

## **Design para o bem-estar: uma abordagem orientada para o pensamento sustentável e para sustentabilidade**

### ***Design for well-being: na approach to sustainable thinking and sustainability***

**Caetano, U. F.L. MSc. na Faculdade de Tecnologia FTEC**  
ulissescaetano@ftec.com.br

**Roldo, L. PhD. na Universidade Federal do Rio Grande do Sul**

**Gransotto, L. R. Mestranda no Centro Universitário Unilasalle**

**Kurban, A. E. A. PhD na Faculdade de Tecnologia FTEC**

#### **Resumo**

Esse trabalho traz uma reflexão sobre o papel dos designers no ofício de dialogar e propor soluções de projetos que contribuam para o bem-estar individual e coletivo. Essa contribuição é fundamental para fomentar o pensamento sustentável e, conseqüentemente, a sustentabilidade da sociedade e do ambiente. Os métodos de pesquisa envolveram a revisão e a análise crítica da literatura sobre bem-estar, abordagens filosóficas aplicadas no design de produtos e a crescente importância que a felicidade vem adquirindo em estudos relacionados, principalmente, à economia, ao ecossistema e às soluções de engenharia. Como resultado desse estudo, entendeu-se que vivências conscientes de bem-estar contribuem para uma vida mais saudável e equilibrada fomentando, conseqüentemente, pensamentos e ações eco-eficientes. Por esta razão, é importante que os designers ponderem em como o bem-estar pode ser levado em consideração em seus projetos, para que as experiências das pessoas com os bens materiais, consideradas relevantes na cultura ocidental, promovam o pensamento sustentável e, com determinação redobrada, a sustentabilidade.

**Palavras-chave:** Design para o bem-estar, Projetos em design, Pensamento sustentável, Sustentabilidade.

#### **Abstract**

*This work presents a reflection on the role of designers in the office to dialogue and propose design solutions that contribute to individual and collective well-being. This contribution is essential to foster sustainable thinking and hence the sustainability of society and the environment. The research methods involved the review and critical analysis of the literature on well-being, philosophical approaches applied in product design and the growing importance that well-being has acquired in studies related mainly to the economy, ecosystem and engineering solutions. As a result of this study it was understood that conscious experiences of well-being contribute to a healthier and more balanced life fostering hence eco-efficient thoughts and actions. For this reason, it is important that designers consider how the well-being can be taken into consideration in their designs so that the experiences of people with material*

*goods, considered relevant in western culture, promote sustainable thinking and with determination redoubled, sustainability.*

**Keywords:** *Design for happiness, Projects in design, Sustainable thinking, Sustainability.*

## 1. Introdução

É importante para os designers incorporar como o conceito de bem-estar está sendo tratado pelos pesquisadores da psicologia positiva, que teve seu início no final da década de 90 e cujo principal idealizador foi o psicólogo Martin Seligman. Já, há aproximadamente 15 anos, psicólogos como Paul Ekman, Richard J. Davidson e associados estudam cientificamente vários aspectos do bem-estar sob a ótica da filosofia oriental budista. A partir dessas correntes, começa a haver um consenso que: “o ideal não é simplesmente alcançar somente o próprio bem-estar individual em isolamento em relação aos outros, mas sim incorporar o reconhecimento do parentesco profundo com todos os seres, que compartilham o mesmo desejo de ser livres de sofrimentos e encontrar um estado duradouro de bem-estar.” Assim, o entendimento amplo entre o que o ocidente e o oriente consideram como bem-estar é importante para contribuir, através de pesquisas científicas, para uma vida mais longa e de qualidade para as pessoas em sociedade, (EKMAN et al., 2005).

A partir do início do século XXI, os resultados das pesquisas da psicologia positiva, sobre emoções e bem-estar, começam a ser aplicados pelos pesquisadores do design em novas abordagens de desenvolvimentos de produtos. O objetivo é projetar novos artefatos com a intenção de despertar - ou evitar - determinadas emoções durante as interações com as pessoas. Tal lógica de desenvolvimento de produtos foi batizada de design emocional. Nessa proposição, os designers avaliam as experiências emocionais, estéticas e de significado que existem nas interações com produtos a fim de melhorá-las. Nos últimos 5 anos os designers começam a propor formas de se desenvolver produtos que contribuam para o bem-estar individual e coletivo a fim de conferir maior propósito e significado à vida das pessoas, (TONETTO e COSTA, 2011; HEKKERT, 2006; SELIGMAN, 2000; DESMET, 2011).

Essas novas abordagens do design têm como propósito favorecer o pensamento positivo, contribuir para bem-estar pessoal, diminuir o consumo insustentável e com isso favorecer a sustentabilidade. Sabe-se que a sustentabilidade visa atender as necessidades atuais de sobrevivência e de coexistência dos seres humanos sem comprometer as necessidades de sobrevivência e coexistência de seus descendentes no futuro. Quando os designers concebem o desenvolvimento de novos bens materiais com caráter sustentável é crucial lançar um amplo e aberto olhar sobre o bem-estar. O bem-estar hoje é uma das principais variáveis para a cálculo da sustentabilidade das nações por intermédio da utilização de indicadores econômicos que avaliam seu progresso genuíno, (VEIGA, 2010; DESMET e POHLMAYER, 2013).

Assim, o objetivo do presente artigo é apresentar uma reflexão sobre os conceitos de bem-estar e como isso pode ser aplicado em novas abordagens de desenvolvimento dos bens materiais da cultura humana. Essa tratativa é de suma importância para fomentar o pensamento sustentável nas pessoas a fim de promover a sustentabilidade da vida do planeta.

## 2. Conceitos de bem-estar

Nesse artigo, serão apresentadas duas maneiras de se interpretar o conceito de bem-estar, a primeira de acordo com estudos realizados por pesquisadores da psicologia positiva e a segunda de acordo com os preceitos da cultura milenar budista. Enquanto os pesquisadores da psicologia dão um maior enfoque ao bem-estar como a realização de atividades intencionais agradáveis e de propósito, a cultura milenar budista entende o bem-estar como uma construção interior de longa duração baseada em compaixão, entendimento profundo da realidade das coisas e redução das formas destrutivas de pensar, como o desejo, a ganância e o ódio.

