

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO NORTE
CAMPUS NATAL-ZONA NORTE
CURSO TÉCNICO INTEGRADO EM INFORMÁTICA PARA INTERNET

FRANCELIO SILVA DE SOUSA JÚNIOR
LAURA RAVANA DE ASSUNÇÃO LIMA
SAMARA DASMIM DA SILVA CAMILO

**EMOÇÕES TIPOGRÁFICAS: ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO VISUAL EM PEÇAS
GRÁFICAS**

NATAL/RN

2018

FRANCELIO SILVA DE SOUSA JÚNIOR
LAURA RAVANA DE ASSUNÇÃO LIMA
SAMARA DASMIM DA SILVA CAMILO

**EMOÇÕES TIPOGRÁFICAS: ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO VISUAL EM PEÇAS
GRÁFICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico Integrado em Informática para Internet do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte Campus Natal-Zona Norte, como requisito parcial para a obtenção do diploma de técnico em Informática para Internet.

Orientadora: Prof^a. Daniella Lago Alves Batista de Oliveira Eustáquio.

Coorientadora: Prof^a. Alyana Canindé Macêdo de Barros.

Coorientador: Prof. Kaio Alencar de Azevedo Dantas.

NATAL/RN

2018

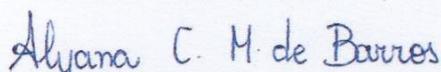
FRANCELIO SILVA DE SOUSA JÚNIOR
LAURA RAVANA DE ASSUNÇÃO LIMA
SAMARA DASMIM DA SILVA CAMILO

EMOÇÕES TIPOGRÁFICAS: ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO VISUAL EM PEÇAS GRÁFICAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico Integrado em Informática para Internet do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte Campus Natal-Zona Norte, como requisito parcial para a obtenção do diploma de técnico em Informática para Internet.

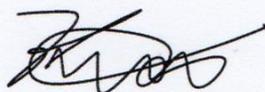
Relatório de Prática Profissional apresentado e aprovado em 22/11/2018, pela seguinte Banca Examinadora:

BANCA EXAMINADORA



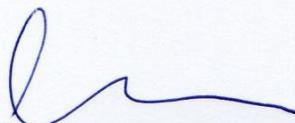
Alyana Canindé Macêdo de Barros – Presidente

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte



Kaio Alencar de Azevedo Dantas - Avaliador

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte



Cesimar Xavier de Souza Dias - Avaliador

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte

AGRADECIMENTOS

A todos os colegas de classe pela participação nos questionários de pesquisa e pelo incentivo. Também, a todos os professores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) que durante esses anos colaboraram para nossa aprendizagem, de modo a acrescentar em nosso desenvolvimento social e profissional.

Aos orientadores que participaram da construção do projeto desde sua ideia inicial, o professor Cesimar Xavier, que ajudou a construir os primeiros fundamentos do projeto, com seus livros e conhecimento de mundo. Ainda, as professoras Daniella Lago e Alyana Macêdo, que contribuíram para que a pesquisa pudesse alçar voo e conquistar segurança e espaço no âmbito acadêmico, além disso, pelas conversas de motivação quando as coisas pareciam não ir bem. Por fim, ao professor Kaio Dantas, pelos comentários e observações feitas para melhorar a pesquisa e também pela paciência em momentos de correria, pois ainda separava tempo para dar orientações.

A equipe que em conjunto desenvolveu o projeto e abraçou a pesquisa logo no início, se dedicando em estudar os temas propostos, organizando as atividades, criando ideias para somar ao estudo e abdicando do sono, fins de semana e feriados, para alcançar um bom resultado final.

RESUMO

O presente projeto de pesquisa propõe uma análise da aplicabilidade da tipografia, com referência às emoções, identificadas na leitura de peças gráficas. Salientando estudos feitos, citando caso análogo pelo Designer Gráfico Erik Spiekermann (2011) e outros autores como o Psicólogo António Damásio (2012) e também, Lúcia Santaella (1983). Dessa forma agregando ao estudo, o dilema do uso desordenado dos tipos, que gera falta de comunicação entre os elementos visuais nas peças gráficas. Para isso, a metodologia utilizada terá como base não só as pesquisas documentais em livros, artigos e outros materiais, mas também através de pesquisas de campo, que corresponde a coleta e análise de dados referente aos questionários de pesquisa, para que assim o desenvolvimento seja traçado de forma a atender os objetivos visados. Essa proposta parte da preocupação do mal uso da tipografia e o reconhecimento do domínio apresentado sobre as emoções. Em suma, o projeto almeja colaborar para um maior conhecimento tipográfico, analisando sua aplicação e ajudando a ter-se um olhar ímpar no que concerne aos tipos e suas representações.

Palavras-chave: Tipografia. Comunicação. Emoções. Peças gráficas. Análise.

ABSTRACT

The present research project proposes an analysis of the applicability of typography, with reference to the emotions, identified in the reading of graphic design pieces. Studies conducted in other cases by the Graphic Designer Erik Spiekermann (2011) and other authors like the Psychologist António Damásio (2012) and Lúcia Santaella (1983) are highlighted here. Thus, we added to the study the dilemma of the disordered use of types that generates a lack of communication between the visual elements in the graphic design pieces. For this, the methodology used will be based not only on bibliographic research in books, articles and other materials, but also on field research, which corresponds to the collection and analysis of data referring to research questionnaires, so that the development is traced in order to meet the objectives. This proposal starts from the concern of the misuse of the typography and the recognition of the domain presented on the emotions. In short, the project aims to collaborate for a greater typographic knowledge, analyzing its application and helping to have a unique look when it comes to types and their representations.

Keywords: Typography. Communication. Emotions. Graphic design pieces. Analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Apresentação do minicurso	26
Figura 2: Respostas do questionário referente a pergunta: Você conhece algo sobre design ou efeito visual?	27
Figura 3: Respostas do questionário referente a pergunta: O que você entende por tipografia?	28
Figura 4: Respostas do questionário referente a pergunta: Na área de Design, o que você entende por tipologia?	28
Figura 5: Imagem referente a questão	29
Figura 6: Respostas do questionário referente a pergunta: Qual sentimento você identifica na fonte utilizada?	29
Figura 7: Propaganda picolé de fruta da Kibon	31
Figura 8: Propaganda do Burger King	32
Figura 9: Certificado de classificação em 1º lugar na área de Humanidades durante a SIPEX	33
Figura 10: Respostas do questionário referente a pergunta: O que você entende por Tipografia?	34
Figura 11: Respostas do questionário referente a pergunta: Qual a emoção você identifica na fonte utilizada?	35
Figura 12: Dinâmica do Kahoot	36
Figura 13: Respostas do questionário referente a pergunta: Agora que você entendeu mais sobre as emoções tipográficas, você acha que suas respostas do questionário anterior mudariam?	37
Figura 14: Cartaz referente a próxima figura	37
Figura 15: Respostas do questionário referente a pergunta: Analisando o cartaz, podemos identificar que características na composição de sua tipografia?	38
Figura 16: Fonte referente a próxima figura	38
Figura 17: Respostas do questionário referente a pergunta: As fontes arredondadas, possuem sempre um propósito quando são utilizadas. Onde está fonte se encaixaria melhor?	39
Figura 18: Respostas do questionário referente a pergunta: O que você achou do minicurso?	39

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	9
1.1.	HIPÓTESE	10
1.2.	OBJETIVOS	10
1.2.1.	Objetivo geral	10
1.2.2.	Objetivos específicos	11
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1.	A ARTE GRÁFICA	12
2.2.	HISTÓRIA DA TIPOGRAFIA	13
2.3.	A ARTE DA TIPOGRAFIA	14
2.3.1.	Legibilidade e leiturabilidade	15
2.3.2.	Classificação dos tipos	15
2.4.	SEMIÓTICA	16
2.5.	PSICOLOGIA COGNITIVA	18
2.5.1.	Emoções	19
2.6.	EMOÇÕES TIPOGRÁFICAS	21
3.	METODOLOGIA	24
3.1.	LEVANTAMENTO DE REFERENCIAL TEÓRICO	24
3.2.	APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO ATRAVÉS DO GOOGLE FORMULÁRIOS ACERCA DO CONHECIMENTO DAS PESSOAS SOBRE TIPOGRAFIA	24
3.3.	FUNDAMENTAÇÃO E ESTUDO DA PROBLEMÁTICA LEVANTADA	24
3.4.	MINICURSO	25
4.	RESULTADOS E DISCUSSÕES	27
4.1.	ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO APLICADO NA PRIMEIRA FASE DO ESTUDO	27
4.2.	FICHAMENTO DAS OBRAS UTILIZADAS NA CONSTRUÇÃO DO PROJETO	29
4.3.	ANÁLISE FEITA EM CARTAZES	31
4.4.	PARTICIPAÇÃO EM EVENTO CIENTÍFICO	33
4.5.	REALIZAÇÃO DO MINICURSO	33
4.5.1.	Análises das respostas do questionário inicial do minicurso	33
4.5.2.	Dinâmica do Kahoot	35

4.5.3. Análise das respostas do questionário final do minicurso	36
5. CONCLUSÃO	40
REFERÊNCIAS	41

1. INTRODUÇÃO

Desde muito cedo, o ser humano possui a necessidade de se comunicar com os outros que estão ao seu redor. Os homens das cavernas, por exemplo, utilizaram gestos, posturas e gritos que eram passados entre gerações, criando assim uma linguagem simples entre eles. Com o passar do tempo, o homem evoluiu sua maneira de se comunicar e passou a usar meios escritos, inicialmente desenhos e pinturas, facilitando assim a interpretação entre membros de sua tribo, mas também de tribos diferentes. Assim, utilizavam não só os símbolos pictóricos (escritas feitas nas cavernas, com tintas), com o objetivo de avisar o que havia acontecido em determinado dia. Mas também, a escrita cuneiforme, considerada uma grande evolução em termos de comunicação, nesse sistema é empregado argila e objetos em formato de cunha, de modo a auxiliar nos traços da escrita. Tempos depois, com o avanço da tecnologia em 1517 (século XV), Johannes Gutenberg inventou a primeira impressora, como é citado no artigo “O Milénio de Gutenberg: do desenvolvimento da Imprensa à popularização da Ciência” (Gaspar, 2004), tal invenção facilitou a divulgação da informação e impressão em larga escala, ainda possibilitou que os tipos se tornassem não somente móveis, mas também resistentes, já que eram feitos de material ferroso.

