



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA

EXPERIENCES AND WELL-BEING: THE MULTIDISCIPLINARY CORRELATION OF DESIGN AND POSITIVE PSYCHOLOGY

EXPERIENCIAS Y BIENESTAR: LA CORRELACIÓN MULTIDISCIPLINAR DEL DISEÑO Y LA PSICOLOGÍA POSITIVA

João Juarez Jacques da Silveira Neto¹, Icléia Silveira², Lucas da Rosa³, Cláudio de São Plácido Brandão⁴, Daniela Novelli⁵, Monique Vandresen⁶

e4124489

<https://doi.org/10.47820/recima21.v4i12.4489>

PUBLICADO: 12/2023

RESUMO

A multidisciplinaridade em *design* e psicologia positiva assimilam-se em teorias nas experiências de bem-estar subjetivo. O artigo questiona, se é possível, um modelo conceitual com base em experiências positivas, possa se tornar um fator decisivo na escolha de onde um usuário pode hospedar-se? Os conhecimentos correlacionam-se nas evidências, justificados neste artigo, em soluções de fruição em proporcionar experiências positivas. O objetivo da proposta se constituiu no cruzamento das teorias e na aplicação de uma pesquisa de campo que resultou em um modelo conceitual sobre experiências positivas, reproduzidos para uma hospedaria. Sugere-se a aplicação das teorias abordadas pelos autores mencionados, como base na estrutura do questionário, para uma experiência de bem-estar ao usuário, possibilitando a satisfação, prazer e significados. Respondendo ao objetivo deste artigo, evidencia-se nos dados coletados que é possível oferecer experiências positivas por uma hospedaria e ser o fator determinante de escolha para um usuário. Torna-se evidente na multidisciplinaridade das áreas, relacioná-las no que propõem experiências na subjetividade sobre o bem-estar.

PALAVRAS-CHAVE: Multidisciplinaridade. *Design*. Experiências. Bem-estar. Psicologia Positiva.

¹ Mestrando em Design pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Especialista no Lato Sensu em Design de Experiências e UX/UI pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC). Especialista Lato Sensu em Tecnologia para Educação Profissional pelo Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). Especialista em Psicologia Positiva pela Faculdade Venda Nova do Imigrante (FAVENI). Graduado em Design de Moda pela Universidade Cesumar.

² Doutora em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Mestre em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Especialista em Desenho Industrial, Estilismo e Modelagem de moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). Especialista em Atualização para docentes de Nível Superior pela UFSC. Especialista em Geografia e Desenvolvimento Regional e Urbano pela UFSC. Licenciada em Geografia pela UFSC. Professora do curso de bacharelado em moda e do Programa de Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda (PPGModa).

³ Bacharel em Ciências Econômicas - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Especialista no Lato-Sensu em Moda: Criação e Produção e Mestre em Educação e Cultura, na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Doutor em Design - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Professor efetivo na UDESC, no Bacharelado em Moda e no Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional de Design de Vestuário e Moda (PPGModa).

⁴ Doutor em Design e Sociedade pela PUC-Rio. Professor da Universidade do Estado de Santa Catarina. Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. Graduação em Engenharia de Operações Modalidade Fabricação Mecânica, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Licenciatura Plena Para Graduação de Professores pela Universidade do Estado de Santa Catarina e Mestrado em Engenharia Mecânica pela Universidade Federal de Santa Catarina.

⁵ Doutora em Ciências Humanas pelo Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Estágio de doutoramento na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS - CAPES/COFECUB) e de pós-doutorado na Université de Paris-Sorbonne Paris IV. Mestre em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). Especialista em Moda: Criação e Produção pela UDESC. Bacharel em Moda. Professora adjunta no curso Bacharelado em Moda da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), coordenadora do programa de extensão Teciteca e integrante do grupo de pesquisa "Moda, Artes, Ensino e Sociedade" certificado pelo CNPq.

⁶ Jornalista e professora universitária. Atua na TV Cultura e produz vídeos e transmissões para UDESC, UFSC e Ministério da Educação. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora associada da Universidade do Estado de Santa Catarina, pós-doutorado na Universidade da Califórnia-Riverside. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Santa Catarina, com graduação em Desenvolvimento pelo Instituto de Estudos Sociais, pelo Governo Holandês. Professora de dois Programas de Pós-Graduação, Mestrado em Design Gráfico e Mestre em Design Estratégico e Social pela USIL/Universidade San Ignacio de Loyola, em Lima, Peru.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

ABSTRACT

Multidisciplinary design and positive psychology are assimilated into theories in the experiences of subjective well-being. The article questions whether it is possible for a conceptual model based on positive experiences to become a decisive factor in choosing where a user can stay? Knowledge correlates in the evidence, justified in this article, in fruitful solutions in providing positive experiences. The objective of the proposal was the crossing of theories and the application of field research that resulted in a conceptual model about positive experiences, reproduced for a hostel. It is suggested to apply the theories addressed by the mentioned authors, as a basis for the structure of the questionnaire, for an experience of well-being for the user, enabling satisfaction, pleasure and meanings. Responding to the objective of this article, it is evident from the data collected that it is possible to offer positive experiences through a hostel and be the determining factor of choice for a user. It becomes evident in the multidisciplinary of the areas, relating them in what they propose experiences in subjectivity about well-being.

KEYWORDS: *Multidisciplinary. Design. Experiences. Well-being. Positive Psychology.*

RESUMEN

El diseño multidisciplinar y la psicología positiva se asimilan a teorías en las experiencias de bienestar subjetivo. El artículo se pregunta si ¿es posible que un modelo conceptual basado en experiencias positivas se convierta en un factor decisivo a la hora de elegir dónde alojarse un usuario? El conocimiento se correlaciona en la evidencia, justificada en este artículo, en soluciones fructíferas al brindar experiencias positivas. El objetivo de la propuesta fue el cruce de teorías y la aplicación de investigaciones de campo que dieron como resultado un modelo conceptual sobre experiencias positivas, reproducido para un albergue. Se sugiere aplicar las teorías abordadas por los autores mencionados, como base para la estructura del cuestionario, para una experiencia de bienestar para el usuario, que permita satisfacción, placer y significados. Respondiendo al objetivo de este artículo, de los datos recabados se desprende que es posible ofrecer experiencias positivas a través de un hostel y ser el factor determinante de elección de un usuario. Se hace evidente en la multidisciplinariedad de las áreas, relacionándolas en lo que proponen experiencias en la subjetividad sobre el bienestar.

