletivo as características e ensinamentos relacionados ao arquétipo representado.

O arquétipo a ser representado será o arquétipo do sábio, a escolha do arquétipo do Sábio entre os 12 arquétipos de Jung é uma escolha pessoal de Najara e deve-se ao foco da empresa parceira em promover autoconhecimento e conexão emocional. O Sábio representa a busca por conhecimento e compreensão, valores que refletem diretamente os objetivos de desenvolvimento pessoal.

Após uma pesquisa de mercado realizada pela empresa parceira, foi identificado um déficit na oferta de peças que atendam a esse propósito com qualidade. O processo de importação não se mostrou uma alternativa viável devido ao alto custo, à taxaço e à morosidade envolvida. Exemplos encontrados em abril-maio / 2025:

- Estátua “Coruja da Sabedoria” (linha Veronese, resina 23 cm): **R\$497,90** em marketplace, produto importado da China (Mercado Livre.)
- Figuras “Wise Old Man” genéricas variam de **US \$10** a **US \$45** + frete e tributos, elevando o custo total para o consumidor brasileiro acima de R\$400 em média (eBay.)

A tabela 1 mostra uma análise comparativa entre importados e a produção local.

Tabela 1 - Análise comparativa entre importados e a produção local

Critério	Importadas (Resina)	Proposta local (Gesso - design original)
Preço ao consumidor	R\$ 400 - 700	R\$ 40 - 60
Tempo de entrega	20 - 45 dias	< 7 dias
Sustentabilidade	Longo transporte marítimo + Plásticos	Matéria-prima mineral local, cadeia curta
Assistência pós-venda	inexistente	Contato direto

Fonte: Elaboração própria.

O público alvo deste produto são mulheres de 30 a 50 anos. Profissionais de psicologia analítica (consultórios e sala de aula) e empresárias, além de colecionadores de mitologia/arquétipos que buscam séries completas e segmentos “home office wellness”: objetos de inspiração para estantes e mesas de trabalho em casa.

A projeção conservadora é de 50 unidades no primeiro ano, ocupando uma fração da capacidade anual estimada do molde, reduzindo risco de ociosidade e permitindo escala gradual. a proposta é entregar uma estatueta acessível feita localmente, que traduz o arquétipo do Sábio com qualidade estética comparável às peças premium, mas a um décimo do preço e com entrega imediata.”

Assim, com base na análise preliminar do contexto e na constatação da inexistência de estatuetas arquetípicas de qualidade no mercado local, define-se o problema de pesquisa que orienta este estudo: como desenvolver uma estatueta que, além de suprir essa lacuna comercial, atenda às demandas estéticas e funcionais e represente simbolicamente os valores do arquétipo do Sábio, servindo como ferramenta de apoio ao desenvolvimento pessoal dos usuários.

1.1 Problema de pesquisa

O desenvolvimento deste produto abordará 2 desafios principais, o primeiro está ligado ao cerne teórico da questão que trata de desenvolver um produto que possa criar um vínculo emocional com o usuário, os obstáculos deste objetivo pode estar em projetar uma solução eficaz para diferentes usuários e que possa ter um resultado coerente.

O segundo trata parte prática deste projeto, viabilizar um produto capaz de competir com produtos importados. O mercado de produtos importados entre outros países em destaque a China se estabelece em diferentes áreas do comércio, com uma produção massiva que reduz os custos de produção e distribuição ampliando muito sua capacidade de ocupação no mercado mundial. O que pode sufocar pequenos e até médios produtores, em tentativa de contramedida a esse alastramento de produtos importados, existem impostos do Estado sobre qualquer tipo de importação, mas se mostra uma medida ineficaz devido a junção de fatores.

Considerando a escassez de estatuetas arquetípicas acessíveis no mercado nacional e a forte dependência de importações, este projeto de design de produto busca responder: **Como produzir em Florianópolis uma estatueta que simbolize o arquétipo junguiano do Sábio, gere identificação emocional pelas qualidades estéticas formais e ofereça custo e acabamento competitivos frente às importadas de alta qualidade?**

Para responder a essa indagação, este estudo se faz necessário a apresentação do objetivo geral seguido dos seus objetivos específicos.

1.2 Objetivo geral

Desenvolver uma estatueta em gesso que represente simbolicamente o arquétipo junguiano do Sábio, conciliando qualidade estética, viabilidade produtiva e acessibilidade, como resposta à ausência de produtos arquetípicos no mercado local.

1.3 Objetivos específicos

1. Identificar, por meio de revisão bibliográfica, as características centrais do arquétipo do Sábio em Carl Jung.
2. Definir os requisitos estéticos e funcionais da estatueta de gesso a partir dos atributos apontados na literatura.
3. Desenvolver um conceito de produto que incorpore os elementos identificados do arquétipo do Sábio.
4. Construir um protótipo em escala real (1:1) da estatueta idealizada.
5. Avaliar a capacidade simbólica e a aceitação do protótipo junto a usuários e especialistas, por meio de testes qualitativos e questionários.
6. Elaborar um modelo de produção seriada, incluindo o desenvolvimento de molde de silicone, de modo a garantir reprodutibilidade e qualidade de acabamento.

1.4 Justificativa

Ao desenvolver produtos que transcendem o mero aspecto decorativo e estabelecem uma comunicação simbólica com o usuário, o design se torna uma ferramenta eficaz para transmitir valores e promover o bem-estar. A importância teórica deste projeto reside na exploração dos arquétipos junguianos como uma linguagem simbólica capaz de comunicar valores e emoções universais através do design de produto. Segundo Souza e Fialho (2016, p. 1):

“Por meio da perspectiva arquetípica é possível garantir significados profundos aos produtos e serviços, estejam eles em ambientes físicos ou virtuais. Quando bem aplicados nas estratégias das corporações, online ou offline, os arquétipos permitem liberar emoções e anseios profundos nos indivíduos, estimulando experiências positivas no ato de consumir e interagir com as corporações.”

Os arquétipos, conforme estudado por Carl Jung, são formas arcaicas de conhecimento que habitam o inconsciente coletivo e influenciam a percepção e comportamento humano. Ao utilizar o arquétipo do Sábio como referência para o design de um produto, o projeto propõe uma forma de comunicação emocional e intuitiva. Essa abordagem conecta o produto não apenas a uma função estética, mas

também a um propósito psicológico e simbólico, promovendo uma experiência mais profunda e significativa para o usuário.

A empresa parceira, que atua na área de desenvolvimento pessoal e consultoria de branding arquetípico, poderá utilizar o produto como um complemento tangível em suas práticas, contribuindo para o fortalecimento da marca pessoal e da identidade de clientes que buscam produtos capazes de refletir sua personalidade e propósito de vida. Além disso, o projeto se propõe a preencher uma lacuna de mercado no local de Florianópolis, onde a maioria dos produtos com apelo simbólico e arquetípico de qualidade é importada.

A escolha de Florianópolis como mercado-alvo inicial justifica-se pelo caráter embrionário do projeto, ainda em fase piloto junto à empresa parceira, sem estrutura de produção ou distribuição em larga escala para centenas ou milhares de usuários; concentrar esforços na validação local facilita ajustes e correções iniciais. Além disso, a proximidade geográfica reduz custos e complexidade logística, permitindo testes de usabilidade e coletas de feedback de forma rápida e eficiente. A rede de relacionamentos já consolidada em Florianópolis, que inclui fornecedores, acelera a implantação de vendas e parcerias. Sob o ponto de vista de validação de produto e modelo de negócio, um mercado restrito funciona como um laboratório cujas características demográficas e culturais são bem conhecidas, o que possibilita aferir aceitação, ajustar preços e definir canais de venda antes de uma expansão. Considerando os recursos financeiros e operacionais limitados típicos de um projeto piloto, o foco no mercado local garante que o orçamento disponível seja suficiente para cobrir produção, marketing e distribuição.

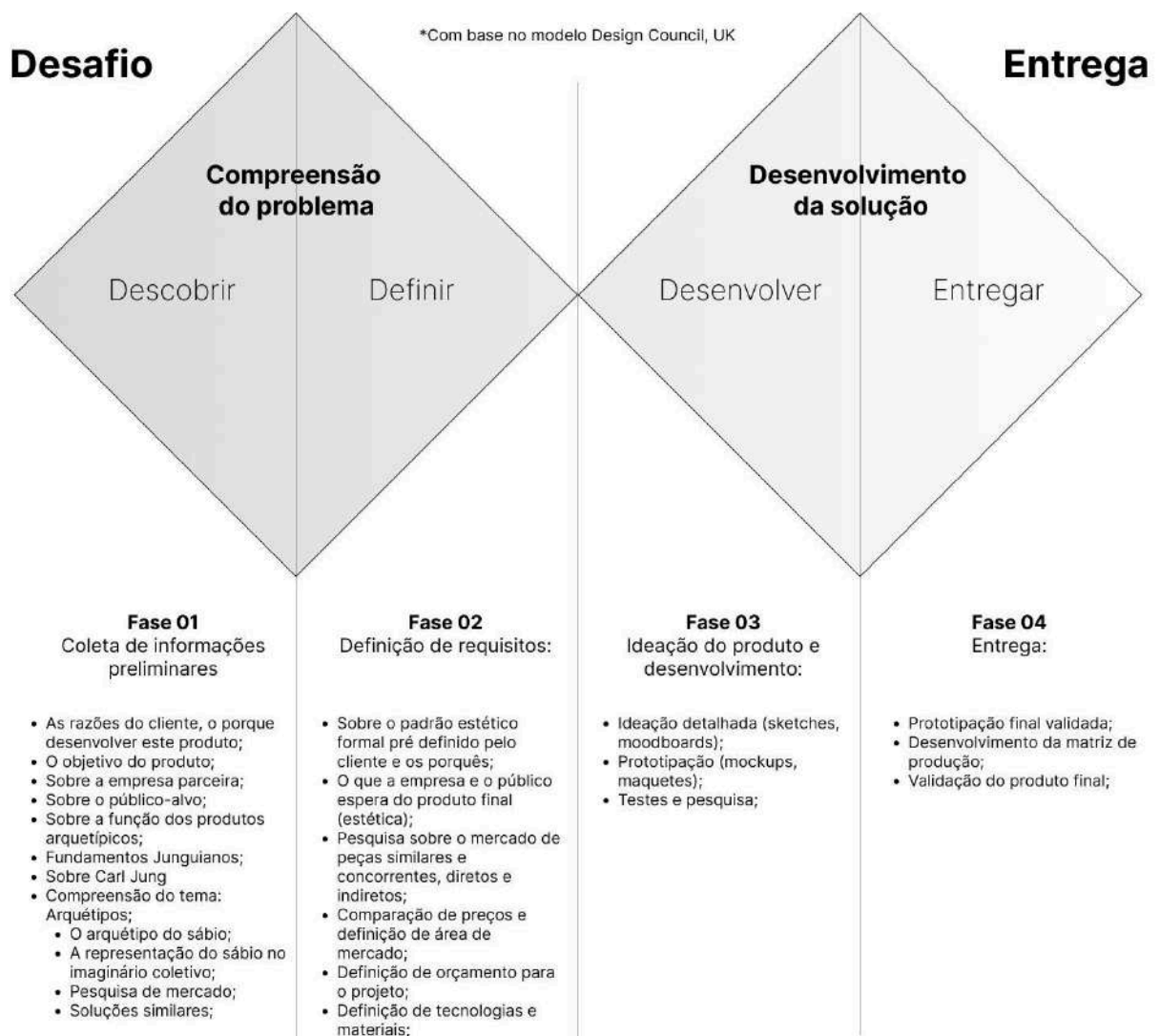
Por fim, a relevância deste projeto se estende ao seu potencial de aplicação e impacto. Ao criar um produto que busca estabelecer uma conexão emocional e simbólica com o usuário, ele posiciona o design como um veículo de autoconhecimento. A abordagem arquetípica incentiva uma relação mais significativa entre o objeto e seu possuidor, indo além do consumo material para promover uma experiência sensorial e emocional que conecta o usuário a elementos essenciais de sua própria psique, reforçando o papel do design no bem-estar psicológico e na expressão individual.

No seguimento do estudo trata-se do método que pode ser compreendido como um processo metodológico ou conjunto de procedimentos que orienta a construção do conhecimento.

2. MÉTODO

Para este projeto, adotou-se o método do Duplo Diamante, desenvolvido pelo Design Council no Reino Unido em 2005. O método Duplo Diamante, conforme apresentado pelo Design Council (2005), estrutura-se em quatro fases, Descoberta, Definição, Desenvolvimento e Entrega, orientando a síntese e validação de ideias (Design Council, 2005). Com o objetivo de explorar e refinar ideias de maneira iterativa e estruturada. A escolha deste método justifica-se pela sua capacidade de orientar o designer no desenvolvimento de soluções inovadoras e pela sua praticidade. A Figura 1, apresentada a seguir, ilustra as etapas e os processos que compõem o método.

Figura 1 - Mapa de processos do método



Fonte: Autor a partir de Design Council (2025)

2.1 Descoberta

Na primeira fase, **Descoberta**, realizou-se uma investigação inicial para entender o contexto, o público e as necessidades do projeto e requisitos da empresa parceira. Nesta etapa, foram coletadas informações essenciais para definir o produto final.

Durante a construção do *briefing*, em colaboração com a empresa parceira, foram levantadas informações sobre a atuação da empresa e sobre o mercado em que se insere. Como parte desse processo, foram analisados outros profissionais de outras empresas que atuam com consultoria arquetípica de marcas, a fim de compreender diferentes abordagens e estabelecer uma base comparativa para o desenvolvimento da proposta.

Em entrevista realizada em janeiro de 2024, a gestora, profissional atuante na área de consultoria arquetípica, forneceu dados sobre o perfil do seu público, que serviram de base para o direcionamento do conceito do produto. Essas informações foram traduzidas, por meio das ferramentas de Persona e Cenário, em orientações práticas para o projeto. Tais ferramentas, amplamente utilizadas no campo do design, estão descritas na obra *Como se cria: 40 métodos para design de produtos*, de Pazmino (2015). Na mesma ocasião, também foi possível registrar a visão da demandante sobre o papel dos produtos arquetípicos. Em seguimento às diretrizes extraídas da *interview* e ao perfil do público-alvo delineado pelas ferramentas de Persona e Cenário, avançou-se para a fase de validação junto aos usuários. Com esse público definido, estruturou-se um questionário online, divulgado nas redes sociais da Najara, ao qual responderam voluntariamente 21 participantes, com o propósito de identificar suas expectativas em relação ao produto.

A fundamentação teórica foi construída a partir de revisão bibliográfica que abordou os conceitos de Carl Gustav Jung sobre o inconsciente coletivo e os arquétipos, com ênfase no arquétipo do sábio, a partir das obras *Os arquétipos e o inconsciente coletivo* (Jung, 2002), *Memórias, sonhos, reflexões* (Jung, 1986), *O homem e seus símbolos* (Freeman, 2016), além de artigos: *As contribuições dos arquétipos para o design de experiência do usuário em interfaces gráficas* (Souza;

Fialho, 2016) e *Design emocional e o designer como interpretador de desejos e necessidades* (Freitas; Carvalho; Manescal, 2010). Também foram incluídos estudos sobre esculturas simbólicas, como os zoólitos dos sambaquis (Prous, 2018), e abordagens aplicadas ao design de produto com base nos arquétipos, como no artigo *A Study of Product Form Design Using the Theory of Archetypes* (Shieh et al., 2016).

Paralelamente, foi conduzida uma pesquisa de mercado que incluiu uma análise sincrônica, ferramenta que permite comparar, em um mesmo ponto no tempo, diferentes produtos similares disponíveis, facilitando a identificação de padrões de mercado e posicionamentos estratégicos. Com base nessa análise, elaborou-se um painel comparativo entre as principais alternativas, considerando critérios como origem, faixa de preço, aderência à referência ideal e dimensões. A coleta de dados foi realizada tanto presencialmente, em lojas especializadas, quanto online, com ênfase em marketplaces, devido a sua ampla oferta, acessibilidade, diversidade de preços e disponibilidade de avaliações de usuários. Por fim, foram analisadas soluções similares como quadros e joias artesanais.