Dessa forma, desde aquela época havia uma preocupação de representar as coisas e facilitar a comunicação. E junto a isso, a escrita foi um “divisor de águas” nas civilizações, de modo que ajudou muito para que essas preocupações fossem cessadas. A impressora de Gutenberg se tornou um estágio de inovação da comunicação, porém, como a variação de tipos eram limitadas e naquela época os assuntos na maioria das vezes eram de caráter mais sério, como por exemplo, política, guerra e outros, tornou-se necessário criar um tipo de caráter mais sério, sem muitos enfeites (para poder usar na impressora de Gutenberg sem ficar “espremida” na folha após a impressão) e também que fosse claramente legível. Com o passar do tempo, diferentes tipos foram surgindo, junto com suas famílias tipográficas, que possuem características específicas e que se encaixam melhor em determinadas situações.

O design gráfico Erick Spiekermann desenvolveu um estudo justamente sobre o assunto. Ele mostra em seu livro “A linguagem invisível da tipografia” (2011) como certas tipografias são mais tendenciosas a expressar determinada emoção, devido a

suas características. Por exemplo, a alegria, segundo Spiekermann (2011, p.49), pode ser representada por uma tipografia que possui formas abertas, com hastes firmes e certos movimentos. Nesse caso, é estudado mais a emoção, pois é uma reação automática a determinado estímulo, que seria justamente o processamento de informação.

Um cartaz é construído por vários elementos, entre eles a cor, imagem de fundo, a tipografia, espaçamento entre as letras e etc. Todos esses elementos, quando bem organizados, contribuem para o sentido do cartaz, em que o leitor vai analisar involuntariamente esses pontos para que possa compreender a informação que está sendo retratada. O grande problema é quando esses elementos competem a atenção do leitor e deixam de cumprir o seu papel, facilitar a leitura visual. Dessa forma, é compreendido que a tipografia deve estar se comunicando com os demais elementos para que possa refletir a emoção.

Sendo assim, o uso desordenado da tipografia e demais elementos podem causar uma contrariedade comunicativa das peças gráficas. Portanto, o presente estudo visa formular uma análise de diferentes tipografias, tendo em vista, as suas formas, família tipográfica e contexto em que ela está inserida com os demais elementos, para que assim possa concluir qual emoção o tipo pretende transmitir ao leitor. Além disso, um dos objetivos da pesquisa é realizar coleta de dados acerca de peças analisadas, sobre as emoções sentidas com o uso de diferentes tipografias e ainda, ofertar um minicurso para os alunos com o objetivo de atribuir conhecimento sobre os efeitos invisíveis presente na tipografia, ajudando assim a diminuir os erros causados pela falta de comunicação entre a emoção, tipografia e demais elementos usados em uma peça, que acaba provocando uma má interpretação da informação.

1.1. HIPÓTESE

As produções gráficas podem destoar quanto ao uso da sua tipografia assim como as intenções de sua comunicação.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo geral

Analisar a comunicação e o efeito emocional da tipografia em peças gráficas.

1.2.2. Objetivos específicos

- Realizar revisão bibliográfica sobre o tema;
- Investigar as emoções presentes na tipografia;
- Analisar como as intenções emotivas são aplicadas às peças gráficas;
- Fornecer minicurso sobre o tema.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nessa sessão, será apresentada a pesquisa que resultou no embasamento teórico para o projeto, onde serão discutidos os seguintes temas: a história da arte gráfica e da tipografia, semiótica, psicologia cognitiva, emoções e como a tipografia se relaciona com as emoções.

2.1. A ARTE GRÁFICA

Com o avanço da tecnologia e a necessidade de divulgação, artistas passaram a relacionar imagem-texto de modo a transmitir informações. Essa relação não é algo inovador, porém o avanço gradual desse meio faz com que a arte gráfica se torne um dos meios de comunicação mais utilizado.

Para que houvesse tais avanços, houve a dependência dos surgimentos de vários outros fatores como da tinta, cores e até mesmo das máquinas, mas a invenção do papel se destaca como sendo um dos fatores principais. Atualmente, é atribuído ao papel pouco valor, porém a sua invenção é vista como revolucionária. Antes do papel era utilizado o papiro que, segundo Martins (1996, p. 111), a palavra “papel” etimologicamente deriva de “papiro”, que em latim significa *papyrus*, em grego, *papyrus*. Além disso, o pergaminho também foi muito utilizado, porém possuía um alto custo de fabricação. Para se ter ideia, seria necessário utilizar cerca de 300 carneiros para escrever a bíblia de Gutenberg (ROTH, 1982).

Mesmo havendo quem seja contra a esta teoria, muitos atribuem a criação do papel ao T'sai Lun, em 105 d.C. Observando que através do cozimento de fibras vegetais não lenhosas, formava-se uma pasta, onde era peneirada e posta para secar formando assim o papel, que, atualmente, possui várias utilidades.

Na idade média, a arte gráfica inicialmente não foi recebida de maneira agradável. A igreja católica passou a perceber imagens pagãs, algo que não se aceitava. Assim, os textos passaram a incorporar as imagens com o objetivo de explicá-las e tais imagens passaram a ser utilizadas na composição do texto de maneira ilustrativa. Séculos depois, a industrialização surge com a revolução industrial impactando todas organizações sociais. Segundo Gombrich (1985, p.395), a revolução industrial começou a destruir as tradições artesanais, em que o trabalho manual cedeu lugar para as máquinas e o sistema manufaturado passa a se tornar

fabril. É o século caracterizado pelas fotografias, máquinas de escrever, novas técnicas de impressões, ou seja, de avanços.

Muitos acreditam que a impressão passou a ser realizada a partir da invenção de Gutenberg, porém, de acordo com Briggs e Burke (2002), na China e no Japão a impressão já era praticada havia muito tempo – desde o século VII, se não antes. Deste modo, a impressão oriental era feita através de blocos de madeiras, entalhadas para imprimir uma única página de um texto específico. Essa técnica se assemelha a xilogravura, encontrada mais facilmente no Nordeste brasileiro, a qual utiliza gravuras em relevo de madeira e prensa sobre um papel. Porém, a impressão realizada no Oriente não trazia consigo grandes variedades e não permitia uma flexibilização do texto.

No entanto, mudanças ocorreram a partir da criação da máquina de Gutenberg, no ano de 1450 (RIBEIRO; CHAGAS; PINTO, 2007), que elaborou uma técnica inovadora, que será exposta na próxima sessão.

2.2. HISTÓRIA DA TIPOGRAFIA

Desde o início da história da humanidade, a escrita foi um dos primeiros meios com que os indivíduos estabeleceram comunicação uns com os outros e com o passar do tempo, ela sofreu alterações para se adequar ao contexto da época. Também, com o avanço da tecnologia, a necessidade de se transmitir informação a um maior número de pessoas, ganhou força e destaque no campo da comunicação.

No século XV, Johannes Gutenberg, inventor e gravador gráfico do Sacro Império Romano-Germânico, teve a maior de suas invenções: a impressora. A sua criação foi mantida em segredo por certo tempo, pois não se sabia ao certo as transformações que iria acarretar à área da imprensa, além do forte abalo comercial da época (DUTRA, 2012). Apesar da ideia ser revolucionária, como dito anteriormente, desde o século VII os orientais já imprimiam seus livros sagrados. No entanto, o grande diferencial entre as ideias é que a impressora de Gutenberg fornecia tipos móveis.

Com a invenção de Gutenberg, a impressão de um livro, por exemplo, era realizada da seguinte forma: primeiramente eram montadas as letras (de modo manual), onde começa a surgir as palavras. Depois eram organizadas as frases, que deram origem às linhas para que por fim, se tornassem colunas, dando origem a página inteira do livro. Para a pigmentação do texto era utilizado uma tinta à base de

óleo de linhaça, esta mistura era usada pois marcava o papel sem borrar (MULLER, 1951).

A parte do prensado no papel acontece da seguinte maneira: há duas extensões, uma contra a outra, a primeira é fixa e de mármore, enquanto que a segunda é móvel. Elas ficam juntas no centro, podendo se aproximar para prensar o papel ou se distanciar. Sobre a extensão de mármore eram colocadas as letras, tipos móveis, onde ficavam de forma organizada para formar a página e eram cobertos de tinta, para marcar o papel. Os primeiros tipos usados foram a Black-letter, criada pelo próprio Gutenberg, e Roman Type, criada por Nicolas Jenson ainda no século XV.