PALABRAS CLAVE: *Multidisciplinariedad. Diseño. Experiencias. Bienestar. Psicología positiva.*

INTRODUÇÃO

A composição da interação entre as diversas disciplinas é um tema de abordagem ampla no que tange proporcionar o conhecimento empírico e evidenciado. A diversidade das disciplinas torna-se o centro de estudos na interligação para que se conclua um objeto de pesquisa obtido em seu descobrimento. A multidisciplinaridade na contemporaneidade por sua vez, torna-se intrínseca, clara em seus fundamentos teóricos e gera uma reinterpretação dos resultados obtidos.

A complexidade da multidisciplinaridade em *design* e da psicologia positiva abordada em seus conceitos, métodos e técnicas específicas, o que manifesta a integração e as possibilidades na união das evidências nas abordagens de uma nova interpretação ao processo para que se chegue ao bem-estar subjetivo. Diante deste cenário, o artigo questiona se é possível alcançar o estado de bem-estar subjetivo por meio de um modelo conceitual em experiências segmentadas, pode este modelo ser o fator decisivo na escolha em onde se hospedar? Compreende-se a interação da multidisciplinaridade do *design* e da psicologia positiva, bem como, coletar informações da pesquisa com base nas teorias, nos dados coletados e interpretá-las para uma abordagem em experiências positivas.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Justifica-se a relevância deste artigo, na compreensão dos diversos contextos multidisciplinares relacionados ao bem-estar em uma experiência positiva, o que pode contribuir para a comunidade acadêmica na união de áreas distintas entre a multidisciplinaridade, o *design* e a psicologia positiva. Neste contexto, o processo de experiências de um usuário, torna-se um fator decisivo para que a comunidade externa possa definir uma hospedagem por experiências capazes de contribuir em memórias, significados e conexão após sua estadia.

MULTIDISCIPLINARIDADE

A multidisciplinaridade pode ser subentendida como a soma de diferentes disciplinas, ou seja, são diversas áreas do conhecimento que analisam, compreendem e resolvem questões complexas em um único contexto. Na contemporaneidade, enraizado nas indústrias, pode ser compreendida pela colaboração de diversas habilidades e experiências na resolução de uma problemática, na intencionalidade de ter soluções rápidas. É notório na contemporaneidade, a flexibilização no quadro de indivíduos multidisciplinares presente nas indústrias, no que tange às diversas funções em uma única mão de obra. “As relações de produção capitalista dão origem a diferentes processos de ruptura e alienação do gênero humano enquanto tal” (Pires, 1998, p. 174).

Farias e Sonaglio (2013), trazem a abordagem na discrepância das disciplinas e áreas do conhecimento, que interagem na complexidade sob as formas específicas e influentes em suas possibilidades propostas por elas. Nas indústrias, a associação se dá pelo capitalismo, o que torna um aliado ao pensamento multidisciplinar, ou seja, uma mão de obra capaz de solucionar atividades que reúnem diversas áreas do conhecimento.

Novas estruturas estão sendo discutidas e desenvolvidas para temas atuais, como a ecologia, os estudos da paz, a avaliação de tecnologia os campos do trabalho e do lazer, entre outros, que exigem uma aproximação com outras fronteiras do conhecimento e que levam ao contato com outras disciplinas para que empreendimentos sejam bem-sucedidos (Bicalho, Oliveira, 2011, p. 4 e 5).

Para Farias e Sonaglio (2013), a multidisciplinaridade é o somatório da contribuição simultânea a serem desenvolvidas, o que não anula seus vínculos e sua interligação das disciplinas entre si. Ou seja, evidencia-se a um conjunto de conhecimento que se dá como objetivo, apresentando novas possibilidades de resolução de uma problemática.

As disciplinas existentes são enraizadas em um pedaço da fração do conhecimento e geram especialidades em seus significados intrínsecos. Portanto, a colaboração de uma ou mais disciplinas evidenciam possibilidades em sua união nas probabilidades de novas soluções sem que sejam alteradas em sua essência.

Para Pires (1998), os conteúdos abordados em cada matéria ou disciplina, contribui com informações do seu campo específico, e ressalta, que pode tornar delicada a sua transferência de conhecimento, uma vez que, apropriado dos diversos temas e assuntos característicos de suas individualidades.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Zabala (2002), aborda em sua reflexão, que a composição na soma dos conhecimentos abre possibilidades para novas soluções evidenciadas.

A fragilidade explicativa desses conhecimentos como resultado de sua parcialização serve somente para que, ao reconhecer seus déficits, possamos superá-los ao afastar suas limitações profissionais, potencializando fórmulas e processos que facilitem a articulação dos diferentes conhecimentos, de maneira que em sua intervenção conjunta e, se possível, o mais relacionada possível, sejam produzidos os avanços para modelos que superem as carências provenientes das sucessivas divisões e subdivisões do saber (Zabala, 2002, p. 36).

Portanto, a multidisciplinaridade é a justaposição de diferentes disciplinas pesquisadas pela mesma ideia, ou seja, são diversas perspectivas no compartilhamento da diversidade de saberes específicos, podendo eles não existir relação entre os conteúdos entre si. (Pires, 1998; Bicalho, Oliveira 2011; Farias, Sonaglio 2013).

É possível, na atualidade, entender que a multidisciplinaridade pode ser a busca na cocriação e a interligação de um objeto de pesquisa em seu escopo. Portanto, é uma reflexão na evolução consciente do ser humano, que ultrapassa limites e gera modificações nas formas de trabalho, o que exige a superação da forma de um indivíduo na solução de uma demanda específica. Pode relacionar-se os conceitos multidisciplinares ao inconsciente dos indivíduos, torná-los multifuncionais, fato este presente pela evolução tecnológica e o capitalismo. Entretanto, as conceituações propostas em multidisciplinaridade geram perspectivas no que pode relacionar a união de dos conhecimento e saberes, neste contexto, transcende ao desenvolvimento da experiência do usuário no que tange seu bem-estar subjetivo.