2.2 Definição

Em seguida, a fase de **Definição** envolveu a análise e síntese das informações obtidas, o que permite formular um conceito claro e estabelecer os requisitos estéticos e funcionais da peça.

A maior parte dos requisitos deste projeto foi estabelecida ainda na fase de pré-projeto, em conformidade com as orientações fornecidas pela entidade parceira.

No processo de definição dos materiais e tecnologias a serem empregados, foram investigadas diversas possibilidades. Realizaram-se visitas técnicas a ateliês e forjas especializadas com o objetivo de avaliar alternativas como resina, ferro fundido, polímero plástico e gesso. Após análise criteriosa, apenas o gesso apresentou compatibilidade com os critérios de fidelidade formal, viabilidade técnica e econômica, sendo, portanto, selecionado como o material mais adequado.

Em síntese o projeto prioriza a viabilidade econômica, buscando soluções de baixo custo mesmo sem um orçamento previamente definido. A estética e a forma

do produto foram orientadas pela entidade parceira, que indicou o uso de animais como representação arquetípica, visando neutralidade simbólica e aceitação em diferentes ambientes. Essa escolha também abre possibilidades para uma futura coleção. Com base nas referências analisadas, definiu-se uma linguagem visual madura, sofisticada e de alto valor percebido. Por fim, ao identificar um público majoritariamente feminino, e considerando o peso do produto, a praticidade foi estabelecida como requisito fundamental.

2.3 Desenvolvimento

A fase de **Desenvolvimento** trata-se de uma série de processos para viabilizar o projeto, neste caso um protótipo físico. Após a revisão bibliográfica e as demais investigações relacionadas aos temas centrais deste estudo, iniciou-se uma série de explorações visuais, por meio de pesquisas na internet, em livros de fotografia de aves em geral com foco em estudos anatômicos, e em vídeos documentais sobre diferentes espécies de corujas. O objetivo foi identificar a espécie que melhor serviria como referência para o desenvolvimento do produto, subsidiando também a construção do painel visual.

Foram analisadas diversas espécies e suas características com o intuito de encontrar a que melhor representasse o arquétipo escolhido. Após essa definição, realizou-se uma sessão de *brainstorming* com a gestora do projeto, na qual foram esboçadas formas de representar visualmente o arquétipo. Dessa sessão, originaram-se *sketches* referentes ao posicionamento da coruja e à forma geral do produto. Em paralelo, foram desenvolvidos esboços adicionais focados em elementos estruturais específicos, como a base e demais detalhes formais do produto.

Com os *sketches* validados pela gestora do projeto, por meio de pesquisa qualitativa, desenvolveu-se um modelo tridimensional através de escultura digital. A partir desse modelo, foi impressa uma versão prototípica para validação do produto, evidenciando a necessidade de alguns ajustes.

2.4 Entrega

E por fim a **Entrega** completa o ciclo do processo e envolve a entrega dos recursos a empresa parceira. O modelo tridimensional foi reformulado conforme o

feedback recebido, reimpresso e submetido a um processo de finalização, que incluiu lixamento e aplicação de primer. Nesta etapa, o modelo não recebeu pintura definitiva. A partir desse modelo finalizado, foi desenvolvido o molde necessário à fabricação do produto. O molde foi confeccionado utilizando uma combinação de silicone e gesso. O processo teve como finalidade criar uma camada interna em silicone, capaz de reproduzir com fidelidade a forma do modelo, e uma estrutura externa rígida em gesso, responsável por sustentar e conter o conjunto durante a moldagem.

A validação desse modelo foi conduzida pela gestora do projeto, em conjunto com o público-alvo, encerrando assim a etapa de desenvolvimento do molde base, que serviu como referência para a produção do produto final. O Quadro 1 sintetiza como cada objetivo específico do projeto se distribui pelas fases do Duplo Diamante, assegurando rastreabilidade entre metas e entregáveis.

Quadro 1: Mapeamento dos objetivos às fases do Duplo Diamante

Fase (Duplo Diamante)	Entregável principal	Objetivo específico atendido
Discover (Descoberta)	- Revisão bibliográfica sobre jung e método - Pesquisa de mercado - Personas e Cenários	1. Realizar revisão da literatura 2. Idealizar conceito baseado no arquétipo
Define (Definição)	- Tabela de requisitos (Tabela 1)	2. Idealizar conceito
Develop (Desenvolvimento)	- Protótipo 1:1- Modelo 3D detalhado	3. Elaborar protótipo 5. Criar modelo de produção
Deliver (Entrega)	- Pesquisa de validação- Molde de silicone final	4. Validar protótipo 6. Fazer o molde de silicone

Fonte: Elaboração própria a partir de DESIGN COUNCIL.

3. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

3.1 Fase 01 - Coleta de informações preliminares

O referencial teórico foi incorporado na pesquisa preliminar, conforme orientado pelo método do Duplo Diamante, especificamente na fase de Descoberta. Nesta etapa, exploraram-se os conceitos fundamentais relacionados ao arquétipo do Sábio e à psicologia analítica de Carl Jung, além de outras referências pertinentes ao design de produtos com apelo simbólico. A inclusão desse embasamento teórico logo no início do processo assegurou uma compreensão profunda dos aspectos simbólicos e psicológicos, orientando as decisões de design e garantindo a fidelidade do produto aos valores arquetípicos desde as primeiras fases de desenvolvimento.

Antes de aprofundar nos arquétipos de Jung, é preciso explicitar o propósito da consultoria arquetípica serviço empresa parceira. Atuando de forma estratégica, ela orienta, com foco na imagem pessoal, iniciativas de marketing, segundo os arquétipos junguianos, buscando promover maior engajamento e diferenciação no mercado.

Na consultoria sobre arquétipos para marcas, Cristiane Thiel explica como essa abordagem ajuda a definir a personalidade de uma marca, fortalecendo sua comunicação e conexão com o público. Thiel observa que "arquétipos comunicam personalidade, paixões, valores e propósito", criando um alinhamento emocional com o consumidor. Ao identificar o arquétipo dominante, marcas conseguem transmitir mensagens consistentes e cativantes, baseadas em uma narrativa universal e duradoura, para reforçar sua identidade e fidelizar clientes (Thiel, 2024).

A proposta deste serviço pode-se equipara a de direção de produção ou direção de arte, onde o objetivo principal deste serviço é orientar o processo de gestão do negócio, da marca ou produto como um todo através de *storytelling*, permeando diferentes níveis de conhecimento dentro de uma empresa, por exemplo. Através de uma linguagem que acredita-se ser universal manter todos em prol de uma única causa, ou seja, o trabalho do consultor é dar ao negócio uma orientação clara para que todos que fazem parte da empresa possam seguir, através de uma

narrativa lúdica. E isso serve tanto para a gestão quanto para o consumo destes mesmo produtos ou serviços.

3.1.1 Sobre a empresa parceira

A Bianchini Cursos e Treinamentos é dirigida por Najara Noronha detentora de formação em pedagogia empresarial, com especialização em gestão de recursos humanos, e possui uma experiência de 17 anos em administração de instituições educacionais privadas. Desde 2018, tem se dedicado ao campo do marketing, com enfoque em infoprodutos, tendo realizado mais de 30 lançamentos.

A marca Najara Bianchini atua no segmento de consultoria estratégica centrada em terapeutas, com foco na construção de marcas simbólicas e autênticas. Seu propósito é elevar a consciência das terapeutas e ajudá-las a atrair o cliente certo por meio dos arquétipos e do poder dos símbolos. Alinhada a essa visão, sua missão consiste em posicionar terapeutas no digital de forma estratégica e simbólica, criando marcas magnéticas e significativas, enquanto sua visão projeta criar um movimento onde terapeutas deixam sua marca no mundo, transformando vidas por meio da cura e do autoconhecimento. Diferentemente de consultorias tradicionais de *branding*, a proposta da marca vai além da criação visual e verbal de identidades. O serviço oferecido promove um processo profundo de autoconhecimento, no qual arquétipos, símbolos e estratégias de *marketing* são integrados de forma a gerar diferenciação, atratividade e conexão emocional com o público-alvo. Essa abordagem híbrida, que une o simbolismo arquetípico a práticas mercadológicas, constitui o principal diferencial competitivo da empresa.


Além do posicionamento estratégico voltado à construção de marcas simbólicas, a marca Najara Bianchini também se dedica ao ensino da ativação dos arquétipos junguianos como ferramenta de autodesenvolvimento. Seu trabalho visa despertar a essência autêntica de suas clientes, promovendo clareza sobre quem são, o que representam e como devem se comunicar para gerar conexões profundas e significativas. A marca tem como objetivo transformar terapeutas que se sentem perdidas ou inseguras quanto ao próprio posicionamento em marcas sólidas, confiantes e estrategicamente alinhadas ao seu propósito. Para alcançar essa transformação, a consultoria aplica ferramentas arquetípicas de maneira intencional, como símbolos, imagens, animais de poder, identidade visual e ensaio fotográfico,


todos integrados ao arquétipo predominante da marca da cliente. Destaca-se, ainda, o uso da Mesa Radiônica Arquetípica, ferramenta desenvolvida especificamente para a ativação simbólica e energética de arquétipos, como recurso complementar capaz de realizar desbloqueios profundos no inconsciente, fortalecendo a coerência entre imagem, essência e comunicação.

3.1.2 Sobre o público alvo

O público é predominante feminino, com faixa etária entre 34 e 54 anos, possui nível superior completo e renda mensal entre R\$ 3.000 e R\$ 10.000. Em sua maioria, são terapeutas e empreendedoras, com interesse em desenvolvimento pessoal e autoconhecimento. Seus hobbies incluem leitura e caminhadas ao ar livre, e apresentam hábitos de consumo voltados para cursos online e compras de livros pela internet. Além disso, estão localizadas em sua maioria na região Sul do Brasil. O Quadro 2 sintetiza as informações através da ferramenta **Persona e cenário**.

Quadro 2: Persona e cenário

Elemento	Descrição	Imagem
Persona	Representada pela figura 2, Carla 45 anos, terapeuta e empreendedora com ensino superior completo. Ela vive em Florianópolis e tem uma rotina equilibrada entre o trabalho e hobbies como leitura e caminhadas ao ar livre. Com uma renda entre R\$ 3.000 e R\$ 10.000, Carla investe em seu desenvolvimento pessoal, comprando livros e cursos online que apoiam seu crescimento e prática profissional.	<p data-bbox="874 1234 1394 1308">Figura 2 - Fotografia de referência para a persona “Carla”</p>  <p data-bbox="836 1733 1433 1883">Fonte: REVISTA DUO. Carla Morante: reconstruindo cabelos e vidas. Revista Duo, 2023. Disponível em: https://revistaduo.com.br/carla-morante-reconstruindo-cabelos-e-vidas/. Acesso em: 01 jul. 2024.</p>

<p>Cenário</p>	<p>Carla encontra-se em uma fase de expansão e aprofundamento de seu conhecimento. Ela busca produtos que reflitam sua busca por sabedoria e que tragam valor simbólico e emocional, especialmente em seu ambiente de trabalho, onde atende clientes em sessões de terapia. Ela vê a estatueta do Sábio, representada pela Figura 3, como uma peça de decoração que também funciona como um símbolo inspirador, lembrando-a de sua jornada pessoal e profissional.</p>	<p>Figura 3 - Estatueta de coruja usada como referência simbólica</p>  <p>Fonte: FLIPKART. Craftvatika owl showpiece statue bird figurines decorative items..., 2022. Disponível em: https://www.flipkart.com/craftvatika-owl-showpieces-stature-bird-figurines-decorative-items-home-decor-office-desk-living-room-shelf-decoration-showpiece-13-97-cm/p/itm6baacceb2536f. Acesso em: 01/07/2024.</p>
-----------------------	--	---

Fonte: Elaboração própria a partir de entrevista com Najara Noronha, fev. 2024.

3.1.3 Sobre a função de produtos arquetípicos

Segundo Najara Bianchini, produtos arquetípicos funcionam como representações tangíveis de imagens universais do inconsciente coletivo. Ao incorporar traços associados a cada arquétipo, esses objetos influenciam o usuário, reforçando a identidade e o propósito do espaço ou do indivíduo que os detém (Bianchini, 2023). Essa perspectiva encontra respaldo no artigo *Um Estudo sobre o Design de Formas de Produtos utilizando a Teoria dos Arquétipos*, que enfatiza a capacidade da “personalidade do produto” de expressar características individuais do usuário (Shieh *et al.*, 2016, p. 327). Desse modo, a mera escolha de um objeto arquetípico torna sensível, e socialmente compartilhável, uma preferência que, em muitos casos, operava em nível pré-consciente.

Em contextos de terapia e autoconhecimento, tais artefatos facilitam a conexão com conteúdos internos; no âmbito de design de produto fortalece a narrativa por trás do produto que conecta o público à essência simbólica que se deseja comunicar. Atualmente, atuando em parceria na área de desenvolvimento pessoal, uma abordagem que considera o ser humano como um todo, incluindo o corpo, a mente, as emoções e o espírito, Najara percebe a oportunidade de complementar a prática, através do uso destes signos, os arquétipos, em forma

física. Essa abordagem se alinha com a compreensão de representação imagética religiosa.

“O que acontece tanto nos cultos afro quanto na liturgia católica demonstra que a representação imagética religiosa está longe de ser dada única e puramente material, pois está intrinsecamente ligada a diversos fatores imateriais que tramam a mítica em que se insere” (Mourão, 2010 p. 89).

Estudos com foco mais amplo como o de Pigulevskiy e Mirskaya (2019), mostram que arquétipos permanecem relevantes mesmo diante de avanços tecnológicos, pois alicerçam-se na interação entre corporeidade humana e mundo material. Os autores citam exemplos clássicos: o relógio de mostrador redondo (arquétipo do “eterno retorno”), instrumentos com alavanca (arquétipo da ação) e a mandala (arquétipo da auto-identidade). Esses padrões preservam significado cultural duradouro exatamente porque se conectam a estruturas simbólicas profundas (Jung, 1964).

No caso específico deste projeto, ainda que a marca pessoal de Najara não possuísse, à época, uma estratégia arquetípica formalizada, a adoção do arquétipo do Sábio na estatueta proporciona uma integração eficaz entre plano macro (posicionamento de marca) e plano micro (desenvolvimento do produto). Tal abordagem busca maior coesão de negócio, pois oferece um objeto capaz de estabelecer diálogo simbólico com a maioria dos usuários potenciais. Contudo, a eficácia comercial final dependerá da interpretação subjetiva de cada consumidor, fruto de sua trajetória de vida e estágio de autoconhecimento, motivo pelo qual o impacto do produto não pode ser considerado universal nem totalmente previsível.

Durante esta etapa de descoberta do projeto foi desenvolvido junto a responsável da empresa parceira uma pesquisa qualitativa com a gestora do projeto, onde foi possível analisar os três níveis do design emocional (Donald Norman, 2008) em relação ao produto a ser idealizado.

- No nível visceral, a empresa parceira enfatizou o poder do simbolismo da coruja como elemento arquetípico que naturalmente ativam respostas emocionais e neurofisiológicas. Destacou-se a importância do realismo na representação, pois quanto mais fiel à natureza, maior a conexão inconsciente estabelecida com os usuários.

- Em relação ao aspecto comportamental, o produto será desenvolvido para complementar a Consultoria Arquetípica, materializando o arquétipo do Sábio nos ambientes de seus clientes. A usabilidade focou-se em dimensões, portabilidade e peso adequado, de forma que não seja muito leve e passe a sensação de barato, permitindo uma presença harmoniosa que reforça o trabalho de consultoria realizado.
- No nível reflexivo, a pesquisa revelou que a uniformidade nos detalhes do acabamento e a qualidade da embalagem são essenciais para transmitir exclusividade.

Os insights obtidos nesta etapa de investigação serviram de base para a pesquisa aplicada ao público-alvo, cujo propósito foi identificar as expectativas em relação ao produto. Para tanto, estruturou-se um questionário online, divulgado nas redes sociais da Najara, ao qual responderam voluntariamente 21 participantes. O instrumento explorou quatro eixos principais: familiaridade prévia com os arquétipos de Carl Jung; uso de objetos simbólicos em contextos doméstico e profissional; preferências estéticas; e percepções sobre uma representação arquetípica. Abaixo serão apresentados os resultados da pesquisa, apresentando uma síntese de cada questão.

