



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

THAIS GONÇALVES DA SILVA

PARA ALÉM DA ETIQUETA: Um estudo sobre a influência dos estímulos
táteis dos talheres na mesa posta

Caruaru

2023

THAIS GONÇALVES DA SILVA

PARA ALÉM DA ETIQUETA: Um estudo sobre a influência dos estímulos táteis dos talheres na mesa posta

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Design.

Área de concentração: Design de produto.

Orientador (a): Germannya D Garcia Araujo silva

Caruaru

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

DA SILVA, Thais Gonçalves da.

Para além da etiqueta: um estudo sobre a influência dos estímulos táteis dos talheres na mesa posta / Thais Gonçalves da DA SILVA. - Caruaru, 2023.
55 p. : il., tab.

Orientador(a): Germannya D Garcia Araujo Silva
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2023.
Inclui referências, apêndices.

I. Design de produto. I. Silva, Germannya D Garcia Araujo. (Orientação). II. Título.

680 CDD (22.cd.)

THAIS GONÇALVES DA SILVA

PARA ALÉM DA ETIQUETA: Um estudo sobre a influência dos estímulos
táteis dos talheres na mesa posta

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso de
Design do Campus Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco –
UFPE, na modalidade de monografia,
como requisito parcial para a obtenção do
grau de bacharel/licenciado em Design.

Aprovada em: 10/05/2023

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Germannya D Garcia Araujo Silva (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Lourival Lopes Costa Filho (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Maria de Fátima Waechter Finizola Santana (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTO

Em primeiro lugar, a minha família, por todo carinho e apoio que me deram até chegar aqui. Especialmente aos meus pais pelo amor e ajuda.

Aos meus amigos, pessoas que estiveram comigo nesses anos vividos em Caruaru, onde pude reencontrar antigos queridos e conhecer novas pessoas.

Agradeço infinitamente a Cecília, pelos anos de companheirismo, amor e conquistas compartilhados até aqui.

Também gostaria de agradecer à Professora Germannya D Garcia, por ser minha orientadora, e por acreditar e confiar em mim nesses anos dentro da universidade.

Por fim, sou grata a todos que contribuíram direta e indiretamente por essa conquista.

RESUMO

Com a mudança da rotina imposta pela quarentena após a pandemia do ano 2020, observa-se um interesse no mercado em apresentar produtos para compor a mesa nas casas brasileiras. Nesse movimento pode-se observar o aquecimento do mercado de decoração tanto nas lojas físicas como no e-commerce na oferta de talheres. Todavia, as indústrias de cutelaria brasileiras carecem de estudos sobre os atributos estéticos mais assertivos para uma maior aceitação do consumidor final. Na tentativa de colaborar com essa demanda, o presente estudo objetiva analisar em que medida os talheres de aço inox, produzidos industrialmente no Brasil, afetam os usuários na cidade de Caruaru. A ideia é identificar a relação usuário com o objeto, através de um estudo experimental, apoiados no Design Emocional. O desenho da pesquisa consistiu em: 1) uma análise de mercado em lojas físicas e site de e-commerces para identificar os talheres nacionais com melhores avaliações pelos usuários; 2) aplicação de um protocolo de auto relato para avaliação das emoções de afeto positivo e negativo (PANAS). Os talheres selecionados foram apresentados aos voluntários em dois momentos: háptico e visual. Como resultado observou-se que os talheres com ranhuras sutis e pesado afetaram positivamente os usuários, enquanto os talheres extremamente lisos e leves ou com presença de textura visual na superfície afetaram negativamente a maioria dos usuários.

Palavras-chave: Cutelaria; Estímulos; Superfície; Avaliação Emocional.

ABSTRACT

With the change in routine imposed by the quarantine in the COVID-19 pandemic, there has been a growing interest in the market of presenting products to be part of the dining table in Brazilian homes. In this scenario, it can be observed an upturn of the decoration market both in physical stores and in e-commerce in the supply of cutlery. However, Brazilian cutlery industries lack studies on the most assertive aesthetic attributes for greater acceptance by the end consumer. In an attempt to collaborate with this demand, this study aims to analyze the extent to which stainless steel cutlery, industrially produced in Brazil, affects users in the city of Caruaru. The idea is to identify the user relationship with the object, through an experimental study, based on Emotional Design. The research design consisted of: 1) a market analysis in physical stores and e-commerce websites to identify the national cutlery with the best user reviews; 2) application of a self-report protocol to assess positive and negative affect emotions (PANAS). The selected cutlery was presented to the volunteers in two moments: haptic and visual. As a result, it was observed that cutlery with subtle grooves and heavy weight positively affected users, while extremely smooth and light cutlery or cutlery with the presence of visual texture on the surface negatively affected the majority of users.

Keywords: cutlery; stimuli; surface; emotional assessment.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Garfo bifurcado do século XV.	15
Figura 2 –	Conjunto de nove peças projetado por Josef Hoffman.	17
Figura 3 –	Colher em molde rococo feita em 1842 por Charles & George Foxf.	18
Figura 4 –	Garfo em prata Alvin Raphael 1902.	19
Figura 5 –	Garfos de sobremesa de David Andersen.	20
Figura 6 –	Talheres em prata Bauhaus de 1960.	21
Figura 7 –	Talheres da tramontina com cabo plástico.	22
Figura 8 –	Talheres diversos em cabo plástico.	22
Figura 9 –	3 Níveis do design por Donald Norman.	25
Figura 10 –	Desenho de pesquisa do procedimento experimental.	30
Figura 11 –	Um recorte do protocolo de escala de autorrelato adaptado do PANAS.	32
Figura 12 –	Utilização dos participantes na fase háptica do experimento de PANAS.	33
Figura 13 –	Participante na fase visual do experimento de PANAS.	34
Figura 14 –	Seleção dos talheres para o experimento.	37
Figura 15 –	Modelo Circumplexo de Afeto.	38
Figura 16 –	Talheres tramontina laguna.	39
Figura 17 –	Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no talher Tramontina Laguna.	40
Figura 18 –	Talheres Tramontina Malibu.	41
Figura 19 –	Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no talher Tramontina Malibu.	42
Figura 20 –	Talheres Kas Moon.	43
Figura 21 –	Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no talher Kas Moon.	44
Figura 22 –	Talheres Wolff Viana.	45
Figura 23 –	Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no talher Wolff.	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –	Afetos da versão final da PANAS portuguesa (Galinha & Pais-Ribeiro, 2005)	27
Tabela 2 –	Tabela do desenho da pesquisa Fonte: (Desenvolvido pela autora)	28
Tabela 3 –	Análise Sincrônica dos talheres do mercado. (Desenvolvido pela autora)	36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

C	Carbono
Cr	Cromo
Fe	Ferro
Ni	Níquel
OMS	Organização Mundial de Saúde
PANAS	Positive Affect and Negative Affect Schedule
PP	Polipropileno

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	OBJETIVOS	13
2.1	GERAL.....	13
2.2	ESPECÍFICOS	13
3	REFERENCIAL TEÓRICO	13
3.1	O RITUAL DE SENTAR À MESA ATRAVÉS DO TEMPO	13
3.1.1	uma breve história sobre os talheres	14
3.1.2	O reflexo dos movimentos artísticos na forma dos talheres..	17
3.2	O PAPEL DO AÇO INOX NA CUTELARIA	23
3.3	O FATOR EMOCIONAL NA ESCOLHA DOS ARTEFATOS	24
3.3.1	Escala de afetos positivos e negativos: PANAS	26
4	DESENHO DA PESQUISA	28
5	RESULTADOS	34
5.1	SELEÇÃO DOS TALHERES PARA AVALIAÇÃO EMOCIONAL..	37
5.2	ETAPA 2 - CONSIDERAÇÕES DO EXPERIMENTO	47
6	CONSIDERAÇÃO FINAL	48
	REFERÊNCIAS	49
	APÊNDICE A – PROTOCOLO DE HUMOR.....	52
	APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO	53
	APÊNDICE C – FORMULÁRIO DE PERFIL	54

1 INTRODUÇÃO

Os talheres são artefatos essencialmente usados à mesa desde meados do século XIX. Se antes esses objetos serviam à realização de atividades comensais, hoje, estão em evidência, não mais pelo aspecto funcional, e sim, pelo apelo estético-simbólico (NISHIMURA e QUEIROZ, 2016).

Recentemente, o ano de 2020 ficou marcado por uma pausa mundial diante de uma pandemia causada pela Covid-19. Uma quarentena rígida imposta pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e Governos nos forçou a manter um isolamento social.

Uma pesquisa realizada pelo IBGE (2020) confirmou que ao decorrer da pandemia, cerca de 88 milhões de pessoas (41,6%) tiveram acesso restrito às ruas e só saíram em caso de necessidades básicas e outros 42,4 milhões (20,1%) ficaram estritamente isolados.

O ato de sair de casa ficou restrito a casos de extrema necessidade e sem o contato físico das relações sociais no ambiente educacional ou laboral foram observadas mudanças em alguns hábitos dentro do âmbito domiciliar. Após alguns meses de isolamento, observou-se em blogs, sites e revistas como: BBC (O hábito que você deve cultivar para que o tédio na pandemia não mate sua criatividade, 2021) e Correio Braziliense (Hora de se reinventar: isolamento social inspira dedicação a novos projetos, 2020) Orientações sobre como pequenos atos poderiam mudar sua rotina e sair do tédio durante a quarentena. Por exemplo, o hábito de se reunir ao redor da mesa de jantar voltou a se tornar comum, uma vez que as normas sanitárias tinham que ser cumpridas (Estadão, 2020).

