

## O design e a emoção: Uma análise da abordagem do Design Emocional nos artigos publicados em periódicos brasileiros.

*Design and emotion: An analysis of the Emotional Design approach in articles published in Brazilian periodicals.*

Laís Helena Gouveia Rodrigues; Fabio Ferreira da Costa Campos; Lucas Moreno Cavalcanti Araújo.

Design emocional, periódicos brasileiros, artigos científicos.

*Este trabalho visa apresentar um breve panorama das pesquisas relacionada ao tema Design emocional, publicadas nas revistas Estudos em Design e a InfoDesign. Com base em uma análise que visa delimitar e relacionar características de construção e elaboração da estrutura do artigo, bem como observação da fundamentação teórica, principais autores utilizados e o conhecimento gerado por cada um dos trabalhos, foi possível, ainda que com uma pequena amostra, listar características de pensamento e construção de textos que podem apontar tendências e características presentes nos trabalhos ligados à área de design e emoção.*

*Emotional design, Brazilian periodicals, scientific articles.*

*This work aims to present a brief overview of the researches related to the theme Emotional Design, published in the magazines Estudos em Design and InfoDesign. Based on an analysis that aims to delimit and relate characteristics of construction and elaboration of the structure of the article, as well as observation of the theoretical foundation, main authors used and the knowledge generated by each one of the works, it was possible, although with a small sample, List characteristics of thinking and construction of texts that can point out tendencies and characteristics present in the works related to the area of design and emotion.*

### 1 Introdução

Grande parte dos estudos em design e emoção no Brasil e no mundo tem se focado no desenvolvimento de modelos de descrição da interação emocional entre os indivíduos e seus produtos, o que contribui tanto para o desenvolvimento de projetos com base nas emoções, como para o desenvolvimento de ferramentas de auxílio (identificação, medição e etc.) ao processo de Design. É crescente a produção acadêmica no país que se utiliza dos fundamentos do design emocional para observar os critérios mais subjetivos no processo de desenvolvimento, uso e descarte dos artefatos produzidos pelos designers. Assim, este trabalho busca observar de que maneira o tema Design Emocional vem sendo trabalhado nos principais periódicos de design do Brasil, verificando quais os autores mais fortemente trabalhados, qual o processo de construção e avaliação dos trabalhos desenvolvidos acerca do tema.

Para tanto, foram escolhidas para análise as revistas Estudos em Design e InfoDesign, sob o critério de melhor avaliação no Qualis/CAPES, política de acesso livre e integração com associações e congressos de design do país. A partir disso, foram escolhidos os artigos para o estudo, selecionados por suas palavras-chaves. Estes foram analisados em duas fases: a primeira por meio de uma ficha de análise do artigo (FAA), desenvolvida anteriormente, onde foram observados critérios de fluidez do texto, clareza na metodologia, condições de falseamento e validação da pesquisa. Na segunda fase da pesquisa, foi desenvolvida uma tabela de comparação dos artigos observando fundamentação teórica, autores utilizados, linhas de raciocínio construída, bem como objetivos de pesquisa e resultados alcançados, buscando assim apresentar um breve panorama das pesquisas desenvolvidas sobre o tema nos últimos anos.

### 2. Os níveis de design emocional de Norman

É possível encontrar diversos autores que tratam do tema atualmente, discutindo sua fundamentação teórica e sua relação com a neurociência, além da elaboração de modelos de

análise e esquemas para avaliação e aferição dos sentimentos dos consumidores em relação aos objetos. Entretanto, devido a extensão do trabalho desenvolvido, será apresentado apenas um breve resumo do que defende o autor mais citado nos artigos analisados, a ser observado no tópico posterior.

Norman (2008) defende também que nós somos resultados de três níveis diferentes de estrutura cerebral: o nível visceral - automático e pré-programado responsável por julgamentos rápidos; o nível comportamental – que se refere aos processos cerebrais que controlam a maior parte de nossas ações e o nível reflexivo – que é a parte contemplativa do cérebro, ligado a interpretação, compreensão e raciocínio. Esses três níveis operam sempre em conjunto na nossa relação com os objetos presentes em nosso entorno, sendo o design visceral responsável pelo primeiro impacto com o produto, o design comportamental relacionado aos aspectos funcionais do artefato e o design reflexivo ligado a interpretações mais subjetivas e pessoais com relação ao produto.

O design visceral pode ser definido como a nossa relação com o mundo que nos cerca. São os estímulos básicos que, apesar da nossa evolução natural, ainda podemos captar em determinado ambiente ou produto. Segundo Norman (2008), o amor que nós, seres humanos, possuímos por sabores e cheiros doces, cores claras e altamente saturadas vêm exatamente desta co-evolução, da ligação entre pessoas e as características básicas da natureza, despertadas para perpetuação das espécies. O autor afirma ainda que os seres humanos selecionam os objetos de seu entorno por tamanho, cor e aparência. Tudo o que estamos biologicamente predispostos a considerar esteticamente agradável advém desta característica da evolução das espécies, sendo a cultura em que o ser humano está inserido, o maior balizador na hora de considerar qual destes elementos podem ser racionalmente decisivos para sua escolha.