1. Uso de Objetos Simbólicos no Cotidiano

Quanto à incorporação de itens simbólicos em seus espaços pessoais ou profissionais, 67 % dos entrevistados declararam utilizá-los regularmente, enquanto 33 % afirmaram não costumemente incorporar esse tipo de objeto. Esses itens variam de pequenos altares com imagens de santos ou orixás até lembranças pessoais (por exemplo, souvenirs de viagens, como objetos que remetem a Londres), passando por instrumentos profissionais que reforçam identidade e propósito. Entre os exemplos citados, destacam-se altares com guias e orixás, elementos que evocam memórias pessoais (fotografias e miniaturas), bem como objetos que remetem ao universo da coruja, símbolo recorrente de sabedoria. Esse resultado demonstra que a maior parte do público-alvo já está familiarizada com o uso de peças carregadas de significado, indicando boa receptividade para integrar a estatueta “Sábio” como elemento simbólico e identitário em seus ambientes.

2. Conhecimento sobre o conceito de arquétipos de Jung

Do total de participantes, 68% declararam já conhecer o conceito de arquétipos de Jung, assinalando a opção “**Sim**”. Outros 18% disseram “*já ouvi falar, mas não tenho certeza do significado*”, revelando familiaridade parcial que pode ser aprofundada. Apenas 14% das respostas indicaram desconhecimento prévio, caso da professora que só tomou contato com o tema após seguir a empresa parceira Pesquisa de produto. O panorama sugere que, embora a maioria possua base conceitual, ainda há espaço para ações educativas que expliquem de forma acessível o simbolismo junguiano, agregando valor à estatueta e fortalecendo seu apelo junto a novos públicos.

3. Contato prévio com arquétipos (especialmente o Sábio)

A maior parte da amostra, cerca de três quartos dos respondentes, declarou já ter se aprofundado ou, pelo menos, experimentado o uso de arquétipos em suas atividades profissionais ou pessoais. Entre os exemplos relatados, aparecem a aplicação do arquétipo em estratégias de branding de marca, o estudo do Sábio em programas de autoconhecimento conduzidos por terapeutas e o acompanhamento de conteúdos on-line da Najara. O restante afirmou não ter mantido contato direto, ainda que demonstre curiosidade sobre o tema, indicando espaço para ações educativas futuras. Esse panorama confirma que o conceito arquetípico já faz parte do repertório simbólico de boa parte do público-alvo, reforçando a pertinência da estatueta “Sábio” como produto direcionado a usuários que valorizam narrativas de significado.

4. “Quando pensa na coruja como símbolo, quais qualidades você associa a ela?”

As respostas revelam um núcleo semântico bastante coeso: praticamente todos os participantes citaram **sabedoria ou inteligência** como atributo central da coruja, confirmando a força desse símbolo no imaginário coletivo. Em segundo lugar, emergem ideias ligadas à **visão aguçada, atenção e observação constante**, expressas em termos como “olhar poderoso”, “atenta” e “quem tudo vê”. A coruja também foi associada ao **silêncio, serenidade e paciência**, sugerindo um saber

que se manifesta de forma contida e reflexiva. Por fim, alguns entrevistados acrescentaram tons de **mistério e magia**, reforçando a aura ancestral do arquétipo, além de traços de **coragem/autodomínio** que conectam a ave à ideia de firmeza diante dos desafios. Em síntese, o campo lexical evocado (“sabedoria-inteligência-visão-silêncio-mistério”) confirma que o público percebe a coruja como um emblema completo do arquétipo do Sábio, legitimando a escolha do animal para materializar esse conceito na estatueta.

5. Expectativas da representação arquetípica

Ao analisar as respostas, verificou-se que metade dos participantes (50%) enxerga a estatueta sobretudo como **ferramenta simbólica para práticas de autoconhecimento e desenvolvimento pessoal**; pouco mais de um terço (35%) valoriza a peça como **objeto decorativo elegante, carregado de significado arquetípico** que enriquece estantes, consultórios ou mesas; já cerca de 10% a define como **fonte de inspiração para estudos, leitura e reflexões diárias**. Esses dados confirmam que, além do apelo estético, o público espera que a representação do Sábio desempenhe um papel ativo de incentivo à introspecção e ao aprendizado continuado, reforçando a pertinência do enfoque simbólico adotado no design.

6. Paleta cromática ideal para simbolizar sabedoria

A maior parte dos respondentes convergiu para **tons sóbrios e naturais**: marrom (e variações como bege) e cinza foram citados repetidamente, reforçando uma ligação com elementos terrosos e a seriedade do tema. Em segundo lugar, apareceu com frequência o **dourado** – isolado ou combinado a preto e marrom – por transmitir luxo, prosperidade e, ao mesmo tempo, realçar a aura mística da coruja. O **preto** e o **cinza escuro** surgiram em várias respostas como base neutra para contrastar detalhes metálicos e preservar a sensação de profundidade e mistério. Menções pontuais a amarelo ou branco indicam interesse em pontos de luz ou leveza, mas não representam a preferência dominante. Eventualmente foram citados roxo, verde escuro e azul-marinho. O público valoriza uma paleta fundamentalmente **terrosa + metálico dourado + base preta/cinza**, capaz de comunicar sabedoria, elegância e profundidade simbólica.

A convergência entre a fundamentação teórica dos arquétipos, o feedback qualitativo da gestora e a validação com o público-alvo comprova a pertinência e viabilidade da estatueta “Sábio”. O levantamento mostrou forte afinidade com objetos simbólicos, familiaridade prévia com o conceito junguiano e associação coesa de atributos, sabedoria, atenção, mistério, à coruja.

3.1.4 Fundamentos Junguianos dos Arquétipos e do Inconsciente Coletivo

O referencial teórico deste trabalho apoia-se nos conceitos de Carl Gustav Jung, desenvolvidos a partir da década de 1910, sobre arquétipos e inconsciente coletivo, fundamentais para compreender as imagens primordiais e universais que moldam o comportamento humano. Para Jung, o inconsciente coletivo é uma camada psíquica compartilhada por toda a humanidade, herdada ancestralmente e estruturada em arquétipos que exprimem experiências comuns profundamente enraizadas na psique.

Em *O Homem e Seus Símbolos* (Freeman *et al.*, 2016), o autor distingue o inconsciente pessoal do coletivo e destaca o papel da simbologia na percepção, mostrando como símbolos podem conter significados ocultos além de suas aparências cotidianas:

"O que chamamos símbolo é um termo, um nome ou mesmo uma imagem que nos pode ser familiar na vida cotidiana, embora possua conotações especiais além de seu significado evidente e convencional. Implica alguma coisa vaga, desconhecida ou oculta para nós." (Freeman, 2016, p. 17).

Na sua autobiografia *Memórias, Sonhos, Reflexões* (Jung, 1962), ele aprofunda a ideia de que a dinâmica entre consciência e inconsciência gera símbolos fundamentais para o autoconhecimento e para a construção de significados.

3.1.5 Sobre Carl Gustav Jung

Carl Gustav Jung (1875 – 1961) foi um médico suíço especializado em psiquiatria e psicoterapia, reconhecido por criar a psicologia analítica. Seu trabalho revolucionou o campo da psicologia ao propor novas maneiras de compreender a mente humana e a relação entre consciente e inconsciente. Jung introduziu conceitos como o inconsciente coletivo e os arquétipos, que são fundamentais para

explicar os padrões de comportamento e as imagens primordiais que moldam a psique humana.

Jung acreditava que a psique humana era composta de vários elementos, sendo o inconsciente uma camada compartilhada por toda a humanidade, contendo imagens e símbolos arquetípicos. Esses arquétipos não são adquiridos ao longo da vida, mas sim herdados, formando uma base comum de experiência que transcende o indivíduo e a cultura.

Como afirma Freeman (2016, p. 18), “o pensamento de Jung coloriu o mundo da psicologia moderna muito mais intensamente do que percebem aqueles que possuem apenas conhecimentos superficiais do assunto”. Termos como extrovertido, introvertido e arquétipo são exemplos de conceitos que nasceram com Jung e que se transmitiram para além da psicologia, sendo amplamente usados em outras áreas do conhecimento e do cotidiano.

Em Freeman *et. al.* (2016), investigaram o papel dos símbolos na psique humana, apresentando-os como mediadores entre inconsciente e consciente. Segundo a obra, esses símbolos viabilizam o acesso a conteúdos ocultos da mente, revelando dimensões profundas do ser e favorecendo o processo de autoconhecimento.

Além disso, Jung e Jaffé (1962), Jung explora de forma mais pessoal sua própria jornada de autodescoberta e as experiências que o levaram a compreender e valorizar o inconsciente, suas dinâmicas e a importância dos símbolos. Ele descreve como o inconsciente não só influencia nossos pensamentos e ações, mas também como ele pode direcionar a busca por significado e autoconhecimento.

Para Jung, os arquétipos não são apenas figuras mitológicas ou culturais, mas são imagens universais que se manifestam de diferentes formas, conforme o contexto cultural e pessoal. Eles são, de certa forma, como “forças psíquicas” que orientam e moldam experiências, pensamentos e comportamentos, e desempenham um papel central em processos como a individuação, o processo de se tornar quem é verdadeiro, reconhecendo e integrando as várias partes da psique.

3.1.6 Sobre Arquétipos

Arquétipos segundo Carl Gustav Jung, são imagens e símbolos universais que emergem do inconsciente coletivo, moldando o comportamento humano e a percepção do mundo. Embora Jung tenha identificado muitos arquétipos ao longo de suas obras, a classificação em 12 arquétipos principais foi elaborada por estudiosos como Carol S. Pearson, que buscou estruturar esses padrões universais de comportamento em categorias facilmente compreensíveis. Esses 12 arquétipos representam necessidades humanas fundamentais e papéis desempenhados ao longo da vida (Pearson, 1991).

A seguir, uma breve descrição de cada um desses arquétipos:

1. O Inocente – Representa a pureza, a simplicidade e o desejo de felicidade. O Inocente busca o bem, acredita no lado positivo da vida e espera que tudo caiba bem.
2. O Órfão – Representa a vulnerabilidade e a desilusão. Este arquétipo expressa o medo da traição e a sensação de abandono, buscando pertencer e encontrar segurança.
3. O Guerreiro – Motivado pela coragem e pela luta por uma causa justa, o Herói enfrenta desafios e tenta superar adversidades. Seu objetivo é a vitória e a superação dos próprios limites.
4. O Caridoso – É movido pelo desejo de proteger e cuidar dos outros. O Cuidador representa o altruísmo, o sacrifício e o desejo de ajudar o próximo, colocando as necessidades dos outros à frente das suas.
5. O Explorador – Movido pela curiosidade e pelo desejo de liberdade, o Explorador busca novas experiências e um sentido de autodescoberta. Sua jornada é de aventura e autonomia.
6. O Destruidor – Este arquétipo rejeita as normas e busca mudanças radicais. Ele é impulsionado pela revolta contra as regras condicionais e o desejo de transformar a sociedade.
7. O Amante – É definido pelo desejo de intimidação, conexão e prazer. O Amante valoriza as relações e as experiências emocionais intensas, buscando beleza e harmonia.

8. O Criador – Motivado pela imaginação e a criatividade, o Criador busca construir algo duradouro e original. Seu impulso é de inovação e expressão artística.

9. O Governante (ou Rei) – Representa o controle, a liderança e a responsabilidade. O Governante tem como missão garantir a ordem e o sucesso em seu domínio, exercendo poder e autoridade.

10. O Mago – Capaz de transformar a realidade e criar mudanças, o Mago é um agente de transformação. Ele busca a harmonia entre o espiritual e o material, tentando transformar sonhos em realidade.

11. O Sábio – Este arquétipo busca conhecimento e verdade. O Sábio é movido pelo desejo de compreender o mundo e compartilhar sua sabedoria com os outros. Ele representa a introspecção e a busca pelo entendimento profundo.

12. O Bobo da Corte (ou Tolo) – Representa a diversão, o humor e a leveza. Ele é livre das preocupações e responsabilidades, lembrando os outros da importância de viver o momento e aproveitar a vida.

Embora Jung tenha desenvolvido a ideia de arquétipos como padrões universais que habitam o inconsciente coletivo, a tese central de seu pensamento é que esses arquétipos se manifestam de maneiras específicas, dependendo do contexto cultural, da experiência individual e do desenvolvimento psíquico. Ele enfatiza que os arquétipos não são entidades fixas, mas sim potências dinâmicas, que se expressam por meio de mitos, sonhos, fantasias e comportamentos. Como Jung afirmou:

“Os arquétipos são as formas primordiais e universais que influenciam o comportamento humano. [...] O arquétipo é uma imagem pré-formada que surge espontaneamente no inconsciente, moldando o pensar, o sentir e o agir” (Jung, 2002, p. 90).

Essa abordagem junguiana reflete o caráter simbólico de cada arquétipo, que pode aparecer em diversas formas, figuras mitológicas, personagens de ficção ou até imagens religiosas, sempre como um reflexo das necessidades e desejos mais profundos do ser humano. Esses arquétipos são formas ancestrais, como o "sábio" ou o "herói", que influenciam o pensar, sentir e agir ao longo das culturas e do tempo. A origem do termo "arquétipo" remonta ao pensamento platônico e à filosofia neoplatônica, onde representava modelos eternos e imutáveis, presentes em toda a criação.

3.1.6.1 O Arquétipo do Sábio

O arquétipo do Sábio ocupa um lugar central no imaginário coletivo, manifestando-se em diversas áreas como filosofia, ciência, arte e espiritualidade. Ele é representado por figuras que possuem vasto conhecimento, sabedoria e profunda capacidade de compreensão dos mistérios da vida. Entre essas figuras, destacam-se professores, filósofos, cientistas, artistas e líderes espirituais, admirados por sua busca incessante pela verdade e desejo de compartilhar conhecimento (Pearson, 1991). A coruja, como ícone do arquétipo do Sábio, é um símbolo poderoso que encapsula características centrais desse arquétipo. Seu simbolismo transcende a aparência física, refletindo atributos ligados à sabedoria e ao conhecimento (Jung, 2002). A escolha da coruja como representação foi um requisito estabelecido pela empresa parceira, por reconhecer sua familiaridade junto ao público-alvo e sua força simbólica.

1. **Inteligência:** As corujas são reconhecidas por sua agilidade mental, sendo consideradas uma das espécies de aves mais inteligentes, capazes de resolver problemas complexos e aprender novas habilidades rapidamente. Esse atributo reflete a capacidade do Sábio de compreender ideias complexas e resolver questões de maneira perspicaz (Freeman et al., 2016).
2. **Visão:** A coruja possui visão noturna aguçada, permitindo-lhe enxergar na escuridão. Esse poder simbólico associa-se à capacidade do Sábio de ver além da superfície, penetrando nas profundezas da realidade em busca da verdade oculta (Jung, 2002).
3. **Sabedoria:** Ao longo das culturas, a coruja tem sido associada à sabedoria. Na mitologia grega, por exemplo, era o animal de Atena, deusa da sabedoria. Em diversas tradições, relaciona-se ao conhecimento oculto e à capacidade de discernir o invisível (Meletínski, 1998).

Esse arquétipo representa, portanto, uma busca incessante pela verdade, o desejo de compreender o mundo e aprender com as experiências. O Sábio não se contenta com o conhecimento superficial, mas busca uma compreensão profunda, indo além do aparente (Jung, 2002).

3.1.6.2 Características dos produtos de Arquétipo do Sábio

As principais características do arquétipo do Sábio incluem:

- **Inteligência:** O Sábio possui mente afiada, capaz de entender conceitos complexos e ver o mundo de forma holística. Sua inteligência permite conectar diferentes áreas do conhecimento e estabelecer relações entre ideias aparentemente desconectadas (Pearson, 1991).
- **Curiosidade:** Movido por interesse insaciável em aprender, o Sábio busca constantemente novos conhecimentos, seja por meio de livros, experiências ou interações (Jung, 2002).
- **Profundidade:** Não se contenta com respostas simples ou superficiais; sua busca é pela essência das coisas, com desejo profundo de entender motivações, causas e significados subjacentes (Freeman et al., 2016).
- **Sabedoria:** Acima de tudo, o Sábio possui capacidade de fazer escolhas acertadas com base em experiência e conhecimento. Sua sabedoria é prática, permitindo agir de maneira equilibrada e justa (Pearson, 1991).

