

TRÊSmotipo: explorando processos semióticos por meio de um jogo de cartas que envolve personagens e tipografia

TRÊSmotipo: explorando procesos semióticos a través de un juego de cartas que involucra personajes y tipografía

TRÊSmotipo: exploring semiotic processes through a card game involving characters and typography

Loudovico S. da Silva, Isabella R. Aragão

design de personagens, tipografia, semiótica, jogo de cartas

Este artigo investiga o impacto da substituição de emojis por caracteres tipográficos na ferramenta TRÊSmoji para a concepção de personagens. A metodologia envolve experimentação prática e observação assistemática por meio da criação e testagem de um jogo de cartas chamado TRÊSmotipo. Os resultados mostram que essa mudança afeta a percepção dos personagens e amplia as possibilidades da ferramenta. Conclui-se que o design de personagens é um processo comunicativo complexo, influenciado por repertórios individuais e culturais, reforçando a importância da semiótica na estruturação dos signos visuais que compõem um personagem.

diseño de personajes, tipografía, semiótica, juego de cartas

Este artículo investiga el impacto de reemplazar emojis por caracteres tipográficos en la herramienta TRÊSmoji para el diseño de personajes. La metodología incluye experimentación práctica y observación no sistemática a través de la creación y prueba de un juego de cartas llamado TRÊSmotipo. Los resultados muestran que este cambio afecta la percepción de los personajes y amplía las posibilidades de la herramienta. Se concluye que el diseño de personajes es un proceso comunicativo complejo, influenciado por repertorios individuales y culturales, lo que refuerza la importancia de la semiótica en la estructuración de los signos visuales que componen un personaje.

character design, typography, semiotics, cardgame

This article investigates the impact of replacing emojis with typographic characters in the TRÊSmoji tool for character design. The methodology involves practical experimentation and unsystematic observation through the creation and playtesting of a card game called TRÊSmotipo. The results show that this change affects character perception and expands the tool's possibilities. It is concluded that character design is a complex communicative process, influenced by individual and cultural repertoires, reinforcing the importance of semiotics in structuring the visual signs that compose a character.

1 Introdução

Assim como muitos produtos do Design da Informação, personagens são uma combinação de sinais planejados, agrupados e originários dos produtos da nossa consciência, que já possuímos em nosso repertório. Nessa perspectiva, eles devem ser produzidos levando em consideração que podem ser interpretados de diversas maneiras por diferentes pessoas.

Fundamentado nisso, Silva (2021) decidiu desenvolver, para o seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da Graduação em Design na UFPE, uma ferramenta de concepção de personagens baseada na semiótica, um campo de estudo dos signos, que, de acordo com Santaella (1983), são produtos da consciência. Essa ferramenta foi chamada TRÊSmoji e ganhou esse nome porque seu propósito é criar diferentes alternativas de personagens a partir de uma combinação de três emojis. E se, em vez de emojis, os personagens fossem inspirados em caracteres tipográficos? Essa é a pergunta que norteou a presente pesquisa.

Partindo do ponto de vista de que design é linguagem, optou-se por abordar esta pesquisa a partir da perspectiva da semiótica, que é considerada “[...] um ótimo aporte teórico para a investigação do design enquanto fenômeno de linguagem [...]”, como bem deixam claro Braida e Nojima (2014, p.27). De acordo com Santaella (1995, p. 25), com base nas definições de Charles Sanders Peirce, os signos podem ser essencialmente qualquer coisa. Ou seja, tanto as entradas quanto as saídas do fluxograma do processo desta pesquisa (os caracteres e os personagens, respectivamente) são signos.

Quando Tillman (2019) discute os arquétipos dos personagens ou como a presença/ausência das formas básicas (triângulo, círculo e quadrado) ajudam a definir a personalidade dos personagens, está falando dos personagens enquanto produtos de comunicação visual, mesmo que não expresse isso explicitamente. Assim, texturas, formas e outros elementos são reconhecidos aqui como recursos comunicativos do design dos personagens, criados para serem interpretados por outros indivíduos.

Levando isso em consideração, a presente pesquisa tem como principal objetivo avaliar, no processo metodológico da TRÊSmoji, os impactos de utilizar, como inspiração, caracteres em vez de emojis. Quanto a seus objetivos específicos, encontram-se: observar os impactos dessa mudança no produto da ferramenta, os personagens, e as diferenças nos processos de semiose entre o designer comunicador e os receptores da mensagem.