Com o passar do tempo, os tipos utilizados na impressora foram sendo modificados, em virtude de que cada pessoa gostaria de possuir o seu livro de forma singular quanto aos outros e também, com o avanço da tecnologia outras invenções foram surgindo e abrindo espaço para que novas áreas pudessem ser estudadas, como, por exemplo, a internet, que abriu as portas para o meio digital, fazendo assim com que a tipografia passasse a ser utilizada também no meio virtual.

2.3. A ARTE DA TIPOGRAFIA

O meio digital por sua vez, fez com que diferentes tipos fossem propagados de maneira rápida, trazendo consigo detalhes que antigamente não se tinha nas letras de chumbo, pois tais caracteres seguiam sempre um padrão e não se tinha tanta variedade de escolha, tendo que o indivíduo se submeter sempre as mesmas letras para transmitir informações diferentes. É através desse avanço, que o mundo da tipografia se torna cada vez mais abrangente e estudada por diferentes áreas.

Durante muito tempo, a tipografia não era vista como um objeto principal de estudos, poucos sabem de seu real sentido para com a comunicação, ao contrário das cores. Porém, diante de toda a sua criação é possível se deparar com propósitos jamais percebidos, seja nas curvas das letras ou em seu espaçamento. Estes fatores mesmo sendo pequenos, chegam a possuir grandes significados, podendo eles alterar todo o contexto. As tipografias foram criadas para chamar atenção dos leitores, por isso diferentes tipos são usados. Bringhurst (2005, p. 23) cita em seu livro “Elementos do Estilo Tipográfico” que “em um mundo repleto de mensagens que ninguém pediu para receber, a tipografia precisa frequentemente chamar atenção para si própria antes de ser lida”. Isso ocorre, pois, muitas vezes as

tipografias são as principais responsáveis pela concentração do leitor, mas para isso alguns aspectos se fazem necessário.

2.3.1. Legibilidade e leitura

Assim como um ser vivo, a tipografia possui sua anatomia, nela está presente o pé, o braço, olho e entre outras partes que se assemelham ao corpo humano, mas, além disso, deve-se perceber a legibilidade. Já dizia Munari (2006, p.28) “pode-se escrever com esferográfica, com máquina de escrever, com lápis, com pincel de pintor em muros ou com spray, o que conta no caso é a legibilidade da palavra escrita”, pois não adianta ter ou usar a tipografia mais bonita se o leitor não consegue distinguir suas letras, isso fará com que a concentração seja perdida diante do texto.

Além disso, o espaçamento adequado se faz necessário para que sua leitura seja realizada de maneira correta. Por essa razão, as letras devem se manter em um espaçamento entre si razoável, pois se houver grandes espaços haverá uma leitura cansativa e se estiverem muito juntas, será difícil distingui-las.

2.3.2. Classificação dos tipos

Como já foi dito, o meio digital aumentou a quantidade de tipos existentes atualmente, com isso podemos classificá-los de diversas formas. Miguel Sousa, em sua monografia “Guia de Tipos: Métodos para uso de fontes de PC”, classifica os tipos em seis: “de textos (com serifa e sem serifa), extra-textos, manuscritos, góticos, fantasia ou decorativos e símbolos” (SOUSA, 2002, p. 38).

Os tipos de textos, são feitos para serem utilizados em grandes composições textuais, tendo uma maior legibilidade para que não canse a vista do leitor. Este tipo pode ser dividido em com serifas e sem serifas. Os textos que apresentam serifas (pequenos segmentos de retas que rematam as hastes de alguns tipos) trazem um aspecto de continuidade melhorando a leitura, já as sem serifas são indicadas para textos curtos.

As extra-textuais são eficazes quando utilizadas em títulos, subtítulos, cabeçalhos e entre outras, pois elas possuem um grande poder chamativo. Já as manuscritas, também conhecidas como scripts, são fontes que parecem serem

escritas à mão, trazendo um aspecto de elegância, muito utilizadas em convites de casamentos.

Além disso, os tipos góticos possuem uma feição antiga e podem ser utilizados em capítulos, títulos, mesmo com pouca legibilidade devido serem muito condensadas. Já os tipos decorativos são de fácil identificação, possuem sombra, contorno, entre outros. Por fim, os símbolos, que são fontes não constituídas pelas letras do alfabeto, mas por desenhos gráficos e podem ser utilizados de diversas maneiras.

Dessa forma, mesmo com tantas opções, muitas vezes é possível se sentir limitado, não pela falta de tipo, mas por não saber qual utilizar, então é necessário que se tenha maior aproveitamento daquilo que é utilizado (BRINGHURST, 2005), seja colocando em itálico ou deixando em negrito. Pequenas mudanças fazem diferenças, mas é válido ressaltar que “tirar o máximo daquilo que existe significa sempre usar menos do que aquilo de que se dispõe” (BRINGHURST, 2005, p.110). Com isso, é nítido que para muitas pessoas a escolha de certas tipografias é apenas questão de estética. Utilizando-as apenas para deixar um texto visualmente bonito, ou seja, não reconhecem como são afetadas inconscientemente pelos seus sentidos.

2.4. SEMIÓTICA

A semiótica é uma palavra vinda do grego *semion*, que significa signo, assim, semiótica é a ciência dos signos, que por sua vez são as linguagens. Vale salientar que existe uma diferença entre linguística e linguagem, a primeira é uma ciência que se refere a linguagem verbal, já a segunda é o objeto de estudo, não só da linguística como também da semiótica, observe o conceito:

A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido. (SANTAELLA, 1983, p.19).

Quanto à fenomenologia, que são os fenômenos da consciência, Santaella fala que observa e, através da análise, postula as formas universais desse fenômeno, e é daí que surgem as categorias da experiência e do pensamento, diferente da semiótica que descreve e classifica os signos (1983, p.44). Pierce em 1867, definiu as três categorias do que aparece na consciência, sendo elas

Qualidade, Reação e Mediação. Posteriormente, ele mudou essas definições para Primeiridade, Secundidade e Terceiridade.

Primeiridade é a qualidade distintiva e funciona como consciência imediata, tudo aquilo que está na mente no presente. Segundo Santaella (1983), nossa vida está no presente, mas quando se é perguntado sobre o que está se passando na mente a resposta é tardia:

O presente já se foi, e o que permanece dele já está grandemente transformado, visto que então nos encontramos em outro presente, e se pararmos, outra vez, para pensar nele, ele também já terá voado, desvanecido e se transmutado num outro presente.(SANTAELLA,1983,p.66)

A secundidade é independente do pensamento, é a realidade, é sentir as ações e reações dos fatores externos De acordo com Santaella (1983), em qualquer fenômeno existe uma qualidade, ou seja, sua primeiridade, mas esta é apenas uma parte do existir, tendo em vista que para se ter uma qualidade ela tem que estar presa a uma matéria. A secundidade em síntese, é o fato de toda existência, toda a realidade estar presa em algo material.

Contudo, a terceiridade é a relação de primeiridade e secundidade, é o pensamento em signos e como interpreta-se o mundo, isto é, como o indivíduo junta as qualidades com a realidade.

Para Santaella (1983), o signo é algo que representa seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir o seu oposto. Quando se fala de secundidade, identifica-se a necessidade da corporificação em um objeto, pois o signo não é um objeto, na verdade está preso a ele.

Nisso, entende-se que a tipografia é um signo, pois representa diversas coisas que vão variar de significado para cada intérprete que leia o tipo. Nesse processo de interpretação, o signo traz algo na mente do intérprete, seja ele um novo signo ou um quase-signo, que não é o objeto e sim uma nova representação. Já o sentimento para Santaella (1983,p.72) é, pois, um quase-signo do mundo: “nossa primeira forma rudimentar, vaga, imprecisa e indeterminada de predicação das coisas”.

Após compreender o que são os signos e suas relações com as emoções e a tipografia, é possível concluir que eles são separados e classificados em tríades, essas tríades são formadas pelas relações dos signos, o signo e si mesmo, o signo e o seu objeto e o signo com seu intérprete.

Nas relações de primeiridade os signos são denominados *Quali-signos*, eles são signos que são meramente qualidades, que não representam nada e sim apresentam, e por isso na relação com o objeto ele é um ícone, pois ícone é algo que se deixa ser contemplado e que não tem um valor singular e sim apenas sugestões e qualidades, já em relação ao seu interpretante é usado o termo *rema*.

Todavia, na secundidade são chamados de *Sin-signos*, eles referem-se a singularidade, algo físico, aqui e agora. Pois, é estabelecido pelo universo ao qual pertence, por isso que quando se relaciona ao objeto, o signo é um índice, como a própria palavra diz, indica qual o universo pertencente. Com isso, considerando que o signo indica para muitas direções, cabe ao interpretante decidir qual é a ligação física entre esses universos, logo os interpretantes são os chamados *discentes*.

Os *legi-signos*, último nível das tríades dos signos, apresentam-se como uma lei, que por convenção coletiva diz que um signo representa determinado objeto. Quando postos nas relações com o objeto, os signos são um símbolo, porque sintetizam suas representações.

Desta forma, infere-se que a semiótica está integrada às tipografias e as emoções, pelo fato de trazer representações em sua mente e deixar sinais para que sejam solicitadas representações quando necessário. Posteriormente, isso vai ser utilizado como objeto de estudo da psicologia cognitiva que irá abordar de maneira mais aprofundada como esses signos atuam na mente do intérprete.