Até a primeira metade do século XX, as pesquisas realizadas pela psicologia estavam centradas no tratamento de doenças mentais como, depressão, esquizofrenia e transtornos relacionados ao alcoolismo. Somente no final da década de 90, os psicólogos criam a psicologia positiva, termo introduzido por Maslow em 1954 e mais tarde popularizado por Seligman e Csikszentmihalyi em 2000. Com isso, começa-se a entender como: experiências subjetivas de contentamento e satisfação estão relacionadas às atividades passadas; esperança e otimismo estão relacionadas às atividades futuras; bem-estar está relacionado às experiências presentes, e como todas elas podem contribuir para melhorar a saúde mental, longevidade e comportamento positivo em sociedade. A psicologia positiva possui três pilares, são eles: o primeiro relacionado ao estudo de emoções positivas; o segundo relacionado ao estudo de traços positivos conhecidos como forças e virtudes; o terceiro referente ao estudo de instituições positivas que dão suporte às práticas de forças/virtudes pessoais e que apoiam experiências de emoções positivas, (SELIGMAN e CSIKSZENTMIHALYI, 2000; SELIGMAN, 2009).

A forma mais usual de se avaliar o bem-estar individual, na psicologia, é através das respostas dadas em questionários que pontuam como as pessoas pensam sobre seu estado momentâneo de satisfação e contentamento com a vida. Em um desses questionários, proposto por Diener et al. (2000), avaliou-se o nível de concordância ou discordância (valores de escala de 1 a 7, sendo 1 para discordância plena e 7 para concordância plena) para às afirmações a seguir: em muitos aspectos minha vida está perto do ideal; estou satisfeito com a minha vida; até agora tenho conseguido as coisas importantes na minha vida; se eu pudesse viver de novo, eu não mudaria quase nada. O resultado do somatório dos valores dados nas respostas indicará o estado momentâneo de percepção das pessoas sobre seu bem-estar. Os 176 estudantes universitários norte americanos, participantes da pesquisa de Diener, apresentaram uma pontuação média para as respostas ao questionário de 23,50, indicando estarem em média pouco satisfeitos com suas vidas. Contudo, vale ressaltar, que não fica claro nesse questionário o que os participantes entendem profundamente sobre o conceito de bem-estar.

Sabe-se que a habilidade de alcançar o bem-estar é um critério central de adaptação e de saúde mental, possuindo vários subprodutos tangíveis, como: maior número de amigos, forte apoio social, ricas relações sociais, aumento da produtividade, melhor qualidade de trabalho, maior energia e atividade. Acredita-se, com isso, que o bem-estar possui relação direta com as experiências emocionais e cognitivas momentâneas e de longa duração. Essas avaliações podem ser atribuídas às formas como as pessoas entendem a realidade do mundo, ao seu nível de

acesso aos estímulos prazerosos e desprazerosos e à eficiência com que elas processam essas informações. Supõem-se que os três fatores que mais afetam o bem-estar são: fatores genéticos, atividades intencionais e as circunstâncias da vida, (DIENER et al., 1985; LYUBOMIRSKY et al., 2005).

De acordo com a Figura 1, o fator genético possui cerca de 50% de participação no bem-estar. Pode ser assumido como estável e imune à variação e controle dos indivíduos. As circunstâncias da vida, como: relações conjugais, estado ocupacional, estética, salário, etc., possuem um efeito pequeno, de cerca de 10%, para o bem-estar. As circunstâncias são voláteis e suscetíveis à adaptação hedônica, que está relacionada a diminuição do prazer provocado pela experiência de sensações repetidas. As atividades intencionais possuem cerca de 40% de contribuição para o bem-estar. Compreendem uma grande variedade de atividades diárias que as pessoas escolhem se engajar de maneira intencional e ativa. A principal diferença existente entre as circunstâncias e as atividades intencionais é que as primeiras sobrevivem aos indivíduos independente de suas vontades, enquanto as últimas os indivíduos escolhem realizar intencionalmente. As atividades intencionais são menos influenciadas pela adaptação hedônica do que as circunstâncias, pois apresentam caráter transiente, variável e de maior significado. É importante que as pessoas prestem mais atenção às suas atividades intencionais para construção do seu estado de bem-estar do que nas circunstâncias da vida, no entanto o que geralmente ocorre é o oposto, (TELLEGEN et al., 1996; LYUBOMIRSKY et al., 2005; LYUBOMIRSKY, 2008; FREDERICK e LOEWENSTEIN, 1999).

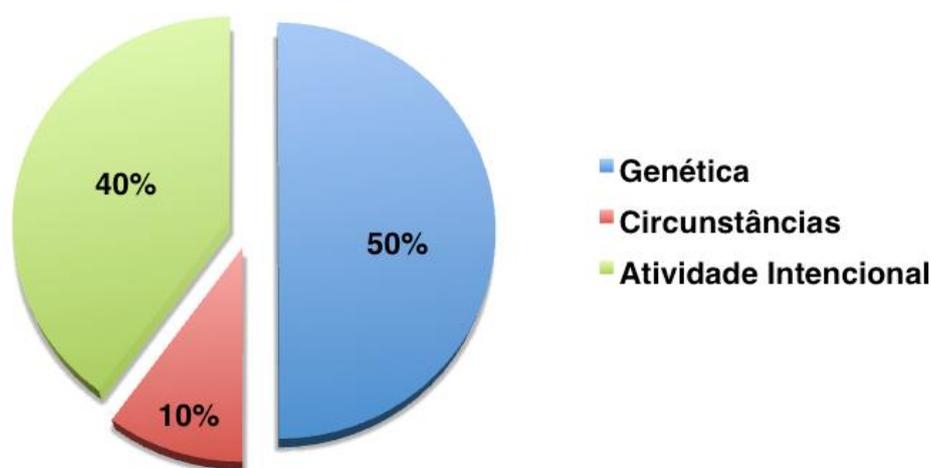


Figura 1: Fatores que influenciam a felicidade Fonte: Modificado de Lyubomirsky et al. (2005)