Para alcançar esses objetivos, a pesquisa adotou uma abordagem prática, que envolveu a utilização da TRÊSmoji para a criação de um jogo de cartas, chamado de TRÊSmotipo, cujo objetivo é relacionar pares de caracteres e personagens a partir de características visuais e conceituais. O projeto foi realizado por Loudovico como avaliação final da disciplina Estudos Tipográficos oferecida por Isabella no semestre 2023.1 no curso de Pós-graduação em Design da UFPE. O autor considerou essencial essa abordagem para poder operar a TRÊSmoji enquanto a estudava, colocando-se assim no lugar de potenciais usuários e identificando melhor as possíveis dificuldades de uso da ferramenta.

O experimento realizado foi analisado por meio de observação assistemática, que, segundo Marconi e Lakatos (2002, p. 89), consiste em “[...] recolher e registrar os fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas”. É um tipo de observação comumente empregada em estudos exploratórios, não tendo planejamento e controle previamente elaborados. Ao longo desta pesquisa, testes de jogabilidade com o jogo também foram realizados para avaliar, de maneira espontânea, a interação, na perspectiva semiótica, de indivíduos com os personagens produzidos pela TRÊSmoji.

Como os objetos de design são signos e estes só podem ser compreendidos no domínio da ideologia, segundo Braidotti e Nojima (2014), a presente pesquisa se caracteriza como dialética, sendo abordada por um viés mais qualitativo que quantitativo. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 35), o método dialético

parte da premissa de que, na natureza, tudo se relaciona, transforma-se e há sempre uma contradição inerente a cada fenômeno. Nesse tipo de método, para conhecer determinado fenômeno ou objeto, o pesquisador precisa estudá-lo em todos os seus aspectos, suas relações e conexões, sem tratar o conhecimento como algo rígido, já que tudo no mundo está sempre em constante mudança.

Dessa forma, os registros de processo e os personagens gerados com a TRÊSmoji serviram como amostras para o estudo. Complementarmente, foram realizadas entrevistas não estruturadas, que ajudaram a suprir lacunas da observação assistemática das amostras.

Como resultado da pesquisa, observa-se que a substituição de emojis por caracteres impacta diretamente na percepção dos personagens e amplia as possibilidades da ferramenta. Os dados indicam que o design de personagens é um processo comunicativo complexo, influenciado pelos repertórios individuais e culturais de quem interpreta. Esse entendimento reforça a importância da semiótica na construção dos signos visuais, mostrando como escolhas gráficas, simbólicas e formais atuam na mediação do sentido.

2 Fundamentação Teórica

A ferramenta TRÊSmoji

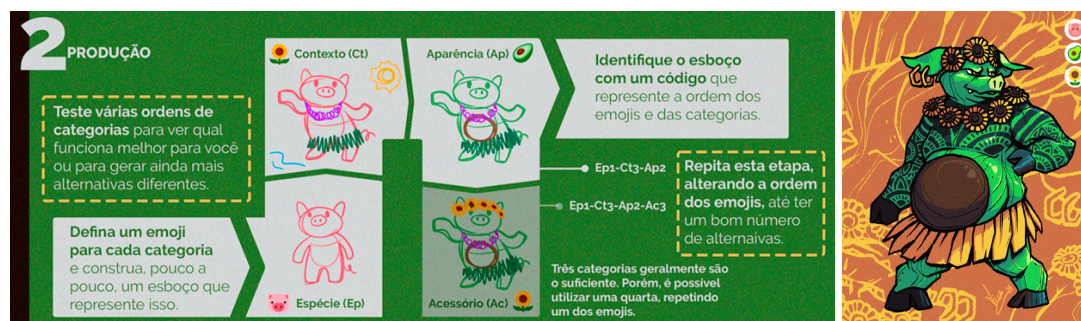
As dimensões semióticas do design têm uma relação intrínseca com o design da informação, como explica Leite (2018, p. 39). Os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos do design podem ser observados em praticamente tudo aquilo que é gráfico e visual, inclusive em personagens e caracteres. Além disso, tanto os caracteres quanto os personagens são componentes da linguagem visual e portam significados diversos.

A proposta da TRÊSmoji, uma ferramenta de design de personagens criada por Silva (2021), utiliza emojis como inspiração para a geração de alternativas de personagens. A ferramenta mostra a possibilidade de tratar o significado das coisas como uma unidade inspiracional e o seu processo mostra que, a partir da semiótica, é possível decupar signos em unidades de significação multiposicionáveis e reagrupáveis para criar novos signos. Neste caso, os signos de origem são os emojis (inputs) e os signos resultantes são os personagens e suas respectivas características (outputs).