No decorrer desta investigação, identificaram-se diversos produtos similares em desenvolvimento que representam o arquétipo do Sábio. Um aspecto recorrente é a inclusão de elementos simbólicos construídos pelo ser humano, frequentemente associados ao conhecimento e à intelectualidade. O recurso mais utilizado é o livro, muitas vezes disposto em pilhas, simbolizando acúmulo e organização do saber (Souza e Fialho, 2016). Em várias peças analisadas, a coruja está posicionada sobre livros (Figura 4), ou com acessórios que remetem à atuação intelectual, como jalecos, óculos ou instrumentos profissionais (Figura 5), reforçando o domínio sobre o capital intelectual.

Figura 4 - Produto encontrado em uso



Fonte: Sebo's Império (2024)

Figura 5 - Similar encontrado à venda



Fonte: Shopping ViaCatarina (2025)

Tal estratégia facilita o reconhecimento imediato do arquétipo pelo público, mesmo sem mediação textual, mas em contrapartida essa estilização torna o produto infantilizado e fictício, valores que são desassociados Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor requisitado no projeto.

3.1.6.3 A representação do Sábio no imaginário coletivo

A figura do sábio é amplamente expressa nas culturas e tradições humanas, sendo associada à sabedoria espiritual e à capacidade de compreender os mistérios do universo. Segundo Rohden (2017), tanto Buda quanto Moisés, em suas respectivas tradições, apontam que o sofrimento humano decorre da ilusão sobre a verdadeira natureza do ser. A sabedoria, nesse contexto, é vista como uma virtude que emerge da conexão profunda com o espírito e da busca pela verdade interior.

Na arte, literatura e cinema, o arquétipo do sábio é representado por personagens que orientam heróis em suas jornadas, oferecendo conhecimento e discernimento. Joseph Campbell (2007), em *O Herói de Mil Faces*, descreve o sábio como o mentor que prepara o protagonista para enfrentar seus desafios. Exemplos clássicos incluem Gandalf, Dumbledore, Mestre Yoda e Morpheus, todos figuras que personificam sabedoria, visão ampliada e autoridade ética, guiando os heróis por caminhos de autoconhecimento e transformação.

Na filosofia, Sócrates é um dos maiores representantes do arquétipo do sábio. Sua abordagem, baseada no questionamento constante e na consciência das próprias limitações intelectuais, ficou conhecida como “sabedoria socrática” (Westacott, 2019). Sócrates acreditava que o verdadeiro conhecimento começa com o reconhecimento da ignorância, e que a busca pela verdade deve ser feita por meio do diálogo e da reflexão crítica.

No campo religioso, figuras como Buda e Moisés também encarnam esse arquétipo. Buda ensinava que a sabedoria é essencial para alcançar a iluminação e libertar-se do sofrimento (Bezerra, 2024), enquanto Moisés, segundo a tradição judaica, guiava seu povo com base em revelações divinas e princípios éticos que moldaram uma civilização. Ambos representam líderes espirituais que, por meio da palavra e do exemplo, conduzem seus seguidores à compreensão profunda da existência.

3.1.7 Simbolismo e Estética: Fundamentos teóricos para o design arquetípico

Ernst Cassirer afirma que o ser humano é essencialmente um animal simbólico, cuja percepção do mundo é mediada por signos e representações. Para ele, os símbolos não são meros adornos, mas estruturas cognitivas que organizam a experiência humana (Cassirer, 1944). Essa perspectiva reforça o papel dos objetos arquetípicos como pontes entre o inconsciente coletivo e a experiência individual.

Mircea Eliade destaca que os símbolos religiosos não apenas representam, mas atualizam realidades espirituais. Segundo o autor, o símbolo é uma forma de tornar o invisível visível, conferindo aos artefatos simbólicos uma função ritualística e transformadora (Eliade, 1957). No caso da estatueta do Sábio, o uso da coruja como símbolo transcende sua forma física, evocando atributos como sabedoria, visão ampliada e introspecção.

Umberto Eco propõe que a estética não reside apenas na beleza formal, mas na capacidade de gerar múltiplas interpretações. Em sua obra *Obra Aberta*, ele argumenta que o objeto estético é um campo de possibilidades, e não uma mensagem fechada (Eco, 1962). A estatueta do Sábio, ao incorporar elementos como postura contemplativa e paleta cromática sóbria, convida o observador a uma leitura simbólica que varia conforme sua bagagem cultural.

Gillo Dorfles defende que o valor simbólico de um artefato depende da coerência entre forma, material e contexto. Em *O Tornar-se das Formas*, ele afirma que a estética está ligada à resposta emocional provocada pelo objeto (Dorfles, 1984). A escolha do gesso como matéria-prima reforça a simplicidade e a acessibilidade do arquétipo do Sábio, sem comprometer sua profundidade simbólica.

Cassirer também observa que os símbolos funcionam como estruturas que moldam a realidade percebida. Ao representar o arquétipo do Sábio por meio de uma coruja em postura elevada, o design ativa associações inconscientes ligadas à autoridade, contemplação e discernimento (Cassirer, 1944). Essa estrutura simbólica é essencial para que o objeto seja reconhecido como um mediador de valores.

Eliade argumenta que o símbolo é eficaz quando provoca uma transformação interior. A estatueta, ao ser posicionada em ambientes terapêuticos ou de estudo,

atua como um lembrete constante da busca pelo conhecimento e pela verdade (Eliade, 1957). Essa função ritualística do objeto é o que o diferencia de uma peça decorativa comum.

Eco sugere que o valor estético está na tensão entre forma e conteúdo. A estatueta do Sábio, ao evitar exageros ou ornamentos supérfluos, mantém uma linguagem visual refinada que respeita a complexidade do arquétipo (Eco, 1962). A ausência de elementos caricatos preserva a seriedade simbólica da peça, alinhando-se à estética madura exigida pelo público-alvo.

Dorfles enfatiza que a estética simbólica deve ser funcional. A base da estatueta não é apenas suporte físico, mas um pedestal que exalta o valor do arquétipo. Sua forma orgânica e discreta reforça a ideia de estabilidade e elevação, atributos essenciais à representação do Sábio (Dorfles, 1984).

Cassirer reforça que os símbolos são instrumentos de mediação entre o mundo interno e externo. O design da estatueta, ao integrar textura, forma e cor, permite que o usuário projete significados pessoais sobre o objeto, tornando-o um catalisador de reflexão (Cassirer, 1944). Essa capacidade de evocação simbólica é central para o sucesso do produto.

A integração desses autores permite compreender que o design arquetípico é uma prática estética e simbólica que exige rigor conceitual. A estatueta do Sábio, ao unir forma, material e narrativa simbólica, exemplifica como o design pode ser um veículo de significados profundos. Ao aplicar os conceitos de Cassirer, Eliade, Eco e Dorfles, o projeto transcende a função decorativa e se posiciona como um artefato de transformação simbólica.

3.1.8 Pesquisa de mercado

Como referencial para o desenvolvimento deste projeto a empresa parceira compartilhou imagens de produtos que contemplavam seus requisitos e objetivos e que serviram de referência para toda a construção, ao analisar tais referências é perceptível algumas características principais sendo elas os padrões de cores, de formas, tamanho e postura da figura representada.

Produtos padrões de referência: Figuras de 6 a 9.

Cores: Preto e dourado, representando seriedade, elegância e riquezas.

Forma: Animais em sua forma mais realista, ou seja, buscando representar de maneira mais fiel a natureza do que a interpretação poética do artesão.

Tamanho: O tamanho das peças tem variações de 250mm de altura e 150mm de diâmetro em média, são peças que podem ser transportadas por um único usuário tem certo nível de destaque e imponência no ambiente por seu tamanho mas não obstruem a passagem ou poluem o ambiente visualmente.

Postura: Em todos os casos a atitude tem o maior destaque na obra e está diretamente ligada com sua representação simbólica e é vital para a criação do ícone arquetípico.

Figura 6 - Produto referência 1



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Figura 7 - Produto referência 1



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Figura 8 - Produto referência 2



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Figura 9 - Produto referência 3



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Como forma de delimitação a partir deste conjunto de referências foram definidas as formas inadequadas para o produto por não representar os padrões pré-definidos. Devido a estética pouco realista, conjunto de cores vibrantes, forma distorcida e a ausência de uma postura relevante, aqui representados nas Figuras de 10 a 13.

Figura 10 - Produto referência 4



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Figura 11 - Produto referência 5



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Figura 12 - Produto referência 6



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Figura 13 - Produto referência 7



Fonte: aliexpress.com (acesso em 2023)

Com base nesses parâmetros, elaborou-se um painel comparativo (Figura 14) das principais alternativas disponíveis, analisando critérios como origem, faixa de preço, aderência à referência ideal e dimensões. A coleta de dados foi realizada in loco, em lojas físicas, e online, em plataformas digitais; contudo, concentrou-se nos *marketplaces* (*AliExpress*, *Shopee*, *Amazon* e Mercado Livre) devido à maior praticidade, amplitude de oferta, competitividade de preços e a disponibilidade de avaliações de usuários. Embora também tenham sido visitadas lojas especializadas, como a Brasil Esotérico, os marketplaces forneceram um escopo mais diversificado de produtos e feedbacks.

Figura 14 - Quadro geral da pesquisa de mercado

Importado					
	até R\$20,00	R\$20,00 a R\$40,00	R\$40,00 a R\$100,00	R\$180,00 a R\$320,00	R\$500,00 a R\$700,00
Nacional					
Legendas e referências	Produtos Referência 		Produtos inapropriados 		Dimensões

Fonte: Elaboração própria (2024)

Consulte o painel completo em alta resolução pelo link fornecido para garantir a legibilidade de legendas, valores e demais detalhes gráficos. Disponível em: <https://imgur.com/a/painel-da-pesquisa-de-mercado-AQdKIXB>

Devido à baixa legibilidade da imagem apresentada na Figura 14, o conteúdo do quadro foi transcrito, visando facilitar a leitura e a compreensão de cada parte. A Figura 15 mapeia o quadro.

Figura 15 - Quadro geral da pesquisa de mercado - Divisões

Importado	A	B	C	D	E
Nacional	A	B	C	D	E
Legendas e referências	Produtos Referência 		Produtos inapropriados 		Dimensões

Fonte: Elaboração própria (2024)

O Quadro A apresenta uma análise comparativa de estatuetas de coruja comercializadas por até R\$20,00. As peças importadas revelam volumetria e detalhes anatômicos precisos, aliados a cores naturais e acabamentos sutis, conferindo alto grau de realismo. Em contraposição, as estatuetas nacionais apresentam traços estilizados, com formas simplificadas e aspecto cartunizado. Frequentemente comercializadas sem pintura nessa faixa de preço ou com aplicações cromáticas aleatórias, carecem de uniformidade e definição textural, o que reduz sua atratividade estética. Apesar disso, beneficiam-se de logística de distribuição mais ágil e valores compatíveis.

O Quadro B reúne amostras de estatuetas nacionais de coruja na faixa de R\$20,00 a R\$40,00, com alturas entre 10 cm e 26 cm. São peças que apresentam formas simplificadas e pintura inconsistente, sacrificando fidelidade formal e uniformidade cromática.

O Quadro C apresenta uma amostra de estatuetas comercializadas na faixa de R\$40,00 a R\$100,00. As peças importadas mantêm o elevado nível de realismo formal, volumetria detalhada e cores naturais, enquanto, nessa faixa de preço, as alternativas nacionais começam a exibir formas mais realistas e pintura adequada, com maior fidelidade à referência. Os modelos nacionais analisados variam de 17 cm a 26 cm de altura e custam entre R\$47,50 e R\$97,90, beneficiando-se de prazos de entrega reduzidos e custos logísticos regionais. Ainda que algumas inconsistências cromáticas persistam, observa-se um avanço significativo na qualidade estética.

O Quadro D focaliza as estatuetas ofertadas na faixa de R\$180,00 a R\$320,00, em que a competitividade entre importadas e nacionais se equipara. Nesse segmento, as peças importadas exibem volumetria e detalhamento sofisticados, com alturas entre 16 cm e 24 cm. Paralelamente, os modelos nacionais oferecem acabamento formalmente comparável, apresentando texturização evidente e aplicação cromática uniforme.

O Quadro E apresenta uma comparação de estatuetas de alto padrão na faixa de R\$500,00 a R\$700,00. No segmento importado, identifica-se a “Veronese Design Estatueta de 14,8 cm”, em resina com acabamento em marrom acinzentado,

precificada em R\$527,00. Quanto ao mercado nacional, destaca-se a “Coruja da Sabedoria Grande Veronese”, de mesma marca mas do mercado local, com 45 cm de altura e valor de R\$670,00, incluindo frete grátis.

3.1.8.1 Justificativa da Lacuna no Mercado de Estatuetas Arquetípicas

A lacuna identificada no mercado nacional de estatuetas arquetípicas não se limita à ausência de representações do arquétipo do Sábio, mas revela uma deficiência mais ampla na oferta de produtos simbólicos com qualidade estética e coerência simbólica. A análise de mercado realizada no projeto evidenciou que a maioria das peças nacionais apresenta acabamento inferior, pintura inconsistente e ausência de refinamento formal, comprometendo sua função como artefato representativo (Costa, 2025).

Segundo Jung (2002), os arquétipos são imagens universais que emergem do inconsciente coletivo e se manifestam por meio de símbolos. Para que um objeto represente adequadamente um arquétipo, é necessário que sua forma, textura e expressão estejam alinhadas com os valores simbólicos que ele pretende comunicar. A ausência de produtos que cumpram esse papel no mercado nacional indica uma desconexão entre produção material e representação simbólica.

Souza e Fialho (2016) destacam que o uso de arquétipos no design permite liberar emoções profundas e estimular experiências significativas. No entanto, quando os produtos são mal acabados ou esteticamente incoerentes, essa função simbólica se perde. A baixa qualidade das estatuetas nacionais impede que elas cumpram seu papel como catalisadores emocionais, sendo percebidas apenas como objetos decorativos genéricos.

Freeman et al. (2016) reforçam que os símbolos devem conter significados ocultos além de sua aparência convencional. Para que uma estatueta arquetípica seja eficaz, ela precisa provocar uma resposta simbólica no observador, ativando conteúdos inconscientes. A falta de refinamento nas peças nacionais compromete essa ativação simbólica, tornando-as ineficazes como instrumentos de autoconhecimento ou expressão identitária.

Prous (2018), ao estudar esculturas simbólicas dos sambaquis, observa que o valor dessas peças está na sua capacidade de representar ideias e práticas culturais profundas. Mesmo em contextos pré-históricos, a atenção ao detalhe e à forma era

essencial para comunicar significados. A comparação com estatuetas contemporâneas revela que, apesar dos avanços tecnológicos, muitos produtos nacionais não conseguem atingir esse nível de expressividade simbólica.

Meletínski (1998) argumenta que os arquétipos literários e visuais exigem uma linguagem simbólica precisa para serem reconhecidos e compreendidos. A ausência de estatuetas com linguagem visual madura e simbólica no mercado nacional indica uma lacuna não apenas comercial, mas cultural. O design simbólico exige mais do que forma: exige intenção e profundidade.

Jung e Jaffé (1981) apontam que os símbolos são mediadores entre o consciente e o inconsciente. Quando um produto falha em sua representação simbólica, ele deixa de cumprir essa função mediadora. A lacuna observada no mercado nacional é, portanto, uma falha na comunicação simbólica entre produto e usuário, especialmente em contextos terapêuticos e de desenvolvimento pessoal.