As atividades intencionais ocorrem no dia-a-dia e quando estão relacionadas às experiências prazerosas e de propósito – entendidas como gratificações – podem contribuir para o bem-estar. Os prazeres advêm das sensações de satisfação das necessidades homeostáticas como fome, sede, sexo e conforto corporal. As gratificações acontecem quando se rompe os limites da homeostase, como por exemplo durante a participação em eventos esportivos, melhoria da performance artística, prática de boas ações ou participação em conversas estimulantes. As gratificações podem estar relacionadas à melhoria das forças e virtudes pessoais, conduzindo as pessoas ao crescimento pessoal e a um estado de bem-estar mais duradouro, (SELIGMAN e CSIKSZENTMIHALYI, 2000, p. 12; DOLAN, 2015).

Os principais componentes das gratificações estão diretamente relacionados às tarefas desafiadoras que exigem habilidade, concentração, objetivos claros, feedback imediato, envolvimento intenso e natural, senso de controle e o desaparecimento da consciência do “eu”. Sem a clara distinção entre os prazeres e gratificações é fácil acreditar em soluções rápidas e fáceis, baseadas somente no máximo prazer, para se conseguir bem-estar com a vida, contudo isso não acontece devido ao fenômeno da adaptação hedônica. Uma das formas de se alcançar gratificações nas atividades quotidianas é o exercício intencional das 24 forças pessoais (que são agrupadas em 6 virtudes), propostas por Seligman na Tabela 1.

As forças pessoais são traços morais, que podem ser praticados em várias situações e ocasiões da vida, podendo ser medidos de maneira qualitativa. As 24 forças e 6 virtudes pessoais foram propostas a partir de uma ampla pesquisa que analisou quais eram as forças e virtudes pessoais mais valorizadas por grande parte das culturas e sociedades ao redor do mundo. A prática intencional dessas forças e virtudes ocorre em situações quotidianas no trabalho, relacionamentos pessoais, em momentos de diversão, na criação dos filhos e podem contribuir para o bem-estar individual e coletivo, tornando a vida mais significativa e longa. A crença de que existem maneiras rápidas para alcançar o bem-estar ao invés de conquistar esses sentimentos pelo exercício quotidiano das forças e virtudes pessoais, cria uma legião de pessoas que em meio a grande riqueza, definham espiritualmente, (SELIGMAN, 2009; PETERSON e SELIGMAN, 2004).

Seis Virtudes	Vinte e quatro Forças
I. Conhecimento	1. Curiosidade e interesse no mundo 2. Amor por aprender 3. Pensamento crítico e lucidez 4. Originalidade e inteligência prática 5. Inteligência pessoal, social e emocional 6. Perspectiva
II. Coragem	7. Bravura e Valor 8. Perseverança e dinamismo 9. Integridade e autenticidade
III. Amor e humanidade	10. Bondade e generosidade 11. Amar e aceitar ser amado
IV. Justiça	12. Cidadania e espírito de equipe 13. Imparcialidade 14. Liderança
V. Moderação	15. Auto controle 16. Prudência e discricção 17. Humildade e modéstia
VI. Transcendência	18. Apreciação da beleza e excelência 19. Gratidão 20. Esperança e otimismo 21. Espiritualidade senso de propósito 22. Perdão e misericórdia 23. Bom humor 24. Entusiasmo

**Tabela 1: Lista das 24 forças agrupadas em 6 virtudes Fonte: Modificado de Seligman (2009)**

A cultura milenar budista aborda o conceito de bem-estar de maneira complementar às tratativas dadas pelos pesquisadores da psicologia positiva. O termo usado pelos budistas é a felicidade genuína, que pode ser entendida como liberdade e significado – liberdade das confusões mentais e aflições egocêntricas, significado através de introspecção e gentilezas bondosas. Para os budistas a felicidade genuína deve ser pensada como uma construção de longa duração e não apenas baseado em atividades prazerosas sensoriais e circunstanciais. “O estado de felicidade genuína não acontece automaticamente. Não é um presente que boa fortuna traz e a perda da fortuna leva de volta. Depende apenas de nós. Uma pessoa não se torna feliz da noite para o dia, mas com trabalho paciente, dia após dia. Felicidade genuína é construída, e requer esforço e tempo. Para se tornar feliz, nós devemos aprender como mudar a nós mesmos.”, (RICCARD, 2006).

Todos desejam alcançar o bem-estar, no entanto para atingir esse objetivo, primeiro é necessário entender do que isso se trata. Pensar o bem-estar baseado nos prazeres o torna dependente das circunstâncias exteriores, que estão fora do controle das pessoas e são reduzidos pelo fenômeno da adaptação hedônica. Para os budistas, a felicidade genuína não pode ser reduzida a pequenos momentos prazerosos, alguns prazeres intensos, uma explosão de alegria ou efêmeros estados de serenidade. Essas diversas imagens não são suficientes para construir uma exata figura de uma satisfação completa e duradoura com a vida. A felicidade genuína se baseia em um profundo senso de florescimento que surge de uma mente excepcionalmente saudável. É uma maneira de interpretar o mundo e não se fundamenta meramente em prazeres, emoções passageiras ou um estado de espírito, (RICCARD, 2006).

A felicidade genuína pode ser descrita a partir da palavra do sânscrito *sukha*, como sendo: “um estado de felicidade duradoura que se manifesta quando estamos livres da cegueira mental e de emoções aflitivas. É também a sabedoria que permite ver o mundo como ele é, sem os véus das distorções. É finalmente a alegria de se mover rumo a liberdade interior e gentileza bondosa que irradia em direção aos outros.” O sentimento de felicidade genuína está relacionado ao bem pensar que é produzido pelo equilíbrio mental e despertar da consciência para a natureza da realidade das coisas. O sentimento de *sukha*, inclui: profundo senso de felicidade, propensão para a compaixão, vulnerabilidade reduzida às circunstâncias externas e reconhecimento da interconexão entre as pessoas e outros seres em seu ambiente. No budismo, é feita uma distinção clara entre os estados afetivos que são diretamente despertados pela experiência de estímulos prazerosos (intelectuais, sensoriais, e estéticos) e *sukha*, que surge a partir de um equilíbrio atencional, emocional e cognitivo da mente, (RICCARD, 2006; SHELDON et al., 2004; EKMAN et al., 2004).

Como o estado de felicidade genuína, *sukha*, pode a ser alcançado? Os budistas acreditam que é necessário uma transformação radical da consciência através de uma formação sustentada em atenção, equilíbrio emocional, *mindfulness* (atenção plena sem julgamentos), para que se possa aprender a distinguir entre a maneira como as coisas são, como parecem ser e as confusões que existem nessas sobreposições. No budismo não há distinção entre as emoções e outros processos mentais, ao invés disso, preocupa-se com a compreensão de que tipos de atividade mentais contribuem verdadeiramente para a felicidade e quais atividades são

prejudiciais, especialmente a longo prazo. Atualmente as pesquisas realizadas por neurocientistas apontam que não se pode dissociar as emoções da cognição. Cada região mapeada no cérebro, sendo responsável pela emoção também está diretamente relacionada à cognição e não existem sistemas cerebrais que dissociam a emoção da cognição, esses resultados corroboram com os ensinamentos milenares budistas (EKMAN et al., 2004; PESSOA, 2008).

Os budistas acreditam que é importantíssimo para se alcançar a felicidade genuína, identificar os estados mentais destrutivos e entender como eles influenciam os pensamentos e os relacionamentos com os outros a longo prazo. Isso requer cultivar e refinar, através de um rigoroso treinamento, a capacidade de monitorar introspectivamente as próprias atividades mentais, permitindo distinguir entre pensamentos e emoções perturbadoras e não perturbadoras. Com isso a pessoa aprende a transformar e, finalmente, libertar-se dos estados mentais aflitivos, conhecidos como *duhkha* pelos budistas. Os três processos mentais que podem ser considerados toxinas para mente são apresentados na Tabela 2, são eles: desejo, ódio e ganância. Essas três formas destrutivas de pensar conduzem as pessoas a transformar sofrimento em infelicidade, prejudicando seu florescimento espiritual e felicidade genuína.

Processos mentais destrutivos	Características dos processos mentais destrutivos para a mente
Desejo	Preocupação com a aquisição ou a manutenção de algum objeto ou situação desejável. Exagero nas qualidades dos objetos desejados, ignorando ou não enfatizando aspectos indesejáveis desse objeto. Perturbação do equilíbrio da mente, dando origem a ansiedade, medo e raiva. Não é realista, no sentido de que falsamente desloca a fonte da felicidade de própria mente para os objetos.
Ódio	É um reflexo inverso do desejo. Visa prejudicar ou destruir qualquer coisa que obstrui a busca egoísta por objetos e situações desejáveis. Exagero das qualidades indesejáveis de objetos, tirando a ênfase de suas qualidades positivas. Mesmo que o gatilho do ódio esteja no objeto ou situação externa, a fonte real do sofrimento mental que o ódio gera está apenas na mente.
Ganância	Ilusão da mente em promover permanência, singularidade e autonomia para si mesmo ( <i>self</i> ), Não leva em consideração que o self está constantemente em um estado de fluxo dinâmico profundamente interdependente das outras pessoas e do meio ambiente. Forte sentimento da separação e repulsão de si mesmo em relação ao outro.

Tabela 2: Processos mentais considerados destrutivos para a mente Fonte: Modificado de EKMAN et al., 2004

Como pode ser observado na Tabela 3, as formas destrutivas de pensar estão associadas a supervalorização e/ou super desvalorização de objetos e situações, bem como a ilusão da mente em promover o self não levando em consideração os outros. Essas formas de pensar atrapalham

as pessoas em sua busca pela felicidade e geram infelicidade a partir do sofrimento mental que elas provocam.

### 3. Abordagens de design de produtos

Nas primeiras décadas do século XX, os designers eram responsáveis pela elaboração de abordagens de desenvolvimento de projetos, bem como pela concretização desses projetos em produtos para sociedade. A pesquisa científica realizada na área do design, na década de vinte, teve como marco o desenvolvimento de aeronaves para a Primeira Guerra Mundial e aumento da eficiência energética dos automóveis. Nas décadas de 50 e 60, a ergonomia, conforto e segurança tiveram grande destaque nas pesquisas e práticas dos designers devido a solicitação das pessoas que utilizavam os produtos e por pressões governamentais. Nessa época começou-se a pensar na aplicação de conceitos da psicologia social e antropologia em futuros desenvolvimentos de produtos, (BAYAZIT, 2004).

Na década de 70 o design passa a ser considerado como uma disciplina ao invés de um objeto de estudo. Os pesquisadores do design passaram a atuar em projetos orientados para soluções de problemas, criações de novos artefatos e elaboração de estratégias para melhorar as condições de uso dos produtos. Herbert Simon, em 1969, escreveu um livro intitulado *Ciência do Artificial*, onde propôs uma abordagem importante para o desenvolvimento de produtos que ficou conhecida como método racional. Donald Schön escreveu um artigo em 1983, intitulado *The Reflective Practitioner*, onde apresentou uma nova abordagem para os projetos de produtos, que ficou conhecida como método de ação e reflexão. Ambas propostas tratavam da maneira de trabalho dos designers, como os artefatos fabricados poderiam ser interpretados pelas pessoas e quais poderiam ser suas configurações com base no conhecimento adquirido pelas práticas do design, (BAYAZIT, 2004; CHAI e XIAO, 2012; FRIEDMAN, 2003).

Simon acreditava que o ótimo era inimigo do bom e que deveria existir um limite para tomada de decisão nos projetos considerados estáveis, onde a lógica era a principal maneira de pensar na sua resolução. No entanto, Donald Schön considerava que o processo do design baseava-se na essência do que é a arte, a saber, ação e reflexão constante. O texto escrito por Schön continua sendo relevante até os dias de hoje, como pode ser observado na Tabela 3. Nessa tabela apresenta-se os nomes dos autores, o ano de publicação, os títulos dos artigos e o número de citações desses artigos no periódico *Design Studies Journal*, um dos principais periódicos da área do design no mundo, (FISCHER e PALEN, 1999; DORST e DIJKHUIS, 1995; CHAI E XIAO, 2012).

Artigos científicos	Número de Citações
Schön, 1983, <i>The Reflective Practitioner</i>	51
Goel, 1995, <i>Sketches of Thought</i>	40
Schön & Wiggins, 1992, <i>Design Studies</i>	37
Cross et al., 1996, <i>Analysing Design Activities</i>	33
Goldschmidt, 1991, <i>Creativity Research Journal</i>	29

Tabela 3: Artigos mais citados pelo periódico *Design Studies Journal* Fonte: Modificado de Chai e Xiao, 2012, p. 33

O artigo mais citado pelo *Design Studies Journal*, é o *The Reflective Practitioner*, escrito por Schön em 1983. Esse artigo aborda os problemas de projeto como únicos, onde as habilidades aprendidas pelos designers surgem e se aprimoram durante suas interações com as resoluções desses problemas. Uma breve comparação entre as duas abordagens, propostas por Simon em 1969 e por Schön em 1983 é apresentada na Tabela 4. Nessa tabela observa-se a comparação entre as formas de atuação dos designers, como são caracterizados os problemas do design, os processos de pensamento, os conhecimentos aplicados nas resoluções de problemas e exemplos de aplicações desses métodos nas fases de desenvolvimentos de produtos.

	Abordagem racional Simon (1969)	Abordagem de ação e reflexão Schön (1983)
Designer	Processa a realidade objetiva	Constrói sua realidade
Problema	Mal definido	Essencialmente único
Processo	Investigação racional	Diálogo reflexivo
Conhecimento	Leis científicas	Arte
Exemplo	Fases de execução e implementação de projetos	Fases iniciais de concepção de projetos

Tabela 4: Características dos métodos propostos por Schön e Simon Fonte: Modificado de Dorst e Dijkhuis (1995, p. 263)

Conforme apresentado na Tabela 4, a abordagem racional proposta por Simon é mais indicada quando existem problemas mal definidos no design, que devem ser tratados sob uma ótica racional e objetiva, baseada em leis científicas e durante as fases de execução e implementação de projetos. Por outro lado, a abordagem de ação e reflexão proposta por Schön é mais indicada para as etapas iniciais dos desenvolvimentos de produtos, baseando-se em problemas essencialmente únicos, onde é aplicado um pensamento artístico de ação e reflexão. Segundo Schön os projetistas iniciam o processo de design analisando as pessoas e seus comportamentos, para logo após descrever quantidades, qualidades e interrelações existentes entre as pessoas e os bens materiais que serão utilizadas em seus processos de desenvolvimento, (DORST e DIJKHUIS, 1995, p. 274; BAYAZIT, 2004, p. 20).

As abordagens de projeto são importantes formas de pensamento, onde designers podem obter conhecimento não somente para sua área de estudo, mas também para as suas práticas do dia-a-dia. A partir dessas abordagens, foi possível construir teorias que diferenciam as

atividades dos designers das práticas dos artesões, permitindo a organização e sistematização do conhecimento gerado, transformando esse conhecimento em uma ferramenta reproduzível e controlável. Essas abordagens melhoram os processos de projeto de bens materiais, auxiliando na descrição das suas características físicas e facilitando seu entendimento por parte das pessoas. Importante ressaltar que os atributos presentes nesses bens materiais só possuem importância quando são conscientemente entendidos por parte das pessoas, (FRIEDMAN, 2003; KROES, 2002).

Na década de 90, os pesquisadores do design começaram a utilizar os resultados das pesquisas da psicologia na elaboração de novas abordagens de projeto. Nessas abordagens objetivou-se principalmente evocar ou evitar determinadas experiências emocionais decorrentes das interações das pessoas com produtos. Por isso elas ficaram conhecidas como design emocional. O design emocional poderia ser entendido como “o projeto de um carro, para despertar alegria no usuário; uma livraria, para despertar inspiração, por meio do ambiente; ou, ainda um serviço de saúde com foco no emagrecimento que, em seu projeto, contenha elementos que facilitem a evitação da frustração frente a retrocessos ou pouca perda de peso”, (TONETTO e COSTA, 2011; DEMIR et al., 2009).

Atualmente, os desenvolvimentos realizados sob a ótica do design emocional consideram que a emoção pode ser previsível e controlável e que o designer tem o papel de modelar as experiências emocionais desejadas pelas pessoas. Autores do design emocional pontuam que a experiência emocional é apenas uma das dimensões da experiência com produtos, as outras dimensões estão relacionadas as experiências estéticas e experiências de significado. Acreditam que deve-se favorecer a experiência de prazeres fisiológicos, prazeres sociais e prazeres psicológicos nas interações com produtos, pois os seres humanos estão sempre em busca de prazer e isso é parte constitutiva da natureza humana. Propõem que as emoções surgem das avaliações (*appraisals*) durante as interações com os produtos e que projetar para emoções significa entender como os produtos se relacionam com os interesses dos indivíduos, (HEKKERT, 2006; JORDAN 1966; DESMET e HEKKERT, 2007).

Nos últimos anos, pesquisadores nos domínios da psicologia, filosofia, economia, política e design tem mostrado um maior interesse na ciência do bem-estar. Recentemente, os pesquisadores do design propuseram uma nova abordagem para o design que ficou conhecida como Design para Felicidade (do inglês, *Design for Happiness*). Busca-se nessa abordagem entender se as interações das pessoas com produtos estão relacionadas com o estado de contentamento com a vida, quais são as causas dessa possível relação e quais os produtos podem ser responsáveis por isso, (DESMET, 2011; DESMET e POHLMAYER 2013).

Na Tabela 5, são apresentados os principais resultados de um estudo que avaliou o que um grupo de 20 holandeses, com idade média de 37 anos, entendeu como bem-estar durante suas interações com alguns produtos. Os resultados indicaram que o bem-estar, durante as interações com produtos, estava relacionado ao desfrute dos prazeres, conexões sociais e crescimento pessoal. Observou-se que a apreciação da estética das coisas, passar o tempo com os amigos e o crescimento pessoal contribuíam para o bem-estar dos entrevistados durante as interações com seus produtos, (DESMET, 2011).

Categoria	Descrição	Exemplos
Prazeres	Apreciando a beleza ou coisas ou atividades prazerosas.	Boa comida, flores bonitas, cantar dos pássaros pela manhã, música bonita, etc.
Conexão social	Passando tempo com os amigos ou pessoas amadas, ou se sentindo conectado com as pessoas.	Fazer coisas alegres com amigos, passar tempo com o parceiro (a), sentir-se conectado com os amigos.
Crescimento pessoal	Aprendendo novas coisas, alcançando metas ou crescimento pessoal	Alcançar as metas pessoais, criar algo novo, aprender algo novo.

**Tabela 5: Causas de bem-estar por categoria, descrição e exemplos Fonte: Modificado de Desmet (2011)**

Os resultados da pesquisa apresentada na Tabela 5 contribuíram para que os pesquisadores do design entendessem que a questão relevante não é saber se os produtos contribuem para o bem-estar, mas como isso ocorre. A questão norteadora de novas pesquisas na área do *Design for Happiness* é: como os designers podem projetar produtos que aumentem o bem-estar das pessoas e deem suporte para elas em suas buscas por vidas plenas e satisfatórias? Essa pergunta indica a necessidade de uma nova abordagem para o design, de como pode-se contribuir para qualidade de vida das pessoas e reduzir os efeitos destrutivos colaterais do consumo insustentável. Para atender esse objetivo, pesquisadores do design criaram uma nova abordagem de design que foi batizada de Design Positivo (do inglês, *Positive Design*). A intenção do Design Positivo é de aumentar o bem-estar das pessoas; favorecer sua apreciação duradoura a respeito da vida; contribuir para o seu florescimento humano; e contribuir para sustentabilidade, (DESMET e POHLMAYER, 2013).

A Figura 2 apresenta os fatores do Design Positivo que são baseados nos preceitos da psicologia positiva, considerando o florescimento das pessoas através de três componentes principais: design para prazeres, design para virtudes e design para significados pessoais. O objetivo dessa proposta é dar um passo para operacionalizar o fenômeno holístico do bem-estar humano nos processos de design centrados nos usuários. O design para o prazer, ajudando as pessoas a aproveitar o momento, acreditando que o bem-estar é conseguido pela soma de prazeres momentâneos vividos em situações do dia-a-dia. O design para os significados pessoais, cujo foco está em contribuir de curto a longo prazo com objetivos e aspirações pessoais, tais como a “obtenção de um diploma, a construção de uma casa na árvore, possuir um palácio ou correr uma maratona”. Por último o design para as virtudes pessoais, que tem como objetivo favorecer comportamentos virtuosos, onde a pessoa pensará: “estou me comportando honradamente?” (DESMET E POHLMAYER, 2013).

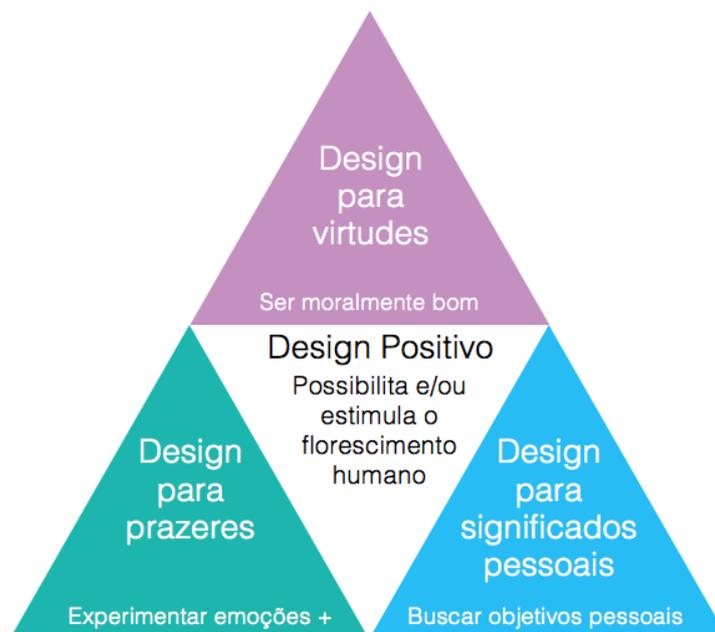


Figura 2: Fatores que influenciam o bem-estar no Design Positivo Fonte: Modificado de Desmet e Pohlmeier (2013)

O objetivo da nova proposta de abordagem para o design, apresentada na Figura 3, é o de possibilitar ou estimular o florescimento humano através de prazeres, fortalecimento de virtudes e de construção de significado pessoal.

#### 4. Discussão dos resultados

No presente artigo, foram apresentados dois conceitos complementares e distintos sobre bem-estar: um conceito proposto pela psicologia positiva e outro pela cultura milenar budista. O primeiro propõem a realização de atividades intencionais externas e do fortalecimento das forças e virtudes no dia-a-dia para se alcançar o bem-estar. O segundo propõem que para se alcançar o bem-estar, nesse caso o termo usado é felicidade genuína, é necessário um trabalho de meditação profunda e de longa duração em compaixão, entendimento da realidade das coisas e redução de formas nocivas de pensar, como: desejo, ganância e ódio. Essas abordagens podem ser tratadas como complementares pois, enquanto a psicologia positiva propõe a busca pelo bem-estar a partir da realização de atividades externas, o budismo propõe que ele seja buscado através de reflexões interiores.

Os pesquisadores da psicologia positiva propõem que para se alcançar o bem-estar é necessário orientar as atividades cotidianas para as atividades de propósito, gerando gratificação quando realizadas, em atividades como: a prática de boas ações, participação em conversas estimulantes, etc. Os budistas acreditam que a felicidade só pode ser genuína quando tratada de maneira interior, por intermédio de meditações profundas sobre como ter compaixão pelos outros, entender como realmente as coisas no mundo são e identificar, compreender e eliminar formas tóxicas de pensar. Nesse contexto, a felicidade é um processo que demanda tempo e esforço e não está baseada na realização de atividades externas, mas sim na reflexão e introspecção interna. Os budistas afirmam que todos podem ser felizes, no entanto, é preciso

entender claramente o que isso significa, pois para eles a felicidade genuína se baseia em um profundo senso de florescimento que surge de uma mente excepcionalmente saudável.

Nesse artigo apresentou-se importantes abordagens desenvolvidas para a prática do design. Entre elas, destacam-se a abordagem racional propostas por Simon em 1969; a abordagem de ação e reflexão proposta por Schön em 1983; os métodos de design emocional da década de 90; os métodos de design para a felicidade e o design positivo nos últimos 5 anos. Pode-se verificar que todas essas formas de pensar às práticas relacionadas ao design têm um objetivo similar: fornecer aos designers subsídios teóricos para seu desenvolvimento de produtos, a fim de atender as demandas físicas, sociais e psicológicas da sociedade. Nos métodos de Simon e Schön, o foco era em como os designers poderiam solucionar os problemas de projeto, ou sob uma ótica racional ou de ação e reflexão, respectivamente. Agora, através do design emocional, design para felicidade e design positivo a atenção é dada às pessoas, à sociedade e ao meio ambiente no qual os designers e os seus produtos estão inseridos.

Com as abordagens do design emocional e design para felicidade, pretende-se favorecer emoções agradáveis e sentimentos bons nas pessoas durante suas interações externas com produtos. O design positivo com seus três pilares, fortalecimento das virtudes, vivências de prazeres e experiências de significado pessoal, caracteriza-se pela tentativa de favorecer o bem-estar pessoal e coletivo, através de interações externas com produtos.

É importante considerar que nem a psicologia positiva e muito menos o design ainda têm uma definição clara e distinta sobre o significado de bem-estar. Os autores da psicologia positiva citam tanto bem-estar como felicidade para se referir ao mesmo estado de contentamento com a vida. No design preferiu-se utilizar o termo felicidade para interpretar a qualidade e o contentamento com a vida, no contexto das interações externas com produtos. No que tange ao design, os autores desse artigo sugerem que o termo bem-estar seja usado para o contentamento de curta duração que o uso de um produto possa provocar, abordagem que está sendo aplicada ao Design para Felicidade e Design Positivo. No entanto, a aplicação do termo felicidade deveria ser considerada para futuras abordagens do design que tem como objetivo promover compaixão, reflexão sobre a realidade das coisas e redução de emoções destrutivas quando se trata das vivências com os bens materiais da cultura humana.

Não há nada de errado em se projetar para o prazer, para as virtudes e para o significado, como propõem o design positivo. Contudo não se pode afirmar que isso irá contribuir para o florescimento espiritual humano, pois o design positivo apresenta apenas um caráter de favorecimento do bem-estar momentâneo das pessoas, decorrentes das suas interações externas com produtos. Fica claro que no design positivo não há menção de fortalecimento dos pensamentos de compaixão, entendimento da realidade das coisas ou redução de formas destrutivas de se pensar a longo prazo, construções mentais interiores. Não se deve confundir bem-estar momentâneo com felicidade genuína, pois o bem-estar momentâneo está suscetível às circunstâncias adversas cotidianas e é dependente de atividades externas de prazer e propósito, enquanto o estado de felicidade genuína se caracteriza por uma construção profunda e estável sobre o entendimento da realidade das coisas, compaixão e redução das formas destrutivas de se pensar a vida.

## 5. Considerações finais

Com esse artigo pretende-se contribuir para um debate no design centrado em práticas que contribuam tanto para o bem-estar, como para felicidade genuína das pessoas em suas interações com bens materiais da cultura humana. Propõem-se que seja dada importância nas futuras práticas do design não somente para projetos orientados para o prazer, virtudes pessoais e significado pessoal, mas também para as práticas de longa duração em compaixão, entendimento da realidade das coisas e redução das formas destrutivas de pensar.

Acredita-se que, com isso, o design possa ajudar as pessoas a florescer espiritualmente, ampliando suas formas de pensar de maneira genuinamente feliz em si mesmas, nos outros e no meio ambiente que as rodeia. Isso poderá contribuir para formas sustentáveis de se pensar, expandindo o horizonte do “eu” para o bem-estar e contentamento com a vida dos outros seres que habitam o planeta. Além disso, pode favorecer o pensamento de que os bens materiais da cultura humana não devem ser tratados apenas como produtos para usuários, de uso e descarte, mas sim como uma riqueza coletiva que precisa ser cuidada a longo prazo com admiração e respeito.

Os futuros designers têm um papel desafiador de orientar suas práticas e novos desenvolvimentos para favorecer o estado de bem-estar durante e após as interações com produtos. Nesse contexto, levar em consideração os ensinamentos budistas sobre felicidade genuína em futuras abordagens de projeto é claramente uma fonte criativa e inovadora de se comunicar compaixão através do design. Essa tratativa talvez possa contribuir para pensamentos sustentáveis mais profundos, àqueles que valorizam o outro, não apenas a si mesmo. Deve-se refletir se apenas projetar para experiências prazerosas, de significado e para as virtudes pessoais é suficiente para o florescimento profundo do espírito humano e consequentemente para a sustentabilidade das formas de vida no planeta. Falar em sustentabilidade é falar no próximo, falar naqueles que vivem ao nosso lado e também daqueles que viverão no futuro. Para isso é importante para os designers refletirem sobre maneiras complementares de se desenvolver novos produtos, orientadas para compaixão, redução das formas destrutivas de pensar e de entendimento da realidade das coisas.

## Agradecimentos

A realização desse artigo somente foi possível devido ao apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Os autores gostariam ainda de agradecer o incentivo dado pela Faculdade de Tecnologia FTEC de Porto Alegre, ao Laboratório de Desenvolvimento e Seleção de Materiais (LDSM) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul na realização desse trabalho.

## Referências

- BAYAZIT, Nigan. *Investigating Design: A Review of Forty Years of Design Research*. Design Issues, v. 20 (1), 2004, p. 17-29;
- CHAI, Kah-Hin, XIAO, Xin. *Understanding Design Research: A Bibliometric Analysis of Design Studies (1996 – 2010)*. Design Studies, v. 33, 2012, p. 24 – 43;
- DIENER, E., EMMONS, R. A., LARSEN, R. J., GRIFIN, S. *The Satisfaction with Life Scale*. *Journal of Personality Assessment*, 1985, issue 49, vol. 1;
- DIENER, E., LUCAS, E. R., OISHI, S. *Subjective well-being: The Science of Happiness and a Proposal for a National Index*. 2000, p. 63-73;
- DEMIR, E.; DESMET, P.; HEKKERT, P. Appraisal Patterns of Emotions in Human-Product Interaction. *International Journal of Design*, 3(2):41-51, 2009;
- DESMET, P. M. A., HEKKERT, P. *Framework of Product Experience*. *International Journal of Design*, v. 1 (1), 2007, p. 57-66;
- DESMET, P. M. A. Design for Happiness: Four Ingredients for Designing Meaningful Activities. 4th World Conference on Design Research, 2011;
- DESMET, P. M. A.; POHLMeyer, A. E. *Positive Design: An Introduction to Design for Subjective Well-Being*. *International Journal of Design* Vol. 7 No. 3 2013;
- DOLAN, P. *Felicidade Construída: Como encontrar prazer e propósito no dia a dia*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2015;
- DORST, K., DIJKHUIS, J. *Comparing Paradigms for Describing Design Activity*. Design Studies, v. 16, 1995, p. 261 – 274;
- EKMAN, P., DAVIDSON, J. R., RICARD, M., WALLACE, A. B. *Buddhist and Psychological Perspectives on Emotions and Well-Being*. American Psychological Society, v. 14 (2), 2005, p. 59-63;
- FISCHER, G., PALEN, L. Design. *The Sciences of the Artificial*. Colorado: University of Colorado at Boulder. 1999. Disponível em: <<http://13d.cs.colorado.edu/courses/csci7212-99/pdf/science-of-the-art.pdf>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2013;
- FREDERICK, S. LOEWENSTEIN, G. *Hedonic Adaptation*. In: KHANEMAN, D., DIENER, E., SCHWARZ, N. *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. New York: Russel Sage Foundation, 1999, p. 302-327;
- FRIEDMAN, K. *Theory Construction in Design Research: Criteria: Approaches, and Methods*. Design Studies, v. 24, 2003, p. 507 – 522;
- HEKKERT, P. Design Aesthetics: Principles of Pleasure in Product Design. *Psychology Science*, v. 17(2), 2006, p. 157-172;
- JORDAN, P. *Pleasure with products: Human Factors for body, mind and soul*. In: W.S.

GREEN; P.W. JORDAN (eds.), *Human factors in product design: Current practice and future trends*. London, Taylor & Francis, p. 206-217;

KROES, P. *Design Methodology and the Nature of Technical Artefacts*. *Design Studies*, v. 23, 2002, p. 287-302;

LYUBOMIRSKY, S., SHELDON, M. K., SCHKADE, D. *Porsuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change*. *Review of General Psychology*, v. 9 (2), 2005, p. 111-131;

LYUBOMIRSKY, S. *A Ciência da Felicidade. Como Atingir a Felicidade Real e Duradoura*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008;

PETERSON, C.; SELIGMAN, M. *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification*. Oxford University Press: American Psychological Association, 1<sup>st</sup> edition, 2004;

PESSOA, L. *On the Relationship Between Emotion and Cognition*. *Nature*, volume 9, 2008;

RICCARD, M. *Happiness: a guide to developing life's most importante skill*. Little Brown and Company: London, 2006;

SELIGMAN, E. P. M., CSIKSZENTMIHALYI, M. *Positive Psychology: An Introduction*. *American Psychologist*, v. 55, 2000, p. 5-14;

SELIGMAN, E. P. M. *Authentic Happiness: Using Positive Psychology to Realization Permanent*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009;

SHELDON, K.M., RYAN, R.M., DECI, E.L., & KASSER, T. *The independent effects of goal contents and motives on well-being: It's both what you pursue and why you pursue it*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 475–486., (2004);

TELLEGEN, A.; LYKKEN D.T.; BOUCHARD, T.J. JR.; WILCOX, K.J.; SEGAL, N.L.; RICH, S. *Personality Smililarity in Twins Reared Apart and Together*. *Journal of Personality an Social Psychology*, v. 54 (6), p. 1031-1039, 1988;

TONETTO, L. M., COSTA, X. C. F. *Design Emocional: Conceitos, Abordagens e Perspectivas de Pesquisa*. *Strategic Design Research Journal*, v. 4 (3), 2011, p. 132-140;

VEIGA, J. E. *Sustainability Indicators*. *Advanced Studies*, 24 (68), 2010.

### **Sobre o autor**

Coordenador de graduação de engenharia mecânica da Faculdade de Tecnologia FTEC. Professor de graduação da disciplina gerência de produto para o design de produto e professor de graduação das disciplinas de desenho técnico, ciência dos materiais e metrologia para os cursos de engenharia. Atualmente é doutorando em design de produto na UFRGS, possui o título de mestre em design de produto na UFRGS (2013), pós-graduação em gerenciamento de projetos na FGV (2006) e graduação em engenharia mecânica na UFSC (2004). Atuou por mais



de dez anos como engenheiro de produtos e gerente de projetos em indústrias automotivas e na indústria da linha branca no país e no exterior.

e-mail: [ulissescaetano@ftec.com.br](mailto:ulissescaetano@ftec.com.br)