No processo da TRÊSmoji (Figura 1), as Categorias de Inspiração são uma forma de agrupar as características que os personagens podem ter e direcionar a concepção de ideias. A seguir, é possível ver uma breve descrição de três delas e o que englobam. A categoria Espécie (Ep) se refere ao tipo de organismo animado do personagem. À categoria Contexto (Ct) cabe imaginar o universo onde o personagem pode estar inserido e suas emoções. Aparência

(Ap) é uma categoria que está relacionada às formas, cores ou outras características físicas que podem fazer parte do personagem.

Figura 1. Trecho do infográfico produzido por Silva (2021) para explicar o funcionamento da ferramenta TRÊSmoji e, ao lado, arte final do personagem exemplo.



A ferramenta TRÊSmoji segue uma lógica de análise combinatória que relaciona três emojis com três diferentes maneiras de se inspirar, criando múltiplas alternativas de personagens. A TRÊSmoji consiste, então, em criar personagens a partir de uma concepção por etapas aditivas, em que as características dos personagens vão sendo adicionadas ao seu conceito uma por vez, se somando e se adaptando umas às outras. Silva (2021) ressalta o potencial versátil da ferramenta, que abre espaço para adaptações da ferramenta, como o uso de inspirações diferentes de emojis, o que estimulou a presente pesquisa.

Personagens e caracteres enquanto produtos de linguagem

A compreensão adotada nesta pesquisa se relaciona com os aspectos simbólicos dos personagens e parte da ideia de que eles são, acima de tudo, produtos de linguagem, capazes de informar e comunicar. Para explorar essa perspectiva, este estudo assume o preceito de que personagem é linguagem, traçando paralelos com o livro *Por que design é linguagem?*, de Frederico Braidá e Vera Lúcia Nojima (2014).

Além disso, considerando que a linguagem é um meio pelo qual os produtos de design se comunicam, pode-se afirmar que os personagens são, por si só, manifestações semióticas. Outras definições importantes para o entendimento da pesquisa são as terminologias para “sinais”, “signos” e “efeitos interpretativos”. Conforme mencionado anteriormente, Santaella (1983) afirma que tudo pode ser um signo. No que diz respeito às relações de semiótica, ou processo semiótico, os signos são produtos da consciência derivados de sinais, que são qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo. Já o “efeito interpretativo”, segundo Santaella (1996, p. 324 apud Braidá & Nojima, 2014, p. 40), é o produto gerado no processo de conversão desses sinais em signos na mente do ser humano.

Assim sendo, os personagens emitem sinais que produzem um efeito interpretativo na mente humana. Isso faz com que a imagem dos personagens sejam signos por si só. Além disso, essas imagens são capazes de portar um conjunto de outros signos, que são cada

elemento visual que as compõem, ou seja, os detalhes na imagem dos personagens.

Elementos como olhos, roupas, postura e cabelo, por exemplo, são capazes de emitir seus próprios sinais e serem signos isolados.

Nojima (2008a, p. 84 apud Braida & Nojima, 2014, p. 55) destaca que “o sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas ideias em produtos, que, pelas possibilidades de uso, gerem significação”. Isso reforça como os produtos concebidos carregam sentidos interpretados de formas distintas pelo público. Nesse processo, cada designer traz um repertório próprio, formado pelos signos com os quais teve contato ao longo da vida, interpretados a partir de vivências e referências culturais — elementos que influenciam diretamente seu processo de comunicação. O repertório do designer nesta pesquisa se baseia no conceito de “possibilidades repertoriais”, conforme contextualizado por Ferrara (2007, p. 28 apud Braida & Nojima, 2014, p. 72), da seguinte forma:

Ora, ao construir qualquer sistema de representação do universo na busca incessante da sua compreensão, o homem interfere nesse objeto conforme as suas possibilidades repertoriais de entendê-lo, de percebê-lo, logo os signos que produz para representar essa percepção vêm carregados de força ideológica, visto que é através deles que se faz entender.

O repertório é crucial no trabalho do designer de personagens. Tillman (2019) aponta que o repertório influencia significativamente as criações, oferecendo uma perspectiva única sobre o que já existe. Assim, cada indivíduo, ao contato com personagens, pode ter seu próprio repertório e interpretações, que podem divergir do que o designer planejou.

