

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**LUANA RIZKALLA MACIEL**

**IDENTIDADE VISUAL DO JOGO “POVOS PERDIDOS: O REINO  
DE TIKAL” E CONCEPT ART DO PERSONAGEM PRINCIPAL**

**VOLTA REDONDA**

**2019**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**POVOS PERDIDOS: O REINO DE TIKAL”: Identidade visual e  
concept art de personagem**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Design do  
UniFOA como requisito à obtenção  
do título de bacharel em Design

Aluna:

Luana Rizkalla Maciel

Orientadora:

Prof<sup>a</sup>. Doutora Aline Rodrigues  
Botelho

**VOLTA REDONDA**

**2019**

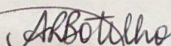
### FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: IDENTIDADE VISUAL DO JOGO "POVOS PERDIDOS: O REINO DE TIKAL" E CONCEPT ART DO PERSONAGEM PRINCIPAL.

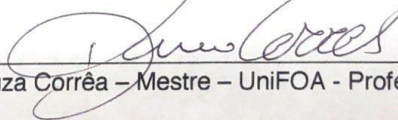
Elaborado por LUANA RISKALA MACIEL, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design.

Aprovado em 05 de novembro de 2019.

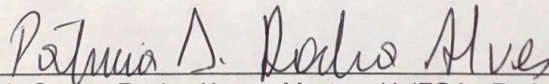
Banca Avaliadora



Aline Rodrigues Botelho – Doutora – UniFOA – Professor Orientador



Bruno de Souza Corrêa – Mestre – UniFOA - Professor Avaliador



Patrícia Soares Rocha Alves – Mestre - UniFOA - Professor Avaliador

Dedico esse trabalho a todos aqueles que estiveram ao meu lado me dando suporte e força, me ajudando a acreditar que tudo daria certo no final.  
Muito obrigada!

## **AGRADECIMENTOS**

Eu gostaria de agradecer a minha família, por sempre me dar suporte em tudo que faço desde sempre, por depositarem tanta confiança no meu potencial. À minha querida orientadora, Aline Botelho, por todo apoio emocional e técnico, e por ter mantido a calma e paciência mesmo quando eu enrolava para escrever por conta de bloqueios criativos e ansiedade. Aos meus amigos mais próximos por me ajudarem dando apoio, opiniões e aquela visão de que vai dar tudo certo no final. Ao meu melhor amigo e namorado, Wallace Alves, que me deu muito suporte e ajuda nessa etapa final do projeto. Sou grata a cada um que me apoiou, se importou e me deu forças para acreditar que conseguiria chegar onde cheguei, muito obrigada!

## RESUMO

Este trabalho mostra o desenvolvimento de um projeto, abordando a criação de uma identidade visual e arte conceitual do personagem principal para o jogo “Povos Perdidos: O Reino de Tikal”. Desta forma procurou-se demonstrar a importância do desenvolver de uma identidade visual e a criação de um personagem para um jogo, citando o crescimento dos jogos no mercado, além de ter sido desenvolvida uma metodologia com base em dois autores, Peón (2009) e Seegmiller (2008). Sendo ponto importante a harmonia da criação da identidade visual com o personagem criado para o jogo.

Palavras-chave: arte conceitual. Identidade visual. Design de jogos.

## **ABSTRACT**

This work shows the development of a project, addressing the creation of a visual identity and conceptual art of the main character for the game "Lost People: The Kingdom of Tikal". In this way we tried to demonstrate the importance of developing a visual identity and the creation of a character for a game, citing the growth of games in the market, besides having developed a methodology based on two authors, Peón (2009) and Seegmiller (2008). Being important point the harmony of the creation of the visual identity with the character created for the game.

Key words: Conceptual art. Visual identity. Game design.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	14
1.1. Tema Geral .....	16
1.2. Problema.....	16
1.3. Objetivos .....	16
1.3.1. Objetivo Geral.....	16
1.3.2. Objetivos Específicos .....	16
1.3.3. Objetivos Operacionais.....	16
1.4. Justificativa.....	17
1.5. Metodologia.....	18
2. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO.....	24
2.1. Identidade Visual.....	24
2.2. Tipografia .....	31
2.3. Jogos.....	42
2.3.1. Criação de Personagem .....	61
2.3.1.1 Ilustração .....	62
2.3.2. Povos Perdidos: o reino de Tikal .....	64
2.3.3. A cultura Maia .....	69
2.4. Cor .....	73
2.5. Análise de similares .....	80
3. SÍNTESE .....	90
4. PAINEL SEMÂNTICO .....	92
5. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	93
5.1. Matriz de avaliação .....	96
5.2. Desenhos do personagem .....	99
5.3. Logo .....	114
6. APLICAÇÃO.....	123
CONCLUSÃO.....	128
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	129
ANEXO 1 – PESQUISA FORMS.....	132
ANEXO 2 – MANUAL DE IDENTIDADE .....	136

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Símbolo da Nike .....	26
Figura 2: Logotipo da Nike .....	26
Figura 3: Marca da Nike .....	26
Figura 4: Marca do sabão OMO como exemplo de marca produto .....	27
Figura 5: Marca do selo de certificação Procel/Eletronbras, como exemplo de marca de certificação .....	28
Figura 6: Marca “Em nome do pão” que promove o consumo de pão tradicional se enquadra na categoria “coletiva” .....	28
Figura 7: Marca da Walt Disney como exemplo de marca notoriamente conhecida .....	29
Figura 8: O nome do Carrefour é um exemplo de forma nominativa de marca .....	29
Figura 9: O símbolo do Carrefour e seu logotipo em utilizações isoladas são exemplos de forma figurativa de marca .....	29
Figura 10: O nome próprio e o conjunto símbolo/logotipo do Carrefour são exemplos de forma mista de marca .....	30
Figura 11: A forma característica da garrafa da Coca-Cola como exemplo de marca tridimensional .....	30
Figura 12: Exemplo de Glifo .....	31
Figura 13: Exemplo de Família Tipográfica .....	32
Figura 14: Glifos de uma fonte .....	32
Figura 15: Anatomia dos tipos .....	33
Figura 16: Exemplo do tipo com a forma de versal .....	33
Figura 17: Exemplo de ênfase ou diagonais de orientação .....	34
Figura 18: Estilos de serifas .....	34
Figura 19: Exemplo de tipos sem e com serifas .....	35
Figura 20: Exemplo de tipo em caixa-alta .....	35
Figura 21: Exemplo de tipo em caixa-baixa .....	35
Figura 22: Família ITC Franklin Gothic .....	36
Figura 23: Exemplo de Letras Negras, Cloister Black .....	37
Figura 24: Exemplo de Estilo Antigo, Janson .....	37
Figura 25: Exemplo de Estilo Transicional, Baskerville .....	38
Figura 26: Exemplo de Estilo Moderno, Bodoni .....	39
Figura 27: Exemplo de tipo Decorativo ou de Fantasia, Arnold Boecklin .....	39
Figura 28: Exemplo de tipo Caligráficas, Coronet .....	40
Figura 29: Exemplo de tipo Pincel, Brush Script .....	40
Figura 30: Variações da família de fontes Myriad Pro .....	41
Figura 31: Fonte Myriad como exemplo de Estilo de Tipos .....	42
Figura 32: Jogo usado como exemplo, God of War .....	43
Figura 33: Personagem Chun-Li, do Street Fighter, usada de exemplo .....	44
Figura 34: Exemplo de arte conceitual de um personagem .....	45
Figura 35: Personagem no 3DS Max .....	45
Figura 36: Personagem no MudBox .....	46
Figura 37: Exemplo de Level Design .....	46
Figura 38: Tela da Unreal 4 .....	47

Figura 39: Software para edições e criações de áudio, FL STUDIO .....	48
Figura 40:Interface da Steam .....	48
Figura 41: Sonic The Hedgehog, exemplo de jogo de Plataforma .....	49
Figura 42: Street Fighter, exemplo de jogo de Luta .....	50
Figura 43: Tomb Raider, exemplo de jogo de Ação/Aventura .....	50
Figura 44: Metroid Prime, exemplo de jogo de First Person Action Adventure	51
Figura 45: Assassin's Creed IV, exemplo de jogo Third Person Action Adventure .....	51
Figura 46: Grand Theft Auto 5 (GTA V), como exemplo de jogo de Open World .....	52
Figura 47: Diablo III, exemplo de jogo Isométricos.....	52
Figura 48: Metal Gear Solid V, exemplo de jogo Stealth .....	53
Figura 49: Resident Evil 4, exemplo de jogo de Survival Horror .....	53
Figura 50: Paciência Spider, exemplo de jogo Casual .....	54
Figura 51: SimCity, exemplo de jogo de Construção/Simulador .....	54
Figura 52: Atari Space Race, exemplo de jogo de Corrida .....	55
Figura 53: Out Run, exemplo de jogo de corrida Arcade .....	55
Figura 54: Fórmula 1 2012, exemplo de jogo de corrida de Simulação .....	56
Figura 55: O Coelho Sabido - Jardim, como exemplo de jogo educacional .....	56
Figura 56: Braid, exemplo de jogo de Enigma.....	57
Figura 57: FIFA 2018, exemplo de jogo de esporte .....	57
Figura 58: League of Legends, exemplo de jogo de Estratégia .....	58
Figura 59: Stepmania, exemplo de jogo de Musical .....	58
Figura 60: World of Warcraft (WoW), exemplo de jogo multiplayer massivo....	59
Figura 61: Corpse Party, exemplo de jogo de RPG .....	59
Figura 62: The Sims 4, exemplo de jogo de vida virtual.....	60
Figura 63: Halo 5, exemplo de jogo de tiro.....	60
Figura 64: Exemplo de criação de personagem .....	62
Figura 65: Mapa expressando as localizações dos povos incas, maias e astecas.....	69
Figura 66: Cores primárias aditivas .....	74
Figura 67: Cores primárias subtrativas.....	74
Figura 68: Roda de cores RGB .....	75
Figura 69: Relação de matiz, brilho e saturação .....	76
Figura 70: Círculo cromático ou roda de cores.....	77
Figura 71:Representação da Monocromia .....	77
Figura 72: Representação das Cores complementares .....	78
Figura 73: Representação das Cores complementares divididas .....	78
Figura 74: Representação da Tríade.....	78
Figura 75: Representação de Cores Análogas.....	79
Figura 76: Representação de Complementares mútuas .....	79
Figura 77: Representação de Cor complementar próxima .....	79
Figura 78: Representação de Cor complementar dupla.....	80
Figura 79: Jogo League of Legends .....	81
Figura 80: Logo de League of Legends.....	81
Figura 81: Campeão Azir de League of Legends .....	82

Figura 82: Disco Solar em Shurima.....	83
Figura 83: Jogo Overwatch .....	84
Figura 84: Logo Overwatch .....	84
Figura 85: Heroína Pharah de Overwatch.....	85
Figura 86: Templo de Anúbis .....	86
Figura 87: Jogo Risen .....	86
Figura 88: Logo do jogo Risen .....	87
Figura 89: Personagem do jogo Risen .....	87
Figura 90: Cenário do jogo Risen.....	88
Figura 91: Painel Semântico .....	92
Figura 92: Alternativas semelhantes para logo 1 .....	93
Figura 93: Alternativa de textura para logo .....	93
Figura 94: Alternativa para logo, tentando passar a imagem de uma placa de pedra .....	94
Figura 95: Alternativa semelhante para logo 2 .....	94
Figura 96: Alternativa para logo, tentando uma composição diferente.....	94
Figura 97: Alternativas semelhantes para logo 3 .....	95
Figura 98: Alternativas geradas para formato de olhos e rosto do personagem .....	95
Figura 99: Alternativas geradas para nariz e cabelo do personagem .....	96
Figura 100: Sketch corpo todo do personagem.....	99
Figura 101: Sketch da primeira opção de vestimenta do personagem, com referência de base.....	100
Figura 102: Sketch da segunda opção de vestimenta, com referência de base .....	100
Figura 103: Sketch da terceira opção de vestimenta, com referência ao lado	101
Figura 104: Opções de vestimentas finalizadas para avaliação.....	101
Figura 105: Quarto modelo de vestimenta realizado após votação.....	102
Figura 106: Pintura da primeira opção de cor para cabelo do personagem...	103
Figura 107: Pintura da segunda opção de cor para cabelo do personagem..	103
Figura 108: Pintura da terceira opção de cor para cabelo do personagem....	103
Figura 109: Pintura da quarta opção de cor para cabelo do personagem.....	104
Figura 110: Pintura finalizada das opções de cor para pele, olhos e cabelo do personagem .....	104
Figura 111: Pintura finalizada das opções de cor para vestimenta .....	105
Figura 112: Referência do colar com o símbolo de Hunab Ku ao lado esquerdo para pintura do colar do personagem.....	105
Figura 113: Pintura finalizada do colar com o símbolo de Hunab Ku do personagem, aplicação de luz e sombra. ....	106
Figura 114: Ilustração finalizada do personagem usando o colar com o símbolo de Hunab Ku. ....	107
Figura 115: Começo do sketch da pose lateral do personagem .....	108
Figura 116: Sketch da pose lateral do personagem .....	108
Figura 117: Ajuste na perna esquerda do personagem e chapéu desenhado na pose lateral.....	109
Figura 118: Terceira vista desenhada e pintada .....	109

Figura 119: Ajuste dos pés na terceira pose do personagem .....	110
Figura 120: Poses pintadas e finalizadas do personagem .....	110
Figura 121: Sketch da expressão normal do personagem .....	111
Figura 122: Sketch da expressão de raiva do personagem .....	111
Figura 123: Sketch da expressão de felicidade do personagem .....	112
Figura 124: Sketch da expressão triste do personagem .....	112
Figura 125: Sketch da expressão de susto / incômodo do personagem .....	113
Figura 126: Processo de pintura das expressões do personagem.....	113
Figura 127: Ilustração das expressões do personagem finalizada.....	114
Figura 128: Alternativa que mais atendeu aos requisitos para a Logo.....	114
Figura 129: Processo de vetorização o símbolo de Hunab Ku.....	115
Figura 130: Acertando o centro do símbolo.....	115
Figura 131: Ajuste do centro do símbolo .....	115
Figura 132: Continuando o processo de vetorização .....	116
Figura 133: Acrescentando algumas partes do símbolo .....	116
Figura 134: Ajuste dos traços.....	117
Figura 135: Inserindo parte do texto.....	117
Figura 136: Redesenhando algumas partes da fonte escolhida.....	117
Figura 137: Textura para o símbolo de Hunab Ku.....	118
Figura 138: Aplicação da textura no símbolo de Hunab Ku .....	118
Figura 139: Aplicação da sombra dando um efeito 3D ao símbolo .....	119
Figura 140: Pergaminho e nome inseridos na composição.....	120
Figura 141: Algumas alternativas geradas a pedido do grupo cliente para escolha da disposição da Logo do jogo .....	120
Figura 142: Logo escolhida e finalizada para jogo .....	121
Figura 143: Logo aplicada no fundo temático .....	121
Figura 144: Tela inicial de opções do jogo criada e aprovada pelo grupo cliente .....	122
Figura 145: Duas versões para ícone de avatar com o símbolo de Hunab Ku .....	123
Figura 146: Ícone de avatar com o rosto do personagem .....	123
Figura 147: Ícone de avatar com a paisagem de um templo maia .....	124
Figura 148: Wallpaper 1 .....	124
Figura 149: Wallpaper 2 .....	124
Figura 150: Mockup de camisa com personagem.....	125
Figura 151: Mockup de camisa com símbolo de Hunab Ku .....	126
Figura 152: Mockup de três modelos para bottons .....	126
Figura 153: Mockup de dois modelos para canecas .....	127

## LISTA DE FLUXOGRAMA

Tabela de Fluxograma 1: Metodologia Peón (2009) .....	22
Tabela de Fluxograma 2: Metodologia Seegmiller (2008) .....	22
Tabela de Fluxograma 3: Metodologia Peón Seegmiller .....	23

## LISTA DE TABELA

Tabela 1: PNI da logo de League of Legends .....	82
Tabela 2: PNI do personagem Azir de League of Legends .....	82
Tabela 3: PNI do cenário de League of Legends .....	83
Tabela 4: PNI da logo do Overwatch .....	85
Tabela 5: PNI da personagem Pharah do Overwatch .....	85
Tabela 6: PNI do cenário do Overwatch .....	86
Tabela 7: PNI da logo do Risen .....	87
Tabela 8: PNI do personagem do Risen .....	88
Tabela 9: PNI do cenário do Risen .....	88
Tabela 10: Análise Sincrônica .....	89
Tabela 11: Matriz de avaliação da Logo .....	97
Tabela 12: Matriz de avaliação do formato do rosto do personagem .....	97
Tabela 13: Matriz de avaliação dos olhos do personagem .....	98
Tabela 14: Matriz de avaliação do cabelo do personagem .....	98
Tabela 15: Matriz de avaliação do nariz do personagem .....	99

## INTRODUÇÃO

O objetivo principal de se jogar é a diversão. O mercado de jogos tem se destacado muito nesses últimos anos, não depende muito da situação econômica do país, e o Brasil é um grande participante no mercado de jogos da atualidade, com projetos independentes que ganham cada vez mais a atenção do público. Dessa forma uma boa identidade pode ajudar com que o jogo fique conhecido e marcado na memória de vários consumidores de jogos.

O seguinte projeto tem como propósito a elaboração de uma identidade visual para o jogo “Povos Perdidos: o reino de Tikal” e o concept art do personagem principal, utilizando os princípios do Design, focando em Sistema de Identidade Visual e Criação de personagem.

O grupo de desenvolvedores do novo jogo “Povos perdidos: o reino de Tikal”, é composto por Glauber Dias, Gabriel Garro, Wagner Lucas, Mateus Almeida, Yuri Martins, Matheus Peterson e Lucas Duarte. Formado quando estavam fazendo o curso de desenvolvimento de jogos pela Microcamp em Volta Redonda, Rio de Janeiro, e sua primeira produção foi o jogo “Ex-life”.

Nesse novo jogo da equipe, tem como protagonista Thiago Uriac, de 19 anos que está no último período de sua faculdade de arqueologia. Um jovem prodígio, que carrega um cordão com o símbolo de Hunab Ku, Deus primordial Maia. O protagonista aceita participar de uma expedição a convite de seu professor, na Guatemala, mais especificamente no parque da cidade de Tikal. Thiago acaba se separando de seu professor e grupo de expedição por conta de um desmoronamento num templo e é guiado pelo seu cordão, passando por uma porta que se fecha e muda o cenário onde ele se encontra, a entrada de Tikal. O jovem se encontra preso no passado, tendo que descobrir como retornar e aprender a conviver com a civilização maia. O jogo envolve misticismo dos deuses da civilização, para entender o porquê ele foi o escolhido para isso.

Para a realização desse projeto, foi utilizada uma metodologia desenvolvida com base em dois autores, Maria Luísa Peón (2009) e Seegmiller (2008). Foi realizada também uma pesquisa de cunho bibliográfico sobre identidade visual, tipografia, jogos, cultura maia, cores, criação de personagem e ilustração, para

uma boa base e aprofundamento. Após o levantamento, houve uma análise de similares, onde os jogos avaliados apresentavam a temática parecida em alguns aspectos com o jogo do projeto, tendo em foco a análise do logo, personagem e cenário, em seguida teve a continuidade do projeto, como o processo criativo. Sendo assim possível a ideação de toda identidade visual e concept art requisitados pela equipe.

## **1.1. Tema Geral**

Identidade Visual do Jogo “Povos perdidos: o reino de Tikal”.

## **1.2. Problema**

- Como elaborar uma identidade visual para um jogo?
- Como escolher uma paleta de cores para um jogo?
- Como trabalhar personagens que acompanham a identidade visual do jogo?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo Geral**

Elaborar a Identidade Visual do Jogo “Povos perdidos: o reino de Tikal” e a concept art do personagem principal.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

Utilizar elementos do Design para ajudar a produzir uma identidade visual e o personagem principal para o jogo de forma coerente que irá atingir o público alvo.

### **1.3.3. Objetivos Operacionais**

- Realizar o Briefing com o cliente
- Levantar Similares
- Pesquisar sobre tipografia, elementos gráficos e concept art
- Desenvolver o logotipo para o jogo
- Desenvolver artes digitais do jogo

#### 1.4. Justificativa

No Brasil, o mercado de jogos está alavancando nos últimos tempos como mostra pesquisa feita pelo site Estado de Minas - EM: “Esse é um setor que expande suas fronteiras independentemente das condições da economia do país”, e com isso torna-se necessário um bom trabalho na identidade deles, para terem seu destaque. Ainda segundo dados fornecidos pelo site EM, uma pesquisa divulgada pela Newzoo (empresa destinada a análises de jogos e e-sports), “o Brasil já é o 13º no ranking global do mercado de jogos e o número um entre os latino-americanos. Para este ano, segundo a pesquisa, serão 75,7 milhões de gamers que devem gerar US\$ 1,5 bilhão em negócios”. Estes dados mostram que o Brasil é um grande participante no mercado de jogos da atualidade, com projetos independentes que ganham cada vez mais a atenção do público. Um exemplo disso é o jogo brasileiro denominado 171, feito pelo BetaGames Group, lançado em 2015 e de lá para cá tem repercutido positivamente em grandes sites como Youtube.

A identidade visual tem uma grande importância, ainda mais se tratando de um jogo. Para Peón (2009, p.10), “A identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto; é o que o diferencia dos demais por seus elementos visuais”. A mesma deve levar em conta algumas questões como logotipo, destaque da marca da empresa, tipografia, cor, disposição das imagens e informações, como desenvolvedores, tudo isso deve ser arrumado de forma específica que fique harmônico e que chame a atenção do jogador. Segundo Richene (2016, p.13),

a metodologia de estabelecer uma relação entre "marca e produto" é a mesma para com "jogo e jogador" (game e player), pois cria-se uma expectativa de que os próximos produtos terão uma qualidade igual ou superior. Partindo deste caso, acredita-se que o que mais chama a atenção em uma empresa de games são os jogos propriamente ditos, e não tanto sua identidade visual, ou pelo menos no primeiro impacto.

Pode-se destacar também a importância do concept art na criação de um jogo, para Patrícia Kelen e Marcelo Castro (2011), no artigo *Desenvolvimento de Concept Art para Personagens*, “O concept art agrupa o desenvolvimento de

diferentes elementos como personagens, cenários, acessórios, climatização, entre outros, os quais tendem a influenciar e interagir mutuamente”. Ele é o primeiro passo para tornar uma ideia em algo real, são as ideias iniciais que vão se lapidando até chegar em algo mais refinado, mais visível aos olhos das pessoas que estão de fora. Frédéric St-Arnaud, um famoso artista especializado em pintura mate e concept art, diz em depoimento dado à Zupi (2010 p.37) que “um bom concept artist deve ter uma boa noção em desenho, com um bom senso de perspectiva e de cores, necessita ser criativo e dominar variadas habilidades técnicas”.

Sendo assim, pode-se concluir que há uma grande importância ter uma forte identidade visual no mundo dos jogos, para que o jogo ganhe um destaque ainda maior no meio de tantos outros. Deve-se fazer um bom estudo para que a identidade visual combine com o jogo, e nota-se também que a criação de um personagem é algo bem profundo, com muitas referências e estudos, para que o resultado seja harmônico.

### **1.5. Metodologia**

Qualquer projeto de design baseia-se em um método para que se alcance o resultado esperado. A metodologia proposta por Maria Luísa Peón (2009), tem como intuito a criação de uma identidade visual. Nela pode-se seguir o fluxograma do processo:

- Fase A - Problematização: para a autora, nesta fase ocorre o levantamento de dados e o estabelecimento de requisitos e restrições. Nesta etapa do projeto foi realizado junto ao cliente um briefing, escolha do público alvo, foi definido o perfil do cliente, levantamento bibliográfico, estudo dos similares e a delimitação dos requisitos e restrições.
- Fase B - Concepção: “é quando a identidade visual será delineada” (PEÓN, 2009, p.41), nesta fase acontece a geração de alternativas, definição do partido, a solução preliminar, as validações e a solução.