Mesmo com o comércio desaquecido durante a pandemia do coronavírus, uma pesquisa realizada pela *Neotrust*¹ No mês de Maio de 2021, apontou um crescimento do setor de Casa e Decoração em mais de 27,66% em relação ao ano de 2020. De acordo com essa pesquisa mercadológica, pode-se traçar um paralelo com o fato de que o isolamento social no Brasil durante a pandemia do Covid-19 resultou em um alto índice de famílias em *lockdown* dentro de suas casas o que pode ser suscitado o aumento do interesse por itens para decoração das residências.

¹ Empresa nacional de análise de fonte de dados e de inteligência sobre o e-commerce brasileiro.

Neste cenário, entre os dos itens mais procurados em *sites* de e-commerce estão os conjuntos de talheres de inox de uma indústria que lidera na preferência dos consumidores Brasileiros. Todavia, na contramão desse crescente fenômeno de moda que está se tornando o ato de vestir a mesa, o mercado nacional explora vagorosamente a morfologia dos utensílios de cozinha, como veremos ao decorrer desse estudo.

Segundo Silva (2021) as escolhas dos usuários para o que se tem chamado *tableware* tem gerado interesse do setor de cutelaria, assim, tentar entender quais as preferências visuais e hápticas que determinam as escolhas para compor a mesa tornam-se essencial para o segmento.

Neste contexto, justifica-se esse estudo analítico e exploratório na busca de informações sobre os atributos estético-simbólicos que afetam os usuários brasileiros no contato háptico/visual com os talheres fabricados e vendidos no Brasil. A autora desta pesquisa se questiona em qual medida a superfície dos materiais aplicada nos talheres de aço inox, afeta os usuários da cidade de Caruaru - Pernambuco? Os resultados podem colaborar para futuros projetos de produto da indústria de cutelaria nacional e internacional.

Esta investigação está relacionada ao projeto de cooperação internacional iniciado em 2021 entre os pesquisadores do Lab2PT da Universidade do Minho - Guimarães - Portugal e os pesquisadores do Laboratório de Design “O Imaginário” da Universidade Federal de Pernambuco (PE), Brasil e, a empresa de cutelaria portuguesa HERDMAR®.

2 OBJETIVOS

2.1 Geral

Analisar em que medida os talheres de aço inox, produzidos industrialmente no Brasil, afetam os usuários na cidade de Caruaru.

2.2 Específicos

- Mapear os principais talheres disponíveis no mercado de Caruaru.
- Avaliação afetiva dos colaboradores do Home-Center Ferreira Costa em contato háptico e visual com os talheres.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

No tópico a seguir iremos discorrer acerca do embasamento teórico que abarca esse projeto, permeando alguns autores como António Damásio, Desmet e Donald Norman. Onde iremos correlacionar seus trabalhos acerca da emoção para justificar a pesquisa a ser desenvolvida.

3.1 O ritual de sentar à mesa através do tempo

O ritual de união ao redor do ambiente onde se alimenta, foi notado de forma natural desde a antiguidade, onde os povos se reuniam ao redor da fogueira para fazer as refeições. No século XI observou-se uma tendência já esboçada no século anterior, no sentido de separar o local de preparo de alimentos do local de consumo. Desde então, gradualmente, observam-se mudanças nos costumes e hábitos que permeiam e ampliam esse ato cerimonial com normas e etiquetas em fator da segregação social impactando na evolução tecnológica dos artefatos de cutelaria (LIMA, 1995.)

Na idade média, a superposição das áreas de serviços e de estar passou a ser considerada inconveniente e inadequada. A mesa de comer ganhou um ambiente próprio, que lhe foi exclusivamente destinado - a sala de jantar - transformada em cômodo imprescindível na casa burguesa. Com a destinação de um cômodo próprio para a alimentação, novas normas foram surgindo, a ponto ter seu próprio folhetim de

código de boas condutas, conduzido pelo livro *Modern etiquette in private and public* (1872).

O principal objetivo desse código foi dar significado social e estabelecer uma conduta padronizada, buscando o distanciamento da forma selvagem de se alimentar com as mãos dos povos da geração passada.

Lima (op. cit) também esclarece que:

“Na França a partir do século XVIII , assumiu a seguinte feição: a mesa era posta de modo a transmitir a impressão de opulência e abundância, carregada de alimentos e objetos decorativos dispostos simetricamente. [...] Pratos, talheres, cálices, toda sorte de travessas com profusões de alimentos, jarras, garrafas de vinho, candelabros, saleiros, etc., eram dispostos à volta de centros de mesa fartamente elaborados com pirâmides de frutas.”

Apesar das inúmeras restrições que compunham as determinações em meados do século XVIII, como por exemplo: limitações para o uso coletivo e compartilhado da faca e tigelas ou se reunir à mesa, ainda se mantiveram alguns costumes como: usar a faca para palitar os dentes ou limpar a boca na toalha da mesa. Noções que no século posterior foram restritas por questões básicas de higiene. Normas essas, que apesar da mutação de conceitos de etiquetas e higiene, ainda ditam formalmente nossa conduta à mesa e como conduzir esse ritual.

3.1.1 Uma breve história sobre os talheres

De fato, é possível traçar a evolução humana através da história do instrumento faca. A demanda por um instrumento cortante teve indício desde a pré-história, quando os homens tiveram a necessidade de realizar ações básicas para a sobrevivência humana. Os primeiros indícios do uso de faca foram registrados com materiais naturais como osso, pedra, depois bronze e finalmente com ferro cerca de 1000 a.C (Wilson, 2012).

A ferramenta afiada ajudava a caçar e a partir os alimentos para o consumo. Quase que na mesma época cronológica, a colher juntamente com a faca, foi um artefato que dividiu espaço para a realização das refeições. A colher foi por muito

tempo um objeto feito de conchas, chifres ou animais ocos. Com o passar das eras, essas foram as duas principais ferramentas para alimentação. Deixando de ser considerado apenas como uma ferramenta em meados do século XVI para ser visto como um item doméstico por meio de Luís XIV (Spencer et al., 2014)

O rei do sol, como era conhecido no seu reinado, teve um importante papel para as concepções de etiquetas que são influências até hoje. Desde o nascimento conhecido pela história das padronizações de hábitos e gestos em reuniões sociais, no reinado de Luís XIV, a etiqueta foi um determinante medidor social na hierarquia do palácio, o monarca impôs em uma cerimônia uma sucessão de normas e controles de ações tanto dentro ou fora da mesa. Iniciando a concepção que temos hoje das formas de como se portar à mesa. (EQUIPE EDITORIAL, 2017)

No mesmo século, uma autoridade francesa conhecida como cardeal Richelieu, determinou a confecção de facas com pontas arredondadas depois de perceber o uso constante de seus súditos de perfurar o alimento e consecutivamente limpar seus dentes com a mesma faca (Ward, 2009).

O último instrumento introduzido para compor os itens da cutelaria foi o garfo, apontado por Spence & Fiszman “a surpreendente invenção moderna” (Figura 01) . No século XI o garfo chegou a ser um objeto de desagrado pelo ponto de vista cristão, considerado como um insulto ao sagrado, já que até então, usavam as mãos para pegar os alimentos e levá-los até a boca. As facas e colheres, feitas em prata, eram



Figura 1 Garfo bifurcado do século XV. Fonte: (Met Museum, 2023)

basicamente usadas para aqueles alimentos que não se conseguia manipular com as mãos (Spence et al., 2014).

Depois de alguns séculos sem a menção do garfo na história da cutelaria, ele retorna com a Rainha Francesa Catarina de Médici em 1519, que por sua vez ditou a popularização do garfo. Enfim, em meados do século XVII o garfo oficialmente se tornou um item de desejo nas casas, um artigo de luxo da nobreza. Logo, na virada de século entre o XVII e o XVIII, o garfo começou a desenvolver formas que acompanhavam as necessidades dos consumidores.

Os dentes deixaram de ser apenas bifurcados, para acompanhar mais um dente, que auxiliavam a levar a comida até a boca, após isso o garfo com quatro dentes também começou a ser utilizado para condução de alimentos.

A partir do século XX, com a função de cada talher definida, já não era incomum o uso destes utensílios na mesa, portanto, a função social das peças não eram mais de ditar costumes ao se usar ou não esses artigos, e sim de como essa peça era vista ao vestir a mesa.



Figura 2 Conjunto de nove peças projetado por Josef Hoffman. Fonte: (Christies, 2023)

No ano de 1903, o arquiteto e designer Josef Hoffman, ousou ao desenhar um conjunto de talheres vanguardista para a época com edições limitadas de fabricação que trazia uma superfície chapada, crua e sem detalhes confeccionada em prata (Figura 2). Naquela época, o movimento de *art nouveau* era a predominância estética a ser adotada tanto nos objetos de apreciação artísticas quanto em objetos de uso doméstico.

3.1.2 O reflexo dos movimentos artísticos na forma dos talheres

"Sim, objetos atraentes funcionam melhor. Nós amamos curvas sensuais, superfícies lisas, e objetos sólidos e robustos." Norman (2003, pág. 89)

As formas no corpo dos talheres sofreram modificações através dos séculos, inicialmente tiveram a analogia feita pelos gregos associada a uma arma de guerra do deus Poseidon, possuidor de um tridente, um artifício semelhança de uma lança, com três pontas. (Spence et al., 2014).

Séculos após o formato remeter aos artefatos de luta, as superfícies começaram a ser entalhadas e ornamentadas de acordo com a representação de poder e status social. Os elementos gravados nos cabos dos talheres refletem também os movimentos artísticos de cada era, fazendo com o que tivesse uma composição visual que reunisse o mesmo estilo estético do século vigente, como podemos ver na imagem abaixo (Figura 3) o adorno marcado pelo estilo artístico do rococó.