Tillman (2019, p. 142), em adição, resultados de um experimento que mostrou que briefings menos específicos para um personagem geram maior diversidade de resultados, evidenciando práticas que designers podem adotar para ampliar o potencial de seus repertórios. Neste caso, a mudança de input de emojis (mais figurativos) para caracteres (mais abstratos) poderia influenciar diretamente o processo semiótico no uso da ferramenta TRÊSmoji.

Outras dessas práticas são a busca ativa por referências para expandir suas influências e a utilização do acaso – definido por Leal (2019) como aquilo que não é planejado – no processo. Todas essas práticas têm relação com a abordagem da ferramenta TRÊSmoji, que incentiva a restrição das fontes de inspiração, a pesquisa de referências e a abordagem do acaso para limitar as escolhas do designer de personagens.

Braida (2012, p. 58) propõe uma relação entre os aspectos simbólicos e a determinação dos aspectos formais em um plano com dois eixos: no horizontal, as propriedades combinatórias, que determinam os aspectos formais; no vertical, as relações associativas, que definem os aspectos simbólicos. O autor destaca que o significado de um produto resulta da soma desses dois eixos de significação. Ou seja, tanto escolhas estéticas quanto simbólicas influenciam os personagens como atos de linguagem.

Não surpreende que funções práticas, estéticas e simbólicas dos produtos de design estejam intimamente ligadas. Bonsiepe (1997, p. 37), afirma que a linguagem do design envolve características prático-funcionais e estético-formais, evidenciando a conexão entre funções práticas, estéticas e simbólicas. A TRÊSmoji adota uma perspectiva que permite

experimentar as possibilidades simbólicas e visuais de forma integrada, sugerindo que aspectos simbólicos e estéticos dos personagens não precisam ser tratados separadamente. Essa abordagem integrada pode enriquecer significativamente o processo criativo de desenvolvimento dos personagens.

3 METODOLOGIA¹

Contextualização

O projeto consistiu em criar um jogo de cartas com 30 personagens inspirados em 5 combinações de 3 caracteres tipográficos diferentes. O jogo, batizado de TRÊSmotipo, foi utilizado para observar os processos de semiose de potenciais jogadores, que foram categorizados entre designers e não designers. Esta avaliação foi conduzida simultaneamente enquanto o jogo passava por uma fase de teste de jogabilidade. Contudo, os aspectos relacionados à jogabilidade em si não são estritamente importantes para a presente pesquisa, tendo funcionado apenas como uma maneira de coletar informações.

Execução

A primeira etapa do projeto envolveu a seleção de caracteres a partir de três grupos distintos: tipos de madeira, tipos de metal e caracteres cursivos. Para isso, Isabella e alguns estudantes da turma, incluindo Loudovico, escolheram três caracteres cada, resultando em um conjunto de 15 caracteres, com cinco representantes de cada grupo.

Os caracteres foram sorteados para criar 5 combinações de 3 caracteres, impressas em cartões de papel. Os tipos de madeira e metal foram impressos na prensa tipográfica, enquanto os caracteres cursivos foram escritos à mão com caneta nanquim. Esses cartões, chamados Cartas de Combinação, apresentavam duas características importantes: o sorteio era independente da classe, permitindo múltiplos caracteres da mesma categoria; e na impressão, não era possível diferenciar caracteres de metal ou madeira, exceto por quem tivesse conhecimento teórico e prático em tipografia.

Cada caractere foi representado em um papel dobrado, contendo em seu interior uma descrição interna do significado atribuído pela pessoa que o escolheu. As bordas foram coladas para impedir que Loudovico lesse essas informações antes da execução, evitando viés no processo. O objetivo era que ele comparasse seu processo semiótico com o de outros ao final, verificando se os caracteres tinham significados similares para diferentes pessoas.

Na parte externa do papel, o autor escreveu sua interpretação, seguindo o modelo de nuvem conceitual proposto por Silva (2021). As palavras foram, então, classificadas em substantivos, adjetivos concretos e adjetivos abstratos. Essas cartas foram chamadas de Cartas de Caractere e funcionavam no jogo como dicas.