O design comportamental reflete-se totalmente no uso do produto, a eficácia e eficiência de sua usabilidade é a base para a aprovação neste nível, extremamente enfatizado por Norman em seu livro *The design of everyday things*. Neste livro o autor afirma que do ponto de vista comportamental, quatro componentes são cruciais para um bom design: função, compreensibilidade, usabilidade e sensação física. Assim, este nível está basicamente ligado as satisfações das necessidades físicas dos usuários, seja aperfeiçoando um produto já existente que não atenda de forma eficiente a função para o qual foi projetado ou criando-o, buscando perceber as necessidades do consumidor e sua percepção em relação ao artefato. De acordo com Norman (2008), as emoções negativas se manifestam exatamente quando há falta de compreensão ao sentirem frustradas e sem controle na situação, o que pode gerar irritação, falta de controle e até mesmo raiva.

O nível reflexivo é mais racional dos três caracterizados por Norman (2008), nele tudo tem a ver com a cultura, com a compreensão que o usuário tem de si mesmo e da sociedade em que vive. Segundo Norman (2008), esta visão aborda as lembranças e significados dos objetos para cada pessoa, além de relaciona-se também com a autoimagem e o significado que um objeto pode ter perante a sociedade. “Quer desejemos admitir ou não, todos nós nos preocupamos com a imagem que apresentamos aos outros” (NORMAN, 2008, p. 107). O valor reflexivo pode até superar algumas dificuldades comportamentais. Quando, muitas vezes, escolhemos um produto não pela praticidade ou facilidade de uso, mas sim pelo orgulho de exibir um artefato socialmente diferenciado ou inovador. O autor afirma ainda que um produto pode representar muito mais do que simplesmente a função que desempenha ou para que foi desenvolvido.

### 3. As revistas brasileiras de design

Há atualmente 33 periódicos registrados no portal da Capes com o título contendo a palavra “design”, abrangendo todas as áreas do conhecimento. Destes, apenas 3 são brasileiros. Para este trabalho, escolhemos apenas os periódicos mais bem avaliados, com política de acesso livre aos conteúdos e relacionados a associações e congresso de design realizados no país.

Assim, foram selecionadas para análise as revistas: Estudos em design e Infodesign, ambas com avaliação Qualis B1, que oferece a estes periódicos um fator de impacto de entre 2,499 e 1,300, sendo este medido pelo Institute for Scientific Information (ISI).

### 4. Metodologia

A pesquisa exploratória teve início com a busca dos periódicos mais representativos no site do

Portal Capes. Optou-se por não restringir a área do conhecimento, pois muitos periódicos de design estão inclusos em áreas relacionadas, como Arquitetura, por exemplo. Nessa busca foram encontrados 33 periódicos em que o título contivesse a palavra “design”, sendo apenas 3 periódicos brasileiros. Para este trabalho, escolhemos apenas os periódicos mais bem avaliados, com política de acesso livre aos conteúdos e relacionados a associações e congresso de design realizados no país.

Assim, foram selecionadas para análise as revistas: Estudos em design e InfoDesign, ambas com avaliação Qualis B1. O Qualis, por sua vez, afere a qualidade dos artigos e de outros tipos de produção, a partir da análise da qualidade dos veículos de divulgação, ou seja, periódicos científicos. A classificação do Qualis como B1 para estas publicações oferecem a estes periódicos um fator de impacto de entre 2,499 e 1,300, sendo este medido pelo *Institute for Scientific Information* (ISI).

Após selecionados os periódicos a serem analisados, foi realizado uma busca em ambos os sites para verificação dos artigos relacionados ao tema trabalhado no estudo. Foram utilizadas palavras-chaves que facilitassem a procurar dos artigos. Não foi delimitado um período de tempo para a busca das publicações, ficando este elemento condicionado a disponibilidade de arquivos em cada um dos periódicos: Revista Estudos em Design de 2008 a 2016 e Revista InfoDesign de 2009 a 2015. Assim, foram encontrados 5 artigos na revista Estudos em Design e 4 artigos na revista Infodesign, publicados entre os anos de 2009 a 2016. Deste total, foram retirados os trabalhos que tratavam diretamente de design emocional, restando apenas 6 artigos para uma análise mais criteriosa.