Souza e Fialho (2016) também ressaltam que produtos simbólicos bem projetados fortalecem a identidade do usuário e promovem experiências positivas. A ausência de estatuetas arquetípicas de qualidade no Brasil limita o acesso a objetos que poderiam apoiar práticas de autoconhecimento, branding pessoal e ambientação simbólica, especialmente entre terapeutas e empreendedores do setor.

Por fim, a lacuna não é apenas estética, mas simbólica e funcional. A proposta do projeto de desenvolver uma estatueta do arquétipo do Sábio com qualidade estética e simbólica visa preencher essa ausência, oferecendo ao mercado um produto que respeita os princípios do design arquetípico e atende às expectativas emocionais e simbólicas do público-alvo (Costa, 2025).

3.1.9 Análise dos Padrões de Qualidade e Adequação Simbólica dos Produtos no Mercado

Os melhores produtos são importados devido a sua alta qualidade em acabamento e seu baixo preço. Os produtos nacionais em sua maior parte têm uma baixa qualidade de acabamento, apresentam formas distorcidas e pintura inconsistente com a natureza e entre si, exibindo cores que não dialogam; esses fatores somados afetam diretamente a usabilidade do produto. Tais peças acabam relegadas a usos menos “nobres”, como enfeites de jardim e outras áreas externas.

No mercado internacional, as estatuetas arquetípicas de alto padrão adotam superfícies lisas, sem poros visíveis, e bordas refinadas, resultado de processos industriais de múltiplas etapas (pré-cura, lixamento, selagem e pintura automatizada). A consistência dimensional é garantida por moldes metálicos e controles de temperatura e umidade em linha de produção. Internamente, a verificação de cada lote inclui inspeção visual e ensaios de resistência a impactos leves, assegurando durabilidade e estabilidade mesmo em manuseios frequentes.

Produtos de sucesso alinham rigorosamente sua forma ao conceito arquetípico. Por exemplo, uma coruja do “Sábio” deve ter proporções que evocam equilíbrio (cabeça, corpo e asas em harmonia) e detalhes (olhos bem definidos, textura de penas) que reforcem seu simbolismo. A paleta de cores, geralmente tons sóbrios, metálicos ou terrosos, reforça a ideia de sabedoria e seriedade. Quando esses elementos estão desalinhados (cores vibrantes demais, formas exageradas ou ornamentos supérfluos), o elo simbólico entre peça e arquétipo fica fraco, reduzindo o engajamento emocional do usuário.

A qualidade tátil-visual e a coerência simbólica elevam significativamente o valor percebido. Usuários de nicho, como terapeutas e colecionadores, buscam uma “experiência total”: do toque firme ao olhar contemplativo, cada aspecto deve comunicar o arquétipo. Produtos mal acabados ou com postura e pintura desconexas geram estranhamento e não cumprem o papel de catalisadores emocionais; acabam vistos apenas como “objetos decorativos” sem profundidade simbólica.

Para que um produto nacional rivalize com importados, é necessário:

1. **Processos de acabamento refinado** (lixamento manual, aplicação de primers de alta aderência e pintura);
2. **Controle rigoroso de moldagem**, com inspeções dimensionais em cada molde para garantir precisão e repetibilidade entre todas as peças;
3. **Entrega e apresentação adequadas**, valorizando a linguagem simbólica da estatueta, desde a embalagem até o unboxing, de forma a diferenciá-la dos concorrentes, que focam sobretudo na praticidade logística.

3.2 Fase 02 - Definição de requisitos

Um dos requisitos centrais do projeto é a viabilidade econômica, priorizando soluções que possibilitem o desenvolvimento do produto com o menor custo financeiro possível. Embora não haja um orçamento previamente definido, adotou-se desde o início a meta de otimizar os recursos e reduzir os custos sempre que possível.

Durante o processo de desenvolvimento e análise do *briefing*, foi identificado, com base nas referências recebidas e nas imagens de produtos similares, que a estética esperada deveria transmitir maturidade, sofisticação e alto valor percebido. Estes padrões envolvendo a estética mais tarde foram validados em pesquisa com público alvo, destacando cores quentes e terrosas como o marrom e o dourado e cores neutras como o preto o branco e o cinza, entre as orientações para o desenvolvimento do produto impostos, está o uso de animais como representação arquetípica, oriundo da característica de descrição, um requisito da empresa parceira. Para que o usuário possa fazer o uso do produto em qualquer ambiente sem qualquer tipo de estranhamento ou intolerância por parte de terceiros, considerando que a investigação demonstrou a propensão dos usuários a empregar esse tipo de produto tanto em contextos domésticos quanto profissionais. Uso de animais como representantes também permite o desenvolvimento de uma coleção coesa de produtos, uma possibilidade futura ainda em estudo. Ao longo do estudo, Najara manifestou o desejo de aplicar uma pintura realista ao produto, como forma de reforçar o simbolismo da coruja e ampliar sua capacidade de evocação

arquetípica. Contudo, essa abordagem foi desaconselhada devido à sua alta complexidade técnica, exigindo mão de obra especializada com domínio em pintura hiper-realista, um perfil profissional escasso e altamente demandado, o que comprometeria a viabilidade produtiva do projeto.

Durante a etapa de identificação do público-alvo, constatou-se que a maioria dos potenciais consumidores é do gênero feminino. Considerando o manuseio do produto e os desafios logísticos envolvidos na comercialização de um item relativamente pesado, definiu-se a praticidade como um requisito de projeto.

A definição de tecnologias e materiais é a etapa fundamental deste processo de design de produto, pois envolve a escolha criteriosa dos recursos que serão utilizados na criação e produção do item final, impactando diretamente na qualidade da peça e nos lucros. Essa etapa busca identificar materiais que atendam aos requisitos estéticos e funcionais do produto, além de serem viáveis dentro das limitações econômicas e de produção do projeto. No caso deste trabalho, focado na criação de uma estatueta, a escolha dos materiais não se limita a aspectos práticos, mas também considera os efeitos emocionais e simbólicos que eles podem evocar no usuário.

A escolha de tecnologias também reflete a sustentabilidade e a viabilidade econômica do projeto. Optar por métodos de produção e materiais acessíveis, como moldes reutilizáveis e componentes locais, contribui para uma produção acessível, alinhada ao objetivo de tornar o produto competitivo no mercado no Brasil, mas que impacte o mercado local.

Entre as alternativas exploradas para a produção deste produto, foram consideradas peças em gesso, resina e ferro fundido. Inicialmente, a opção de ferro fundido foi descartada pois um processo capaz de reproduzir as imagens com uma qualidade satisfatória envolveria custos muito altos demandando técnicas específicas e complexas, as fundições que desenvolvem trabalhos de baixo custo geralmente utilizam moldes de areia, o que limita a precisão e a complexidade do design final.

Durante o desenvolvimento do projeto, a resina mostrou-se uma alternativa interessante devido às suas propriedades de resistência e à capacidade de

reprodução de detalhes para criação de formas detalhadas. No entanto, o alto custo de produção inviabilizou seu uso. A resina tem um custo elevado tanto pelo valor do material quanto pelo tempo de cura, que pode ultrapassar um dia. Para uma escalada de produção, seria necessário um número significativo de moldes, o que multiplicaria os custos iniciais e tornaria a alternativa pouco prática para o estágio inicial do projeto.

Diante desses fatores, o gesso foi escolhido como o material mais adequado. Além de ser uma opção de baixo custo, o gesso permite alta fidelidade na reprodução de detalhes e exige um investimento inicial relativamente baixo. Com o desenvolvimento de um único molde é possível produzir até cinco peças por turno, o que representa uma alta capacidade de produção e viabiliza o uso do gesso como melhor opção para o início da produção mesmo que esse início seja em uma pequena escala comparado a sua capacidade. Embora a capacidade de produzir até cinco peças por turno não configure uma produção de baixa escala, esse volume inicial demonstra que, mesmo com investimento reduzido em um único molde, é possível ampliar a fabricação conforme a demanda. A empresa parceira projeta a comercialização de até dez unidades já no primeiro mês, evidenciando a flexibilidade do processo e a viabilidade de escalar a produção dentro dos limites orçamentários definidos para o projeto. Essa escolha equilibra a viabilidade econômica e qualidade estética, assegurando a viabilidade do produto e um alto valor simbólico. Abaixo o quadro 3 com os principais requisitos do projeto:

Quadro 3: Requisitos do projeto

Requisitos	Objetivos	Classificação
Descrição	Evitar cores vibrantes e saturadas	Necessário
	Evitar formas ou expressões agressivas	Necessário
	Ter um tamanho adequado para média dos ambientes (Casa, escritório)	Necessário
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural não cartunizado ou infantil	Necessário
	Representação de materiais nobres	Necessário
	Acabamento refinado	Necessário
Praticidade	Portátil	Desejável
Baixo custo de investimento inicial	Custo de produção competitivo	Necessário
	Materiais de baixo custo	Desejável

Fonte: Autor (2024)

3.3 Fase 03 - Ideação do Produto e Desenvolvimento

O processo de desenvolvimento iniciou com a exploração de diferentes desenhos, conceitos e espécies de corujas como referência, focando em traduzir os valores associados ao arquétipo do Sábio. Diversas espécies de corujas foram exploradas, mas o objetivo central foi captar os valores representados por esse arquétipo. Parte dessa essência é refletida pela forma e identidade da espécie selecionada; a outra parte se manifesta na postura específica adotada pela representação.

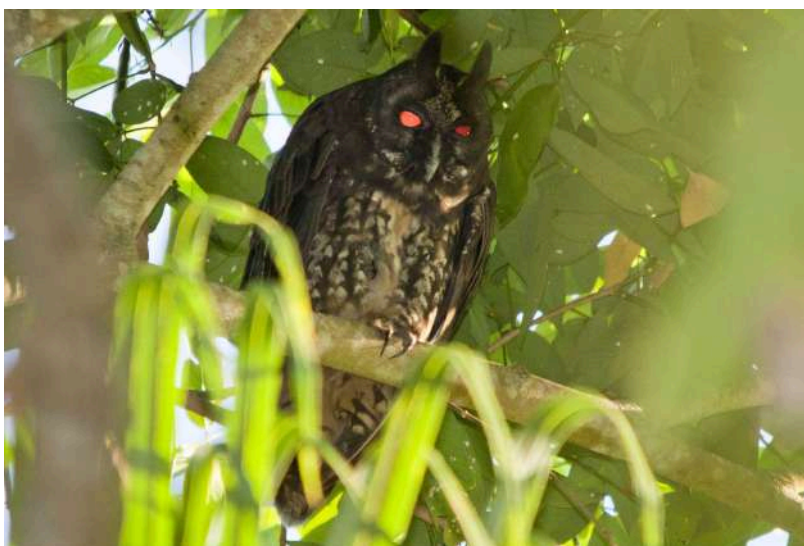
Após a sessão de *brainstorming* com Bianchini, definiu-se que o ato de observação sistemática representaria o arquétipo do Sábio. No método científico, a observação não só gera dados concretos para formular hipóteses e conduzir experimentos controlados, mas também fundamenta a capacidade de interpretar esses dados e tomar decisões criteriosas, característica definidora da sabedoria. Por isso, esse gesto foi escolhido como símbolo da aplicação prática do conhecimento. Para ilustrar esse ato, realizou-se pesquisa visual em fotografias de animais (como corujas, águias, felinos e etc.) e esculturas, constatando que um olhar descendente a partir de um ponto elevado transmite simultaneamente visão privilegiada e domínio do ambiente. A coruja será posicionada sobre galhos ou pedras, simbolizando estabilidade e superioridade intelectual, com o pescoço levemente contorcido no eixo vertical, representando flexibilidade e firmeza. A cabeça permanece erguida, mas o olhar volta-se para baixo, reforçando a adaptabilidade e a busca pelo saber.

A base, como estrutura de elevação, é de extrema importância para destacar a relevância simbólica da figura esculpida. Em estátuas, estatuetas e troféus, a base é um elemento essencial que evidencia a importância do objeto representado, atuando quase como um pedestal que exalta a peça e eleva seu valor percebido. A base da escultura, nesse caso, não se relaciona diretamente com a visão privilegiada da coruja, mas com o simbolismo de elevação e importância. Em esculturas e estátuas, a base desempenha um papel fundamental, pois destaca e valoriza a figura representada, concedendo-lhe um lugar de respeito e imponente. Essa estrutura inferior é responsável por elevar e dignificar o objeto, atribuindo-lhe um caráter quase cerimonial. No presente projeto, foram realizados experimentos com diferentes tipos de bases para intensificar essa percepção. A ideia inicial era

utilizar uma base de madeira, devido à sua natureza nobre, elegante e sofisticada. A fixação seria feita com pinos de madeira e cunhas, assegurando um encaixe firme e refinado. No entanto, essa solução foi descartada devido à complexidade de implementação, que exigiria uma adaptação significativa dos artesãos no processo de produção em gesso, dificultando sua viabilização (Este processo foi descrito na etapa de produção prática do produto).

A escolha da espécie de coruja também foi um marco crucial, dado que, em algumas culturas, corujas são associadas à bruxaria e mau agouro, devido à sua aparência característica e à ausência de cores vibrantes. Escolher uma espécie que representasse a sabedoria, sem evocar conotações negativas, foi essencial. A coruja Mocho-Diabo (Figura 16), por exemplo, possui uma aparência intimidadora,

Figura 16 - Coruja da espécie Mocho-Diabo



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/fabiomanfredini/5597993272/> (acesso em 2023)

com coloração escura, grandes apêndices que lembram chifres, e olhos amarelos intensos que podem parecer vermelhos sob certas condições de luz, reforçando associações negativas. Por outro lado, a coruja Suindara (Figura 17), com suas cores claras e simetria delicada, poderia passar uma imagem suave demais, beirando a beleza plena,

Figura 17 - Coruja da espécie Suindara



Fonte: <https://faunafloraextincao.blogspot.com/2021/08/suindara.html> (acesso em 2023)

o que fugiria do propósito de força e mistério. Assim, a espécie referência escolhida foi a Jacurutu (Figura 18), pois ela equilibra as características desejadas, evitando os extremos estéticos e cumprindo o objetivo de representar o arquétipo de maneira apropriada.

Figura 18 - Coruja da espécie Jacurutu



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Bubo_virginianus_-Extrema,_Minas_Gerais,_Brazil-8.jpg (acesso em 2023)

3.3.1 Painel visual do produto

A partir dos conceitos estabelecidos, foi desenvolvido um painel visual do produto (Figura 19) com referências visuais para guiar os próximos passos. Esse painel reúne elementos inspiradores extraídos do material pesquisado, incluindo formas, texturas, cores e posturas. O objetivo do painel é consolidar a linguagem visual que serviu como base para o design da estatueta, assegurando que todos os detalhes estejam alinhados à proposta conceitual e à identidade emocional do produto.

As referências selecionadas destacam características como a postura contemplativa, a expressão de sabedoria e autoridade, reforçando a conexão simbólica com o usuário. Há também em meio ao quadro algumas referências de design para a base. Com o painel em mãos, o processo de desenvolvimento ganha uma direção visual clara, facilitando a transição para as etapas de ideação e modelagem, e garantindo que a essência do arquétipo seja mantida em cada decisão estética.

Figura 19 - Painel visual do produto



Fonte: Elaboração própria (2024)

Após a definição das formas e posturas da coruja, iniciou-se o desenvolvimento de alternativas (Figuras 20 a 23).

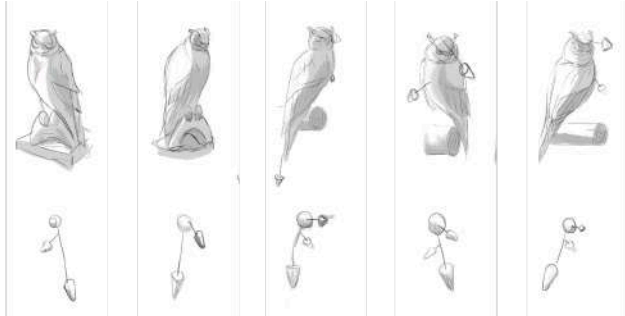
3.3.2 Alternativas

Nesta etapa do projeto serão apresentados os *sketches*, o processo de seleção e desenho final feito a partir das partes selecionadas. A metodologia adotada permitiu uma análise detalhada e separada da postura da coruja, das texturas das penas e do corpo do animal, bem como de sua expressão facial. Essa segmentação facilitou o aperfeiçoamento individual dos elementos, garantindo maior assertividade nas escolhas formais e estéticas para a representação do arquétipo do Sábio.