Onde é gerada a matriz de avaliação, testagem das soluções geradas, consulta ao cliente e a validação.

- Fase C - Especificação: são definidos todos os detalhes e caracterizações para que o SIV, um sistema de padronização que serve para gerar uma uniformidade a todos os itens de uma empresa, possa ser inserido no formato de um manual de identidade visual, onde o foco são as pessoas responsáveis pela realização do sistema, mas nunca deixando de lado o cliente ou o público-alvo. Foi definido nesta parte as especificações, como tipografia, cores, reduções máximas, campo de proteção, alfabeto e cores institucionais, para no fim executar o manual de identidade visual.

Como o objetivo deste projeto não é apenas o desenvolvimento da identidade visual, mas também a elaboração do concept art de um personagem, fez-se necessário aplicar também, posteriormente a proposta da Peón (2009) aplicada na criação da identidade visual, a metodologia de Seegmiller (2008).

Segundo Seegmiller (2008, p.20), o design de personagem vai muito além de apenas desenhar uma figura qualquer no papel, pois é necessário levar em conta vários fatores no momento da criação de personagens, tais como a ordem abaixo pré-estabelecida pelo autor:

- Briefing - para o autor, é o primeiro passo, onde se configura uma série de perguntas vitais para o projeto. Neste trabalho foi realizado um questionário com o grupo cliente.
- Identificação do problema - segundo passo, visa identificar e compreender de forma clara o problema, e a partir disto, buscar uma solução. Foi feita a definição do problema, objetivos, público alvo.
- Expansão de ideias - o autor, explana sobre algumas estratégias básicas que podem ajudar no desenvolvimento de ideias criativas. Nesta etapa levantamento de referências, realização de um brainstorm, criação de personalidade do personagem.
- Materialização do Personagem - segundo o autor é a etapa mais difícil no momento criativo pois consiste em adquirir a ideia básica inicial do

personagem, sendo assim a melhor opção é registrar as ideias e tentar organizá-las. Neste projeto será realizada a geração de alternativa, anotações, esboços e rabiscos sem a utilização da ferramenta borracha.

- A História e a Aparência Física do Personagem - a criação da história do personagem e sua aparência, o autor sugere que o primeiro passo seria imaginar o passado, presente e futuro do personagem. Foi feita a realização de um questionário com o grupo cliente sobre o personagem principal para a criação da história do protagonista, informações básicas e considerações finais.
- Desenho - representação bidimensional do personagem. Foi realizada a geração do desenho do personagem, desde a forma básica até a detalhista.
- A Importância dos sketches - “os sketches são pequenas miniaturas que permitem o acesso rápido do aspecto compositivo da imagem, permitindo a consideração de elementos como o ponto focal e o equilíbrio” (SEEGMILLER, 2008, p.6). Foram feitos vários rabiscos, poses do personagem de uma forma bem rápida, para depois realizar o refinamento dos rabiscos.
- A Estrutura da Figura - o conhecimento da anatomia. Se faz necessário uma pesquisa sobre a anatomia humana e aplicá-la ao personagem.
- A Perspectiva - trabalhada sobre as diferentes formas de perspectivas existentes em um cenário, objeto ou personagem. Nesta etapa será elaborado o desenvolvimento de algumas perspectivas mais relevantes do personagem.
- A ilustração - trata-se sobre a composição final, em peça gráfica, assim como suas aplicações. Este projeto irá focar nas aplicações tais como wallpaper, capa, foto de perfil.

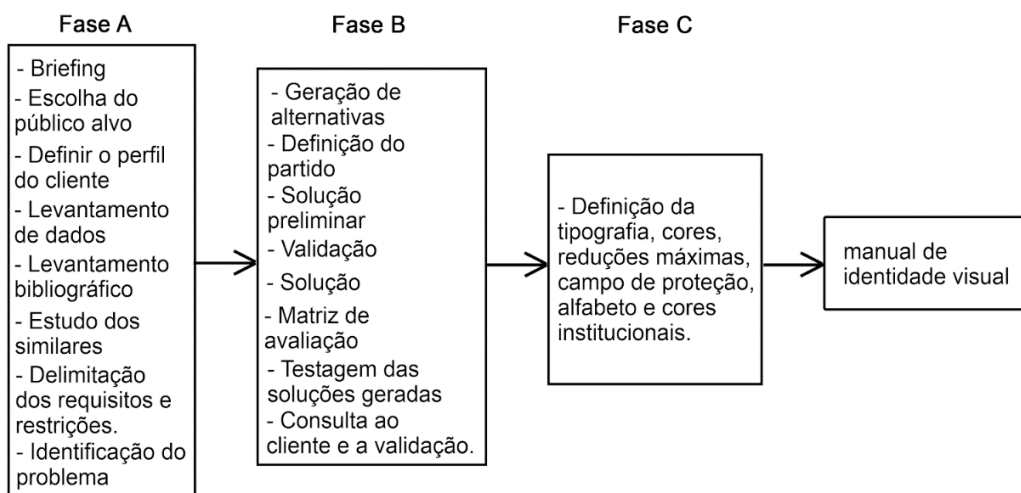
Foi montada então uma metodologia que mescla as etapas da metodologia de Maria Luísa Peón (2009), junto com a metodologia de Seegmiller (2008),

A metodologia ficou dividida em três etapas, onde:

- Etapa A: nesta etapa se concentra a problematização, onde o projeto foi realizado junto ao cliente um briefing para a logo e outro para o personagem, escolha do público alvo, foi definido o perfil do cliente, delimitação dos requisitos e restrições, levantamento de dados sobre a história e aparência de personagem, estudo sobre a estrutura da figura, expansão de ideias, geração de alternativas, sketches, estudo dos similares, materialização do personagem, detalhamento técnico entrando a perspectiva do personagem, e levantamento bibliográfico.
- Etapa B: entra a concepção do projeto, “é quando a identidade visual será delineada” (PEÓN, 2009, p.41), nesta fase acontece a identificação do problema, definição do partido, a solução preliminar, as validações e a solução. Onde é gerado o desenho, a matriz de avaliação, testagem das soluções geradas, consulta ao cliente e a validação.
- Etapa C: nesta etapa entra a Especificação, onde são definidos todos os detalhes e caracterizações para que seja criado o manual de identidade e peças gráficas. Foi definido nesta parte as especificações, como tipografia, cores, reduções máximas, campo de proteção, alfabeto e cores institucionais, para no fim executar o manual de identidade visual, e também as ilustrações com o personagem, como em ícone de avatar, wallpapers, capa para facebook.

Tabela de Fluxograma 1: Metodologia Peón (2009)

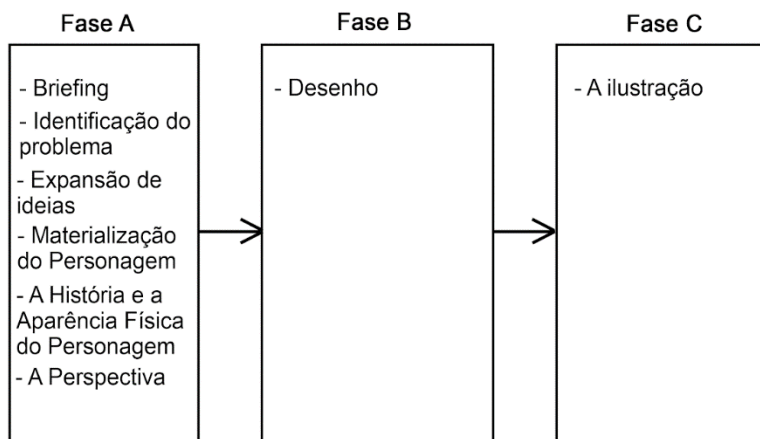
Maria Luísa Peón (2009)



Fonte: A autora

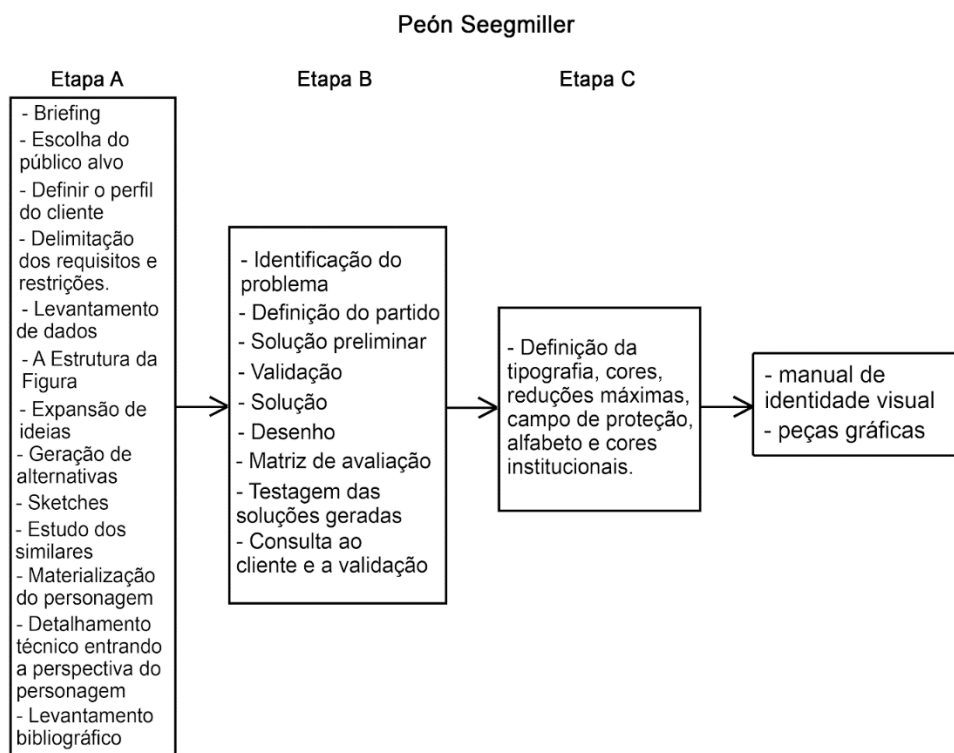
Tabela de Fluxograma 2: Metodologia Seegmiller (2008)

Seegmiller (2008)



Fonte: A autora

Tabela de Fluxograma 3: Metodologia Peón Seegmiller



Fonte: A autora

## 2. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

### 2.1. Identidade Visual

Segundo Peón (2009, p.10) “a identidade visual é o que singulariza visualmente um dado objeto; é o que o diferencia dos demais por seus elementos visuais”, as coisas que podem ser identificadas visualmente possuem uma identidade visual. Existem identidades fracas e mais fortes, onde a primeira não fica memorizada em nossa cabeça, já a segunda chama nossa atenção e memorizamos com facilidade, assim reconhecemos aquele objeto de longe.

De acordo com Domingues (2015), do canal Crie Valor, a Identidade visual

é um sistema de peças que são utilizadas em vários momentos, aplicações para representar a imagem de uma empresa ou produto, necessariamente é composta por um logotipo e também pode conter um símbolo”, além disso diz que o sistema “é composto de várias áreas, como a papelaria, comunicação visual e marketing digital.

Conforme Peón (2009) existe a identidade visual institucional e a identidade visual corporativa. A primeira é referente a uma instituição, uma empresa, que possui uma série de critérios que indicam os elementos dessa identidade, pela forma de apresentação e seus padrões, e sua aplicação pode ser em diferentes casos, como exposições, espetáculos, campanhas institucionais, uma empresa. Na identidade visual corporativa, Peón (2009, p.11) diz ser “aquela que tem como objeto uma empresa ou instituição qualquer”, o trabalho é mais complexo, pois não se espera que uma empresa dure até uma data, se espera que uma empresa seja eterna e sua identidade acompanhe sua jornada, mas sabe-se que com o tempo ela pode ser trocada ou redesenhada. Além disso, diz que “A identidade visual corporativa integra a imagem corporativa de uma instituição” (PEÓN, 2009, p.12), explica também que existe uma diferença entre imagem corporativa e identidade visual corporativa, como imagem ela explica que é tudo que envolve a empresa na relação com o público, a imagem que o público tem daquela empresa, que pode ser positiva ou negativa, já a identidade visual é um meio de gerar a imagem corporativa.

Peón aborda também sobre o Sistema de Identidade Visual - SIV, explicando detalhadamente sobre esse sistema:

Programa de Identidade Visual (PIV) - é como se configura objetivamente a identidade. Formam o sistema todos os veículos que veiculem os elementos básicos da identidade visual: o logotipo, símbolo, a marca, as cores institucionais e o alfabeto institucional, além de outros eventuais elementos acessórios, que são aplicados em itens específicos (material de papelaria, letreiros, uniformes, sinalização, embalagens, gráfica ambiental etc.). Esses veículos são chamados de aplicações. (PEÓN, 2009, p.12)

A autora diz que podemos definir o SIV como: “Sistema de normalização para proporcionar unidade e identidade a todos os itens de um dado objeto, por meio de seu aspecto visual” (PEÓN, 2009, p.13), este objeto pode ser um serviço, um produto ou uma empresa. Segundo ela, existem três tipos de SIV corporativos que são ligados diretamente ao porte da empresa, e são: Extenso, Completo e Restrito.

Ela diz que o Extenso é para grandes empresas, “se desdobram num grande número de aplicações e demandam redobrado controle de qualidade e manutenção e complementação constantes” (PEÓN, 2009, p.13). O Completo, para médias empresas, “propicia um número tal de aplicações e a complexidade da situação de projeto tem tal aprofundamento que possibilita não só a projeção quanto a implantação de um SIV”, e o Restrito, é para micro e pequenas empresas, “geralmente inclui poucos elementos e suas aplicações são pouco numerosas, pouco diversificadas e muitas vezes sequer chegam a ser implantadas na totalidade do que foi projetado”.

De acordo com Peón (2009, p.14) “os SIV parecem ter como objetivo a identificação e memorização do objeto a partir de sua apresentação visual. No entanto, eles têm outros dois objetivos, que desdobram este primeiro”, no geral os objetivos são em prol de proporcionar o crescimento da empresa através da criação e consolidação de uma imagem corporativa positiva. Ela destaca os elementos de identidade visual normatizados por um SIV, onde podem ser divididos em: Primários, Secundários e Acessórios.

Os Primários, “São aqueles nos quais se baseiam todos os demais e cuja

veiculação intermitente nas aplicações é essencial para o funcionamento do sistema”. (PEÓN, 2009, p.21) São eles o símbolo, o logotipo e a marca.

O Símbolo é “Um sinal gráfico que substitui o registro do nome da instituição”. (PEÓN, 2009, p.22)

Figura 1: Símbolo da Nike



Fonte: <https://www.dicionariodesimbolos.com.br/simbolo-nike/>

O Logotipo é “a forma particular e diferenciada com a qual o nome da instituição é registrado nas aplicações”. (PEÓN, 2009, p.22)

Figura 2: Logotipo da Nike



Fonte: <http://www.linkedit.com.br/logo-logotipo-ou-logomarca/>

E, por fim, a Marca é, segundo Peón (2009, p.22) “O conjunto formado pelo símbolo e pelo logotipo, normatizado quanto à posição de um relacionado ao outro e a proporção entre eles”.

Figura 3: Marca da Nike



Fonte: <http://www.grupodass.com.br/clientes-globais/nike-logo-01/>

Os elementos de identidade visual considerados Secundários, segundo Peón (2009, p.21) “embora de grande importância, têm sua utilização altamente dependente da configuração de cada aplicação, tendo por isso um grau geralmente menor de repetitividade no sistema”, e são eles o alfabeto institucional e as cores institucionais, e os Acessórios, “são os elementos cuja presença geralmente está ligada ao tipo de sistema em questão (se extenso, completo ou restrito)”(PEÓN, 2009, p.22), e eles são os grafismos, as normas para layouts, os símbolos e logotipos acessórios, e os mascotes.

Delano Rodrigues (2011), designer, professor e consultor de identidade de marca, em seu livro *Naming - O nome da Marca*, destaca tipos diferentes de marcas e suas utilizações, como a seguir:

A Marca de produto/serviço, “é toda aquela usada para distinguir o produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim”. (RODRIGUES, 2011, p.37) Esse tipo de marca é utilizado por fabricantes, comerciantes, profissionais autônomos ou empresas para reconhecer os produtos ou serviços de suas atividades.

Figura 4: Marca do sabão OMO como exemplo de marca produto



Fonte: <https://diadeaprenderbrincando.org.br/sobre/dig-omo-logo-400x400/>

A Marca de certificação é utilizada para “atestar que produtos ou serviços seguem determinadas normas, padrões ou especificações técnicas,

principalmente quanto à qualidade, à natureza, ao material utilizado e a metodologia empregada”. (RODRIGUES, 2011, p.38)

Figura 5: Marca do selo de certificação Procel/Eletrobras, como exemplo de marca de certificação



Fonte: <https://www.dusolengenharia.com.br/post/como-funciona-o-selo-procel/>

A Marca coletiva é aquela, “usada para identificar produtos ou serviços que pertençam a membros de uma mesma entidade. Representa o interesse geral, econômico ou social dos membros dessa entidade”. (RODRIGUES, 2011, p.39) As marcas de sindicatos e cooperativas se encontram nessa categoria.

Figura 6: Marca “Em nome do pão” que promove o consumo de pão tradicional se enquadra na categoria “coletiva”



Fonte: <https://expresso.pt/economia/2018-04-06-Marca-coletiva-promove-pao-tradicional#gs.6hvrml>

Marca notoriamente conhecida, “é aquela que, por ser muito famosa, embora não tendo registro no Brasil, possui uma proteção especial no seu segmento de mercado, independente de estar previamente registrada no Brasil”. (RODRIGUES, 2011, p.40)

Figura 7: Marca da Walt Disney como exemplo de marca notoriamente conhecida



Fonte: <https://logos-download.com/7459-the-walt-disney-company-logo-download.html>

Marca nominativa “é a combinação de uma ou mais palavras, letras e/ou algarismos que possa ser lida, mesmo que forme uma palavra de fantasia (que não tenha necessariamente um significado)”. (RODRIGUES, 2011, p.40)

Figura 8: O nome do Carrefour é um exemplo de forma nominativa de marca

# Carrefour

Fonte: <http://midiainteressante.com/2009/01/significado-da-logomarca-do-carrefour.html>

A Marca figurativa “é exclusivamente representada por desenho, figura ou qualquer forma estilizada de letra e número em duas ou três dimensões”. (RODRIGUES, 2011, p.40)

Figura 9: O símbolo do Carrefour e seu logotipo em utilizações isoladas são exemplos de forma figurativa de marca



Fonte: <https://actforfood.carrefour.com.br/>

Marca mista é “apresentada em duas ou três dimensões, é constituída das formas nominativa e figurativa, ou somente de elementos nominativos cuja grafia se apresente de forma estilizada”. (RODRIGUES, 2011, p.41)

Figura 10: O nome próprio e o conjunto símbolo/logotipo do Carrefour são exemplos de forma mista de marca



Fonte: <http://tous-logos.com/logo-carrefour/>

Marca tridimensional, “compreende todas as formas plásticas (configuração física) de produto ou de embalagem com capacidade distintiva e que estejam dissociadas de qualquer efeito técnico”. (RODRIGUES, 2011, p.41)

Figura 11: A forma característica da garrafa da Coca-Cola como exemplo de marca tridimensional



Fonte: <https://www.firstversions.com/2015/02/coca-cola.html>

No processo de criação da Identidade Visual contamos com a definição de várias coisas que irão compor a peça final, como escolha de tipografia, espaçamento da marca, paleta de cores, texturas, assinaturas, mascotes, layouts, entre outras. Conforme o site MK2, a criação é cuidadosa e cheio de detalhes, e para que não tenha uma má utilização, é criado um Manual de identidade visual, que estabelece os critérios e normas da aplicação da marca.

## 2.2. Tipografia

De acordo com David Arty, do canal no Youtube “Chief of Design”, a tipografia se encontra em toda parte, em todo lugar, ela é essencial para o nosso dia a dia. A palavra vem do grego Typos = forma e graphein = grafia, é a mecanização da escrita feita através da tecnologia para a reprodução de textos em série.

Segundo o site Medium,

Por volta de 1450, o alemão Johannes Gutenberg inventou a prensa com tipos móveis, criando letras e símbolos em relevo esculpidos em metal, capazes de aumentar os números na produção, diminuir o valor em cima, e disseminar a informação. O primeiro livro inteiro publicado pela técnica da imprensa foi a bíblia.

É importante conhecer toda estrutura e os componentes das fontes para conseguir compreender melhor a escolha da mesma. Para Arty, os Glifos, “são signos alfabéticos projetados para reprodução mecânica”, já a Família Tipográfica, “é o conjunto de caracteres que possuem as mesmas características de desenho independentemente das suas variações (peso, inclinação, corpo)”, e uma Fonte, “é conjunto de glifos que compõem uma família tipográfica”.

Figura 12: Exemplo de Glifo



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Fonte: <https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>

Figura 13: Exemplo de Família Tipográfica

Helvetica Neue 25 Ultra Light  
 Helvetica Neue 35 Thin  
 Helvetica Neue 45 Light  
 Helvetica Neue 55 Roman  
 Helvetica Neue 65 Medium  
 Helvetica Neue 75 Bold  
 Helvetica Neue 85 Heavy  
 Helvetica Neue 95 Black

Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/tipografia/>

Figura 14: Glifos de uma fonte

A 65	B 66	C 67	D 68	E 69	F 70	G 71	H 72	I 73	J 74	K 75	L 76	M 77
N 78	O 79	P 80	Q 81	R 82	S 83	T 84	U 85	V 86	W 87	X 88	Y 89	Z 90
a 97	b 98	c 99	d 100	e 101	f 102	g 103	h 104	i 105	j 106	k 107	l 108	m 109
n 110	o 111	p 112	q 113	r 114	s 115	t 116	u 117	v 118	w 119	x 120	y 121	z 122
0 48	1 66	2 67	3 68	4 69	5 70	6 71	7 72	8 73	9 74			
§ 36	* 42	+ 43	- 45	/ 47	& 38	~ 71	= 61	% 37	" 34	' 39	Ø 157	# 35
@ 64	_ 66	( 40)	) 41	, 44	. 46	; 59	: 58	? 63	! 33	\ 92	124	{ 123
} 125	< 60	> 62	[ 91]	] 93	^ 96	^ 94	™ 166	° 167	¼ 171	½ 172	µ 230	ÿ 157
À 183	Á 181	Â 182	Ã 199	ä 133	å 160	à 131	â 198	é 144	É 210	í 214	ï 161	ó 224
ô 228	õ 229	ö 162	ó 147	ö 228	ú 233	ü 154	ñ 165	ñ 164	ç 128	ç 135		
'	÷	ı	^	~	€	>	“	”	Û	«	»	Ë

Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/tipografia/>

Segundo Arty (2017), “Os tipos são compostos por um conjunto de elementos: bojo, haste, barra, perna, serifa, oco, cauda, terminal, ombro, vértice, ligação, orelha, gancho, junção, espora, incisão, abertura, espinha e braço”.