Estes artigos foram avaliados com base em uma ficha anteriormente elaborada intitulada Ficha de análise do artigo (FAA), que analisa critérios importantes para uma boa organização dos elementos estruturais de um artigo, fluidez do texto, clareza na metodologia, condições de falseamento e validação da pesquisa. Esses elementos foram organizados na tabela de avaliação do artigo como um Check-list da seguinte maneira: Informações do periódico; Identificação do artigo; Análise da estrutura do artigo (título, resumo, introdução, corpo do texto, metodologia, conclusão e referencias); Considerações gerais sobre o artigo e Avaliação geral do artigo, tendo cada um desses elementos subtópicos que se relacionam com os critérios listados acima listados. Nesse momento, a intenção é a compressão estrutural de cada um dos elementos, observando os pontos de tensão e características positivas apresentadas, o que facilitará a compreensão do panorama geral dos artigos analisados.

Com base nas informações encontradas a partir da Ficha de análise do artigo (FAA), foi possível desenvolver uma segunda análise dos trabalhos, observando aspectos importantes acerca da fundamentação teórica, autores utilizados, linhas de raciocínio construída, bem como objetivos de pesquisa e resultados alcançados, buscando assim apresentar um breve panorama das pesquisas desenvolvidas pelos estudantes, professores e profissionais acerca do tema Design emocional nos últimos anos, como será observado no tópico a seguir.

## 5. Resultados

A partir da análise individual de cada artigo foi possível mapear características que podem indicar tendências para as pesquisas em relação ao Design emocional nas revistas analisadas. É importante ressaltar inicialmente que o número de artigos analisados é muito pequeno para apontar características que possam ser levadas como tendências no país, entretanto, pode oferecer um direcionamento para pesquisas futuras que abarquem um maior número periódicos e publicações.

Nesta pesquisa foram selecionados trabalhos publicado entre os anos de 2009 a 2016, foi percebido uma crescente evolução na qualidade geral dos artigos, que pode advir não só de um aprimoramento no processo de submissão, bem como um maior interesse pelo tema e aumento da bibliografia em língua brasileira.

Nos resumos, apenas 2 dos 6 artigos analisados conseguiram oferecer um panorama geral das informações relatadas no artigo, apresentando claramente a estrutura completa do trabalho, com informações sobre metodologia e apontando os resultados.

Na introdução temos um avanço em relação a qualidade geral do tópico, entretanto, não é incomum observarmos uma introdução extensa, onde 40% do texto é uma descrição do estado da arte dos conteúdos.

No corpo do texto tem-se duas questões importantes a serem observadas: a organização estrutural e o encadeamento das ideias. Nesse momento, foram observadas apenas as informações

estruturais. Foi possível perceber uma decrescente evolução no uso de citações diretas na revista *Estudo em Design*, e o não uso da revista *InfoDesign*, o que pode apontar uma preocupação maior dos autores com a fluidez do texto.

Ainda em relação ao corpo de texto é possível notar um uso claro das referências para construção dos artigos e um bom encadeamento das ideias, além de bom esclarecimento de termos importantes para um correto entendimento dos argumentos apresentados para o raciocínio. Há ainda alguns textos referenciados entre as informações relatadas dos experimentos para complementar as informações apresentadas. A maioria usa publicações recentes: entre 1999 a 2012.

Na metodologia foram encontrados os maiores entraves dos artigos analisados: 2 dos 6 artigos analisados, objetiva desenvolver uma revisão de literatura sobre o conteúdo do Design Emocional, entretanto, não oferece informações sobre quais os procedimentos utilizados para busca das fontes, e/ou como foram analisadas as obras.

Os demais artigos apresentando métodos de procedimentos para utilização de técnicas e equipamentos no campo do design emocional. A metodologia fica clara do ponto de vista das atividades realizadas, entretanto não apresenta as condições de falseamento da pesquisa, apesar de listar características de inclusão e exclusão de elementos.

Na conclusão 4 dos 6 artigos analisados não apresentam respostas em relação aos objetivos, bem como limitações de pesquisa e contribuição acadêmica do estudo. Todos os trabalhos deixaram a desejar relação as respostas às condições de falseamento da pesquisa, já que, por não terem sido apresentadas na metodologia, não poderiam ser respondidas na conclusão.

A segunda parte da análise dos resultados foi uma pesquisa mais aprofundada na fundamentação teórica dos artigos analisados. Nesta fase, foi percebido uma forte tendência para a construção de revisões de literatura, o que pode sugerir a incipiência no país de estudos na área, devido à recente tradução dos trabalhos internacionais. Além do próprio tempo de evolução das pesquisas em design emocional, área relativamente recente nos estudos da interação humano-objeto.

Confrontando os artigos publicados entre os anos de 2009 a 2010 com os artigos elaborados entre os anos 2015 e 2016 é possível notar claramente uma evolução na percepção das abordagens dos principais autores e uma melhor discussão entre os fundamentos selecionados para o corpo teórico e a proposta de metodologia de pesquisa sugerida pelo artigo, o que sugere uma expansão dos estudos relacionados ao design emocional na comunidade científica brasileira.