Figura 3 Colher em molde rococo feita em 1842 por Charles & George Foxf. Fonte: Mary Cooke, 2023.

Com delicadeza e fluidez nos traços, o movimento rococó, que teve duração por volta dos anos 1699 – 1780, é caracterizado pela elegância, com foco no uso de formas naturais e design assimétrico. (LÍGIA TÔRRES, 2021).

O movimento artístico posterior ao rococó que marcou uma mudança substancial de estilo, foi o *Art nouveau* entre 1890-1910 “Com um movimento inteiramente autêntico, livre de qualquer imitação de estilos que o precederam.” (LÍGIA TÔRRES, 2021). As formas exageradas, e o maximalismo dos grafismos, mesclavam com uma exaltação à natureza e ao corpo feminino. Como podemos ver na imagem abaixo (Figura 4).



Figura 4 Garfo em prata Alvin Raphael 1902. Fonte: (Barry's Pawn and Jewelry, 2023).

Após alguns séculos sem um movimento artístico substancial quem tenha moldado esteticamente a aparência dos artefatos. Entre os anos de 1950 – 1965 surge um movimento intitulado *pop art* que ressalta a oposição estética completa dos movimentos antecedentes a ele como forma de protesto. Reproduzindo a aparência industrial, abusando das formas geométricas, tanto nos grafismos coloridos dos cabos quanto no corpo dos talheres. (Figura 5).



Figura 5 Garfos de sobremesa de David Andersen Fonte: (etsy, 2023)

Logo mais entre 1960 – 1970 houve o surgimento de uma nova corrente no âmbito das artes visuais, o minimalismo. Enquanto aspecto filosófico, o minimalismo irá adequar às necessidades da vida, aquilo que é realmente essencial, descartando as futilidades no caminho da realização. (TODA MATÉRIA, 2015). Esse modo construtivista de aplicar a forma mais geométrica, refletiu na implicação mais funcional dos objetos, rejeitando as superfícies carregadas de elementos e apelos decorativos. (Figura 6).



Figura 6 Talheres em prata Bauhaus de 1960 Fonte: (Pamono, 2023).

Atualmente, há uma diversidade de produtos com inserções de diferentes formas, texturas e materiais no mercado. Talheres que possuem dois materiais principais, como aço inox e plástico são os mais comuns encontrados no mercado atual (Imagem 7). Sendo o plástico um material com maior facilidade de apresentação de formas distintas, há uma gama de representações visuais no mercado que apresentam esses dois materiais como uma proposta de personalização para a mesa posta (Figura 8).



Figura 7 Talheres da tramontina com cabo plástico Fonte: (Tramontina, 2023).



Figura 8 Talheres diversos em cabo plástico Fonte: (Temzadesign, 2023).

3.2 O papel do aço inox na cutelaria

Antes do século XVIII, a maioria dos utensílios eram feitos de prata (um dos mais inertes dos metais e, portanto, que reage menos com os alimentos) (Spencer et al., 2014). A utilização destes itens em metais nobres já se compreendia como forma de demonstração de poder e *status* social, visto que, esse minério era escasso e de difícil acesso.

Após alguns anos, com o aprimoramento das técnicas de produção, surgiu a invenção do banho de prata em meados do século XIX, acompanhado por uma forte expansão do mercado consumidor, resultou na ampliação do uso de talheres para todos os níveis da sociedade (Himsworth 1953; Visser 1991; Marrom 2001; Elias 2005).

Com essa descoberta, mais talheres banhados eram produzidos a um valor inferior aos produzidos inteiramente com a prata, barateando o processo de produção, e então fazendo com o que os conjuntos de cutelaria aos poucos fossem se tornando um objeto de uso mais comum. Também passaram a ser forjados especialmente de ferro, latão, bronze e estanho, porque eram os únicos metais que eram acessíveis. No entanto, estes dariam muitas vezes um odor desagradável aos alimentos (Miodownik 2008;).

Já no início do século XVIII com a revelação do alumínio, inúmeros conjuntos de talheres passaram a ser feitos com esse material, apesar do alumínio ser abundante hoje, ele foi considerado um item raro e rapidamente se tornou moda nessa época: colheres feitas desse metal foram por um tempo tão raros que já foram exibidos em as vitrines da Tiffany's na Quinta Avenida (McGee 1990, p. 244).

Por fim, com a invenção do aço inox, uma liga metálica composta por ferro (Fe), cromo (Cr), carbono (C) e níquel (Ni) Material descoberto por Harry Brearley logo depois da primeira guerra mundial, foi possível utilizar um material que atendesse as expectativas de um cliente que necessitava de uma material em que não enferrujasse tão facilmente.

Esse resultado obteve eficácia com o poder do cromo, metal resistente à corrosão que reage como o oxigênio formando uma camada protetora no aço, fazendo com o que outras substâncias não façam contato direto com o material, tornando ele mais resistente com o passar do tempo. Ao longo da história o aço inox causou uma redução na gama de outros materiais que foram utilizados para fabricar talheres, e hoje é o material mais usado para talheres Spencer (2014).

Para além das questões práticas de uso dos artefatos, o tratamento cromado dos talheres com o uso do aço inox carrega um o fator emocional de preferência no mercado pela associação à prata.

3.3 O fator emocional na escolha dos artefatos

Para compreender como a emoção influencia na escolha dos usuários, a presente pesquisa fará uma breve discussão entre autores de diferentes campos de estudo.

O neurocientista António Damásio (1994) declara que a emoção está disposta em dois graus de experiência: as emoções “iniciais” primárias e as emoções “adultas” secundárias. As emoções primárias evocam o instinto humano, são estados emocionais dados como formas de reações instantâneas pelo corpo, como por exemplo sentir medo ou desespero de um animal do dobro de nosso tamanho. Já as secundárias são as formas do sentir com base em experiências já processadas, o entendimento de que já há uma reflexão existente sobre uma situação, como por exemplo a sensação de nostalgia ao ver um item doméstico de sua avó.

Um dos principais autores na área do design, David Norman, defende que as decisões racionais são baseadas em respostas emocionais ao mundo exterior em acordo com as experiências particulares de cada indivíduo.

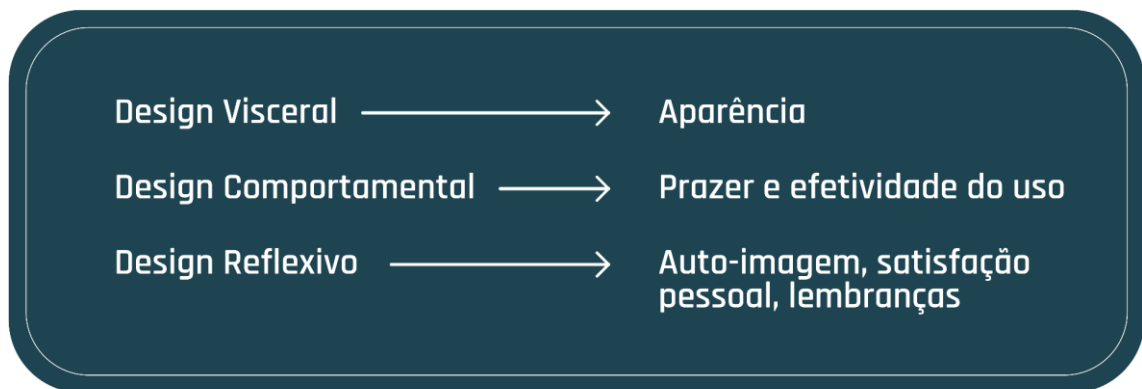


Figura 9: 3 Níveis do design por Donald Norman Fonte: (Desenvolvido pela autora).

Norman (2004) declara que todo design é emocional, pois a racionalidade humana depende das experiências afetivas, ele então elenca as três dimensões do Design Emocional: (1) Visceral, as primeiras impressões do produto, ocorrem de maneira instantânea, informam sobre “gosto ou não gosto”; (2) Comportamental, a funcionalidade e a relação estabelecida com o uso; e (3) Reflexivo, os significados, memórias e subjetividades associadas ao produto. Tal abordagem denota a importância dos processos inconscientes e conscientes na relação usuário-produto (Figura 9).

Na dimensão visceral do design, as respostas são formadas de modo inconsciente, e as reações primitivas são instantâneas para determinar o sentimento por um artefato. Nesse nível biológico a beleza sobressai aos possíveis erros funcionais de um objeto, a aparência formidável nos leva a imediata empatia ou antipatia. Um produto bonito e atraente pode fazer com que os usuários superem problemas de usabilidade, acreditando que ele funciona melhor (Norman, 2008). As impressões iniciais se dispõem de como nós aprovamos ou não um objeto, de acordo com nosso repertório, esse nível refere-se ao julgamento mais ágil, que são as pré-definições feitas pelo subconsciente a fim de determinar rapidamente as percepções sobre o objeto. A dimensão comportamental diz respeito ao uso, têm o foco em como o produto desempenha a sua função e sua eficácia. Já a dimensão reflexiva tem relação para além do indivíduo, ou seja, na evocação de lembranças e recordações específicas, ou até mesmo na apresentação de si para a sociedade.

Já Desmet diz que todo produto, serviço, sistema ou tecnologia projetados evocam emoções, tanto positivas quanto negativas. Por conta disso será levada em consideração as valências negativas e positivas das emoções sentidas através de questionários de PANAS. O conceito de emoção surge em diferentes teorias como fator formador de comportamentos sociais, como respostas corporais aos estímulos exteriores ou mesmo uma avaliação decorrente de um evento (Desmet, 2012).

Diante destes diferentes níveis de processamento da emoção pode-se traçar uma correlação com o ritual de vestir a mesa. Desde a fase que precede a aquisição, onde não se tem contato direto com a superfície do utensílio, até a utilização cotidiana na mesa de jantar.