MULTIDISCIPLINARIDADE EM *DESIGN* E PSICOLOGIA POSITIVA

A multidisciplinaridade em *design* e a contribuição da psicologia positiva se constitui neste artigo pelo seu referencial teórico como base para aplicação do questionário na possibilidade de construir um modelo conceitual em experiências positivas. Abordou-se alguns estudos sobre os conceitos e sua interação em *design* de experiências, *design* emocional, *design* positivo e a psicologia positiva, na perspectiva de correlacionar suas abordagens em seus elementos que contribuem para o bem-estar subjetivo.

DESIGN DE EXPERIÊNCIAS

Há inúmeros estudos no entendimento da experiência do usuário o que não possibilita uma única definição. A abordagem do *design* de experiências relaciona-se às estratégias associadas ao comportamento de um usuário durante sua jornada de experiências de uso ou consumo. Antecede pesquisas filosóficas no campo do *design*, o que possui abordagens no *design* centrado no usuário, tendo como finalidade interceder o desconforto e descontentamento em uma experiência.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Para Norman (2006), o termo User Experience, ou experiência do usuário, amplia sua concepção no *Design* e gera excentricidade na execução dos processos, referenciando sua interação no objeto que está relacionado.

Ratifica Garrett (2010), na interação do uso de um produto ou serviço, o que fortalece e simplifica a relação do usuário, assim como, pode frustrar, complicar e se tornar facilmente esquecida.

Sendo assim, quando a pessoa e seus componentes internos interagem com os as formas, presentes no ambiente dá-se origem a uma experiência que modifica tanto o indivíduo quanto o contexto no qual ele está inserido. Essa interação é composta, portanto, de elementos ativos e passivos, combinados de forma a perceber as implicações do ato e para que haja experiência são necessárias mudanças sobrevindas das consequências da interação indivíduo-ambiente e a consciência do indivíduo a respeito dessas mudanças, gerando aprendizado (Martins Filho, 2012, p. 62).

O *Design* de experiências está acoplado à usabilidade, reverenciando a facilidade e o envolvimento do usuário em relação a qualquer produto, podendo ele ser tangível ou intangível. “A usabilidade é a adequação entre o produto e as tarefas a cujo desempenho ele se destina, a adequação com o usuário que o utilizará e adequação ao contexto em que será usado” (Silveira, 2008, p. 32).

A observação sobre o usuário torna-se o objetivo principal do *design* de experiências, alcançando as etapas do processo de usabilidade que induzem a um contexto positivo e que simplifica a estrutura das tarefas. Os processos se situam por etapas e características diferentes pelo seu uso, o que centraliza as sensações e as emoções no desenvolvimento da experiência de um usuário.

Compreende-se nos pontos subjetivos ao ato de usar, ter ou desejar um produto ou serviço, que se investiga os sentidos e as memórias em que se deseja despertar nos usuários envolvidos neste contexto. “Resumidamente, Norman instrumentaliza a maneira como os produtos são configurados com o intuito de gerar emoções” (Martins Filho, 2012, p. 41). Mediante a multidisciplinaridade do *Design*, percebe-se a presença de pesquisas relacionadas às emoções humanas nos projetos criados pelos *designers*. Sendo assim, estudos evidenciaram uma nova área do *Design*, que foi reconhecida por Norman como o *Design Emocional*.

DESIGN EMOCIONAL

Emoções estão presentes no cotidiano do ser-humano, desempenham um papel fundamental e auxiliam a avaliar situações sendo elas boas ou más.

Na abordagem do “Caderno de estudos avançados em *Design: Design Emoção* (2013)”, os autores evidenciam o sistema emocional concernente aos neurocientistas, especificando as emoções à sobrevivência, às relações maternas e aos processos lógicos e racionais. “Claro, às várias partes do cérebro estão interconectadas e são capazes de influenciar umas às outras” (Marco *et al.* 2013. p. 31).

Segundo Damásio e Orti (2018), a abordagem biológica das emoções está dividida em duas esferas, em sua relação e a um estímulo, ou seja, uma reação de uma determinada situação, e em sua segunda esfera ao corpo humano que já está pronto para uma reação típica ao estímulo.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

A influência das emoções nos processos lógicos e racionais, físicos e mentais, ampliam o campo de pesquisas da área, torna-se explícita a presença do sistema emocional na atualidade e na vida dos consumidores.

Algumas áreas, todavia, se mostraram interessadas nessa nova possibilidade, especialmente a do marketing que viu nesta pesquisa implicações para influenciar a percepção subliminar como formas de influenciar o consumidor (Martins Filho, 2012, p. 40).

Norman (2006) evidenciou o princípio do mapeamento no relacionamento de duas coisas ou mais. Em seu livro “O *Design* do dia a dia (2006)”, associa-se aos controles e seus movimentos, aos resultados ao todo e ao mundo. *Mapeamento natural, pelo que quero dizer o aproveitamento das analogias físicas e os padrões culturais, conduz à compreensão imediata* (Norman, 2006, p. 47). Torna-se pertinente a compreensão imediata na atualidade, a tomada de decisões se sobrepõem às decisões racionais na escolha de um produto/serviço, o que deixa explícito a relevância das emoções e o reconhecendo central no usuário.

Suscita nas relações do *Design* emocional, a possibilidade sobre como o usuário pode sentir-se durante seu processo de experiência e como lembrará da tal. Compreende-se o impacto das emoções nos usuários por meio de produtos/serviços que desencadeiam sentimentos e podem gerar efeito emocional.

Segundo Norman (2006), o *Design* de emoções se estrutura em nosso cérebro e relaciona-se em três áreas específicas O que permite, a observação na estética e o instinto de atração - *Design* visceral, no prazer, utilidade e performance - *Design* comportamental, e na satisfação pessoal, lembranças e significados - *Design* reflexivo. A estrutura das áreas emocionais, evidenciam a possibilidade de um produto/serviço ser bem aceito, associado a vida e emoções do usuário. Sendo assim, projetos promovem a promoção de emoções, desencadeando emoções positivas e guiando o bem-estar subjetivo do usuário.

DESIGN POSITIVO

O *Design* positivo se originou em sua vertente da psicologia, centraliza o bem-estar na experiência de usabilidade de um produto/serviço.