2.5. PSICOLOGIA COGNITIVA

Pode-se dizer que cada pessoa passa por vários estímulos durante sua vida, desde seu nascimento até a sua morte seu corpo é afetado por esses sentidos. O pensamento, torna-se algo involuntário e necessário para os seres racionais, já que, sempre estão aprendendo algo novo e buscando conhecimento. São através das ciências cognitivas que serão estudadas as percepções, memória, armazenamento, utilização do conhecimento, sensações, aprendizagem, pensamento e linguagem.

Por ser uma área interdisciplinar, a psicologia se faz presente em sua composição, segundo os autores Preece; Rogers; Sharp (2005), a psicologia se compromete inicialmente, em estudar o comportamento humano e o processo mental que está sob ele. Tal estudo se faz necessário para que haja uma compreensão de como o nosso corpo e nosso pensamento reage a esses estímulos. Neste sentido, Mayer (1981, *apud* Both, 1989) define formalmente psicologia

cognitiva como: a análise científica do processo mental humano e estruturas (construção) com o objetivo de entender o comportamento humano.

Com o surgimento dos computadores e mais tarde com a criação da inteligência artificial, psicólogos passaram a relacionar a psicologia cognitiva com a IHC (interação humano-computador), tendo como objetivo, entender como as pessoas interagem com o computador em termos de qual maneira o conhecimento é transmitido entre os dois. Neisser em seu livro *Cognitive Psychology* (1967), define psicologia cognitiva como a psicologia que se refere a todos os processos pelos quais um input (entrada) sensorial é transformado, reduzido, elaborado, armazenado, recuperado e usado.

Além disso, o estudo dessa área da psicologia também compreende o processamento de informações. Assim, como um computador o homem adquire e armazena várias informações diariamente, este processo vai desde sua percepção até ele adquirir conhecimento e impor um significado a algo. Dessa forma, as emoções se fazem presente nesses estudos, pois é através de algo percebido que o indivíduo sentirá alguma emoção, entrando assim a parte da psicologia, em estudar o porquê e como ele ficou desta forma.

2.5.1. Emoções

A área das emoções é um campo muito estudado, principalmente por psicólogos, neurologistas e neurocientistas. Muito embora, outras áreas fora do seu campo central também desenvolvem estudos sobre o tema. Alguns estudiosos como Greenberg, Rice e Elliot (1993) colocam as emoções como “ponto de encontro” do biológico, das relações macro e micro sociais, da cultura, da história do sujeito. Entende-se que um dos pontos principais das emoções é a interação com o meio onde se vive.

Ao longo da vida humana, é percebido que a pessoa é movida, na maioria das vezes, por suas emoções nas diversas situações do dia a dia, seja em um contexto de perigo ou não. Segundo Casanova e colaboradores (2009, p. 6) “emoção numa definição mais geral, é um impulso neural que move um organismo para a ação”. Assim, quando um indivíduo se depara com uma cena de assalto, por exemplo, a primeira reação normalmente é sentir medo, isso se caracteriza como emoção. No entanto, o ato de correr, citando caso análogo, determina-se como sentimento. O neurocientista António Damásio, explica a diferença entre os termos

em que a emoção seria, assim como Casanova e colaboradores falaram, uma união de ações corporais automáticas e inconscientes proporcionadas pelo contexto. Contudo, o sentimento seria a realização dessas ações em razão dos estímulos nervosos (DAMÁSIO, 1994).

Segundo o neurocientista das emoções, Antonio Damásio, em seu livro “O erro de Descartes” (1994), há dois tipos de emoções: as primárias e secundárias. As primárias seriam as emoções iniciais, as que refletem o estado de espírito do indivíduo em determinada situação de forma involuntária, como por exemplo, alegria, medo e tristeza. Para explicar melhor como ocorrem as emoções primárias, o autor cria um cenário de encontro entre um urso e um indivíduo. Nesse contexto, Damásio acredita que o indivíduo é planejado para reagir com uma determinada emoção de forma pré-organizada, quando algumas características são analisadas, como por exemplo, o tamanho do urso, seu movimento e sons. Segundo Damásio (1994, p. 148):

Essas características, individualmente ou em conjunto, seriam processadas e depois detectadas por um componente do sistema límbico do cérebro, digamos, a amígdala; seus núcleos neuronais possuem uma representação dispositiva que desencadeia a ativação de um estado do corpo, característico da emoção de medo, e que altera o processamento cognitivo de modo a corresponder a esse estado de medo.

Desta maneira, emoções primárias são as primeiras emoções expressadas devido ao estímulo do contexto. Para exemplificar a classificação das emoções secundárias, Damásio (2009, p.152) utiliza a seguinte analogia:

Se encontrar um velho amigo (na sua imaginação), o coração pode bater mais depressa, a pele pode corar, os músculos do rosto podem mudar em redor da boca e dos olhos para formar uma expressão feliz, enquanto todos os outros músculos ficam relaxados. Ao saber da morte de um conhecido, seu coração pode sobressaltar-se, a boca ficar seca, a pele empalidecer, uma contração na barriga e um aumento de tensão dos músculos do pescoço e das costas completarão o quadro, enquanto seu rosto desenha uma máscara de tristeza.

Portanto, as emoções secundárias ou sociais se caracterizam como, emoções que necessitam de interações com indivíduos e usam como base as emoções primárias. Damásio (2009, p. 155) define:

A natureza, com a sua mania de fazer economia, não selecionou mecanismos independentes para exprimir emoções primárias e secundárias. Limitou-se simplesmente a permitir que as emoções secundárias se exprimem pelo veículo já preparado para as emoções primárias.

Logo, emoções secundárias como embaraço, vergonha e culpa, utilizam como base as emoções primárias, medo e tristeza (MICHELS, 2014).

Compreende-se, portanto, que as emoções contribuem para o processo de interpretação, já que é a mesma que distribui os primeiros impulsos para a percepção de algo, mesmo sendo inicialmente de forma involuntária. Essa primeira etapa é de fundamental importância para chegar a ideia final, pois sobre ela será construído o processamento da informação.

2.6. EMOÇÕES TIPOGRÁFICAS

O grande objetivo da tipografia é fazer com que determinada informação possa ser transmitida através dos tipos que estão sendo utilizados. Durante o desenvolvimento histórico da arte da tipografia, percebe-se que houve a criação de novas formas, onde foi adicionada características aos tipos, tornando-os singular em cada contexto usado. No entanto, essas novas formas foram criadas com o intuito de ajudar no processamento da informação, sem perder o seu principal ponto, a legibilidade da palavra, ocorrendo assim uma boa interpretação, como diria Munari (2006, p.28), “o que conta no caso é a legibilidade da palavra escrita”. Desse modo, o objetivo central da tipografia, que é a transmissão da informação, não é abalado.

Com o passar do tempo foram criadas 4 categorias básicas para as tipografias, que são as fontes: serifadas, não serifadas, script e display. Cada categoria dessa possui traços particulares que incorporam as emoções. Pode-se perceber que em cartazes, por exemplo, que informam algo mais sério, sempre são utilizadas as fontes que se encaixam na categoria serifada. No entanto, quando é necessário transmitir uma informação mais leve, se busca fontes da categoria script. Muitas vezes essas escolhas são feitas de forma involuntária, mas ao analisar a anatomia desses tipos, aparecerá diferentes maneiras de utilizá-las em um mesmo contexto.

Fazendo uma análise nos tipos serifados, encontra-se sempre hastes firmes, poucas modulações e um traço mais grosso, ou fino, em partes da letra. Todavia, se analisar fontes da categoria script, pode-se perceber mudanças na sua anatomia, pois este grupo possui menos espaçamento entre as letras, ainda há muitas modulações durante o traço, a haste costuma não ser firme e sua forma pode ser mais aberta. Tipografias desse tipo apresentam uma sensação de alegria (SPIEKERMANN, 2011). Ainda, todos esses pontos trazem consigo uma emoção,

em primeiro momento sutil, mas quando entra em comunicação com os outros elementos que estão dispostos, por exemplo, em um cartaz, a emoção que antes estava oculta passa a ganhar destaque e, assim, auxilia o leitor a compreender mais rapidamente a intenção comunicativa da peça gráfica, que seria justamente a ideia central que a peça está transmitindo.

A comunicação entre os elementos é estabelecida quando há harmonia entre eles. Utilizando mais uma vez o exemplo do cartaz, não tem como usar um fundo branco e colocar uma fonte de cor clara para transmitir a informação - isso não terá nenhum contraste. Por conseguinte, a leitura textual não irá ocorrer de forma correta e não haverá comunicação visual, já que será exigido do leitor mais esforço para que se possa dar início ao processamento da informação. Segundo Munari (2006, p. 8), “se a imagem usada para certa mensagem não é objetiva, tem muito menos possibilidades de comunicação visual [...] caso contrário não há comunicação visual; aliás, não há nem mesmo comunicação: há confusão visual”; logo, tendo em vista esse impasse, a emoção acaba ficando oculta à visão do leitor e se perde a intenção comunicativa da peça gráfica.

Assim sendo, a emoção tipográfica é notada em meio a harmonia e comunicação estabelecida entre os elementos da peça gráfica. Ainda, essa percepção se dará através do processo de cognição. Segundo Neves (2006, p.41):

Os psicólogos voltados ao estudo do processamento da informação delineiam o processamento do texto na memória do seguinte modo: no primeiro momento, ocorre a percepção da apresentação gráfica, seu arranjo em maiúsculas e minúsculas e as formas cursivas. A seguir, ocorre a tradução das letras em sons, o encadeamento desses sons em uma palavra. Em seguida, o leitor calcula o significado da palavra, repetindo o processo palavra por palavra, até o final do texto.