Alguns atributos estéticos dispostos no produto podem causar esse afeto positivo como: objetos simétricos; objetos lisos, brilhantes, arredondados e sensuais (Norman, 2008). Os produtos que temos contato desencadeiam a nossa relação primária da emoção, ou seja, sentimos inevitavelmente afeição ou aversão por aquilo que vemos ou tocamos, as formas sinuosas de um produto, a percepção de que a superfície pode ser confortável ao toque ou a recusa do contato quando percebemos que podem ser perigosas ao manuseio.

3.3.1 Escala de afetos positivos e negativos: PANAS

Sabendo de todos os fatores que nos fazem demonstrar satisfação ou desagrado imediata ao ter contato háptico² com o produto, Dischinger exemplifica:

“Quando se observam pessoas examinando as texturas de um material, é possível identificar que elas sempre movem os extremos de seus dedos sobre a amostra. A rugosidade excita os receptores vibratórios quando ocorre o movimento dos dedos, assim como na identificação da dureza e da forma, que são mais bem percebidas durante o movimento.” (Dischinger, Maria do Carmo Torri, 2009, pág. 38)

Norman afirma que as respostas humanas aos objetos do dia-a-dia são complexas, determinadas por uma variedade de fatores (Design Emocional, 2003).

² São áreas do corpo com grande número de fusos musculares que funcionam como órgãos sensoriais, levando e trazendo informações, juntamente com os outros sentidos. Onde ocorre uma ativação emocional. (MUNIZ, Marcelo. Sistema háptico, autorregulação e movimento. Repertório, Salvador, ano 21, n. 31, p. 87-104, 2018.2)

Neste estudo, para verificar as respostas humanas sobre os estímulos táteis que determinam a preferência do consumidor brasileiro ao escolher um conjunto de talheres, será aplicada a ferramenta de auto relato Protocolo de PANAS.

O PANAS é uma escala de autorrelato verbal, desenvolvida por Watson, Clark and Tellegen (1988). Essa ferramenta tem como objetivo medir duas dimensões de humor, os afetos positivos (*Positive Affect - PA*) e os afetos negativos (*Negative Affect - NA*) durante uma determinada ação ou momento (Watson, Clark and Tellegen, 1988). O afeto pode ser evidenciado de acordo com uma divisão em que difere os afetos positivos dos afetos negativos, onde ambos são estabelecidos pela frequência e a intensidade com que os indivíduos sentem emoções (LYUBOMIRSKY; KING; DIENER, 2005). O método de PANAS é descrito por Hutz (2014) como o mais utilizado nos estudos que buscam mensurar o afeto, tanto os positivos como os negativos. Neste estudo, usaremos como base a interpretação de PANAS traduzida para o português por Galinha e Pais-Ribeiro (2005).

Afetos Positivos	Afetos Negativos
Interessado	Perturbado
Entusiasmado	Atormentado
Excitado	Amedrontado
Inspirado	Assustado
Determinado	Nervoso
Orgulhoso	Trémulo
Ativo	Remorsos
Encantado	Culpado
Caloroso	Irritado
Agradavelmente Surpreendido	Repulsa

Tabela 1: Afetos da versão final da PANAS portuguesa (Galinha & Pais-Ribeiro, 2005).

Os autores traduziram as palavras do inglês para o português para que os conceitos obtivessem o mesmo significado cultural, contudo, verifica-se que a maioria dos itens resultantes na adaptação portuguesa são a tradução ou sinónimos dos itens da escala americana original. (Galinha e Pais-Ribeiro, 2005). A seleção desta

ferramenta de avaliação afetiva deu-se em função da pesquisa mãe que aconteceu em parceria com a Universidade do Minho - Portugal.

4 DESENHO DA PESQUISA

Este estudo será conduzido através de um método de pesquisa híbrida, onde há uma combinação de métodos qualitativos e quantitativos. empregando uma abordagem em campo que consistem em: 1) Mapeamento dos principais talheres comercializados nas lojas físicas e de e-commerce; 2) Avaliação afetiva dos voluntários em contato háptico e visual com os talheres;

OBJETIVO		
GERAL		
Analisar em que medida os estímulos táteis da superfície dos talheres de aço inox, produzidos industrialmente no Brasil, afetam os usuários de Caruaru na hora de vestir a mesa.		
ETAPAS METODOLÓGICAS		FERRAMENTAS
Objetivos específico 1	Análise dos sites E-commerce	Tratamento dos dados / Tabela sincrônica
Mapear os principais talheres comercializados por sites e-commerces e lojas físicas de Recife e Caruaru;	Visita a lojas físicas em Caruaru	
	Seleção dos talheres	
	Análise técnica	
Objetivos específico 2	Elaboração do protocolo	PANAS/ Protocolo de Humor
Identificar os atributos hápticos e visuais da superfície dos talheres que afetam os usuários da cidade de Caruaru - PE.	Teste piloto	Formulário GoogleForms
	Aplicação do protocolo	Termo de consentimento
	Análise afetiva	Tratamento dos dados Software excel/ Illustrator

Tabela 2: Tabela do desenho da pesquisa Fonte: (Desenvolvido pela autora).

A Análise dos produtos concorrentes é um ponto estratégico para identificar as diversas variantes existentes no mercado atual, pois a comparação e a crítica dos produtos requerem a formulação de critérios comuns. (BONSIEPE et al., 1984).

Nas etapas metodológicas, iniciamos realizando visitas às lojas físicas em Caruaru. Após as visitas nas lojas físicas, realizamos a seleção dos talheres para complementar a pesquisa. Na análise técnica, avaliamos quais e quantos talheres seriam necessários para a pesquisa. Em seguida procedeu a elaboração do protocolo para teste piloto e após a realização do teste piloto de maneira fluida, partimos para validação do protocolo proposto em situação real. E então seguimos para a análise afetiva para avaliar a eficácia do protocolo que foi implementado e por fim tomar as conclusões com base nos resultados.

Durante o desenvolvimento do estudo houve a parceria com a empresa Ferreira Costa Ltda. A empresa cedeu os talheres selecionados, o espaço para realização do experimento e os seus funcionários foram os voluntários da pesquisa. O público alvo escolhido para o experimento foram as pessoas que já possuem sua independência financeira, independente de gênero, idade ou classe social.

O experimento ocorreu da seguinte forma:

- Esclarecimento da pesquisa e consentimento para participação do projeto;
- Aplicação do formulário de *Baseline*³ compreender o estado de humor dos voluntários;
- Aplicação do formulário de perfil do usuário;
- A etapa háptica, onde os voluntários tocam vendados os artefatos e respondem ao protocolo de auto relato de PANAS;
- A segunda etapa visual, onde os talheres são dispostos para serem visualizados e respondem ao protocolo de auto relato de PANAS.

A figura 14 , apresenta uma síntese gráfica do experimento em campo:

³ *Baseline* ou Linha de base é um ponto de partida onde assegura que todos os voluntários estarão com o mesmo ponto estável para realização da pesquisa.

DESENHO DE PESQUISA



2 min.

Entrada e esclarecimento de modo individual da pesquisa para os participantes.



3 min.

Baseline, deixando todos os participantes em um mesmo nível de relaxamento do estado corporal.



3 min.

Aplicação do questionário para saber a escala de humor de cada participante.



12 min.

Cada participante sentará com olhos vendados para manusear os 6 talheres dispostos.



Enquanto faz o manuseio, será feito o protocolo de PANAS para obter os resultados da escala de sentimento de cada talher.



12 min.

Após o questionário ser feito com os olhos vendados, o participante poderá ver os talheres e então responder novamente o mesmo formulário, desta vez usando dos recursos ápticos e ópticos.

Figura 10: Desenho de pesquisa do procedimento experimental. Fonte: Desenvolvido pela autora

O procedimento de Baseline foi caracterizado pela aplicação de um formulário para escala de humor, contendo três perguntas fechadas sobre como estava o sentimento de cada participante no momento do experimento, foram elas “Como você está se sentindo nesse momento?” “Como está se sentindo em relação a sua participação nesta pesquisa?” e “Como está se sentindo em relação ao ambiente da pesquisa?”.

Logo após esse momento foi solicitado o preenchimento do segundo formulário para avaliação do perfil do candidato, perguntas básicas sobre o participante como faixa etária, gênero e faixa salarial. Disponibilizado por meio do Google Forms.

A versão portuguesa da PANAS originalmente consiste em 20 emoções com duas sub-escalas. A escala consiste num conjunto de palavras que descrevem diferentes sentimentos e emoções (Galinha e Pais-Ribeiro, 2005). Durante a elaboração do Protocolo PANAS foram aplicados testes piloto para validação da ferramenta de pesquisa, e assim, foram feitas alterações de alguns adjetivos por sinônimos para uma compreensão maior das categorias. Ao final foram utilizados doze dos vinte afetos que compõem a escala original, sendo seis dos afetos positivos e seis negativos, a fim de alcançar uma melhor correlação com o objeto de estudo.

Neste estudo, a primeira etapa do PANAS teve como métrica a forma objetiva, onde o participante analisa de forma háptica a textura dos talheres. Já na segunda o resultado será mensurado por atributos de percepção subjetivas.

	0 (Nada)	1 (Um Pouco)	2 (Moderadam...	3 (Bastante)	4 (Extremamen...
Interessado (a)	☐	☐	☐	☐	☐
Aflito (a)	☐	☐	☐	☐	☐
Animado (a)	☐	☐	☐	☐	☐
Preocupado (a)	☐	☐	☐	☐	☐
Agradavelment...	☐	☐	☐	☐	☐
Assustado (a)	☐	☐	☐	☐	☐
Afetuosos (a)	☐	☐	☐	☐	☐
Repulsa	☐	☐	☐	☐	☐
Entusiasmado ...	☐	☐	☐	☐	☐
Irritado (a)	☐	☐	☐	☐	☐

Figura 11: Um recorte do protocolo de escala de autorrelato adaptado do PANAS. Fonte: (Desenvolvido pela autora).