Recentemente, Desmet e Pohlmeier (2013) propuseram o *design* positivo, cujo objetivo central é o de promover bem-estar duradouro e florescimento humano por meio de experiências prazerosas, virtuosas e de significado pessoal decorrentes do uso dos produtos (Caetano Linden, 2018, p. 55).

Segundo Desmet e Pohlmeier (2013), a relação individual com o uso de um produto ou serviço, pode gerar melhorias e alcançar a satisfação por meio da sua ampliação no sentido de uso. “Desmet sugeriu que os produtos poderiam dar suporte em atividades que contribuíssem para o bem-estar dos usuários através do desfrute de prazeres, favorecimento de conexões sociais e ajuda no seu crescimento pessoal” (CAETANO; Linden, 2018, p. 56).



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Para Desmet e Pohlmeier (2013), o *design* positivo foi dividido em três fatores que possibilitam o aumento das emoções positivas e permite diminuir as emoções negativas. Abrange campos do prazer e das forças de caráter pessoal, envolve-se nas limitações e oportunidades para o significado pessoal, e na percepção de quem o vê de fora, ou seja, o projeto para virtude. Trata-se de oportunizar possibilidades nos resultados satisfatórios de crescimento, observando-se necessidades e cruzamento dos três fatores para o florescimento humano.

Expressa-se a possibilidade no desenvolvimento do *design* centrado no humano próspero e bem-sucedido em suas experiências. A teoria evidencia a composição de projetos elaborados por *designers* no que tange o caminho para que o usuário alcance o bem-estar. “A união elemento, no entanto é a busca para permitir ou estimular as pessoas a viver vidas plenas, para florir” (Desmet; Pohlmeier, 2013, p. 16).

Conclui-se a abordagem do *Design* positivo, na possibilidade de *designers* conectarem usuários em uma experiência com produtos/serviços com significados, significados estes, que apoiado a psicologia positiva os relacionam a impactos em suas vidas e podem influenciar em uma mudança de comportamento positivo.

PSICOLOGIA POSITIVA

Estudos no comportamento humano dentro do viés da psicologia, evidenciam uma nova teoria, denominada como psicologia positiva, que surge com base na psicologia humanista, evidenciando o funcionamento positivo, o bem-estar subjetivo e as emoções de um indivíduo. Torna-se um campo novo epistemológico, que se interessa pelas experiências sobre o olhar positivista, o seu florescimento e a felicidade do ser humano.

Para Nunes (2008), as ciências sociais e os estudos no comportamento humano oferecem um novo olhar sobre o que pode beneficiar a felicidade e as emoções positivas, tornando-se capaz de intervir nas características de uma experiência que não colabore com a qualidade de vida.

Para Seligman (2011), a felicidade e o bem-estar são teorias que se complementam, a observação pode transformar e produzir o desenvolvimento humano. *A psicologia positiva trata do estudo das experiências positivas subjetivas, dos traços positivos do ser humano e das instituições que permitem a experiência e a manifestação destes traços positivos* (Nunes, 2008, p. 2)

Norman (2006), complementa a teoria de Seligman, evidenciando a ligação emocional com objetos, pois eles geram experiências e reações. “O bem-estar também começa a ser relevante nas pesquisas realizadas na área do *design*, oferecendo ferramentas de projeto de produtos com o propósito de contribuir para o ideal de estar de bem com a vida” (Caetano; Linden, 2018, p. 64).

Para Seligman (2011), em seu livro *Florescer - uma nova compreensão da felicidade e do bem-estar*, o teórico evidencia que o bem-estar é subjetivo, individual e sua mensuração baseia-se por intermédio de sua teoria que se constituiu no modelo PERMA - *Positive emotion, Engagement,*



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Relationships, Meaning e Achievement, fatores que colaboram a direção de uma experiência com realizações, significados, prazeres e felicidade.

A teoria do bem-estar é plural no método, bem como na substância: a emoção positiva é uma variável subjetiva, definida por aquilo que você pensa e sente. O engajamento, o sentido, os relacionamentos e a realização têm componentes subjetivos e objetivos, já que você pode acreditar que tem engajamento, sentido, bons relacionamentos e alta realização e estar errado, ou até iludido. A conclusão é que o bem-estar não pode existir apenas na sua cabeça: ele é uma combinação de sentir-se bem e efetivamente ter sentido, bons relacionamentos e realização (Seligman, 2011, p. 36).

A contribuição da psicologia positiva complementa o *design* de experiências e da base para que a prototipagem de uma experiência se baseie em momentos agradáveis, gerando significados, prazeres e felicidade aos usuários.

Conclui-se que a nova ciência da psicologia, contribui para o *design* na prototipagem de uma experiência em momentos agradáveis, prazerosos e de felicidade aos usuários, seu papel fundamental relaciona-se ao caminho para o bem-estar subjetivo. No *design*, satisfazer o usuário com a estética e conceito de um produto/serviço se tornou insuficiente, na contemporaneidade, usuários buscam conexão, significados, realização e felicidade. “Pode-se então dizer que a felicidade está relacionada com a autoestima elevada, à sensação de controlo sobre a vida, ao optimismo, à extroversão, à saúde e ao exercício físico (Nunes, 2008, p. 31).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Usando a classificação da pesquisa de Gil (2008), de acordo com sua finalidade e sua natureza, trata-se de uma pesquisa de campo, tendo em vista a abordagem do problema, qualitativa e, de acordo com a abordagem dos seus objetivos descritiva.

Os procedimentos técnicos deram-se por meio das teorias específicas, consideradas a correlação das abordagens fundamentadas na revisão de literatura na multidisciplinaridade, no *design* de experiências, no *design* emocional, no *design* positivo e na psicologia positiva. A revisão de literatura foi realizada em pesquisas bibliográfica, buscas em dissertações, teses, revistas e livros teóricos sobre o tema, nas bases *Scientific Electronic Library Online (SCIELO)* portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), cujo seus resultados contribuem para responder a pergunta central da pesquisa: é possível alcançar o estado de bem-estar subjetivo por meio de um modelo conceitual em experiências segmentadas, pode este modelo ser o fator decisivo na escolha em onde se hospedar? Portanto, as teorias tornam-se base para formular os questionários, por se tratar de uma pesquisa quantitativa é do seu objetivo descritiva, é possível aprofundar a investigação na perspectiva de apresentar um modelo conceitual em experiências positivas, capaz de ser o fator decisivo na escolha de um usuário em onde hospedar-se com base no bem-estar subjetivo.