À vista disso, a emoção tipográfica é percebida logo no primeiro momento e, ao final, a intenção comunicativa é transmitida.

Posto isso, conclui-se que a emoção transmitida pela tipografia é um dos fatores contribuintes para que o leitor possa realizar a interpretação textual e compreender a sua intenção comunicativa. No livro “A Linguagem invisível da Tipografia”, Erick Spiekermann (2011, p.15) fala sobre a importância do planejamento da tipografia em uma peça gráfica. A obra artística vem na oferta da informação de tal modo que a atenção do leitor não é desviada para saber como alguém cuidadosamente arranhou cada linha, cada parágrafo e coluna em páginas estruturadas. Design - neste caso, ao menos - deve ser invisível. A tipografia usada

nessa árdua tarefa é, conseqüentemente, “invisíveis” por definição. Elas devem parecer tão normais que o leitor-nem nota que a está lendo (IBDEM). Nesse trecho, o autor deixa claro que a tipografia utilizada, possivelmente em um jornal, é organizada de maneira a deixar o leitor tranquilo juntos com os demais elementos colocados na peça. Assim sendo, entende-se que a tipografia possui sim o poder de transmitir sua emoção quando há comunicação visual com os outros elementos.

3. METODOLOGIA

Serão apresentados a seguir, métodos que foram utilizados durante o desenvolvimento do projeto, tal organização foi seguida de acordo com o cronograma do projeto.

3.1. LEVANTAMENTO DE REFERENCIAL TEÓRICO

Inicialmente foi realizada uma investigação para levantar referencial teórico sobre autores que já publicaram sobre o assunto, como o Erick Spiekermann (2011) e Lucy Niemeyer (2010). A partir disso, foi possível ter um embasamento teórico adequado para prosseguir na pesquisa, com conhecimento satisfatório para desenvolver os passos subsequentes.

3.2. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO ATRAVÉS DO GOOGLE FORMULÁRIOS ACERCA DO CONHECIMENTO DAS PESSOAS SOBRE TIPOGRAFIA

Foi realizado, após o estudo inicial, um questionário aberto a todo público de forma online. Seu objetivo foi analisar a relevância do trabalho e conhecer um pouco mais a perspectiva das pessoas com relação ao tema, onde foram feitas perguntas tanto de múltipla escolha quanto caixa de seleção. Essas perguntas partem de um cunho investigativo. O trabalho busca analisar o primeiro momento da interpretação.

3.3. FUNDAMENTAÇÃO E ESTUDO DA PROBLEMÁTICA LEVANTADA

Foram realizadas análises mais aprofundadas das tipografias em cartazes, analisando a anatomia da letra, junto com os outros elementos colocados no cartaz. Ainda, foram separadas categorias para examinar melhor a emoção transmitida por determinada tipografia. Essas análises seguiram na forma de fichamento, em que tanto eram expostos os dados em tópicos, como também, ao final, era mostrado um texto breve explicando tudo o que foi realizado naquela pesquisa.

Simultaneamente, foram feitos fichamentos de várias obras que contribuíram para o crescimento projeto. Muitas vezes, as leituras realizadas nem sempre eram ligadas diretamente a área de estudo, mas ainda assim cooperaram para o andamento do projeto. Esses fichamentos eram feitos em formato de fichas, abrangendo tanto artigos como livros. É importante ressaltar que a maioria desses materiais é virtual, tendo em vista que muitas vezes não se encontrou a obra física.

3.4. MINICURSO

O minicurso “Emoções Tipográficas” foi ofertado no dia 14/09/18 (sexta-feira), às 10h30, para os discentes do primeiro ano do Curso Técnico de Nível Médio Integrado em Informática para Internet do IFRN (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte) - Campus Natal - Zona Norte, cerca de 26 alunos compareceram ao minicurso. Com duração de 1h30, o minicurso trazia na ementa a Tipografia: história e arte; Semiótica; Psicologia cognitiva; Emoções e Emoções Tipográficas.

Foi iniciado com a aplicação do questionário inicial, desenvolvido na plataforma do “Google Formulários”. Muito embora, já havia sido disponibilizado para outro público no ano de 2017. O questionário continha perguntas referentes à introdução do assunto, ou seja, o significado de tipografia, algumas imagens para análise e, através delas, se obteve respostas que ajudaram a verificar o conhecimento dos alunos sobre o assunto exposto.

Após isso, foi realizada a apresentação de maneira expositiva com a utilização de slide produzido na plataforma Canvas. O minicurso teve como seu embasamento teórico a fundamentação apresentada neste trabalho, no qual o assunto foi dividido e exposto aos alunos. Além disso, foram realizadas análises de cartazes e logos junto aos discentes, onde notou-se a participação dos mesmos dando suas opiniões e expondo suas interpretações.

Posteriormente, houve a aplicação de um jogo na plataforma do Kahoot, com perguntas de múltiplas escolhas referentes a análises de cartazes, para que os alunos pudessem praticar e aprender de maneira lúdica, identificando as emoções recorrentes e outros aspectos da tipografia. Com isso, a interação dos participantes tornou o minicurso mais dinâmico. Por fim, ocorreu a aplicação de um novo questionário, nele os alunos puderam avaliar o minicurso e responder algumas questões, que futuramente seriam verificadas e relacionadas ao seu entendimento com o assunto apresentado.

Figura 1: Apresentação do minicurso



Fonte: Imagem feita pelos autores (2018)

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

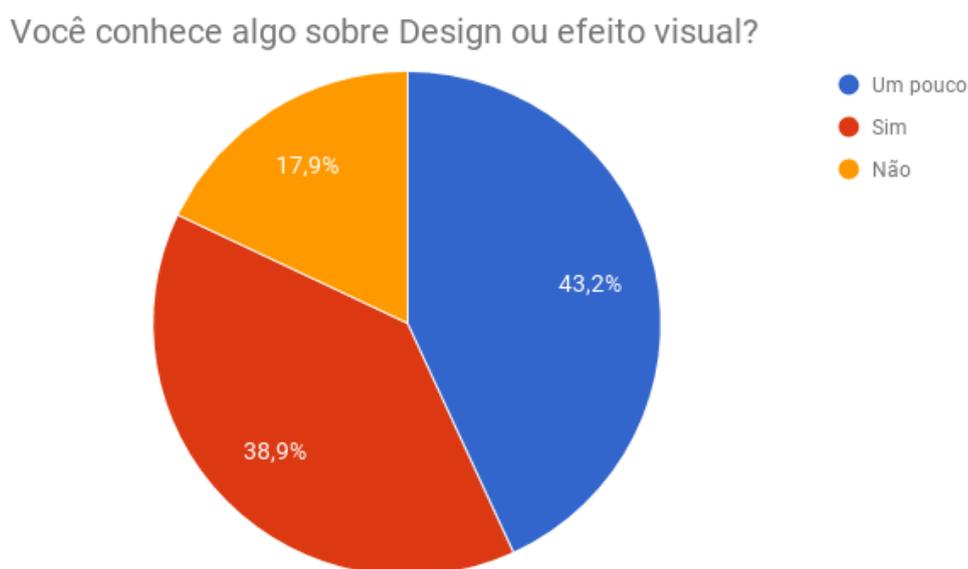
De acordo com a aplicação da metodologia nas atividades feitas, pôde-se alcançar resultados significativos ao longo do projeto. Nesta sessão, serão apresentadas algumas discussões que foram realizadas durante o desenvolvimento do trabalho e os resultados obtidos.

4.1. ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO APLICADO NA PRIMEIRA FASE DO ESTUDO

O questionário foi formado por nove perguntas e disponibilizado a todo o público, tendo ficado disponível por duas semanas até a coleta dos dados, obtendo 95 respostas após seu fechamento.

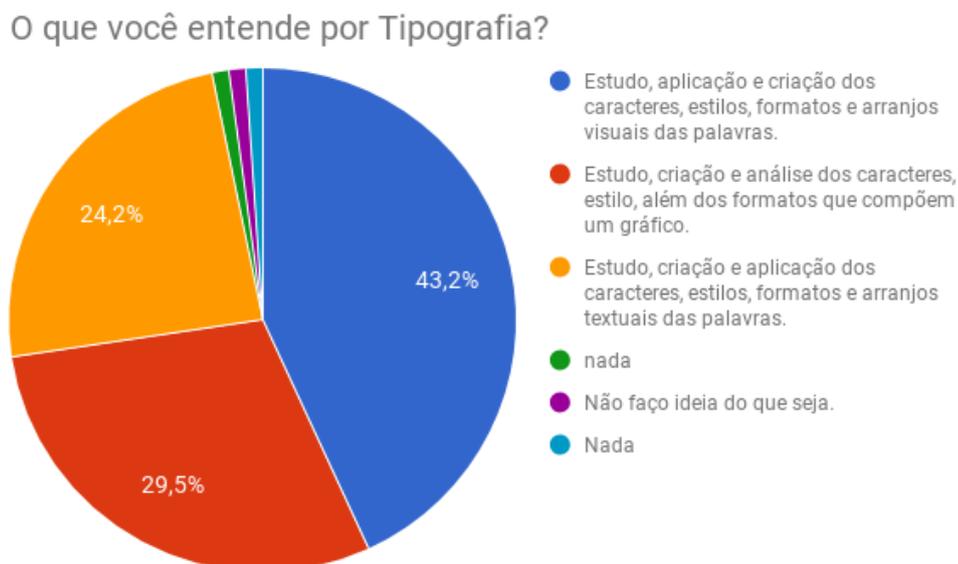
Ao analisar as respostas que foram obtidas, fora verificado que a maioria dos entrevistados possuíam cerca de 15 à 17 anos (57,9%) e 50,5% apresentavam ensino médio incompleto. Ao serem perguntados se conheciam algo sobre tipografia ou efeito visual, apenas 17,9% responderam que “não” (Figura 2). Porém, 43,2% (Figura 3) sabiam realmente o que seria tipografia e 49,5% (Figura 4) sabiam o que seria tipologia. Isso remete que os entrevistados possuíam certo conhecimento sobre o que seria exposto em nosso trabalho.