Primeiro, a escala de autorelato PANAS foi aplicada de forma simultânea com a dinâmica da pesquisa, os voluntários sentavam a mesa devidamente vendados e lhe eram oferecidos talheres pré-determinados do mesmo conjunto e solicitado que fossem manuseados cautelosamente enquanto eram questionados sobre os afetos positivos e negativos. (Figura 10).



Figura 12: Utilização dos participantes na fase háptica do experimento de PANAS. (Foto da autora)

Posteriormente, após as respostas obtidas do primeiro questionário de autorrelato de olhos vendados, os voluntários retiraram a venda e só então foi iniciada a segunda fase do auto relato que busca saber quais afetos negativos ou positivos foram transmitidos. As perguntas do questionário podem ser consultadas no Apêndice A.



Figura 13: Participante na fase visual do experimento de PANAS. (Foto da autora)

Os voluntários foram apresentados por mais uma vez à amostra de talheres pré-selecionados da primeira etapa, onde foi aplicado na mesma ordem de forma simultânea o auto relato de PANAS. Sendo postos diante dos participantes de forma alinhada na mesa que foi realizado o experimento (Figura 11).

5 RESULTADOS

Na análise de perfil do participante, o experimento foi realizado por 8 voluntários, iniciamos o primeiro questionário de perfil onde tivemos a participação de 4 mulheres e 4 homens; sendo todos de faixa etária entre 18-34 anos; A faixa salarial entre os participantes é de 87,5% recebendo entre 1 e 2 salários mínimos e 12,5% entre 3 e 4 salários mínimos; Todos os participantes afirmaram comprar os próprios talheres mas que 37,5% dos entrevistados responderam que não costumam ter o hábito de fazer mesa posta em sua casa.

Já no formulário de humor, dos 8 participantes, 4 afirmaram estar extremamente felizes na hora da realização do experimento e 4 afirmaram estar confortáveis. Na segunda pergunta, todos responderam que estavam confortáveis com a relação da sua participação com a pesquisa. Já na última pergunta do protocolo de humor, 5 voluntários estavam extremamente felizes com o ambiente em que estavam sendo realizado, e 3 voluntários estavam se sentindo confortáveis no ambiente da pesquisa.

Partindo para as análises dos talheres selecionados, foram inicialmente feitas buscas nas quatro maiores empresas que possuem e-commerce no Brasil em 2021. No ranking feito pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), foram selecionadas lojas no segmento de departamento, artigos do lar e mercadorias em geral, como: Amazon, Americanas e Magazine Luiza; E Maiores no setor de Marketplace, como: Mercado Livre. Utilizando da própria ferramenta dos sites, empregando por “Mais vendidos” ou “Mais relevantes” fizemos uma busca pelos talheres mais vendidos de cada site, sendo os talheres Tramontina Laguna e o Tramontina Malibu.

Os talheres mais vendidos em todos os sites, apenas alternando as posições de primeiro e segundo mais vendido. Alguns outros talheres foram vistos entre os mais vendidos, como o Tramontina Havaí, Tramontina Ipanema, Tramontina Malibu, Tramontina Polywood e Brinox Lyon . Porém sem aparições expressivas nos sites de busca.

E para relacionar esses talheres de forma comparativa, foi feita uma análise técnica dos talheres encontrados dentro dos sites de ecommerce,(Amazon, Ferreira Costa, Magazine Luiza e Mercado Livre.) a fim de identificar os parâmetros de um mesmo produto. A comparação e a crítica dos produtos requer a formulação de critérios comuns. Convém incluir informações sobre preços, materiais e processos de fabricação. (BONSIEPE et al., 1984).

	Tramontina Malibu Características do produto <table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Achatado</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Liso</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Prateado</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Polido</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Arredondadas</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>26 g - 40 g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 69,00</td></tr> </table>	Material	Aço Inox	Formato	Achatado	Textura	Liso	Cor	Prateado	Acabamento	Polido	Bordas	Arredondadas	Peso	26 g - 40 g	Preço	R\$ 69,00
Material	Aço Inox																
Formato	Achatado																
Textura	Liso																
Cor	Prateado																
Acabamento	Polido																
Bordas	Arredondadas																
Peso	26 g - 40 g																
Preço	R\$ 69,00																
	Kas moon Características do produto <table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Retangular</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Martelado</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Prateada</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Brilhoso</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Pontiagudas</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>29g - 37g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 99,00</td></tr> </table>	Material	Aço Inox	Formato	Retangular	Textura	Martelado	Cor	Prateada	Acabamento	Brilhoso	Bordas	Pontiagudas	Peso	29g - 37g	Preço	R\$ 99,00
Material	Aço Inox																
Formato	Retangular																
Textura	Martelado																
Cor	Prateada																
Acabamento	Brilhoso																
Bordas	Pontiagudas																
Peso	29g - 37g																
Preço	R\$ 99,00																
	Tramontina Laguna Características do produto <table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Achatado</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Liso / Relevô</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Prateado</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Polido</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Pontiaguda</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>32 g - 44 g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 119,90</td></tr> </table>	Material	Aço Inox	Formato	Achatado	Textura	Liso / Relevô	Cor	Prateado	Acabamento	Polido	Bordas	Pontiaguda	Peso	32 g - 44 g	Preço	R\$ 119,90
Material	Aço Inox																
Formato	Achatado																
Textura	Liso / Relevô																
Cor	Prateado																
Acabamento	Polido																
Bordas	Pontiaguda																
Peso	32 g - 44 g																
Preço	R\$ 119,90																
	Pollywood Características do produto <table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox / Madeira tratada</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Retangular</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Madeira</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Avermelhada</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Madeira brilhosa</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Arredondadas</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>31g - 40g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 331,00</td></tr> </table>	Material	Aço Inox / Madeira tratada	Formato	Retangular	Textura	Madeira	Cor	Avermelhada	Acabamento	Madeira brilhosa	Bordas	Arredondadas	Peso	31g - 40g	Preço	R\$ 331,00
Material	Aço Inox / Madeira tratada																
Formato	Retangular																
Textura	Madeira																
Cor	Avermelhada																
Acabamento	Madeira brilhosa																
Bordas	Arredondadas																
Peso	31g - 40g																
Preço	R\$ 331,00																
	<table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Achatado</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Liso</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Prateado</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Polido</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Arredondadas</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>20 g - 32 g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 69,00</td></tr> </table>	Material	Aço Inox	Formato	Achatado	Textura	Liso	Cor	Prateado	Acabamento	Polido	Bordas	Arredondadas	Peso	20 g - 32 g	Preço	R\$ 69,00
Material	Aço Inox																
Formato	Achatado																
Textura	Liso																
Cor	Prateado																
Acabamento	Polido																
Bordas	Arredondadas																
Peso	20 g - 32 g																
Preço	R\$ 69,00																
	<table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox / Plástico</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Cilindrico</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Bambu orgânico</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Amarelada</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Liso com sulcos</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Cilíndricas</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>29 g - 40 g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 159,00</td></tr> </table>	Material	Aço Inox / Plástico	Formato	Cilindrico	Textura	Bambu orgânico	Cor	Amarelada	Acabamento	Liso com sulcos	Bordas	Cilíndricas	Peso	29 g - 40 g	Preço	R\$ 159,00
Material	Aço Inox / Plástico																
Formato	Cilindrico																
Textura	Bambu orgânico																
Cor	Amarelada																
Acabamento	Liso com sulcos																
Bordas	Cilíndricas																
Peso	29 g - 40 g																
Preço	R\$ 159,00																
	Brinox Lyon Características do produto <table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Achatado</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Liso / Relevô</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Prateado</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Polido</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Pontiaguda</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>32 g - 44 g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 139,90</td></tr> </table>	Material	Aço Inox	Formato	Achatado	Textura	Liso / Relevô	Cor	Prateado	Acabamento	Polido	Bordas	Pontiaguda	Peso	32 g - 44 g	Preço	R\$ 139,90
Material	Aço Inox																
Formato	Achatado																
Textura	Liso / Relevô																
Cor	Prateado																
Acabamento	Polido																
Bordas	Pontiaguda																
Peso	32 g - 44 g																
Preço	R\$ 139,90																
	Wolff Viena Características do produto <table> <tr><td>Material</td><td>Aço Inox</td></tr> <tr><td>Formato</td><td>Achatado</td></tr> <tr><td>Textura</td><td>Lisa</td></tr> <tr><td>Cor</td><td>Prateado fosco</td></tr> <tr><td>Acabamento</td><td>Polido</td></tr> <tr><td>Bordas</td><td>Retangular</td></tr> <tr><td>Peso</td><td>120g</td></tr> <tr><td>Preço</td><td>R\$ 240,00</td></tr> </table>	Material	Aço Inox	Formato	Achatado	Textura	Lisa	Cor	Prateado fosco	Acabamento	Polido	Bordas	Retangular	Peso	120g	Preço	R\$ 240,00
Material	Aço Inox																
Formato	Achatado																
Textura	Lisa																
Cor	Prateado fosco																
Acabamento	Polido																
Bordas	Retangular																
Peso	120g																
Preço	R\$ 240,00																

Tabela 3: Análise Sincrônica dos talheres do mercado. (Desenvolvido pela autora).