O primeiro quadro apresenta uma matriz de seleção para definição da postura da coruja, com base em três critérios estabelecidos previamente: evitar formas ou expressões agressivas, tamanho adequado para ambientes internos e estética madura, refinada, capaz de representar alto valor por meio de uma forma natural. A alternativa selecionada foi a postura com a cabeça virada em 45 graus e peito direcionado para frente, que obteve a maior pontuação geral (15 pontos), demonstrando melhor alinhamento aos requisitos definidos pelo projeto.

Figura 20 - Alternativas do posicionamento do corpo

Matriz de seleção: Postura









Descrição	Evitar formas ou expressões agressivas	5	3	3	2	4
	Tamanho adequado para ambientes internos	5	5	5	5	5
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	5	5	5	5	5
		Soma	15	13	13	12
		Cabeça virada em 45° peito para frente	Cabeça e peito para frente	Cabeça em 90° peito para baixo	Cabeça em 90° e para baixo peito para frente	Cabeça em 110° peito para frente

Fonte: Autor (2025)

O segundo quadro apresenta a matriz de seleção para definição da expressão facial da coruja, utilizando critérios como evitar expressões agressivas e garantir

uma estética madura, refinada e natural, capaz de transmitir alto valor percebido. Esses critérios foram definidos com base na necessidade de alinhar o produto ao arquétipo do Sábio, cuja representação exige serenidade, introspecção e autoridade simbólica. Dentre as alternativas, a opção selecionada foi a de número 6, que obteve a maior pontuação geral (10 pontos), destacando-se em ambos os critérios avaliados. Essa escolha se justifica por sua capacidade de comunicar, de forma sutil e eficaz, os atributos essenciais do arquétipo como sabedoria, contemplação e equilíbrio sem recorrer a exageros ou expressões caricatas, o que poderia comprometer a maturidade estética e o valor simbólico da peça.

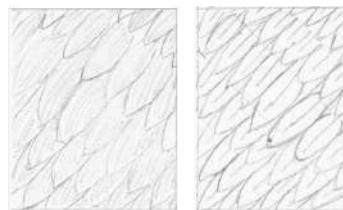
Figura 21 - Alternativas para a cabeça

Matriz de seleção: Cabeça				
Descrição	Evitar formas ou expressões agressivas	3	4	3
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	4	4	1
Soma		7	8	4
Matriz de seleção: Cabeça				
Descrição	Evitar formas ou expressões agressivas	1	2	5
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	4	1	5
Soma		5	3	10

Fonte: Elaboração própria

O terceiro quadro apresenta a matriz de seleção referente à textura das penas do corpo da coruja, avaliando critérios como evitar formas agressivas, forma natural, representação de materiais nobres e acabamento refinado. A alternativa selecionada foi a última (textura 5), que obteve a maior pontuação geral (18 pontos), destacando-se especialmente pela sua naturalidade, atendendo plenamente aos requisitos estéticos definidos para o projeto e a exequibilidade.

Figura 22 - Alternativas para textura das penas



Matriz de seleção: Corpo

Descrição	Evitar formas ou expressões agressivas	3	2
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	4	3
	Representação de materiais nobres	5	5
	Acabamento refinado	3	3
Soma		15	13



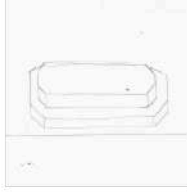


Matriz de seleção: Corpo

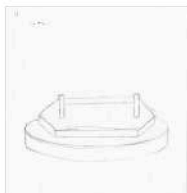


Descrição	Evitar formas ou expressões agressivas	4	5	5
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	4	4	5
	Representação de materiais nobres	5	5	5
	Acabamento refinado	3	3	3
Soma		16	17	18

Fonte: Elaboração própria

O quarto quadro apresenta a matriz de seleção da base da estatueta, avaliando sete critérios: evitar cores vibrantes e saturadas; evitar formas agressivas; tamanho adequado para ambientes internos; forma natural; representação de materiais nobres; acabamento refinado; e portabilidade. Dentre as seis propostas, a quinta alternativa (base orgânica sobre tronco) alcançou a maior pontuação total (31 pontos), destacando-se especialmente na forma natural, na representação de materiais nobres e no critério de evitar expressões agressivas. Essa solução equilibra elegância, praticidade e coerência simbólica, atendendo de forma mais abrangente aos requisitos estabelecidos.

Figura 23 - Alternativas de base

Matriz de seleção: Base				
Descrição	Evitar cores vibrantes e saturadas	5	5	5
	Evitar formas ou expressões agressivas	3	3	2
	Tamanho adequado para ambientes internos	5	5	5
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	1	2	1
	Representação de materiais nobres	3	5	3
	Acabamento refinado	3	3	3
Praticidade	Portátil	3	3	3
Soma		24	25	22

Matriz de seleção: Base				
Descrição	Evitar cores vibrantes e saturadas	5	5	5
	Evitar formas ou expressões agressivas	3	5	5
	Tamanho adequado para ambientes internos	5	5	5
Estética madura, refinada e capaz de representar um alto valor	Forma natural	2	5	5
	Representação de materiais nobres	3	5	4
	Acabamento refinado	3	3	3
Praticidade	Portátil	3	3	3
Soma		24	31	30

Fonte: Elaboração própria

Todos os quadros foram validados pela gestora do projeto representante da empresa parceira.

3.3.3 Construção do desenho do produto

Com as opções definidas em cada matriz de seleção, elaborou-se o sketch final (Figura 24) que incorpora as soluções escolhidas, seguido pela renderização do protótipo (Figura 25), ambos avaliados e validados pela gestora do projeto.

Figura 24 - Último sketch



Fonte: Elaboração própria

Figura 25 - Render



Fonte: Elaboração própria

3.3.4 Modelagem

A modelagem tridimensional permite visualizar o design com precisão, possibilitando ajustes de proporções, texturas e detalhes antes da produção física. Esse modelo foi essencial para a criação do molde final, que possibilitará a produção

modelos idênticos, garantindo que cada peça mantenha fidelidade à concepção inicial. (Figuras de 26 a 31).

Figura 26 - Blocagem do modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 27 - Blocagem do modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 28 - Referência volumétrica do modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 29 - Simulação de incidência de luz no modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 30 - Detalhamento do modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 31 - Primeira versão do modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

3.4.1 Validação do Protótipo

Esta etapa envolve quatro atividades principais: a incorporação de ajustes necessários e a confecção do molde definitivo. O objetivo desta fase é garantir que o produto final esteja pronto para ser produzido, atendendo a todos os requisitos e garantindo sua funcionalidade.

Figura 32 - Referência volumétrica do modelo 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Após o desenvolvimento inicial do protótipo (Figura 32), foi realizada uma pesquisa qualitativa com a gestora do projeto, Najara Bianchini, visando obter feedback detalhado sobre o resultado apresentado. A pesquisa teve como objetivo identificar possíveis ajustes e aprimoramentos no design do produto, garantindo maior alinhamento com os requisitos simbólicos e funcionais esperados. Para tanto, foi elaborado o seguinte questionário direcionado à gestora, com perguntas voltadas a avaliar aspectos estéticos, simbólicos e funcionais da estatueta e subsidiar recomendações de ajuste:

Roteiro de validação do Protótipo (Pesquisa qualitativa, com a gestora)

1. Q1 Impressão geral da peça (forma e proporções)
2. Q2 Adequação estética ao arquétipo Sábio
3. Q3 Expectativas de acabamento (textura, cor)
4. Q4 Aspectos práticos (peso, estabilidade, limpeza)
5. Q5 Valor simbólico percebido: que sensações ou ideias despertam?

A seguir, as respostas coletadas no questionário foram analisadas para identificar padrões de percepção que orientaram as alterações de projeto. Esses insights foram então consolidados no Quadro 4, relacionando cada tema avaliado ao feedback específico da gestora e às ações de design correspondentes, de modo a garantir que as modificações atendam diretamente às necessidades simbólicas e funcionais da estatueta.

Quadro 4 - Insights qualitativos consolidados e ações de projeto

Tema observado (Q#)	Feedback da gestora	Ação de projeto
Proporções gerais (Q1)	“Um pouco pequena”	Aumentar em 20% na malha 3D antes da impressão final.
Textura da barba (Q3)	“Sulcos muito rasos; não passam sensação de idade e sabedoria.”	Aprofundar entalhe a ± 2 mm e aplicar wash ocre para realçar relevos.
Cor base (Q3)	“Acredito que com cores mais escuras ficará ótimo”	Manter preto e dourado com o preto predominante
Peso e estabilidade (Q4)	“Peso transmite qualidade, mas desliza em mesas lisas.”	Manter massa e colar feltro antiderrapante 1 mm sob a base.
Limpeza/manutenção (Q4)	“Superfície fosca facilita poeira, mas é fácil de tirar com pincel macio.”	Incluir dica de limpeza rápida no folheto de uso.
Valor simbólico percebido (Q5)	“Os olhos precisam passar serenidade; bom para consultório ou mesa de estudos.”	Manter expressão facial serena e olhos semicerrados; não alterar semblante e melhorar anatomia.

Fonte: Elaboração própria (2024)

Entre as percepções extraídas durante a análise, foram apontados alguns aspectos fundamentais a serem corrigidos:

1. **Dimensão do Produto:** O tamanho do protótipo foi considerado pequeno, o que compromete a percepção de imponência e presença esperada para o arquétipo do sábio. Foi sugerido um aumento nas dimensões gerais da peça,

de forma a torná-la mais compatível com o objetivo de destaque em ambientes internos.

2. **Detalhamento Anatômico:** Foi identificado que a área dos olhos da estátua não estava condizente com as referências visuais previamente definidas. A gestora ressaltou a importância de ajustar essa região para que melhor representasse o simbolismo da visão aguçada e da sabedoria, características centrais do arquétipo.
3. **Textura das Penas:** Os detalhes das penas foram considerados insuficientemente definidos. Para reforçar a conexão com a simbologia natural e ampliar a identificação emocional com o produto, foi recomendada a ampliação e o refinamento dessas texturas, garantindo um maior nível de realismo e impacto visual.

Essas considerações foram fundamentais para guiar os ajustes subsequentes no design do protótipo, assegurando que ele atendesse aos critérios estéticos e simbólicos estabelecidos no início do projeto. A incorporação desse feedback reflete o compromisso do processo de desenvolvimento com a criação de um produto de alta qualidade, alinhado às expectativas do público-alvo e da entidade parceira.

3.4 Fase 04 - Entrega

Nesta fase o foco foi a conversão do protótipo validado em um artefato final, pronto para produção e distribuição.

3.4.2 O produto

O produto final, a estatueta Sábio, está ilustrado em duas imagens sequenciais: a Figura 33 exibe um render 3D, a Figura 34 mostra a fotografia do modelo físico impresso em PLA antes da criação do molde em silicone. Todas as correções apontadas na validação qualitativa foram incorporadas. Com esses ajustes concluídos, o modelo foi oficialmente aprovado como “apto” para produção seriada, encerrando a fase de desenvolvimento e habilitando o avanço para a confecção do produto em escala.

Figura 33 - Render 3D



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 34 - Impressão final



Fonte: Elaboração própria (2024)

3.4.3 Produção do molde

Iniciada a fase de confecção do molde, o primeiro passo foi analisar o modelo aprovado para identificar sub-cortes e definir a linha de divisão mais favorável, garantindo extração sem danos. Neste ponto o modelo acabou recebendo uma modificação, inicialmente parte de sua estrutura estaria suspensa, levando em consideração a dificuldade de produzir e os defeitos que seriam gerados no processo de produção a lacuna foi preenchida com modelos de pedras feitos a partir de argila a base de óleo (Figuras 35 e 36).

Figura 35 - Material utilizado no processo / aplicação da argila sobre a peça



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 36 - Refinamento da forma na argila



Fonte: Elaboração própria (2024)

Para desenvolver o molde primeiro é construído uma forma em gesso no entorno do modelo, essa forma é responsável por conter o silicone e dar sustentação durante o processo de cura da matéria prima do produto, para construir a forma o modelo foi coberto com material plástico e criado em seu entorno uma capa com espuma expansiva de poliuretano (Figura 37), neste ponto a função da espuma é servir de referência para a construção da forma de gesso, nos passos seguintes a mesma será substituída pelo silicone.

Figura 37 - Berço de espuma



Fonte: Elaboração própria (2024)

Após o processo de cura da espuma, realizou-se a escultura do material, com a remoção dos excessos, a fim de conformar a forma desejada para a aplicação da capa de gesso (Figura 38).

Figura 38 - Berço de espuma



Fonte: Elaboração própria (2024)

Sobre essa base de espuma são feitas as capas de gesso que irão sustentar o silicone (Figura 39)

Figura 39 - Capas de gesso



Fonte: Elaboração própria (2024)

Após a construção da forma a espuma é eliminada e a forma de gesso é selado com um tecido e gesso, criando um invólucro completamente selado no entorno do modelo, neste ponto as tampas e o modelo foram presos a uma base de papelão com supercola para não mover durante o processo. Figuras 40 e 41.

Figura 40 - Capas e produto



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 41 - Capas seladas e silicone



Fonte: Elaboração própria (2024)

O passo seguinte foi preencher a forma com silicone e aguardar a cura Figura 42. Optou-se por silicone azul, escolhido pela alta fidelidade de cópia e baixa contração. Antes da mistura do silicone, o modelo recebeu desmoldante à base de vaselina.

Figura 42 - Preenchimento do espaço entre produto e silicone



Fonte: Elaboração própria (2024)

Após o processo de cura a forma é aberta e o silicone é cortado na parte traseira da peça, para caso haja uma falha durante o processo de produção ela fique em uma parte menos visível do produto Figura 43.

Figura 43 - Silicone



Fonte: Elaboração própria (2024)

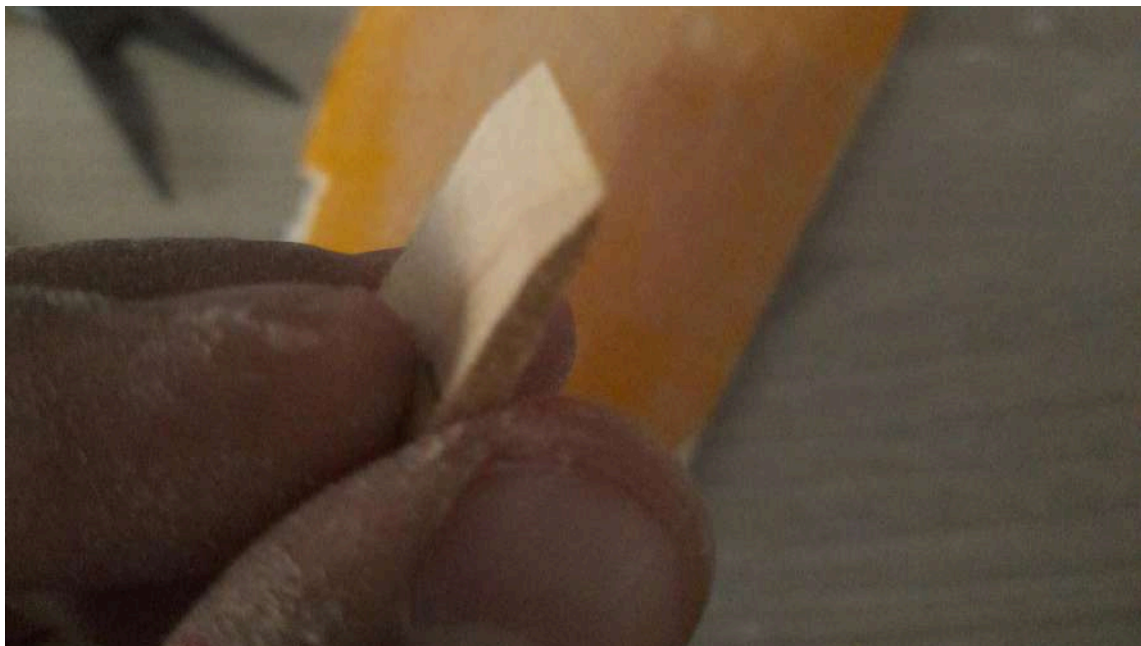
Como parte do desenvolvimento foi criada uma base de madeira para o produto, o intuito principal deste adereço é de devido à sua natureza nobre, elegante e sofisticada aumentar o valor percebido do produto. A estrutura da base é formada por um círculo de madeira com 30mm de altura e 20mm de diâmetro maior que a base de gesso do corpo do produto, onde foram adicionados 4 furos para os os pregos de madeira fixados por cunhas Figuras 44 a 50. Para fixar a base no gesso de maneira eficaz e sem o uso de mais materiais, reduzindo custos e evitando o uso de produtos químicos como super cola ou cola epoxy, o plano foi fixar a base, durante o processo de cura do gesso.