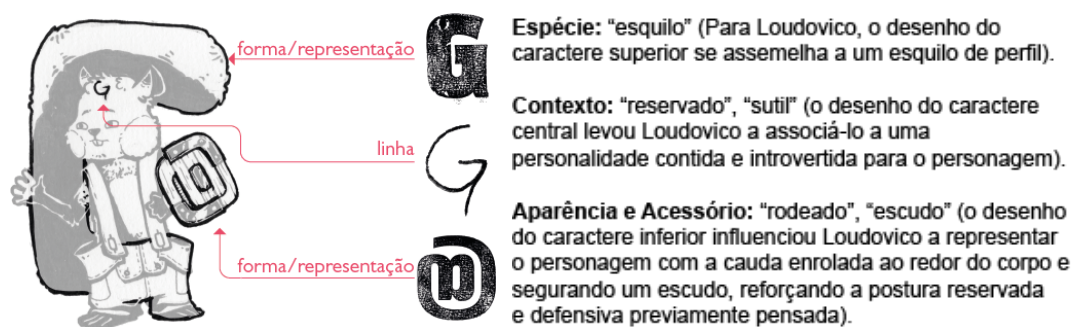
¹ Houve uso de IA, neste artigo, para revisão gramatical ou tradução.

Seguindo o processo da TRÊSmoji, foram criados cinco painéis temáticos antes da produção dos personagens, cada um com imagens ligadas às palavras da nuvem conceitual de cada caractere componente. Esses painéis foram impressos e dobrados, formando as Cartas de Moodboard, usadas no jogo como dicas raras e poderosas. Ao receber as cartas, os jogadores viam um panorama das imagens relacionadas à combinação, sem saber qual era.

Iniciou-se a produção dos personagens com três Categorias de Inspiração: Espécie, Contexto e Aparência. Pela análise combinatória, relacionando três caracteres a essas categorias, foram criadas seis variações de personagens para cada combinação. Esses esboços, feitos a lápis, eram desenhados lado a lado em uma folha de papel sulfite A4 dobrada, na qual se indicava a qual Categoria de Inspiração cada caractere estava associado em cada personagem. Esse material deu origem à Carta de Gabarito.

Com cinco combinações, resultaram 30 Cartas de Personagem no total. As cartas eram ilustrações feitas com caneta nanquim em papel canson 120g da cor creme. Nos desenhos, os caracteres que originaram os personagens apareciam como pistas visuais, podendo estar inteiros, invertidos, distorcidos ou recortados, como mostra a Figura 2.

Figura 2. Exemplo de aplicação de caracteres no design de um dos personagens do jogo.



Todas as cartas, abertas ou dobradas, seguiam os formatos padrão ABNT, sendo as Cartas de Combinação no tamanho A5 e as Cartas de Personagem no tamanho A7. Uma composição tipográfica com a palavra "TRÊSmotipo" — que funcionava como logotipo do jogo — foi impressa manualmente no verso das cartas, nas cintas de papel madeira que agrupavam cada conjunto, evitando que se misturassem, e também na tampa de uma caixa artesanal de papel paraná que acondicionava todo o material do jogo.

Finalizado o material gráfico, iniciou-se a testagem do jogo. O objetivo era que, ao fim da partida, os jogadores adivinhassem o maior número possível de personagens da Carta de Combinação recebida aleatoriamente no início. Durante o jogo, os personagens eram revelados, e os jogadores podiam tomar posse dessas cartas em seus turnos. Ações como roubar cartas de adversários e dar palpites sobre cartas de combinação neutras (que não pertenciam a nenhum jogador), para conquistar dicas, também eram permitidas. O jogo terminava quando algum jogador com seis cartas de personagem decidisse encerrar. No entanto, vencia quem tivesse mais acertos, mesmo com menos cartas.

Os jogadores podiam observar todas as cartas na mesa, inclusive as dos adversários, o que era essencial para perceber o conjunto de personagens como um todo. Também podiam pedir para ver as cartas de perto, buscando detalhes específicos. As decisões geralmente se baseavam em critérios simbólicos ou nos desenhos dos personagens, conforme os caracteres escondidos eram identificados. A Figura 3 apresenta a organização das cartas na mesa durante o jogo e detalhes dos elementos gráficos das cartas.

Figura 3. À esquerda, exemplo de posicionamento das cartas durante uma partida do jogo. Ao centro, caixa e conjuntos de cartas. À direita, detalhes das cartas.



Foram conduzidos cinco testes de jogabilidade, nos quais o pesquisador observou os participantes, fez anotações e, ao final de cada partida, questionou os jogadores sobre suas estratégias e o raciocínio para associar personagens aos caracteres. O público era diversificado, geralmente com idades semelhantes entre os jogadores de uma mesma partida. Quando havia disparidade, ainda assim todos eram adultos, exceto em um teste específico, realizado com duas crianças de cerca de dez anos. A única classificação feita nos dados dos jogadores considerava seu vínculo com a área do design, dividindo-os entre designers e não designers.

O contexto da aplicação dos testes buscava ser o mais amistoso possível, como uma reunião em casa ou um encontro casual na copa do trabalho, e o pesquisador só se manifestava para explicar as regras do jogo. As partidas podiam ser jogadas com 2 a 4 jogadores e a duração média do teste era de 50 minutos.

4 Resultados e discussão

Utilizar caracteres como inspiração no processo de concepção de personagens, em vez de utilizar emojis, foi uma mudança relevante para a TRÊSmoji. Os testes do TRÊSmotipo deixaram claro que os emojis são apenas uma síntese gráfica de inputs mais abstratos. Assim,

esses inputs podem ser representados também por caracteres, fotografias, palavras, objetos, etc. Nota-se que a escolha dos inputs tem uma relação direta com sua influência sobre as funções simbólicas, estéticas ou práticas dos personagens, de modo que o nível de abstração visual dos inputs pode impactar diretamente o processo da TRÊSmoji. Suspeita-se também que o nível de síntese gráfica dos inputs pode afetar o processo, especialmente no que diz respeito à definição de características estéticas.

Complementarmente, observou-se que a composição dos caracteres, com formatos e tamanhos muito distintos entre si, exerceu uma influência significativa no processo de criação de Loudovico. Há uma suspeita de que a organização e disposição dos caracteres na carta também tenham sido considerados pelos participantes, uma vez que o processo comparativo também emite sinais. Seria interessante investigar como a composição dos inputs influencia a concepção dos personagens, avaliando se diferenças na ordem dos elementos, em seu tamanho e posicionamento, podem interferir no processo da TRÊSmoji, que até então não havia tratado essas características como possíveis variáveis.

A diversidade de significados que os caracteres podem ter, dependendo dos repertórios individuais, foi um fenômeno que trouxe várias particularidades ao processo da TRÊSmoji, ao resultado dos personagens e à maneira como estes eram interpretados pelo público. Como as formas dos caracteres, em geral, são simples e abstratas, seu significado pode derivar de associações com vocabulário ou com formas visuais, por exemplo.

Essa amplitude conceitual dos caracteres resultou em um maior foco, durante o processo de desenho dos personagens, em seus aspectos formais. Assim, os caracteres foram extremamente úteis na tomada de decisões estéticas dos personagens. Suas formas e desenhos foram incorporados diretamente no design, servindo como direcionamento estético. Isso faz um paralelo com as observações de Silva (2021), que destacou como diferentes designs de um mesmo emojis podem interferir na concepção de personagens com a TRÊSmoji.

Assim, do ponto de vista semiótico, os verdadeiros inputs podem ser conceitos abstratos, representados por uma expressão materializada como um emoji, uma fotografia ou até mesmo um painel temático. Revendo a proposta de Silva (2021) sobre o processo da ferramenta, todos os elementos da pré-produção, incluindo a construção da nuvem de palavras e dos painéis temáticos, seriam considerados inputs, e não apenas os emojis. Os emojis e os caracteres serviriam apenas como uma síntese visual do input, que é na verdade todo o conjunto de sinais emitidos pelo emoji ou pelo caractere.

Os significados atribuídos aos caracteres variaram significativamente entre o autor e os participantes, como exemplifica o Quadro 1. As respostas observadas nos testes de jogabilidade também indicam uma diferença entre o processo semiótico do autor e o dos participantes. No entanto, as diferenças de percepção entre os próprios participantes não foram investigadas a fundo.

Quadro 1. Exemplos de comparação entre a percepção do autor e dos participantes sobre os possíveis significados dos caracteres.

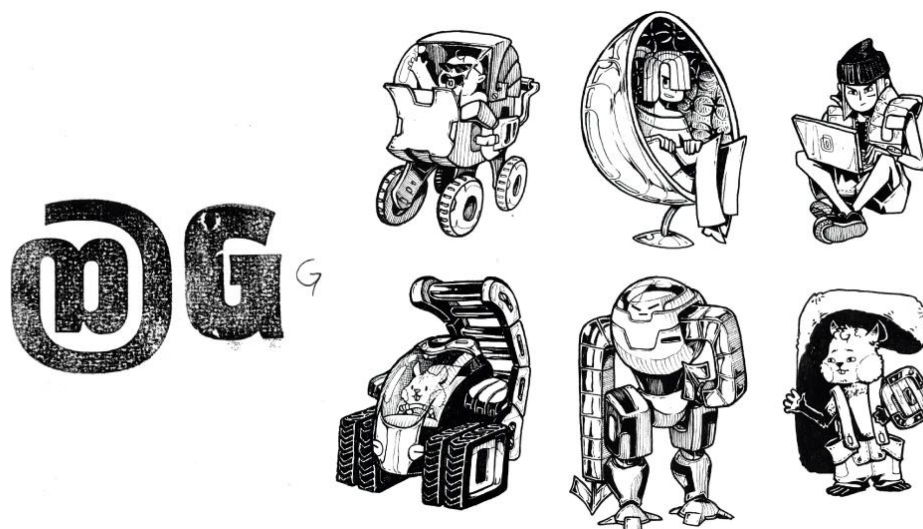
Caractere	Anotações do autor	Anotações dos participantes
 (cursivo)	“Substantivos: amor, escorrego, mágico. Adjetivos abstratos: elegante, delicado, alegre, jovial, engraçado. Adjetivos concretos: alto, fino, encaracolado.”	“Divertido. Movimento. Elegante. Clássico porém legal.”
 (tipo de metal)	“Substantivos: ursinho, ferradura, ímã. Adjetivos abstratos: fofo, simpático, pesado, tímido, ingênuo, bobo. Adjetivos concretos: alto, fino, encaracolado.”	“Me lembra algo equilibrado. Sério. Moderno. Elegante.”
 (tipo de madeira)	“Substantivos: Charada (Batman), detetive, pesquisador. Adjetivos abstratos: misterioso, questionador, curioso, astuto, flutuante, acadêmico. Adjetivos concretos: pontudo, grosso, curto, amadeirado.”	“Me lembra algo fofo. Tipo gordinho. Infantilizado, tipo kawaii. Rosa e azul bebê.”

A materialidade dos tipos desempenhou um papel crucial no processo semiótico, já que elementos como peso, material e tamanho influenciavam a semiose. Esses aspectos trouxeram características únicas que não estariam presentes se os personagens tivessem sido gerados apenas a partir das impressões ou se o autor não tivesse participado do processo de composição e impressão. No entanto, esses detalhes não foram percebidos pelos participantes dos testes, que tinham acesso apenas às impressões das composições. Muitos também se queixaram das dicas, afirmando que, em vez de ajudar, elas causavam confusão. Isso ocorreu porque as dicas refletiam a interpretação pessoal do autor sobre os caracteres, o que nem sempre correspondia à percepção dos jogadores.

Ficou evidente a discrepância de desempenho entre designers e não designers no jogo, sugerindo que os designers têm uma percepção mais aguçada em relação às formas e aos espaços negativos. Os designers geralmente argumentavam que utilizava uma abordagem mais visual para relacionar os personagens aos tipos, focando no desenho. Já os participantes não designers, conforme relataram, tendiam a se basear mais em significados para identificar os personagens, agrupando-os por características comuns que os associavam a um universo temático semelhante. Essa observação pode suscitar uma reflexão sobre a interação entre a função simbólica e a função estética dos personagens, bem como seu impacto no processo de concepção e na recepção por parte do público.

Em todas as situações, o ritmo de acertos aumentava à medida que mais personagens eram postos na mesa. Algumas pessoas mencionaram que observar o conjunto geral de personagens, em vez de analisá-los individualmente, facilitava o jogo. Além disso, uma combinação de caracteres em particular (Figura 4) foi responsável pelo maior número de acertos em várias partidas, sendo considerada a mais fácil de resolver. Curiosamente possuía muitos personagens simbolicamente similares, pertencendo a uma mesma temática: tecnológica. Vale ressaltar que raramente os personagens pertencentes a uma mesma combinação pareciam fazer parte de um mesmo tema.

Figura 4. Exemplo de combinação de caracteres e seus 6 respectivos personagens.



A pesquisa revelou que os personagens podem ser agrupados tanto por características estéticas quanto por características simbólicas. Além disso, a interpretação dos personagens por parte do público pode ser guiada tanto por aspectos visuais quanto narrativos. Individualmente, os personagens mais fáceis de identificar eram os que tinham os desenhos dos caracteres mais evidentes. Por outro lado, os conjuntos de personagens mais facilmente identificáveis eram aqueles que pareciam pertencer a um mesmo universo temático, suscitando influências das funções simbólicas e estéticas tanto em personagens individuais quanto em elencos de personagens, uma questão que também foi abordada por Silva (2021).