Figura 15: Anatomia dos tipos



Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/tipografia/>

De acordo com Joaquim da Fonseca, autor do livro “Tipografia e Design Gráfico” (2008), podemos nos aprofundar ainda mais sobre as características tipográficas, como a seguir:

Versalete é o “Tipo com a forma de versal (letra maiúscula, ou em caixa alta), com a altura da letra de caixa-baixa da fonte que a pertence”. (FONSECA, 2008, p.85)

Figura 16: Exemplo do tipo com a forma de versal



Fonte: <https://blog.revendakwg.com.br/destaque/3-dicas-para-escolher-tipografias-ideais/>

A ênfase ou diagonais de orientação são também conhecidos como eixo, é “o ângulo de inclinação formado pela diagonal de orientação das letras de caixa-alta e caixa-baixa, como em C, G, O ou em b, c, e, g, o, p e q. Não confundir com a inclinação característica das variações em itálico”. (FONSECA, 2008, p.85)

Figura 17: Exemplo de ênfase ou diagonais de orientação



Fonte: <https://blog.revendakwg.com.br/destaque/3-dicas-para-escolher-tipografias-ideais/>

Serifa são pequenos traços que dão terminação ao final das hastes das letras. “Elas melhoram a legibilidade porque conduzem o olho do leitor ao longo da linha de tipos, formando linhas óticas paralelas que agem como um trilho imaginário”. (FONSECA, 2008, p.85)

Figura 18: Estilos de serifas



Fonte: <https://www.graficariomega.com.br/blog/aprenda-mais-sobre-serifas/>

Sem serifa ou sans são as letras também chamadas de góticas ou grotescas. “Embora nem todas as sans serif sejam apropriadas para textos muito

longos, pesquisas mostram que ler na tela dos computadores fica mais fácil com letras sem serifas”. (FONSECA, 2008, p.86)

Figura 19: Exemplo de tipos sem e com serifas



Fonte: [https://medium.com/@junioralves\\_11958/fontes-com-serifa-e-sem-serifa-2cfa6a083952](https://medium.com/@junioralves_11958/fontes-com-serifa-e-sem-serifa-2cfa6a083952)

Caixa-alta são “as letras maiúsculas (também chamadas de versais ou capitais), a maior parte dos caracteres especiais que acompanham uma coleção de tipos e, às vezes, as maiúsculas pequenas ou versaletes”. (FONSECA, 2008, p.86)

Figura 20: Exemplo de tipo em caixa-alta



Fonte: <https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>

Caixa-baixa é “A divisão inferior da caixa de tipos contém as letras minúsculas, os espaços, os algarismos e os sinais mais usados”. (FONSECA, 2008, p.87)

Figura 21: Exemplo de tipo em caixa-baixa



Fonte: <https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>

Ainda de acordo com Fonseca (2008, p. 126), “Uma família de tipos é o conjunto de caracteres tipográficos cujo desenho apresenta as mesmas características fundamentais”, as variações que são apresentadas normalmente são no peso, na largura ou na inclinação das letras, o autor ainda diz que como a família Helvética, uma família de tipos pode conter algumas ou muitas variações, mas sempre terá uma continuidade visual, porque todas as variações são baseadas em características comuns de design.

Figura 22: Família ITC Franklin Gothic

ITC Franklin Gothic book  
*ITC Franklin Gothic book italic*  
**ITC Franklin Gothic medium**  
*ITC Franklin Gothic medium italic*  
**ITC Franklin Gothic demi**  
*ITC Franklin Gothic demi italic*  
**ITC Franklin Gothic heavy**  
***ITC Franklin Gothic heavy italic***  
 ITC Franklin Gothic book condensed  
*ITC Franklin Gothic book cond. italic*  
 ITC Franklin Gothic medium cond.  
*ITC Franklin Gothic medium cond. italic*  
**ITC Franklin Gothic demi cond.**  
***ITC Franklin Gothic demi cond. italic***  
 ITC Franklin Gothic book compressed  
*ITC Franklin Gothic book compressed italic*  
**ITC Franklin Gothic demi compressed**  
***ITC Franklin Gothic demi compressed italic***  
 ITC Franklin Gothic book extra compressed  
**ITC Franklin Gothic demi extra compressed**

Fonte: <https://medium.com/design-editorial/varia%C3%A7%C3%B5es-tipogr%C3%A1ficas-cbfde2fea1f0>

Falando um pouco sobre a classificação dos tipos, Fonseca (2008, p.128) diz que “os caracteres tipográficos podem ser classificados por seus estilos e sua evolução”, e resume a forma mais genérica e adotada.

As Letras Negras são “Capitulares ornamentadas, serifas em forma de losangos e traços espessos”, tem como utilização em “Títulos e documentos

dignificantes, tradicionais e religiosos, como diplomas e comunicados honoríficos”. (FONSECA, 2008, p.128)

Figura 23: Exemplo de Letras Negras, Cloister Black

**A B C D E F G H I J K L M**  
**N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m**  
**n o p q r s t u v w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**! @ # \$ % ^ & \* ( )**

Fonte: <https://cooltext.com/Download-Font-Cloister+Black>

O Estilo Antigo (Old Style) são “Linhas angulosas nas letras de caixa-baixa, passagem moderada de traços espessos para traços finos e ênfase diagonal” (FONSECA, 2008, p.128), tem como utilização em segmentos longos de textos.

Figura 24: Exemplo de Estilo Antigo, Janson

**A B C D E F G H I J K L M**  
**N O P Q R S T U V W X**  
**Y Z À Á Ê Ì** a b c d e f g h i j k l  
**m n o p q r s t u v w x y z à á ê ì**  
**& 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ( \$ £ . , ! ? )**

Fonte: <http://www.identifont.com/similar?PI>

O Estilo Transicional (Barroco) possui “Ênfase vertical e contrastes ligeiramente maior do que nas letras em Estilo Antigo, em combinação com serifas horizontais”, tem como utilização em “Títulos, corpo de textos”. (FONSECA, 2008, p.129)

Figura 25: Exemplo de Estilo Transicional, Baskerville

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
0123456789  
!@#\$%^&\*()

Fonte: <https://cooltext.com/Download-Font-Baskerville>

O Estilo Moderno (Didone) têm “Ênfase vertical absoluta e forte contrastes de linhas, com serifas e traços horizontais muito finos, resultando numa aparência técnica e precisa” (FONSECA, 2008, p.129), e apesar de serem chamativas, essas letras não são muito legíveis em textos longos, como por exemplo em livros.

Figura 26: Exemplo de Estilo Moderno, Bodoni

ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklm  
 nopqrstuvwxyz  
 0123456789  
 !@#\$%^&\*()

Fonte: <https://cooltext.com/Download-Font-Bodoni>

As Decorativas ou de Fantasia são “Letras que não se incluem em nenhum dos outros grupos”, utilização “Frugal, para títulos estilizados, cabeçalhos e quantidades mínimas de textos” (FONSECA, 2008, p.130).

Figura 27: Exemplo de tipo Decorativo ou de Fantasia, Arnold Boecklin

**A B C D E F G H I J K L M N**  
**O P Q R S T U V W X Y Z À Á**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q**  
**r s t u v w x y z à á é î ð ø ü &**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (\$ £ . , ! ?)**

Fonte: <http://www.identifont.com/show?EX>

As Caligráficas (Script) possuem “Aparência de manuscrito produzido/escrito com pena caligráfica ou pincel (ou lápis, ou caneta técnica)”, utilização “Frugal, para quantidades mínimas de texto estilizado; por exemplo, em cartões sociais, participações, convites e comunicados pessoais” (FONSECA, 2008, p.131).

Figura 28: Exemplo de tipo Caligráficas, Coronet

ABCDEFGHIJK  
 LMNOPQRSTU  
 VWXYZ À Á Ê Ë Ì Õ abc  
 defghijklmnopqrstuvwxyzàáêí  
 & 1234567890(\$£€.,!?)

Fonte: <http://www.identifont.com/similar?NJ6>

55

De Pincel, “Eixo claramente inclinado, imitam os traços característicos dos pincéis de pintura”, utilização “Frugal, para títulos e cabeçalhos estilizados e quantidades mínimas de texto” (FONSECA, 2008, p.131).

Figura 29: Exemplo de tipo Pincel, Brush Script

ABCDEFGHIJKLM  
 NOPQRSTUVWXYZ  
 À Á Ê Ë Ì Õ Ö Ü abcdefghijk  
 lmnopqrstuvwxyzàáêíõöü  
 & 1234567890(\$£€.,!?)

Fonte: <http://www.identifont.com/similar?GV>

Fonseca (2008, p. 131) fala também sobre as variações dos tipos, “muitas são as variações que uma família de tipos pode apresentar, e não poucas as tentativas de classificá-las de uma forma lógica ou normativa”.

Figura 30: Variações da família de fontes Myriad Pro

Myriad Pro  
Myriad Pro Cond  
*Myriad Pro Cond Italic*  
**Myriad Pro Cond Bold**  
***Myriad Pro Cond Bold Italic***  
**Myriad Pro Cond Semibold**  
***Myriad Pro Cond Semibold Italic***

Fonte: <http://2013fonts.blogspot.com/2013/04/download-myriad-pro-font-family.html>

Normal é o estilo-padrão, também conhecidos como roman ou book, dependendo de sua utilização. No Negrito (Bold), a letra é mais pesada ou mais grossa. No Itálico, o tipo fica inclinado. No Sublinhado (Underline), a letra é sublinhada por um traço contínuo e pode ser aplicado em qualquer estilo. O Tachado (Strike-through), a letra é cortada na metade da altura da mesma por um traço contínuo. No Vazado (Outline), a letra é contornada e tem o espaço interno vazio. No Sombreado (Shadow), o tipo tem uma sombra projetada, e no Invertido ou negativo (Reversal), a letra em negativo com um fundo mais escuro e esse fundo pode ser também colorido.

Figura 31: Fonte Myriad como exemplo de Estilo de Tipos

<b>Normal</b>	<b>Myriad</b>
<b>Negrito</b>	<b>Myriad</b>
<b>Itálico</b>	<i>Myriad</i>
<b>Sublinhado</b>	<u>Myriad</u>
<b>Tachado</b>	<del>Myriad</del>
<b>Vazado</b>	Myriad
<b>Sombreado</b>	Myriad
<b>Invertido ou negativo</b>	<b>Myriad</b> Myriad

Fonte: A autora

Peón (2009, p.34) aborda sobre os Elementos secundários, tendo como um deles o Alfabeto institucional, que, segundo a autora,

é utilizado para normatizar os textos incluídos nas aplicações, juntamente com os elementos primários. Ele é composto por uma família tipográfica preferencialmente de fácil disponibilidade e aquisição, incluindo suas variações de peso (itálico e negrito, ao menos)

Além disso, explica que a fonte que é utilizada em elementos primários é mais marcante e que a sua utilização nos outros textos tira e minimiza o destaque que a logotipo ou a marca deve ter como um todo.

### 2.3. Jogos

Segundo Helder Hidalgo, desenvolvedor do curso de Design de Games do Mundo MC e proprietário da empresa desenvolvedora de jogos Incubadora Games, autor do livro Design de Games (2015, p.32), “Antes de tudo é de extrema importância conhecer todas as etapas que são necessárias até termos um jogo pronto em mãos”. Elder destaca todas as etapas necessárias para criação de um jogo, como vemos a seguir.

A primeira etapa é História do Jogo, “É extremamente comum nas empresas de Jogos primeiramente se preocupar com toda a história que o jogo envolve, o local e época para depois montar os personagens que irão conduzir tal história” (HIDALGO, 2015, p.33). Deve possuir três fases: Um início, meio e final, ou saber no início do projeto o ponto que começa e o ponto que termina. Hidalgo usou a história de God of War, onde se baseia inteiramente na história pessoal do personagem Kratos, enfatizando que nesta etapa as reuniões para as decisões são de grande importância.

Figura 32: Jogo usado como exemplo, God of War



Fonte: <https://www.elo7.com.br/papel-de-parede-adesivo-game-god-of-war-kratos-1-5x2-0-gm12/dp/E681B0>

História dos personagens, que “é tão importante quanto definir a história do jogo, afinal, ter um mundo repleto e cheio de imaginação sem ter um personagem para fazer uma ligação com o jogador normalmente não rende uma boa produção” (HIDALGO, 2015, p.34). Depende muito da criatividade nessa etapa, para construir o personagem visualmente, gostos, traços de sua personalidade, seu passado e objetivos a serem cumpridos. Um exemplo dado por Hidalgo, foi a Chun-Li, uma personagem do jogo Street Fighter, é considerada a primeira personagem feminina em jogos de luta, a mesma possui uma forte história de vingança por causa do assassinato de seu pai.

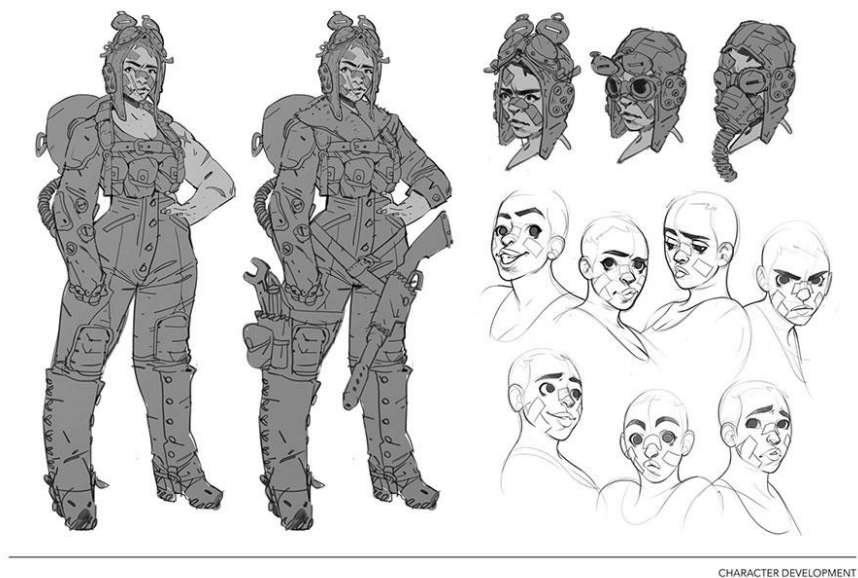
Figura 33: Personagem Chun-Li, do Street Fighter, usada de exemplo.



Fonte: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcRSbS9-KUORGD6MCpmM0yQnepZBt7gogkgvbQ9iqrbK9PWgH8iS>

Como terceira etapa temos a Arte Conceitual onde, segundo Hidalgo (2015, p.37) “é a arte (desenho ou pintura digital) que capta a ideia do jogo, seu conceito, seu estilo, sua direção de arte e a transforme em imagens que serão usadas como referência por diversos momentos durante a criação do produto”. Essa etapa ajuda os modeladores para terem referência na hora de modelar, Hidalgo também destaca a importância de possuir uma direção de arte, tanto em jogos 2D ou 3D, para que o jogo tenha um estilo, para que não tenha modelos muito distantes um dos outros devido a vários artistas envolvidos.

Figura 34: Exemplo de arte conceitual de um personagem



Fonte: [https://www.tees.ac.uk/postgraduate\\_courses/The\\_Arts/MA\\_Concept\\_Art.cfm](https://www.tees.ac.uk/postgraduate_courses/The_Arts/MA_Concept_Art.cfm)

A etapa seguinte é a Modelagem 3D, ou seja, “a arte de criar formas, cenários, personagens tridimensionais através de uma malha que possa ser editada e transformada conforme a necessidade e a técnica do artista” (HIDALGO, 2015, p.40). O autor ainda fala que para criação de modelos 3D, o software 3D Studio Max é o mais utilizado. Além do 3D Max, ele fala sobre o MudBox, que é um forte software de escultura digital, que é cada vez mais utilizado por empresas e pessoas ao redor do mundo que trabalham com modelos 3D.

Figura 35: Personagem no 3DS Max



Fonte: <http://www.cgmeetup.net/home/whats-new-in-autodesk-3ds-max-2017/>

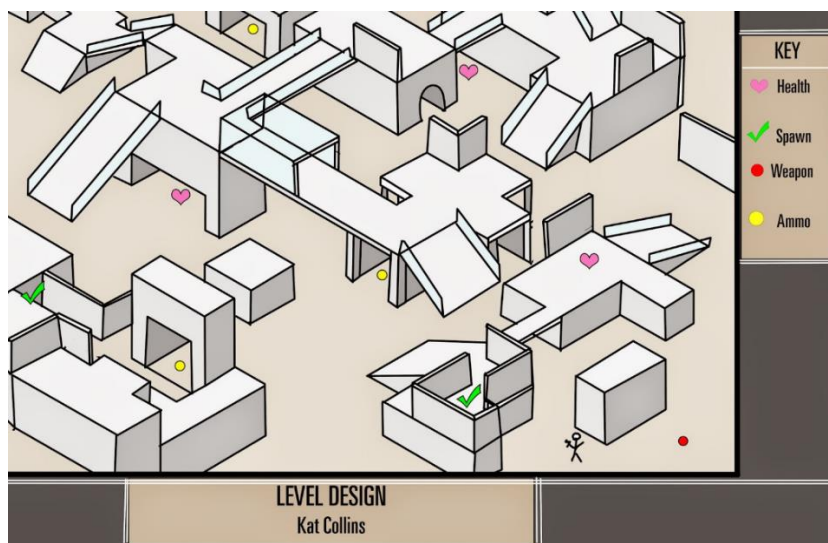
Figura 36: Personagem no MudBox



Fonte: <https://www.autodesk.com/products/mudbox/overview>

No chamado Level design o trabalho “é além de artístico, pois detalhes técnicos e até arquitetônicos devem ser levados em consideração na hora da criação dos cenários” (HIDALGO, 2015, p.47). O autor diz também que outro ponto importante no trabalho realizado pelo “level designer”, que fica responsável pela ambientação do cenário, onde a iluminação do ambiente é um dos principais pontos a ser trabalhado. Basicamente no Level Design, se posiciona objetos, estruturas, se constrói o cenário, e até mesmo coisas que não vão existir.

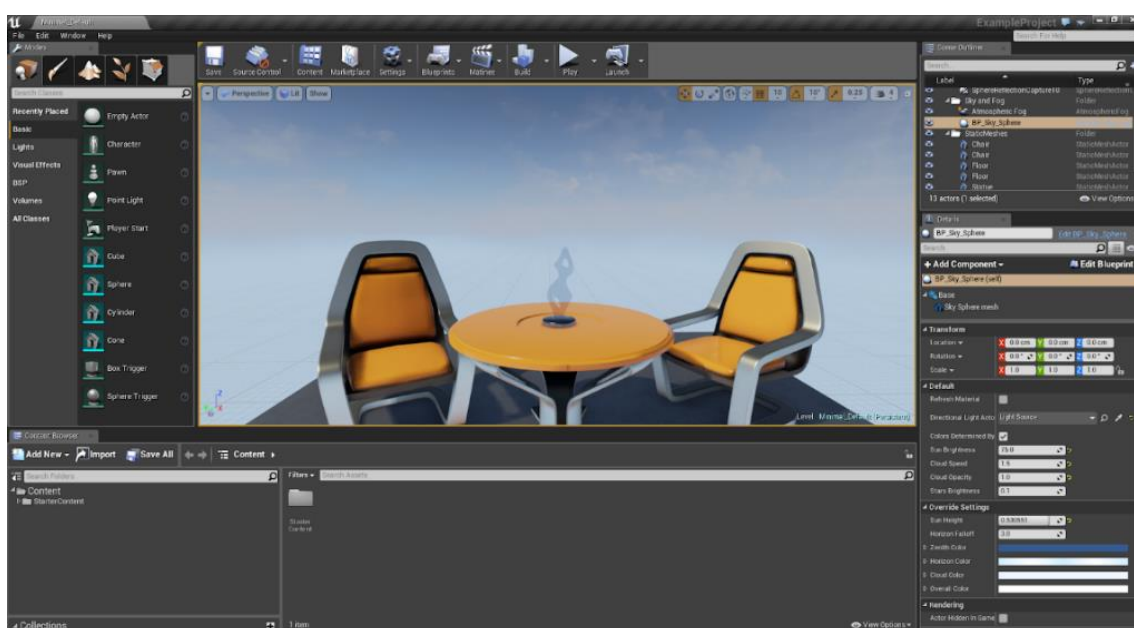
Figura 37: Exemplo de Level Design



Fonte: <http://katcollinsgad.blogspot.com/2014/09/level-design-shooter.html>

A Engine do jogo atualmente mais acessível e utilizada é a Unreal 4, “é a responsável por juntar todos os aspectos que o constituem entregando ao jogador a experiência controlável” (HIDALGO, 2015, p.51), dentro da Unreal juntamos tudo o que já tem construído como os modelos 3D, as regras, o cenário, a iluminação, os personagens, os sons e demais objetos necessários para definir todo o jogo.

Figura 38: Tela da Unreal 4



Fonte: <https://docs.unrealengine.com/en-us/GettingStarted>

Na parte da Sonorização, “A ambientação de um jogo além de ser construída com gráficos é também definida pela qualidade sonora do jogo, a utilização correta de sons ambientes, efeitos sonoros e trilha musica” (HIDALGO, 2015, p.52). A sonorização consegue diferenciar um jogo de sucesso de um jogo mediano, Hidalgo fala da importância da trilha sonora dos jogos e ainda cita a captação de voz e dublagem, e efeitos sonoros.

Figura 39: Software para edições e criações de áudio, FL STUDIO



Fonte: <https://www.soundonsound.com/reviews/image-line-fl-studio-9>

Na etapa de Projetos, “Criar um jogo pode ter várias motivações, mas a principal é a de poder lucrar com o produto e para isso vários aspectos devem ser levados em consideração como vender seu jogo” (HIDALGO, 2015, p.54), e o autor destaca a Steam da produtora Valve, como o principal canal de venda e distribuição de jogos para computadores.

Figura 40: Interface da Steam



Fonte: [https://steamcdn-a.akamaihd.net/steam/store/uiupdate/Details\\_ModernWarfare2.jpg](https://steamcdn-a.akamaihd.net/steam/store/uiupdate/Details_ModernWarfare2.jpg)

Hidalgo (2015) afirma que a decisão e a criação da história de um personagem, as características dele, montar um mundo gigantesco, ter uma narrativa cativante, e decidir os aspectos técnicos do jogo ainda são os movimentos iniciais para a criação de um jogo. Além disso é necessário definir qual será o estilo que irá nortear o jogo. Segue a seguir os estilos listados pelo autor.

#### O jogo de Plataforma (2D/3D),

um dos mais clássicos e conhecido estilo de jogos entre todos, nesse estilo de jogo perpetuado graças aos jogos do Mario o jogador atravessa um cenário, pulando através de plataformas e variados obstáculos, solucionando quebra cabeças e enfrentando inimigos para atingir objetivos e conseguir objetos e ou pontuações. (HIDALGO, 2015, p.93)

O autor enfatiza que, esse estilo de jogo atinge todas as faixas etárias, devido principalmente por possuir uma mecânica de controles mais fácil e seus objetivos mais claros diferentemente dos jogos mais modernos. Exemplos de jogos de Plataforma: Super Mario Bros., Donkey Kong, e Sonic The Hedgehog.

Figura 41: Sonic The Hedgehog, exemplo de jogo de Plataforma



Fonte: <https://www.techtodo.com.br/tudo-sobre/sonic-the-hedgehog.html>

Jogos de Luta, tem como conceito principal “dois ou mais personagens se digladiando em um cenário, os jogos mais clássicos de luta são desenvolvidos

em 2D” (HIDALGO, 2015, p.95), mas também se encontram jogos de luta em 3D, onde os personagens podem rotacionar e se movimentarem para trás e para frente no ambiente, Street Fighter e Mortal Kombat na década de 90 eram os dois principais jogos de luta. Exemplos de jogos de luta: Street Fighter, Mortal Kombat, Street Fighter vs Tekken, Injustice: Gods Among Us, Art of Fighting, Fatal Fury e The King of Fighters.

Figura 42: Street Fighter, exemplo de jogo de Luta



Fonte: <https://www.campograndenews.com.br/lado-b/games/conheca-detalhes-e-curiosidades-sobre-o-primeiro-game-da-serie-street-fighter>

Jogos de Ação/Aventura, nesse estilo “normalmente coloca o jogador na pele de um personagem com uma história de fundo (background) muito bem escrito para gerar carisma entre jogador e personagem em busca de algo” (HIDALGO, 2015, p.101), como exemplo temos Tomb Raider e The Last of Us.