Figura 44 - Encaixe para cunha



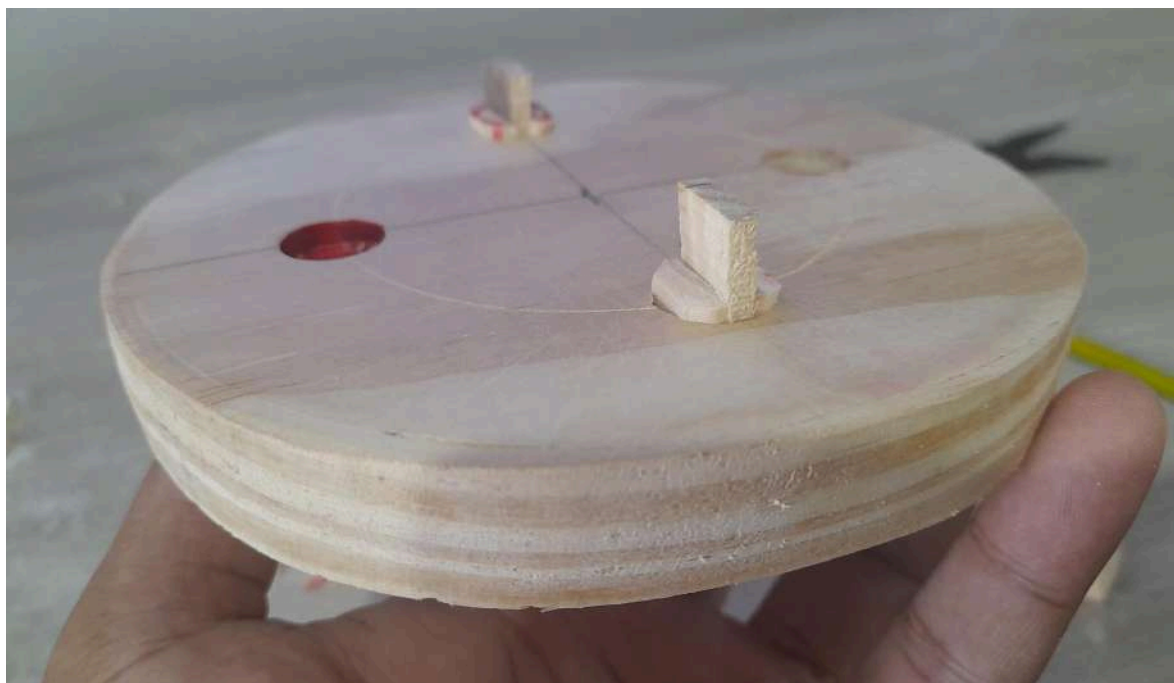
Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 45 - Cunha



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 46 - Cunha na base de madeira



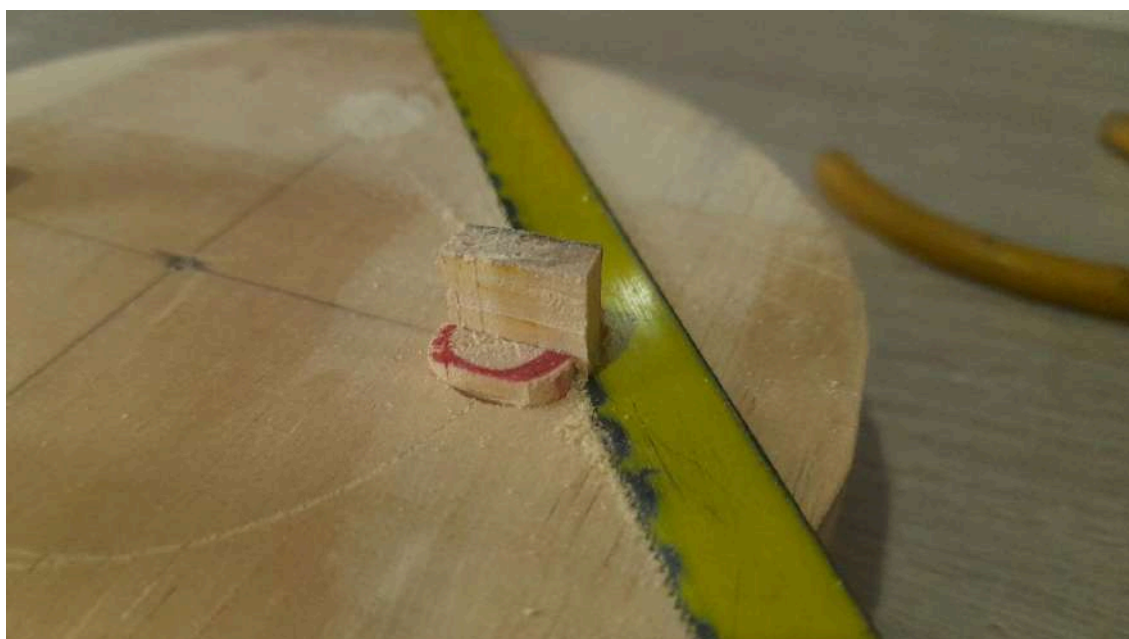
Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 47 - Base de madeira com suporte para prender ao gesso preso por cunhas



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 48 - Remoção de excessos



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 49 - Base de madeira pronta



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 50 - Base de madeira pronta



Fonte: Elaboração própria (2024)

Nesta etapa do projeto surgiu um descompasso entre a proposta conceitual e a viabilidade prática: embora, em termos de design, a base de madeira reforçasse a estética e a simbologia da peça, testes de produção mostraram que ela aumentaria

custos e tempo e preparo na montagem. Por esse motivo, optou-se por eliminá-la da versão final.

3.4.4 Validação do produto

Após a produção das primeiras unidades e a conclusão das etapas de acabamento, conduziu-se uma pesquisa online junto ao público-alvo para avaliar o produto final. Os participantes foram os mesmos da pesquisa inicial sobre expectativas em relação à estatueta. Por limitações de tempo e viabilidade financeira, não foi possível realizar uma avaliação presencial; portanto, o estudo utilizou fotografias do protótipo como recurso visual para coleta de opiniões e percepções.

1. Perfil dos Participantes

A amostra envolveu 23 profissionais de perfis variados, com predominância de mulheres atuantes em áreas voltadas ao bem estar, à criatividade e ao autoconhecimento. Estavam representados psicólogos e psicólogas (incluindo mentoras de carreira), artistas, micropigmentadoras, terapeutas (como mentoras e astrólogas), pedagogas, biomédicas, consultoras de imagem, professoras de inglês e empreendedoras digitais. Essa diversidade de formações enriqueceu a visão sobre a estatueta, pois reuniu tanto especialistas em simbolismo quanto usuários finais em potencial, além de validar as informações passadas pela gestora do projeto sobre o perfil do público-alvo.

2. Representatividade do arquétipo

A pergunta indagou se a peça “encarna” o Sábio. A resposta foi amplamente positiva: a grande maioria das entrevistadas respondeu “Sim”, “Sim!!” ou “Acredito que sim”, indicando forte reconhecimento do simbolismo pretendido. Apenas uma minoria qualificou a resposta como “Um pouco”, sinalizando que o conceito está presente, mas poderia ser reforçado. Entre os comentários abertos, as observações convergiram para ajustes pontuais, erguer levemente a cabeça, enfatizar o olhar ou endireitar a postura, para intensificar a impressão de sabedoria e presença da coruja, sem alterar o desenho essencial.

3. Adequação da expressão e da postura da coruja

A maioria dos respondentes considerou que a peça já transmite de forma satisfatória a energia simbólica pretendida: cerca de 40 % registraram simplesmente “**Sim**”, validando integralmente expressão e postura . Outros 35 % expressaram aprovação moderada, respostas como “**Sim, mas falta alguma coisa**”, “**Mais ou menos**” ou “**Um pouco**”, apontando pequenos ajustes desejáveis, mas ninguém conseguiu descrever especificamente o que esperava. As eventuais críticas sugerem **erguer levemente a cabeça e endireitar as costas para evitar aparência curvada, realçar o olhar (profundidade e direção dos olhos) e alinhar melhor o bico**, de modo a reforçar autoridade e foco do arquétipo. Apenas um registro 10% disse “**Não**”, alegando que a postura não comunica plenamente a presença do Sábio, enquanto outro participante afirmou “**Não sei opinar**”, permanecendo neutro. Em síntese, o público reconhece coerência simbólica na pose atual, mas sinaliza oportunidades claras de refinamento anatômico e de expressão facial para elevar ainda mais o impacto arquetípico.

4. Oportunidades de melhoria

Com o intuito de forçar os usuários a descrever melhor as possíveis melhorias foi adicionada essa questão. Os comentários convergiram em quatro frentes principais. A mais recorrente envolve **reforçar a expressividade da coruja** por meio de esculpir pupilas mais marcantes, levantar ligeiramente a cabeça ou detalhar melhor a plumagem. Um segundo grupo sugeriu **acrescentar elementos simbólicos à base** (livros, pergaminhos, óculos) ou mesmo transformá-la num livro fechado/aberto, aprofundando a narrativa de sabedoria . Há ainda observações sobre **ajustes sutis de postura**, por exemplo, inclinar levemente a cabeça para um dos lados ou deixar o corpo mais ereto para transmitir imponência – e um bloco menor que propôs **clarear a paleta ou melhorar a iluminação da foto** para que os relevos fiquem mais visíveis . Por fim, uma parcela dos participantes declararam que **não alterariam nada**, indicando satisfação plena com o resultado atual. Esses insights apontam que pequenas melhorias de acabamento visual e de storytelling simbólico podem elevar ainda mais a percepção de valor da estatueta sem necessidade de mudanças estruturais.

5. Avaliação das cores utilizadas na peça

O conjunto de respostas indica satisfação predominante com a paleta atual, considerada “linda”, “bem real” ou “adequada” por uma parcela expressiva dos participantes. Ainda assim, emergem dois grupos de sugestões. O primeiro propõe apenas realçar nuances, indicando mais iluminação, sombras ou detalhes metálicos, para que o relevo fique evidente e o olhar ganhe destaque. O segundo, minoritário, julga o conjunto escuro ou pesado e sugere alternativas claras (branco, madeira clara) ou variações metálicas (cobre avermelhado, mais dourado) para transmitir leveza e prosperidade. Em síntese, a maioria valida a combinação sóbria preto-dourado, mas recomenda pequenos ajustes de contraste ou versões cromáticas opcionais para acomodar preferências de ambientes mais claros.

6. Percepção Emocional Suscitada pela Peça

As palavras que o público mais repetiu ao descrever o que a estatueta lhes transmite formam um núcleo de **calma reflexiva**: termos como “paciência”, “serenidade” e “sobriedade” apareceram com frequência, indicando que a figura cumpre o papel de sinalizar quietude interior. Um segundo bloco de respostas destacou a **dimensão contemplativa e enigmática**, com menções a “observação”, “mistério” e “visão além do óbvio”, sugerindo que o olhar descendente da coruja convida à introspecção e ao pensamento profundo. Por fim, atributos ligados a **força e respeito**, sendo “força”, “posicionamento”, “respeito”, reforçam que, além de calma, o objeto comunica presença e autoridade simbólica.

Entre os depoimentos, três trechos sintetizam bem esse consenso:

- **“Ela transmite sabedoria, mistério e atenção, como se observasse tudo ao seu redor”**
- **“Quando olho para essa peça, ela me transmite força, determinação, mas também serenidade”**
- **“Acredito que sim, ela está linda. Tem uma postura sóbria, firme, inabalável”**

Esses comentários confirmam que o público percebe na estatueta exatamente as qualidades arquetípicas projetadas, sabedoria, vigilância serena e imponência, validando o alinhamento simbólico do produto.

7. Desejo de possuir a peça

A receptividade geral foi elevada: a maioria dos respondentes afirmou que teria a coruja em seu ambiente, associando-a a “sabedoria, mistério e atenção”, ou simplesmente porque a considera “bonita e elegante”. Muitos enxergam valor prático-simbólico, um objeto que inspira estudos, gera “curiosidade e observação” ou transmite serenidade e força. Os poucos que recusariam a peça explicam a decisão por incompatibilidade estética (preferência por cores claras ou decoração sem tons escuros) e não por falha no conceito simbólico, como sintetiza a menção “não usaria... apenas porque na minha casa não uso cores escuras”. Assim, a estatueta confirma boa aderência ao público-alvo, com objeções concentradas em poucos ajustes cromáticos e de contexto decorativo, mais do que no produto em si.

8. Ambientes preferenciais para exibir a estatueta

A maioria dos participantes situou a coruja em contextos profissionais: cerca de **70 %** citou **escritórios, mesas de trabalho ou consultórios terapêuticos**, buscando que o símbolo fique à vista durante atendimentos ou estudos, exemplos típicos são “no escritório da minha casa, onde trabalho” e “Trabalho, no meu espaço terapêutico”. Um segundo grupo, em torno de **30 %**, elegeu **áreas sociais da residência**, como sala de estar ou prateleira de livros, para agregar significado à decoração (“Trabalho, em casa, na sala”; “escritório ou sala de estar”). A presença de respostas híbridas indica flexibilidade: o público percebe a peça como capaz de circular entre o ambiente de trabalho, onde inspira foco e autoridade simbólica, e o espaço doméstico, onde atua como ponto de contemplação e conversa.

9. Faixa de preço percebida

Os participantes atribuem valor elevado à estatueta: **a maioria situou o “preço justo” na faixa de R\$200 a R\$300**, faixa repetida em praticamente todas as respostas analisadas. Uma minoria mencionou valores um pouco superiores, **R\$300 a R\$400**, sobretudo profissionais que já investem em peças artísticas de maior

ticket. Nenhum registro apontou cifras inferiores a R\$200, sinalizando que o público reconhece o acabamento e o simbolismo do produto como diferenciais que justificam esse patamar de preço.

10. Dimensões ideais

Quanto ao tamanho, o consenso predominante foi manter as **dimensões atuais (25 cm de altura)**, consideradas “perfeitas”, “adequadas” ou “proporcionais” em diversas respostas, por exemplo: “Tá perfeito esse tamanho” e “Tamanho está perfeito” . Ainda assim, surgiram sugestões de versões **maiores (31cm e 40cm)** e até a ideia de **oferecer três tamanhos distintos** para atender diferentes cenários de exposição. Esses dados indicam que o modelo padrão já satisfaz a maioria, mas variações de escala podem ampliar o alcance comercial sem comprometer a percepção de valor.

3.4.5 Memorial Descritivo da Estatueta “Sábio”

1. Apresentação do Produto

A estatueta “Sábio” é um artefato decorativo em gesso com aproximadamente 250 mm de altura, desenvolvido para representar o arquétipo junguiano do Sábio. Destina-se especialmente a psicólogos, terapeutas e profissionais de desenvolvimento pessoal que buscam um objeto simbólico para consultórios e ambientes de trabalho, bem como a colecionadores interessados em peças arquetípicas de alta qualidade estética

2. Conceito e Simbolismo

Arquétipo do Sábio:

O Sábio, segundo Jung e Pearson, simboliza a busca pela verdade, a sabedoria prática e a capacidade de discernimento profundo.