Figura 2: Respostas do questionário referente a pergunta: Você conhece algo sobre design ou efeito visual?



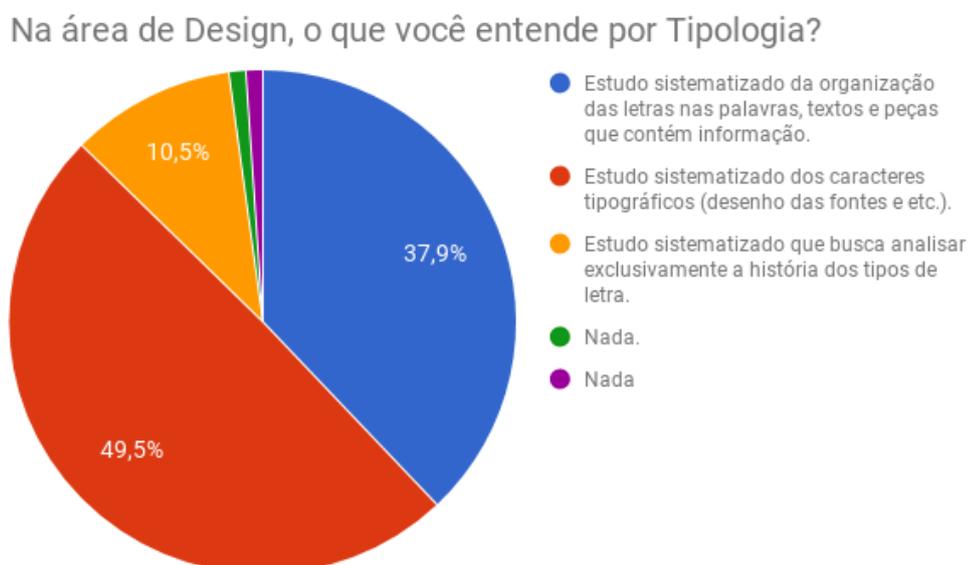
Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Figura 3: Respostas do questionário referente a pergunta: O que você entende por tipografia?



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Figura 4: Respostas do questionário referente a pergunta: Na área de Design, o que você entende por tipologia?



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Em uma das perguntas foi colocada a frase “Eu estou muito feliz!” como mostra a figura 5. Esta questão teve como embasamento uma tipografia do livro “A

Linguagem Invisível da Tipografia” (SPIEKERMANN, 2011), que expressa raiva, já que possui as seguintes características: grossa, baixa e apresenta sua formatação no estilo negrito. No entanto, muitos entrevistados deixaram se levar pela frase e disseram que identificaram felicidade (69,5%) e apenas 13% identificaram raiva, como se pode observar na figura 6. Com isso, percebe-se que as pessoas deram mais importância para a frase do que para a fonte em si e são esses erros que fazem com que muitas produções acabam sendo expressas de má forma e tendo uma incoerência com a comunicabilidade. Além disso, os entrevistados identificaram várias outras emoções, que não tinham sido percebidas por nós autores.

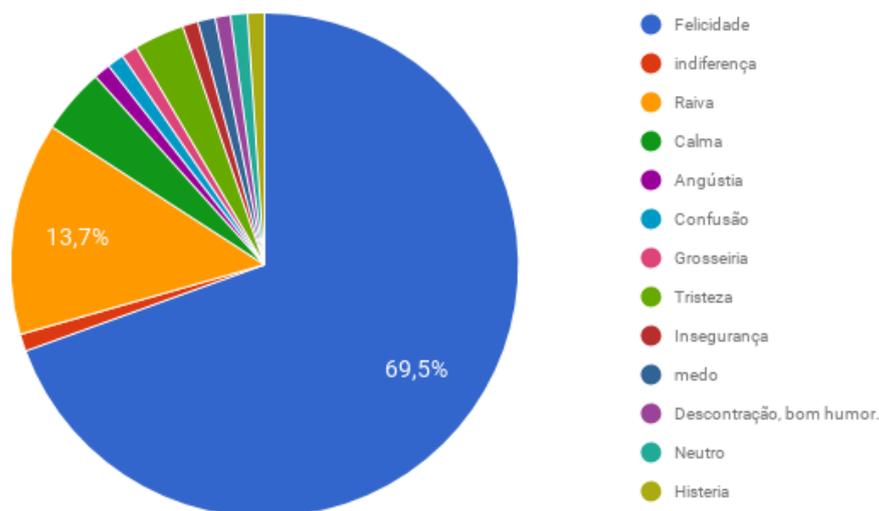
Figura 5: Imagem referente a questão

EU ESTOU MUITO FELIZ!

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Figura 6: Respostas do questionário referente a pergunta: Qual sentimento você identifica na fonte utilizada?

Qual emoção você identifica na fonte utilizada?



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

4.2. FICHAMENTO DAS OBRAS UTILIZADAS NA CONSTRUÇÃO DO PROJETO

Foram realizados dois tipos de fichamentos, separados por livros da área da tipografia e livros correspondentes às outras áreas como da psicologia, semiótica,

entre outras. Com isso, os fichamentos foram construídos de duas maneiras. Inicialmente, por frases que poderiam ser usadas durante o processo de escrita, como citação e fundamentação e posteriormente por uma análise geral, onde primeiramente se fez necessário a leitura, para após isso, ser escrito nosso ponto de vista sobre o livro e como ele poderia nos auxiliar para o desenvolvimento do projeto.

Para auxiliar na aprendizagem e diálogo sobre a tipografia foram lidos os livros: “Tipografia, uma apresentação” de Lucy Niemeyer (2010); “Elemento do estilo tipográfico”, de Robert Bringhurst (2005); e “Guia de tipos: Métodos para uso de fontes de PC”, de Miguel Sousa (2002). Nessas obras, os autores retratam os primeiros conceitos sobre o que seria tipografia. Uns se assemelham como guia explicando sobre a anatomia dos tipos, como por exemplo, o conceito do que seria linha de base, altura de X, serifas, orelha e outros, aplicando e mostrando essas características para diferenciar cada família tipográfica e suas categorias.

Já relacionado a outras áreas, foi realizada a leitura dos livros “Design e Comunicação Visual”, de Bruno Munari (2006), tendo como seu objetivo mostrar técnicas e elementos que ajudam a compor uma peça artística. Além disso, o livro “O que é Semiótica”, de Lúcia Santaella (1983) para explicar sobre a semiótica, onde a autora busca retratar vários pontos de vista sobre o tema, abordando desde sua origem até a sua utilização no corpo social, ainda é citado nele vários referenciais para dar base ao estudo exposto.

Ademais, o artigo “Ciência da informação e cognição humana: uma abordagem do processamento da informação”, de Dulce Amélia Neves (2006), ajudou o entendimento de como ocorre o processamento de uma informação no ser humano, dentro do estudo de cognição. Na obra ainda foram apresentados estudos anteriores feito por autores renomados, como Piaget e Vygotsky. O livro “A linguagem invisível da tipografia”, de Erik Spiekermann (2011), em sua obra, o autor fala de maneira lúdica e didática sobre as emoções que cada tipografia pode trazer em sua forma, fornecendo assim um guia dessas emoções e seus tipos. Do mesmo modo, ele busca trazer com clareza como os cercam os seres humanos por todos os cantos.

Dessa maneira, foi construído a base teórica da pesquisa. No entanto, foram utilizados outros materiais que ajudaram na composição do trabalho, tendo em vista que a área de análise é bastante ampla e possui ligação com outras áreas de

ensino. Assim, foi necessário realizar pesquisas em outros campos para que fosse obtido um bom resultado ao final do projeto, por consequência de uma análise sólida nas áreas de investigação do estudo.

4.3. ANÁLISE FEITA EM CARTAZES

Foi realizada algumas análises em cartazes, com objetivo de identificar se há emoção nas tipografias representadas em peças gráficas. Ao iniciar a pesquisa, foi notado que para a emoção ser transmitida e, além disso, poder ser retratada pela tipografia, os outros elementos como cor, espaçamento, plano de fundo e etc, devem se comunicar para atingir o objetivo comunicativo.

Com isso, as primeiras análises foram realizadas em forma de ficha, priorizando a anatomia da letra e os demais elementos. Após realizar as primeiras análises, houve a constatação de que faltava observar e expor a relação entre os elementos, justamente a comunicação para se chegar ao objetivo. Assim, as observações passaram a ser relatadas em textos curtos.

Observe os exemplos abaixo:

Figura 7: Propaganda picolé de fruta da Kibon



Fonte: Página do Facebook da Kibon (2018)¹

O plano de fundo do cartaz (figura 7) é uma fruta ainda no pé, mas o seu brilho foi reduzido para que não ficasse confrontando com os detalhes que estão à frente. Pode-se perceber que a tipografia utilizada no texto principal não possui formas certas, é alongada e há pouco espaçamento entre as letras. Além disso, nota-se que tem dois picolés ao lado, logo, o estilo da fonte passa a ser associado aos palitos de picolé. Ainda, as cores usadas são quentes o que remete ao verão, clima onde as pessoas estão mais habituadas a prática de esportes. Portanto, a

¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/kibonbr/>>. Acesso em mai. 2018.

tipografia usada junto com os elementos nos transmitem uma emoção de prazer, algo saudável.

Também, foi realizado uma análise da anatomia tipográfica, onde cada componente foi posto em uma tabela e com a tipografia em imagem foi dito se cada parte se fazia presente na tipografia. Por isso, pôde-se estabelecer uma relação mais detalhada dos diferentes tipos e seus respectivos componentes.

Figura 8: Propaganda do Burger King



Fonte: Página do Burger King no Facebook (2018)²

Na figura 8 as palavras em destaque BK COSTELA, possuem um degradê similar ao do fogo, com suas bordas trêmulas (como se estivesse “assando”). No subtítulo, é possível observar uma letra bem mais fina, que remete ao risco no pão e contrasta com a outra fonte usada acima. Ademais, as cores usadas são bem quentes e com efeito madeira.

Logo, a emoção detectada é fome, pois, assim que a análise é iniciada, a lembrança sonora do barulho da carne assando (devido ao fogo atrás na imagem) e o cheiro da comida, é trazida para a mente do leitor despertando a fome.

² Disponível em: <<https://www.facebook.com/BurgerKingBrasil/>>. Acesso em mai. 2018.

4.4. PARTICIPAÇÃO EM EVENTO CIENTÍFICO

No decorrer do ano de 2017 alguns resultados foram obtidos, dentre eles a investigação para levantamento do referencial teórico mais aprofundado, pesquisa de campo e análise dos efeitos causados pela tipografia, além da participação no SIPEX 2017, obtendo o 1º lugar na área de Humanidades (figura 9).

Figura 9: Certificado de classificação em 1º lugar na área de Humanidades durante a SIPEX



Fonte: Imagem digitalizada (Autores, 2017)

4.5. REALIZAÇÃO DO MINICURSO

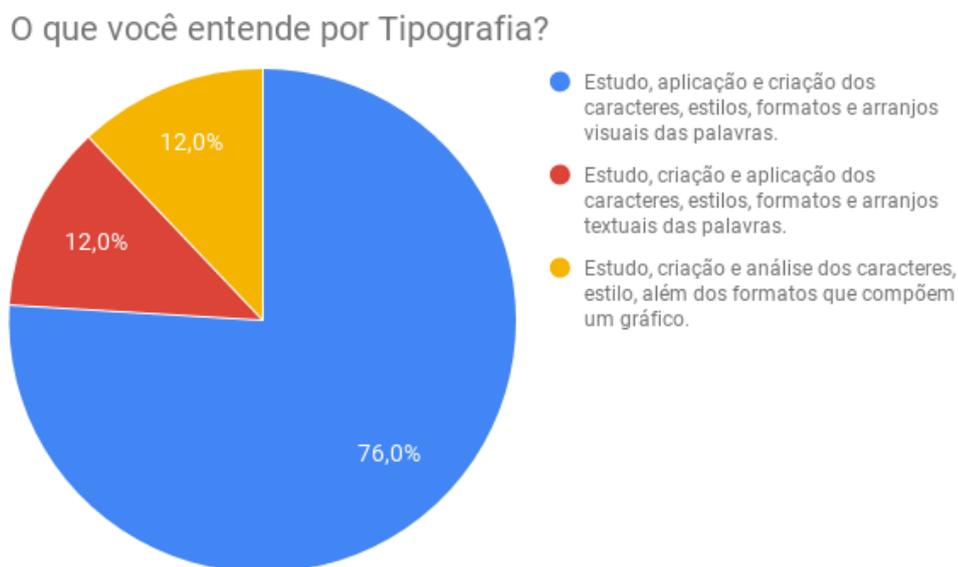
Como dito anteriormente, o minicurso Emoções Tipográficas foi preparado para os alunos do primeiro ano do Curso Técnico de Nível Médio Integrado em Informática para Internet.

4.5.1. Análises das respostas do questionário inicial do minicurso

As perguntas consistiam em análise de tipografias, análise de tipos dentro de um contexto e definição dos termos, o questionário foi respondido por 25 pessoas que estavam presentes no minicurso. Na questão sobre o que você entende por Tipografia, 76% marcaram a opção correta que seria, estudo, aplicação e criação

dos caracteres, estilos, formatos e arranjos visuais das palavras, como mostra a figura 10.

Figura 10: Respostas do questionário referente a pergunta: O que você entende por Tipografia?



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

No entanto, na questão seguinte referente à interpretação da emoção transmitida pela tipografia, apenas 24% dos alunos acertaram a pergunta ao marcar a alternativa raiva, que era correspondente a anatomia da letra utilizada na frase.

Figura 11: Respostas do questionário referente a pergunta: Qual a emoção você identifica na fonte utilizada?



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

4.5.2. Dinâmica do Kahoot

Logo após a exposição dos assuntos, foi realizada a dinâmica na plataforma online do Kahoot, que permite a elaboração de perguntas de múltiplas escolhas. Foram elaboradas 10 questões onde cada uma possui 4 alternativas, estando apenas uma correta. Houve inicialmente a explicação aos alunos de como iria funcionar a dinâmica e em seguida de cada questão era explicado o porquê da alternativa ser a correta e as demais não. Durante a explicação das alternativas, os alunos também participaram mostrando os seus argumentos na escolha que fizeram.

Figura 12: Dinâmica do Kahoot

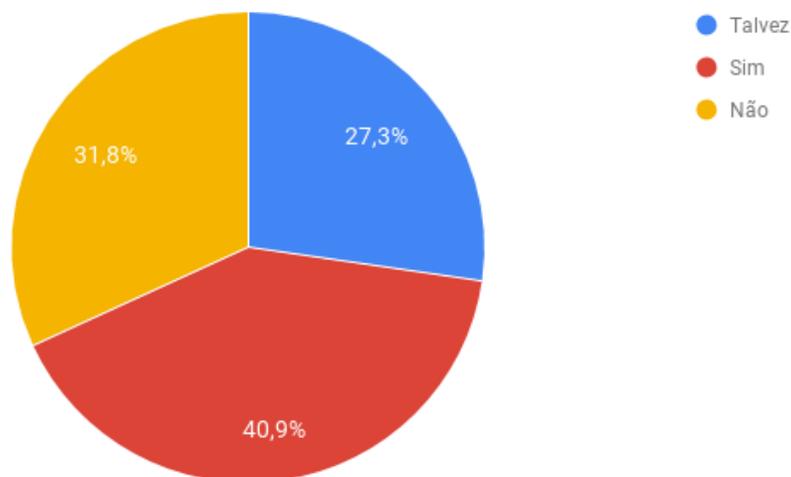
Fonte: Imagem retirada pelos autores (2018)

4.5.3. Análise das respostas do questionário final do minicurso

O segundo questionário foi aplicado ao final do minicurso, após a dinâmica. Seu objetivo foi avaliar os feedbacks dados pelos alunos e verificar se realmente conseguiram absorver um pouco o que foi ensinado. Para isso, o questionário contou com 4 questões, entre elas algumas de auto avaliação.

Figura 13: Respostas do questionário referente a pergunta: Agora que você entendeu mais sobre as emoções tipográficas, você acha que suas respostas do questionário anterior mudariam?

Agora que você entendeu mais sobre as emoções tipográficas, você acha que suas respostas do questionário anterior mudariam ?



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

A pergunta seguinte estava ligada a anatomia da letra, assunto exposto na parte de tipografia. A finalidade da pergunta era observar se os alunos conseguiam entender o objetivo que uma letra pode transmitir através de sua anatomia, interligada com os demais elementos gráficos. Mais da metade dos alunos acertaram a questão, 59,1% (figura 15).

Figura 14: Cartaz referente a próxima figura

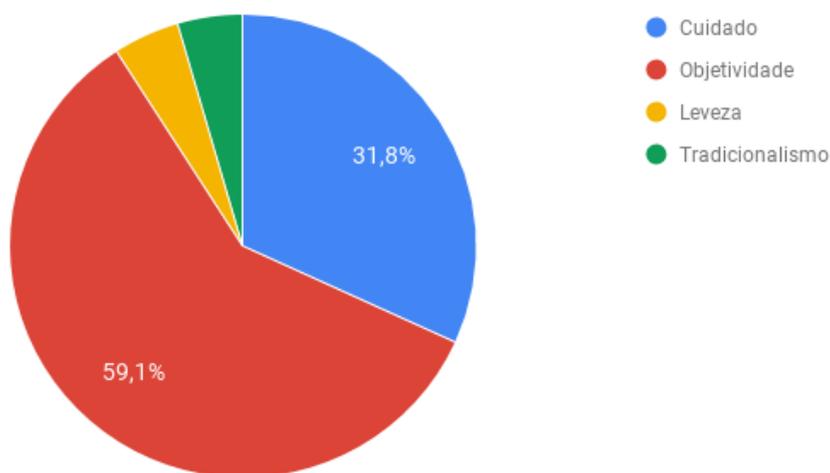


Fonte: Imagem retirada do site Revista da Vacina (2018)³

³ Disponível em: < <http://www.ccms.saude.gov.br/>>. Acesso em ago. 2018.

Figura 15: Respostas do questionário referente a pergunta: Analisando o cartaz, podemos identificar que características na composição de sua tipografia?

Analizando o cartaz, podemos identificar que características na composição de sua tipografia?



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Abordando ainda a anatomia da letra, foi mostrado a imagem de uma fonte mais arredondada e script, para que os alunos respondessem em qual contexto a fonte (figura 16) se encaixaria melhor. Apenas 18,2% erraram e 81,8% acertaram ao escolher propagandas de lojas de doces (figura 17).

Figura 16: Fonte referente a próxima figura

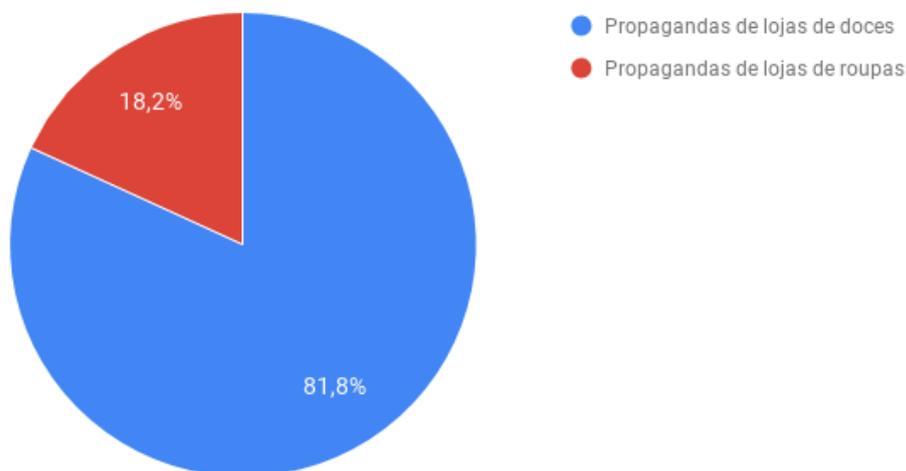
Compre Aqui

Fonte: Imagem retirada do site Netfontes (2018)⁴

⁴ Disponível em: < www.netfontes.com.br/>. Acesso em ago. 2018.

Figura 17: Respostas do questionário referente a pergunta: As fontes arredondadas, possuem sempre um propósito quando são utilizadas. Onde está fonte se encaixaria melhor?

As fontes arredondadas possuem sempre um propósito quando são utilizadas. Onde esta fonte se encaixaria melhor?

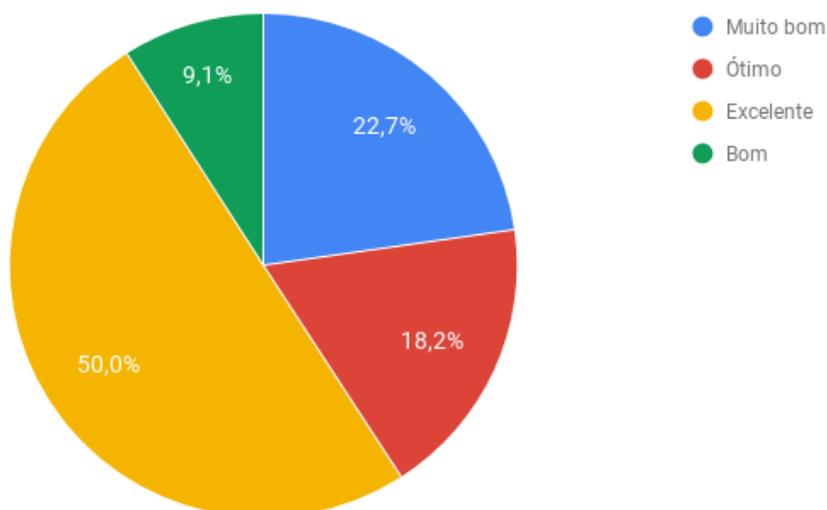


Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

Por fim, na pergunta relacionado ao feedback dos alunos para com o minicurso, ficou nítido que os discentes gostaram do que foi aplicado, cerca de 100% dos alunos registraram no questionário apenas respostas positivas, como mostra a figura 18.

Figura 18: Respostas do questionário referente a pergunta: O que você achou do minicurso?

O que você achou do nosso minicurso ?



Fonte: Elaborado pelos autores (2018)

5. CONCLUSÃO

O trabalho Emoções Tipográficas buscou apresentar uma nova forma de analisar os estilos tipográficos, de modo a destacar a comunicação visual das peças gráficas. Espera-se que com esse trabalho haja mais cuidado na hora de produzir uma peça gráfica, para que a intenção comunicativa da obra não seja prejudicada. Além disso, acredita-se que com esse trabalho as pessoas possam perceber como são atingidas através da tipografia e outros elementos visuais, de forma inconsciente. Com isso, elas irão poder utilizar a pesquisa de modo a ajudá-las quando forem desenvolver cartazes, banners, métodos de comunicação visual, para que a tipografia utilizada esteja de acordo com a intenção comunicativa.

REFERÊNCIAS

- BRIGGS, Asa; BURKER, Peter. **Uma história social da mídia: De Gutenberg à internet**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. 346 p. Disponível em: <<http://portalconservador.com/livros/Peter-Burke-Uma-Historia-Social-da-Midia.pdf>>. Acesso em: 03 ago. 2018.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac&Naif, 2005.
- CASANOVA, Nuno; SEQUEIRA, Sara; SILVA, Vítor Matos e. **Emoções**. 2009. 27 f. Tese (Doutorado) - Curso de Psicologia, Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes, Portugal, 2009. Disponível em: <<http://www.psicologia.pt>>. Acesso em: 06 maio 2018
- DAMÁSIO, Antonio. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Schwarcz, 1998.
- DUTRA, Amanda. **História da Tipografia**. 2012. Disponível em: <<https://tipografart.wordpress.com/2012/11/05/historia-da-tipografia/>>. Acesso em: 04 ago. 2018.
- FRITOLI, Clara Landim; KRÜGER, Eduardo; CARVALHO, Silmara Küster de Paula. **História do papel: panorama evolutivo das técnicas de produção e implicações para sua preservação**. Rici: Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação, Brasília, v. 9, n. 2, p.1-28, jul. 2016. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br>>. Acesso em: 04 ago. 2018.
- GASPAR, Pedro. **O Milénio de Gutenberg: do desenvolvimento da Imprensa à popularização da Ciência**. 2004. 8 p. Disponível em: <<https://iconline.ipleiria.pt>>. Acesso em: 22 out. 2018.
- LINARDI, Fred. **Como funcionava a prensa de Gutenberg?** - Gutemberg evoluiu uma técnica muito mais antiga que ele. 2011. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funcionava-a-prensa-de-gutenberg/>>. Acesso em: 04 ago. 2018.
- MARTINS, Wilson. **A palavra escrita: história do livro, da imprensa e da biblioteca**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1996.
- MICHELS, Maikon de Sousa. **Relação entre emoções primárias e secundárias**. 2014. Disponível em: <http://neuropsicologiajoinville.com.br/index.php?option=com_easyblog&view=entry&id=30&Itemid=61>. Acesso em: 13 ago. 2018.
- MULLER, Nice Lecocq. **A IMPRENSA, O INCUNÁBULO E A EMANCIPAÇÃO DO LIVRO IMPRESSO**. 1951. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/35022>>. Acesso em: 24 out. 2018.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**: Contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 2006. 357 p.

NEISSER, U. (1967). **Cognitive psychology**. New York: Appleton-Century-Crofts.

NEVES, Dulce Amélia de B. **Aspectos metacognitivos na leitura do indexador**. 2004. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - UFMG, Belo Horizonte, 2004.

NEVES, Dulce Amélia de B. **Ciência da informação e cognição humana**: uma abordagem do processamento da informação. 2006. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - UFMG, Belo Horizonte, 2004.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia**: Uma apresentação. 4. ed. Teresópolis - RJ:2AB, 2010. 105 p.

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de Interação**: Além da Interação Humano-Computador. Bookman: São Paulo, 2005.

RIBEIRO, Gerlaine Marinotte; CHAGAS, Ricardo de Lima; PINTO, Sabrine Lino. **O renascimento cultural a partir da imprensa: o livro e sua nova dimensão no contexto social do século xv**: Cultural renaissance after the press: the book and its new range within the 15th century social context. [S.l.: s.n.], 2007. 8 p. Disponível em: <<http://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/article/download/1413/1236>>. Acesso em: 25 set. 2018.

ROTH, Otávio. **Criando papéis**: o processo artesanal como linguagem. São Paulo: MASP, 1982.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SOUSA, Miguel. **Guia de Tipos**. 2002. Disponível em: <<https://www.infoamerica.org>>. Acesso em: 04 ago. 2018.

SPIEKERMANN, Erik. **A Linguagem Invisível da Tipografia**: Escolher, Combinar e Expressar com Tipos. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2011. 192 p.

XIMENES, Sérgio. **Dicionário da Língua Portuguesa**. 3. ed. São Paulo: Ediouro, 2001. 908 p.