

LEANDRO CUNHA DINIZ BRAS

**O DESIGN EMOCIONAL E SEU
POTENCIAL AFETIVO NAS
CORRIDAS DE RUA IMERSIVAS:**

*UM ESTUDO DE CASO SOBRE TRÊS CORRIDAS NOS
NÍVEIS VISCERAL, COMPORTAMENTAL E REFLEXIVO*

CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO
PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREÇÃO DE ARTE EM COMUNICAÇÃO

LEANDRO CUNHA DINIZ BRAS

**O DESIGN EMOCIONAL E SEU
POTENCIAL AFETIVO NAS
CORRIDAS DE RUA IMERSIVAS:
*UM ESTUDO DE CASO SOBRE TRÊS CORRIDAS NOS
NÍVEIS VISCERAL, COMPORTAMENTAL E REFLEXIVO***

SÃO PAULO

2017

LEANDRO CUNHA DINIZ BRAS

O DESIGN EMOCIONAL E SEU POTENCIAL AFETIVO NAS CORRIDAS DE RUA IMERSIVAS: *UM ESTUDO DE CASO SOBRE TRÊS CORRIDAS NOS NÍVEIS VISCERAL, COMPORTAMENTAL E REFLEXIVO*

Artigo científico apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Especialista no Curso de Pós-Graduação (Lato Sensu) em Direção de Arte em Comunicação do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

Orientadora: Prof.^a M.^a Rosana Martinez

BANCA EXAMINADORA

Prof.^o Esp. Carlos Alberto Zardo Junior

Prof.^a M.^a Rosana Martinez

Data da defesa: São Paulo, 24 de junho de 2017

O DESIGN EMOCIONAL E SEU POTENCIAL AFETIVO NAS CORRIDAS DE RUA IMERSIVAS:

*UM ESTUDO DE CASO SOBRE TRÊS CORRIDAS NOS NÍVEIS VISCERAL,
COMPORTAMENTAL E REFLEXIVO*

Aluno: Leandro Cunha Diniz Bras¹

Orientadora: Prof.^a M.^a Rosana Martinez²

RESUMO

Este artigo visa analisar, sob a ótica do design emocional criado por Donald A. Norman, as corridas de rua, caracterizadas aqui como imersivas. Essas corridas, com temáticas presentes no cotidiano dos participantes – como quadrinhos, músicas e filmes –, têm direção de arte bem elaborada e cenografia interativa, diferentemente das corridas convencionais voltadas para corredores profissionais. O intuito deste trabalho é analisar como os conceitos de design emocional – visceral, comportamental e reflexivo – são adotados na direção de arte desses eventos como ferramentas estratégicas para a construção de laços emocionais e afetivos entre corredores e marcas. Para isso, observamos três corridas imersivas realizadas na cidade de São Paulo entre 2015 e 2017: a Star Wars Run 2016, a Marvel Run: Desafio Vingadores 2015 e a Disney Princess Magical Run 2017.

Palavras-chave: *Corridas de rua. Imersão. Design emocional. Branded content.*

¹Aluno do Curso de Pós-Graduação em Direção de Arte em Comunicação do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. Bacharel em Design Gráfico com ênfase em Tipografia pela Universidade Anhembi Morumbi.
Email: le.cunha21@gmail.com

²Mestre pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo na área de concentração Design e Arquitetura. Bacharel em Desenho Industrial pela Fundação Armando Álvares Penteado.
E-mail: ro.martinez.72@gmail.com

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
1.1 Metodologia	7
2. AS CORRIDAS DE RUA	8
2.1 Corridas convencionais e corridas imersivas	9
2.2 As corridas de rua e o <i>branded content</i>	11
3. DESIGN EMOCIONAL	14
3.1 Design visceral	15
3.2 Design comportamental	15
3.1 Design reflexivo	16
4. AS CORRIDAS IMERSIVAS E O DESIGN EMOCIONAL	18
4.1 Visceral: Star Wars Run 2016	19
4.1.1 Cores, formas, sons e texturas	19
4.2 Comportamental: Marvel Run: Desafio Vingadores 2015	22
4.2.1 Percurso e sinalização	23
4.3 Reflexivo: Disney Princess Magical Run 2017	25
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
6. REFERÊNCIAS	32
ANEXOS	36