Os talheres selecionados para o experimento foram escolhidos por três critérios principais, sendo dois deles os mais vendidos pelo e-commerce nacional, um escolhido com base na preferência dos consumidores na cidade de Caruaru, e por

último, um que cumprissem o requisito de ter um estímulo visuo tátil que foi predeterminado pela pesquisadora. Ao final, quatro talheres foram selecionados para o experimento.

5.1 Seleção dos talheres para avaliação emocional



Figura 14: Seleção dos talheres para o experimento. (Desenvolvido pela autora).

Para o tratamento de dados utilizamos como referência a estrutura do Modelo bidimensional de disposição dos afetos proposto por RUSSELL (1980). Neste modelo podemos avaliar a valência e a energia do afeto dos usuários quando em contato com os artefatos. A valência é caracterizada pela experiência do sentimento (agradável -

desagradável) . É uma característica que traduz a condição da vida diretamente em termos mentais, momento a momento. Inevitavelmente, ela revela a condição como boa, ruim ou algo intermediário. Já a energia da emoção relaciona-se ao nível de intensidade de cada sentimento (ativação - desativação) DAMÁSIO(2018) Como podemos observar na figura 22:



Figura 15: Modelo Circumplexo de Afeto (RUSSELL, 1980).

Os resultados gráficos foram dispostos de forma paralela para melhor exemplificação visual. Cada voluntário foi simbolizado por uma cor e refletido graficamente com base nas suas respostas.

Tramontina Laguna

O primeiro talher escolhido foi o Tramontina Laguna, definido pelas características mais comuns dos talheres comercializados no Brasil, e não obstante um dos mais vendidos no e commerce, como dito anteriormente.



Figura 16: Talheres tramontina laguna. (Tramontina, 2023)

Obtivemos resultados similares entre as percepções visuais e hápticas, com aumento de intensidade nas valências positivas depois do toque

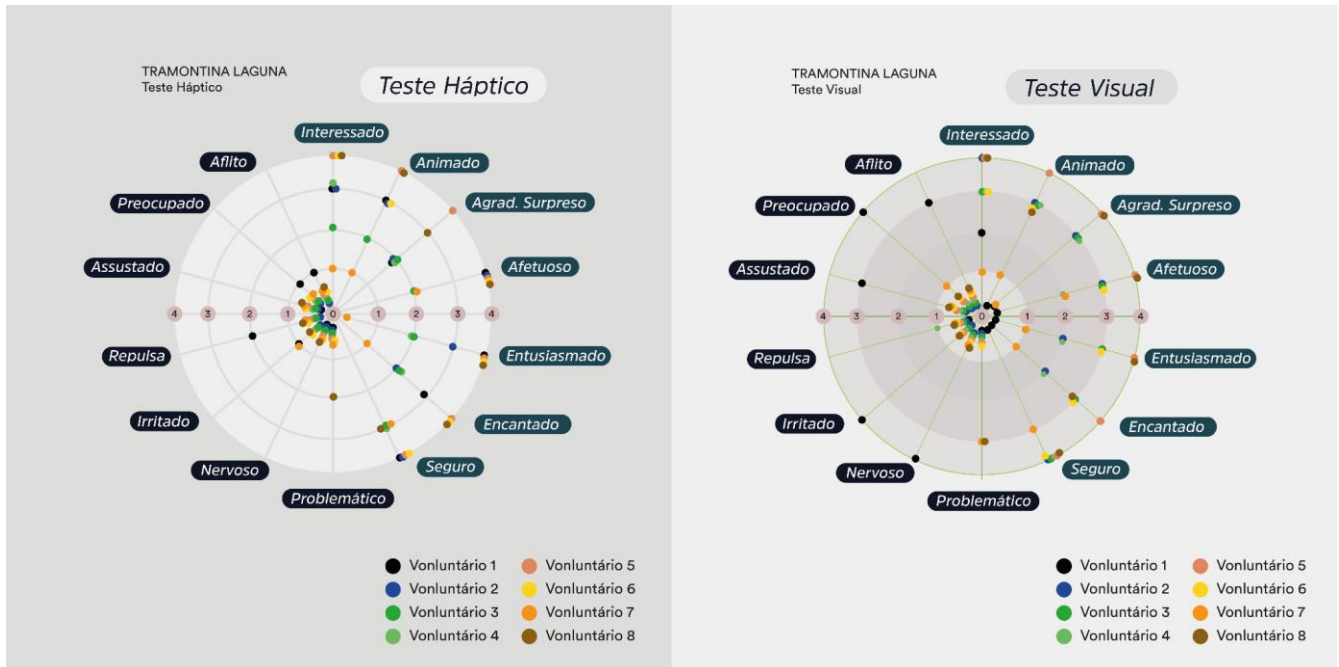


Figura 17: Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no talher Tramontina Laguna. (Desenvolvido pela autora).

O contato Háptico apresentou maior ativação nos marcadores positivos por todos os 8 voluntários, houve uma variação para intermediário no fator “Agradavelmente surpreso” destacando a forma mais convencional do talher Tramontina Laguna. Apesar da valência positiva ter mostrado mais força, tiveram variações quanto às emoções negativas, tendo uma alteração nos componentes “Encantado” e “Interessado”. Já no contato visual observamos uma desativação das emoções positivas do talher em questão, isoladamente o voluntário 1 modificou para a valência oposta todos os resultados antes feitos no contato háptico. Contrariando a percepção de todos os outros voluntários que variaram do regular para o extremamente positivo. Destacamos aqui as maiores as percepções pontuadas como “Afetuoso” e “Seguro” tanto no háptico quanto no visual, definindo uma característica do talher de textura lisa, pontiaguda na extremidade da cabo e de forma assimétrica.

Tramontina Malibu

Em relação ao segundo talher apresentado aos participantes, o Tramontina Malibu, obteve uma variação de afeto entre as percepções hápticas e visuais.



Figura 18: Talheres Tramontina Malibu (Tramontina, 2023).

Um dos mais vendidos do e-commerce nacional apresentou variação moderadas em ambas as percepções dos voluntários.

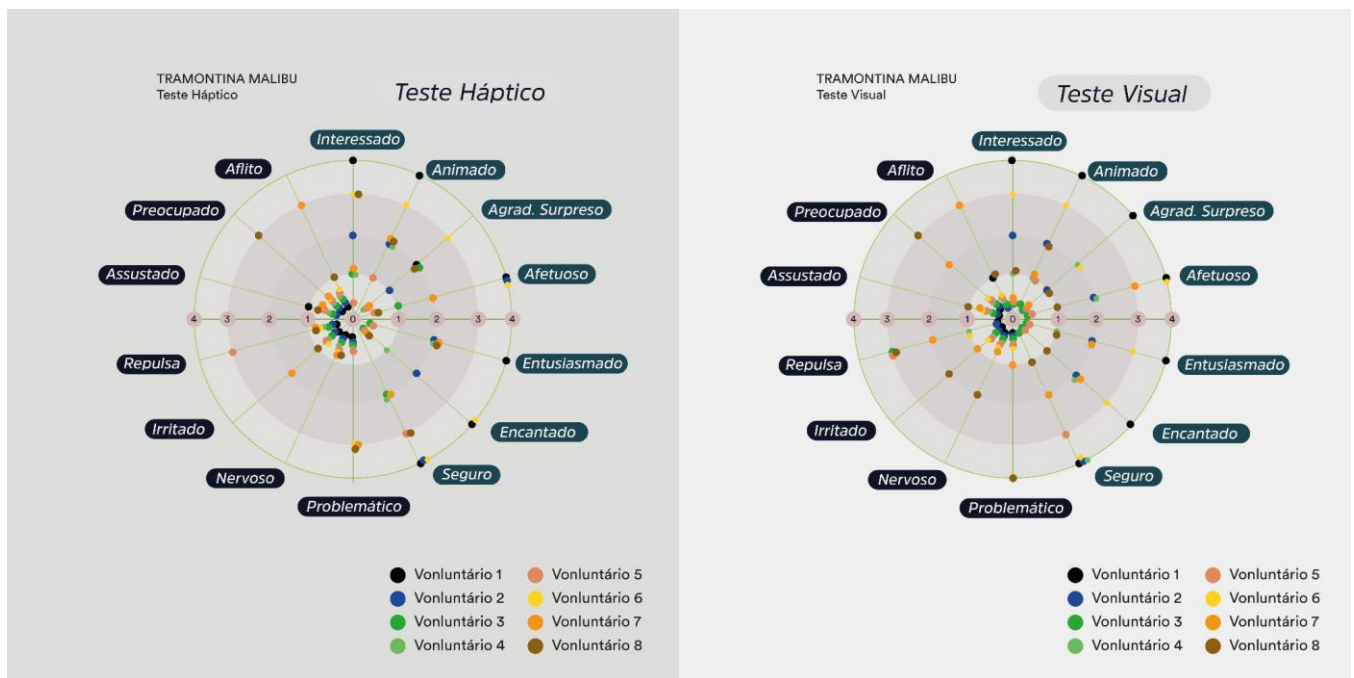


Figura 19: Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no taller Tramontina Malibu.

Vemos nos gráficos acima que, no protocolo háptico nota-se uma proximidade na extremidade mais baixa das valências positivas: "Animado", "Agradavelmente surpreso" e "Entusiasmado", foram as valências com maior pontuação intermediária apresentadas no fator háptico. Apresentando também específicas pontuações nas valências negativas como: "Problemático", "Irritado" e "Aflito".

Podemos perceber que, na segunda aplicação do PANAS tivemos uma alternância dos voluntários nas escalas de positivo moderado e marcações pontuais nas valências negativas, destacando principalmente o adjetivo de "Repulsa" que pontuou em certo nível dentre 6 dos 8 participantes. Apresentando um afastamento das preferências visuais dos consumidores. Confirmando o teste visual, nos fatores positivos os voluntários se mostraram ainda mais desfavoráveis, 5 dos 8 participantes avaliaram de maneira extremamente negativa os afetos: "Agradavelmente surpreso", "Encantado" e "Animado".