Nota-se ainda uma tendência forte no uso de referência específicas para construção do corpo do texto, os autores mais fortemente citados nos trabalhos analisados são: Donald Norman, Patrick Jordan, Beatriz Russo & Paul Hekkert, Pieter Desmet e Paul Ekman.

Por fim, é possível notar ainda que todos os artigos analisados tratam da relação dos estudos do design emocional com outras áreas do conhecimento humano, o que denota a interdisciplinaridade do tema.

## 6. Conclusões

Ao término do trabalho, foi possível observar que os artigos analisados possuem em sua maioria uma abordagem significativa para o campo do design emocional por possibilitar a integração entre várias áreas do conhecimento humano. Esta é uma característica inerente as pesquisas no campo das emoções, a interdisciplinaridade ajuda a maturar os estudos na área, que ainda é bem recente se comparada a outras do design e projeção de artefatos. É nítido, porém, que os trabalhos ainda precisam de uma observação criteriosa em relação a elaboração, descrição e verificação dos experimentos científicos realizados, para que estes possam ser reproduzidos de forma correta e, assim, contribuam para propagação do conhecimento científico na área do design emocional.

Em relação as limitações de pesquisa se faz importante ressaltar que os números de periódicos e artigos analisados neste trabalho são bem pequenos para serem tomados como verdade em relação ao conhecimento científico construído no país a respeito do tema Design emocional. Entretanto, as características encontradas podem apresentar uma tendência de construção e pensamento em relação ao tema. Para construção de pesquisas futuras, se faz importante, ainda, uma observação aprofundada dos instrumentos de pesquisa, observando critérios de inclusão e exclusão de elementos analisado e sua viabilidade para outros trabalhos científicos que não possuam o formato

analisado.

Como desdobramento deste trabalho, podem ser realizados análises mais aprofundadas com um maior número de artigos, incluindo os trabalhos apresentados em eventos científicos de design que também são publicados e organizados pelos periódicos analisados. A inclusão de trabalhos internacionais também pode oferecer uma outra perspectiva de observação, por meio da comparação dos trabalhos desenvolvidos no Brasil e fora do país. A depender da quantidade de trabalhos analisados e da relevância destes, há, ainda, a possibilidade de elaboração de recomendações que possam vir a contribuir com o processo de construção de artigos científicos, além de clarificar o raciocínio proposto pela área de conhecimento analisada neste trabalho.

## 7. Referências

- ALMEIDA, C. S. A técnica de análise de micro expressões faciais (METT II-Short) na avaliação da qualidade de jogos digitais: um estudo preliminar de viabilidade. *InfoDesign. Revista Brasileira de Design da Informação*: São Paulo, v. 6, n. 3 (2009), p. 50 – 57.
- ALMEIDA, C. S. Análise emocional de produtos de design baseada em expressão facial. *InfoDesign. Revista Brasileira de Design da Informação*: São Paulo, v. 7, n.3 (2011), p. 19-27.
- BRAGA, M. C.; KUREBAYASHI, T. Objetos de expressão e questionamento: consumo afetivo e formulação de diretrizes pessoais. *Estudos em Design*: Rio de Janeiro, v. 22, n. 2 (2014), p. 115 – 134.
- CAPES/MEC. Portal de periódicos. Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br/> Acessado em: 20 de novembro de 2016.
- FREITAS, R. F.; CARVALHO, C. O.; MENESCAL, R. E. Design Emocional e o designer como interpretador de desejos e necessidades: Revisão de Literatura. *Estudo em Design*: Rio de Janeiro, V.18, n.1 (2010).
- NORMAN, D. A. *Design emocional: porque adoramos (ou detestamos os objetos do dia-a-dia)*. Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- QUEIROZ, S. G.; CARDOSO, C. L.; GONTIJO, L. A. Design Emocional e Semiótica: caminhos para obter respostas emocionais dos usuários. *Estudo em Design*: Rio de Janeiro, V.17, n.1 (2009).
- SANTOS, J. R.; TONETTO, L. M. Design e emoção na qualificação das experiências de educação: redução da ansiedade na busca de cursos de mestrado. *Estudos em Design*: Rio de Janeiro, v. 24, n. 1 (2016), p. 104 – 123.

## 8. Autores

Lais Rodrigues – UFPE; Brasil; [lais\\_hgr@hotmail.com](mailto:lais_hgr@hotmail.com)

Fábio Campos – UFPE; Brasil; [fc2005@gmail.com](mailto:fc2005@gmail.com)

Lucas Cavalcanti – UFPE; Brasil; [lucascavalcanti@gmail.com](mailto:lucascavalcanti@gmail.com)