Figura 43: Tomb Raider, exemplo de jogo de Ação/Aventura



Fonte: [https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-962343946-tomb-raider-2013-steam-key-\\_JM](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-962343946-tomb-raider-2013-steam-key-_JM)

Os jogos de ação e aventura se dividem em diversas subcategorias, Hidalgo cita as principais falando um pouco de cada, como mostrado a seguir.

O estilo de First Person Action Adventure, “empresta dos jogos de tiro sua característica principal, o controle do personagem através de sua própria visão, porém mantém características dos jogos de ação” (HIDALGO, 2015, p.101).

Figura 44: Metroid Prime, exemplo de jogo de First Person Action Adventure



Fonte: <https://wccfttech.com/pc-metroid-prime-texturere-pack/>

O estilo de Third Person Action Adventure, “utiliza a câmera travada nas costas do personagem assim temos a visão do nosso personagem como um todo na tela” (HIDALGO, 2015, p.102).

Figura 45: Assassin's Creed IV, exemplo de jogo Third Person Action Adventure



Fonte: <http://www.divxstore.com.br/produto/assassins-creed-iv-black-flag/>

No estilo Open World os jogos são de mundo aberto, “normalmente uma cidade inteira na qual o jogador é levado entre diversos personagens de um ponto a outro executando missões durante toda a narrativa da história” (HIDALGO, 2015, p.102), um dos mais conhecidos do gênero é a série Grand Theft Auto (GTA).

Figura 46: Grand Theft Auto 5 (GTA V), como exemplo de jogo de Open World



Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/d74REG039Dk/maxresdefault.jpg>

Os de estilo Isométricos são jogos em “visão isométrica, ou seja a câmera fica o tempo todo em uma perspectiva acima do cenário e dos personagens, é um dos subgêneros que mais carregam fãs” (HIDALGO, 2015, p.102), o jogo mais conhecido é da série Diablo da Blizzard.

Figura 47: Diablo III, exemplo de jogo Isométricos



Fonte: <https://i.ytimg.com/vi/Q17FDfU7-ds/maxresdefault.jpg>

Nos de Stealth, o jogo “se baseia não na ação desenfreada, mas em formas de se escapar de situações de risco, de atravessar cenários sem ser descoberto” (HIDALGO, 2015, p.102), um grande exemplo de jogo nesse estilo seria o Metal Gear Solid.

Figura 48: Metal Gear Solid V, exemplo de jogo Stealth



Fonte:

[https://s2.glbimg.com/xXDYdITNwOeFax8NFWmeP4CCA0A=/0x600/s.glbimg.com/po/tt2/f/original/2015/08/06/pic\\_z\\_088\\_45fht4.jpg](https://s2.glbimg.com/xXDYdITNwOeFax8NFWmeP4CCA0A=/0x600/s.glbimg.com/po/tt2/f/original/2015/08/06/pic_z_088_45fht4.jpg)

Survival Horror são jogos “marcados por ambientes claustrofóbicos, centenas de situações perigosas e principalmente por recursos escassos como por exemplo munição” (HIDALGO, 2015, p.103).

Figura 49: Resident Evil 4, exemplo de jogo de Survival Horror



Fonte: <https://gamerant.com/resident-evil-4-ultimate-hd-edition-gameplay-video/>

Os Jogos casuais têm como suas características básicas “facilidade em sua jogabilidade, não requerem do jogador grande domínio dos controles, bem como jogos mais rápidos, com um objetivo já bem definido e de fácil conquista” (HIDALGO, 2015, p.103).

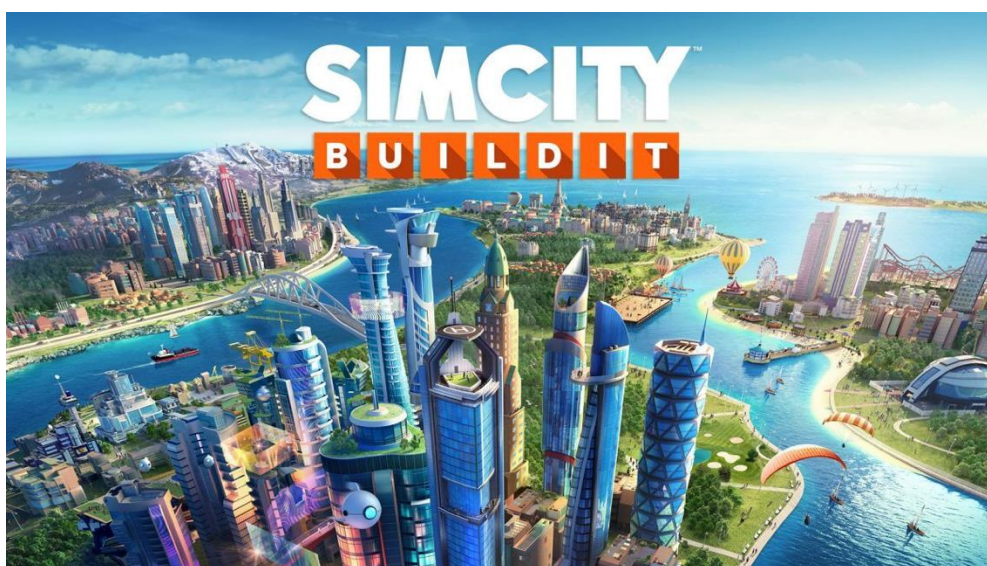
Figura 50: Paciência Spider, exemplo de jogo Casual



Fonte: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2015/05/paciencia-spider-veja-como-jogar-o-classico-game-de-cartas.html>

Jogos de Construção/Simuladores “colocam o jogador no papel não de um personagem, mas sim de um prefeito, de um construtor ou até mesmo de um deus” (HIDALGO, 2015, p.106).

Figura 51: SimCity, exemplo de jogo de Construção/Simulador



Fonte: <https://www.ea.com/pt-br/games/simcity/simcity-buildit>

Jogos de Corrida (Arcade e Simuladores), “A história de jogos de corrida não se baseia só em jogos de carro, mas também em jogos com outros veículos em apostas de velocidade” (HIDALGO, 2015, p.112), um grande exemplo nessa categoria é o Space Race do Atari, que trazia disputas para dois jogadores.

Figura 52: Atari Space Race, exemplo de jogo de Corrida



Fonte: <http://atariage.com/forums/topic/265529-space-race/>

Os jogos de Arcade “prezam primariamente a velocidade em detrimento a simulação física, normalmente são jogos de corrida com corridas por tempo em busca da primeira posição” (HIDALGO, 2015, p.113), esse estilo foge um pouco da realidade, não considerando muitos aspectos da física realística e nem aspectos do carro.

Figura 53: Out Run, exemplo de jogo de corrida Arcade



Fonte: <http://blogtectooy.com.br/outrun-um-eterno-classico/>

Os jogos de Simuladores já retratam mais a realidade, em como o carro se comporta em várias situações, como “chuva, curvas fechadas, subidas íngremes, lama e outros, por serem simuladores requerem muito mais conhecimento do veículo e de direção para serem jogados” (HIDALGO, 2015, p.114).

Figura 54: Fórmula 1 2012, exemplo de jogo de corrida de Simulação



Fonte: <https://www.pontofrio.com.br/games/pc/jogos-para-pc/jogo-formula-1-2012-pc-1714406.html>

O estilo Educacional “são criados primariamente para servir de ferramenta na educação de algum ou de vários aspectos” (HIDALGO, 2015, p.116). Tendem a ser mais simples, pois tem como objetivo a educação.

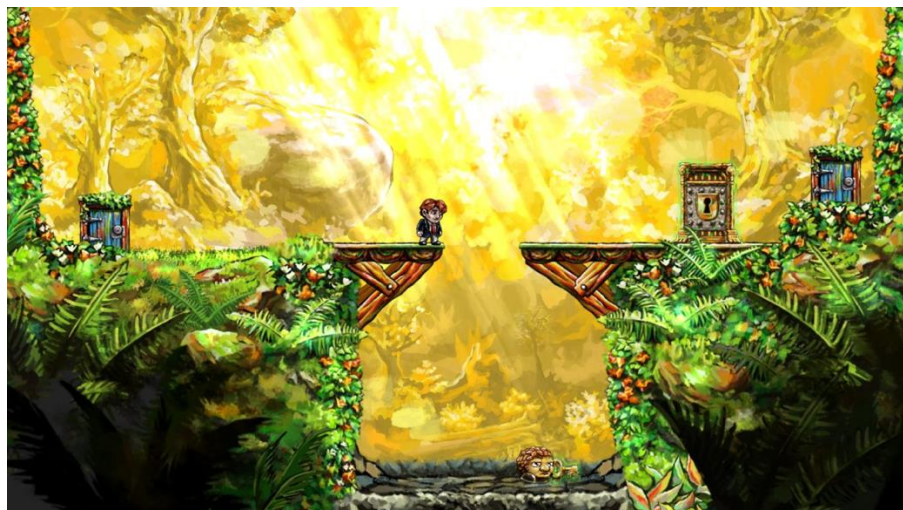
Figura 55: O Coelho Sabido - Jardim, como exemplo de jogo educacional



Fonte: <http://www.geocities.ws/mhccici/Software/osoftware.htm>

Os jogos de Enigma possuem uma série de desafios que utilizam muito do raciocínio lógico e observação para serem completados, e é comum “além de apresentar ao jogador o problema a ser resolvido possuam também algum conceito de tempo englobado para que o mesmo solucione o que é necessário” (HIDALGO, 2015, p.117)

Figura 56: Braid, exemplo de jogo de Enigma



Fonte: <http://www.nerdmaldito.com/2009/04/braid-manipulacao-do-tempo.html>

Os de Esportes possuem “a possibilidade de partidas multiplayer local e até mesmo online, é comum reuniões de amigos para jogatinas incontáveis e campeonatos” (HIDALGO, 2015, p.120).

Figura 57: FIFA 2018, exemplo de jogo de esporte



Fonte: <https://exame.abril.com.br/pme/apenas-um-game-liga-de-jogadores-profissionais-de-fifa-recebe-r-10-mi/>

Os jogos de Estratégia “envolvem construção de prédios e exércitos, o jogador deve controlar além do exército todo o gerenciamento de sua base e suas instalações, fortificando suas defesas e planejando ataques contra a base inimiga” (HIDALGO, 2015, p.122), atualmente um grande exemplo desse estilo é o jogo League of Legends.

Figura 58: League of Legends, exemplo de jogo de Estratégia



Fonte: <https://www.pcgamesn.com/league-of-legends/league-of-legends-community-map-dota-2>

Os de estilo Musical “normalmente colocam o jogador em disputas através de ritmo com a música em questão” (HIDALGO, 2015, p.123), as vezes jogos desse estilo contam com o uso de tapetes para dança, ou instrumentos de plástico ao invés dos controles normais.

Figura 59: Stepmania, exemplo de jogo de Musical



Fonte: <https://en.wikipedia.org/wiki/StepMania>

Estilo Multiplayer massivo, jogos que são jogados online, por meio da internet, “são assim conhecidos por envolverem desde dezenas até milhares de jogadores em um mesmo jogo, jogos conhecidos por grandes aventuras em grupo e mundos persistentes em constante atualização” (HIDALGO, 2015, p.126).

Figura 60: World of Warcraft (WoW), exemplo de jogo multiplayer massivo



Fonte: <https://www.windowcentral.com/starting-play-world-warcraft>

Jogos de RPG (Role Playing Game), são jogo de interpretação de papéis, “possui características que envolvam a personalidade do herói, uma grande aventura na qual o jogador deve por várias vezes tomar uma série de decisões que podem até mesmo alterar o andamento do jogo” (HIDALGO, 2015, p.128).

Figura 61: Corpse Party, exemplo de jogo de RPG



Fonte: <https://corpse-bd.br.aptoide.com/>

Jogos de Vida virtual “são conhecidos por simularem o crescimento de uma determinada população de organismos, onde os jogadores possuem o poder para controlar as vidas de criaturas autônomas ou pessoas” (HIDALGO, 2015, p.129).

Figura 62: The Sims 4, exemplo de jogo de vida virtual



Fonte: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/sims-4.html>

Os Jogos de tiro contam com partidas multijogador com número limitado de pessoas para batalhas rápidas, contam com “objetivos clássicos do gênero como capturar a bandeira, dominar a base inimiga e até mesmo o famoso “livre para todos” no qual o objetivo é acabar com qualquer um que aparecer perante sua mira” (HIDALGO, 2015, p.132).

Figura 63: Halo 5, exemplo de jogo de tiro



Fonte: <https://www.feiradosimportados.com.br/produto/jogo-original-halo-5/halo-5-rifle/>

### 2.3.1. Criação de Personagem

De acordo com Hidalgo (2015, p.38) em “A arte de criar histórias”, criar um personagem não é tão simples quanto parece, a construção de um personagem depende da força do jogo em questão, “dessa forma jogos simples tem personagens com características bem definidas e objetivo também definido”.

O autor diz ainda que alguns gêneros de jogos exigem personagens mais elaborados, logo a construção dos mesmos será muito mais elaborada, além disso fala que “é normal durante essa fase que a equipe criativa se reúna em “Brainstorm” para definir todas as características do personagem principal” (HIDALGO, 2015, p.40).

O autor ressalta que o personagem principal é o primeiro contato do jogador com o jogo, logo é preciso ter um personagem bem construído, com características únicas, traços fortes, coisas que destacam e fazem dele único, dessa forma o jogador tende a ter um forte valor “afetivo” com o mesmo, com chances de sucesso.

Fazer uma série de questionário para definir o personagem é um dos modos de se criar um. Hidalgo (2015, p. 40) enfatiza ainda que “isso também ajuda o pessoal responsável pela arte, seguir todo o direcionamento cria de maneira facilitada as artes conceituais para se definir a aparência final do personagem”. Neste questionário se pergunta questões básicas, como nome, sexo, idade, também pergunta questões sobre a história do personagem, como familiares, traumas, memória marcante, pergunta-se também sobre as crenças, sobre o comportamento do mesmo, quais os gostos, como objetos, cor, alimento, questiona-se sobre a aparência, como qual a aparência geral do personagem, tatuagens, cicatriz, procura-se saber sobre os conhecimentos e porque o jogador se importaria com o personagem.

Seegmiller (2011, p.6), diz que “Comunicar as ideias por meio de um personagem configura uma das coisas mais importantes da tarefa de um designer de personagem”.

Figura 64: Exemplo de criação de personagem



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Bs31msUAQqL/>

### 2.3.1.1 Ilustração

A essência de uma ilustração está no pensamento – nas ideias e nos conceitos que formam a espinha dorsal do que uma imagem está tentando comunicar. O papel do ilustrador é dar vida e forma visual a um texto ou a uma mensagem – os melhores na indústria combinam pensamento analítico inteligente com habilidades práticas refinadas para criar imagens que têm algo a dizer e que têm suas formas e meios para dizê-los. (ZEEGEN; CRUSH. 2009, p. 17)

Segundo o autor, os estilos na ilustração, variam entre altos e baixos, assim como as tendências na moda ou na música. Para Zeegen (2009, p.21), “Manter-se atualizado em relação às mudanças de estilo pode ajudar um ilustrador a estar sempre um passo à frente da concorrência”.

Podemos entender através do livro “A linguagem das figuras: o caso da ilustração” (2009, p.52) que “a ilustração tem sua origem atrelada às artes

plásticas, e cada vez mais se mostra uma importante parceira do design gráfico”. Fala também sobre a ilustração mutante que seria a união dos elementos de desenhos com a parte gráfica, como por exemplo a tipografia ilustrada.

O autor ainda diz que “a ilustração pode comportar-se de forma mais autônoma ou de forma equilibrada, na complementação do conteúdo textual” (2009, p.55). A ilustração de alguma forma contará algo.

Para Sant’anna, Júnior e Garcia (2009) a ilustração deve seguir algumas funcionalidades para que ela seja desenvolvida corretamente, essas funções foram idealizadas para serem projetadas em anúncios e propagandas, porém, seus conceitos podem ser inseridos no design editorial, como mostrado em tópicos a seguir:

A ilustração tem de servir para reforçar os valores de atenção, de compreensão, de memorabilidade e de credibilidade do texto, e só tem interesse na medida em que aumenta do texto não ilustrado. (SANT’ANNA; JÚNIOR; GARCIA. 2009, p.188)

Função de atenção: A ilustração como um “fixador-de-vista”, atraindo a atenção do leitor a distância. Podendo atrair pela cor, contraste com fundo, etc. (SANT’ANNA; JÚNIOR; GARCIA. 2009)

Função de compreensão: Facilitar o entendimento de um texto, podendo até servir para reduzir a extensão do texto, mostrar uma coisa é mais fácil que tentar explicar em palavras, em alguns casos. (SANT’ANNA; JÚNIOR; GARCIA. 2009)

Fator de memorização: Contribuir para a identificação, fazer com que a pessoa memorize a imagem, favorecendo a associação de ideias. (SANT’ANNA; JÚNIOR; GARCIA. 2009)

Fator de credibilidade: Mostrar a importância de uma ideia, tornando a ilustração um elemento de convicção. (SANT’ANNA; JÚNIOR; GARCIA. 2009)

O papel da ilustração tem grande relevância, em alguns casos, as ilustrações tornam-se icônicas com o tempo e transcendem seu significado inicial, adotando um simbolismo e interpretação diferente conforme o tempo e a época que está inserido.

### 2.3.2. Povos Perdidos: o reino de Tikal

Glauber Dias, Gabriel Garro, Wagner Lucas, Mateus Almeida, Yuri Martins, Matheus Peterson e Lucas Duarte, são os integrantes do grupo que estão desenvolvendo o jogo “Povos perdidos: o reino de Tikal”. O grupo começou quando estavam fazendo o curso de desenvolvimento de jogos pela Microcamp em Volta Redonda-RJ e ainda sabiam pouco sobre a complexidade de criar um jogo. Inicialmente foram uma equipe maior, onde quase toda turma já tinha participado da equipe, era um grande grupo que fazia os trabalhos de aula juntos.

Com o decorrer do curso a equipe foi se definindo, assim que se formaram o líder, Glauber, juntou os integrantes que iriam produzir o jogo “Ex-life”, no começo do desenvolvimento a equipe contava somente com alunos que se formaram juntos pela Microcamp, mas percebendo a complexidade que é produzir um jogo, tiveram que procurar mais integrantes, onde dois membros entraram na equipe por meio de uma recomendação do antigo professor, um modelador e um sonoplasta, assim a equipe chegou a sua formação atual.

O novo jogo da equipe, “Povos perdidos: reino de Tikal”, tem como protagonista Thiago Uriac, seu sobrenome vem do Tupi e significa "árvore de folhas escuras", foi criado somente pela mãe, já que seu pai está desaparecido desde quando ele era pequeno. O personagem principal tem 19 anos e está no último período de sua faculdade de arqueologia, seguindo os passos do seu pai na profissão, sempre se destacou com boas notas, um jovem prodígio. Ele sempre carregava um cordão que a mãe dele dizia que seu pai usava, esse cordão tinha o símbolo de Hunab Ku, Deus primordial Maia. Acontece que Thiago aceita participar de uma expedição que foi convidado por um professor, pois é de seu interesse futuramente trabalhar na faculdade estudando culturas antigas.

Essa expedição se passa na Guatemala, mais especificamente no parque da cidade de Tikal, essa era a primeira viagem dele para fora do Estado que vivia. Chegando no ponto turístico o grupo de expedição que Thiago estava segue por um caminho pouco comum, pois não estavam indo para passear, pelo turismo, e sim a procura dos rumores sobre o novo templo que tinha sido encontrado, assim que chegam nesse templo a primeira coisa que chama

atenção o estado que o templo se encontra, diferente dos outros estava bem mais acabado, após um tempo explorando-o por dentro uma parte das paredes e teto desmorona separando Thiago do resto do seu grupo, todos falam para ele esperar e não sair do local que se encontrava, mas o cordão que ele tinha parecia estar puxando-o para adentrar mais ao templo, depois de o guiar por todo templo, Thiago passa por uma porta, se deparando com uma mata densa, a porta atrás dele se fecha e é como se o templo que ele tivesse acabado de sair estivesse novo, ao seguir o único caminho que tinha ele se depara com a entrada de Tikal, também chamada de cidade de ouro ou cidade dos deuses pelo número de templos.

Esse é o começo da história, nesse ponto Thiago Uriac está preso no passado, tendo que descobrir como voltar para o presente e ainda tem que aprender a conviver com os maias, o jogo vai também envolver o misticismo dos deuses da civilização, para entender o porquê ele foi o escolhido para isso.

Para entender mais os objetivos e requisitos da equipe, foi realizado um briefing, onde uma série de perguntas foi feita referente a identidade visual do jogo e ao seu personagem protagonista que será também desenvolvido neste projeto.

### **2.3.2.1 Briefing**

Sobre a identidade visual do jogo:

1- Qual nome e elementos deverão compor o logo?

R.: “Está escrito o nome do jogo e subtítulo, “Povos Perdidos”, Subtítulo “O reino de Tikal” e de Elementos somente o símbolo de Hunab Ku centralizado ao fundo do título”

2- Por que busca por um novo logotipo? Quais as sensações e mensagens que deverão ser passadas através desse novo logotipo?

R.: “Para atrair a atenção do público e passar a ideia que o jogo se passa em uma civilização antiga”

3- Quem são seus principais concorrentes? Se eles possuem site, cite os links de suas respectivas páginas. (Tem algum outro jogo q se assemelha com o novo de vocês?)

R.: “Diretamente não temos nenhum concorrente definido, já que a ideia que estamos querendo trazer com o jogo não foi desenvolvida por outros estúdios brasileiros”

4- Qual o perfil de seu público-alvo?

R.: “Público Gamer não casual, Pessoas que se interessam pela história de civilização antigas, provavelmente com a classificação indicativa +18”

5- Possui algum slogan? Deseja que o slogan faça parte da composição do logotipo?

R.: “Não possuímos Slogan e por ser na área de jogos não desejamos slogan no logotipo”

6- Tem em mente algum estilo ou algo que queira que esteja presente no logo?

R.: “Algo remetente a cultura maia como runas e símbolos de deuses desenhados ao fundo, como se fossem desenhados em um papel antigo”

7- Possui alguma preferência de cor?

R.: “Tons de dourado remetendo ao ouro”

8- Existe alguma cor que não gostaria que estivesse presente no logotipo?

R.: “Cores que saiam da temática de antiguidade”

9- Cite pelo menos 3 exemplos de logotipos de outras empresas, independente do mercado que atuam, que mais lhe agradam. Cite o que mais chamou a atenção em cada uma delas

R.: “Que mais chama atenção temos:

- a logo temática da Ubisoft que muda de acordo com cada jogo (especialmente a do far cry 2)

- A logo de The Elder Scrolls Oblivion (pelos tons de antiguidade que usam)
- E a logo de Uncharted 4”

10- Como deseja que apareça a tipografia? Exemplo: script, itálica, light, negritada, manuscrita, informal, etc

R.: “Não conhecemos muito de tipografia, mas seria legal algo que pareça que foi talhado em pedra, para lembrar a civilização antiga”

11- Onde usará seu logotipo? Exemplo: na web, em impressões etc.

R.: “Site do jogo, página do facebook, na intro do jogo, e todos os veículos de divulgação que usarmos”

Sobre o personagem

1- Nome?

R.: “Thiago Uriac mas durante o jogo seu nome mudará para Ikal, após ser batizado na cidade maia (Significa Espírito)”

2- Sexo?

R.: “Masculino”

3- Idade?

R.: “19”

4- Altura e peso?

R.: “1.76, 68kg”

5- Onde nasceu?

R.: “Brasil, SP”

6- Cor do cabelo?

R.: “Castanho escuro”

7- Cor dos olhos?

R.: “Verde Claro”

8- Corte do cabelo?

R.: “Curto (Como o do Leo Valdez do Percy Jackson)”

9- Cor da pele?

R.: “Moreno”

10- Ele possui alguma crença que deixe aparente?

R.: “Ele não deixa nenhuma crença aparente”

11- Como você descreveria seu comportamento geral?