A amostra da pesquisa se constitui por dados coletados em homens e mulheres, residentes na região Sul, com faixa etária igual ou maior que quarenta anos de idade, e que fazem uso de



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

hospedarias, hotéis e pousadas na cidade de Urubici, Santa Catarina. Portanto, foi realizada a análise qualitativa dos dados obtidos na pesquisa de campo com base no método indutivo.

INSTRUMENTO DA COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi mediada pelo autor na explicação introdutória aos entrevistados, da sua finalidade e da aplicação dos questionários. Foram elaboradas dez perguntas fechadas, com respostas objetivas, que pretendiam verificar acerca do momento de escolha da hospedagem e a contribuição de experiências segmentadas ofertadas. O questionário foi aplicado aos entrevistados mediante a ferramenta *Google Forms*, enviados nos dias 21, 22 e 23, de abril de 2023, por meio do envio online do formulário via *WhatsApp*. Trata-se de uma pesquisa realizada dentro de preceitos éticos, por meio da resolução do CNS - Conselho Nacional de Saúde, Resolução Nº 466, de 12 de dezembro de 2012.

PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa gerou questões que se estruturaram na intencionalidade de explorar a investigação deste estudo, sendo formuladas com base nas teorias elucidadas nesta pesquisa. Portanto, na primeira abordagem a perspectivas como a de Pires (1998), que questiona gerar novas alternativas na produção capitalista e seus processos na contribuição humana. Para Bicalho e Oliveira (2011), trazem reflexões que evidenciam o campo de trabalho para o sucesso das indústrias capitalistas. Já Zabala (2002), reflete na multidisciplinaridade e faz relações nas diversas áreas do conhecimento em pró da contribuição ao todo.

No *design* de experiências, as relações entre o cruzamento das diversas áreas e suas contribuições abordadas pelas reflexões, evidenciam no que tange a centralização do usuário, ou seja, Norman (2006), aborda sair dos padrões comuns na interação de um produto ou serviço. Já para Garrett (2010), a interação pode ser simplificada pela maneira de uso de um produto ou serviço, fortalecendo a relação do usuário e o seu comportamento. Martins Filho (2012) complementa as mudanças geradas em uma experiência e suas consequências que podem ser criadas através de uma aprendizagem com sentido sobre a forma de se usar ou sentir. Cardoso (2016) e Martins Filho (2012) complementam abordagem na relação em ser possível torná-la em uma experiência memorável, o que ratifica Norman (2006) na intenção de gerar significados.

Nas leituras e teorias no *design* emocional, conduzidas nas reflexões das emoções e em sua usabilidade. Norman (2006) propõem sobre a compreensão de uma experiência ser significada por meio das emoções, sua teoria parte do desejo em se ter ou viver, ter um sentido, gerar lembranças satisfatórias e possivelmente torná-las memoráveis. Complementa Dias, Cruz, Fonseca (2008), no comportamento e no funcionamento do usuário no sentido de viver as emoções da experiência. Silva (2011) observa que as influências ocasionam emoções no usuário, e Carvalho (2013) leva a uma reflexão sobre a abordagem de Damásio e Orti (2018), abordam emoções ativadas por estímulos mentais e físicos.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

No *design* positivo, a abordagem de Desmet e Pohlmeier (2013) refletem sobre aumentar emoções e sentimentos positivos, passam a ser evidenciadas na autonomia do uso, nas lembranças geradas por suas escolhas, nas realizações e no comportamento guiado, estimulando a uma mudança de comportamento positivo. Ratifica Caetano e Linden (2018), sobre correlacionar uma mudança de comportamento com atividades prazerosas em uma experiência que gere o bem-estar.

A contribuição da psicologia positiva em experiências no que pode ser relacionada ao campo do *design*, o que contribui em uma abordagem humanista e positivista. Nunes (2008), evidencia que a abordagem humanista positiva beneficia a felicidade e sua manutenção, o que é ocasionada por não repetir situações que interferem na colaboração com o bem-estar, sendo assim, a autoestima em viver-se com otimismo são ferramentas para a felicidade e para o bem-estar do usuário. Seligman (2011) traz contribuições no sentido de observar e direcionar, capaz de transformar e produzir a positividade por meio dos pensamentos, do sentido, das relações e a realização em vivenciá-la. Complementa Caetano e Linden (2018), em estar de bem com a vida, ressignificando as relações e a visão de experienciar a positividade sobre tal.

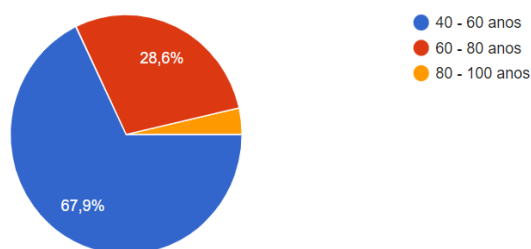
Portanto, as questões relacionadas às áreas científicas da multidisciplinaridade, do *design* e da psicologia positiva, seguem a teoria abordada neste estudo para compreender a colaboração de um modelo conceitual em experiências segmentadas para que seja possível atingir o estado de bem-estar subjetivo de seus usuários.

No que diz respeito aos entrevistados, foram obtidas 28 respostas referente a idade dos 29 entrevistados, resultando em 67,9% dos participantes possuíam entre 40 há 60 anos, 28,6% de 60 há 80 anos e apenas 3,6% dos entrevistados tinham mais de 80 anos (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Idade dos entrevistados

Qual sua idade?

28 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

No que determina a escolha de uma hospedagem, 82,8% dos 29 entrevistados, evidenciaram a localização como um dos principais fatores na escolha de uma hospedagem. Logo, as experiências se tornam determinantes para o usuário, o que resultou em 51,7% dos 29 entrevistados como a segunda opção no momento de escolha em onde hospedar-se. O ambiente e a estética resultaram em 41,4% das 29 respostas, e a acessibilidade com apenas 24,1% como um dos fatores determinantes na

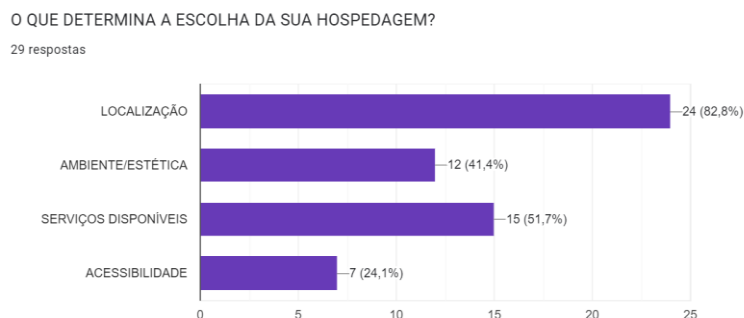


RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

escolha de um local para se hospedar. O Gráfico 2 mostra os fatores que contribuem para a decisão da escolha da hospedagem.

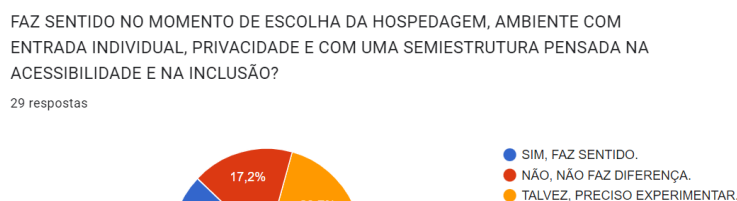
Gráfico 2: Fatores que contribuem na escolha de uma hospedagem



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

A estrutura, privacidade, acessibilidade e inclusão, foram questionados no momento de escolha de uma hospedagem (Gráfico 3), resultando em 62,1% dos entrevistados acreditam que sim, faz diferença no momento de optar onde irá se hospedar, 20,7% optaram em experimentar locais que apresentam estas características, já 17,2% dos entrevistados dizem que não faz diferença características como estas serem decisivas na escolha.

Gráfico 3: Fatores na semiestrutura inclusiva e acessibilidade



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

Foi questionado no momento da escolha da hospedagem, se experiências incluídas no local onde irá se hospedar que possam contribuir ao bem-estar seriam relevantes. Como mostra o Gráfico 4, 65,5% acreditam que faz sentido o local de hospedagem proporcionar experiências positivas, já 20,7% acreditam que seria indiferente e tem o interesse em experimentar, e apenas 13,8% acredita que não faz sentido se o local proporciona ou não experiências positivas.



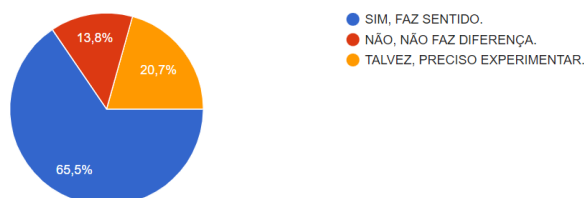
RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Gráfico 4: Fatores de escolha em uma hospedagem que proporcione experiências de bem-estar

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, TER EXPERIÊNCIAS POSITIVAS
(ATIVIDADES SEM CUSTOS: MASSAGEM, YOGA, LAZER)?

29 respostas



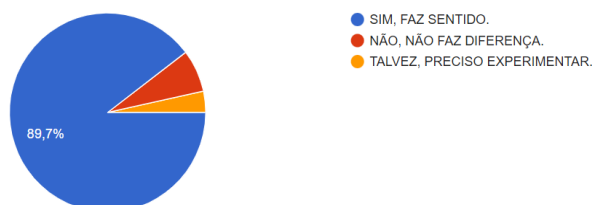
Fonte: Elaborador pelo autor (2023).

Seguindo a melhor escolha em onde hospedar-se, foi questionado se um canal direto pelo *WhatsApp* e humanizado, pode ser decisivo para a escolha do local. Os resultados (Gráfico 5) indica que 89,7% dos entrevistados acreditam que sim, pode ser um fator que determina a escolha do local, apenas 6,9% dos entrevistados acreditam que não seria um fator determinante, e 3,4% responderam que seria indiferente, mas tem o interesse em experimentar.

Gráfico 5: Fatores de escolha em uma hospedagem pelo atendimento humanizado

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, CANAL DE COMUNICAÇÃO
(WHATSAPP, RECEPÇÃO) DISPONÍVEL PARA TIRAR DÚVIDAS E PASSAR
INFORMAÇÕES DURANTE SUA ESTADIA?

29 respostas



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

Questionou-se nas características na escolha de uma hospedagem, se registros das experiências por meio de lembranças faria sentido para escolher onde hospedar-se. Observa-se no Gráfico 6 que 55,2% dizem que sim, faz diferença escolher hospedagem que possam proporcionar lembranças memoráveis, já 37,9% dizem que não faz diferença na escolha do local, e 6,9% quer experimentar, o que não determina a escolha da hospedagem por experiências registradas.



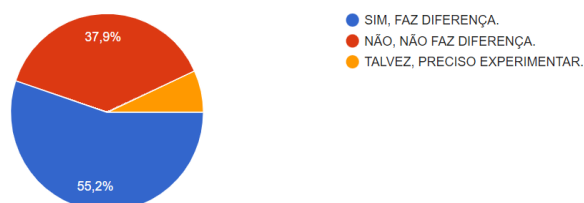
RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Gráfico 6: Fatores de escolha em uma hospedagem no registro das experiências

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, VIVENCIAR EXPERIÊNCIAS MEMORÁVEIS COMO: COMER MARSHMALLOW EM VOLTA DA FOGUEIRA E RECEBER UMA FOTO SEM QUE VOCÊS ESTEJA ESPERANDO O REGISTRO DAQUELE MOMENTO?

29 respostas



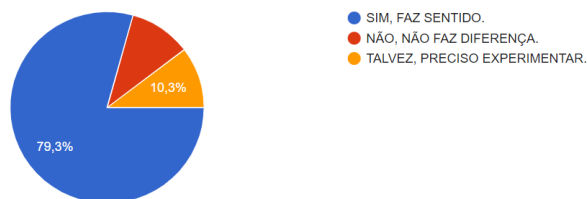
Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

Na relação em ter uma experiência que possa surpreender, foi questionado se faz sentido na escolha da hospedagem experiências que proporcionem o sentimento de agradecimento. As respostas mostram que 79,3% dos entrevistados acreditam que faz sentido escolher um local para se hospedar proporcionando experiências que surpreendem positivamente, já 10,3% acreditam que precisaria experimentar para entender se é um fator decisivo para a escolha, e 10,3% dizem não fazer diferença.

