

## **BEM-ESTAR ATRAVÉS DO DESIGN: PROJETAR PARA DESPERTAR EMOÇÕES**

CAROLINA PEREIRA DIEHL<sup>1</sup>; ARTHUR NEIS PRINHEIRO<sup>2</sup>; CAMILA COLPO CORCINI<sup>3</sup>; TUANNE DE SOUZA GULARTE<sup>4</sup>; THAÍS CRISTINA MARTINO SEHN<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – carolpdiehl@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – aneispinheiro@gmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – camila.corcini@ufpel.edu.br

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – ufpegtuanne@gmail.com

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – thais.cristina@ufpel.edu.br

### **1. INTRODUÇÃO**

A área do design com enfoque nas emoções emergiu no final da década de 1990, com o objetivo de facilitar o processo de realizar projetos focados em evocar no usuário emoções positivas, ou evitar as negativas. Essa área de estudo no Design surgiu em consonância com outros campos de estudo que também passaram a focalizar os aspectos emocionais em suas respectivas abordagens. Nesse sentido, o projeto unificado: Design, Emoção e Bem-Estar, surge com o intuito de aprofundar o conteúdo trabalhado em sala de aula e permitir o desenvolvimento de projetos práticos e teóricos de longo prazo, que sejam apoiados pelas ferramentas e abordagens do Design Emocional. O presente resumo, portanto, trata-se de uma pesquisa bibliográfica sobre os principais conceitos do Design Emocional e busca apresentar alguns dos resultados pretendidos e atingidos até o presente momento pelos diferentes enfoques do projeto.

### **2. METODOLOGIA**

Para o desenvolvimento de pesquisas e projetos dentro da linha do design para o bem-estar (Desmet, 2002; Sehn, 2021), busca-se seguir as seguintes etapas:

1. Mapear as emoções positivas e negativas vivenciadas pelo usuário na interação com o meio/produto projetado;
2. Selecionar as emoções que serão evidenciadas/minimizadas no projeto;
3. Pesquisar sobre os aspectos tangíveis que podem influenciar as percepções, julgamentos e respostas emocionais dos usuários;
4. Desenvolver um projeto orientado pelos resultados encontrados;
5. Observar a interação de um usuário final com o meio/produto projetado.

Tendo em vista, que os projetos podem ser de naturezas diferentes, deixa-se aberto para adaptar a metodologia para cada caso a ser desenvolvido. Para auxiliar nas etapas listadas, levando em consideração as diferentes naturezas dos projetos, podem ser utilizadas metodologias como o Design Participativo (Camargo; Fazani, 2014), grupos focais e entrevistas semi-estruturadas (Gil, 2002), além de ferramentas específicas para projetos voltados ao bem-estar, como os cartões de emoções positivas desenvolvidos por Yoon, Pohlmeier e Desmet (2017), e a ferramenta PrEmo, criada para medir as emoções positivas e negativas evocadas pela interação com o produto (Desmet, 2019).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Design Emocional, conceito de Donald Norman, explora como os usuários atribuem significado inconsciente a objetos. Um estudo japonês demonstrou que produtos visualmente atraentes são percebidos como mais fáceis de usar, confirmando que emoções influenciam a resolução de problemas (Norman, 2008). Alice Isen (2002) complementa, mostrando que a felicidade amplia o raciocínio criativo. Assim, um design que facilita o uso e agrada visualmente minimiza frustrações e erros, enquanto um design deficiente pode iniciar um ciclo negativo de frustração e decisões equivocadas.

Seres humanos são, sem dúvidas, seres muito complexos, sua estrutura mental e bagagem emocional possibilitam que o mesmo indivíduo seja capaz de ser um artista, músico, escritor e entre outras coisas. Norman (2008) junto de seus colegas Andrew Ortony e William Revelle, professores do Departamento de psicologia na Northwestern University, sugerem que esses atributos humanos resultam de três diferentes níveis de estruturas do cérebro, sendo elas a base do Design Emocional: a camada mais primitiva, automática, chamada de nível visceral; a parte que controla os processos do cotidiano, nível comportamental; e a parte contemplativa do cérebro, nível reflexivo (Norman, 2008). Estes níveis, segundo Norman, se referem às origens biológicas do cérebro, e além de cada um possuir um tipo de influência diferente no comportamento humano, estratégias de design distintas devem ser adotadas em cada nível para alcançar os resultados esperados.

Considerando, então, que todo produto ou serviço projetado irá, inevitavelmente, despertar emoções nos usuários, estas não devem ser tratadas apenas como uma consequência do projeto, mas sim como parte essencial e estratégica do processo. É nessa linha que atua o Design para o bem-estar ou Design Positivo, uma linha de pesquisa próxima ao Design Emocional, que tem como principal autor Pieter Desmet (2009 apud Tonetto, 2011). O Design para o bem-estar se baseia na intencionalidade de evocar ou evitar emoções específicas nos projetos de design (Desmet, 2009 apud Tonetto, 2011). O modelo de Desmet, que busca compreender a relação das pessoas, suas emoções e interação com produtos, é baseado na Appraisal Theory, uma teoria cognitiva das emoções que avalia a relação entre estímulos emocionais e seus significados para medir a relevância destes no bem-estar do usuário (Tonetto, 2011).