Justificativa da Coruja e da Postura:

A coruja foi escolhida por sua ancestral associação à sabedoria e ao olhar penetrante. A peça exibe a cabeça levemente inclinada em 45 °, com o olhar direcionado para baixo, simbolizando a observação sistemática e o domínio do ambiente, fundamentos do método científico e da sabedoria prática.

3. Aspectos Estéticos

- Forma e Textura: Traços realistas nas penas, com entalhes de 2 mm para sugerir profundidade e idade, reforçando a conexão inconsciente com a natureza.
- Cor e Expressão: Paleta sóbria de preto predominante com detalhes em dourado para transmitir elegância, riqueza simbólica e presença serena. A expressão facial semicerrada reforça serenidade e autoridade simbólica.
- Intenção: Conjugar maturidade e refinamento, conferindo à estatueta um valor percebido comparável a peças premium, mas com custo acessível.

4. Aspectos Práticos

- Dimensões: Altura de 250 mm e base de 100 mm de diâmetro, adequadas a mesas e prateleiras sem obstruir o ambiente.
- Peso e Estabilidade: Massa aproximada de 1,425 kg, suficiente para transmitir qualidade, com feltro antiderrapante de 1 mm sob a base para evitar deslizamentos.
- Limpeza e Manutenção: Superfície levemente fosca a remoção de poeira pode ser feita com pincel macio ou um pano seco;
- Portabilidade e Segurança: Design portátil, sem partes salientes que possam quebrar, ideal para deslocamento entre consultórios e ambientes domésticos.

5. Processo de Produção

1. Modelagem 3D: Escultura digital de acordo com o desenho desenvolvido junto a empresa parceira e ajustes de proporções e texturas, validada pela gestora.
2. Prototipagem Inicial: Impressão em PLA para avaliação de escala e detalhes.
3. Confeção do Molde:
 - Camada interna em silicone azul de alta fidelidade e baixa contração;
 - Estrutura externa em gesso, selada com tecido para sustentação.
4. Castragem em Gesso: Produção manual de até cinco peças por turno, com cura e extração cuidadosas.
5. Acabamento: Lixamento fino, aplicação de primer, pintura em preto e dourado e inserção de feltro. A pintura foi realizada manualmente com tinta acrílica

fosca preta como base, aplicada em toda a superfície da estatueta para garantir uniformidade visual. Em seguida, foram adicionados detalhes em dourado com pincel fino, especialmente nas áreas de relevo, como penas e olhos, para realçar os elementos. Após a secagem completa, aplicou-se uma camada de verniz protetor fosco, com o objetivo de preservar a pintura, aumentar a durabilidade da peça e conferir acabamento profissional ao produto.

6. Validação e Ajustes Finais

Em pesquisa qualitativa com a gestora, foram incorporadas as seguintes mudanças:

- **Aumento de 20 %** nas dimensões gerais para maior imponência.
- **Profundidade de entalhes** nas penas (+2 mm) e aplicação de wash ocre para realçar o relevo.
- **Predominância do preto** na base cromática, com detalhes dourados mantidos.
- **Instalação de feltro antiderrapante** sob a base para estabilidade.
- **Manutenção da expressão serena** dos olhos, sem alterações no semblante, garantindo serenidade para uso em consultório.

7. Considerações sobre Viabilidade

- **Custo Acessível:** Matéria-prima local (gesso) e processo manual simplificado permitem reduzir o preço ao consumidor para R\$200 - 300 (Valores praticados pela empresa parceira), frente a importados que custam R\$400 - 700.
- **Prazo de Entrega:** Produção local reduz o lead time para menos de 7 dias, contra 20 - 45 dias de importados.

- **Escalabilidade:** A capacidade de produzir 5 peças por turno junto a moldes reutilizáveis possibilita ampliação gradual conforme demanda.
- **Sustentabilidade:** Cadeia de produção curta, alinhados a práticas sustentáveis.
- **Mercado Local:** Produto pronto para série limitada, atendendo terapeutas e colecionadores em Florianópolis sendo possível fazer o envio para todo o país.

Conclusão: A estatueta “Sábio” une simbolismo arquetípico, qualidade estética realista e viabilidade produtiva, oferecendo ao público-alvo uma peça diferenciada, acessível e perfeitamente adaptada a ambientes profissionais e pessoais.

4. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o presente trabalho atingiu plenamente os objetivos propostos, ao idealizar e concretizar, com viabilidade técnica e econômica, uma estatueta em gesso que representa com fidelidade o arquétipo junguiano do Sábio acordado no objetivo geral do projeto “Produzir uma escultura que incorpore o simbolismo do Arquétipo do Sábio.” A aplicação do método Duplo Diamante garantiu coerência entre investigação, definição de requisitos, desenvolvimento e entrega: a revisão teórica sobre Jung e a análise de mercado evidenciaram a carência local de objetos arquetípicos acessíveis; a formulação de requisitos, pautada nas dimensões funcional e emocional, orientou as decisões formais; e a modelagem 3D, aliada à prototipagem física, permitiu ajustes finos até chegar à forma-molde final, assegurando reprodutibilidade em pequena escala.

Afirmo que os objetivos específicos foram contemplados no decorrer do desenvolvimento do projeto, sendo o primeiro, “Identificar, por meio de revisão bibliográfica, as características centrais do arquétipo do Sábio em Carl Jung”. No decorrer das pesquisas iniciais uma série de artigos e obras, com foco nas obras do Carl Jung foram visitados para basear o decorrer do desenvolvimento, além de explorações feitas através de entrevistas para compreender melhor a empresa parceira e seus objetivos e o público alvo.

Com base em especificações passadas pela empresa e pesquisa de validação foi possível definir os requisitos estéticos e funcionais da estatueta de gesso a partir dos atributos apontados na literatura e desenvolver um conceito de produto com elementos identificados do arquétipo do Sábio.

O desenvolvimento do protótipo em escala real (1:1) da estatueta idealizada, permitiu aplicar pesquisas junto a usuários e especialistas, por meio de questionários e avaliar a capacidade simbólica e a aceitação do produto elaborando um modelo para produção, incluindo o desenvolvimento do molde de silicone que garantir reprodutibilidade e qualidade de acabamento.

Oportunidades

A análise do processo de prototipagem e dos recursos tecnológicos disponíveis revelou importantes oportunidades para aprimorar a produção e o refinamento das futuras estatuetas. Em especial, a incorporação de tecnologias de

impressão 3D em resina no processo de prototipagem pode elevar significativamente a precisão dos detalhes e a qualidade superficial das peças, enquanto a extensão dessa tecnologia a componentes auxiliares, como moldes e cases externos, promete otimizar o controle de processo e a padronização dos resultados. Adicionalmente, a integração de elementos de madeira na base não apenas valoriza o aspecto estético, mas também possibilita a implementação de mecanismos anti falha que reforçam a eficiência da montagem e da produção em série.

Do ponto de vista acadêmico, o projeto comprova que a tradução de arquétipos em atributos formais concretos reforça a eficácia do design centrado no usuário, ao passo que decisões de materialidade impactam positivamente tanto a experiência tátil-emocional quanto a competitividade de mercado. Para a Bianchini Cursos e Treinamentos, entrega-se um ativo tangível que complementa suas práticas de desenvolvimento pessoal e amplia sua oferta de produtos com narrativa simbólica consistente. Assim, a estatueta “Sábio” une simbolismo arquetípico, qualidade estética realista e viabilidade produtiva, oferecendo ao público-alvo uma peça diferenciada, acessível e perfeitamente adaptada a ambientes profissionais e pessoais, evidenciando que o simbolismo e o arquétipo foram plenamente contemplados. Em seguida as imagens do produto final (Figuras 51, 52 e 53). O desenho técnico do produto encontra-se no **Apêndice A**.

Figura 51 - Produto final pintado



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 52 - Variação do produto



Fonte: Elaboração própria (2024)

Figura 53 - Produto final



Fonte: Elaboração própria (2024)

5. REFERÊNCIAS

CASSIRER, Ernst. *Filosofia das formas simbólicas*. São Paulo: Martins Fontes, 1944.

DESIGN COUNCIL. *The Double Diamond* [vídeo]. YouTube, 14 set. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vtJOAXREqFU>. Acesso em: 2025-05-22.

DESIGN COUNCIL. *The Double Diamond*. [s.d.]. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>. Acesso em: 2025-05-22.

DINIZ, Rayana Cristina Araujo. Mulheres de barro: análise das estatuetas antropomorfas e antropozoomorfas femininas das esterrias do Maranhão. *Revista Observatório Latino-Americano*, v. 22, n. 4, 2024. DOI: 10.55905/oelv22n4-094. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/4169/2801>. Acesso em: 05/02/2025.

DORFLES, Gillo. *O tornar-se das formas*. São Paulo: Perspectiva, 1984.

ECO, Umberto. *Obra aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 1962.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 1957.

FREEMAN, John. Introdução. In: JUNG, Carl G. (org.). *O homem e seus símbolos*. Tradução de Maria Lúcia Pinho. 3. ed. especial. Rio de Janeiro: HarperCollins Brasil, 2016. p. 7-29. Acesso em: 01/06/2024.

JUNG, C. G. *Arquétipos e o inconsciente coletivo*. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. (Obras completas de C. G. Jung; v. 9/1). Acesso em: 01/01/2024.

JUNG, Carl G. *Memórias, sonhos, reflexões*. 1. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2017. Acesso em: 01/01/2024.

JUNG, Carl G. *O homem e seus símbolos*. Tradução de Dora Ferreira da Silva. 1. ed. São Paulo: HarperCollins, 2016. Acesso em: 01/01/2024.

JUNG, Carl Gustav. (1964). *Arquétipos e inconsciente coletivo*. Petrópolis: Vozes. Acesso em: 01/06/2024.

JUNG, Carl Gustav. *A natureza da psique*. Tradução de Pe. Dom Mateus Ramalho Rocha. 1.ed. Petrópolis: Vozes, 2000. (Obras Completas de CG Jung, v. VIII/2). Acesso em: 01/01/2024.

JUNG, Carl Gustav. *Psicologia do inconsciente*. Editora Vozes Limitada, 2011. Acesso em: 01/06/2024.

JUNG, Carl Gustav; JAFFÉ, Aniela (org.). *Memórias, sonhos, reflexões*. 1. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1981.

MARQUES, J. R. (2022). Os 12 arquétipos de Carl Jung: guia para entender o seu perfil e o dos outros. São Paulo: Gente. Acesso em: 01/06/2024.

MELETÍNSKI, E. M. Os arquétipos literários. Tradução de: Aurora Formoni Bernardini; Homero Freitas de Andrade; Arlette Cavaliere. São Paulo: Atelife Editorial, 1998. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=zrDmdiB_DNIC. Acesso em: 01/06/2024.

MOURÃO, Tadeu: Encruzilhadas da Cultura: imagens de Exu e Pombajira. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2012. Acesso em: 01/01/2024.

OLIVEIRA, Fabiano; ROBRAHN-GONZÁLEZ, Erika Marianne. As esculturas de pedra (zoólitos) e de ossos dos sambaquis do Brasil meridional e do Uruguai. *Memorare*, v. 5, n. 1, p. 1-19, 2018. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/memorare_grupep/articloe/view/6308. Acesso em: 01/06/2024.

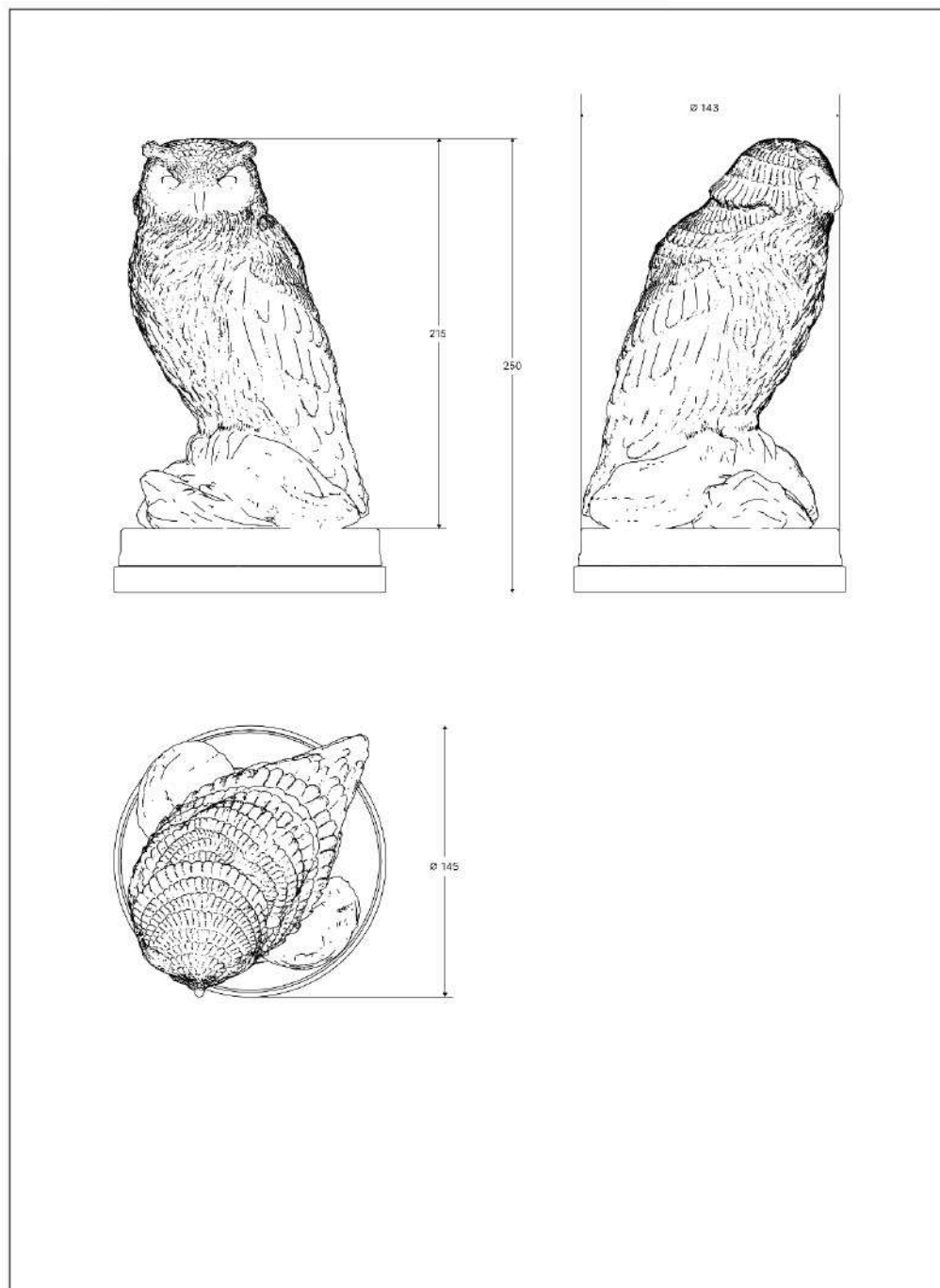
PEARSON, Carol S. *Despertando os heróis interiores: doze arquétipos para nos ajudar a encontrar a nós mesmos e transformar o nosso mundo*. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 1991. 351 p. Acesso em: 01/01/2024.

SOUZA, Felipe Machado de; FIALHO, Francisco Antônio Pereira. As contribuições dos arquétipos para o design de experiência do usuário em interfaces gráficas. Em: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN – P&D DESIGN, 12., 2016, Belo Horizonte. *Blucher Design Proceedings*, São Paulo, v. 2, n. 9, 2016. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/25505>. Acesso em: 31 maio 2025.

THIEL, Cristiane. Arquétipos no branding pessoal: qual é a sua marca? 2023. Disponível em: <https://cristianethiel.com.br/arquetipos-no-branding-pessoal/>. Acesso em: 06/11/2024.

6. APÊNDICES

APÊNDICE A - Desenho técnico - O Sábio



1	O Sábio	Gesso	1
Peça nº	Denominação	Material	Quantidade
IFSC	Título: Representação tridimensional do Sábio		Diedro
DAMM: Depart. Acad. de Metal Mecânica	Data	14/07/25	Unid. mm
Desenhista	Malcolm Ruan de Pereira Costa		Esc. 1:1