Gráfico 7: Fatores de escolha em uma hospedagem em ter uma experiência surpresa

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, TER UMA EXPERIÊNCIA EM RECEBER UMA CESTA DE CAFÉ OU UM VINHO (SEM CUSTO), COMO AGRADECIMENTO DA HOSPEDARIA?

29 respostas



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

Já no Gráfico de número 8, questionou-se experiências de acordo com o calendário festivo, ou seja, se faz sentido na escolha da hospedagem ações e experiências em datas comemorativas, 75,9% responderam sim, que faz sentido a escolha de uma hospedagem com experiências de acordo com as datas festivas, e 13,8%, respondeu dizendo que não faz sentido e não se torna um fator decisivo, já 10,3% quer experimentar e entender se é um fator determinante para a escolha.



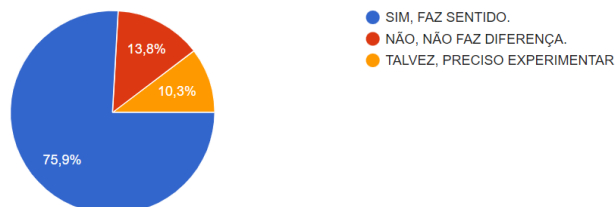
RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Gráfico 8: Fatores de escolha em uma hospedagem proporcionando experiências em datas festivas

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, TER UMA EXPERIÊNCIA EM DATAS FESTIVAS, COMO UM JANTAR NO DIA DOS NAMORADOS, OU UM CAFÉ DA MANHÃ NO DIA DOS PAIS/MÃES?

29 respostas



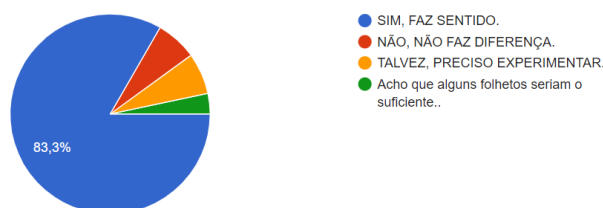
Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

Fez-se questionado no momento da escolha de uma hospedagem, se existe alguma relevância na otimização de tempo recebendo uma experiência planejada e pensada na praticidade, o que possivelmente pode proporcionar os processos de uma boa experiência e levar ao estado de bem-estar subjetivo. O Gráfico 9 destaca que 83,3% responderam que sim, faz sentido na escolha de um local para se hospedar e receber o máximo de informações das experiências disponíveis, já 6,7% dos entrevistados, acreditam que precisam experimentar, outros 6,7% dos pesquisados disseram que não, não é um fator determinante para a escolha em onde hospedar-se, e 3,3%, responderam que folhetos são o suficiente.

Gráfico 9: Relevância em receber orientações pensadas na otimização e praticidade no lazer interferem no momento de escolha onde se hospedar

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, TER UMA EXPERIÊNCIA COM TODAS AS ORIENTAÇÕES POSSÍVEIS NO QUE FAZER NA CIDADE, VALORES, TEMPO ESTIMADO DE PASSEIOS E ATÉ MESMO A COMPRA DOS INGRESSOS?

30 respostas



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

Na décima pergunta, questiona-se se teria alguma relevância na escolha da hospedagem, propor experiências por meio das ferramentas digitais após sua hospedagem. Os dados da pesquisa revelam no Gráfico 10 que 83,3% dos entrevistados, responderam que sim, faz sentido na escolha da hospedagem ter relações com o local escolhido, já 10% dos entrevistados, disseram que não faz diferença e apenas 6,7% acreditam que é indiferente para se tornar determinante para a escolha.

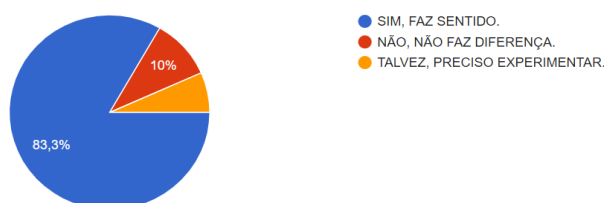


RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO *DESIGN* E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Gráfico 10: Se o fator relacionamento pós hospedagem pode determinar o momento de escolha em onde se hospedar

FAZ SENTIDO NA ESCOLHA DA HOSPEDAGEM, RECEBER INFORMAÇÕES COMO: NOVIDADES DA HOSPEDARIA, NOVAS EXPERIÊNCIAS E INFORMAÇÕES DA CIDADE APÓS SUA HOSPEDAGEM?
30 respostas



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)

A leitura dos dados se fez interpretada pelos resultados calculados através do *Google Form*, o que forneceu porcentagens na finalidade de agrupar as coincidências das respostas e serem interpretadas e descritas para esta pesquisa. Portanto, a análise deste conteúdo apresenta uma realidade em que usuários podem chegar ao estado de bem-estar subjetivo ao vivenciar experiências positivas.

Sendo assim, um usuário pode definir o melhor local para onde hospedar-se com base em experiências que se aproximam do estado de bem-estar subjetivo. Na abordagem de Seligman (2011), o bem-estar subjetivo também evidenciado como a felicidade, está relacionado à interação agradável com o próximo. O que ratifica Norman (2006), ao compreender uma experiência satisfatória ao fazer uso de um serviço, sem que a aparência seja o fator decisório e sim o caminho guiado a satisfação de uso de um serviço.

Portanto, pode ser possível um modelo conceitual em experiências positivas ser aplicado por quem oferta hospedagem para diferenciar seus serviços com base em experiências positivas. Experiências estas, que por meio da união dos conceitos multidisciplinares, são capazes de gerar a interação social e a agradabilidade dos seus usuários. Sendo assim, as evidências sugerem a construção de uma proposta em um modelo conceitual com base em experiências positivas, tendo em vista o objetivo em alcançar o estado de bem-estar subjetivo de seus usuários.