R.: “Ele é esforçado, tanto que está terminando a faculdade com 19 anos, tímido quando não conhece ainda o grupo em que está, e sempre tenta cumprir o que foi determinado a ele, fora isso ele é bastante ansioso”

12- Ele possui algum objeto que goste muito?

R.: “O cordão de Hunab Ku que era de seu pai”

13- Qual a aparência geral do seu personagem?

R.: “No começo do jogo ele vai ter o corpo franzino, mas depois de treinamento, seu corpo fica mais definido e com aspectos de guerreiro, no começo andava um pouco curvado, mas quando vai se tornando mais confiante fica com uma melhor postura”

14- Possui tatuagens?

R.: “Originalmente não mas vai adquirindo ao decorrer da história”

15- Possui alguma cicatriz? Se sim, como conseguiu?

R.: “Nenhuma significativa, mas adquiri uma em um momento específico do jogo”

16- Ele sabe lutar?

R.: “Aprende no decorrer do jogo”

17- Ele sabe usar armas?

R.: “Aprende a usar armas brancas durante o jogo”

18- Por que o jogador se importaria com o seu personagem?

R.: “O principal motivo seria o fato da forma que ele foi colocado em essa situação em que está e o jogador teria facilidade de simpatizar ao ver o que o personagem teria que fazer para solucionar os problemas que aparecem, colocado contra sua vontade numa posição de herói onde não sabe se consegue suportar tal fardo”

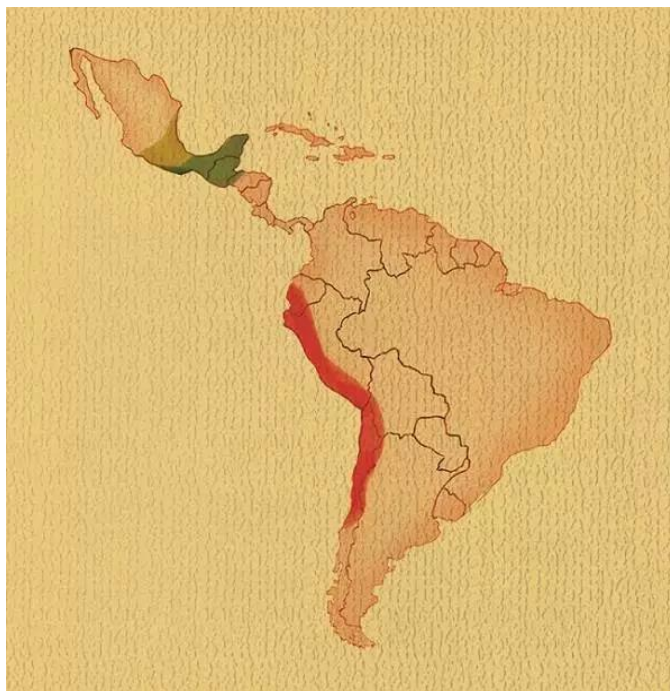
### **2.3.3. A cultura Maia**

Segundo Roberto Navarro na matéria “Quem foram os incas, maias e os astecas?” da Super Interessante (2018), os maias foram uma civilização nativa da América, para ser mais exato, do sul do México à Guatemala. Foram, entre as outras civilizações americanas, a primeira a se consolidar como um império, tendo entrado em declínio a partir do ano 900.

Para Victor Bianchini (2018), autor da matéria *Como eram os templos maias?* “os maias viveram seu auge entre os séculos 3 e 10, mas acabaram dominados pelos espanhóis no século 16.”

Arqueólogos especulam que guerras ou o esgotamento das terras cultiváveis levou a civilização a um rápido declínio a partir do ano 900. No início do século 16, quando os espanhóis desbravaram a América, os maias encontrados eram simples agricultores que apenas praticavam rituais religiosos de seus ancestrais. (NAVARRO, 2018)

Figura 65: Mapa expressando as localizações dos povos incas, maias e astecas.



Fonte:

<https://abrilsuperinteressante.files.wordpress.com/2018/07/50f2b75a9827684d680001bf34maias-edicao34-pag56.jpeg?quality=70&strip=info>

Divididos em 6 grupos por seus diferentes dialetos, sua população registrada na época da colonização espanhola não é confiável.

Os números da época da conquista espanhola não são confiáveis. Mas, apesar de a civilização ter sido quase dizimada, ainda hoje existem cerca de 4 milhões de descendentes dos maias na América Central o que dá uma idéia da grandiosidade da sua população. (NAVARRO, 2018)

Apesar disto, Navarro diz que cidades maias podiam abrigar cerca de até 50 mil habitantes, sendo elas independentes.

Considerados avançados em matemática, tinham um bom conhecimento astronômico. “Tinham um calendário de 260 dias (determinado por complexos movimentos de astros) e já entendiam o conceito do número zero que só posteriormente seria bem compreendido pelos europeus.” (NAVARRO, 2018). Com dois calendários, havia um dia em que os primeiros dias de cada calendário se coincidiam (a cada 52 anos). Este evento era marcado como um período de renovação, sendo comum a destruição de monumentos antigos (mais exatamente as pirâmides) e construíssem novos em seus lugares (era possível que ao invés de destruir o monumento, simplesmente expandisse ele para cima) (BIANCHIN, 2018).

Bianchin (2018) diz que “A maioria das pirâmides maias também era usada como tumba dos reis, que eram enterrados com todos os seus pertences, além de ornamentos feitos de jade, pedra que representava a vida”.

Segundo Matheus Bianezi, autor da matéria “Como é a mitologia maia?” da Super Interessante (2018), os maias eram politeístas, tendo no mínimo cerca de 165 deuses. “Todas essas crenças estão no Popol Vuh, a bíblia desse povo [...] O livro sobreviveu ao tempo, mesmo sofrendo modificações ao longo dos anos”.

Para Daniela Diana em “Arte Maia” do site Toda Matéria, a arte maia “apresenta um elevado grau de sofisticação, visto a época em que foi produzida. Ela envolve diversos materiais (pedra, terra, argamassa, gesso, madeira, terracota, cerâmica, papel, etc.) e técnicas” (DIANA).

Vestiam-se de forma colorida, com chapéus (estes que revelavam a identidade social de um indivíduo), bordados, lenços, gorros, tiaras, etc. “Os nobres vestiam roupas bordadas que muitas vezes eram compostas de pedras preciosas e plumas. Ademais, eles utilizavam acessórios como joias” (DIANA).

Seu sistema de escrita era composto de hieróglifos que ficavam desenhados nas paredes dos templos. Em sua maioria, eles “registravam principalmente as histórias das dinastias maias, suas guerras contra cidades rivais e o sacrifício de inimigos para agradar aos deuses” (NAVARRO, 2018).

Suas pinturas estavam presentes em murais, paredes, e em peças artesanais de cerâmica. “Com a técnica do afresco, os murais eram multicoloridos e apresentavam cenas históricas, cotidianas, culturais, cerimoniais e religiosas” (DIANA).

As esculturas podiam ser encontradas enfeitando templos e palácios. Normalmente suas formas representavam a forma humana ou figuras/símbolos religiosos. O estilo naturalista em suas esculturas era evidente.

Suas principais armas eram consideradas bastante primitivas. Um exército maia tinha como armamento principalmente “arcos e flechas de concepção primitiva, lanças e escudos de madeira e até mesmo pedras que podiam ser atiradas com as mãos” (NAVARRO, 2018).

No ramo da dança e teatro, têm-se cerimônias realizadas para as divindades. “Nesses encontros, além das apresentações artísticas havia

oferendas de alimentos e sacrifício de animais e pessoas. As crianças eram muitas vezes sacrificadas em nomes dos deuses, uma vez que eram consideradas mais puras” (DIANA).

No quesito de arquitetura, as primeiras estruturas que vêm à mente são palácios gigantescos de pedra. Porém, havia também, além destes palácios, templos de pedra e cabanas de madeiras, esta última na qual a população considerada comum vivia (NAVARRO, 2018).

Utilizada sobretudo para realização de cerimônias, a arquitetura maia apresenta um elevado grau de sofisticação, suntuosidade e monumentalidade, com a produção de templos, palácios, pirâmides, túmulos, observatórios, dentre outros. Esses espaços arquitetônicos abrigavam diversas pinturas e esculturas sendo formadas por arcos e abóbodas. (DIANA)

Bianchin (2018) diz que “O templo era frequentado apenas pelo rei, pela família real e por alguns súditos”. Eles ficavam nos topos das pirâmides, eram escuros e pequenos e não serviam como residência. Podiam ter uma ou mais salas.

O templo era frequentado pelo rei, pela família real e por alguns súditos. As pirâmides maias eram fruto do grande conhecimento de matemática e arquitetura desse povo. Elas eram dedicadas aos deuses e não serviam como residência. Uma mesma cidade podia ter até dez pirâmides, dependendo da área ocupada. (BIANCHIN, 2018)

Outras estruturas podem ser destacadas quanto a arquitetura. Uma delas é a Pá de Cal, feitas com pedras de calcário, grudadas por uma argamassa de calcário. (BIANCHIN, 2018). Além disso, outra arquitetura a ser destacada é uma pirâmide na qual sua sombra forma a imagem de uma serpente.

A construção da pirâmide foi feita de maneira que, nos dois equinócios do ano (datas em que o dia e à noite têm exatamente 12 horas de duração cada), os raios de Sol projetam a sombra de uma serpente nas laterais da escadaria. (BIANCHIN, 2018)

## 2.4. Cor

Segundo Gavin Ambrose e Paul Harris (2012), autores do livro “Fundamentos de Design Criativo”, as cores podem despertar o interesse visual e também podem melhorar a comunicação de um design, se forem aplicadas de forma criativa. De acordo com os autores, “A cor é um comunicador poderoso porque apresenta diversos significados codificados, enquanto confere certo dinamismo ao design” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.118). A cor pode apresentar variadas emoções, pode também categorizar produtos ou conceitos, e seus significados podem variar dependendo da cultura e de cada país. Como exemplo podemos citar a cor Azul, que na religião judaica é uma cor sagrada, na China é associada à imortalidade, na Colômbia é associada a sabonetes, entre vários outros significados dependendo da cultura e do país.

Temos que entender sobre a terminologia das cores para sabermos nos comunicar de maneira eficiente, para isso Ambrose e Harris (2012), abordam sobre a terminologia básica das cores, explicando como ela é utilizada por profissionais para comunicar as ideias de cor, como a seguir.

As cores primárias, “são aquelas que podem ser combinadas para produzir uma gama de cores” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.122), as aditivas da luz temos vermelho, verde e azul, e nas subtrativas temos ciano, magenta e amarelo.

A luz branca é feita das cores primárias aditivas, quando apenas duas das cores são misturadas, gera-se uma das cores primárias subtrativas.

Figura 66: Cores primárias aditivas



Fonte: <https://www.todamateria.com.br/cores-primarias/>

Nas cores primárias subtrativas quando apenas duas das cores são misturadas, gera-se uma das cores primárias aditivas, já quando todas são misturadas, gera-se o preto. São utilizadas no processo de impressão em quatro cores.

Figura 67: Cores primárias subtrativas

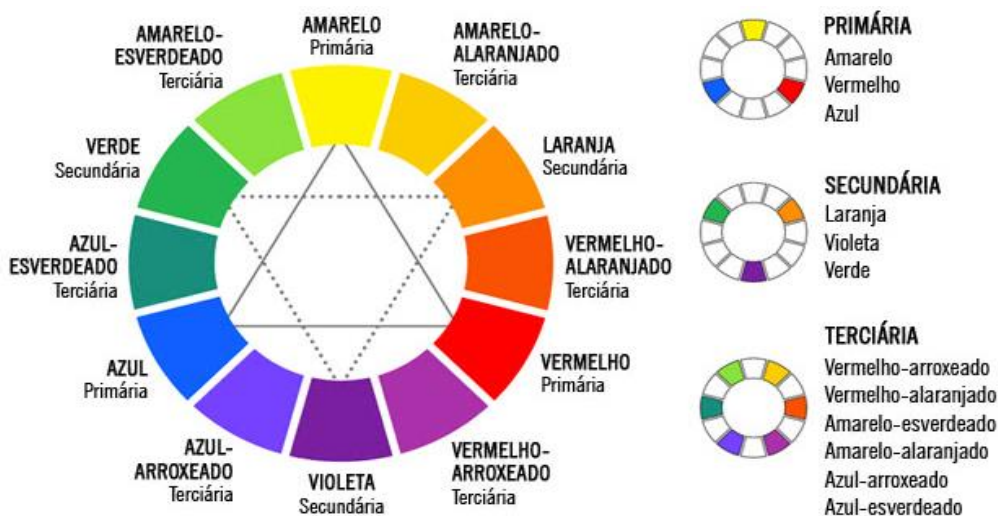


Fonte: <https://www.todamateria.com.br/cores-primarias/>

A cor secundária, “é produzida a partir de quaisquer duas cores primárias utilizadas em proporções iguais. No espaço das cores subtrativas, as cores secundárias são o vermelho, o verde e o azul (as aditivas primárias)” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.123).

As cores terciárias, “têm misturas ou intensidades iguais às das cores primárias e cores secundárias adjacentes na roda das cores. Elas são equivalentes à mistura de duas cores primárias nas proporções 2:1 e 1:2”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.123). Temos vermelho-alaranjado, amarelo-alaranjado, amarelo-esverdeado, azul-esverdeado, azul-violeta e vermelho-violeta, como cores terciárias.

Figura 68: Roda de cores RGB



Fonte: <https://www.todamateria.com.br/cores-secundarias/>

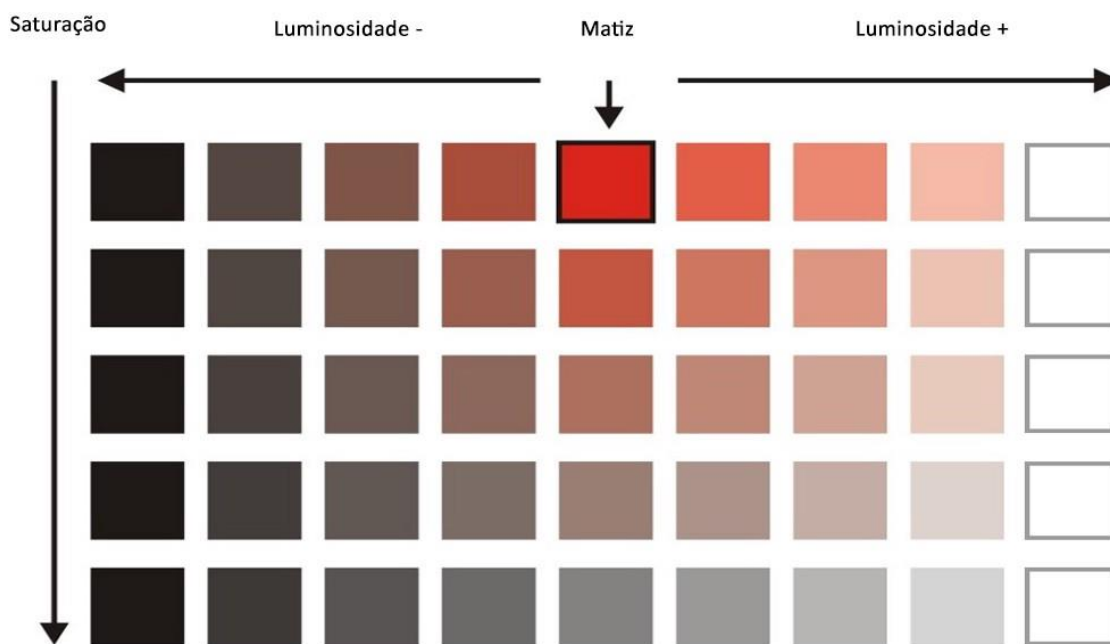
Na assimilação de cor temos que “As cores primária, secundária e terciária podem ser misturadas no processo de impressão em quatro cores para produzir uma gama ampla ou variada de cores”. Os autores abordam também sobre matiz, brilho e saturação, “O designer pode controlar e mudar o matiz, o brilho e a saturação de uma imagem para alterar e melhorar sua aparência, de forma que seja bem reproduzida no processo de impressão ou quando for projetada em tela”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.124)

O matiz, ou cor, “se refere às cores reais da imagem” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.124) ou objeto, quando alterado mudam-se as cores significativamente, o verde, vermelho, vinho e prata são todos matizes.

O brilho, ou valor, “se refere à intensidade ou ao brilho de um matiz”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.124), o matiz e a saturação permanecem iguais, mas dependendo do nível aplicado de brilho aplicado, a imagem pode parecer desbotada ou mascarada.

Saturação, ou croma, “se refere à pureza cromática de uma cor e à quantidade de cinza que ela contém” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.124), a saturação máxima a cor não contém cinza, já na saturação baixa a imagem parecerá cinza.

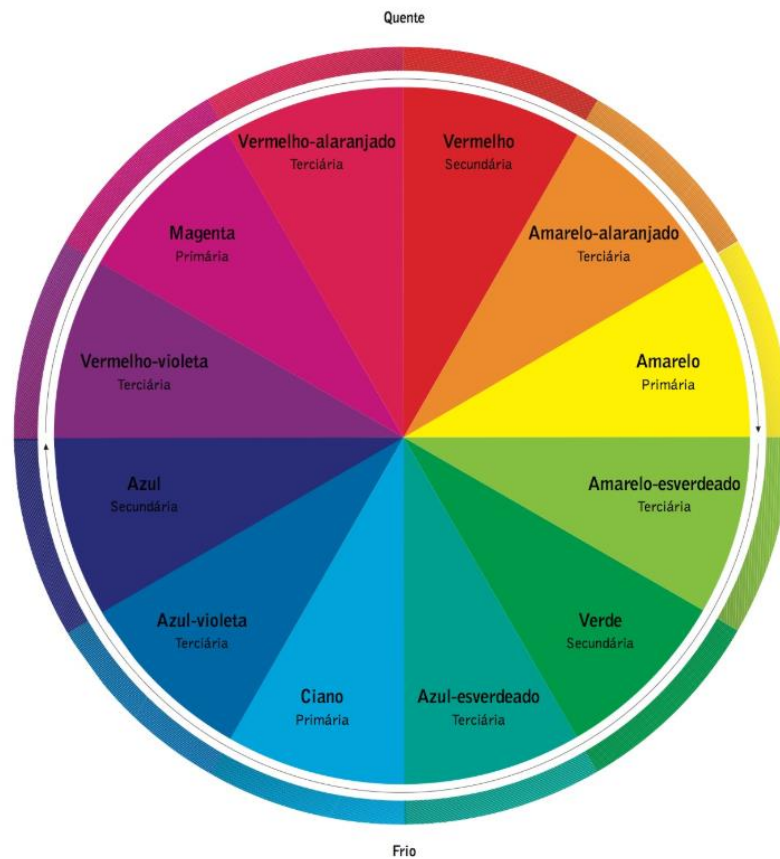
Figura 69: Relação de matiz, brilho e saturação



Fonte: [https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1\\*CVRiv2AGx0OysNqX8ZxwcA.jpeg](https://cdn-images-1.medium.com/max/1600/1*CVRiv2AGx0OysNqX8ZxwcA.jpeg)

Ambrose e Harris (2012, p. 126), também abordam sobre o círculo cromático ou roda de cores, “é uma ferramenta que designers utilizam como guia-base para a seleção”, a roda de cores explica visualmente a teoria das cores, como as cores primárias geram as secundárias e as cores terciárias, e as cores podem ser caracterizadas como quentes ou frias.

Figura 70: Círculo cromático ou roda de cores

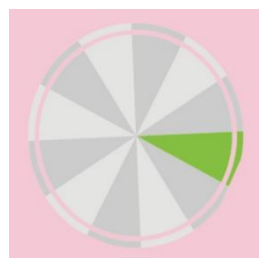


Fonte: Ambrose e Harris, 2012

Falando um pouco mais sobre a roda de cores podemos dizer que existe uma combinação que serve para gerar uma paleta harmoniosa, onde “Diversos métodos podem ser utilizados para selecionar uma paleta de cores, dependendo do número de cores necessárias” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.127), podemos entender um pouco desses métodos existentes a seguir.

A Monocromia é correspondente a uma cor da roda de cores.

Figura 71: Representação da Monocromia



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

As Cores complementares são as que estão opostas, gera um resultado vibrante devido ao seu contraste forte.

Figura 72: Representação das Cores complementares



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

As Cores complementares divididas são formadas por três cores, “As divididas são as duas cores adjacentes à cor complementar daquela que você selecionou como principal”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.127)

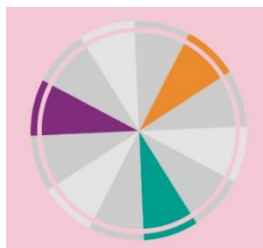
Figura 73: Representação das Cores complementares divididas



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

As cores em Tríade “são quaisquer três cores equidistantes na roda de cores” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.127). Gera tensão ao espectador, devido ao contraste das três cores.

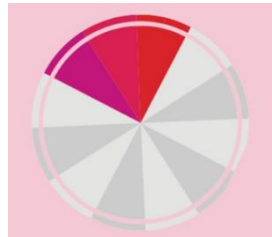
Figura 74: Representação da Tríade



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

As Cores análogas são três cores seguidas de um segmento de cores da roda de cores, fornecendo uma mistura agradável e natural de cores.

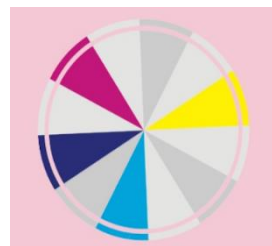
Figura 75: Representação de Cores Análogas



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

Cores complementares mútuas “São conjuntos de cores compostos de uma tríade de cores equidistantes e a cor complementar central”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.127)

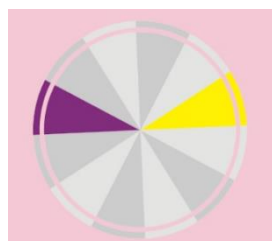
Figura 76: Representação de Complementares mútuas



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

Cor complementar próxima é a que está adjacente a cor complementar da cor principal.

Figura 77: Representação de Cor complementar próxima



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

A Cor complementar dupla “São aquelas duas cores adjacentes e seus dois complementos localizados no lado oposto da roda de cores”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.127)

Figura 78: Representação de Cor complementar dupla



Fonte: Ambrose e Harris, 2012

Temos também os tipos de cor, RGB e CMYK, onde encontramos a cor para impressão, onde “A reprodução exata da cor na impressão pode ser garantida pelo uso de livros de amostras, como o da Pantone PMS, para especificar as cores utilizadas” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.129). Livros pantone PMS, onde os principais são o Process e o Solid, além dos livros de amostras para tons metálicos e pastéis, “A mistura permite que a impressora produza uma grande gama de cores a partir de um pequeno conjunto de tintas” (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.129). E as cores para tela “podem ser controladas pelo uso de cores seguras para garantir a reprodução uniforme de cor independentemente da tela na qual um site é visualizado”. (AMBROSE e HARRIS, 2012, p.129)

Os autores também falam sobre cores especiais, que são cores que podem ser impressas fora da gama de quatro cores, nelas entram as cores metálicas, fluorescentes e cores pastéis, e essas cores são impressas como cores sólidas, possuindo suas próprias chapas de impressão.

## 2.5. Análise de similares

Nesta etapa é realizado um levantamento sobre a identidade visual, personagem e cenário, de jogos já existentes no mercado de trabalho, analisando os pontos positivos, negativos e interessantes (PNI). Os jogos escolhidos para a análise possuem uma temática próxima ao que será realizado nesse projeto.

- League of Legends

Figura 79: Jogo League of Legends



Fonte: <https://www.leak.pt/mmo-league-of-legends/>

Um pouco sobre o jogo:

é um jogo online competitivo que mistura a velocidade e a intensidade de um RTS com elementos de RPG. Duas equipes de poderosos campeões, cada um com design e estilo único, lutam em diversos campos de batalha e modos de jogo. Com um elenco de campeões em constante expansão, atualizações frequentes e uma cena competitiva exuberante, League of Legends oferece diversão incessante para jogadores de todos os níveis de habilidade (LEAGUE OF LEGENDS).

Logo:

Figura 80: Logo de League of Legends



Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:League\\_of\\_Legends\\_logo.png](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:League_of_Legends_logo.png)

Tabela 1: PNI da logo de League of Legends

Positivo	Negativo	Interessante
Clareza, formato e cores	Tamanho da Logo	Logo marcante, fonte escolhida e textura utilizada dando um efeito de ouro

Fonte: A autora

Personagem:

O personagem escolhido para a análise foi o Azir, um mago, conhecido como “O Imperador das areias”.

Figura 81: Campeão Azir de League of Legends



Fonte: <https://news-a.akamaihd.net/public/images/are/img/ar-wallpaper.jpg>

Tabela 2: PNI do personagem Azir de League of Legends

Positivo	Negativo	Interessante
Representação das cores, arte bem feita, rica em detalhes	Tonalidade forte podendo incomodar	A utilização de luz e sombra para representar a armadura, efeito da areia e do fogo

Fonte: A autora

Cenário:

O cenário escolhido para análise foi Shurima que, segundo o site do League of Legends “já foi uma civilização próspera que ocupava grande parte do continente do sul, mas foi deixada em ruínas após a queda de seu deus-imperador”. League of Legends conta com muitos mapas e regiões, e Shurima é a região do deserto.

Figura 82: Disco Solar em Shurima



Fonte: [https://lolstatic-a.akamaihd.net/frontpage/apps/prod/universe-map/pt\\_BR/b38c139a0c1c738a05ceaa0994bfa8540ad714d0/assets/images/shurima\\_sun\\_01.jpg](https://lolstatic-a.akamaihd.net/frontpage/apps/prod/universe-map/pt_BR/b38c139a0c1c738a05ceaa0994bfa8540ad714d0/assets/images/shurima_sun_01.jpg)

Tabela 3: PNI do cenário de League of Legends

Positivo	Negativo	Interessante
Paleta de cor escolhida, representação do deserto, presença de simetria.	Devido ao tamanho da arte não é possível enxergar claramente os pequenos detalhes	Rico em detalhes e na utilização de luzes e sombras trazendo um efeito realista

Fonte: A autora

- Overwatch

Figura 83: Jogo Overwatch



Fonte: <https://www.torcedores.com/content/uploads/2019/04/maxresdefault-1.jpg>

Um pouco sobre o jogo:

Segundo seu site, “Overwatch é um jogo de tiro em equipe que conta com um elenco diversificado de heróis poderosíssimos. Viaje pelo mundo, monte uma equipe e dispute objetivos em combates 6v6 de tirar o fôlego”

Logo:

Figura 84: Logo Overwatch



Fonte: <https://www.freepnglogos.com/images/overwatch-logo-png-1602.html>

Tabela 4: PNI da logo do Overwatch

Positivo	Negativo	Interessante
Fonte estilizada e cores escolhidas	A cor neon pode incomodar os olhos	Representação do metal e das luzes

Fonte: A autora

Personagem:

A personagem escolhida para a análise foi a Pharah, uma heroína de dano, ela é uma chefe de segurança.

Figura 85: Heroína Pharah de Overwatch



Fonte:

[https://vignette.wikia.nocookie.net/overwatch/images/f/fe/Pharah\\_portrait.png/revision/latest?cb=20160429041650](https://vignette.wikia.nocookie.net/overwatch/images/f/fe/Pharah_portrait.png/revision/latest?cb=20160429041650)

Tabela 5: PNI da personagem Pharah do Overwatch

Positivo	Negativo	Interessante
Bem detalhado, cores escolhidas	A armadura chama mais atenção que seu rosto	Efeito da armadura, utilização de luz e sombra

Fonte: A autora

Cenário:

O cenário escolhido para análise foi Templo de Anúbis em Cairo, “Aninhado entre as antigas ruínas do planalto de Gizé, nos arredores do Cairo, o Templo de Anúbis é uma das muitas novas escavações na área” (Wikia Overwatch). Overwatch conta com muitos mapas e regiões reais, e Cairo é a região do deserto.

Figura 86: Templo de Anúbis



Fonte: [https://overwatch.fandom.com/wiki/Overwatch\\_Wiki?file=Anubis+screenshot+4.png](https://overwatch.fandom.com/wiki/Overwatch_Wiki?file=Anubis+screenshot+4.png)

Tabela 6: PNI do cenário do Overwatch

Positivo	Negativo	Interessante
Paleta de cores, distribuição dos elementos	Falta de detalhamento	Efeito futurístico aplicado, jogo de luz e sombra

Fonte: A autora

- Risen

Figura 87: Jogo Risen



Fonte: <https://steamcdn-a.akamaihd.net/steam/apps/40300/header.jpg?t=1535468752>

Um pouco sobre o jogo:

A ilha Faranga precisa de um novo herói, você!

Mergulhe em um mundo de atmosfera de fantasia arenosa, totalmente cru, no qual cada ação tem uma consequência. No mundo épico de RISEN, repleto de terremotos misteriosos, monstros assustadores e tesouros inimagináveis, forje seu caminho com a espada, aprenda a arte de lutar ou se torne um poderoso mago. (STEAM)

Logo:

Figura 88: Logo do jogo Risen



Fonte: [https://en.wikipedia.org/wiki/Risen\\_\(series\)#/media/File:Risen\\_Logo.png](https://en.wikipedia.org/wiki/Risen_(series)#/media/File:Risen_Logo.png)

Tabela 7: PNI da logo do Risen

Positivo	Negativo	Interessante
Possui fonte estilizada, simplicidade e presença de luz e sombra	Não ganha muito destaque devido a escolha de cor	Efeito pedra e seus detalhes como se fosse marca de batalha

Fonte: A autora

Personagem:

Figura 89: Personagem do jogo Risen



Fonte: <http://www.coconacua.com.br/wp-content/uploads/2016/06/risen-1-game-for-PC.jpg>

Tabela 8: PNI do personagem do Risen

Positivo	Negativo	Interessante
Bem detalhado, traço realístico	As cores escolhidas não dão tanto destaque	Aplicação de luz e sombra dando destaque

Fonte: A autora

Cenário:

Figura 90: Cenário do jogo Risen



Fonte: [https://steamcdn-a.akamaihd.net/steam/apps/40300/ss\\_726f251aead1523b475295799fa6d8401384c568.1920x1080.jpg?t=1535468752](https://steamcdn-a.akamaihd.net/steam/apps/40300/ss_726f251aead1523b475295799fa6d8401384c568.1920x1080.jpg?t=1535468752)

Tabela 9: PNI do cenário do Risen

Positivo	Negativo	Interessante
Paleta de cor escolhida trazendo harmonia	Mal acabamento em alguns elementos	Aplicação de luz e sombra trazendo uma realidade

Fonte: A autora

Após o levantamento do PNI, vamos a Análise Sincrônica, segundo Baxter (2000) no livro “Como se cria” da Pazmino (2015, p. 60), “a análise paramétrica serve para comparar os produtos em desenvolvimento com produtos existentes ou concorrentes, baseando-se em variáveis mensuráveis”.

A seguir temos a Análise Sincrônica dos três jogos já apresentados:

Tabela 10: Análise Sincrônica

Produto			
Nome	League of Legends	Overwatch	Risen
Desenvolvedor	Riot Games	Blizzard	Piranha Bytes
Tamanho	10 GB	20 GB	5 GB
Preço	Gratuito / com compras dentro do jogo	R\$ 149,00 / com compras dentro do jogo	R\$ 16,99 / com compras de pacotes
Jogabilidade	Médio - Difícil	Médio - Difícil	Fácil - Médio
Gênero	MOBA (Multiplayer online battle arena)	Jogo de tiro em equipe (FPS)	RPG, Mundo aberto
Série	Apenas este	Apenas este	Trilogia

Fonte: A autora

### 3. SÍNTESE

Após o levantamento bibliográfico e a análise de similares, foi possível gerar possíveis opções do que será realizado no projeto. A princípio, a ideia é utilizar elementos do design, aplicados ao sistema de identidade visual, para a criação da identidade visual do jogo, e produzir o concept art do personagem principal em base dos fundamentos de criação de personagem.

A síntese, devido à natureza do projeto por ter dois produtos finais principais, será dividida em identidade visual e design de personagem. Em identidade visual será abordado sobre a tipografia, cor e simbologia do logo que será criado. Por sua vez em design de personagem, é necessário que seja expressado como deve ser a ficha do protagonista, suas roupas e acessórios, e as cores em geral.

Para a tipografia, o grupo cliente colocou como requisito que parecesse que teria sido talhado em pedra, dessa forma para fonte principal, “Povos Perdidos”, o ideal é utilizar uma fonte reta, bold e sem serifa dando uma textura para que trouxesse esse efeito desejado. Já para fonte auxiliar, “O reino de Tikal”, trazendo algo mais sutil, menor de ser lido em comparação a “Povos Perdidos”, assim será representado como uma tipografia secundária. Esta tipografia é viável que se use serifa, podendo o resultado ser ou não serifado, dependendo do que for ideal ao projeto. Para cor, foi requisitado que estivesse presente tons de dourado, remetendo ao ouro, e como restrições cores que saiam da temática, logo temos uma paleta com tons de marrom e ouro. Como se trata de um jogo, há a necessidade de um ícone que é utilizado no sistema operacional para identificar o tal, pois somente a tipografia ficaria ilegível, dessa forma seria interessante ter algo marcante da história do jogo como ícone, como por exemplo o símbolo do cordão do personagem principal. Quanto aos significados que o logo deve passar, ele deve remeter a cultura maia, foi sugerido

pelo grupo elementos como por exemplo runas e símbolos de deuses desenhados ao fundo, como se fossem desenhados em um papel antigo.

Sobre o personagem, em sua ficha deve estar presente dados pessoais básicos, como o nome, idade, peso e altura, além disso concepts das expressões e ações relevantes do personagem, como ele feliz e correndo. O personagem possui um cordão que era de seu pai como acessório, e apresenta como vestimenta uma roupa de explorador para sua expedição, que pode ou não contar com blusa de botões, calça comprida com cinto para utilidades, sapato fechado e um chapéu de explorador. Para as cores temos que o personagem possui cabelo castanho escuro, olhos verde-claros, e para pele o tom moreno, já para sua vestimenta foi escolhido o marrom e o verde como cores a serem definidas.

#### 4. PAINEL SEMÂNTICO

Para a criação do painel semântico foi utilizado como base o briefing realizado com o grupo cliente, onde foi levantado temas a ver como, jogos, logos, filme, paisagem, vestimenta, esculturas e cores.

Figura 91: Painel Semântico



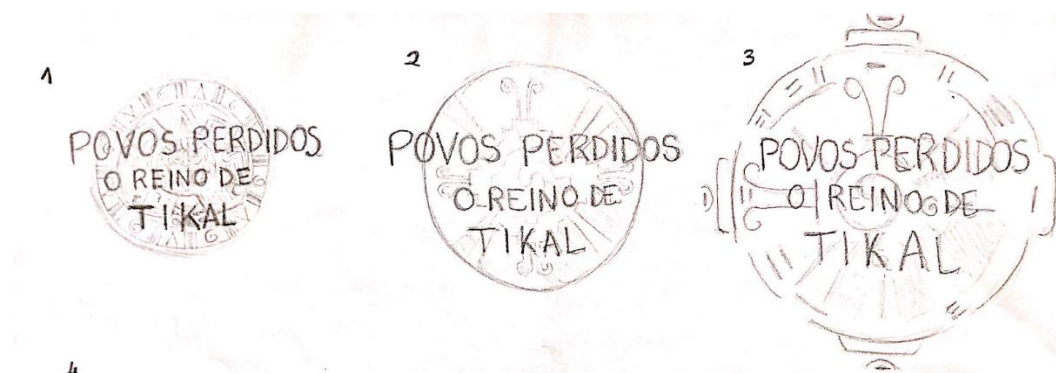
Fonte: A autora

## 5. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Nesta etapa foram desenvolvidas várias alternativas para a Logo e para o personagem, tendo como base o briefing realizado com o grupo.

As alternativas 1, 2 e 3 tinham o mesmo conceito, onde no fundo tinha um símbolo e na frente o nome do jogo. A opção 1 possui o calendário maia como símbolo e as opções 2 e 3 o desenho do símbolo de Hunab Ku.

Figura 92: Alternativas semelhantes para logo 1



Fonte: A autora

A opção 4 foi uma tentativa de “textura”, onde “Povos Perdidos” teria uma textura de pedra, e “O Reino de Tikal” como se fosse madeira, bambu.

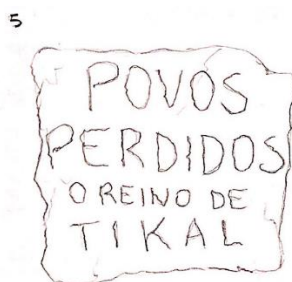
Figura 93: Alternativa de textura para logo



Fonte: A autora

A alternativa 5 tinha como ideia parecer algo que foi talhado em pedra, onde foi rabiscado uma placa de pedra que teria nela talhada o nome do jogo.

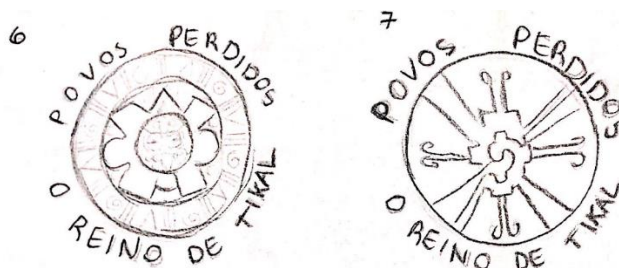
Figura 94: Alternativa para logo, tentando passar a imagem de uma placa de pedra



Fonte: A autora

As opções 6 e 7 possuem a mesma ideia, o nome do jogo envolta de um símbolo, no caso o símbolo do 6 seria o calendário maia simplificado e na opção 7 o símbolo de Hunab Ku.

Figura 95: Alternativa semelhante para logo 2



Fonte: A autora

Na alternativa 8 temos o símbolo de Hunab Ku no fundo e o nome do jogo na frente, conta com um destaque melhor do nome sobreposto com o fundo dessa forma.

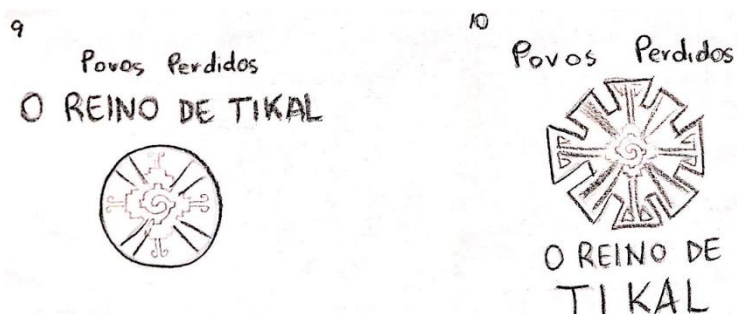
Figura 96: Alternativa para logo, tentando uma composição diferente



Fonte: A autora

Nas últimas opções geradas para a Logo, 9 e 10, temos o nome do jogo e o símbolo de Hunab Ku disposto de duas formas.

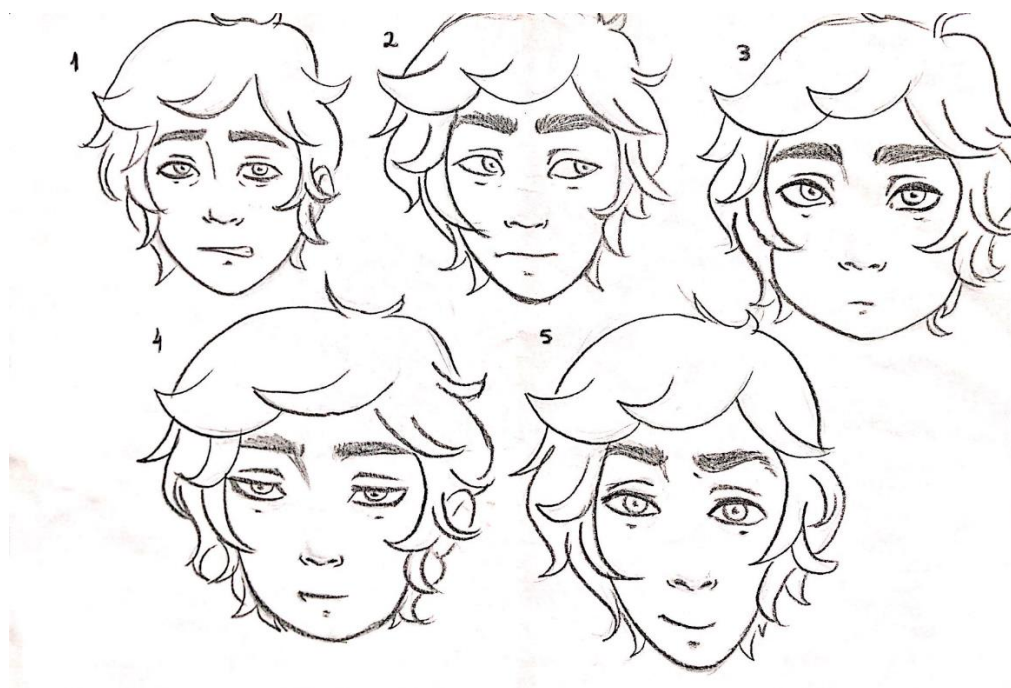
Figura 97: Alternativas semelhantes para logo 3



Fonte: A autora

Para o personagem foram geradas alternativas pro formato de rosto, olho, cabelo e nariz. Na opção 1 podemos ver um rosto mais redondo com olhos mais juntos e caídos, na opção 2 um rosto oval com olhos orientais amendoados, na 3 um rosto mais quadrado com olhos arredondados e grandes, na 4 um rosto retangular com olhos separados, e na opção 5 rosto triangular com olhos amendoados.

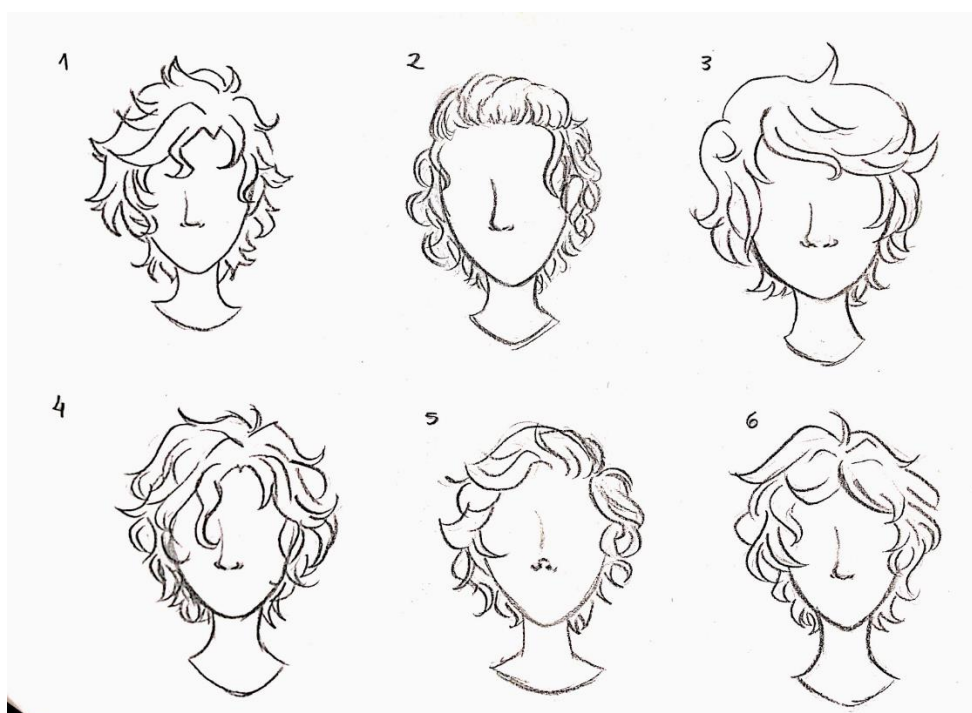
Figura 98: Alternativas geradas para formato de olhos e rosto do personagem



Fonte: A autora

Foram geradas 6 alternativas para cabelo e nariz, onde os cabelos variam mais no volume e direção, e a opção de cabelo mais diferente é a 2, onde parte do cabelo se encontra preso apresentando um penteado. Para o nariz varia mais no tamanho, onde uns são maiores e outros menores, uns mais achatados e outros mais salientes. O que mais se destaca nas opções é o 5, por ser empinado ele se diferencia das demais opções geradas.

Figura 99: Alternativas geradas para nariz e cabelo do personagem



Fonte: A autora

### 5.1. Matriz de avaliação

Para a avaliação das alternativas geradas, tabelas foram criadas, onde nelas tinham conceitos e a quantidade de opções geradas. Foram criadas no total de 10 alternativas para a Logo, 5 opções para o formato do rosto e olhos do personagem, 6 opções para o cabelo e nariz.

Após a avaliação das alternativas geradas para logo a opção que mais atendeu os conceitos avaliados foi a 8.

Tabela 11: Matriz de avaliação da Logo

Logo										
opção conceitos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Legibilidade	1	2	2	4	5	5	5	5	5	5
Estética	1	3	3	1	2	4	5	5	5	5
Atratividade	1	3	3	1	1	4	5	5	4	5
Aplicabilidade	1	2	1	1	2	2	5	5	5	3
Originalidade	3	3	3	2	1	4	5	5	3	4
Temática	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5
Complexibilidade	5	4	4	1	1	5	3	4	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>29</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>29</b>	<b>30</b>

Fonte: A autora

A opção 2 foi a que mais atendeu os conceitos escolhidos para a avaliação das alternativas do formato do rosto e para os olhos.

Tabela 12: Matriz de avaliação do formato do rosto do personagem

Formato do Rosto					
opção conceitos	1	2	3	4	5
Temática	5	5	4	4	4
Estética	4	5	4	2	2
Atratividade	4	5	3	3	2
Aplicabilidade	5	5	3	3	2
Complexibilidade	3	2	3	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>15</b>

Fonte: A autora

Tabela 13: Matriz de avaliação dos olhos do personagem

Olhos					
opção conceitos	1	2	3	4	5
Temática	5	5	4	4	4
Estética	3	5	4	1	4
Atratividade	3	5	3	2	2
Aplicabilidade	5	5	3	2	2
Complexibilidade	2	2	3	5	5
<b>TOTAL</b>	18	22	17	14	17

Fonte: A autora

A opção 1 foi a que mais se destacou para o cabelo e a opção 3 foi a que mais atendeu os requisitos para o nariz.

Tabela 14: Matriz de avaliação do cabelo do personagem

Cabelo						
opção conceitos	1	2	3	4	5	6
Temática	5	3	5	4	5	5
Estética	5	5	5	3	2	3
Atratividade	4	5	4	3	3	3
Aplicabilidade	5	3	4	3	3	5
Complexibilidade	3	2	2	3	4	2
<b>TOTAL</b>	22	18	20	15	17	18

Fonte: A autora

Tabela 15: Matriz de avaliação do nariz do personagem

Nariz						
opção conceitos	1	2	3	4	5	6
Temática	5	3	5	4	5	5
Estética	5	5	5	3	2	3
Atratividade	4	5	4	3	3	3
Aplicabilidade	3	3	5	3	3	5
Complexibilidade	2	2	2	5	5	2
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>

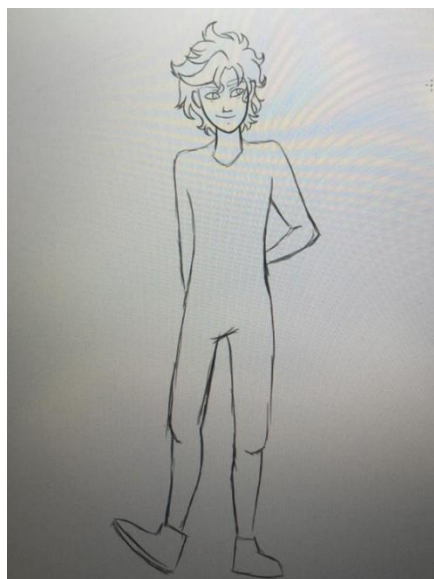
Fonte: A autora

## 5.2. Desenhos do personagem

Após definir os formatos dos olhos, de rosto, nariz e cabelo do personagem o passo seguinte foi materializar o mesmo. Para a construção do concept art foi utilizado o programa Adobe Photoshop CC 2015, além de uma mesa digitalizadora para fazer o desenho.

Processo criativo:

Figura 100: Sketch corpo todo do personagem



Fonte: A autora

Figura 101: Sketch da primeira opção de vestimenta do personagem, com referência de base



Fonte: A autora

Figura 102: Sketch da segunda opção de vestimenta, com referência de base



Fonte: A autora

Figura 103: Sketch da terceira opção de vestimenta, com referência ao lado



Fonte: A autora

Foram geradas 3 opções iniciais de vestimenta no estilo de aventureiro, arqueólogo e explorador.

Figura 104: Opções de vestimentas finalizadas para avaliação



Fonte: A autora

Após a votação das opções realizada pelo grupo cliente, 3 votos para a opção 1, 1 voto para opção 2 e 2 votos para opção 3, pediram para ser gerada uma quarta opção, onde mesclava parte da opção 1 com a 3.

Figura 105: Quarto modelo de vestimenta realizado após votação



Fonte: A autora

O grupo todo ficou satisfeito com a quarta opção gerada. Em seguida foi iniciada a pintura gerando opções de tons de pele, cor de cabelo e cor de olhos.

Processo criativo:

Figura 106: Pintura da primeira opção de cor para cabelo do personagem



Fonte: A autora

Figura 107: Pintura da segunda opção de cor para cabelo do personagem



Fonte: A autora

Figura 108: Pintura da terceira opção de cor para cabelo do personagem



Fonte: A autora

Figura 109: Pintura da quarta opção de cor para cabelo do personagem



Fonte: A autora

Figura 110: Pintura finalizada das opções de cor para pele, olhos e cabelo do personagem



Fonte: A autora

Após a finalização das opções da pintura base, foi realizada a geração de opções de coloração da vestimenta do personagem.

Figura 111: Pintura finalizada das opções de cor para vestimenta



Fonte: A autora

Finalizando a pintura das vestimentas foi encaminhado ao grupo o resultado das opções. Eles votaram e escolheram a opção 2 com o colete do 3. Resultando assim numa quinta opção que foi aprovada por todos do grupo. Dessa forma foi desenhado e inserido o colar com o símbolo de Hunab Ku, que é usado pelo personagem e a arte foi finalizada.

Processo criativo:

Figura 112: Referência do colar com o símbolo de Hunab Ku ao lado esquerdo para pintura do colar do personagem



Fonte: A autora

Figura 113: Pintura finalizada do colar com o símbolo de Hunab Ku do personagem, aplicação de luz e sombra.



Fonte: A autora

Figura 114: Ilustração finalizada do personagem usando o colar com o símbolo de Hunab Ku.



Fonte: A autora

Foi realizado o desenho do personagem em 3 posições, de frente, lateral e de costas. Desenhando algumas vistas diferentes do personagem possibilita ter uma visão melhor do personagem.

Processo criativo:

Figura 115: Começo do sketch da pose lateral do personagem



Fonte: A autora

Figura 116: Sketch da pose lateral do personagem



Fonte: A autora

Figura 117: Ajuste na perna esquerda do personagem e chapéu desenhado na pose lateral



Fonte: A autora

Figura 118: Terceira vista desenhada e pintada



Fonte: A autora

Figura 119: Ajuste dos pés na terceira pose do personagem



Fonte: A autora

Posições finalizadas e pintadas, possibilitando uma visão melhor do personagem.

Figura 120: Poses pintadas e finalizadas do personagem



Fonte: A autora

Para aprofundar mais no personagem foram geradas algumas expressões faciais, podendo assim mostrar com mais detalhe como o personagem reagiria a determinadas situações.

Processo criativo:

Figura 121: Sketch da expressão normal do personagem



Fonte: A autora

Figura 122: Sketch da expressão de raiva do personagem



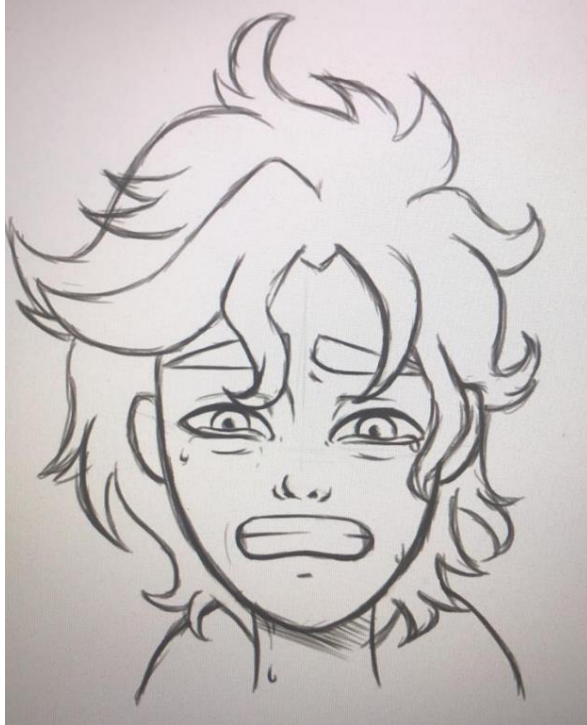
Fonte: A autora

Figura 123: Sketch da expressão de felicidade do personagem



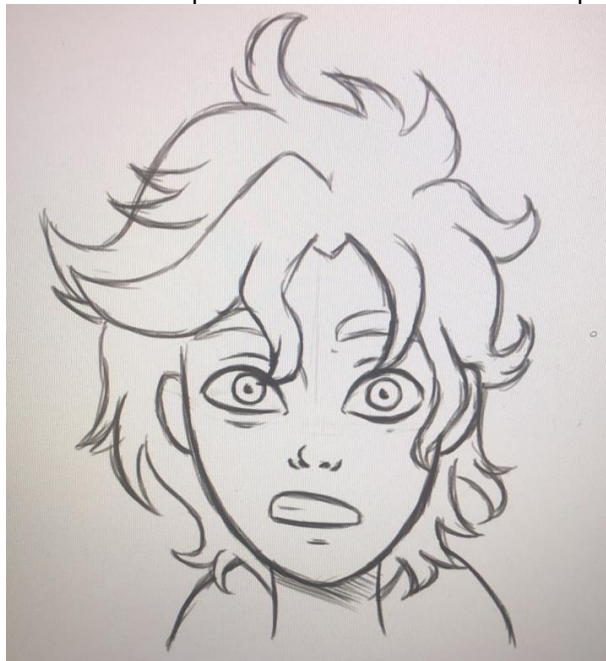
Fonte: A autora

Figura 124: Sketch da expressão triste do personagem



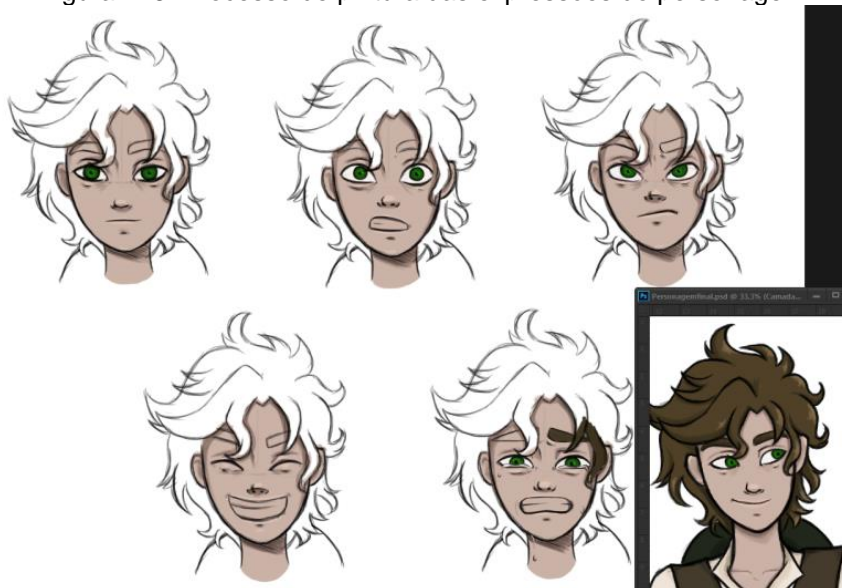
Fonte: A autora

Figura 125: Sketch da expressão de susto / incômodo do personagem



Fonte: A autora

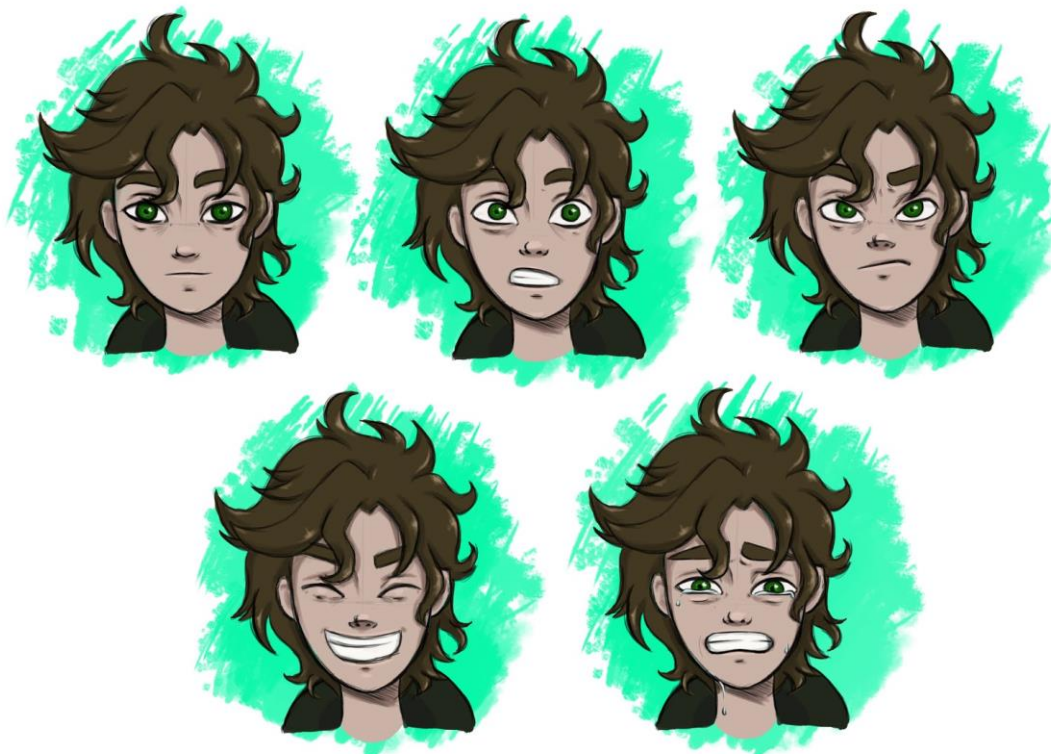
Figura 126: Processo de pintura das expressões do personagem



Fonte: A autora

Assim que foi finalizado o grupo recebeu o resultado e ficou muito satisfeito.

Figura 127: Ilustração das expressões do personagem finalizada



Fonte: A autora

### 5.3. Logo

Após as gerações de alternativas para logo e a matriz de avaliação, a alternativa que mais atendeu aos requisitos e agradou o grupo cliente foi a opção 8.

Figura 128: Alternativa que mais atendeu aos requisitos para a Logo

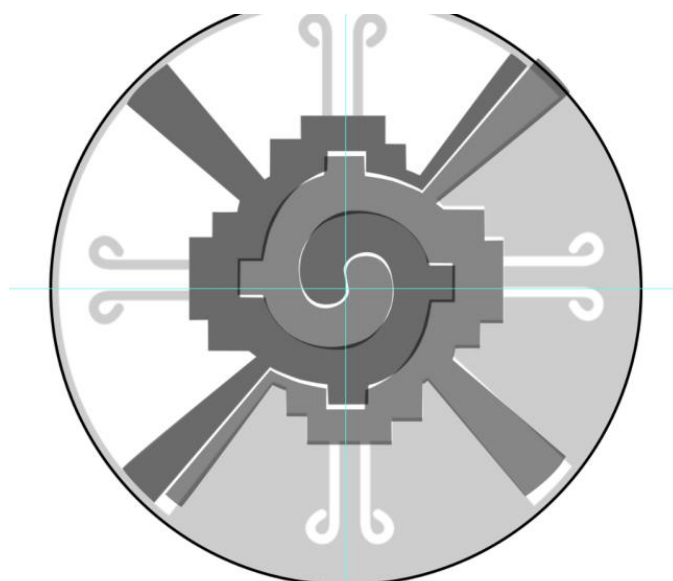


Fonte: A autora

A partir disso a logo foi desenvolvida, começando pelo processo de digitalização e no final foi gerado o manual de identidade visual (ANEXO 2). Foi utilizado novamente o Adobe Photoshop CC 2015 e a mesa digitalizadora.

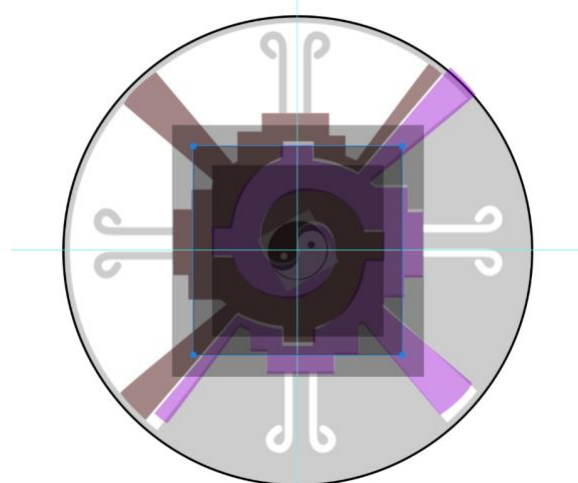
Processo criativo:

Figura 129: Processo de vetorização o símbolo de Hunab Ku



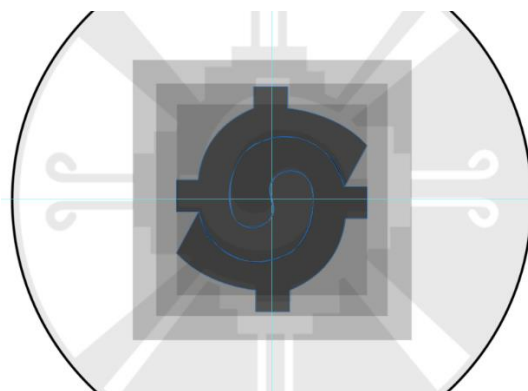
Fonte: A autora

Figura 130: Acertando o centro do símbolo



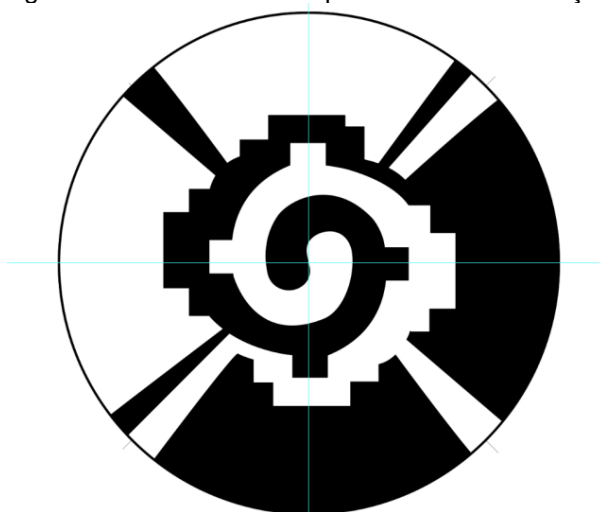
Fonte: A autora

Figura 131: Ajuste do centro do símbolo



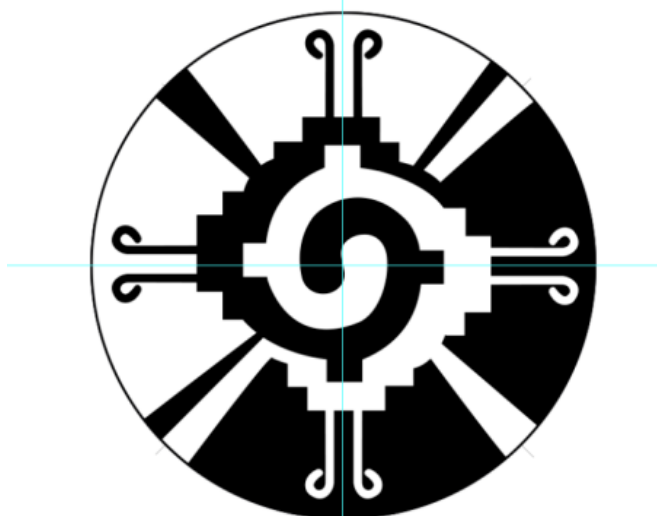
Fonte: A autora

Figura 132: Continuando o processo de vetorização



Fonte: A autora

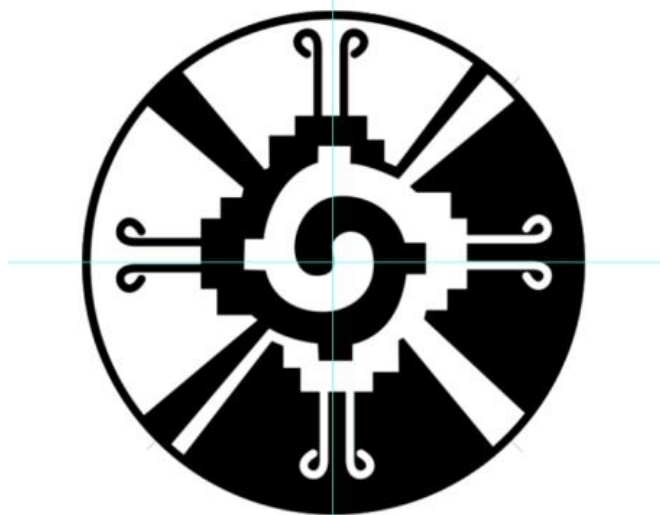
Figura 133: Acrescentando algumas partes do símbolo



Fonte: A autora

O símbolo de Hunab Ku foi vetorizado, em seguida com ele já em vetor foi trabalhado a textura e cores.

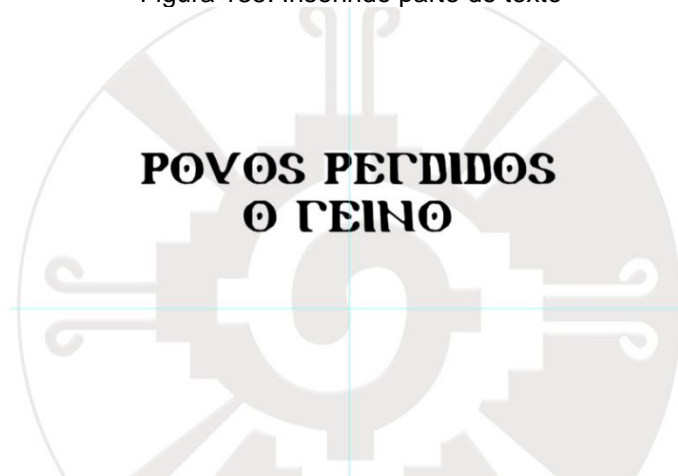
Figura 134: Ajuste dos traços



Fonte: A autora

Foi escolhida como base a fonte Holy Empire para “Povos perdidos o reino de”, foram realizadas algumas alterações nela. E para “Tikal” a fonte base escolhida foi a Yggdrasil, ela sofreu algumas alterações para atender aos requisitos, onde o T e o L foram totalmente redesenhados.

Figura 135: Inserindo parte do texto



Fonte: A autora

Figura 136: Redesenhando algumas partes da fonte escolhida

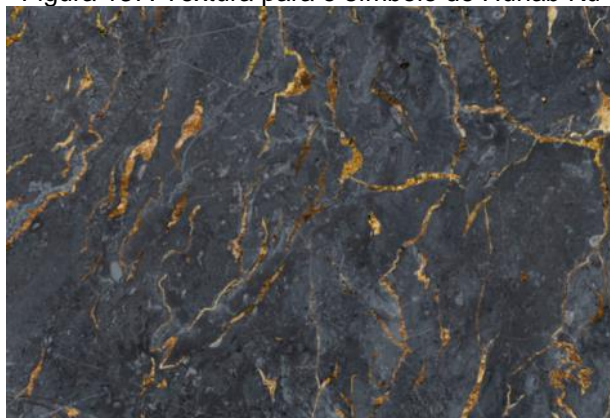


Fonte: A autora

Foi escolhida uma textura de pedra com dourado, que estaria imitando ouro, assim como foi requisitado pelo grupo cliente. Em seguida foi aplicada ao símbolo de Hunab Ku que já tinha sido vetorizado no início do processo.

Processo criativo:

Figura 137: Textura para o símbolo de Hunab Ku



Fonte: A autora

Figura 138: Aplicação da textura no símbolo de Hunab Ku



Fonte: A autora

Figura 139: Aplicação da sombra dando um efeito 3D ao símbolo



Fonte: A autora

Após os ajustes finais do símbolo foi adicionado o pergaminho que levaria a parte escrita com o nome do jogo.

Figura 140: Pergaminho e nome inseridos na composição



Fonte: A autora

Foram criadas algumas alternativas de alteração que foram sugerida pelo grupo cliente. Onde decidiram ficar com a opção apresentada inicialmente.

Figura 141: Algumas alternativas geradas a pedido do grupo cliente para escolha da disposição da Logo do jogo



Fonte: A autora

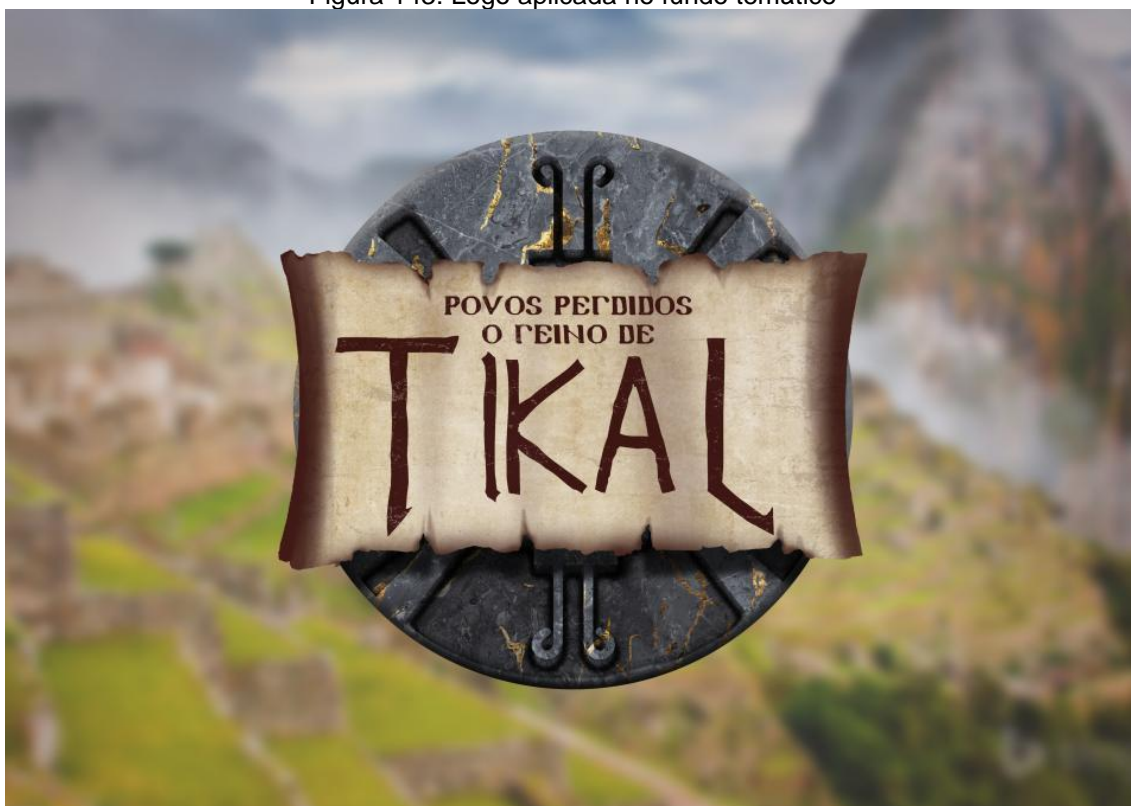
A opção escolhida e aprovada pelo grupo foi a inicial, onde passou por alguns ajustes de cor e definição sendo finalizada. Foi em seguida aplicada com um fundo temático, dando origem a tela inicial do jogo.

Figura 142: Logo escolhida e finalizada para jogo



Fonte: A autora

Figura 143: Logo aplicada no fundo temático



Fonte: A autora

Figura 144: Tela inicial de opções do jogo criada e aprovada pelo grupo cliente



Fonte: A autora

## 6. APLICAÇÃO

Foram criadas algumas artes para peças gráficas como ícones de avatar e wallpaper, e alguns mockups de camisas, canecas e bottons.

Figura 145: Duas versões para ícone de avatar com o símbolo de Hunab Ku



Fonte: A autora

Figura 146: Ícone de avatar com o rosto do personagem



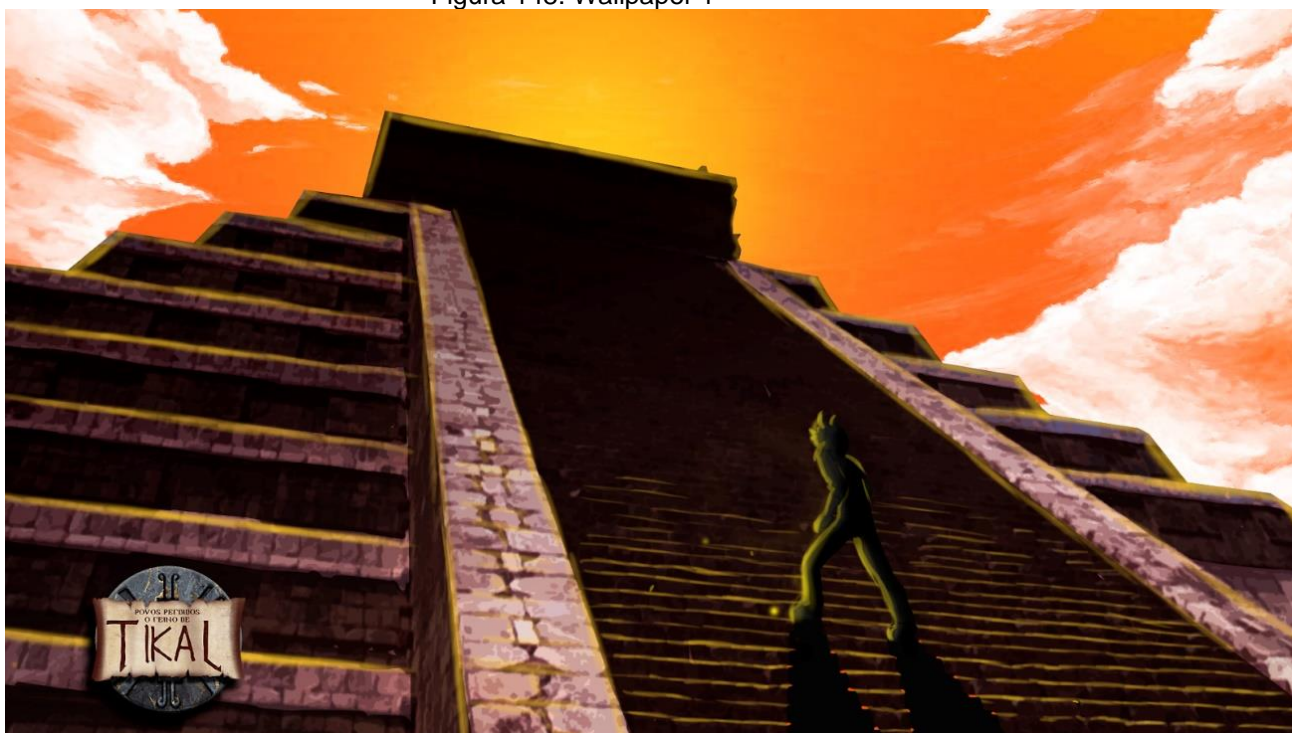
Fonte: A autora

Figura 147: Ícone de avatar com a paisagem de um templo maia



Fonte: A autora

Figura 148: Wallpaper 1



Fonte: A autora

Figura 149: Wallpaper 2



Fonte: A autora

Figura 150: Mockup de camisa com personagem



Fonte: A autora

Figura 151: Mockup de camisa com símbolo de Hunab Ku



Fonte: A autora

Figura 152: Mockup de três modelos para buttons



Fonte: A autora

Figura 153: Mockup de dois modelos para canecas



Fonte: A autora

## CONCLUSÃO

Este projeto tinha como objetivo principal a elaboração de uma identidade visual e a criação de concept art do personagem principal para o jogo que está sendo desenvolvido, “Povos Perdidos: o reino de Tikal”.

Para alcançar o objetivo foi necessário cumprir todos os demais objetivos operacionais, realizando uma pesquisa bibliográfica sobre identidade visual, criação de personagem e levantamento de jogos que se encaixam com a temática como similares.

Através da realização de um briefing com o grupo cliente foi possível compreender melhor os objetivos e requisitos que tinham para a criação da Logo e para o desenvolvimento do personagem.

Outro ponto importante para a definição da alternativa final foi a realização de uma pesquisa no Google Forms onde a maior parte dos respondentes eram jogadores de jogos eletrônicos, dessa forma foi possível ter uma visão mais direcionada na produção das artes e nos produtos que poderiam ser gerados para o jogo. O resultado gerado foi apresentado para o grupo cliente de forma informal recebendo algumas sugestões e reforçando que todos objetivos foram concretizados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**171, o GTA brasileiro, novo gameplay e varias novidades.** Gameplayrj. 16 dez 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=YNasNoKkV8>>. Acesso em 19 de Fevereiro de 2019

**A linguagem das figuras: o caso da ilustração.** PUC-Rio. Disponível em: <[http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0610655\\_10\\_cap\\_02.pdf](http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0610655_10_cap_02.pdf)>. Acesso em 16 de Outubro de 2019

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos de design criativo.** 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

BIANCHIN, Victor. **Como eram os templos maias?** Super Interessante. 4 jul. 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-eram-os-templos-maias/>>. Acesso em 29 de Abril de 2019

BIANEZZI, Matheus. **Como é a mitologia maia?** Super Interessante. 4 jul. 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-e-a-mitologia-maia/>>. Acesso em 29 de Abril de 2019

**Campeões.** League of Legends. Disponível em: <[https://universe.leagueoflegends.com/pt\\_BR/champions/](https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/champions/)>. Acesso em 14 de Maio de 2019

DIANA, Daniela. **Arte Maia.** Toda Matéria. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/arte-maia/>>. Acesso em 29 de Abril de 2019

FONSECA, Joaquim da. **Tipografia & design gráfico: design e produção gráfica de impressoras.**

Hidalgo, Helder. **A arte de criar histórias.** 3ª ed. 2015

Hidalgo, Helder. **Design de games.** 3ª ed. 2015

League of Legends. Disponível em: <[https://universe.leagueoflegends.com/pt\\_BR/](https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/)>. Acesso em 14 de Maio de 2019

Moraes, Diogo. **Como seria se um jogo de mundo aberto fosse desenvolvido e sua criação inspirada no Brasil?** Betagames Group. 6 set. 2015. Disponível em: <<https://www.betagamesgroup.com/1-7-1/>>. Acesso em 19 de Fevereiro de 2019

PACHECO, Paula. **Mercado de games no Brasil cresce, apesar da crise.** Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/07/24/internas\\_econom](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/07/24/internas_econom)

[ia,975277/mercado-de-games-no-brasil-cresce-apesar-da-crise.shtml](#)>. Acesso em 10 de Fevereiro de 2019

**A importância da Identidade Visual para o seu negócio.** Conceito Ideal. 10 mar. 2018. Disponível em:<<https://conceitoideal.com.br/blog/identidade-visual/a-importancia-da-identidade-visual-para-o-seu-negocio.html>>. Acesso em 19 de Fevereiro de 2019

**Identidade visual: a importância para sua marca.** Leouve. 25 ago. 2017. Disponível em:<<https://leouve.com.br/identidade-visual-importancia-para-sua-marca/>>. Acesso em 19 de Fevereiro de 2019

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos.** São Paulo: Blucher, 2015.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistema de identidade visual.** 4<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro, 2009.

RICHENE, Gabrielly Del Carlo. **O processo de criação de um logo de jogo digital: Estudo de caso da marca Penski.** Disponível em:<<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/19283#preview-link0>>. Acesso em 19 de Fevereiro de 2019

**Risen.** Steam. Disponível

em:<<https://store.steampowered.com/app/40300/Risen/>>. Acesso em 14 de Maio de 2019.

RODRIGUES, Delano. **Naming: o nome da marca.** Rio de Janeiro, 2011.

**Sejam bem-vindos ao Overwatch.** Overwatch. Disponível em:<<https://playoverwatch.com/pt-br/about>>. Acesso em 14 de Maio de 2019.

**Sobre Newzoo.** Newzoo. Disponível em:<<https://newzoo.com/about/>>. Acesso em 25 de Fevereiro de 2019.

**Entrevue Avec Frédéric St-Arnaud.** Syn Studio. Disponível em:<<https://synstudio.ca/frederic-st-arnaud-matte-painter-entrevue/>>. Acesso em 19 de Março de 2019.

**Design da Identidade Visual.** Logaster. Disponível em:<<https://www.logaster.com.br/corporate-identity/>>. Acesso em 03 de Abril de 2019.

**O que é identidade visual?** Crie Valor. 19 nov. 2015. Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=NWN4PsTV4ck>>. Acesso em 10 de Abril de 2019.

**Identidade Visual: a personalidade representativa da empresa.** MK2 Corporation. Disponível em:<<http://www.mk2.com.br/mk2/identidade-visual-a-personalidade-representativa-da-empresa.asp>>. Acesso em 10 de Abril de 2019.

**Tipografia: Guia sobre Tipos - Aula 01 - Curso de Design.** Chief of Design. 21 set. 2017. Disponível em:<<https://www.youtube.com/watch?v=4DVqU0MsCsl>>. Acesso em 10 de Abril de 2019

**O surgimento da tipografia.** Medium. 3 ago. 2017. Disponível em:<<https://medium.com/@inovaprintconteudo/o-surgimento-da-tipografia-226793613e4f>>. Acesso em 15 de Abril 2019

**Classificação tipográfica.** Knabbenn. 2 mar. 2016. Disponível em:<<https://knabbenn.com/classificacao-tipografica/>>. Acesso em 15 de Abril de 2019

**Tipografia: O Que É e Melhores Tipos de Letras e Fontes Para Design.** Neipatel. Disponível em:<<https://neilpatel.com/br/blog/tipografia/>>. Acesso em 15 de Abril de 2019

ARTY, David. **Tipografia: Guia Sobre Tipos – Escolhendo a fonte certa [parte 01].** Disponível em:<<https://www.chiefofdesign.com.br/tipografia/>>. Acesso em 18 de Abril de 2019

NAVARRO, Roberto. **Quem foram os incas, os maias e os astecas?** Super Interessante. 4 jul. 2018. Disponível em:<<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-foram-os-incas-os-maias-e-os-astecas/>>. Acesso em 29 de Abril de 2019

TAKAHASHI, Patrícia Kelen; ANDREO, Marcelo Castro. **Desenvolvimento de Concept Art para Personagens.** 2011. Disponível em:<<http://www.sbgames.org/sbgames2011/proceedings/sbgames/papers/art/full/92122.pdf>>. Acesso em 20 de Fevereiro de 2019

**Templo de Anúbis.** Fandom. Disponível em:<[https://overwatch.fandom.com/pt-br/wiki/Templo\\_de\\_An%C3%BAbis](https://overwatch.fandom.com/pt-br/wiki/Templo_de_An%C3%BAbis)>. Acesso em 14 de Maio de 2019

SANT'ANNA, Armando; JÚNIOR, Ismael Rocha; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. Propaganda: teoria, técnica e prática. 8ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

ZEEGEN, Lawrence; Crush. Fundamentos da ilustração. Porto Alegre: Bookman, 2009.

## ANEXO 1 – PESQUISA FORMS

### "Povos Perdidos: O Reino de Tikal"

---

Essa pesquisa tem como objetivo recolher dados relevantes sobre um jogo que está sendo criado. Ele baseia-se no modo de jogo Hack and Slash, ou seja, um gênero de jogo dinâmico onde enfrenta-se muitos inimigos ao mesmo tempo ou um grande Chefão, baseado em uma mistura de referências entre Tomb Raider e Devil May Cry. No jogo "Povos Perdidos: O Reino de Tikal" temos um jovem de 19 anos, Thiago Uriac, que está no último período do curso de arqueologia, que aceita participar de uma expedição a convite do seu professor. O destino da viagem é a Guatemala, mais especificamente no parque da cidade de Tikal. O jovem encontra-se preso no passado, após passar por uma porta enquanto adentrava um templo longe do grupo de expedição, tendo assim que descobrir sozinho como voltar ao presente e ainda aprendendo a conviver com os maias. O jogo vai envolver o misticismo dos deuses da civilização, para entender o porquê ele foi o escolhido.

---

Qual gênero se identifica? \*

- Feminino
- Masculino
- Não-binário
- Outros...

Idade \*

- 10 a 15
- 15 a 20
- 20 a 25
- 25 a 30
- 30 a 35
- 35 a 40
- 40 a 45
- 45 a 50
- 50 a 55
- 55 a 60
- 60 a 65
- acima de 65

Tem costume de jogar jogos eletrônicos? \*

- Sim
- Não

Gosta de jogos no estilo Hack and Slash? (Ex.: Bayonetta, God of War e Devil My Cry) \*

- Sim
- Não

Costuma gastar quanto tempo por dia jogando? \*

- 30 min - 1h
- 2h - 4h
- 5h - 8h
- 9h em diante

Tem preferência por qual plataforma? \*

- PC e notebooks
- Videogames (Ex.: Xbox, Playstation, Nintendo Switch)
- Jogos Mobile

Teria interesse de jogar um jogo que se passa na localização da civilização maia? \*

- Sim
- Não

Qual estilo de arte é mais agradável para você? \*

- Opção 1



Opção 2



Opção 3



Opção 4



O que você costuma / gostaria de consumir dos jogos? \*

Camisas



Canecas



Wallpapers



Ícones de avatar



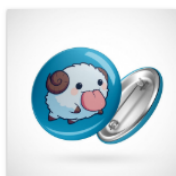
Mouse pad



Chaveiros



Bottons



Action Figure



## ANEXO 2 – MANUAL DE IDENTIDADE

### Introdução

Este Manual tem como propósito a elaboração de uma marca para o jogo “Povos Perdidos: o reino de Tikal” e explicar as formas ideais para se aplica-la.

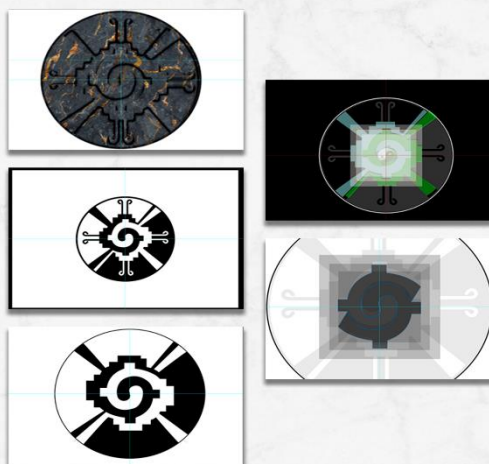
Esse jogo tem como protagonista Thiago Uriac, de 19 que é estudante de arqueologia.

O jovem durante uma expedição na Guatemala, mais especificamente no parque da cidade de Tikal, se separa de seu professor e grupo de expedição por conta de um desmoronamento num templo e é guiado pelo seu cordão, passando por uma porta que se fecha e muda o cenário onde ele se encontra, a entrada de Tikal. O jovem se encontra preso no passado, tendo que descobrir como retornar e também aprender a conviver com a civilização maia.



### Processo de criação

As imagens ao lado representam o processo de criação e vetorização da marca.



## Marca Final

A marca escolhida devia atender a alguns requisitos:

- Estar escrito o nome do jogo e subtítulo;
- O símbolo de Hunab Ku centralizado ao fundo do título;
- Passar a ideia de uma civilização antiga;
- Papel antigo;
- Ter textura de pedra e tons de dourado remetendo ao ouro.



## Sistema de Cores

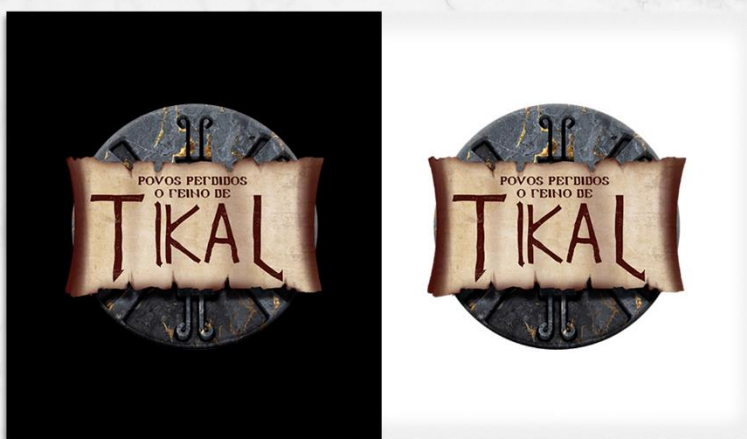


RGB R: 72 G: 74 B: 79 #484a4f	CMYK C: 79 Y: 61 M: 73 K: 22	RGB R: 170 G: 120 B: 51 #aa783a	CMYK C: 33 Y: 89 M: 62 K: 1	RGB R: 117 G: 120 B: 126 #75787e	CMYK C: 64 Y: 47 M: 52 K: 1
RGB R: 43 G: 42 B: 45 #2b2a2d	CMYK C: 83 Y: 68 M: 82 K: 52	RGB R: 29 G: 21 B: 12 #1d150c	CMYK C: 79 Y: 79 M: 83 K: 73	RGB R: 218 G: 205 B: 181 #dacdb5	CMYK C: 16 Y: 31 M: 21 K: 00
RGB R: 80 G: 48 B: 40 #503028	CMYK C: 58 Y: 83 M: 88 K: 41	RGB R: 211 G: 194 B: 162 #d3c2a2	CMYK C: 19 Y: 40 M: 25 K: 00	RGB R: 66 G: 28 B: 24 #421c18	CMYK C: 60 Y: 89 M: 94 K: 54

## Aplicação Positivo e Negativo



## Aplicação Positivo e Negativo



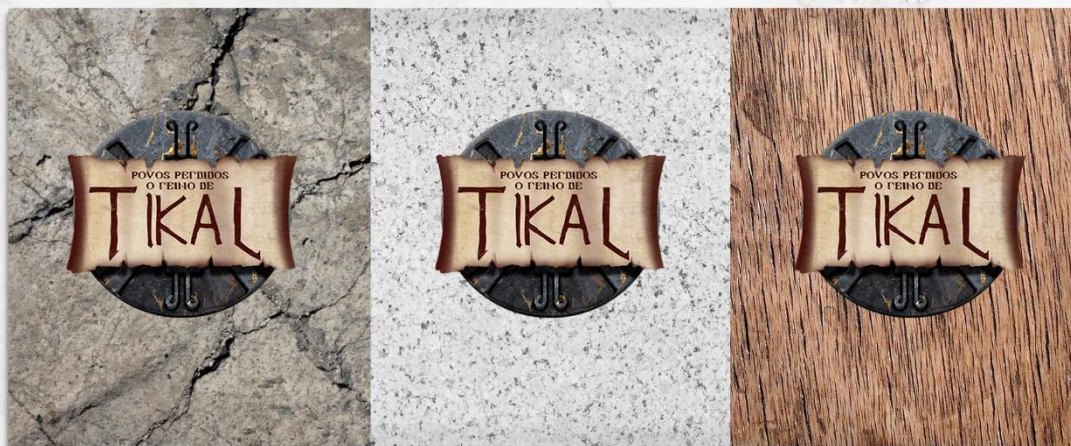
## Aplicação Cores



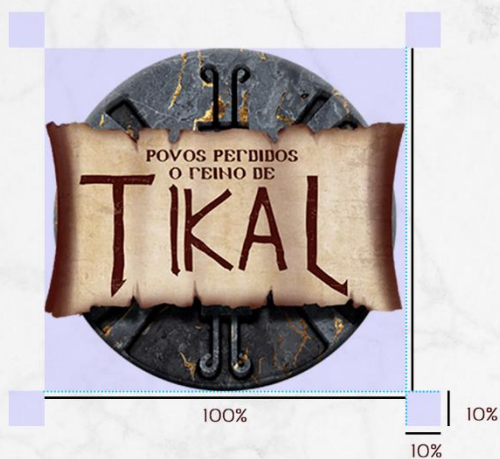
## Aplicação Tons de Cinza



## Aplicação Textura



## Área de Segurança



## Área de Segurança simulação



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam,

eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

## Tipografia Y<<DRAJL



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
0001	0002	0003	0004	0005	0006	0007	0008	0009	0010	0011	0012	0013	0014	0015
A	B	<	>	E	F	<	H	I	J	K	L	M	N	◊
P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z				
0016	0017	0018	0019	0020	0021	0022	0023	0024	0025	0026	0027	0028	0029	0030

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o
0031	0032	0033	0034	0035	0036	0037	0038	0039	0040	0041	0042	0043	0044	0045
A	B	<	>	E	F	<	H	I	J	K	L	M	N	◊
p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z				
0046	0047	0048	0049	0050	0051	0052	0053	0054	0055	0056	0057	0058	0059	0060

## Tipografia HÖLY EMPIRE



Höly2.ttf

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
Λ	Β	ϸ	Δ	Ε	Ϝ	Ϟ	Η	Ι	ϰ	Λ	ϰ	ϰ	ϰ	ϰ

P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
Ρ	Ϡ	Ϣ	ϣ	Ϥ	ϥ	Ϧ	ϧ	Ϩ	ϩ	Ϫ

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p
α	β	ϸ	δ	ε	Ϝ	Ϟ	η	ι	ϰ	λ	μ	ν	ο	ϰ	

q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
Ϡ	Ϣ	ϣ	Ϥ	ϥ	Ϧ	ϧ	Ϩ	ϩ	Ϫ

## Tipografia Auxiliar Philosopher



Philosopher-Regular.ttf

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M

N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o

p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z
p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z

## Redução



10,4 cm  
323 px



3,6 cm  
102 px

3,8 cm  
108 px

11 cm  
340 px

## Fragmentação



TIKAL

## Aplicações em Produtos



## Aplicações em Produtos



## Aplicações em Produtos



## Aplicações em Produtos



## Aplicações em Produtos



## Aplicações em Produtos



## Aplicações em Produtos