Os resultados da pesquisa nos dão indícios de que existem duas diferenças principais entre o uso de emojis e de caracteres como inputs. A primeira se refere ao simbolismo: os emojis carregam significados mais fixos e convencionais, enquanto os caracteres ativam interpretações mais íntimas e subjetivas, dependendo do repertório de cada pessoa. Além disso, os dados sugerem que os emojis direcionam a percepção de forma mais objetiva, muitas vezes associando cores e expressões específicas, enquanto os caracteres operam sobretudo na dimensão formal, influenciando contornos e estruturas, sem impor uma leitura cromática ou simbólica tão rígida. Isso se evidencia, por exemplo, na ausência de cor nos personagens gerados a partir de caracteres, o que faz com que sua leitura dependa prioritariamente das formas, valorizando linhas, proporções e composições gráficas.

5 Considerações finais

A TRÊSmoji é uma ferramenta desenvolvida por Silva (2021) para auxiliar na geração de alternativas no processo de concepção de personagens. Seu funcionamento baseia-se na combinação de três emojis, que servem como referência para definir aspectos como essência,

contexto, aparência e acessórios dos personagens. Nesta pesquisa, a ferramenta foi explorada a partir de um novo experimento: substituir os emojis por caracteres tipográficos como elementos de entrada.

Ao considerarmos a afirmação de Braida e Nojima (2014) de que o design, juntamente com todos os seus produtos, é essencialmente linguagem, foi possível analisar o design de personagens como um fenômeno de linguagem e essa abordagem pode enriquecer o campo, abrindo novas perspectivas para seu estudo. Ainda há muito a ser explorado em relação à linguagem dos personagens em si, incluindo a estruturação dos signos que os compõem.

Considerando que os personagens são essencialmente linguagem, tornou-se imprescindível abordá-los sob uma perspectiva semiótica, uma vez que este campo se dedica ao estudo dos signos e das diversas formas de linguagem, incluindo as não verbais. Essa abordagem, fundamentada nas considerações de Santaella (1995) de que tudo pode ser um signo, possibilitou a experimentação de inputs diferentes de emojis no processo da ferramenta, como com a substituição do uso de emojis por caracteres. Com isso em mente, foi desenvolvido e testado o TRÊSmotipo, jogo de cartas em que os jogadores devem associar cada personagem ao caractere tipográfico que serviu de inspiração para seu design.

Os resultados desta pesquisa revelaram que trabalhar com signos é intrinsecamente subjetivo, influenciado por fatores culturais e repertórios individuais. Isso sublinha a importância de os designers considerarem não apenas o significado que desejam transmitir com seus personagens, mas também estarem receptivos às diferentes interpretações que o público pode fazer deles. Para avançar, seria necessário investigar mais a percepção do público em relação aos personagens criados com a TRÊSmotipo, avaliando sua eficácia na representação dos signos de origem que serviram de inspiração. A utilização de inputs diversos que não se restrinjam apenas a emojis ou caracteres, apresenta um vasto potencial exploratório para futuras investigações.

Referências

Bonsiepe, G. (1997). *Design: do material ao digital*. FIESC/IEL.

Braida, F. (2012). *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. (Tese de Doutorado). PUC-Rio. Disponível em www.maxwell.vrac.puc-rio.br/21841/21841.PDF

Braida, F., & Nojima, V. L. (2014). *Por que design é linguagem?*. Rio Book's.

Leal, L. A. (2019). *Pandemonium: processo criativo, experimentação e acaso*. (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo. Disponível em <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-27092019-143310/publico/TELEOPOLD OAUGUSTOLEAL.pdf>.

Leite, H. L. A. (2018). *Observações do uso dos emojis: aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos na retórica visual de mensagens digitais*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em <https://attena.ufpe.br/handle/123456789/32978>.

- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2002). *Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados* (5. ed). Atlas.
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2. ed). Feevale.
- Santaella, L. (1983). *O que é semiótica*. Brasiliense.
- Santaella, L. (1995) *A teoria geral dos signos: semiose e autogeração*. Ática.
- Silva, L. S. (2021). *TRÊSmoji: coleção de ilustrações de personagens desenvolvidos a partir de metodologia de Character Design inspirada no desafio #3emojichallenge*. (Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação). Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/49896>.
- Tillman, B. (2019). *Creative Character Design* (2. ed). Taylor & Francis.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Loudovico S. da Silva, Me, UFPE, Brasil <loudovico.soares@ufpe.br>

Isabella R. Aragão, Dra, UFPE, Brasil <isabella.aragao@ufpe.br>