CONSIDERAÇÕES E PROPOSTA

A colaboração deste estudo evidenciou a possibilidade de um modelo conceitual em experiências positivas, relacionando com as teorias e as contribuições dos autores citados. O que gerou um *Framework* que pode contribuir na decisão de um usuário em experienciar atividades positivas em uma hospedaria, tornando-se estas experiências um dos fatores que pode contribuir na decisão da escolha do melhor local para se hospedar, levando em consideração o bem-estar subjetivo.

Sendo assim, as contribuições das áreas relacionadas trouxeram para este modelo conceitual em experiências positivas, alguns fatores que podem ser segmentados e aplicados por uma



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

hospedaria, para que assim, seja possível alcançar o estado de bem-estar subjetivo por seus hóspedes.

Figura 1 - Modelo conceitual em um *Framework* de experiências e bem-estar que podem contribuir na escolha de um usuário em onde hospedar-se



Fonte: Elaborador pelo autor (2023)



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

Portanto, o bem-estar relaciona-se a satisfação experiencial de um produto ou serviço, possibilita uma experiência bem-sucedida e efetiva, o que gera a possibilidade de múltiplas escolhas em experimentá-los, ou seja, o usuário é guiado por uma mudança de comportamento que possibilita autonomia na escolha do que se quer experienciar. É possível mais de um modelo conceitual em experiências positivas do mesmo produto/serviço, sendo assim, uma alternativa é construir dois ou mais modelos conceituais segmentados ao público que se pretende atingir. Ou seja, se faz necessário incluir as teorias, práticas e ferramentas referenciadas pelos autores citados, na alternativa de gerar novos modelos conceituais para aproximar usuários a atingirem o estado de bem-estar subjetivo. Neste sentido, se faz compreendido as teorias relacionadas à humanização e aos sentidos das relações entre as abordagens teóricas e abordagens práticas neste estudo.

Conclui-se para este estudo que um modelo conceitual em experiência positivas, pode ser um fator que contribui na decisão de um usuário na escolha de um local para se hospedar, o que pode ser capaz de oferecer experiências que proporcionam o bem-estar subjetivo. Sendo assim, emoções e conexões com os usuários podem ser desencadeadas na diversidade dos modelos explicativos em como experienciar vivências positivas, tornando-se capazes de satisfazer um usuário e aproximar do estado de bem-estar subjetivo.

REFERÊNCIAS

- CAETANO, U. F.; LINDEN, J. C. S. **Além do design positivo**: uma proposta de ampliação do papel do bem-estar e florescimento humano no projeto de novos produtos. Porto Alegre: Marcavisual, 2018. p. 55-76. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/178819> Acessado em: 30 mar. 2023.
- CARVALHO, M. S. **O design emocional na construção de interfaces**. 2013. Dissertação (mestrado) - Pós-graduação em Comunicação Multimídia, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2013. Disponível em: <https://ria.ua.pt/handle/10773/11255> Acessado em 30 mar. 2023.
- CUNHA, M. I. **Reflexões E Práticas Em Pedagogia Universitária**. Campinas: Papyrus Editora, 2017.
- DAMASIO, A. R.; ORTI, F. M. **Y el cerebro creó al hombre**: cómo pudo el cerebro generar emociones, sentimientos, ideas y el yo? Barcelona: Booket, 2018.
- DESMET, P. M. A.; POHLMAYER, A. E. Positive design: An introduction to design for subjective well-being. **International Journal of Design**, v. 7 n. 3, 2013. Disponível em: <http://resolver.tudelft.nl/uuid:06ec60ac-0363-43ea-9ccd-8426ef0d6b64>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- DIAS, C.; CRUZ, J. F.; FONSECA, A. M. Emoções: Passado, presente e futuro. **PSICOLOGIA**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 11–31, 2008. DOI: 10.17575/rpsicol.v22i2.344. Disponível em: <https://revista.appsicologia.org/index.php/rpsicologia/article/view/344>. Acesso em: 30 mar. 2023.
- FARIAS, M. F.; SONAGLIO, K. E. Perspectivas Multi, Pluri, Inter e Transdisciplinar no turismo. **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 3, n. 1, p. 71–85, 2 jul. 2013. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/806>. Acesso em: 14 mar. 2023.
- GARRETT, J. J. **The elements of user experience**: user-centered design for the Web and beyond. 2. ed. Berkeley, Califórnia, New Riders, 2011.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

EXPERIÊNCIAS E BEM-ESTAR: A CORRELAÇÃO MULTIDISCIPLINAR DO DESIGN E DA PSICOLOGIA POSITIVA
João Juarez Jacques da Silveira Neto, Icléia Silveira, Lucas da Rosa, Cláudio de São Plácido Brandão,
Daniela Novelli, Monique Vandresen

MARAFON, R. V. S. M. **O design emocional e a experiência de consumo de moda no ambiente virtual.** 2017. Projeto de graduação (Bacharel em Design) - Centro Acadêmico do agreste, UFPE. Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/31926> . Acesso em: 30 mar. 2023.

MARTINS FILHO, V. **Design de experiência educacional:** novas abordagens em objetos educacionais hipermediáticos. Dissertação (Mestrado em Design e Expressão gráfica) - UFSC. Florianópolis, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/100379>. Acesso em 24 mar. 2023.

NORMAN, D. A.; DEIRÓ, A. **O design do dia-a-dia.** Rio de Janeiro: Rocco. 2006.

NUNES, P. **Psicologia Positiva.** [S. l.]: psicologia.pt – O portal dos psicólogos, 2007. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0115.pdf>-. Acesso em 30 mar. 2023.

PIRES, M. F. DE C. Multidisciplinaridade, interdisciplinaridade e transdisciplinaridade no ensino. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v. 2, p. 173–182, 1 fev. 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/icse/a/DC3DXHvJpTYfKzNdrRgX9Nj/> Acesso em 30 mar. 2023.

SELIGMAN, M. E. P. **Flourish:** a visionary new understanding of happiness and well-being. New York: Free Press, 2011.

SILVEIRA, I. Usabilidade do vestuário: fatores técnicos/funcionais. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 1, n. 1, 2008. DOI: 10.5965/1982615x01012008021. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/756>. Acesso em: 25 abr. 2023.