**Partes mais importantes para a questão 1**

1.Assim sendo, em seus estudos voltados ao Design de Produtos, Norman (2008, p. 26) afirma que “Além do design de um objeto, também existe um componente pessoal que nenhum designer ou fabricante oferece. Objetos em nossas vidas são mais que meros bens materiais”. Segundo o autor expressa, há neles, de alguma maneira, algum significado muito particular e simbólico, que “[…] induz a uma postura mental positiva, um lembrete que nos traz boas recordações, ou por vezes uma expressão de nós mesmos”. (NORMAN, 2008, p. 26)

2.Norman (2008) declara que é impossível separar as emoções da cognição e nesse sentido relaciona a ação destes ao comportamento do ser humano:

“Tanto o afeto quanto a cognição são sistemas de processamento de informações, mas possuem funções diferentes. O sistema afetivo faz julgamentos e rapidamente ajuda você a determinar as coisas no ambiente que são perigosas ou seguras, boas ou más. O sistema cognitivo interpreta e explica o sentido lógico do mundo. Afeto é o termo genérico que se aplica ao sistema de julgamentos, quer sejam conscientes ou inconscientes. Emoção é a experiência consciente do afeto, completa com a atribuição de sua causa e identificação de seu objeto” (NORMAN, 2008, p. 31).

3.No que diz respeito a isso, (Botton, 2013) salienta que raramente se fala a respeito da significativa capacidade de comunicação dos ambientes, objetos, cores, texturas ou formatos, entretanto, é notório que os sentidos se aguçam na presença desses elementos e afetam a percepção do observador, transmitindo sensações, emoções e impressões daquilo que se pode considerar de fato relevante. “Qualquer objeto de design dará a impressão da atitude moral e psicológica que acarreta” (BOTTON, 2013, p. 80).

Por conseguinte, alguns ambientes nos parecem mais agradáveis e transmitem sensação de bem-estar, conforto visual e prazer, enquanto outros, podem comunicar confusão, desconforto, agitação e até depressão. Cada componente presente no ambiente é percebido, sejam elementos construtivos ou objetos de decoração ou ainda itens do mobiliário; suas formas, tamanhos, cores e texturas podem agradar ou não aos olhos, isso segundo a percepção humana de cada indivíduo e de acordo com seu sistema de valores. (BOTTON, 2013).

Essas sensações no campo da psique humana têm sido estudadas e atualmente, mais exploradas em um ramo recente da Psicologia Ambiental, a Psicologia do Design de Interiores (SCARDUA, 2009), a qual procura compreender as reações dos seres humanos no nível emocional e cognitivo em relação à organização de espaços interiores. Assim, explora as emoções e vivências positivas para promover ambientes que proporcionem bem-estar e qualidade de vida. De acordo com a psicóloga Angelita Scárdua ⁴ (2011), as pessoas têm buscado cada vez mais uma relação com o ambiente em que vivem, procurando encontrar uma conexão entre seu espaço e o que pensam e sentem. Espaço esse que reflete, tanto traços da personalidade do morador quanto suas crenças e valores, sejam eles recentes ou permanentes. Nesse sentido, a autora afirma que a casa de um indivíduo é um espaço de significado simbólico e existencial, um lugar de auto expressão, ou seja, uma extensão de sua forma de viver e ver o mundo e a si mesmo.