Outro autor que trabalha junto à hierarquização das necessidades dos usuários é Patrick Jordan (2000 apud Tonetto, 2011). Ele percebeu em sua pesquisa que o prazer, considerado a necessidade prioritária, estaria acima da funcionalidade e da usabilidade. Considerando a busca intermitente dos seres humanos por experiências prazerosas, o autor propôs uma abordagem que permite tratar o design de forma sistemática ao definir quatro tipos de prazeres no uso de produtos (Tonetto, 2011). Jordan (2000, apud Tonetto, 2011) classificou esses prazeres como: o prazer físico, vinculado às sensações corporais e os estímulos sensoriais; o prazer social, que surge das interações e vínculos com outras pessoas; o prazer psicológico, ligado aos aspectos mentais e fortemente moldado pela personalidade do usuário; e, por fim, o prazer ideológico, associado às crenças, princípios e valores individuais.

Desta forma, levando em conta os conceitos apresentados, o projeto unificado, Design Emoção e Bem-Estar, vem desenvolvendo trabalhos que visam unir a prática e a teoria por meio de projetos idealizados com o intuito de evocar

ou potencializar determinadas emoções no público. Um destes projetos, é o trabalho de pinturas artísticas que foi realizado na sala de pré-parto, parto e pós-parto (PPP) do Hospital Escola/UFPEL/EBSERH (HE), mostrado na Figura 1, no qual por meio do desenvolvimento dessas obras, e tendo como base teórica o Design Positivo (Sehn, 2021), buscou-se evocar sentimentos de coragem, força e confiança, o que, como resultado, permitiu que o objetivo do trabalho de tornar o ambiente da sala mais acolhedor fosse atingido, assim demonstrando o quanto a implementação dos conceitos do Design Emocional em projetos pode ser benéfica (Sehn et.al, 2024).

**Figura 1** - Uma das Pinturas Artísticas realizadas pelo projeto



Fonte: Design positivo aplicado às salas do pré-parto, parto e pós parto. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/colorindoppp/> Acesso em: 17 Jul. 2025.

Assim sendo, levando em consideração os resultados positivos da integração dos conceitos do Design Emocional no projeto previamente realizado, pretende-se integrar, novamente, tais conhecimentos na realização de um projeto em andamento: o Mundo Nevado: o Natal Mágico de Pelotas (Figura 2). Esta proposta é uma maquete automatizada com temática natalina e elementos em miniatura do patrimônio arquitetônico de Pelotas, busca realizar a imersão pelo processo de miniaturização da paisagem e resgatar elementos de impacto por meio do Design Emocional. Desse modo, seria possível antecipar e definir, de maneira mais coerente, quais emoções serão intencionadas com o projeto e de que maneiras o design pode contribuir para desencadeá-las. Ademais, como um dos objetivos trabalhados está na integração da comunidade e a sua interação com os materiais, torna-se ainda mais fundamental a análise das materialidades inseridas, tendo em vista o potencial impacto que estas podem proporcionar.

**Figura 2** - Mundo Nevado



Fonte: Pasta de imagens do projeto. Disponível em: [https://drive.google.com/drive/folders/1C\\_FcKV7nHfWJvnSN27NzyZRQ6BreD5ax](https://drive.google.com/drive/folders/1C_FcKV7nHfWJvnSN27NzyZRQ6BreD5ax) Acesso em: 29 Ago. 2025.

#### 4. CONCLUSÕES

A implementação do Design Emocional na fase projetual é muito benéfica, pois permite tratar as emoções dos usuários não como uma mera consequência, mas como um elemento estratégico do processo. Essa abordagem aprofundada possibilita potencializar as emoções a serem evocadas pelo projeto e prevenir possíveis rejeições por parte do público, garantindo uma interação mais positiva e intencional.

Exemplos práticos demonstram a eficácia dessa aplicação, ilustrando como o designer pode atuar como um orquestrador de emoções, moldando proativamente a experiência do usuário. Em suma, o Design Emocional transcende a estética e a funcionalidade, estabelecendo-se como uma disciplina fundamental para criar produtos e serviços que ressoam profundamente com a psique humana, promovendo bem-estar e satisfação duradouros. Ignorar essa dimensão emocional pode levar a produtos que, embora funcionais, falham em engajar, resultando em experiências superficiais e desengajamento.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMARGO, Liriane Soares de Araujo; FAZANI, Alex Jose. Explorando o Design Participativo como Prática de Desenvolvimento de Sistemas de Informação. **InCID: R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v.5, n.1, p. 138-150, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002

ISEN, Alice M. The influence of positive affect on the components of expectancy motivation. **Journal of Applied Psychology**, Estados Unidos, v.2, n.1, p.18-31, 2002.

NORMAN, Donald Arthur. **Design Emocional**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SEHN, Thaís Cristina Martino; ESCOBAL, Ana Paula de Lima; NUNES, Milena Quadro; FERREIRA, Roberta de Mello; CARMO Livea Luzeiro do; BRANCO, Luisa dos Santos Nunes; DEMORI, Carolina Carbonell. Design Positivo aplicado às salas de pré-parto, parto e pós-parto. **Design em Pesquisa**, Porto Alegre, v.6, p.106-119, 2024.

SEHN, Thaís Cristina Martino **Leitura a dois**: design de livro com foco no ouvinte adulto. 2021. 445f. Tese (Doutorado em Design) - Escola de Engenharia/Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

TONETTO, Leandro Miletto; COSTA, Filipe Campelo Xavier da Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo, v.4, n.3, p.132-140, 2011.

DESMET, Pieter; POHLMEYER, Anna; YOON, Jay. **Design for Happiness Deck**. Delft University of Technology. 2017. ISBN: 978-94-92516-86-2.

DESMET, Pieter M. A.. **PrEmo card set**: Male version. Delft, Delft University of Technology. 2019. ISBN: 978-94-6384-076-7.