Kas Moon

O terceiro talher exibido aos voluntários, foi o escolhido por valor estético agregado e com maior estímulo visual dentre os demais.



Figura 20: Talheres Kas Moon. (Le biscoiut, 2023)

Por sua superfície ser coberta por uma textura martelada percebidas tanto de forma háptica quanto visual, obtivemos resultados com a maior variação dos estímulos negativos, como podemos observar no gráfico a seguir:

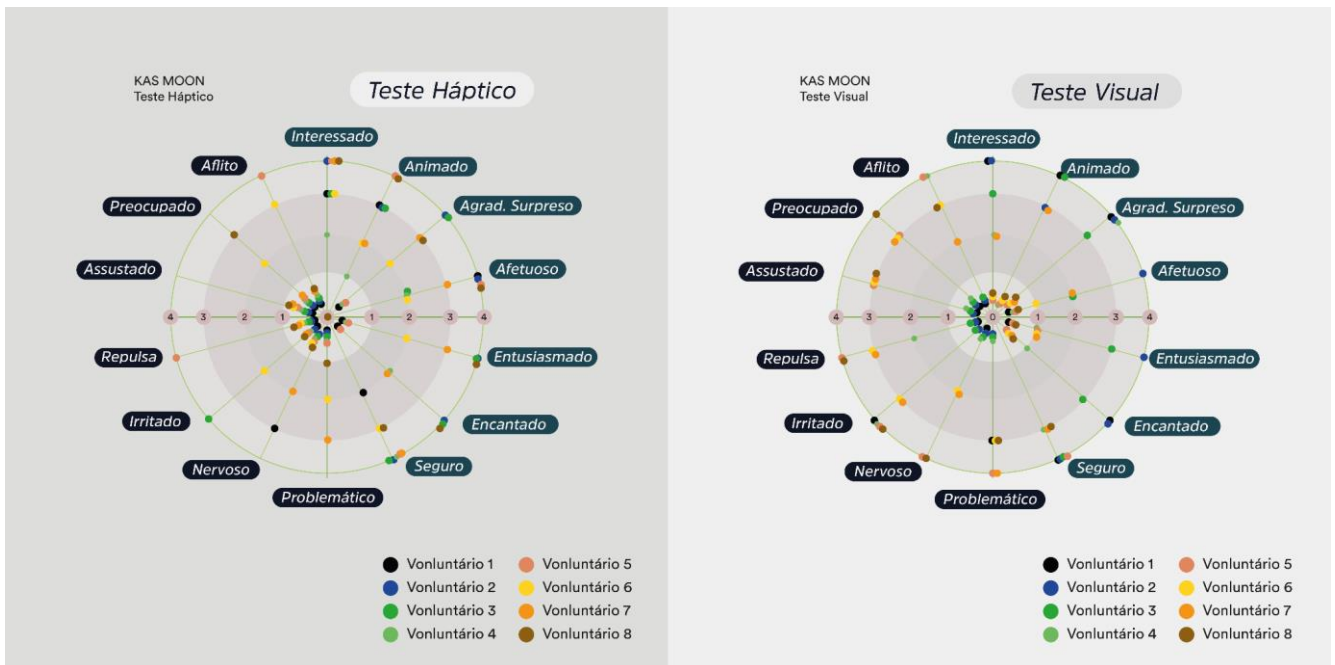


Figura 21: Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no taller Kas Moon. (Desenvolvido pela autora).

Observemos a transação dos estímulos da valência positiva para a negativa de acordo com as percepções dos estímulos empregados na pesquisa. Ao ser comparado com o segundo protocolo, o primeiro teste evidencia o fator “Interessado” como a característica dominante entre os participantes, assim como “Afetuoso” e “Animado”. Contabilizando poucas ativações negativas.

Partindo para o quesito visual, as preferências foram realocadas para um âmbito alto negativo, sendo “Assustado”, “Irritado” e “Repulsa” as mais apontadas pelos participantes, revelando o fator surpresa pelo subjetivo visual e demonstrando a falta de aptidão na superfície rugosa de extremidades pontiagudas. Até então sendo o taller com mais alternância dos afetos entre háptico e o visual. Os atributos positivos foram reprimidos pela ativação negativa do taller que possui a superfície mais carregada de elementos e texturas. Afirmando através dos dados gerados o

desagrado com a morfologia que mais se distancia dos talheres de maior circulação no mercado nacional.

Wolff Viena

Por fim, o talher com a maior preferência entre os entrevistados, como visto anteriormente na entrevista em campo das lojas de utensílios de caruaru. (Imagem 29).



Figura 22: Talheres Wolff Viana. (Wolff Brasil, 2023)

O talher mais robusto em comparação aos outros conjuntos, o Wolff Viena também é o mais volumoso em comprimento e espessura. Agregando o menor desvio

de intensidade nas valências positivas e negativas quando comparadas ao teste háptico e visual. (Imagem 30).

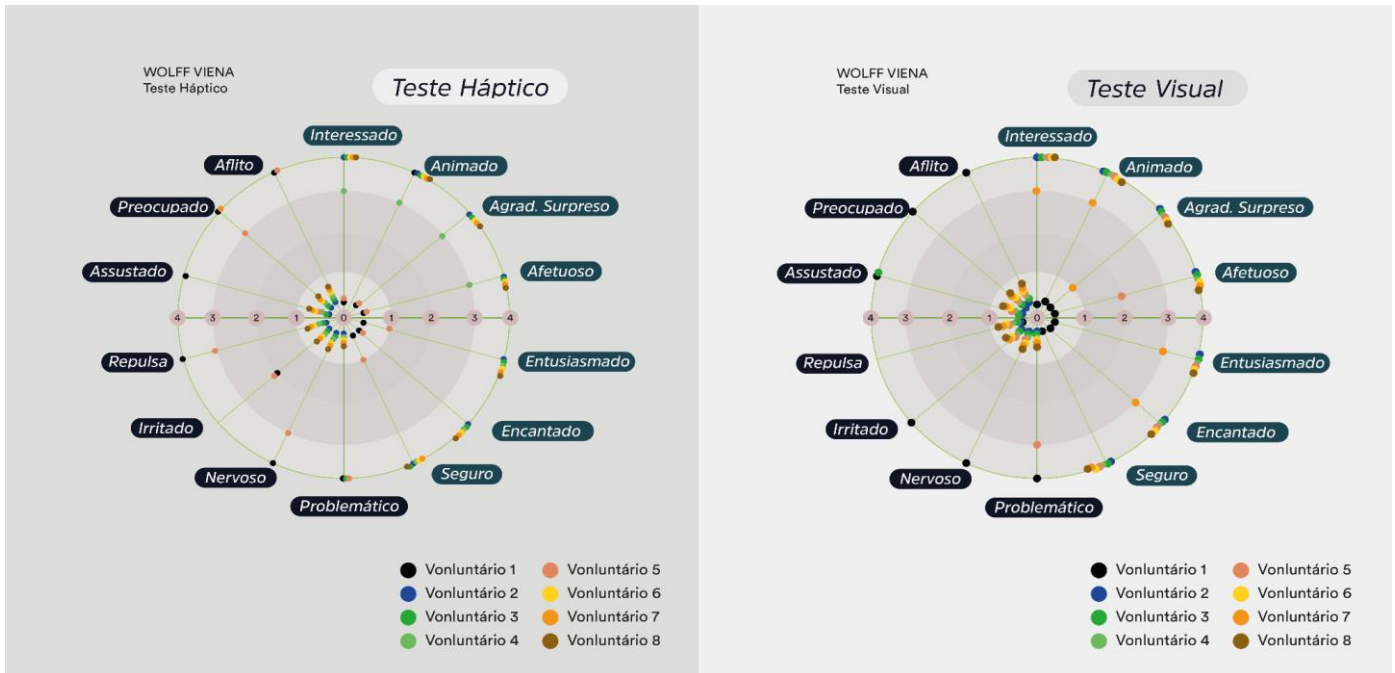


Figura 23: Comparativo do teste háptico e visual dos participantes dos afetos positivos e negativos no talher Wolff.

Na análise inicial do teste objetivo do Wolff Viena, notaram-se algumas pontuações extremas na valência negativa, como “Preocupado” e “Problemático” e mais duas pontuações no afeto “Irritado”. Porém 6 dos 8 voluntários marcaram como extremamente positivos os afetos positivos, a maior pontuação desse nível em fator positivo entre os 3 outros do experimento. Foram pontuais as ativações negativas do Wolff Viana, sendo 2 dos 8 voluntários a marcarem o talher com as valências extremamente negativas.

O que não foi visível na mesma quantidade quando a aplicação do protocolo foi visual, pendendo quase que majoritariamente para extremidades positivas, onde tivemos um único participante a marcar valências negativas nos dois testes, porém houve uma variação ainda maior nos afetos positivos dos outros voluntários participantes.

5.2 Etapa 2 - Considerações do experimento

E com isso podemos ver que através do cruzamento de dados obtido pelo protocolo de auto relato de PANAS, que após cada interação dos participantes com as amostras de talheres predeterminados, podemos concluir que as sensações objetivas das percepções hápticas se desenvolvem de maneira surpreendentemente positivas quando há uma predominância da superfície lisa como nos talheres da Tramontina Laguna, Tramontina Malibu e no Wolff Viena, onde, os maiores índices tanto no háptico quanto no visual, das emoções positivas foram registrados.

