

- Calanca, D. (2011). *História Social da Moda* (p. 224). São Paulo: Senac.
- Emídio, L. F. B. (2018). *MODELO MODThink: O Pensamento de Design Aplicado ao Ensino-Aprendizagem e Desenvolvimento de Competências Cognitivas em Modelagem do Vestuário*. Bauru – SP: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.
- Lins, M. O.; Lima, A.; Miranda, E. R.; Waechter, H. N. (2016). Moldes da revista Manequim: uma observação do design sobre as informações sequenciais de como tirar os moldes e das folhas de moldes. *Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*. Trabalhos apresentados (p. 1156-1167). Belo Horizonte – MG: Blucher Design Proceedings.
- Medeiros, M. J. F. (2019). Design do vestuário: modelagem aplicada na alfaiataria com o tecido da chita. Italiano, I.; Souza, P. M. (Org.). *Os caminhos da pesquisa em modelagem: história, ensino, conceitos e práticas* (p. 208). São Paulo: Escola de Artes, Ciências e Humanidades.
- Santos, G. (2020). *Mães Solo e a Moda: Mulheres Encontram na Costura Autônoma Rota de Sobrevivência*. São Paulo: Modifica. Disponível em: <https://www.modifica.com.br/maes-solo-costura-moda/#.YKulRqhKg2x>
- Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Paraná (SENAI – PR) (2007). *Modelagem Feminina – Tecido Plano*. Paraná: SENAI – PR.

**Abstract:** Recognizing the neuroscientific concept of learning brings us closer to the keys that neuroscience can offer to the field of design. It is important to underline the fact that this immersion is based on neurodiversity, attending to unavoidable thematic axes and without forgetting that it is based on the management of uncertainty and permanent becoming.

**Keywords:** Neurodesign - neuroscience - neurodiversity - learning.

**Resumo:** O reconhecimento do conceito neurocientífico de aprendizagem nos aproxima das chaves que a neurociência pode oferecer ao campo do design. É importante destacar o fato de que essa imersão se baseia na neurodiversidade, atendendo a eixos temáticos inevitáveis e sem esquecer que se baseia na gestão da incerteza e do permanente devir.

**Palavras-chave:** Neurodesign - neurociência - neurodiversidade - aprendizagem.

(\*) **Fernanda Henriques** é diretora da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp/Bauru), professora concursada e pesquisadora da Graduação e do Programa de Pós-Graduação em Design. Líder do Grupo de Pesquisa Design Gráfico Inclusivo: audição, visão e linguagens (parceria entre Unesp e USP). Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, foi aluna bolsista CAPES e realizou parte de seus estudos na Universidad de Sevilla, Espanha. Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, com bolsa CAPES. Especialista em Comunicação pela Unifor-CE. Graduada em Publicidade, Propaganda e Criação pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. **Manuela Azambuja** é mestranda em Design pela Unesp/Bauru, na linha de pesquisa “Planejamento de Produto”, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Dra. Fernanda Henriques. É pós-graduanda na especialização em Direção de Arte: Design e Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Graduada em Design de Moda pela UEL. Foi pesquisadora e colaboradora no projeto de pesquisa “Uma proposta de modelo de ensino de alfaiataria na contemporaneidade” na UEL. Atualmente integra o Grupo de Pesquisa Design Gráfico Inclusivo: audição, visão e linguagens (parceria entre Unesp e USP).

## “Pare, olhe, sinta”: O olhar para a cidade através de pessoas e objetos

Marcela Torres de Avellar (\*)

Actas de Diseño (2024, julio),  
Vol. 46, pp. 57-61. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2021  
Fecha de aceptación: abril 2022  
Versión final: julio 2024

**Resumo:** Este artigo aborda o design emocional aplicado no contexto do ambiente urbano, apresentando como objetivo a análise de como os fundamentos do design emocional se fazem presentes entre os usuários, mobiliários urbanos e espaço público da área do Açude Velho, em Campina Grande – PB. Esse estudo tem caráter qualitativo, desenvolvido em três etapas: levantamento de dados através de questionário, análise e resultados. Foi possível apontar: (i) frequência, tempo de permanência e a diversidade do uso da área; (ii) a existência de problemas e as definições dos problemas da área; (iii) as relações traçadas no nível comportamental, visceral e reflexivo.

**Palavras-chave:** Mobiliário urbano - Design emocional - Design urbano – Percepção – Donald Norman.

[Resumos em inglês e espanhol na página 61]

## 1. Introdução

A interação entre pessoa e objeto é frequentemente estudado na área que engloba os estudos de design de produto. Contudo a interação pessoa – objeto – cidade têm menos enfoque, mas vêm ganhando espaço em publicações e estudos que envolvem esta relação. De acordo com Norman (2008), a relação entre design e emoção foi registrada como “design emocional”, desse modo, o profissional em design foca o estudo para interpretação e interação com o meio físico e social das pessoas, afim de buscar resultados para viabilizar experiências agradáveis.

As experiências geradas a partir da interação podem ser positivas e negativas, e conseqüentemente podem gerar sentimentos prazerosos ou desagradáveis. Compete ao designer fazer uso de métodos e técnicas para detectar e avaliar as emoções no design.

Diante disto, o artigo proposto tem como objetivo analisar como os fundamentos do design emocional se faz presente entre a relação usuário, mobiliário urbano e espaço público na área de recorte, no açude velho, em Campina Grande-PB.

### 1.1 Cidade, sociedade e mobiliário urbano

A sociedade contemporânea está cada vez mais complexa<sup>1</sup> sofrendo transformações nas mais diversas áreas, podendo ser destacado algumas delas, à exemplo das comunicações, comércio e serviços, práticas cidadãs, deslocamentos, uso da cidade, relação com espaços naturais como também sua ligação com equipamentos públicos. Diante deste contexto, deve-se observar a importância da diversidade nesta relação pessoa e cidade, a fim de favorecer um espaço urbano que seja levado em consideração pelo poder público e sociedade os novos hábitos dos sujeitos.

A cidade, grande cenário para estas vivências e transformações, é desenvolvida para servir toda a sociedade, exposto no artigo 5 da CF/88. Por consequência, a cidade deve ser atrativa, convidativa e acolher todas as pessoas nas mais diversas esferas de atuação. Segundo Jacobs (2009), as pessoas são as principais protagonistas do uso e ocupação das ruas e calçadas (que são os órgãos vitais de uma cidade), o que implica muitas vezes em conflitos, por questões relacionadas ao espaço, história, diversidade de usos, entre outros, podendo dificultar a convivência entre pessoas e espaço urbano:

Muito mais do que um espaço urbano fechado, recortado por ruas e avenidas, construído com blocos de concreto e lajes de aço... a dominar todas as paisagens, a cidade é... um território de relações no qual cada cidadão/cidadã busca satisfazer suas necessidades e realizar seus quereres. [...] É uma realidade viva, pulsante. Ela é composta e compõe uma rede de fluxos de pessoas, mercadorias, matérias... energias em constante movimento. (Gavazza, 2013, apud Lopes, s/d, p. 5-6).

É comumente observado que no Brasil os espaços públicos acabam por terem seus usos reduzidos por parte da população, não sendo convidativo por motivos

de ausência do poder público ao longo do tempo, insegurança e criminalização, ocupação, invasão, como também pela falta de planejamento urbano, resultando em uma má-formação de identificação entre os indivíduos e lugar, sucedendo o afastamento das partes.

Os efeitos referentes às características físico-espaciais em associação aos indivíduos, buscando entender como estas percepções afetam atitudes e comportamento de usuários no ambiente urbano, também é um meio de descrever o espaço (Reis e Lay, 2006).

Referente a essas características físico-espaciais, a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas) considera como mobiliário urbano “todos os objetos, elementos e pequenas construções integrantes da paisagem urbana, de natureza utilitária ou não, implantados mediante autorização do poder público em espaços públicos e privados” (ABNT, 1986, p.1). Engloba mobiliário urbano, segundo esta norma, abrigos de ônibus, esculturas, painéis, playgrounds, cabines telefônicas, postes, lixeiras, quiosques, relógios, bancos, dentre outros.

Em contrapartida, segundo Creus (1996) a expressão “mobiliário urbano” não seria o termo mais adequado, pois se relaciona bem mais a questões decorativas, devido a sua tradução, para o autor, estes objetos teriam outras funções além do quesito de decorar a cidade, e sugere o termo “elementos urbanos”, em que os define como objetos utilitários urbanos que se integram à paisagem urbana. Ainda assim, para Montenegro (2005) “mobiliário urbano” traz o conceito utilitário para o termo, pois faz parte do ambiente no qual está inserido e se relacionando com o desenho urbano das cidades, usuários e contexto sociocultural e ambiental.

É adotado para este artigo o termo “mobiliário urbano”, será utilizado por vezes “elemento urbano” como sinônimo, em concordância com a afirmação de Freitas (2008) sobre elementos ou mobiliários urbanos serem definidos como objetos com a finalidade de equipar a cidade.

Na interação entre usuários e produtos, podem ser experimentadas variadas emoções (Yoon et al., 2011; Desmet, 2008), inclusive em produtos de uso coletivo dos espaços públicos urbanos, a exemplo de abrigos de ônibus, que por diversas vezes são observados vazios, no mesmo momento em que seus usuário estão em pé ao seu lado, sem fazer uso do mesmo, podendo isto ocorrer por motivos ergonômicos e funcionais, em um outro caso, o monumento pode trazer uma memória afetiva para certas pessoas, porém para outras, pode ser que não faça diferença, por se tratar de questões relacionadas as referências e *backgrounds* que cada um carrega consigo (Pizzato, 2013).

Recentemente, datando do final da década de 1990, entra no cenário internacional o conceito denominado de design emocional, uma área dentro do campo de design que se une a psicologia, buscando associar a questão emocional e subjetiva existente entre as pessoas e o design de produtos. Desde então, foram desenvolvidas uma série de abordagens, porém sendo destacado neste artigo os estudos de Norman (2008) que é destaque, considerado como referência e inspiração para novos estudos a respeito do assunto.

Existem variados meios para compreender como estas diferentes emoções podem ser intensificadas na interação com o produto, porém, não se planeja a emoção, mas as condições necessárias para que tenham maior chance de acontecer (Tonetto, 2011). Já Norman (2008) propôs três níveis de design (visceral, comportamental, reflexivo), em que cada um desempenha um papel ao promover uma experiência com produtos. O design visceral, se relaciona de modo automático e veloz, faz julgamentos rápidos do que é bom/ruim, seguro/perigoso, é associado à aparência ao visual, em uma aplicação urbana, seria o juízo a respeito de uma academia pública, somente por observar seus equipamentos, entorno, iluminação, diversidade de uso e então fazer uma decisão se realmente vale ou não fazer o uso da mesma.

O design comportamental relaciona-se aos processos cerebrais que controla o comportamento rotineiro, considera a usabilidade, prazer e efetividade do uso, tendo como exemplo urbano os bancos de praças, em que o uso é realizado por justificativa, mesmo que inconsciente, por acharem positivamente ergonômico. Por fim o design reflexivo, faz associação à significação, é a parte contemplativa, abrange lembranças, orgulho, satisfação, à exemplo da relação entre os cariocas e a paginação de piso aplicado na orla de Copacabana, no qual houve uma comunicação intrínseca, que traz sentimento de pertencimento e identidade.

Dessa maneira, a fim de promover uma reflexão sobre os pontos de indivíduos, mobiliário urbano e emoções, é feito um recorte na área do entorno do Açude Velho na cidade de Campina Grande - PB para análise, buscando através das pessoas as impressões de suas emoções em relação aos mobiliários urbanos presentes neste determinado local.

### 1.2 Caracterização histórica e recorte da cidade

Campina Grande é uma cidade localizada no interior do Estado da Paraíba, originalmente formada por um povoado no final do século XVII (17), em 1790, é elevada à categoria de vila, e em 1864, à cidade, no qual possuía um pequeno núcleo urbano. Ao final do século XIX era conhecida como o principal centro comercial do interior da Paraíba, por realizar a conexão mercantil entre o litoral e o sertão /-paraibano, bem como tinha uma das suas principais fontes de renda baseada no cultivo do algodão. (Galizza, 1993). Em 1940, a expansão física ocorrida em pouco mais de trinta anos impressionava, visto que sua população saltou de 17.041 habitantes, em 1907, para 126.443 habitantes, em 1940 (estes números são referentes as zonas urbanas, rurais e distritos)2.

Um elemento importante na cidade é o açude velho, que foi o principal reservatório de água, durante os anos de 1825 até início do século XX, visto que em 1820, Campina Grande passou por uma grande seca, que resultou na construção do açude para sanar o problema. Com o passar dos anos, devido ao crescimento da população e de modo consequente da cidade, foi necessário construir outro açude, fazendo com que o açude velho perdesse sua função principal, de abastecer a população campinense.

As buscas para urbanização e reestruturação da área começaram em 1950, com a implantação de palmeiras imperiais na margem do açude. Em 1964, no primeiro centenário de Campina Grande, foi disposto em sua margem um monumento chamado "Os Pioneiros da Borborema" que faz homenagem às três figuras que foram influentes na construção da cidade, o índio, a catadora de algodão e o tropeiro. Com maior impacto, em 1990, foi construída a orla e o calçadão do açude e retirada encanações que faziam do despejo de esgoto no açude, e em sua proximidade, o "Parque da Criança" foi construído, desta maneira, a região ganhava mais potência para ser uma das mais importantes áreas de referência da cidade (Queiroz, 2008).

A partir dos anos 2000, o entorno da área do açude velho vem sendo restaurada e modificada para consolidação do turismo, para além das épocas de megaeventos realizados na cidade, como também para uma maior diversidade de uso por parte da população local. Na área de recorte do estudo estão concentrados diferentes monumentos, a exemplo dos "Os Pioneiros da Borborema", "Farra da Bodega" e "Sesquicentenário de Campina Grande", como também, lojas, restaurantes e academias, fazendo deste espaço um ambiente atrativo da cidade com intensa intensidade de fluxo, o que faz disto a justificativa para sua escolha.

## 2. Metodologia

A metodologia do trabalho se estruturou no método de aplicação de questionário, em sua totalidade com a participação direta dos usuários. Verificou-se que o melhor meio para realização desta etapa, em período pandêmico, em decorrência do Covid-19, e do distanciamento social, seria através da aplicação do questionário virtual proposto na plataforma Google Forms. O estudo, em determinados casos irá fazer uso de técnicas estatísticas para abordagem do problema, deste modo, a pesquisa se caracteriza em qualitativa e quantitativa (GIL, 2008), além disso, o trabalho envolve pesquisa descritiva e explicativa, que tem como objetivo estabelecer as relações entre os relacionados ao design e emoção, afim de identificar os fatores que determinam a ocorrência dos usos e desusos na área de estudo, com técnica padrão como questionário (Gil, 2008).

Importante ressaltar que os dados não são genéricos para a população de Campina Grande, eles são explicativos em relação à parcela de participantes pesquisados extraída da população, o que por amostragem, torna a pesquisa realizável.

### 2.1 Caracterização dos usuários

Na primeira etapa, com o intuito de conhecer a parcela de usuários que participaram do questionário, que resultou em um total de 103 pessoas, em que 37,4% com idade entre 15-25 anos, seguido de 19,6% das pessoas com 36-45 anos, 16,8% com 26-35 anos, 11,2% com 46-55 anos, 9,3% com 56-60 e por fim 5,7% com idade superior a 60 anos. Para entendimento direcionado do perfil do usuário

em questão, também se fez importante o conhecimento do grau de escolaridade e a quais bairros essas pessoas residem, posto isto como resultados temos que 61,7% dos usuários tem o ensino superior completo, 19,6% tem ensino superior incompleto, 13,1% tem ensino médio completo e 5,6% possuem entre ensino fundamental incompleto, ensino fundamental completo e ensino médio incompleto.

Em relação aos bairros em que estas pessoas pesquisadas moram, 25 pessoas residem no Alto Branco, 15 no Catolé, 14 no Jardim Tavares 6 na Liberdade, 5 no Centro, 5 no Jardim Paulistano, 4 no Cruzeiro, 4 no Mirante, 3 no Santo Antônio, 3 no Lauritzen, Palmeira, Prata, Santa Cruz, Santa Rosa e Bairro Universitário cada um com duas pessoas e os bairros do Bodocongó, Dinamérica, Três Irmãs, Rocha Cavalcanti, Novo Cruzeiro e Catingueira possuem uma pessoa cada.

## 2.2 Uso da área de estudo

Na etapa subsequente aos dados dos usuários, a cerca de idade, escolaridade e local de moradia, buscamos analisar como se apresenta a frequência, tempo de permanência, seus principais motivos para uso da área, se nesta área existem problemas, e quais os problemas que estas pessoas identificam na área escolhida para estudo.

Foi relatado que a 'às vezes' – 39,3%, 'raramente' – 36,4%, 'sempre' – 11,2%, 'bastante' – 7% e 'nunca' – 6,1% as pessoas fazem uso da área, tornando o resultado da frequência de uso baixo. Em relação ao tempo de permanência, foi obtido que para 56,7% das pessoas, o período de uso é entre uma e duas horas, para 42,3% dos pesquisados utilizam a área por menos de uma hora e apenas 1% das pessoas fazem uso da área por mais de duas horas. E como os principais motivos de uso da área de estudo se tem de: praticar exercícios físicos - 66%, passear – 49,5%, descontração – 25,2%, interagir com o meio ambiente – 20,4%, interagir socialmente – 20,4% e trabalhar, passear com animais de estimação e a paisagem somam 5,8%.

Também buscou-se identificar se há problemas presentes na área, no qual 95,2% dos pesquisados afirmaram positivo para esta questão contra 4,8% que afirmaram não haver problemas. Para detalhamento, foi apontado por 77 usuários como os problemas desta área a falta de segurança, para 48 a iluminação, 47 a manutenção, para 36 a ausência de elementos artísticos, e 35 pessoas apontaram também a ausência de mobiliário para descanso e vandalismo.

## 2.3 Design e emoção no ambiente urbano

A terceira parte do questionário foi direcionado as questões de design e emoção, sendo assim dividido nos três referentes níveis: visceral, comportamental e reflexivo, afim de investigar como se apresenta esta relação com os usuários, quais os pontos necessitam de melhora e qual deles está se mostrando positivo dentro do contexto. Foram divididos em:

- **Nível comportamental:** Ligado às questões físicas, motoras e de controle, para a realização das mais diversas atividades possíveis de serem realizadas, a exemplo de praticar exercício físico, fazer um lanche, passear,

socializar, entre outros, no entorno do Açude Velho, para 57% das pessoas da pesquisa, estas tarefas são realizadas facilmente, sem interrupções e geram satisfação, para 22,4% delas responderam 'talvez', e para 20,6% não acham fácil de realizar estas atividades.

- **Nível visceral:** O nível visceral no design emocional é aquele que está mais ligado ao subconsciente, as questões sensoriais, o que avaliamos a partir das primeiras impressões, através do sentido do olhar. Para este nível, as características que mais definiram e traduziram a área estão ligadas as palavras: agradável, histórico, turístico, bonito, famoso e perigoso.

- **Nível reflexivo:** O último nível tem relação direta com o superego, pois conduz a maneira com que nos conectamos com os elementos urbanos presente naquele local e passam a nos representar. Por tanto este nível está ligado à personalidade e à imagem que o usuário quer passar sobre si mesmo para os outros. De acordo com as respostas, um pouco mais da metade (54,2%) dos pesquisados afirma que os mobiliários urbanos presentes nesta área representam e caracterizam a imagem de Campina Grande, enquanto 25,2% apontaram que 'talvez' e 20,6% disseram que não representa a imagem da cidade.

## 3. Resultados

Os resultados das análises e interpretações nos permitiram uma descrição mais detalhada da área urbana estudada. Pode-se observar alguns dos fatores relacionados aos resultados de baixa frequência e permanência na área, visto que a frequência de uso da área pelos usuário que responderam o questionário teve como maior quantidade de resposta, 'às vezes' seguido de 'raramente', em uma soma total de 75,7%, sendo consequência das respostas geradas aos maiores problemas listados, dentre eles a falta de segurança, iluminação e manutenção.

Em contrapartida, tem-se como resultado positivo os itens relacionados aos níveis comportamental (realização de tarefas), visceral (características do ambiente) e reflexivo (representatividade e valorização da área), atendido de acordo com a afirmação de Norman (2008) em que situações positivas e sentindo-se bem, os usuários têm a tendência a relevar ou ignorar algumas falhas.

## 4. Conclusões

Este artigo buscou explicar sobre a percepção das emoções na relação entre os usuários, o espaço público e seu mobiliário urbano, tomando como recorte a área do Açude Velho, em Campina Grande, PB.

De modo geral, as conclusões apontam que a área estudada desperta emoções positivas em diversos usuários, porém uma parte numerosa dos pesquisados, tem uma opinião imprecisa e responderam a alternativa 'talvez' acerca da realização de tarefas gerando satisfação (segmento comportamental), e em representatividade e tradução da área (segmento reflexivo).

Para uma garantia no resultado satisfatório destes quesitos, se faz necessário a continuação dos estudos, para observar esta relação entre usuário, mobiliário urbano e ambiente de forma presencial/ física, com a intenção de enriquecer os detalhes acerca do uso e emoção, buscando observar as falhas desta relação, o que interfere na falta de certeza se aquele mobiliário representa ou não a cidade, se é realmente confortável e se cumpre com o que necessita.

Este estudo é preliminar, para tanto, há necessidade de uma continuação mais aprofundada do tema tratado para que haja uma comprovação efetiva, desenvolvendo novas pesquisas e possibilitando novos resultados.

## Notas

1. Do latim *complexus* – natureza composta, o que é entrelaçado, tecido em conjunto. Segundo Morin (2007) a complexidade é um tecido de constituintes heterogêneas inseparáveis ao primeiro olhar, em um segundo momento é o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, acasos que constroem nosso mundo.
2. Segundo o Censo do IBGE de 1907. Aqui também incluindo zona urbana e distritos. Informações em [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br) (Estatísticas do século XX).

## Referências bibliográficas

- ABNT - Associação Brasileira De Normas Técnicas. (1986). *NBR 9283: Mobiliário Urbano*. Rio de Janeiro.
- Creus Quintana, M. (1996). Espacios, muebles y elementos urbanos. In: Serra, Josep. *Elementos urbanos, mobiliário y microarquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, p.6-14.
- Desmet, P. (2008). Product Emotion. In: Schifferstein, H.; Hekkert, P. *Product experience*. Amsterdam: Elsevier.
- Freitas, R. Marinho de. (2008). Mobiliário Urbano. In: Macaro, Juan Luís (org.). *Infra-estrutura da Paisagem*. Porto Alegre: Mais Quatro.
- Galizza, D. S. (1996). *Modernização sem desenvolvimento na Paraíba. 1890 -1930*. João Pessoa: Idéia.
- Gavazza, N. (2013). A cidade de Jane Jacobs e o planejamento urbano. *Resenhas Online* nº 137.02. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/resenhasonline/12.137/4736>. Acesso em 08 de dezembro de 2020.
- Gil, A. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Jacobs, J. (2009). *Morte e Vida de Grandes Cidade*. 2 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- Montenegro, G. (2005). *A produção do mobiliário urbano em espaços públicos: o desenho do mobiliário urbano nos projetos de reordenamento das orlas do RN*. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. Disponível em: < <http://bdtd.ibict.br/>> Acesso em 09 de dezembro de 2020.
- Norman, D. A. (2008). *Design Emocional*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Pizzato, G. Z. (2013). *Design e Emoção na utilização do mobiliário urbano de espaços públicos*. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Faculdade de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Reis, A. T. da Luz e Lay, M. C. Dias. (2006). Avaliação da qualidade de projetos – uma abordagem perceptiva e cognitiva. *Revista Ambiente Construído*, Porto Alegre, v.6, n.3, p.21-34.
- Queiroz, M. V. D. (2008). *Quem te vê não te conhece mais: arquitetura e cidade de Campina Grande em transformação*. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Tonetto, L.M.; Costa, F. C. de X. (2011). Design emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. *Strategic Design Research Journal*, v. 4, n. 3, p. 132-140.
- Yoon, J et al. (2011). Design for Interest: Exploratory Study on a Distinct Positive Emotion in Human-Product Interaction. *International Journal of Design*. v. 6, n. 2.
- Abstract:** This article addresses emotional design applied in the context of the urban environment, aiming to analyze how the fundamentals of emotional design are present among users, urban furniture and public space in the Açude Velho area, in Campina Grande – PB. This study has a qualitative character, developed in three stages: data collection through a questionnaire, analysis and results. It was possible to point out: (i) frequency, length of stay and the diversity of use of the area; (ii) the existence of problems and the definitions of problems in the area; (iii) the relationships traced at the behavioral, visceral and reflexive level.
- Keywords:** Emotional design - Urban furniture - Urban design - Perception - Donald Norman.
- Resumen:** Este artículo aborda el diseño emocional aplicado en el contexto del entorno urbano, con el objetivo de analizar cómo los fundamentos del diseño emocional están presentes entre los usuarios, el mobiliario urbano y el espacio público en la zona de Açude Velho, en Campina Grande - PB. Este estudio tiene un carácter cualitativo, desarrollado en tres etapas: recolección de datos a través de un cuestionario, análisis y resultados. Se pudo señalar: (i) frecuencia, tiempo de estadía y diversidad de uso del área; (ii) la existencia de problemas y las definiciones de problemas en el área; (iii) las relaciones trazadas a nivel conductual, visceral y reflexivo.
- Palabras clave:** Mobiliario urbano - Diseño emocional - Diseño urbano - Percepción - Donald Norman.
- (\*) Marcela Torres de Avellar:** Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design pela Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. Especialista em Planejamento Urbano e Gestão de cidades pelo Centro Universitário de João Pessoa – UNIPÊ (2021). Graduada em Design pela Universidade Federal de Campina Grande – UFCG (2018). Email: [marcelaavellar@gmail.com](mailto:marcelaavellar@gmail.com)