



CINESTESIA E O DESIGN TIPOGRÁFICO: COMO ASPECTOS SENSORIAIS, COMO O OLFATO, PODEM SER TRADUZIDOS EM FORMAS VISUAIS

Rogério Carlos Tomazelli Filho¹, Maruan Coltro Gosch²

1. Discente do curso de graduação em Design, Unoesc, Xanxerê, SC

2. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Xanxerê, SC

Autor correspondente: Rogério Carlos Tomazelli Filho, rctf2003@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: A tipografia, como um dos elementos essenciais da comunicação visual, vai além de representar palavras; ela também comunica sensações e emoções, afetando a percepção de quem a vê. Esta pesquisa prática explorou a capacidade do design de transformar conceitos abstratos em mensagens visuais, desenvolvendo uma tipografia inspirada no universo dos sentidos, especialmente no olfato e na visão. **Objetivo:** O projeto foi conduzido com o objetivo de criar uma tipografia a partir da interpretação de características sensoriais. **Método:** O processo iniciou-se com a análise de um odor específico, no caso, a essência de capim-limão. A essência pode ser descrita como masculina, madura e clássica, mas também orgânica, sutil e feminina, o que exigiu uma abordagem criativa para capturar essas qualidades em formas visuais. A primeira etapa envolveu materializar essas características através de escalas comparativas e um estilo artístico adequado. Em seguida, iniciou-se o planejamento manual dos caracteres, trabalhando na criação de números, símbolos e letras com base em formas semelhantes. Por exemplo, o O, Q e C foram desenvolvidos a partir de uma base comum, assim como o P, R e B, garantindo uma consistência visual ao conjunto tipográfico. Com a fase manual concluída, os caracteres foram digitalizados e transformados em vetores através de softwares de editoração gráfica. Eles foram organizados em uma malha e ajustados para manter a coerência e a legibilidade. A finalização ocorreu com o uso do site Calligraphr, onde ela foi configurada e gerada como um arquivo de instalação. **Resultados:** O resultado foi a tipografia Lemoni (do grego, limão), inspirada pela essência de capim-limão. A fonte mescla formas espessas e fortes, que evocam masculinidade e maturidade, com traços mais finos e delicados, que trazem um toque feminino e sutil. Essa combinação remete ao estilo Art Nouveau, proporcionando uma estética dinâmica e luxuosa que é ao mesmo tempo clássica e contemporânea. A Lemoni foi projetada para ser aplicada em marcas e objetos que desejam transmitir elegância e simplicidade, como perfumes, joias, relógios e roupas, oferecendo uma experiência visual que exala sofisticação e leveza. Este estudo demonstra que o design tipográfico pode ir além de sua função tradicional, integrando elementos sensoriais e emocionais para criar uma identidade visual rica e multifacetada. Essa criação exemplifica como aspectos sensoriais, como o olfato, podem ser traduzidos em formas visuais, criando uma comunicação mais profunda e significativa. **Conclusão:** A importância de considerar esse campo de estudo como um componente integral da identidade de uma marca ou produto é evidente, destacando seu papel em construir uma narrativa sensorial e emocional. Futuras inovações podem expandir ainda mais essa capacidade para desenvolver tipografias interativas e personalizadas, que ampliem a experiência do usuário e reforcem a identidade de marca em múltiplos sentidos.

Palavras-chave: Tipografia; Cinestesia; Aspectos sensoriais.