Já no quesito peso, podemos reparar que os estímulos hápticos foram expressivos nos âmbitos negativos quando comparados ao visual, os participantes afirmaram também de forma verbal a preocupação do uso constante nos talheres Wolff Viena e Tramontina Malibu, que marcaram índices de extrema preocupação e insegurança. Onde reparamos com a análise técnica que pode ser vista acima, a disparidade de peso entre os dois talheres, o Tramontina Malibu sendo o mais leve dentre todos os outros usados para a pesquisa, pesando cerca de 26 - 40g, e o Wolff Viena pesando 120g.

O oposto dos talheres Tramontina Laguna e Kas Moon, que marcam gramaturas entre o extremamente leve e o extremamente pesado, e assim, tiveram emoções nos índices de fator positivo.

Seguindo para os atributos estéticos, categorizado no PANAS pelas emoções “Agradavelmente surpreendido” e “Encantado”. Podemos observar que houve um apelo maior aos talheres que demonstram sutis variações na superfície. Sendo as linhas suaves que acompanham o cabo como no Tramontina Laguna ou o formato mais robusto com extremidades retangulares do Wolff Viena, ambos marcando níveis extremos nos atributos de fator positivo. O que não ocorreu nos talheres Tramontina Malibu e Kas Moon, sendo eles os talheres que mais afetaram negativamente nos quesitos hápticos e visuais. Sendo rejeitada tanto a superfície com mais texturas visuais, visto no Kas Moon, quanto na superfície mais plana.

6 CONSIDERAÇÃO FINAL

Em síntese, podemos confirmar o observado por (DESMET, 2003) quando declara que apesar das emoções serem particulares aos indivíduos, o contexto e as condições em que elas acontecem são comuns. Neste estudo podemos discutir sobre como os aspectos configuracionais dos artefatos afetam os indivíduos.

A textura do objeto pode transmitir sensações diversas aos consumidores, como foi visto no teste de PANAS em que fomos apresentados neste estudo. Dos talheres pré-selecionados, apenas um deles apresentava uma textura distinta das preferências comuns dos usuários. Com uma superfície martelada, o Kas Moon apresentou os dados que mais destacam as percepções hápticas nas valências de desagrado, tanto no contato visual quanto háptico.

Já o talher Wolff Viena, que teve com maior busca nos sites de ecommerce foi o que recebeu o maior número de emoções positivas com grande intensidade positiva nas percepções háptica e visual. Que ao comparado com o Kas Moon mostra características completamente opostas, tanto no peso quanto na textura.

Após o tratamento dos dados, é possível perceber que há sim uma influência direta da superfície dos talheres sobre a experiência do usuário. As características hápticas e visuais despertam um papel importante na escolha do usuário, desde o ato da compra até compor a mesa de jantar. Essa percepção sensorial exerce um papel fundamental na escolha final.

Espero que as análises feitas aqui sejam atribuídas futuramente para uma pesquisa a nível industrial, a fim de compreender e considerar as escolhas estéticas dos consumidores para que os produtos desenvolvidos se conectem e que evoquem as emoções que correspondam às expectativas dos usuários. Trazendo um maior reconhecimento para a importância da pesquisa de design feita com os protocolos que supram com as necessidades do consumidor.

REFERÊNCIAS

ASHBY, M.F. **Materiais e design: arte e ciência da seleção de materiais no design de produto**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CINTRA, Caroline. Hora de se reinventar: o isolamento social inspira dedicação a novos projetos. **Correio Braziliense**, 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2020/06/07/interna_cidade_sdf,861716/hora-de-se-reinventar-isolamento-social-inspira-dedicacao-a-novos-pro.shtml. Acesso em: 24, 08 de 2022.

DAMÁSIO, A. **A estranha ordem das coisas: As origens biológicas dos sentimentos e da cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

DAMÁSIO, A. **Sentir & saber: as origens da consciência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

DAMÁSIO, António R. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

DESMET, P. M. A. **Faces of Product Pleasure: 25 Positive Emotions in Human-Product Interactions**. International Journal of Design, v. 6, n. 2, p. 1–29, 2012. Disponível em: <http://www.ijdesign.org/>. Acesso em: 15 fev. 2021.

DESMET, P. M. A. **Designing Emotions**. Delft University of Technology, 2002.

EQUIPE EDITORIAL. **O luxo, a beleza e o controle de poder da etiqueta** - arteref. Disponível em:<O luxo, a beleza e o controle de poder da etiqueta - arteref>. Acesso em: 10 set. 2022.

HORTON, Anisa. O hábito que você deve cultivar para que o tédio na pandemia não mate sua criatividade. **BBC**, 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-cap-56969273>. Acesso em: 24, 08 de 2022.

LIMA, Marco Antonio Magalhães. **Introdução aos materiais e processos para Designers**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2006.

Lima TA. Pratos e mais pratos: louças domésticas, divisões culturais e limites sociais no Rio de Janeiro, século XIX. Anais do Museu Paulista 1995.

LÍGIA TÔRRES. **Linha do Tempo da História da Arte: Movimentos Artísticos Ocidentais**. Disponível em: <Linha do Tempo da História da Arte: Movimentos Artísticos Ocidentais>. Acesso em: 11 set. 2022.

Medeiros, W. G. **Meaningful Interaction with Products**. Design Issues, 2014.

Metodologia de análise da percepção tátil em diferentes classes de materiais e texturas para aplicação no design de produtos / Maria do Carmo Torri Dischinger. – 2009.

NISHIMURA, Jaqueline Sayuri; QUEIROZ, Shirley Gomes. **Cultura material e alimentação: a evolução dos utensílios à mesa e a consolidação de comportamentos durante a refeição**. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde, v. 11, n. 4, p. 951-964, 2016.

NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PROVENZA, I. et al. **A Escala de Humor de Brunel (Brums): Instrumento para Detecção Precoce da Síndrome do Excesso de Treinamento**. RESUMO Artigo original. Rev Bras Med Esporte, v. 14, 2008.

RUSSELL, James. **A circumplex model of affect**. Journal of Personality and Social Psychology, v. 39, n. 6, p.1161- 1178, 1980.

SILVA, Germannya D.'Garcia A.; SILVA, Rute; PROVIDÊNCIA, Bernardo. **Value Co-creation in the Multidisciplinary Sharing Between Design and Science: The Case of a Portuguese Cutlery Industry**. 2021.

TODA MATÉRIA. **Minimalismo**. Disponível em:

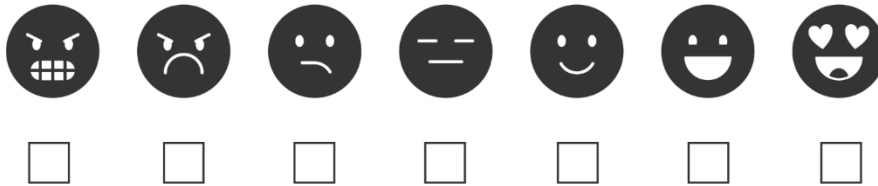
<<https://www.todamateria.com.br/minimalismo/>>. Acesso em: 18 set. 2022.

Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. **Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales**. Journal of Personality and Social Psychology, 54(6), 1988.

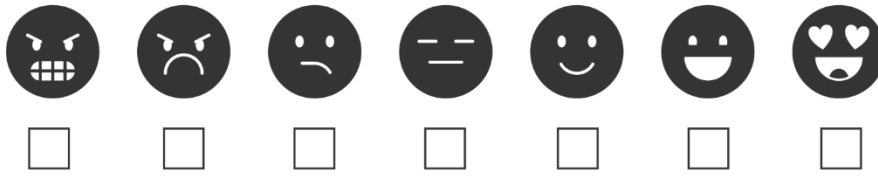
APÊNDICE A – Protocolo de Humor

ESCALA DE HUMOR

1) Como está se sentindo nesse momento?



2) Como está se sentindo em relação a sua participação nessa pesquisa?



3) Como está se sentindo em relação ao ambiente da pesquisa?



APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO

Título do projeto:

PARA ALÉM DA ETIQUETA: UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DOS ESTÍMULOS TÁTEIS DOS TALHERES NA MESA POSTA

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) de uma pesquisa de conclusão de curso, cujo objetivo é analisar em que medida os estímulos táteis da superfície dos talheres de aço inox, afetam os usuários de Caruaru na hora de vestir a mesa.

Os pesquisadores serão os únicos a ter acesso aos dados obtidos nessa pesquisa, e serão responsáveis pela confidencialidade dos resultados obtidos. O apuramento dessa pesquisa poderá ser apresentado em encontros e/ou congressos, mas garantimos que será feita de forma anônima, preservando a identidade de todos os voluntários.

Li e concordo com o termo de consentimento

Eu _____, declaro ter sido informado e concordo em participar como voluntário da pesquisa acima descrita.

Caruaru, de março de 2023

APÊNDICE C – Formulário de perfil

Perfil do Voluntário

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Faixa Etária *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 18 - 21 Anos
- ☐ 22 - 25 Anos
- ☐ 26 - 29 Anos
- ☐ 30 - 34 Anos
- ☐ 35 - 39 Anos
- ☐ 40 - 44 Anos
- ☐ 45 - 49 Anos
- ☐ 50 - 54 Anos
- ☐ 55 - 59 Anos
- ☐ Acima de 60 anos
- ☐ Outro: _____

2. Gênero

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Não Binário
- ☐ Outro: _____

3. Faixa Salarial *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 1 a 2 Salários mínimos
- ☐ 2 a 5 Salários mínimos
- ☐ 5 a 10 Salários mínimos
- ☐ Acima de 10 Salários mínimos

4. Você costuma comprar os seus talheres? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

5. Você presa por uma mesa posta? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Apenas em ocasiões especiais

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários