

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

GUILHERME FERREIRA DA SILVA VICENTE

DESIGN DE GAMES: A SAGA DE ÉTER

**VOLTA REDONDA
2022**

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

DESIGN DE GAMES: A SAGA DE ÉTER

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

Aluno: Guilherme Ferreira da Silva Vicente

Orientadora:
Prof^a. Dr^a. Aline Rodrigues Botelho

**VOLTA REDONDA
2022**

FOLHA DE APROVAÇÃO



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado DESIGN DE GAMES: A SAGA DE ÉTER. Elaborado por **Guilherme Ferreira da Silva Vicente** apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design

Aprovado em 30 de maio de 2022

Banca Avaliadora

Aline Rodrigues Botelho
Professor Orientador
Doutora - UniFOA

Moacyr Ennes Amorim
Professor Avaliador
Mestre - UniFOA

Marcos Kazumi Mitsuyasu
Professor Avaliador
Doutor - UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho aos meus professores, familiares e amigos (especialmente, Débora e Mariana) que estiveram durante o curso ao meu lado me dando suporte e motivação. Muito obrigado a todos.

AGRADECIMENTOS

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso contou com a ajuda de diversas pessoas, dentre as quais agradeço:

A minha orientadora, Aline Botelho, por me acompanhar pontualmente durante este período, constantemente dando todo o auxílio necessário para elaboração do projeto. Aos professores do curso de design que através de seus ensinamentos permitiram que eu pudesse hoje estar concluindo este projeto. Aos meus amigos e familiares que sempre me incentivaram a cada momento e não permitiram que eu desistisse. Aos meus amigos pela constante ajuda e orientação durante todo o processo de elaboração do projeto. A todos que participaram das pesquisas, pela colaboração e disposição na obtenção de dados.

RESUMO

Esse projeto tem como objetivo o desenvolvimento de layouts da interface de um jogo, abordando sua arte conceitual e design de interface e de usabilidade. Dando ênfase em suas questões visuais (artes conceituais, harmonia entre as cores e composições visuais) e de interação entre produto e usuário (Narrativa, imersão e tipografia), frisando a importância desses conceitos para a criação de um jogo bem construído. É produzida também a identidade visual da marca e seu manual para garantir o bom uso em diferentes proporções e fundos.

Palavras-chave: Design de jogos; Arte conceitual e Identidade visual.

ABSTRACT

This project aims to develop the interface layouts of a game, focusing your conceptual art, interface design and usability. Emphasizing its visual issues (conceptual art, color harmony and visual compositions) and interaction between product and user (narrative, immersion and typography), emphasizing the importance of these concepts to create a well-built game. The brand's visual identity and its manual is also produced to ensure correct use in different proportions and backgrounds.

Key words: Game Design; Concept art and Visual identity.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	Tema Geral	15
1.2	Problema	16
1.3	Objetivos	16
1.3.1	Objetivo Geral	16
1.3.2	Objetivo Específico	16
1.4	Justificativa	16
1.5	Metodologia	17
2	IMERSÃO	20
2.1	Imersão preliminar	20
2.1.1	Pesquisa exploratória	20
2.1.2	Pesquisa Desk	23
2.1.2.1	Design UX/UI	23
2.1.2.2	Cor	27
2.1.2.2.1	Psicodinâmica das cores	36
2.1.2.3	Identidade Visual	40
2.1.2.4	Tipografia	44
2.1.2.5	Ilustração	51
2.1.2.5.1	Concept Art	51
2.1.2.5.2	Teoria da composição visual	54
2.1.2.6	Narrativa / Jogo	59
2.1.2.7	Gêneros de jogos	61
2.2	Imersão em profundidade	66
2.2.1	Entrevistas	66
2.2.2	Personas	68
2.2.3	Um dia na vida	70
3	ANÁLISE	73
3.1	Análise de similares	73
4	SÍNTESE	84
4.1	Critérios norteadores	84
5	IDEAÇÃO	87
5.1	Painel semântico	87
5.2	Geração de alternativas	96
5.2.1	Geração de alternativas dos personagens	96
5.2.2	Geração de alternativas da marca	111

5.3.1 Manual da marca.....	119
5.2.3 Desenvolvimento do jogo	123
6. PROTÓTIPO DESENVOLVIDO	142
7. RESULTADOS E FUTUROS APRIMORAMENTOS	149
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	150

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Idade	20
Figura 2: Gêneros de interesse	20
Figura 3: Dispositivos	21
Figura 4: Temáticas de interesse	21
Figura 5: Horas diárias jogando	22
Figura 6: Estilos de arte em jogos eletrônicos	22
Figura 7 : Análise de jogos	23
Figura 8: diferenças Design UX e UI	25
Figura 9:Exemplo de wireframe de baixa fidelidade	26
Figura 10:Diferenças entre wireframe e wireflow	27
Figura 11: cores aditivas e subtrativas	28
Figura 12: cores primárias, secundárias e terciárias	28
Figura 13: diferenças RGB e CMYK	29
Figura 14: Pantone PMS	30
Figura 15: Matiz	30
Figura 16: Saturação	31
Figura 17: Brilho	31
Figura 18: Círculo cromático sistema RYB	32
Figura 19: Cores quentes e frias	32
Figura 20: Cores Monocromáticas	33
Figura 21: Cores Complementares	33
Figura 22: Cores complementares divididas	34
Figura 23: Cores Análogas	34
Figura 24: Cores triádicas	34
Figura 25: Cores complementares mútuas	35
Figura 26: Cores complementares próximas	35
Figura 27: Cores complementares duplas	35
Figura 28: exemplo de aposematismo	36
Figura 29: Logo Sony	41
Figura 30: Logo Puma	41
Figura 31: Logo Starbucks	42
Figura 32: Exemplo de Marca nominativa	43
Figura 33: Exemplo de marca figurativa	43
Figura 34: Exemplo de marca mista	44
Figura 35: Exemplo de marca tridimensional	44
Figura 36: Família tipográfica	45
Figura 37:famílias anatomia	46
Figura 38:Fontes com serifa	46
Figura 39:Fontes sem serifa	46
Figura 40: Fonte Craw Clarendon	47
Figura 41:Fonte Franklin Gothic Medium	48
Figura 42: Fonte JSL Blackletter	48
Figura 43:Fonte Pushkin	49
Figura 44:demonstração de entrelinha	49
Figura 45:demonstração de uso de kerning	50
Figura 46:Exemplo de tracking	50
Figura 47:Diferenças entre kerning e tracking	51
Figura 48:Poison Ivy concept art	52

	Figura 49:Dark Souls 2 Concept art	52
	Figura 50:concept art tradicional	53
	Figura 51:kda concept art.....	54
	Figura 52:Concept art, exemplo de diferentes alternativas	54
	Figura 53:Capa do jogo Dead Island, exemplo do uso de cores	55
	Figura 54:Capa do jogo Spider-Man: Miles Morales.....	56
	Figura 55:Regra dos terços	57
	Figura 56:A regra áurea na arquitetura	58
proporção	Figura 57: A Criação de Adão (Michelangelo Buonarotti) e o uso da áurea	58
	Figura 58:Jogo Shadow of the Colossus	60
	Figura 59:Terra média: Sombras de Mordor, exemplo de narrativa.	61
	Figura 60: Street Fighter V	62
	Figura 61:The Elder Scrolls V: Skyrim.....	62
	Figura 62:The Witcher 3: Wild Hunt.....	63
	Figura 63:Hearthstone.....	63
	Figura 64:Gran Turismo sport	64
	Figura 65:Team fortress 2, exemplo de FPS.....	64
	Figura 66:Metal slug 2, exemplo de Shot'em ups.....	65
	Figura 67:Star Wars Battlefront 2, exemplo de TPS.....	65
	Figura 68:The Sims 4	66
	Figura 69: Persona Fernanda.....	73
	Figura 70: Persona Thiago	74
	Figura 71: Persona Alberto.....	74
	Figura 72: Dragon Quest 1	75
	Figura 73: Blasphemous.....	75
	Figura 74: Logo Blasphemous.....	76
	Figura 75: Protagonista de Blasphemous.....	77
	Figura 76: gameplay de Blasphemous	77
	Figura 77: The Witcher 3: Wild Hunt.....	78
	Figura 78: Logo The Witcher 3: Wild Hunt.....	78
	Figura 79: Geralt de Rívia, protagonista do jogo	79
	Figura 80: gameplay de The witcher 3	79
	Figura 81: Star Ocean: The First Departure	80
	Figura 82: Logo Star Ocean	80
Departure	Figura 83: :Roddick Farrence, protagonista de Star Ocean: The First Departure	81
	Figura 84: Exemplo de combate de Star Ocean: The first departure.....	82
	Figura 85: Final Fantasy II	80
	Figura 86: Logo Final Fantasy II	81
	Figura 87: Firion em Dissidia Final Fantasy	81
	Figura 88: exemplo de gameplay de Final Fantasy II	82
	Figura 89: Painel Semântico da personagem Walpurgis.....	87
	Figura 90: Paleta Walpurgis	88
	Figura 91: Painel Semântico da personagem Selene.....	88
	Figura 92: Paleta Selene	89
	Figura 93: Painel Semântico do personagem Éter	89
	Figura 94: Paleta Éter.....	90
	Figura 95: Painel semântico Aventura.....	90
	Figura 96: cores painel aventura	91

Figura 97: Painel semântico Fantasia	91
Figura 98: Cores painel fantasia.....	92
Figura 99: Painel semântico Medieval.....	92
Figura 100: Cores painel medieval	93
Figura 101: Painel aventura	94
Figura 102: Painel fantasia.....	95
Figura 103: Painel medieval	96
Figura 104: Brainstorming Walpurgis	97
Figura 105: Brainstorming Éter.....	98
Figura 106: Brainstorming Selene	99
Figura 107: Alternativa 01 Walpurgis.....	101
Figura 108: Alternativa 02 Walpurgis.....	102
Figura 109: Alternativa 03 Walpurgis.....	103
Figura 110: Alternativas Walpurgis.....	103
Figura 111: Alternativa 01 Selene	104
Figura 112: Alternativa 02 Selene	105
Figura 113: Alternativa 03 Selene	106
Figura 114: Alternativas Selene.....	106
Figura 115: Alternativa 01 Éter	108
Figura 116: Alternativa 02 Éter.....	109
Figura 117: Alternativa 03 Éter	110
Figura 118: Alternativas Éter	110
Figura 119: Alternativas naming 01	113
Figura 120: Alternativas naming 02	113
Figura 121: Alternativa 01 da marca.....	114
Figura 122: Alternativa 02 da marca.....	115
Figura 123: Alternativa 03 da marca.....	115
Figura 124: Grid Logo.....	116
Figura 125: Textura logo	117
Figura 126: Cores logo	118
Figura 127: Logo finalizada	119
Figura 128: Capa manual da marca	119
Figura 129: Introdução manual da marca	120
Figura 130: Grid manual da marca	120
Figura 131: Cores manual da marca	121
Figura 132: Versão colorida manual da marca	121
Figura 133: Versão monocromático manual da marca	122
Figura 134: Tipografia manual da marca	122
Figura 135: Redução manual da marca	123
Figura 136: Tela de Ajuda 01	124
Figura 137: Tela de Ajuda 02	125
Figura 138: Tela de Ajuda 03	126
Figura 139: Alternativas ajuda	126
Figura 140: Tela de Menu 01	127
Figura 141: Tela de Menu 02	128
Figura 142: Tela de Menu 03	129
Figura 143: Alternativas Menu.....	129
Figura 144: Tela de login 01	130
Figura 145: Tela de login 02	131
Figura 146: Tela de login 03.....	132

Figura 147: Alternativas login	132
Figura 148: Grid 3 colunas	133
Figura 149: Tela de login	134
Figura 150: Tela de menu	135
Figura 151: Tela de ajuda	136
Figura 152: Wireflow	137
Figura 153: Card Sorting	138
Figura 154: Card Sorting usuário 01	138
Figura 155: Card Sorting usuário 02	139
Figura 156: Card Sorting usuário 03	139
Figura 157: Usuário 01	140
Figura 158: Usuário 02	140
Figura 159: Usuário 03	141
Figura 160: Menu corrigido	141
Figura 161: Tela iniciar final	142
Figura 162: Tela de login final	143
Figura 163: Tela Continuar final	143
Figura 164: Tela de opções final	144
Figura 165: Tela de ajuda final	144
Figura 166: Tela de menu final	145
Figura 167: Tela de diálogo final	145
Figura 168: Tela de opções menu final	146
Figura 169: Tela de formação final	146
Figura 170: Tela de status final	147
Figura 171: Tela de itens final	147
Figura 172: Tela de habilidades final	148
Figura 173: Tela de equipar final	148

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise Sincrônica 1	82
Tabela 2: Análise Sincrônica 2	82
Tabela 3: Tabela de design 1	83
Tabela 4: Tabela de design 2	83
Tabela 5: Matriz decisória Walpurgis.....	97
Tabela 6: Matriz decisória Éter	98
Tabela 7: Matriz decisória Selene	99
Tabela 8: Arte final Walpurgis	104
Tabela 9: Arte final Selene	107
Tabela 10: Arte final Éter	111
Tabela 11: Matriz decisória naming.....	112
Tabela 12: Matriz decisória logo.....	116
Tabela 13: Decisão tela de ajuda	126
Tabela 14: Decisão tela de menu	129
Tabela 15: Decisão tela de login	132

1 INTRODUÇÃO

O Brasil vem ganhando cada vez mais destaque no mercado de jogos mundial. E com isso o cenário brasileiro vem se tornando mais notório e propenso a se tornar um solo fértil para a criação de jogos nacionais. Tendo esse aspecto em vista, é inegável que um dos fatores mais importantes na criação de um jogo, está relacionado ao seu visual, mais precisamente a experiência visual do usuário com o produto ao qual ele está interagindo.

Por conseguinte, o propósito do projeto é gerar um jogo de gênero RPG medieval, com ênfase em sua arte conceitual, estudo de cores e design de interface de usuário. O termo Design UI é uma abreviação para *User interface Design* ou Design de interface de usuário, essa é a área que estuda a interação entre dispositivo e usuário, como botões, links, menus ou outros elementos que permitam a interação do usuário.

O termo RPG eletrônico (ou somente RPG), provém de jogos inspirados nos clássicos *role-playing game*, RPG de mesa ou simplesmente RPG como *dungeons and dragons*, fazendo uso das mesmas metodologias, ambientações e mecânicas. Outras similaridades incluem os elementos narrativos, progressão da história, sistema de regras e elementos de imersão. O RPG medieval seria um jogo com a Idade média como cenário principal, que atualmente é um gênero extremamente popular e que gerou diversos subgêneros.

Para realização do projeto, foi utilizada a metodologia Design Thinking – Inovação em negócios (2012), proposta por Mauricio Vianna, *et al.* Como também, ferramentas apresentadas pela autora Ana Veronica Pazmino em Como se cria, 40 métodos para o design de produto (2017).

1.1 Tema Geral

Elaboração de um jogo digital no formato RPG com tema medieval.

1.2. Problema

- Como desenvolver uma logo para o jogo?
- Como criar o personagem e sua paleta de cores?
- Como tornar a experiencia do jogador agradável?
- Como trabalhar uma narrativa medieval com aspectos de RPG?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Criação de uma identidade visual e artes conceituais para personagens do jogo “A saga de Éter”.

1.3.2 Objetivo Específico

Desenvolvimento de uma identidade visual, telas do jogo, além de artes conceituais de personagens e cenários.

1.4. Justificativa

Em 2021 é esperado uma receita de US\$ 2,3 bilhões (cerca de R\$ 12 bilhões) no mercado de games nacional, segunda uma pesquisa feita pela Newzoo, e, ainda de acordo com a pesquisa, o Brasil é o maior em receita de jogos da América Latina e o 12º no mundo.

O Brasil apresenta um mercado enorme, que tende a crescer ainda mais. No primeiro semestre de 2021, a indústria de videogames já movimentou mais dinheiro do que todo o montante acumulado em 2020, segundo um levantamento feito pelo banco de investimentos Drake Star Partners. Sendo assim é normal surgirem projetos nacionais com grande investimento.

Atualmente muitos jogos são lançados por ano, tornando o mercado muito competitivo. Portanto, para um projeto se destacar é preciso trazer ao cliente a melhor experiência possível, por isso é extremamente necessário um cuidado com o Design UI do jogo e ser visualmente atrativo, tanto no jogo em si, quanto em propagandas em diversas plataformas.

É possível concluir, que há um mercado crescente de jogos, tanto em cenário mundial quanto nacional. Um mercado competitivo, onde cada produto tem a necessidade de ser fortemente atrativo para ganhar notoriedade e por isso, é de extrema importância um bom desenvolvimento visual do produto e uma ótima criação de interface, garantindo uma boa experiência de interação do usuário, evitando ou minimizando dificuldades de utilização e frustrações do cliente.

1.5. Metodologia

O projeto faz uso da metodologia proposta por Vianna *et al* (2012), em Design Thinking – Inovação em negócios. A metodologia possui como base as etapas de: Imersão, Análise e Síntese, Ideação e Prototipação.

O método se destaca por etapas flexíveis, que não precisam necessariamente seguir uma ordem específica e possuindo a possibilidade de reformular questões anteriores.

Sendo assim, a primeira etapa, Imersão, visará a coleta de dados e a compreensão inicial dos elementos que permeiam o problema e será dividida em duas etapas:

Imersão Preliminar: busca o entendimento inicial do problema, que por sua vez também é dividida em duas etapas: a Pesquisa Desk (É uma busca de informações sobre o tema do projeto em fontes diversas (websites, livros, blogs, artigos, entre outros) e a Pesquisa Exploratória (Uma pesquisa de campo que visa

criar perfis de usuários ou ambientes, que auxiliam no fornecimento de dados para o projeto).

Imersão em Profundidade: etapa de aprofundamento das informações obtidas anteriormente, a pesquisa tem um foco qualitativo, além de abrir a possibilidade do uso de novas ferramentas.

A imersão em Profundidade fará uso das ferramentas:

Entrevistas – É um método de pesquisa que procura conversar com o entrevistado, podendo ocorrer de forma mais direta (ir ao encontro do entrevistado em casa, no trabalho ou ambiente que exerce a tarefa) ou de forma indireta como em salas de bate papo.

Entrevistas são particularmente úteis para obter a história por trás das experiências de vida do entrevistado. [...] Através das entrevistas, é possível expandir o entendimento sobre comportamentos sociais, descobrir as exceções à regra, mapear casos extremos, suas origens e consequências. (VIANNA et al., 2012, p. 37)

Um dia na vida – O entrevistador simula um certo período na vida do usuário, adquirindo um contexto no qual ele está inserido e gerando empatia do entrevistador, também gerando uma grande ajuda para a criação de cartões insight, que serão gerados em outra etapa. Sendo assim, a ferramenta gera contexto, sendo uma forma de estudar comportamentos do usuário.

Personas - As Personas são representações fictícias do cliente ideal, com seus principais atributos. Tendo como base, informações reais obtidas anteriormente, como: comportamentos, características, motivações, objetivos, necessidades e preocupações do cliente.

A etapa de Análise e Síntese por sua vez, visa examinar as informações obtidas na etapa anterior e gerar um breve resumo das informações coletadas, classificando sua importância. Isso é necessário para filtrar o grande volume de informações obtidas na etapa anterior. Esta etapa também fará uso de técnicas e ferramentas: Análise sincrônica e Critérios norteadores.

A Análise Sincrônica ou Paramétrica é demonstrada por Pazmino (2015), como uma forma de comparar produtos já desenvolvidos, facilitando a criação de ideias e ajudando a tomar decisões sobre melhorias que o produto precisa ter para atender e se diferenciar dos produtos existentes.

Os Critérios Norteadores são diretrizes que evidenciam aspectos que não devem ser perdidos ao longo das etapas de desenvolvimento do projeto.

A ideação seria a etapa de estímulo da criatividade e geração de soluções, trazendo os primeiros esboços para a criação do protótipo para o projeto. Nesta etapa, serão usadas as ferramentas:

Brainstorming - uma técnica voltada para desenvolver e explorar o potencial criativo, buscando mais quantidade do que qualidade na geração de alternativas.

Mood board (ou Painel Semântico) apresentado pela autora Ana Veronica Pazmino em Como se cria, 40 métodos para o design de produto (2017), como suporte para a metodologia principal. A ferramenta consiste na criação de um painel que reúne referências visuais para o projeto. Aqui o objetivo é traduzir o uso de cores em projetos que visam causar reações semelhantes ao cliente e encontrar paletas de cores para o produto final.

Por último temos a fase de Prototipação, como sendo a fase de testes dos layouts com jogadores e implementação de melhorias com os protótipos desenvolvidos.

2 IMERSÃO

2.1 Imersão preliminar

2.1.1 Pesquisa exploratória

Inicialmente foi feito um questionário com o intuito de encontrar um público-alvo dentro da comunidade de jogos, respondido por 254 pessoas. A partir das perguntas, foram definidas informações cruciais para o segmento do projeto.

Na primeira questão, foi definida a idade em que a maioria dos participantes se encontrava.

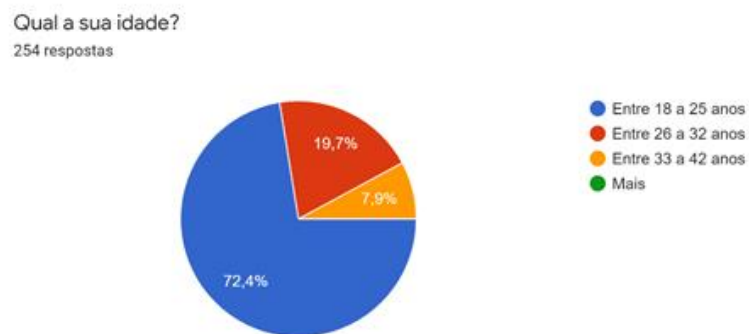


Figura 1: Idade

Fonte: O autor.

Na segunda questão, foram definidos os gêneros de jogos preferidos entre os participantes, dando maior destaque ao gênero: RPG.

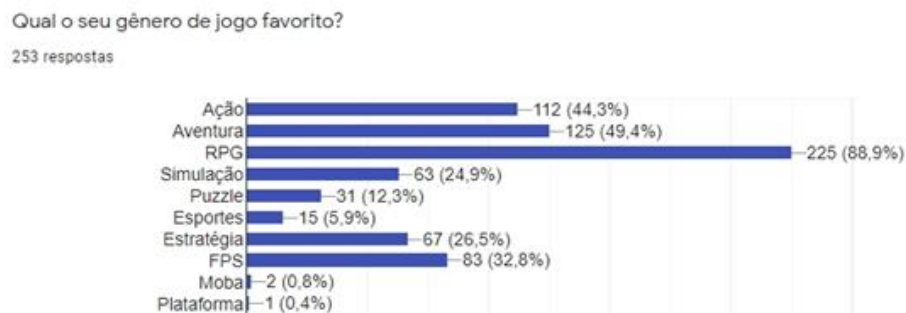


Figura 2: Gêneros de interesse

Fonte: O autor.

Aqui definimos qual plataforma o projeto seria centrado em ser feito, sendo uma questão importante para a criação dos comandos.



Figura 3: Dispositivos

Fonte: O autor.

No quarto gráfico definimos a temática em que os participantes possuem mais interesse, sendo a temática medieval a escolha de mais da metade. É interessante perceber também, que um subgênero medieval também foi muito votado (fantasia medieval).

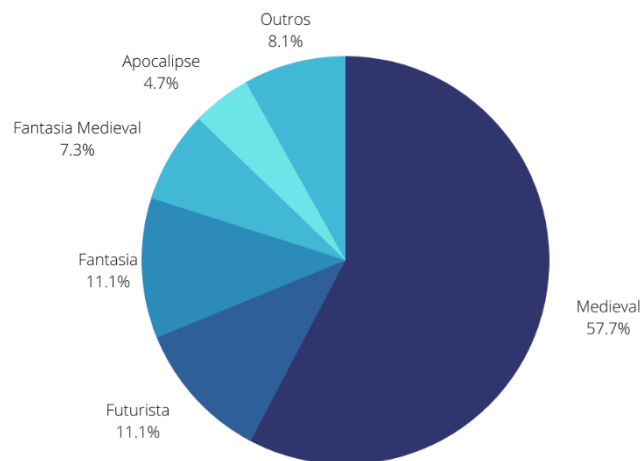


Figura 4: Temáticas de interesse

Fonte: O autor.

Nesta questão, definimos as horas gastas diárias dos participantes em jogos, com esses dados é possível montar uma estimativa da média de horas que seriam mais interessantes de serem gastas completando o jogo.

Quantas horas diárias você dedica aos seus jogos?
252 respostas

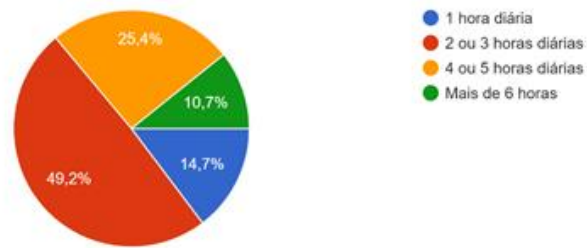


Figura 5: Horas diárias jogando

Fonte: O autor.

A sexta pergunta tem o intuito de entender qual a preferência pelo estilo artístico do jogo. Entendemos que uma grande parcela não possui um estilo específico, enquanto uma grande parcela prefere jogos em 3D ou pixel art.

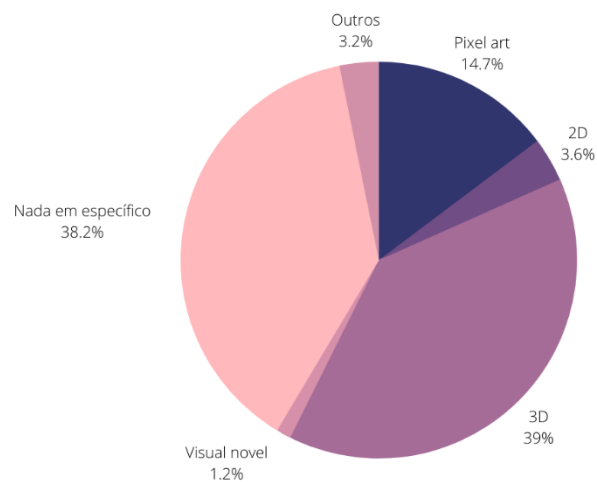


Figura 6: Estilos de arte em jogos eletrônicos

Fonte: O autor.

A última pergunta foca em descobrir quais jogos que foram experimentados pelo público.

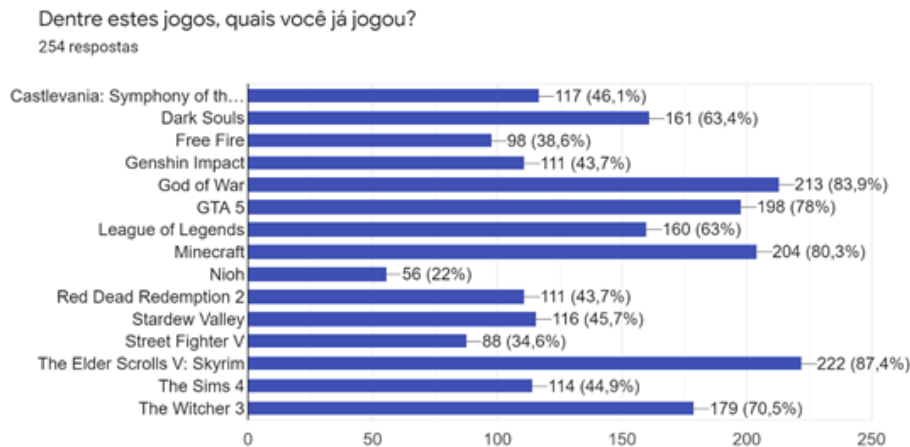


Figura 7 : Análise de jogos

Fonte: O autor.

Com base nos dados coletados, o público-alvo foi definido como entre 18 e 25 anos e usuários de computadores (excluindo celulares e consoles). Quanto ao jogo, possuirá os gêneros de aventura e RPG, ambientando em uma temática medieval.

Outras perguntas abertas também foram feitas, com o intuito dos jogadores:

- Falarem de jogos que tenham sido visualmente atrativos;
- Personagens favoritos no mundo dos jogos;
- Problemas visuais encontrados em jogos que tornaram sua experiência ruim.

Essas perguntas servem para encontrar similares e personagens com personalidades e temáticas bem desenvolvidas para gerar inspiração, como também o que não aplicar na criação.

2.1.2 Pesquisa Desk

2.1.2.1. Design UX/UI

Um bom Design é aquele que vai além de suas características funcionais e cria uma boa experiência ao usuário. Levando em conta o aspecto de criar a melhor

experiencia possível para o usuário, chegamos em dois termos conhecidos no mundo do design: Design UI e Design UX.

Esses conceitos são complementares e ambos buscam o mesmo objetivo: passar uma informação. Apesar de simples, é um processo delicado que muitas vezes precisa de uma atenção adequada.

A interface é um elemento que proporciona a ligação de dois sistemas, sejam eles físicos ou digitais, que não poderiam ser conectados diretamente. No meio digital, uma interface é aquela na qual o usuário observa e manipula, com o cursor do mouse, até chegar em seu objetivo.

A intenção do Design UX e Design UI é tornar esse processo entre o usuário e a interface mais claro e menos cansativo possível, não de forma individual, mas sim complementar.

A sigla UX vem de *User Experience* ou experiência do usuário, focando em como o cliente se sente ao fazer uso daquele produto. Segundo Donald A. Norman em “O Design do dia a dia” (*The Design of Everyday Things*):

Objetos bem projetados são fáceis de interpretar e compreender. [...] Objetos mal concebidos e mal projetados podem ser difíceis e frustrantes de usar. [...] O resultado é um mundo cheio de frustração, com objetos que não podem ser compreendidos, com mecanismos que induzem ao erro. (NORMAN, 2006, p. 26)

O design UX serve justamente para evitar o erro, trabalhando com emoções e experiências do usuário. Projetando um produto que o usuário possa compreender e evitar frustrações, pois são justamente essas frustrações que afastam o usuário.

Segundo o blog Rockcontent, o Design UX pode inclusive ser relacionado a sensações que as pessoas possuem após usar um produto, isso inclui até mesmo o uso de sites, blogs e aplicativos.

A sigla UI vem de *User Interface* ou interface do usuário, é mais focada na parte gráfica, gerando interfaces fáceis de navegar e mais amigáveis. O design UI é uma área criada justamente para descomplicar formas de uso e guiar o usuário rumo ao seu objetivo.

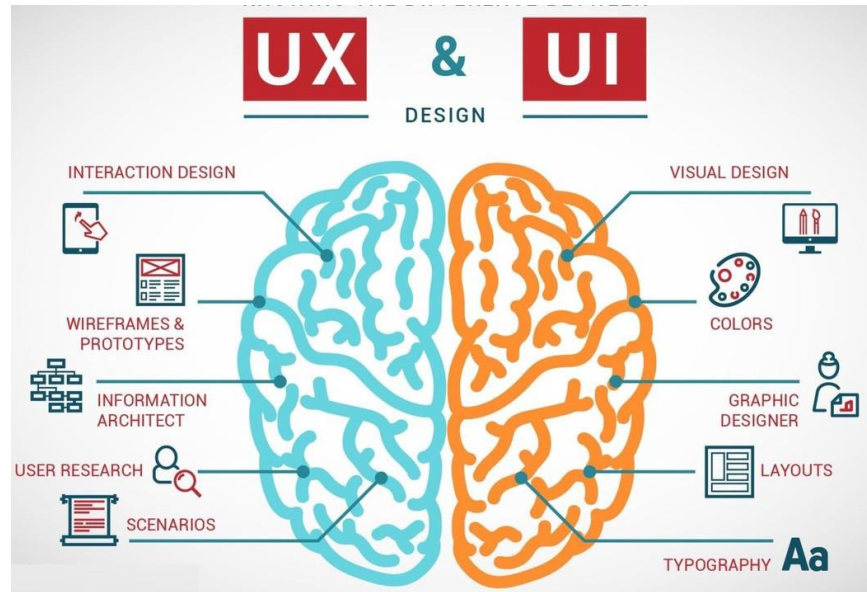


Figura 8: diferenças Design UX e UI

Fonte: <https://www.zup.com.br/blog/ux-vs-ui-diferencas>

O blog Brain frisa também a diferença entre os dois conceitos, que são comumente confundidos:

Enquanto o UI Design tem como principal foco a interface de um determinado aplicativo ou site, o UX Design observa esse e outros aspectos, que vão desde o caminho que um usuário faz para chegar ao seu objetivo final até experiências anteriores que uma pessoa teve com aquele produto ou serviço, que podem impactar positivamente ou não a sua interação. (Brain, 2020)

A exposição a um enorme volume de informações faz parte da rotina das pessoas, principalmente as que navegam pela internet. Por trás de sites e apps, existem profissionais responsáveis por estruturar as informações, de forma a oferecer uma melhor experiência ao usuário.

Do ponto de vista evolutivo, por se tratar de sistemas concebidos apenas para o compartilhamento de conteúdo estático (textual), inicialmente os websites possuíam navegação e ligações simples. A partir da introdução das interfaces digitais na web, mídias como imagem, som e animações passaram a ser compartilhadas. A rápida evolução dos websites, tanto em seu escopo quanto na complexidade das possíveis interações, tem afetado diretamente os usuários e desenvolvedores. (COSTA, 2017)

Segundo o Information Architecture Institute (Instituto de arquitetura de informação), “A arquitetura da informação é a prática de decidir como organizar as partes de alguma coisa de modo a torná-la compreensível.”

A arquitetura de informação tem a função de auxiliar os usuários a encontrar o que procuram. Quando pensamos em categorias e hierarquias para facilitar a busca de informações, já estamos pensando em arquitetura de informação.

O blog Rockcontent traz um bom exemplo de forma sucinta como essa hierarquia de informações ocorre: Em um aplicativo hipotético de troca de mensagens, podemos ter a tela principal, em que o usuário escolhe entre “Contatos”, “Conversas” e “Configurações”. Dentro dessas opções, há outras subopções e assim sucessivamente.

Os wireframes servem justamente para visualizar essa forma hierárquica de informações, incluindo demonstrar quais são as conexões entre as telas da aplicação. É um desenho básico de uma interface, retratando a usabilidade do sistema.

O blog Rockcontent também traz uma forma de explicar wireframes, consistindo “em demonstrações — interativas ou não — de como o usuário vai visualizar as informações disponíveis em um ativo digital, suas hierarquias e as conexões entre as telas da aplicação”.

Wireframes podem ser feitos em baixa, média ou alta fidelidade. Os wireframes de baixa fidelidade são modelos simples, geralmente manuais e não precisam do uso de cores ou detalhes.

Os modelos de média fidelidade trabalha com elementos visuais mais organizados e simulações da página, incluindo a utilização de legendas e descrições. Os modelos de alta fidelidade são normalmente criados com o uso de softwares, oferecendo interação com cliques ou botões.

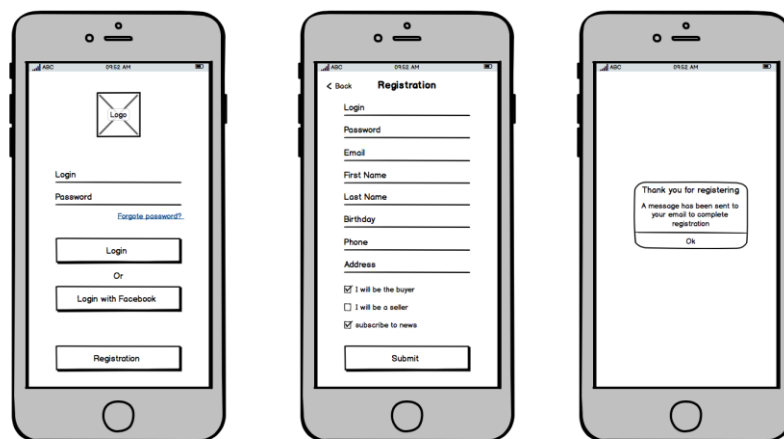


Figura 9:Exemplo de wireframe de baixa fidelidade

Fonte: <https://www.productplan.com/glossary/wireframe/>

Os Wireflows por outro lado, são desenhos esquemáticos que representam apenas o fluxo de informação, mostrando caminhos possíveis que o cliente poderá fazer entre as diferentes partes do site ou aplicativo.

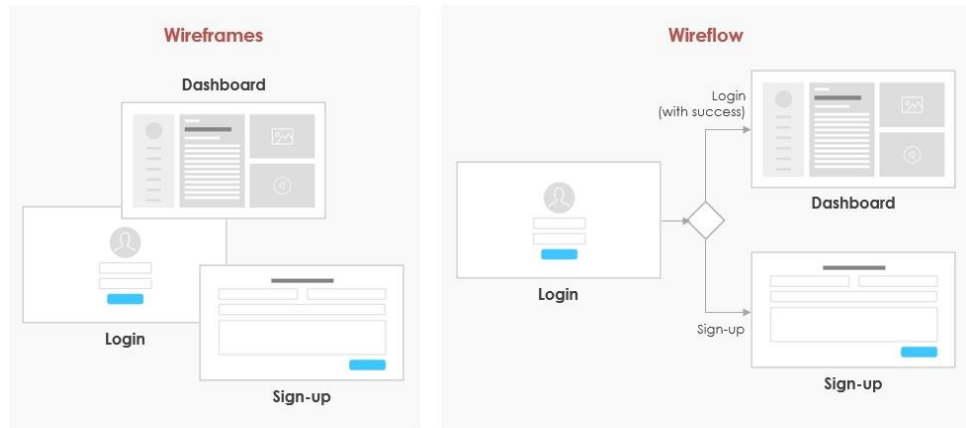


Figura 10:Diferenças entre wireframe e wireflow

Fonte: <https://circle.visual-paradigm.com/docs/user-experience-design/wireflow/what-is-a-wireflow/>

2.1.2.2. Cor

No Design, utilizamos as cores tanto para uma função decorativa quanto para apresentar informações. Por conta de nosso entendimento cultural, fazemos associações as cores, imprimindo significado.

A cor é a forma mais imediata de comunicação não verbal. [...] A cor é usada para representar pensamentos e emoções de uma forma que nenhum outro elemento de design consegue, e pode chamar a atenção de forma instantânea no papel, na tela ou na prateleira do supermercado. [...] Todos nós, inerentemente, temos preferencias que informam nossas decisões quando lidamos com cores e estamos sujeitos aos entendimentos e normas culturais do uso da cor ao nosso redor. (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 8)

Possuindo um conhecimento prévio sobre cores e como elas afetam as pessoas, é possível trazer emoções específicas de quem as enxerga, levando uma riqueza de detalhes apenas por cores e combinações delas.

As cores primárias podem ser obtidas de forma aditivamente ou subtrativamente. As cores aditivas são obtidas por uma emissão de luz produzidas por um monitor, na qual existe uma emissão de diferentes comprimentos de ondas das cores primárias vermelho, azul e amarelo, a união das três produz o branco. Esse sistema é denominado RGB, sigla em inglês para as palavras *Red*, *Blue* e *Green* (respectivamente: vermelho, azul e verde).

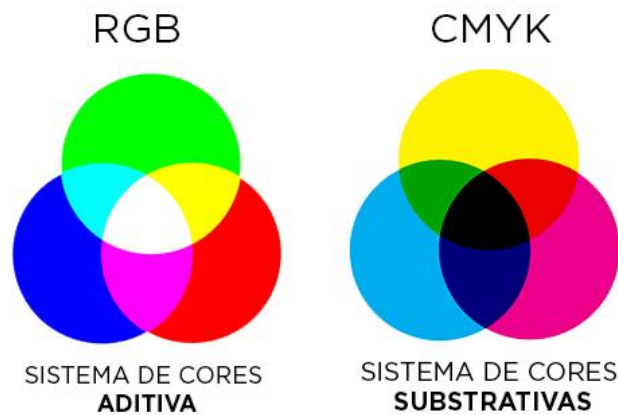


Figura 11: cores aditivas e subtrativas

Fonte: <https://sala7design.com.br/2016/06/28/falando-sobre-cores-entenda-o-que-e-cmyk-rgb-e-pantone/>

As primárias subtrativas são associadas a subtração de luz, correspondente ao sistema de impressões. O sistema de cores também é denominado como CMYK, uma sigla também em inglês para relacionar as cores: *Cyan* (Ciano), *Magenta*, *Yellow* (Amarelo) e por último a união das três cores, *Black* (preto).

As cores secundárias são obtidas pelo conjunto de cores primárias, segundo Ambrose e Harris (2009, p.16) “as cores secundárias são criadas por meio da combinação de quaisquer duas cores primárias na mesma proporção”. No sistema subtrativo (CMYK), as cores secundárias são vermelho, verde e azul. No sistema aditivo (RGB), as cores secundárias são ciano, magenta e amarelo.

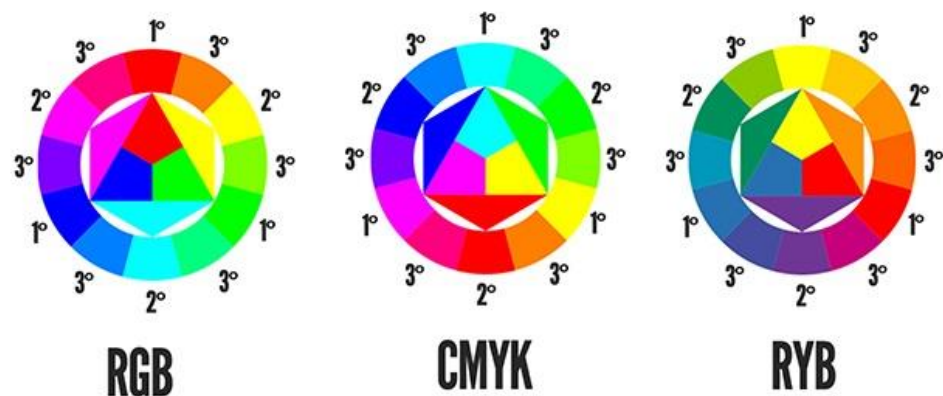


Figura 12: cores primárias, secundárias e terciárias

Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/teoria-das-cores/>

As cores terciárias são obtidas pela mistura de uma cor primária com uma cor secundária.

Vale mencionar também a existência de um terceiro sistema de cores, o RYB. Esse sistema é geralmente usado nas artes plásticas, caseiras e tecelagem,

suas cores primárias são o amarelo, azul e vermelho (RYB – *red*, *yellow* e *blue*, respectivamente). O sistema também conta com a adição de branco e preto, para clarear ou escurecer uma cor.

Outro sistema de cores mundialmente conhecido é a Pantone, sendo categorizada como cores especiais. As cores da escala Pantone são sólidas, e são utilizadas quando é preciso a reprodução precisa de cores. É comum encontrar diferenças de tonalidades ao imprimir imagens com cores RGB e CMYK, porém com o sistema Pantone, há uma garantia de que todas as impressões feitas terão exatamente a mesma cor.



Figura 13: diferenças RGB e CMYK

Fonte: <https://www.rgraficacuritiba.com.br/pagina/diferenca-de-cor-entre-rgb-e-cmyk.html>

Segundo o blog KWG (2018), tudo começou com Lawrence Herbert em 1963, fundando a *Pantone Matching System* (ou PMS), criando um sistema de identificação de cores por numeração. O objetivo era diminuir variações que saíam erradas e garantir uniformidade nos impressos.

Herbert acreditava que o espectro de cores é visto e interpretado de maneira diversa pelo olhar de cada indivíduo. Além disso, naquela época, a pouca tecnologia de direcionamento das cores resultava em muitos erros de impressão. Os erros nas impressões ocorriam porque a quantidade de tonalidades disponíveis não era suficiente para compor uma cor específica. (KWC, 2018)

As cores produzidas pela Pantone são sólidas e exatas, possuindo grande fidelidade de cor. Existindo inclusive um catálogo feito pela própria empresa, os livros Pantone PMS, onde cada cor possui uma numeração única.



Figura 14: Pantone PMS

Fonte: <https://www.pantone.com.br/>

Para descrever melhor as cores, entendemos que “Cada cor representa um comprimento de onda único”, sendo assim, nós temos um limite de descrição de cores. “O que significa “vermelho escuro” de verdade? Matiz, saturação e brilho são valores usados para descrever as cores com mais detalhes.” (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.18)

Quando falamos de cor, segundo Bastos, Farina e Perez (2011, p.70), existem três características específicas que definem sensações relacionadas a ela: tom (ou matiz), saturação e luminosidade.

Matiz, saturação e brilho são as três propriedades da cor, permitindo classificar e distinguir cores. A matiz se refere a cor pura, sem adição de preto ou branco.



Figura 15: Matiz

Fonte: wikipédia

A saturação, também conhecida como croma, é referente a quantidade de cor com a proporção de cinza. Ajustamos a saturação adicionando cinza, sendo assim quanto mais saturada for a cor, mais pura ela será.

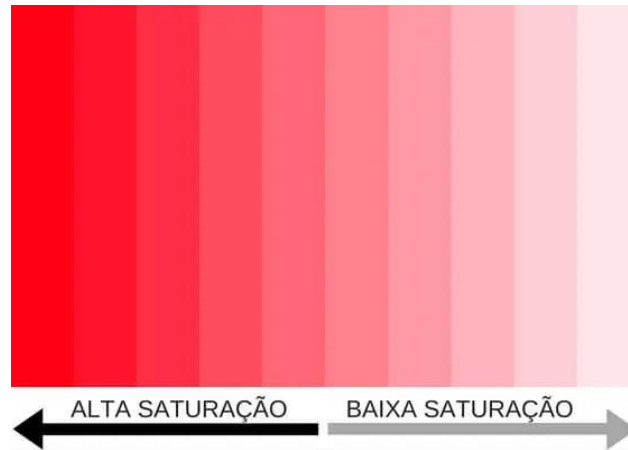


Figura 16: Saturação

Fonte: <https://www.vivadecora.com.br/pro/curiosidades/circulo-cromatico/>

O brilho, ou luminosidade, se refere a mistura de preto ou branco com a cor, tornando-a mais clara ou mais escura.



Figura 17: Brilho

Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/teoria-das-cores/>

Uma forma de analisar combinações de cores para a criação de uma paleta de cores é pelo círculo cromático. “O círculo cromático é uma ferramenta que pode ser usada para selecionar combinações harmônicas de cores para design.” (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.24)

A seleção de uma combinação de cores que funcione depende principalmente da mensagem que você quer passar. Em qualquer design, quase sempre é possível encontrar uma cor dominante que possa ser apoiada por cores de ênfase e subordinadas. As cores tendem a gerar respostas ou associações específicas da parte do leitor, assim o entendimento dessas reações pode ajudar o designer a criar combinações mais eficazes e que reforcem a mensagem pretendida. (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 24)

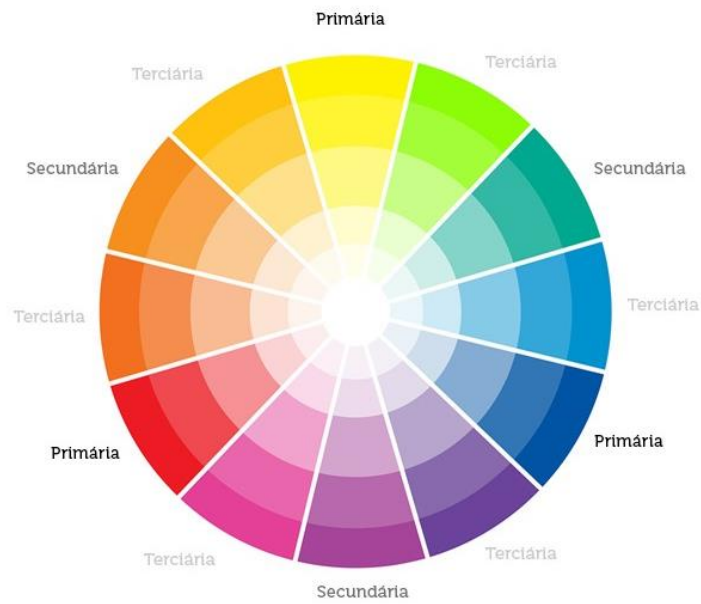


Figura 18: Círculo cromático sistema RYB

Fonte: <https://www.colab55.com/collections/como-usar-o-circulo-cromatico-para-escolher-as-cores-na-decoracao>

As cores podem ser divididas entre quentes e frias. Isso se deve as sensações que elas podem trazer, sendo essencial esse entendimento para saber que mensagem você estaria passando para um observador. Segundo Bastos, Farina e Perez (2011, p.77), “denominamos de cores quentes as que derivam do vermelho-alaranjado e de cores frias as que partem do azul-esverdeado”.



Figura 19: Cores quentes e frias

Fonte: <https://www.colab55.com/collections/como-usar-o-circulo-cromatico-para-escolher-as-cores-na-decoracao>

Para obter um resultado agradável, é mais efetivo combinar cores, gerando mais harmonia.

A Monocromia corresponde a uma cor isolada no círculo cromático, projetos que fazem uso de uma paleta monocromática não ficam ruins, porém não chamam tanta atenção como nos próximos exemplos.

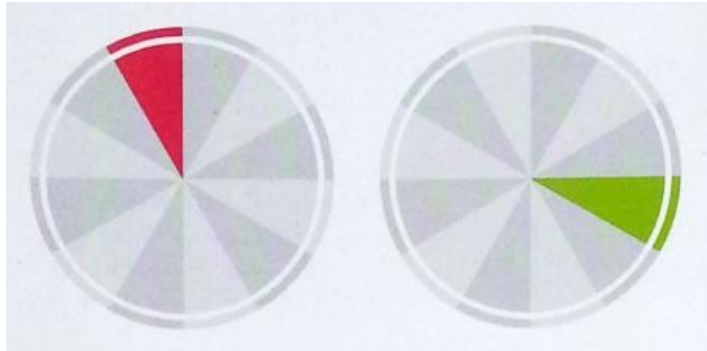


Figura 20: Cores Monocromáticas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

Combinações entre cores complementares geram o maior contraste, sendo essas cores opostas no círculo cromático. Geram grande contraste sem criar um design com cores vibrantes.



Figura 21: Cores Complementares

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

A combinação Complementares divididas é uma variação da Complementar, nesse caso temos uma cor principal e duas adjacentes complementares, gerando mais suavidade na harmonia das cores.

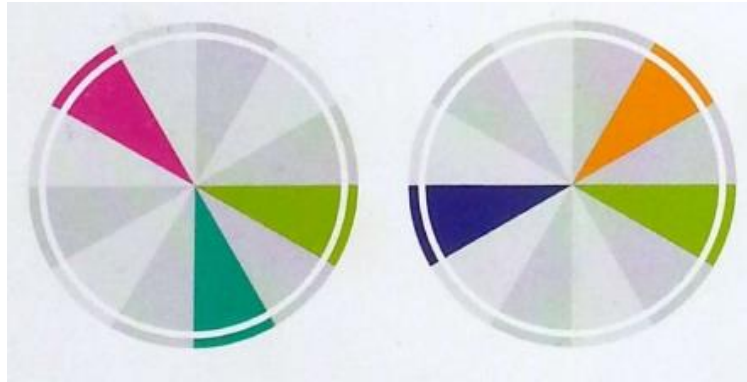


Figura 22: Cores complementares divididas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

As cores Análogas são compostas por uma cor principal entre duas cores consecutivas, permitindo uma mistura natural entre as cores, contudo, com pouco contraste.

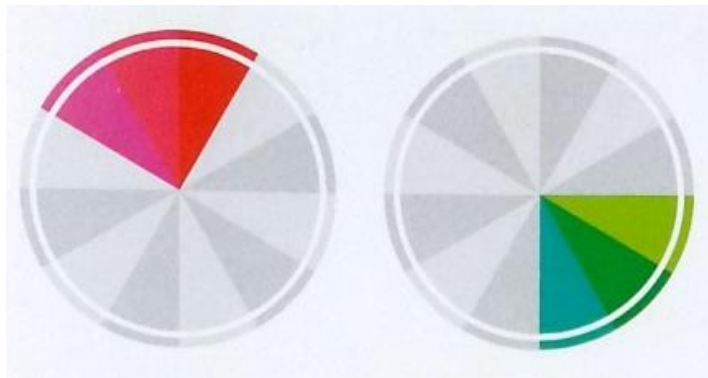


Figura 23: Cores Análogas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

As tríades são quaisquer cores equidistantes no círculo cromático. É uma combinação com grande contraste e riqueza de cores.



Figura 24: Cores triádicas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

As cores complementares mútuas são “uma tríade de cores equidistantes junto a cor complementar central a ela”. (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.21)



Figura 25: Cores complementares mútuas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

Cores complementares próximas possuem uma cor adjacente à cor complementar da principal.

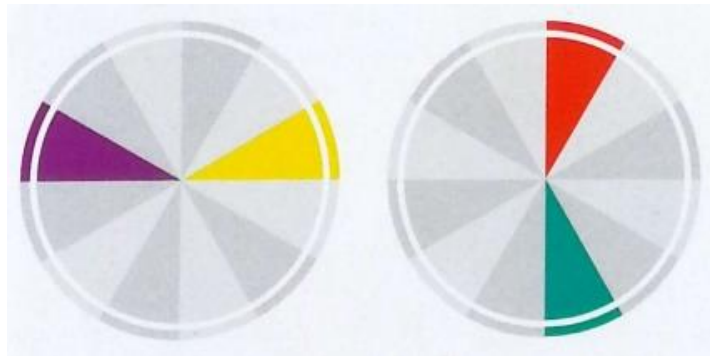


Figura 26: Cores complementares próximas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

As complementares duplas são “quaisquer duas cores adjacentes e suas duas complementares posicionadas no lado oposto do círculo cromático”. (AMBROSE e HARRIS, 2009, p.21)



Figura 27: Cores complementares duplas

Fonte: Ambrose e Harris, 2009

2.1.2.2.1. Psicodinâmica das cores

As cores são capazes de carregar sentido, dependendo de aspectos culturais, sociais e regionais podendo adquirir diversos significados. Na área de produto, a cor pode ser um fator decisivo para uma compra, segundo o blog Imagem Scan, “84,7% dos consumidores acham que a cor é o fator mais decisivo na escolha de um produto”.

As cores podem produzir impressões, sensações e reflexos sensoriais de grande importância, porque cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos. (BASTOS; FARINA; PEREZ, 2011, p. 2)

Segundo o site Brasil escola, “a cor representa uma percepção para o cérebro e o estimula a diferenciar uma cor da outra”, esse processo de percepção começa nos olhos, indo até o sistema nervoso, ou de uma forma mais detalhada, podemos dizer que “as cores por meio de nossos olhos e do cérebro” penetram no corpo humano em uma “variedade de ondas com diferentes potências”, atuando no sistema nervoso e não só modificam “o curso das funções orgânicas, mas também nossas atividades sensoriais, emocionais e afetivas” segundo Bastos, Farina e Perez (2011, p.2).

O uso de cores para despertar sentimentos também é muito recorrente no mundo animal, a característica de usar cores vibrantes e intensas como forma de apresentar perigo se chama aposematismo. Segundo o site Minas faz ciência (2019), o aposematismo pode ser descrito como o uso de cores vibrantes, normalmente o laranja, vermelho, amarelo, preto e branco como uma forma de avisar a outros animais que o animal possui veneno.



Figura 28: exemplo de aposematismo

Fonte: <https://www.luismonje.com/aposematismo-y-toxicidad/>

Atualmente as cores são utilizadas de várias formas para atrair pessoas, a área de publicidade por exemplo, encontra diversas formas de usar a cor para atrair clientes.

É indiscutível o impacto que a cor traz consigo, entretanto não devemos analisar esses aspectos meramente por sensações estéticas. Pois o impacto gerado está intimamente ligado ao uso que será feito do elemento cor.

Branco

O branco pode ser associado a “neutralidade, pureza, vida” ou simplesmente paz, por outro lado enquanto para os ocidentais “simboliza vida e o bem, para os orientais é a morte” (Bastos, Farina e Perez, 2011, p.97). Possui associação também ao frio, neve e ao inverno. Os autores também destacam algumas associações materiais e afetivas de cada cor:

Associação material: casamento, cisne, lírio e nuvens.

Associação afetiva: Ordem, simplicidade, limpeza, bem, pensamento, juventude, otimismo, paz, pureza, inocência, pureza, alma, harmonia, estabilidade e divindade.

Preto

A cor preta é a ausência de luz, sendo associada a morte e destruição, ou em certas situações é signo de sofisticação e requinte, às vezes recebe conotação de nobreza, seriedade e elegância.

Associação material: sombra, funeral, noite e fumaça.

Associação afetiva: poder, autoridade, mal, pessimismo, friidez, melancolia, opressão, renúncia e intriga.

Cinza

O cinza é uma cor neutra que “representa fundir os estímulos, simplificá-los” (Bastos, Farina e Perez, 2011, p.98). Pode representar também a neutralidade e determinar maturidade.

Associação material: chuva, ratos, neblina, máquinas, cimento e edificações.

Associação afetiva: tédio, tristeza, decadência, desanimo, sabedoria e passado.

Vermelho

O vermelho tem relação com a energia e o fluxo, “aumenta a tensão muscular e a pressão sanguínea. Pode remeter a proibição e a revolução”. Além disso interfere “no sistema nervoso simpático que é responsável pelo estado de alerta”. É uma cor quente que impulsiona “a atenção e a adesão aos elementos em destaque” (Bastos, Farina e Perez, 2011, p.99).

As pesquisas indicam que enxergar a cor vermelha faz o corpo produzir epinefrina, um produto químico que acelera a respiração, os batimentos cardíacos e a pulsação e eleva a pressão arterial. O vermelho é uma cor animada, dinâmica e energética. É passional, provocante, sedutora e estimula diversos apetites. (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 108)

Associação material: rubi, cereja, guerra, perigo, fogo, chama, sangue, combate, lábios e conquista.

Associação afetiva: dinamismo, força, energia, revolta, coragem, intensidade, paixão, poderio, vigor, glória, calor, violência, ira, emoção, ação, agressividade, extroversão e sensualidade.

Laranja

A cor laranja tem relação a emoção, ao positivismo, alegria e vitalidade. É uma cor extrovertida e chamativa, “sua natureza vital e vistosa contém a paixão do vermelho, mas é acalmada pela natureza alegre do amarelo” (AMBROSE; HARRIS, 2009, p. 112).

Associação material: outono, pôr-do-sol, luz, calor festa, aurora, raios solares e robustez.

Associação afetiva: desejo, dominação, força luminosidade, euforia, energia, alegria, advertência, tentação e senso de humor.

Amarelo

O amarelo é “um pouco mais frio que o vermelho e remete a alegria, espontaneidade, ação, poder, dinamismo e impulsividade”. No entanto, “em contraste com uma cor mais quente, o amarelo adquire uma luminosidade maior, chamam muito mais atenção e desperta os impulsos de adesão” (Bastos, Farina e Perez, 2011, p.99).

O amarelo é uma cor versátil, podendo ser associado a vitalidade e felicidade ou até mesmo a covardia dependendo do contexto.

Associação material: flores, abelhas, palha, luz, verão e calor.

Associação afetiva: iluminação, conforto, alerta, esperança, idealismo, inveja, euforia e expectativa.

Verde

A cor verde “denota bem-estar, natureza e meio ambiente, remetendo a campos e florestas abundantes”, além disso essas “associações naturais significam que o verde é uma cor pacífica, com qualidades relaxantes que dão equilíbrio, harmonia e estabilidade” (Ambrose e Harris, 2009, p.120)

Associação material: umidade, frescor, primavera, folhagem, verão e natureza.

Associação afetiva: bem-estar, paz, saúde, abundância, tranquilidade, segurança, natureza, equilíbrio, esperança, juventude, coragem, descanso, liberdade, tolerância e ciúme.

Azul

A cor azul “possui conotações de constância, vitalidade, restauração e preservação da vida por sua associação com a água. Seu efeito é a calma e o relaxamento”. (Ambrose e Harris, 2009, p.118)

Azuis mais escuros, como o azul-marinho, são considerados conservadores e uniformes, motivo pelo qual são tão usados como cores corporativas. Esses tons passam a ideia de estabilidade, segurança e confiança. Azuis mais claros surgem qualidades mais jovens e serenas, com os azuis esverdeados associados à espiritualidade e ao misticismo. (Ambrose e Harris, 2009, p.118)

Associação material: montanhas longínquas, frio, mar, céu, gelo, feminilidade e águas tranquilas.

Associação afetiva: espaço, viagem, verdade, sentido, afeto, intelectualidade, paz, advertência, precaução, serenidade, meditação, confiança, amizade, amor fidelidade e sentimento profundo.

Roxo

A cor está associada a criatividade, calma e tranquilidade. Também é geralmente ligada a espiritualidade, magia e mistério, as vezes também é associado a nobreza.

Associação material: noite, aurora e sonho.

Associação afetiva: fantasia, mistério, profundidade, justiça, grandeza, misticismo, espiritualidade, delicadeza e calma

Rosa

O rosa é uma cor quente que possui uma grande associação com o amor e o romantismo, uma cor suave muito utilizada em associações ao público infantil. “Com uma porcentagem maior de Vermelho, o rosa fica mais vivido e jovem, já a redução do vermelho torna a cor mais delicada e madura” (Ambrose e Harris, 2009, p.110).

2.1.2.3. Identidade Visual

Segundo Strunck (2012) “A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço”, ou seja, é um conjunto de elementos que representam um produto, empresa, instituição, etc.

Existem identidades visuais fortes e fracas, sendo as fracas facilmente esquecíveis, não prendem nossa atenção. Enquanto uma identidade visual forte é memorável, podendo ser facilmente reconhecida.

Os principais elementos que compõem uma identidade visual são: o logotipo, o símbolo e por último a marca.

Desde que nascemos, começamos a nos acostumar com um mundo de símbolos e logotipos. Esses símbolos são úteis a quem produz, vende e consome, porque distinguem e identificam a marca num contexto complexo e global. Permitem também a sua divulgação de forma racional, reduzindo o tempo necessário à concretização de negócios. (STRUNCK, 2012, p. 67)

O logotipo é um conjunto gráfico que representa o nome de uma marca, com uma fonte específica, fixa e característica. O logotipo segue um padrão visual, tornando-o reconhecível, uma forma particular de reconhecer uma marca. “É a particularização da escrita de um nome. Sempre que vemos um nome representado por um mesmo tipo de letra (especialmente criado, ou não), isso é um logotipo. Toda marca tem sempre um logotipo” (STRUNCK, 2012, p.70).

SONY®

Figura 29: Logo Sony

Fonte: <https://logosmarcas.net/sony-logo/>

No caso da Sony, não existe um símbolo visual que acompanhe a logo, contudo a fonte característica é facilmente reconhecida. Chamamos um logotipo com apenas tipografia de logo tipográfica, esta faz uma comunicação mais direta com o público.

O símbolo é compreendido como a representação visual de uma marca.” É um sinal gráfico que, com o uso, passa a identificar um nome, ideia, produto ou serviço. Nem todas as marcas têm símbolos. “(STRUNCK, 2012, p.71).



Figura 30: Logo Puma

Fonte: <https://logosmarcas.net/puma-logo/>

Portanto, a marca é a união do símbolo com o logotipo. Logos que combinem tipografia do nome da marca com elementos gráficos, são conhecidas como pictográficas.

Logos pictográficas oferecem maior possibilidades de assinaturas, podendo usar só símbolos ou apenas sua tipografia. Há também casos em que a tipografia e os elementos gráficos são projetados de forma integrada.



Figura 31: Logo Starbucks

Fonte: <https://logosmarcas.net/starbucks-logo/>

Segundo Rodrigues (2011) em seu livro Naming: o nome da marca, “a identidade de uma marca é a combinação de diversos elementos de expressão”. Sendo o seu nome, um dos elementos mais importantes para a construção de uma identidade.

“O nome é um dos principais elementos de identidade e um dos primeiros a despertar associações para as impressões geradas para a empresa ou produto e percebidas por seus diversos públicos”, explica Rodrigues (2011, p.74).

O processo de desenvolvimento de nomes de marca é conhecido como Naming, sua principal função é encontrar um nome que evoque as qualidades desejáveis de uma marca, “é preciso compreender a essência em torno da marca e como o nome poderá contribuir na construção da sua personalidade” (RODRIGUES, 2011, p.75). Logo, o processo de Naming está relacionado a visão da marca e seu plano estratégico.

Segundo o Manual de Marcas do INPI, existem duas formas de classificar marcas: quanto à natureza da marca e quanto à forma de apresentação.

De acordo com o site Check registros (2021), quando classificamos a marca por natureza, elas podem ser definidas como:

- Marca de produto ou serviço – utilizada quando a empresa oferece um produto ou serviço e para distingui-la de outras semelhantes;
- Marca coletiva - se destina a identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade. Exemplos: marca de sindicatos, associações e cooperativas;

- Marca de certificação - é a classificação utilizada para atestar a certificação ou conformidade de um produto ou serviço. É o símbolo destinado para afirmar a legalidade, a adequação às normas técnicas, aos padrões, especificações, entre outros. Exemplos: ISO, ABNT, ABIC e INMETRO.

Quanto a classificação da marca por forma de apresentação (Check registros, 2021), temos que as marcas podem ser classificadas em diferentes grupos, visando diferentes utilizações, sendo divididas em: Marca nominativa, Marca figurativa, Marca mista e Marca tridimensional.

A Marca nominativa (também conhecida como verbal) é construída por uma ou mais palavras, por escrito ou algoritmos. Não possui imagens, figuras, representações gráficas.

AVON

Figura 32: Exemplo de Marca nominativa

Fonte: <https://direcaoconsultoria.com.br/blog/registro-de-marca/o-que-e-marca-nominativa/>

A Marca figurativa (ou emblemática) diferente da marca nominativa, está diretamente ligada à representação gráfica. Segundo o site Coliseo registro de marcas, se encaixam nessa categoria marcas que não tenham palavras e no máximo duas letras (geralmente encontradas em brasões).



Figura 33: Exemplo de marca figurativa

Fonte: <https://direcaoconsultoria.com.br/blog/marca-figurativa-entenda-suas-caracteristicas/>

A marca mista (ou composta) combina elementos nominativos e figurativos ou apenas com elementos nominativos que com grafia estilizada. É o tipo mais comum de marca, proporciona ótima visibilidade para o produto.



Figura 34: Exemplo de marca mista

Fonte: <https://www.b9.com.br/118985/nestle-brasil-investe-mais-de-r-15-milhoes-em-portfolio-plant-based/>

A Marca tridimensional é uma categoria formada por registros de marcas de três dimensões, ou seja, incluindo volume, segundo o site Coliseo registro de marcas. Não é tão comum para registros como as demais, é geralmente utilizada para embalagens.



Figura 35: Exemplo de marca tridimensional

Fonte: <https://pt.dreamstime.com/foto-editorial-garrafa-cl%C3%A1ssica-de-coca-cola-image85294776>

2.1.2.4. Tipografia

De acordo com Neil Patel (2019), “tipografia é, na verdade, a impressão dos tipos, sendo que tipo é a fonte, ou a letra.”, enquanto a tipologia “é o estudo dos tipos, uma necessidade que aumenta a cada dia, com a enorme variedade de fontes

existentes – e o tanto que isso influencia na percepção e identidade de uma marca”. De forma mais objetiva, a tipografia é a utilização de elementos gráficos que podem ser usados na escrita, sejam eles números, formas, letras ou símbolos, para a construção de uma mensagem visual.

A seleção da forma visual pode afetar significativamente a legibilidade da ideia escrita e as sensações de um leitor em relação a ela devido às centenas/se não milhares, de fontes disponíveis. A tipografia pode produzir um efeito neutro ou despertar paixões, simbolizar movimentos artísticos, políticos ou filosóficos ou exprimir a personalidade de uma pessoa ou organização. Fontes variam desde formas claras e distinguíveis de fácil leitura, adequadas para grandes quantidades de texto, até fontes visualmente mais fortes e atraentes usadas em manchetes e anúncios publicitários. (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 57)

A família tipográfica é um grupo de fontes que compartilham das mesmas características, mas com diferenças em espessura, largura ou outras características.

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

Figura 36: Família tipográfica

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

O tipo é o desenho de uma determinada família e são compostos por um conjunto de elementos, como demonstrados na figura a seguir.



Figura 37:famílias anatomia

Fonte: <https://mekkalabs.com.br/publicidade-propaganda/tipografia/>

A serifa é um dos, senão o elemento mais importante sobre a anatomia de tipos. Existem tipos com e sem serifa, sendo a principal forma de diferenciar as letras.

A fonte serifada é aquela que tem pequenos traços e prolongamentos nas extremidades da fonte. (Neil Patel, 2019)



Figura 38:Fontes com serifa

Fonte: <https://www.fx.dev.br/primeiros-passos-em-tipografia/>

As fontes sem serifa são indicadas para títulos, manchetes ou anúncios publicitários, pois são visualmente mais fortes. Fontes com serifa são mais indicadas para livros, são adequadas para um grande volume textual, pois a serifa tem a função de auxiliar a leitura, tornando-a menos cansativa e proporcionando continuidade.



Figura 39:Fontes sem serifa

Fonte: <https://www.fx.dev.br/primeiros-passos-em-tipografia/>

Na tipografia, as fontes podem ser divididas entre algumas classificações de acordo com sua forma, Ambrose e Harris (2012, p. 96) dizem que “É importante avaliar como as fontes são classificadas e as diferenças entre elas para entender quando é melhor utilizá-las”.

Muitas fontes derivam de desenhos criados nos últimos 500 anos que originalmente foram moldados em metal. Outras fontes têm uma linhagem que remonta ao trabalho dos escultores da Antiguidade. Embora hoje em formato digital/ essas fontes ainda contêm elementos associados às necessidades físicas da época em que foram criadas. A era digital provocou o aumento do número de fontes disponíveis e tornou mais simples a criação de uma nova fonte ou a alteração de uma já existente. (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 84)

De maneira geral, existem 4 categorias básicas de classificação, sendo elas: Romana (Roman), gótica/sem serifa (Gothic), cursiva (Script) e medieval (Block) (Sanders and McCormick, 1993 apud Ambrose e Harris, 2012, p.96). As fontes romanas seriam a classe em que encontramos fontes serifadas (com serifa), as fontes góticas são sem serifa, as cursivas simulam a caligrafia e por último, as medievais são fontes baseadas na caligrafia manuscrita alemã.

Como exemplo de fonte do grupo romana, temos a fonte Craw Clarendon, como mencionado anteriormente, uma fonte com serifa, recomendada para segmentos longos de texto.

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	.	,	;	:	\$	#	'	!
"	/	?	%	&	()	@	

Figura 40: Fonte Craw Clarendon

Fonte: <https://fontmeme.com/fontes/fonte-craw-clarendon/>

As fontes góticas são um grupo sem serifa, comumente mais utilizada para chamar atenção, em manchetes ou projetos publicitários.



Figura 41: Fonte Franklin Gothic Medium

Fonte: <https://fontmeme.com/fontes/fonte-franklin-gothic-medium/>

As fontes medievais (também conhecidas como Blackletter, Block ou Broken) é baseado no estilo denso da idade média. Segundo Ambrose e Harris (2012, p. 97) “Devido à complexidade das letras, elas podem ser difíceis de ler, especialmente em blocos de texto”.

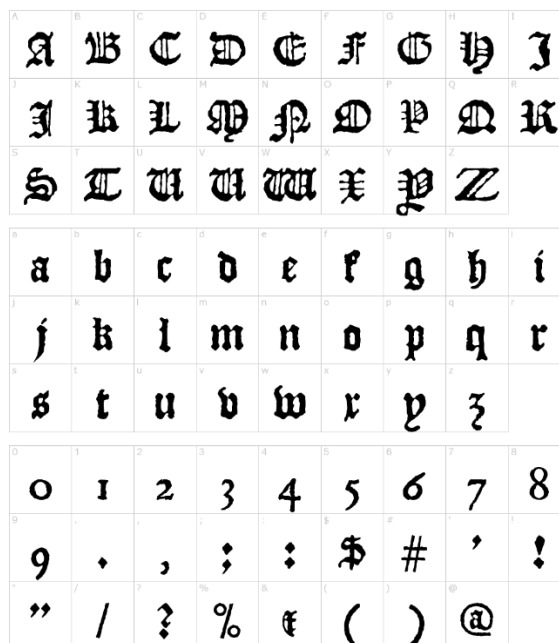


Figura 42: Fonte JSL Blackletter

Fonte: <https://fontmeme.com/fontes/fonte-jsl-blackletter/>

As fontes cursivas imitam a caligrafia, são geralmente usadas em cartões sociais e convites.

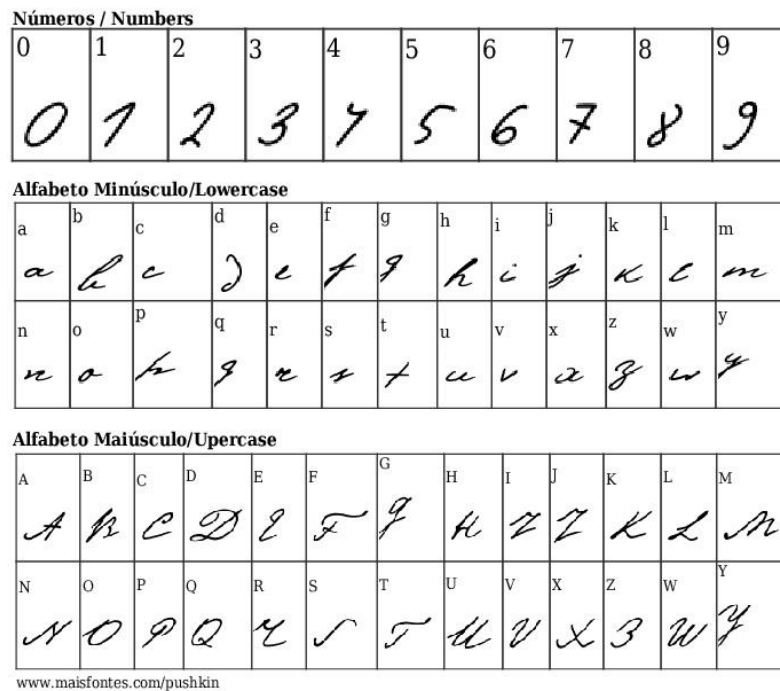


Figura 43:Fonte Pushkin

Fonte: <https://br.maisfontes.com/pushkin>

Na tipografia, existem três tipos de alinhamento de texto: entrelinha (ou leading), kerning e tracking.

Segundo o blog Tipo da fonte, entrelinha é o espaço existente entre a linha de base até a base de uma próxima. Normalmente o tamanho ideal de uma entrelinha é de 120% do tamanho de sua fonte.



Figura 44:demonstração de entrelinha

Fonte: <https://tipodafonte.wordpress.com/2013/04/12/entrelinha-alinhamento/>

Fora da entrelinha padrão, a entrelinha negativa (quando ocorrem espaçamentos muito pequenos), dificultam a legibilidade. Enquanto uma entrelinha muito maior que o padrão se percebe uma desestruturação do texto.

O kerning se refere ao espaço lateral entre letras e como eles devem ser ajustados para harmonização do texto, para ganhar apelo visual ou uma melhoria da leitura.

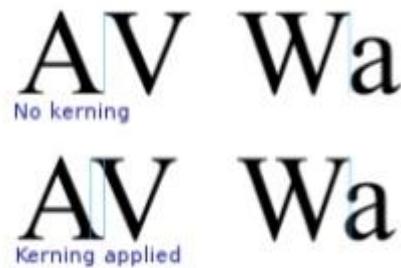


Figura 45:demonstração de uso de kerning

Fonte: <https://tipodafonte.wordpress.com/2013/04/12/entrelinha-alinhamento/>

Nos softwares, o kerning é feito automaticamente, mas existem formas de habilitar a edição, dando controle de alterar caractere por caractere.

O tracking é o ajuste de espaço de um grupo de letras, linhas ou um bloco inteiro de texto. Sendo um recurso muito utilizado em composições visuais, a fim de dar mais densidade ao texto ou torná-lo mais legível.



Figura 46:Exemplo de tracking

Fonte: <https://indesignskills.com/tutorials/letter-spacing-tracking-typography/>

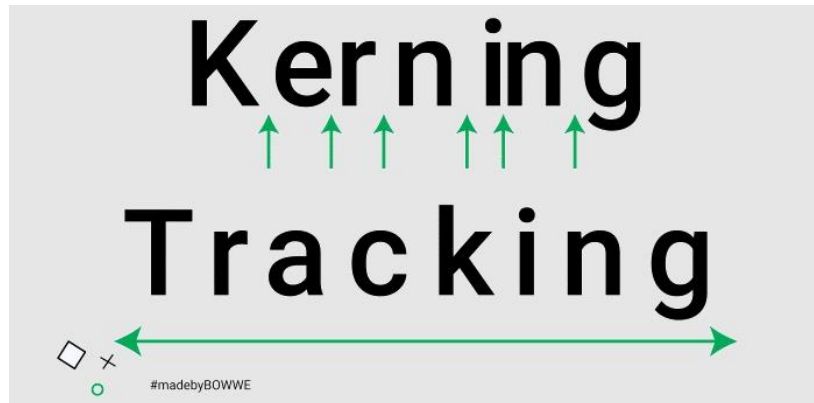


Figura 47:Diferenças entre kerning e tracking

Fonte: <https://bowwe.com/en/blog/web-design-typography-guide>

2.1.2.5. Ilustração

2.1.2.5.1. Concept Art

A arte conceitual (ou *concept art*) é uma forma de pré-produção presente na indústria, encontrada majoritariamente em filmes, jogos, animações e histórias em quadrinhos. Tem como objetivo definir ideias que poderão ser usadas no desenvolvimento do produto final. Segundo o site Revo space, uma definição muito válida seria que artes conceituais são “desenhos que funcionam como representações iniciais de cenários, personagens, figurinos, veículos ou qualquer outro elemento que possa estar presente dentro de games, animações, filmes live-action e HQs”.

Também é interessante destacar a diferença entre arte conceitual e ilustração, pois não são exatamente sinônimos e apresentam diferentes finalidades.

Enquanto a ilustração é produzida pensando em ser apresentada por si só, os concepts são desenvolvidos pensando em um produto final. Isso significa que o produto final de uma ilustração será ela, já produzido e finalizado. Já o de um concept, de um personagem em uma animação 3D, por exemplo, será o resultado de todo o desenvolvimento dele renderizado. (REVO space, 2020)



Figura 48:Poison Ivy concept art

Fonte: <https://estudioimg.wordpress.com/2012/07/18/inspiracao-26-concept-arts-para-quadrinhos/>



Figura 49:Dark Souls 2 Concept art

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/abitrich/8341143353>

A criação de artes conceituais pode ser feita de forma manual ou digital. Softwares possuem possibilidades técnicas complementares ao estilo tradicional (de forma manual, com lápis, régua, caneta, etc.) devido a sua maior gama de possibilidades para correções e alterações, porém possuindo uma relação mais distante entre o desenhista e seu trabalho, além de depender da energia elétrica.

Vale destacar também que uma concept art não é exclusivamente feita para representar ideias de personagens, inclui também cenários, veículos ou até mesmo objetos.

Além do personagem, o discurso visual de um filme de animação também depende do cenário e dos adereços. Esses são relatos sobre a ação, sobre a atmosfera da cena e sobre os próprios personagens. São discursos totalmente não verbais, mas são capazes de situar os espectadores em relação aos acontecimentos sem a necessidade de palavras. Se o cenário é calmo e tranquilo transmite uma gama de informações totalmente diferentes daquele que é anguloso e ameaçador. (SENNÁ, 2013)

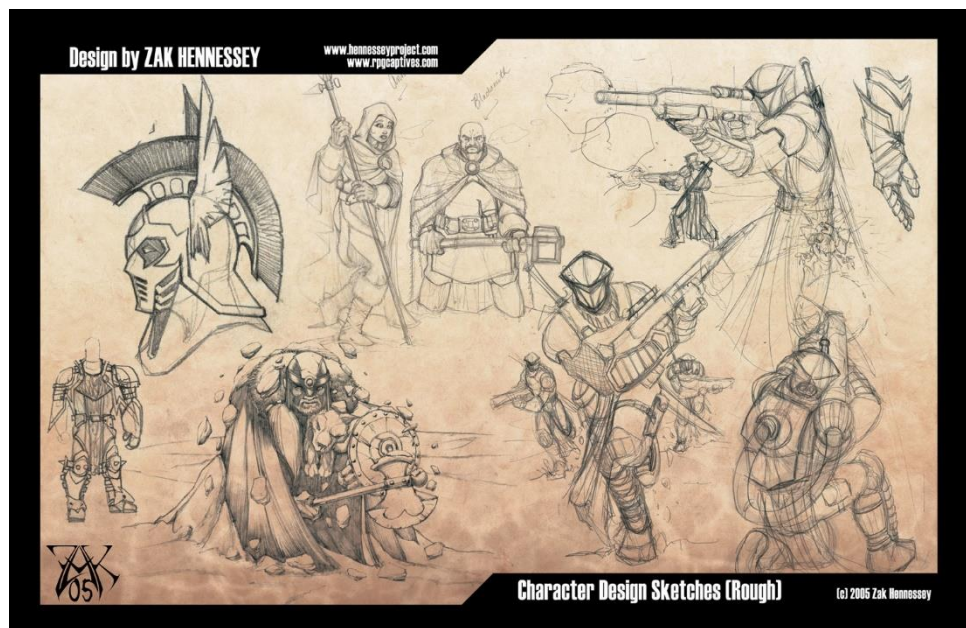


Figura 50:concept art tradicional

Fonte: <https://www.deviantart.com/lazarusreturns/art/Character-Concept-Art-02-83532017>

Geralmente o processo de pré-produção se inicia com uma recolha de informações e referências visuais pelo artista, trazendo mais facilidade para definir temas, paleta de cores, etc.

Essa técnica é alusiva a ferramenta apresentada por Vianna *et al* (2012, p.101), o Brainstorming, é utilizado “em momentos que se necessita de um grande volume de ideias” visto que ele “possibilita uma abordagem rica para gerar ideias em cima de questões relevantes”. A técnica permite ao desenhista discernir informações úteis para incrementar a criação de conceitos mais palpáveis.



Figura 51:kda concept art

Fonte: <https://revolutionnow.com.br/kda-concept-art/kda-concept-art-07/>



Figura 52:Concept art, exemplo de diferentes alternativas

Fonte: <https://twitter.com/angry82pigeon/status/1395753509321019396?s=12>

2.1.2.5.2. Teoria da composição visual

A composição visual pode ser definida como o posicionamento do arranjo de elementos visuais em um projeto, sendo utilizado principalmente nas áreas das artes visuais, particularmente no Design, Pintura, Fotografia e Escultura.

O artista determina qual será o foco de interesse em seu projeto, assim o olhar do espectador será direcionado para pontos de interesse. Os princípios de organização podem ser vários, dentre eles temos: forma, proporção, cor, contraste, geometria, ritmo, perspectiva, etc.

Os princípios e teorias de composição funcionam como ferramentas importantes na concepção de uma peça gráfica. São, um conhecimento que auxilia na obtenção de resultados visualmente equilibrados, mostrando como podem ser distribuídos os diferentes elementos de um projeto gráfico. (TINGA, 2017)

Alguns princípios possuem destaque na criação de uma boa produção, como o princípio de cor. As composições devem ser harmônicas, não dificultando leitura ou entendimento.

No princípio de tipografia, entendemos que:

É preciso escolher cuidadosamente as fontes certas, de acordo com o tipo de trabalho, e combinar uma com outra de maneira a despertar atenção, garantindo equilíbrio visual. Não usar demasiadas fontes no mesmo projeto, não exagerar em caixa-alta, não justificar desnecessariamente, com risco de ter resultados não agradáveis, não achatar a fonte. (Design Culture, 2017)

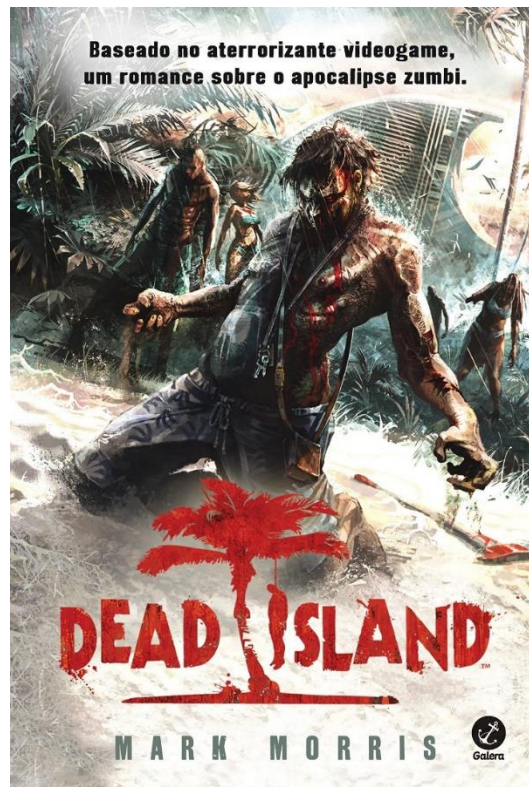


Figura 53:Capa do jogo Dead Island, exemplo do uso de cores

Fonte: <https://www.amazon.com.br/Dead-Island-Mark-Morris/dp/8501402346>

No exemplo da capa do jogo *Dead Island*, podemos notar um cuidado com o uso de cores e a tipografia. Sendo a cor da logo do jogo complementar ao verde da

vegetação e detalhes azuis, ao mesmo tempo que a logo ganha um destaque, por conta do contraste entre sua cor e o fundo com a cor clara da areia. Vale ressaltar também o uso de uma fonte própria para a logo do jogo, que além contar com elementos gráficos junto a tipografia, possui detalhes borrados e respingos que remetem ao tema do jogo.

O princípio de coerência e unidade visual deixa claro que todos os elementos devem se tornar um, cada parte deve ser montada de forma que seja compreensível a unidade visual.

O princípio da hierarquia segundo o blog Design Culture (2017), procura estabelecer prioridades, o que deve ser visto primeiro. Podemos estabelecer uma ideia de hierarquia diferenciando os tamanhos, as cores, posições, tipografias, etc.

Também temos o princípio da legibilidade, onde o texto não deve encontrar problemas em ser lido quando está sobre determinado fundo, a informação precisa ser passada com clareza.



Figura 54:Capa do jogo Spider-Man: Miles Morales

Fonte: <https://www.amazon.com.br/Marvels-Spider-Man-Morales-PlayStation/dp/B08JDVCVN4>

Aqui temos outro exemplo, na capa do jogo *Spider-Man: Miles Morales* podemos observar o princípio da coerência, onde há uma unidade visual entre o título e a ilustração, mantendo inclusive o padrão de cores. Podemos notar também o uso do princípio da hierarquia e da legibilidade, onde o título “*Spider-Man*” recebe mais

foco por conta do uso do branco na fonte em um fundo escuro e letras sem serifa. Logo abaixo, o resto do título conta com uma fonte mais estilizada, menor e com uma cor que recebe menos atenção, por conta do uso em outros elementos da capa.

No princípio de organização “os elementos, num espaço devem ser organizados seguindo uma ordem, uma dinâmica e devem estar relacionados entre si”, pois é “através de concordâncias visuais e concordâncias estruturais” que podemos alcançar “resultados visualmente agradáveis”, segundo o blog Design Culture (2017).

Em diversos filmes, posters, fotografias e ilustrações são usadas regras de composição para estabelecer uma organização harmoniosa. Temos como exemplo: regra dos terços e o retângulo áureo.

Segundo os sites Eduardo & Mônica (2017), Infoescola e Viajando na janela (2018), a regra dos terços (mais comumente usada na fotografia) possui uma das mais simples aplicações. O conceito básico seria dividir a área de uma imagem em três terços verticais e três horizontais. A imagem ficaria dividida em 9 partes iguais e o objeto principal da composição é posicionado nas intercessões das linhas.



Figura 55:Regra dos terços

Fonte: <https://www.infoescola.com/fotografia/regra-dos-tercos/>

Ao invés de centralizar o elemento principal da composição, ele será posicionado nestes pontos, conseguindo uma maior harmonia entre os elementos.

O Retângulo áureo é um desenho geométrico muito presente nas artes, a psicologia da percepção demonstra que a proporção áurea é agradável a vista, se

compararmos com formatos aleatórios. O Parthenon é um exemplo do uso na arquitetura.

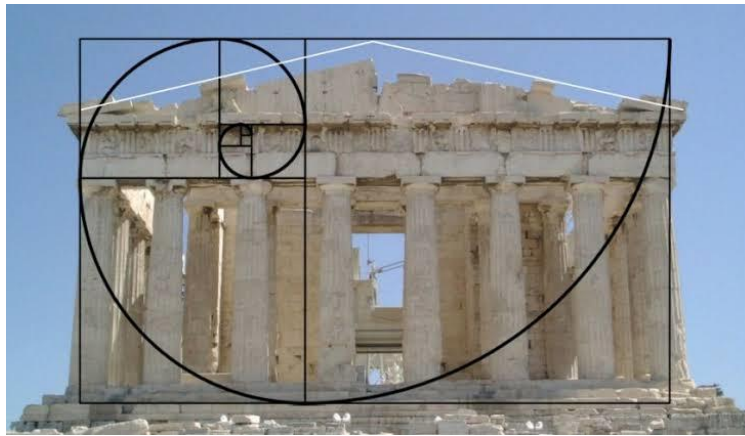


Figura 56: A regra áurea na arquitetura

Fonte: <https://www.goldentakes.com/pt/blog/tag/fibonacci/>

A proporção áurea, também conhecida como "Proporção Divina" ou "Razão de Phidias" só começou a ganhar propriedades mais elaboradas a partir do século XIII. O matemático italiano Leonardo Fibonacci descobriu uma sequência infinita, onde sempre sua divisão se aproximava do número 1,6180, mais tarde conhecido como o "número de ouro". (Significados, 2017)

Segundo o site Significados (2017), ao aplicar os princípios da razão áurea em um retângulo, nota-se a criação de uma espiral, para isso traçamos uma linha que guia a direção dos quadros formados no retângulo áureo. São formas estruturais tidas como perfeitas e extremamente agradáveis visualmente.

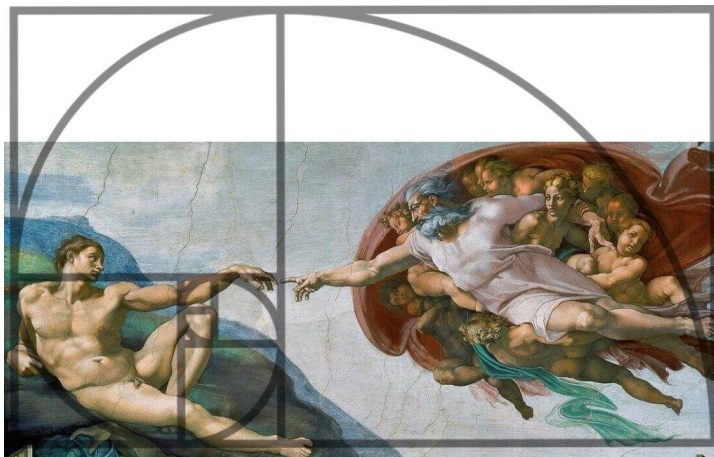


Figura 57: A Criação de Adão (Michelangelo Buonarroti) e o uso da proporção áurea

Fonte: <https://aureafotografica.com.br/entenda-como-funciona-a-proporcao-aurea-na-fotografia/>

2.1.2.6. Narrativa / Jogo

A construção de mundo possui efeito direto na estrutura narrativa do jogo. Jogos como *Dark Souls* criam uma oportunidade única de narrativa, onde o jogador dita o próprio fluxo de informações. Ao invés do jogador ser levado entre os personagens não jogáveis (NPCs) e ir adquirindo dicas ou informações sobre a história, o jogador possui maior controle sobre a trama, ganhando a possibilidade de apenas matar os monstros e seguir no jogo ou se aprofundar na história e entender o contexto em que de fato está situado.

Isso faz que seja mais difícil contar uma história de acordo com as regras tradicionais da narrativa (a estrutura em três atos: início da ação, clímax e desfecho), mas possibilita que o jogador tenha mais controle sobre a trama do game. (SCHUYTEMA, 2008, p. 413)

Um ponto bem importante quando contamos a história de um jogo é a quantidade de texto, para evitar cansar os jogadores é interessante que o texto seja diluído em diálogos ao longo da campanha ou de outras formas.

Se o seu jogo não segue o estilo ou público-alvo de *visual novels*, ou qualquer outro gênero cuja narrativa é dada como principal mecânica, é muito provável que uma quantidade exagerada de texto em seu jogo será ignorada (ou até ser considerada um ponto negativo por alguns jogadores). Por exemplo, imagine que você está jogando um *First Person Shooter* competitivo e antes de a partida começar você é obrigado a passar por 20 balões de diálogo que carregam o texto gradativamente. O grande público de um FPS está frequentemente procurando ação imediata e por isso, texto em demasia não é algo que vai fazê-los ficar no seu jogo. (MEDIUM, 2019)

Anna Megill, uma designer e escritora de narrativas que trabalha na indústria de jogos a quase 17 anos afirma, “Meu ponto é que você pode –e deve- usar a gameplay para contar sua história. A regra “mostre, não fale” para jogos é “jogabilidade, não texto”. Então é melhor você entender as mecânicas do jogo, e a melhor maneira que você possa usá-la para contar sua história” (MEGILL, 2013).

A história deve ser transmitida de formas diferentes no jogo. Muitos jogos inclusive são conhecidos por trazer uma incrível história com o mínimo de texto, o jogador nota o andamento da narrativa por detalhes no cenário, eventos significativos, dentre vários outros.



Figura 58:Jogo Shadow of the Colossus

Fonte: <https://www.pstrophies.com.br/shadow-of-the-colossus-ps4-guia-de-trofeus/>

Em *Shadow of the Colossus*, por exemplo, temos uma narrativa com pouquíssimo texto. O jogador acompanha uma boa parte da história por acontecimentos em cenas ou detalhes do cenário.

Outro ponto importante da narrativa é a continuidade da história: o início, meio e fim. Nem todos os jogos seguem de fato uma linha cronológica básica em que o jogo começa no início da história. Muitos começam com um flashback ou enredos que começam pelo fim ou meio da história, para só depois explicar os acontecimentos anteriores.

O começo do enredo é o momento ideal para atrair a atenção, nos primeiros momentos experimentando um jogo, é quando o jogador vai demonstrar se tem interesse em continuar a campanha ou se prefere tentar outro jogo.

Nesse ponto, é ideal que fique claro o conflito/objetivo no qual a narrativa será embasada, a ambientação dela e personagens importantes para o enredo — se houver. Tudo isso é melhor que seja mostrado de forma que não revele absolutamente toda a história: um suspense sobre o que virá é capaz de manter o engajamento [...] sem muito esforço. (MEDIUM, 2019)



Figura 59:Terra média: Sombras de Mordor, exemplo de narrativa.

Fonte: <https://www.hardgame.com.br/games/terra-media-sombras-de-mordor/>

Em *Middle-earth: Shadow of Mordor* (Terra-média: Sombras de Mordor), somos apresentados a um mundo já conhecido, A Terra-média, palco de Senhor dos anéis e O Hobbit, baseado no universo de J.R.R. Tolkien.

Já no começo do jogo somos apresentados ao protagonista e sua família, inimigos importantes para a história e já somos rapidamente levados para o conflito.

“O meio da trama é a parte onde ocorre o desenvolvimento do personagem e principais eventos, que de forma gradativa, vão construindo tensão para o final. Com o desenvolvimento da trama, uma ferramenta adicional muito bem-vinda é incitar o jogador a descobrir como tudo terminará, trazendo suspeitas e teorias que só aumentarão seu engajamento com o jogo” (MEDIUM, 2019).

O grande clímax, ou objetivo final apresenta a resolução dos conflitos, aqui o objetivo da história é alcançado.

2.1.2.7. Gêneros de jogos

Ao longo dos anos os jogos vêm ganhando cada vez mais gêneros e subgêneros. “Um gênero de jogo é usado para descrever um estilo de gameplay” (ROGERS, 2012. p.32). As classificações são diversas, os jogos podem pertencer a mais de uma categoria, como exemplificado no livro “Level up, um guia para o design de grandes jogos” (ROGGERS, 2012), e mostradas abaixo:

Ação - Jogos de ação requerem reflexos rápidos, coordenação e reação. Podendo se dividir em vários outros subgêneros, como: plataforma, horror, furtivo, luta, etc.



Figura 60: Street Fighter V

Fonte: <http://asalcido07.github.io/lauraDebut.html>

Aventura - São jogos em que você assume o papel de protagonista em uma história interativa, focada em quebra-cabeças, exploração e coleta de itens. Dentro do gênero aventura existem diversos subgêneros, tais como: Adventure gráfico, sobrevivência, etc.

RGP – São jogos que podem ser associados como um gênero específico ou um subgênero de jogos de aventura, dependendo da fonte. O termo RPG vem do inglês “*Role-playing game*”. São jogos que se assemelham ao RPG de mesa, tendo como característica principal o controle de um personagem que se desenvolve ao longo do jogo.



Figura 61: The Elder Scrolls V: Skyrim

Fonte: <https://hype.games/br/the-elder-scrolls-v-skyrim-legendary-edition>



Figura 62: The Witcher 3: Wild Hunt

Fonte: <https://www.pocket-lint.com/pt-br/jogos/reviews/133845-the-witcher-3-wild-hunt>

Estratégia - Enfatizam habilidades de pensamento e planejamento para a vitória, muitas vezes trazendo também desafios lógicos, econômicos e exploração.



Figura 63: Hearthstone

Fonte: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2015/08/>

Corrida – Jogos de corrida são basicamente aqueles em que o jogador está em uma competição de corrida usando veículos de terra, água ou ar.



Figura 64: Gran Turismo sport

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/496873771380092077/>

Shooter - São focados em atirar projéteis, um gênero que evoluiu para os mais diversos subgêneros que se distinguem pela visão da câmera.

- *First person shooter* (FPS) - A visão de câmera é feita a partir da perspectiva do jogador. É mais limitante, porém mais pessoal e imersiva.
- *Shot'em ups* - São shooters em estilo arcade, os jogadores atiram em uma grande quantidade de inimigos enquanto evitam perigos e geralmente o avatar do jogador é um veículo.
- *Third person shooter* (TPS) - *Shooter* onde a visão é colocada atrás do jogador, permitindo uma visão mais ampla do personagem e a sua volta.



Figura 65: Team fortress 2, exemplo de FPS

Fonte: <https://wiki.teamfortress.com/wiki/Mechanics>



Figura 66: Metal slug 2, exemplo de Shot'em ups

Fonte: <https://www.fandomspot.com/best-neo-geo-games/>

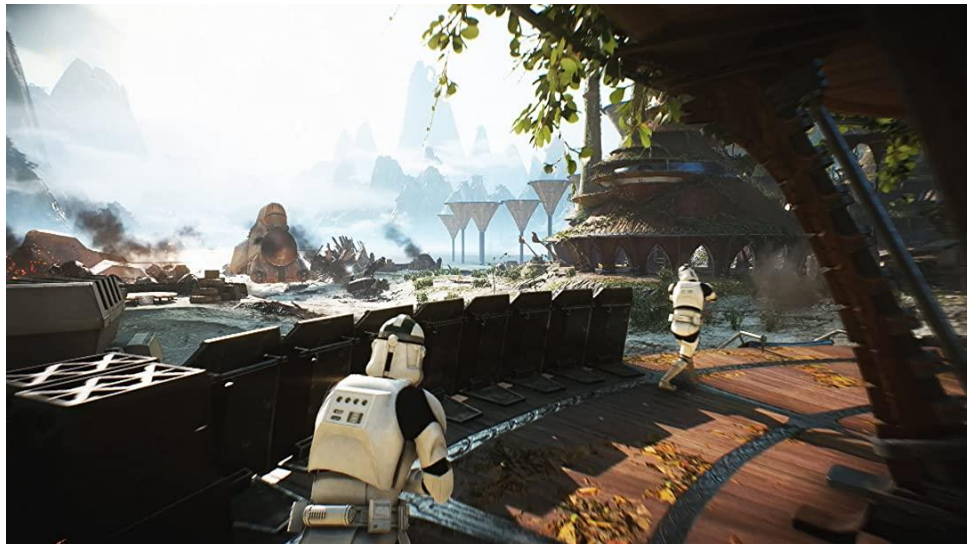


Figura 67: Star Wars Battlefront 2, exemplo de TPS

Fonte: <https://www.amazon.com/Star-Wars-Battlefront-Gameplay-News/dp/B077TZWY2V>

Simulação - São jogos que buscam simular um mundo real ou fictício. Temos como exemplos jogos que simulam planejamento e administração de uma cidade, simulador de voo, etc.



Figura 68: The Sims 4

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/442197257161101370/>

2.2 Imersão em profundidade

2.2.1 Entrevistas

A entrevista é uma ferramenta que busca informações através de perguntas diretamente ao usuário. Essas informações buscadas permeiam o assunto pesquisado com um olhar centrado na vida dos entrevistados e suas experiências com aquele assunto.

Entrevistas são particularmente úteis para obter a história por trás das experiências de vida do entrevistado. O entrevistador deve estimular o participante a explicar os porquês desses relatos para que consiga compreender o significado do que está sendo dito. Através das entrevistas, é possível expandir o entendimento sobre comportamentos sociais, descobrir as exceções à regra, mapear casos extremos, suas origens e consequências. (VIANNA et al., 2012, p. 38).

Foram escolhidos 4 entrevistados para as entrevistas, cada um com níveis diferentes de associação com o mundo dos jogos.

Os nomes das pessoas serão trocados para preservar sua integridade, pois seus nomes não são relevantes ao que o projeto se propõe, trazendo apenas as informações mais importantes da entrevista.

Para todos os entrevistados, jogar seria uma forma de lazer e relaxar, sem causar grandes complicações. Foi notado também que todos citam que RPG é um

dos gêneros que mais os agradam, outros gêneros citados com menos frequência são: MMO, puzzle, souls-like, metroidvania e investigação/suspense.

Para entender melhor as preferências pessoais dos entrevistados, foi perguntado quais jogos para eles eram muito memoráveis e de certa forma especiais. Em dois casos é citada a ambientação do jogo e o sentimento de atração pela história e apenas com um entrevistado, Nathan, que trouxe a questão da complexidade como um elemento que o atraiu no jogo.

Uma das perguntas mais específicas procura entender como foram as experiências dos entrevistados com jogos de turno. É interessante ressaltar que metade deles demonstrou interesse e um alto grau de conhecimento sobre o assunto, Nathan por exemplo acredita que “são interessantes se os turnos se mantêm mais dinâmicos, com animações e etc, senão podem acabar extensos e cansativos”. Uma das entrevistadas Diana, prefere jogos mais movimentados e acredita que jogos de turno não conseguem trazer essa alternativa de algo mais “dinâmico” para ela, enquanto que Maria teve experiências em jogos de turno focados em multiplayer e que esses jogos necessitam de muito tempo e dedicação para aprender todas as regras, comandos e funções.

Uma das perguntas se referia as dificuldades de jogar, mais especificamente em questões envolvendo fotossensibilidade. Em jogos a fotossensibilidade pode agir de diferentes formas, nas mais brandas o usuário pode sentir desconforto e cansaço visual, seja com luzes piscando ou até mesmo cores muito fortes. Em casos mais graves pode ocorrer epilepsia fotossensível, que pode ser desencadeada por: fadiga, falta de sono ou tempo prolongado de gameplay.

Diana não relata quaisquer problemas visuais envolvendo fotossensibilidade, Mikhael por outro lado demonstrou casos brandos de cansaço por jogar de forma prolongada e Nathan ressalta já ter tido tonturas com luzes fortes, coloridas ou piscantes na tela. O caso mais grave foi relatado por Maria, que já teve episódios frequentes de fotossensibilidade, possuindo em episódios mais brandos, ardência na vista, tontura e dor de cabeça; quanto aos mais severos sendo enjoo e muitas vezes desencadeando um episódio de enxaqueca. Maria possui pré-disposição a esses episódios, então acaba tentando manter a iluminação do ambiente mais bem regulada.

2.2.2 Personas

Personas são personagens ficticiais concebidos a partir da síntese das informações anteriormente obtidas, sintetizando comportamentos observados entre os consumidores.

Foram desenvolvidas 3 personas: Fernanda, Thiago e Alberto. Todos com algum grau de envolvimento com o mundo dos jogos digitais, trazendo diferentes experiências.



Figura 69: Persona Fernanda

Fonte: o Autor, criado em canva.com

Fernanda joga desde sua infância, mas por conta do trabalho seu tempo destinado aos passatempos foi reduzido. Joga diariamente por cerca de 3 horas, gosta de jogos porque são sua principal inspiração para ilustrações e sempre que se sente estressada com o trabalho ou tem algum bloqueio criativo, ela faz uma pausa e joga um pouco.

Tem preferência por jogos que não tomem muito o seu tempo com mecânicas mirabolantes que demorem muito tempo para aprender, por conta do tempo curto, prefere jogos mais casuais, mas que tenham um gancho para sempre estar voltando a jogá-lo.

Fernanda administra bem seu ambiente para jogar, sempre tendo algo perto para comer e deixando a iluminação do ambiente o mais agradável possível. Apesar de nunca ter tido problemas com fotossensibilidade, ela prefere sempre se

prevenir, visto que fica muito tempo no computador para trabalhar e tem receio de ficar com sua vista cansada.



Figura 70: Persona Thiago

Fonte: o Autor, criado em canva.com

Thiago joga normalmente 3 dias por semana, por um período de 5 horas, principalmente com seus amigos. Geralmente prefere jogos online multiplayer, mas também gosta de jogos offline de apenas um jogador, entrando em uma chamada de vídeo pelo computador e conversando com os amigos enquanto joga.

Seus jogos favoritos englobam principalmente os gêneros de aventura e exploração, gosta também de jogos ambientados em faroeste, ou que fujam de uma temática futurista.

Tem a preferência por jogos desafiadores, de alta dificuldade e com uma boa história para jogar por horas. Thiago sempre faz pausas de alguns minutos, pois quando joga por muito tempo chega a ter dores de cabeça.



Figura 71: Persona Alberto

Fonte: o Autor, criado em canva.com

Alberto é engenheiro civil e sempre teve um amor por jogos desde criança quando ia em fliperamas. Tem gosto por uma estética que lembre jogos antigos e preferência por histórias com grande profundidade, que o façam procurar vídeos sobre a história dos jogos na internet para entendê-lo melhor.

Tem preferência por gêneros de jogos mais rápidos e dinâmicos, como ação e hack'n slash mas também gosta de jogos com quebra-cabeças para desafiar sua mente. Também gosta muito de jogos RPG, aventura e exploração, principalmente se possuírem ambientação medieval ou futurista.

Ele prefere jogar nos finais de semana, que é quando ele tem mais tempo livre, muitas vezes ficando o dia todo jogando sem parar e chegando a ficar acordado até a madrugada jogando.

Alberto não chegou a desenvolver problemas sérios por ficar muito tempo jogando, porém já demonstrou cansaço e enjoo após terminar de jogar. Muitas vezes inclusive esquecendo de se alimentar.

2.2.3 Um dia na vida

A ferramenta é uma simulação por parte do pesquisador de vivência no lugar do público, sentido como o usuário se sente na prática.

Esse processo de simulação da vida do usuário permite ao pesquisador “calçar os sapatos” do seu objeto de estudo, e ver a vida sob sua perspectiva. Assim, é utilizado para que os membros da equipe ganhem empatia com o interlocutor principal do

projeto, e para que gerem insights relevantes para as próximas fases. (VIANNA et al., 2012, p. 49).

Para este projeto, a proposta é durante um dia, explorar o jogo Dragon Quest 1. O jogo possui questões técnicas muito parecidas com as do projeto, além de possuir a mesma ambientação fantasiosa medieval, com diferentes criaturas.

Dragon Quest 1 é o primeiro jogo da série de mesmo nome, desenvolvido pela Chunsoft e publicado pela Square Enix no Japão em 1986 e pela Nintendo na América do Norte em 1989.

No começo da história você escolhe o nome do protagonista que será controlado pelo jogador, o protagonista é descendente do Lendário Herói Loto que derrotou o mal no passado com o Orb of Light. Séculos depois o Orb é roubado pelo vilão Dragon Lord e cabe ao jogador salvar o mundo do poder das trevas e recuperar o Orb of Light.

O jogador começa pela cidade principal e ao sair da cidade, começa a ter encontros com monstros, ao derrotá-los o jogador ganhará a moeda de troca do jogo e experiencia para subir de nível e desbloquear novas habilidades.

O combate é feito com base em turnos, no qual o protagonista ataca e logo depois a criatura combatente ataca de volta, o jogador precisa de certa estratégia para usar suas habilidades, pois elas possuem efeitos diferentes e possuem cargas que limitam seu uso.



Figura 72: Dragon Quest 1

Fonte: <https://www.woodus.com/den/games/dq1snes/screenshots.php>

O jogador pode desbravar um mapa semiaberto, descobrindo novas criaturas, pegando tesouros e conversando com NPC's (personagens não jogáveis) para receber dicas de onde se encontra seu próximo objetivo.

O jogo apresenta vilarejos (onde encontramos os NPC's) com diferentes designs, cada um possui uma ambientação e climas diferentes, podendo ser no meio do deserto, em campos ou até mesmo em grandes florestas.

Uma característica comum encontrada em jogos de RPG, é a grande quantidade de diálogos. Cada NPC, por menor que seja a sua participação ao longo da história, possui diálogos.

A história segue uma velocidade padrão de desdobramento nesse estilo de jogo e os comandos não são difíceis de entender, como um todo o que pode prender um jogador nesse tipo de jogo é não saber o que fazer após concluir uma dada etapa do jogo, fazendo com que o jogador tenha que desbravar o mapa a procura do próximo desafio.

Durante o dia na vida, foi concluído que o jogo similar possui um bom grau de complexidade, fazendo com que o jogador possa demorar para concluir certo objetivo. Na época os jogos eram feitos para serem mais desafiadores, visto que eles eram pequenos e o jogador só gastaria muito tempo nele se demorasse para descobrir como avançar no jogo.

A história não apresenta grande complexidade, mas se tratando de uma grande franquia, ela acaba sendo contada em vários capítulos e épocas diferentes, sendo difícil avaliá-la como unidade.

Os diálogos com os NPC's apresentam pistas sobre como avançar no jogo. As pistas não são diretas, porém não é como se elas fossem extremamente óbvias.

Foi possível notar também os detalhes do jogo em seus cenários e o cuidado com a criação dos layouts, tentando tornar mais simples a experiência do jogador.

3. ANÁLISE

3.1. Análise de similares

Na etapa de análise de similares, é feito um levantamento sobre identidade visual, cenários e personagens de jogos existentes no mercado de trabalho, os jogos escolhidos possuem temáticas similares ao que será realizado no projeto. Será implementado o sistema de Análise Sincrônica ou Paramétrica, demonstrado por Pazmino (2015).

Segundo Pazmino (2015), “A pesquisa do passado pode ajudar o designer a desenvolver linguagens e produtos diferenciados, saudosistas ou clássicos”.

A análise diacrônica pode ser uma importante técnica criativa para desenvolver produtos inovadores, nostálgicos ou um redesign de um produto que está no mercado ainda fazendo sucesso, mas que precisa ser renovado. (PAZMINO, 2015, p. 78)

- **Blasphemous**



Figura 73:Blasphemous

Fonte: <https://switch-brasil.com/jogo-de-acao-e-plataforma-blasphemous-e-anunciado-para-o-switch-e-chega-em-2019/>

Sobre o jogo:

Uma horrível maldição caiu sobre a terra de Cvstodia e sua população. Ela é conhecida apenas como milagre. Jogue como o Penitente, o único sobrevivente do massacre do “Pesar Silencioso”. Preso em um ciclo sem fim de morte e renascimento, cabe a você libertar o mundo deste terrível destino e chegar à origem de sua angústia (Epic Store games)



Figura 74:Logo Blasphemous

Fonte: [https://en.wikipedia.org/wiki/Blasphemous_\(video_game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Blasphemous_(video_game))

- **Pontos positivos:** Estilização única da fonte e bom contraste entre as cores das letras.
- **Pontos negativos:** As ligações entre as letras fazem parecer que elas se misturam, por exemplo é relativamente fácil achar que o “M” se pareça com o “OU” ou o “L” se pareça muito com o “H” na logo.
- **Pontos interessantes:** O efeito degradê do amarelo na logo é muito bem trabalhado, além de passar um efeito visual de “antigo”, remetendo um pouco a ambientação do jogo.



Figura 75:Protagonista de Blasphemous

Fonte: <https://www.polygon.com/reviews/2019/9/10/20859509/blasphemous-game-review-nintendo-switch-ps4-xbox-one-pc>

O jogo se destaca por seu clima sombrio e com um visual em pixel art extremamente detalhado, sendo um exemplo de jogo *soulslike* (estilo proveniente dos jogos da série *souls*). Outro ponto a se destacar é o excelente visual para personagens e cenários, além de um bestiário único de inimigos, lembrando jogos como *Castlevania: Symphony of the Night*.



Figura 76:gameplay de Blasphemous

Fonte: <https://www.gamespew.com/2019/09/how-to-unlock-more-rosary-bead-slots-in-blasphemous/>

- **The Witcher 3: Wild Hunt**



Figura 77: The Witcher 3: Wild Hunt

Fonte: https://store.playstation.com/pt-br/product/UP4497-CUSA00527_00-0000000000000002/

Sobre o jogo:

Treinados desde a infância e transformados para adquirir habilidades, força e reflexos sobre-humanos, os bruxos são um contraponto, ainda que rejeitados socialmente, ao mundo de monstros em que vivem. Assuma o papel de um caçador de monstros profissional e dilacere seus inimigos com um arsenal de armas aprimoráveis, poções de mutação e magias de combate. Cace uma extensa variedade de monstros exóticos, desde feras

selvagens que rondam os desfiladeiros até os ardilosos predadores sobrenaturais que espreitam nos becos sombrios. (Epic Games store)



Figura 78: Logo The Witcher 3: Wild Hunt

Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:EN_The-Witcher-3_Logo-Black_RGB.svg

- **Pontos positivos:** Ótima legibilidade, faz um bom uso da fonte bem separada e sem serifa.
- **Pontos negativos:** A fonte do título principal pode causar confusão com algumas letras, mais especificamente o “C”. A logo também não chega a ser tão memorável como os outros exemplos, talvez uma escolha diferente de símbolo pudesse facilitar a ligação entre a logo e o jogo.
- **Pontos interessantes:** O afastamento entre as letras e o efeito gráfico nelas cria uma ideia interessante de dinamismo dependendo das interpretações ou parecer riscado como se fosse um desgaste.



Figura 79: Geralt de Rívia, protagonista do jogo

Fonte: https://thewitcher.fandom.com/pt-br/wiki/Geralt_de_R%C3%ADvia

The witcher é ambientado em uma temática medieval fantástica, com sistemas de combates ramificados, abrindo grandes possibilidades de gameplay para o jogador. O destaque do jogo para o projeto está em seu conteúdo visual muito bem trabalhado e uma história bem construída, com a possibilidade de o jogador fazer suas próprias decisões que tem impacto na história. Também citando o seu design de criaturas, tendo um bestiário extenso muito bem detalhado.



Figura 80: gameplay de The witcher 3

Fonte: <https://www.origin.com/bra/pt-br/store/witcher/the-witcher-wild-hunt>

- **Star Ocean: The First Departure**



Figura 81: Star Ocean: The First Departure

Fonte: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2019/12/20/review-star-ocean-first-departure-r.htm>

Sobre o jogo:

A história de "Star Ocean: First Departure R" é idêntica ao jogo original e envolve viagens espaciais e temporais, além de momentos bastante emocionantes. Basicamente, você começa o jogo controlando o trio Roddick Farrence, Millie Chliette e Dorne Murtough, cujo planeta acaba sendo alvo de um ataque biológico, com uma doença que transforma todos em pedra. Na busca pela cura - e com Dorne infectado - eles acabam encontrando Ronyxis J. Kenny e Ilia Silvestoli, dois terráqueos que viajam pelo espaço. (Rodrigo Lara, review feita para o site START UOL)



Figura 82: Logo Star Ocean

Fonte: <https://portforward.com/star-ocean-first-departure-r/>

- **Pontos positivos:** Cria uma boa unidade entre os aspectos gráficos e tipográficos.

- **Pontos negativos:** A logo parece ter sido esticada, passando um efeito esteticamente desagradável.
- **Interessantes:** O sombreamento das letras é bem visível, funciona muito bem em longas distâncias. Vale mencionar também que a logo é bem centralizada no título principal e o subtítulo possui uma descentralização intencional chamando a atenção para a letra “R”.



Figura 83:Roddick Farrence, protagonista de Star Ocean: The First Departure

Fonte: <https://starocean.square-enix-games.com/en-us/characters>

De forma diferente das mecânicas de jogos RPG da época, *Star Ocean* não usa um sistema de turnos, mas sim ações em tempo real. O jogador controla um personagem e determina o estilo de combate dos demais por meio de perfis pré-determinados.



Figura 84:Exemplo de combate de Star Ocean: The first departure

Fonte: <https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2019/12/20/review-star-ocean-first-departure-r.htm>

- **Final Fantasy II**

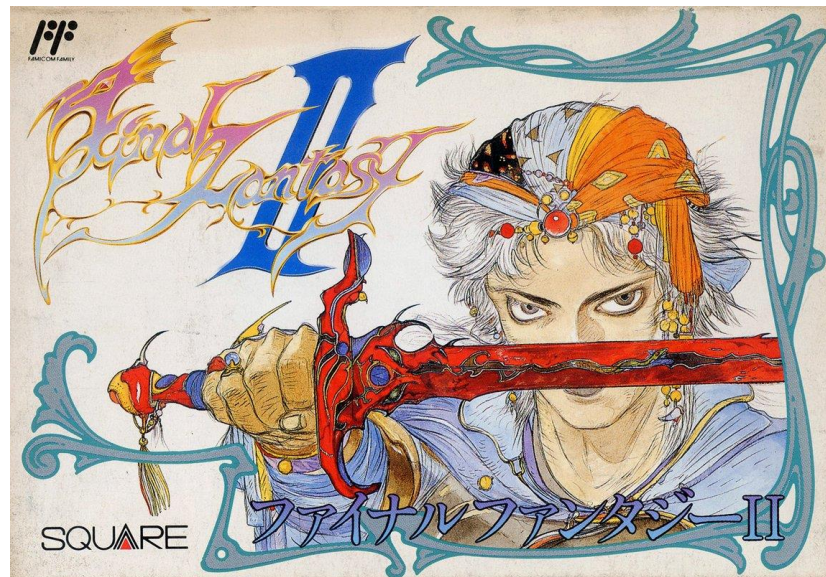


Figura 85:Final Fantasy II

Fonte: <https://bdjogos.com.br/jogo.php?id=218>

Sobre o jogo:

A história segue quatro jovens cujos pais foram mortos durante uma invasão militar realizada pelo império de Palamecia, que deseja conquistar todo o mundo. Três dos quatro personagens principais se juntam à rebelião contra o império, embarcando em missões para ganhar novas magias e armas, destruir super-armas e resgatar os líderes da resistência. (Wikipedia)



Figura 86:Logo Final Fantasy II

Fonte: <https://www.planocritico.com/games-final-fantasy-ii/>

- **Pontos positivos:** A tipografia é fácil de ler e a paleta de cores monocromáticas tem um efeito visual positivo.

- **Pontos negativos:** A imagem ao funcho pode atrapalhar a leitura caso a logo seja muito pequena.
- **Pontos interessantes:** O efeito degradê do magenta é muito bonito visualmente, os tons se misturando com o preto dão uma sensação de unidade.



Figura 87: Firion em Dissidia Final Fantasy

Fonte: <https://dissidia.fandom.com/wiki/Firion>

Final Fantasy II possui um mundo aberto para exploração, sendo possível explorar quase todo mapa no começo do jogo. O enredo também conta com palavras-chave que são mencionadas posteriormente, sendo necessário investigações, levando o roteiro a uma maior interatividade e fazendo com que os jogadores mergulhassem mais no mundo do jogo.



Figura 88: exemplo de gameplay de Final Fantasy II

Fonte: https://store.steampowered.com/app/1173780/FINAL_FANTASY_II/

Após o levantamento de dados, é feita a Análise Sincrônica ou Paramétrica, demonstrado por Ana Veronica Pazmino (2015). A seguir, temos a análise sincrônica dos quatro jogos já apresentados:



Produto		
Título	Blasphemous	The Witcher 3: Wild Hunt
Desenvolvedora	The Game Kitchen	CD Projekt Red
Gênero	Metroidvania, Soulslike, Ação	RPG de ação
Preço	R\$ 57,99 (Steam)	R\$ 79,99 (Steam)
Gameplay	Hack and slash	RPG de ação
Modo	Single-player	Single-player

Tabela 1: Análise Sincrônica 1

Fonte: o Autor.

Produto		
Título	Star Ocean: The First Departure	Final Fantasy II
Desenvolvedora	Square Enix	Square Enix
Gênero	RPG	RPG, aventura
Preço	R\$ 87,50 (PS store)	R\$ 45,00 (Steam)
Gameplay	RPG de ação	RPG de turnos
Modo	Single-player	Single-player

Tabela 2: Análise Sincrônica 2

Fonte: O Autor.

Então é produzida uma Tabela de Design, com levantamento de informações dos logos com foco em aspectos visuais:



Produto		
Formato	Horizontal	Horizontal
Tipo de tipografia	estilizada com serifa	estilizada sem serifa
Cores	tons entre o amarelo e amarelo escuro	Preto e vermelho
Símbolos	Não possui símbolo	Possui símbolo
Disposição dos símbolos	não possui	abaixo

Tabela 3:Tabela de design 1

Fonte: o Autor.



Produto		
Formato	Horizontal	Horizontal
Tipo de tipografia	Com serifa	Com serifa
Cores	Diferentes tonalidade de azul, preto e branco	Preto e tons entre magenta e rosa
Símbolos	Possui símbolo	Possui símbolo
Disposição do símbolo	atrás da logo	atrás da logo

Tabela 4:Tabela de design 2

Fonte: o Autor.

4. SÍNTESE

4.1. Critérios norteadores

A partir do levantamento bibliográfico, foi possível gerar critérios para a geração de alternativas. A ideia é criar uma logo com base nas informações obtidas sobre Identidade visual, além da criação de artes conceituas dos personagens e cenários.

Para a etapa de síntese foram definidos critérios norteadores, que segundo VIANNA, *et al* (2012, p.78), esses critérios buscam evidenciar “aspectos que não devem ser perdidos de vista ao longo de todas as etapas do desenvolvimento das soluções”. No caso do projeto, serão usados requisitos e restrições, sendo necessários para atender as necessidades e expectativas, além de evitar erros futuros no projeto.

Para o processo de escolha das alternativas de personagens, logo, paleta de cores e wireframes, foram feitas gerações de alternativas e por fim uma matriz decisória (sendo pontuados de 1 a 5), com diferentes critérios para a escolha mais adequada para o projeto.

Para a escolha entre as alternativas de personagens, foram utilizados 5 critérios: Conceito, simbologia, impacto visual, coerência e uso de cores.

- **Conceito** – Se refere a capacidade das alternativas de passar conceitos estabelecidos pela história do personagem;
- **Simbologia** – Capacidade das alternativas de passar símbolos pré-estabelecidos para o personagem;
- **Impacto visual** – Impacto visual causado pelo desenho ao observador, os critérios geralmente envolvem a quantidade de detalhes, como também a força da sensação evocado pelo observador;
- **Coerência** – Coerência com os critérios estabelecidos no painel semântico, como palavras-chave e referencias visuais;

- **Uso de cores** – Capacidade que a alternativa possui de gerar paletas de cores mais fortes e com diferentes tonalidades.

Os critérios escolhidos para logo foram: coerência, impacto e uso de conceitos. Sendo assim:

- **Coerência** - se refere a compatibilidade do título de transmitir o que a história deseja mostrar
- **Impacto** - por sua vez se refere a capacidade do nome de ser memorável para os jogadores
- **Conceito** - é o critério que se refere ao uso de conceitos estabelecidos na narrativa do jogo que fazem alguma ligação com o nome da marca.

Na matriz decisória para a escolha da paleta de cores para os personagens, são usados dois critérios:

- **Paleta de cores** – Se a alternativa consegue trabalhar bem o uso de cores complementares tornando o contraste entre as cores visualmente mais chamativo sem causar desconforto.
- **Coerência** - Coerência entre a proposta do personagem e sua simbologia com o uso de cores da alternativa.

Na matriz decisória para a escolha de wireframes para as telas de aplicativo, os critérios de decisão são:

- **Disposição de elementos** – boa disposição de elementos na tela, facilitando o uso.
- **Padrão de interação** - Padrões de tela mais conhecidos pelos usuários, auxiliando sua usabilidade.
- **Recursos disponíveis** - Recursos ou funções disponíveis na tela que aparecem como elementos para auxiliar a navegação (setas, botões, rolagem, etc)

Na parte da identidade visual do projeto, foi feito uso das informações obtidas nos capítulos de identidade visual e tipografia para a criação de uma logo,

para a criação de artes conceituais, foram utilizadas as informações adquiridas nos capítulos sobre cor e ilustração, gerando personagens com suas roupas e acessórios, como também uma arte conceitual com as características que a permeiam.

Quanto aos aspectos da identidade visual da marca, temos como requisitos a utilização de uma fonte sem serifa, com o intuito de deixar a logo mais legível em diferentes cenários e tamanhos, além do uso de uma fonte mais detalhada e desenhada. Como restrições, a logo não deve possuir uma paleta de cores muito grande, procurando se concentrar em cores análogas ou diferentes tons de saturação e brilho da mesma cor. Não deve haver um símbolo no fundo, pois este poderia atrapalhar a leitura, porém não é descartada a ideia do uso de um símbolo, podendo ainda ser usado acima, nos lados ou embaixo da marca.

Para as escolhas de cores nas artes conceituais dos personagens, temos como requisitos a utilização com base na psicodinâmica das cores, definindo quais emoções devem ser passadas e o uso de uma paleta de cores pré-estabelecida com base em um painel semântico.

Como restrições, não se deve usar paletas só com cores pastéis, pois poderiam causar dificuldades visuais nos cenários. Podemos citar também a total ausência de características contemporâneas e futurísticas, buscando coerência com a ambientação do jogo.

5. IDEIAÇÃO

5.1. Painel semântico

O painel semântico é uma ferramenta que tem como finalidade reunir referências estéticas, simbólicas e conceituais de um projeto. A ferramenta não traz apenas conceitos visuais, mas também possui palavras-chave que descrevam o que se busca para o projeto.

Foram feitos painéis para 3 personagens, para o primeiro painel semântico foi escolhida uma bruxa que é um dos principais chefes do jogo, Walpurgis, para o segundo painel foi escolhido uma das principais personagens que fazem parte do grupo do protagonista, Selene. E o terceiro painel para o protagonista da história, Éter.



Figura 89: Painel Semântico da personagem Walpurgis

Fonte: o Autor.



Figura 90: Paleta Walpurgis

Fonte: o Autor.

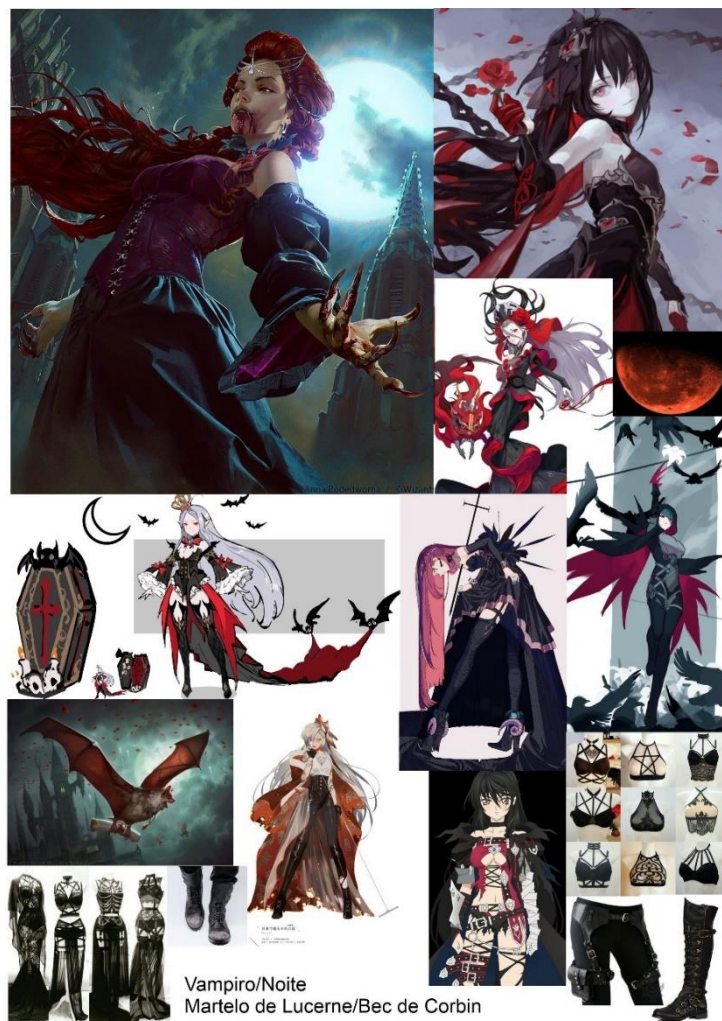


Figura 91: Painel Semântico da personagem Selene

Fonte: o Autor.



Figura 92: Paleta Selene
Fonte: o Autor.

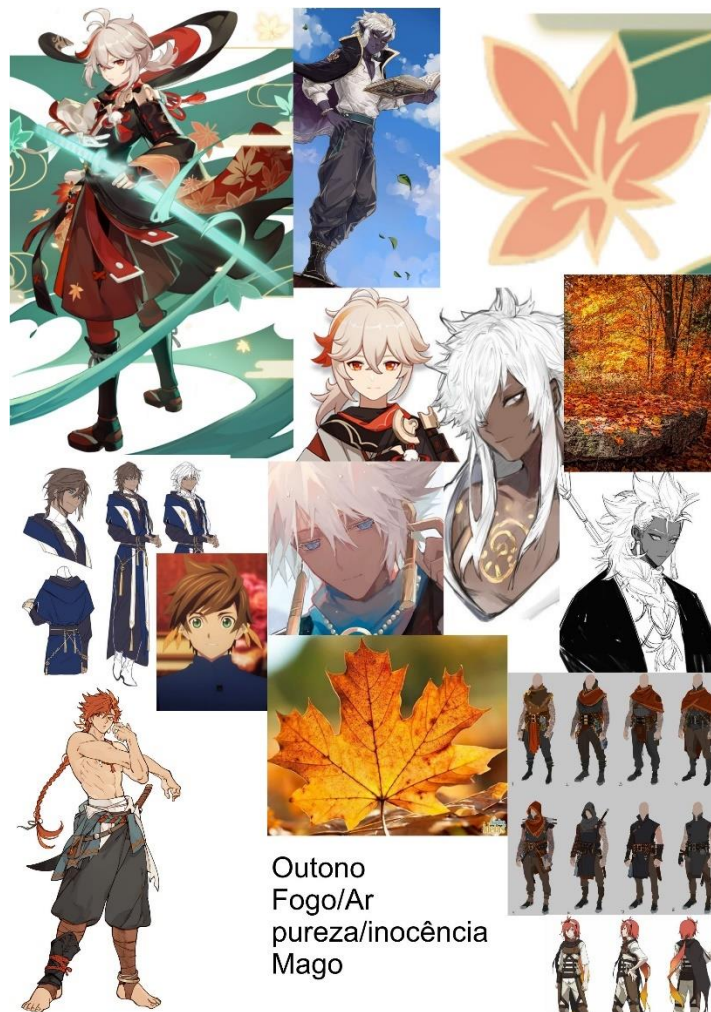


Figura 93: Painel Semântico do personagem Éter
Fonte: o Autor.

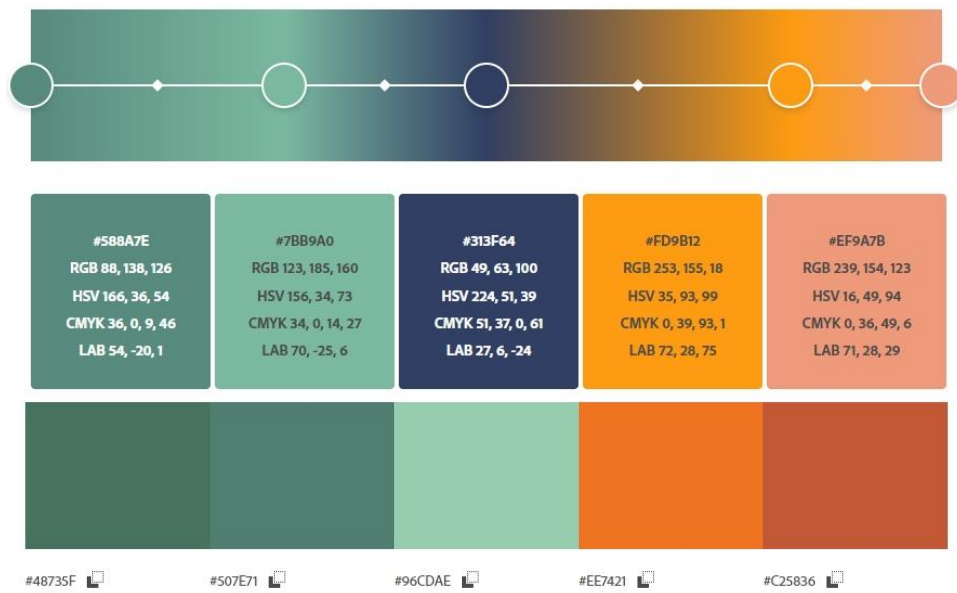


Figura 94: Paleta Éter
Fonte: o Autor.

Foram escolhidos 3 conceitos que permeiam a criação da história: Aventura, Fantasia e Medieval. Com esses conceitos em mente foram gerados 3 painéis semânticos, com o intuito de conseguir diferentes paletas de cores para a logo.

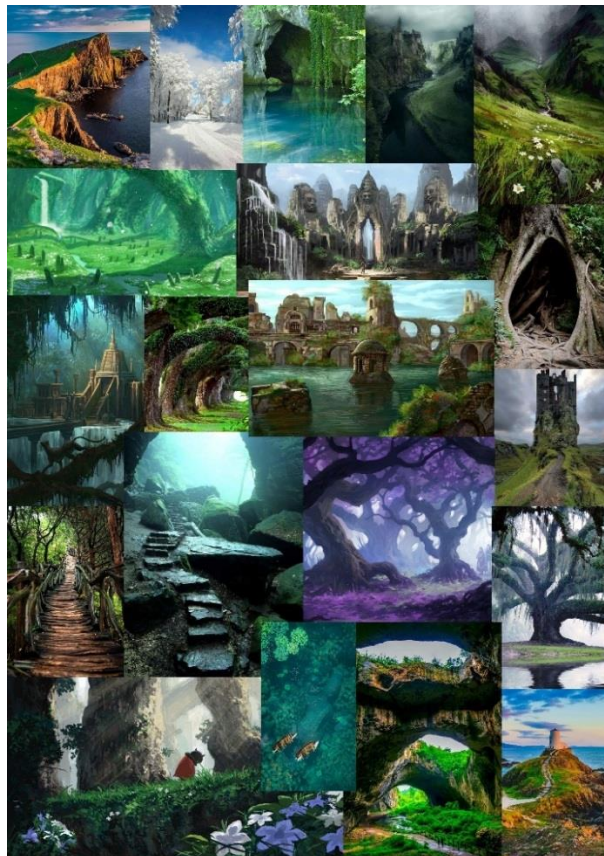


Figura 95: Pannel semântico Aventura
Fonte: o Autor.

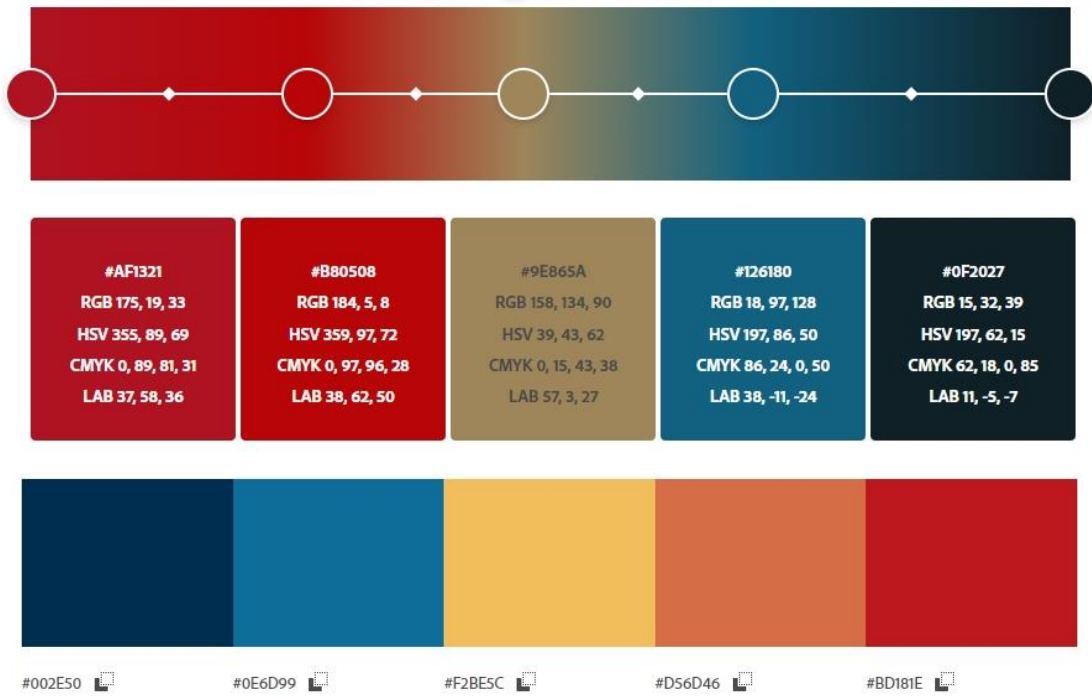


Figura 98: Cores painel fantasia
Fonte: o Autor.



Figura 99: Painel semântico Medieval
Fonte: o Autor.



Figura 100: Cores painel medieval
Fonte: o Autor.

Feito os painéis semânticos, o próximo passo é a pesquisa de fontes que passem a ideia desses três conceitos anteriormente abordados.

Para painéis de aventura geralmente encontramos fontes sem serifa, em alguns casos desenhadas e curvilíneas, em outros com letras mais grossas e firmes. O termo aventura é amplamente associado a exploração da natureza, muitas fontes possuem características que nos levam a esse conceito ligado a esportes radicais, escaladas, acampamento ou trilha.



Figura 101: Painel aventura
Fonte: o Autor.

Em painéis de tipografia de fantasia, encontramos letras bem estilizadas, muitas vezes curvilíneas e uma estética funcional com elementos próprios da marca que estão representando. É notado também o uso de cores complementares na maioria das logos, criando uma grande contraste.



Figura 102: Paineis fantasia
 Fonte: o Autor.

Para o painel de tipografia foram encontradas várias fontes estilizadas que lembram gravuras medievais, que como dito anteriormente no capítulo de tipografia, são fontes medievais (ou blackletter) que justamente são baseados nesse estilo denso e detalhado da idade média.



Figura 103: Painel medieval
 Fonte: o Autor.

5.2. Geração de alternativas

5.2.1 Geração de alternativas dos personagens

Nessa etapa foram geradas alternativas dos personagens com base nos painéis semânticos apresentados anteriormente. Foram geradas 5 alternativas para cada personagem, para decisão do melhor design foi utilizado uma matriz decisória, contendo diferentes pesos para a decisão de acordo com a importância do critério para a concept art do personagem.

Primeiro foram feitas 5 alternativas para a personagem “Walpurgis”, com base nos conceitos do painel semântico, cada alternativa ilustra conceitos e simbologias que permeiam a personagem e sua história.

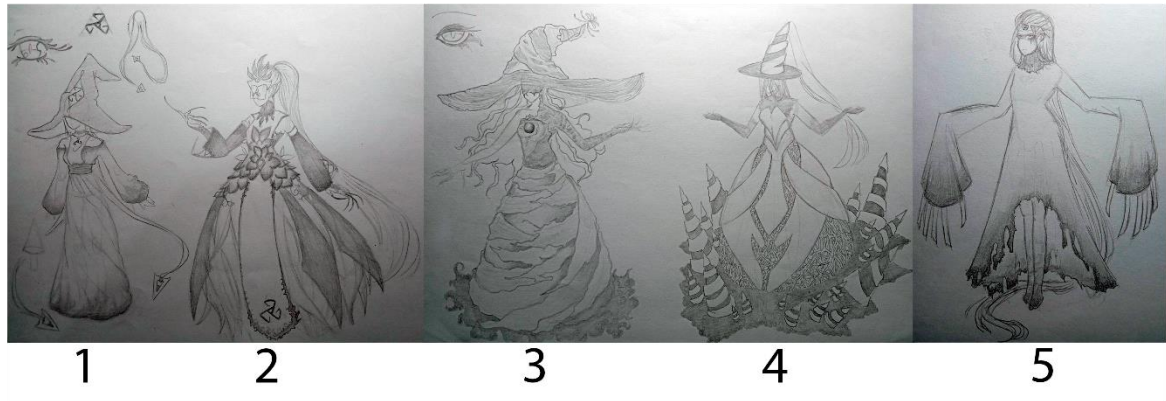


Figura 104: Brainstorming Walpurgis
Fonte: o Autor.

Critérios		Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3		Alternativa 4		Alternativa 5	
Fator	Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso
Conceito	3	4	12	2	6	5	15	3	9	3	9
Simbologia	2	5	10	4	8	3	6	2	4	4	8
Impacto visual	3	4	12	3	9	5	15	5	15	3	9
Coerência	2	3	6	2	4	4	8	1	2	2	4
Uso de cores	1	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2
Total		43		31		47		32		32	

Tabela 05: Matriz decisória Walpurgis
Fonte: O autor.

A alternativa 3 foi a que melhor cumpriu os requisitos esperados para a criação da personagem.

Para o personagem Éter, novamente foram feitas as alternativas com base no painel semântico anterior.

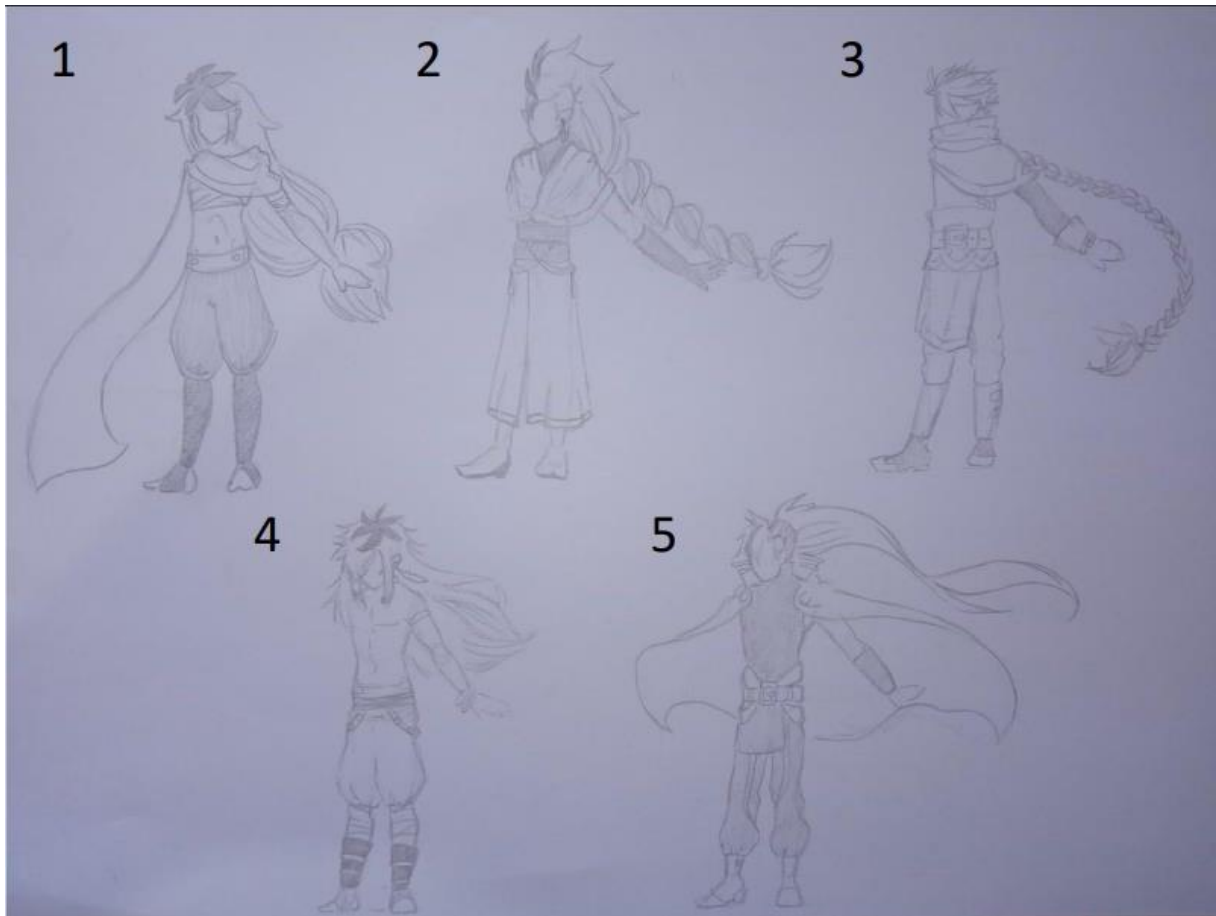


Figura 105: Brainstorming Éter
Fonte: o Autor.

Critérios		Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3		Alternativa 4		Alternativa 5	
Fator	Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso
Conceito	3	4	12	3	9	4	12	3	9	2	6
Simbologia	1	3	3	2	2	1	1	4	4	2	2
Impacto visual	2	2	4	3	6	3	6	3	6	3	6
Coerência	3	3	9	2	6	2	6	2	6	3	9
Uso de cores	2	4	8	3	6	2	4	2	4	4	8
Total		36		29		29		29		31	

Tabela 06: Matriz decisória Éter
Fonte: o Autor.

A alternativa 1 foi a que melhor cumpriu os requisitos esperados para a criação do personagem.

Por último foram feitas as 5 alternativas da personagem “Selene” e sua matriz decisória para definição da melhor alternativa.

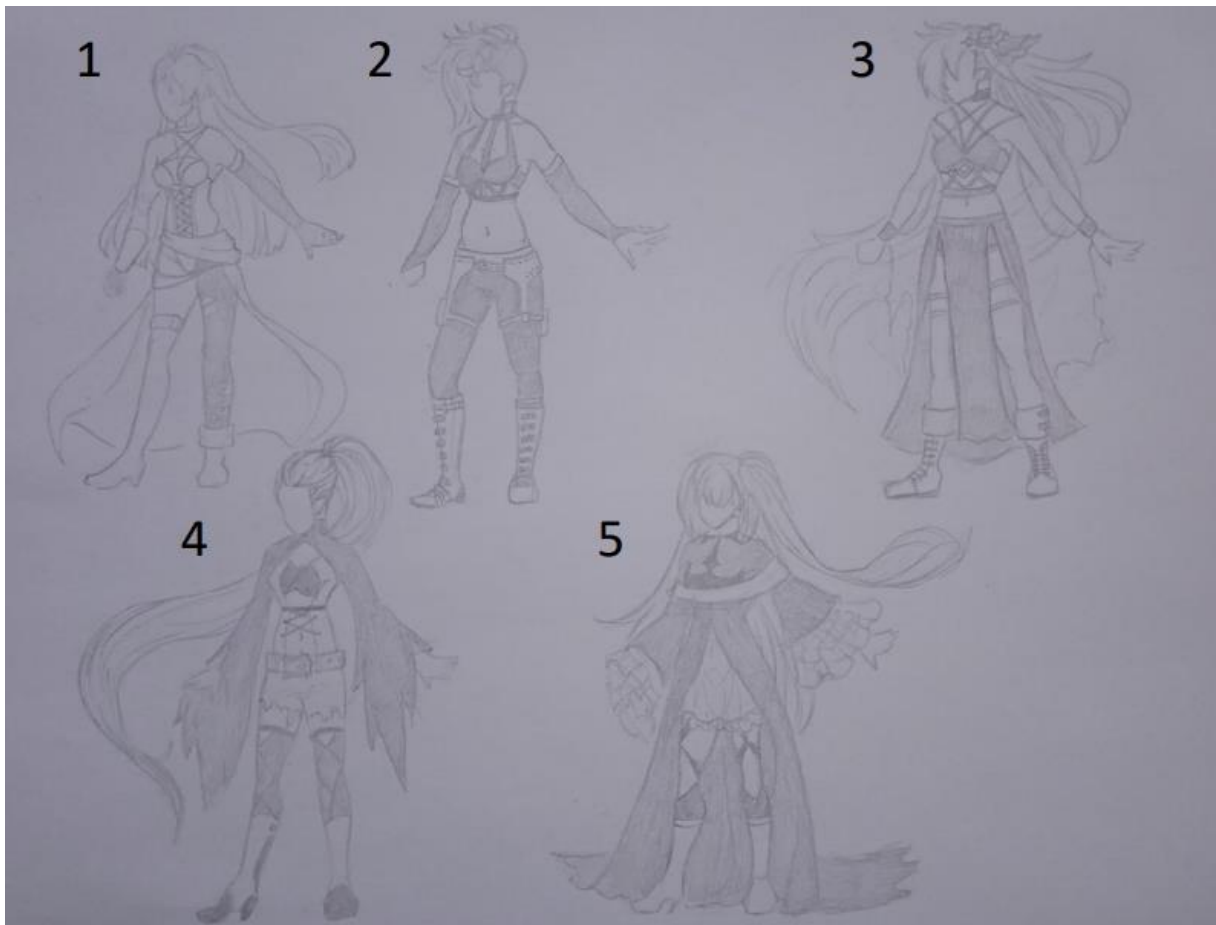


Figura 106: Brainstorming Selene
Fonte: o Autor.

Critérios		Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3		Alternativa 4		Alternativa 5	
Fator	Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso	Nota	Nota x Peso
Conceito	4	5	20	4	16	3	12	4	12	2	8
Simbologia	1	3	3	2	2	4	4	1	9	1	1
Impacto visual	3	4	12	3	9	3	9	1	3	3	9
Coerência	2	4	8	2	4	1	2	3	6	2	4
Uso de cores	3	3	9	1	3	3	9	3	9	2	6
Total			52		34		36		39		28

Tabela 07: Matriz decisória Selene
Fonte: o Autor.

A alternativa 1 foi a que melhor cumpriu os requisitos esperados para a criação da personagem.

Após a conclusão da geração de alternativas para o personagem, é feita então a escolha de suas cores com base nas paletas desenvolvidas anteriormente com base em seus painéis semânticos.

A primeira alternativa da personagem Walpurgis faz uso de tons de verde para concentrar a atenção no que está pintado em cores complementares ao verde. Essas áreas de destaque são os olhos, a parte do peito (o núcleo com um tom de rosa), a flor no fim do chapéu e o cabelo feito com um degrade de laranja, rosa e roxo.

Essa paleta de cores tem como maior inspiração plantas venenosas que utilizam tons de cores fortes para chamar a atenção ou indicar perigo. Essas características atribuem a personagem uma ideia de proximidade a aspectos da natureza tanto pelo uso de cores quanto escolhas de design para a roupa, como a parte do caimento do vestido lembrando folhas de plantas tóxicas como a Gloriosa (*gloriosa rothschildiana*) enroladas. A flor na ponta do chapéu também é uma planta tóxica, um lírio-da-aranha-vermelha (*Lycoris radiata*), nessa alternativa a planta possui sua cor padrão.

Vale destacar também que em todas as alternativas, há uma opção de paleta de cores para os olhos da personagem, uma representação está acima dela no lado esquerdo, isso ocorre porque em todas as alternativas seus olhos estão vendados, mas durante o jogo ocasionalmente mostraria a personagem com os olhos abertos.



Figura 107: Alternativa 01 Walpurgis
Fonte: o Autor.

A segunda paleta, possui cores menos chamativas, devido ao fato da alternativa ser pensada para uma história de gênero *Dark Fantasy* (fantasia sombria), que como o próprio nome sugere, se trata de um subgênero de fantasia combinado com elementos de horror.

Nesses casos dificilmente os personagens possuem uma paleta de cor muito chamativa, geralmente possuindo tons mais voltados para cores neutras como preto, cinza e branco.

No caso da personagem ela passa a fazer uso de uma paleta mais neutra (pela predominância do cinza no vestido) e tons escuros de verde e roxo. As áreas de destaque da alternativa passam a ser os olhos da personagem, que ganham um tom mais forte de roxo/rosa e o núcleo em seu peito com um tom claro de verde.



Figura 108: Alternativa 02 Walpurgis
Fonte: o Autor

A terceira alternativa funciona quase que como um inverso da primeira, agora fazendo uso majoritariamente de tons de roxo e rosa e possuindo como cor de destaque o verde. As áreas de destaque da alternativa passam a ser os olhos, o núcleo no peito, uma parte dos cabelos e a parte de baixo do vestido, que funciona como chamas ou uma fumaça. Apesar do verde ser muito usado para simbolizar a natureza, é bem comum usá-lo para representar o mal, isso pode ser visto em algumas animações, como é demonstrado em *A bela adormecida* (1959), da Disney com sua vilã Malévola e em *Anastasia* (1997) da *Fox animation studios*, com o vilão Rasputin.



Figura 109: Alternativa 03 Walpurgis
Fonte: o Autor.

Após o término da geração de alternativas, é feita uma matriz decisória para escolher qual alternativa se encaixa melhor no projeto.



Figura 110: Alternativas Walpurgis
Fonte: o Autor.

	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Paleta de cores	5	4	5
Coerência	5	4	4
Total	10	8	9

Tabela 08: Arte final Walpurgis
Fonte: o Autor.

Após a realização de uma matriz decisória, foi escolhida a alternativa 1 como design final da personagem, visto que ela consegue representar de melhor forma as características que a personagem deseja passar.

A primeira paleta de cores desenvolvida para a personagem Selene conta majoritariamente com tons de vermelho, sendo mais chamativa. A cor principal para o cabelo e a maior parte da vestimenta são tons de vermelho, sua vestimenta também conta com roxo em seu braço e perna direita em um tecido fino similar a uma “segunda pele” e o preto como uma cor neutra. Dessa forma o destaque está situado em seus olhos, que ganham um tom de verde, complementar ao vermelho. Para o seu tom de pele, foi testado o uso de um tom bem claro de roxo.



Figura: 111: Alternativa 01 Selene
Fonte: o Autor.

Para a segunda alternativa de paleta de cores para a personagem, optou-se pelo uso do rosa no cabelo para quebrar o uso contínuo do vermelho e deixando a paleta um pouco mais leve. Em contrapartida o vermelho da roupa ganha um tom mais claro e a roupa passa a usar mais tons de preto e cinza. Com a mudança da cor dos olhos também para vermelho, a alternativa passa a ter cores mais análogas, sem grande destaque. O tom de pele muda novamente, dessa vez para um cinza, reforçando um pouco a ideia de palidez da personagem.



Figura 112: Alternativa 02 Selene
Fonte: o Autor.

Na terceira e última alternativa de cores para a personagem, a roupa passa a possuir mais tons de preto e cinza com detalhes em vermelho. Novamente é usado o verde nos olhos para o contraste, mas dessa vez com o cabelo roxo, perdendo o padrão de muito uso de vermelho e preto, ganhando uma nova cor de destaque.

Para a pele, foi utilizado um tom de rosa claro, mais comum em tons de pele de personagens.



Figura 113: Alternativa 03 Selene
Fonte: o Autor.

Após o término da geração de alternativas, é feita uma matriz decisória para escolher qual alternativa se encaixa melhor no projeto.



Figura 114: Alternativas Selene
Fonte: o Autor.

	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Paleta de cores	5	4	5
Coerência	4	3	5
Total	9	7	10

Tabela 09: Arte final Selene
Fonte: o Autor.

Após a realização da matriz decisória, a alternativa escolhida como design final foi a alternativa 3, visto que ela consegue passar melhor as ideias esperadas para a personagem. Como Selene é focada em furtividade e atacar durante a noite, uma alternativa com cores menos chamativas funciona melhor para a personagem.

A primeira alternativa de paleta de cores para o personagem Éter, conta com uma escolha de cores mais pesada com muito laranja, o destaque acaba sendo de suas cores complementares nos detalhes, como os olhos, o brinco de pena na orelha direita e os detalhes na roupa com um tom de verde água. Possui um tom de pele marrom, uma cor quente, que ajuda a dar destaque a cor dos olhos.



Figura 115: Alternativa 01 Éter
Fonte: o Autor.

A segunda alternativa é mais focada no uso de verde, principalmente no cabelo e o cachecol, também são usados tons de cinza no peitoral, braços e pernas e o laranja em alguns detalhes da roupa, cabelo, olhos e brinco.



Figura 116: Alternativa 02 Éter
Fonte: o Autor.

A terceira e última alternativa, conta com uma paleta de cores mais neutra e leve, por utilizar mais tons claros de cinza no cabelo e em bandagens no corpo. Além disso os detalhes escuros na roupa possuem uma tonalidade de marrom, tornando a alternativa menos colorida, mas concentrando a atenção em áreas da cintura para cima.

Um detalhe que se repete em todas as três opções é o uso de laranja em uma forma de folha com cinco pontas no cabelo, a intenção é trazer uma simbologia do outono, com suas folhas características que acabam sendo uma representação da estação. Com uma paleta de cores menos concentrada, esse detalhe é mais perceptível, pois as cores não colidem por atenção.



Figura 117: Alternativa 03 Éter
Fonte: o Autor.

Após o término da geração de alternativas, é feita uma matriz decisória para escolher qual alternativa se encaixa melhor no projeto.



Figura 118: Alternativas Éter
Fonte: o Autor.

	Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3
Paleta de cores	4	4	5
Coerência	5	4	5
Total	9	8	10

Tabela 10: Arte final Éter
Fonte: o Autor.

Após a realização da matriz decisória, a alternativa escolhida como design final foi a alternativa 3, levando em conta que ela seria a que melhor passa a ideia que o personagem deseja transmitir. Éter tem como principal característica de sua simbologia, uma paleta de cores que lembre o outono e sua representação com as folhas de Plátano (*Platanus*). Trazendo uma paleta de cores menos forte, os detalhes simbólicos conseguem ser ressaltados com mais facilidade.

5.2.2 Geração de alternativas da marca

Antes de iniciar a marca, foi feito a geração de alternativas para o nome da marca, gerando 6 alternativas. Esses nomes, foram baseados em palavras-chave da literatura popular e termos que estão presentes na história do jogo.

A primeira alternativa foi “As crônicas do mago”, sendo crônicas um termo recorrente em nomes de sagas de livros e “mago” se referindo ao protagonista da história, sendo um usuário de habilidades mágicas.

Para a segunda alternativa foi escolhido o nome “A aventura do peregrino”, a palavra aventura se refere ao gênero da história, caracterizada por uma grande viagem repleta de exploração pelo mundo e um peregrino é basicamente uma pessoa que viaja por longas jornadas, se encaixando com o que acontece ao decorrer da história.

A alternativa “O sábio” funciona com base na definição de uma pessoa sábia, possuindo um extenso e profundo conhecimento, seja ele geral ou em alguma especialidade. A palavra se refere ao protagonista da história, que possui um amplo conhecimento filosófico, como também as funcionalidades invisíveis de seu mundo.

A alternativa “O arco de Éter” funciona por meio de duas palavras-chave, o “arco” se refere ao arco do herói, método literário amplamente utilizado para ilustrar a jornada do herói e seu crescimento e sendo “Éter” o nome do protagonista”.

A alternativa “A saga de Éter” funciona basicamente como as anteriores, apesar de que o termo “saga” ser amplamente utilizado ao longo dos séculos (tanto atualmente em grandes histórias que duram vários livros, como antigamente em histórias épicas mitológicas), o termo consegue retratar o que ocorre no jogo. Saga é um termo utilizado para uma lenda ou aventura grandiosa, o momento em que se passa o jogo realmente será um grande divisor de águas para aquele mundo fantasioso, um grande marco, encaixando no que se propõe a narrativa.

A última alternativa é “A aventura de Saggi”, sendo que novamente o termo “aventura” se repete referindo-se ao gênero literário, e “Saggi” sendo o nome da raça do protagonista. Na história fantasiosa existem várias raças diferentes – típico de mundos fantásticos com ambientações medievais - sendo os Saggi uma raça de eruditos que vivem na floresta. A palavra vem do italiano e significa “Sábio”.

Por meio de uma matriz de decisão elas foram pontuadas de 1 a 5, de acordo com critérios estabelecidos na etapa de “critérios norteadores”, identificando os pontos mais importantes para a criação do nome do jogo.

Critérios	Alternativa 01	Alternativa 02	Alternativa 03	Alternativa 04	Alternativa 05	Alternativa 06
	As Crônicas do mago	A aventura do peregrino	O sábio	O arco de Éter	A saga de Éter	A aventura de Saggi
Coerência	4	2	3	4	5	4
Impacto	4	4	2	3	4	2
Uso de conceitos	4	1	3	5	4	4
Total	12	7	8	12	13	10

Tabela 11: Matriz decisória naming
Fonte: o Autor.

Foi escolhida a alternativa 05 para o nome do jogo com base em critérios norteadores previamente estabelecidos.

junto a simbologia do protagonista, agora serão feitas de forma mais detalhada. Dentre as alternativas, foi notado que os tipos de tipografia que mais se adequava a história são as voltadas ao gênero fantasia. Sendo que as tipografias encontradas no gênero aventura poderiam não transmitir tão bem o que se deseja passar sobre o mundo do jogo e as tipografias encontradas no estilo medieval possuíam muitas vezes baixa legibilidade.

A primeira alternativa escolhida conta com a união do nome da marca com símbolos relacionados a história. A folha com cinco pontas com um degradê laranja é uma simbologia relacionada ao outono e ao protagonista, enquanto abaixo de “Éter” existem raízes, aumentando a relação da logo com a natureza. Para “A saga de” foi escolhida a fonte *Myriad Pro* em caixa alta com leves alterações. Para a parte de maior destaque na logo, “Éter”, as letras foram feitas de forma vetorizada e com leves falhas, alongamentos e curvas, imitando minimamente a forma de galhos retorcidos.



Figura 121: Alternativa 01 da marca
Fonte: o Autor.

A segunda alternativa foca no conteúdo visual, trazendo símbolos com mais destaque do que o nome da marca. Diferente da primeira alternativa, que busca uma paleta de cores mais monocromática, a segunda alternativa puxa uma paleta com duas cores mais análogas e uma complementar para dar destaque. A fonte escolhida para a logo é *Bradley hand itc*, com leves alterações, deixando o “A” mais alongado,

mudando a forma do “G” para se unir ao “A”, além de alterações no “E” e “T” para ficarem mais parecidas com a alternativa no brainstorming.



Figura 122: Alternativa 02 da marca
Fonte: o Autor.

A terceira alternativa foca mais na parte tipográfica do que em elementos visuais que acompanhem a fonte, trazendo ênfase ao nome da marca e sendo mais direta. Essa alternativa conta com sua parte principal “Éter” sendo totalmente vetorizada e com a escolha da fonte *Breathe fire* para o texto “a saga de”, a alternativa carece de símbolos, a estilização da fonte é o seu diferencial para ser atrativa e memorável.



Figura 123: Alternativa 03 da marca
Fonte: o Autor.

Após o aperfeiçoamento das três melhores alternativas, foi feita uma matriz decisória para decidir qual seria a melhor escolha para representar a marca dentre as três opções.

Critérios	Alternativa 01	Alternativa 02	Alternativa 03
Funcionalidade	3	2	4
Legibilidade	3	4	5
Simbologia	4	4	3
Memória	4	3	4
Total	14	13	16

Tabela 12: Matriz decisória logo
Fonte: o Autor.

A opção vencedora para a logo foi a alternativa 3. Agora, a próxima etapa é a finalização dos detalhes da logo para a criação da logomarca.

Para a finalização da logo, foi feito o uso de um grid para organizar os elementos, como também o uso de uma textura nas letras para um melhor efeito visual. Após o detalhamento da logo, foram feitas alternativas com as cores obtidas nos painéis semânticos de gêneros (aventura, fantasia e medieval), criando 6 alternativas.



Figura 124: Grid Logo
Fonte: o Autor.

Foi feita então a finalização da logo com uma textura como acabamento.



Figura 125: Textura logo
Fonte: o Autor.

Com base nas paletas de cores produzidas a partir dos painéis semânticos de aventura, fantasia e medieval, foram feitas alternativas de cores para a logo.



Figura 126: Cores logo
Fonte: o Autor.

A alternativa escolhida foi a primeira apresentada, com o título de maior destaque em um tom de vermelho escuro e o título de menor destaque com um tom escuro de azul.

A escolha se deve tanto pelo alto contraste entre as, como também por possuir cores que melhor funcionam com o enredo. Existe uma alternativa com exatamente as mesmas cores, porém com a parte da logo de maior destaque em azul e de menor destaque em vermelho, porém ela não funciona muito bem com as cores destacadas pelo protagonista. O uso das cores quentes tanto na logo quanto no protagonista são utilizadas como uma forma de referenciar um ao outro e causar um efeito de conjunto em que a representação principal da marca e o personagem principal utilizam do mesmo artifício de usarem cores quentes em destaque e cores complementares para causar maior contraste.



Figura 127: Logo finalizada
Fonte: o Autor.

5.3.1 Manual da marca



Figura 128: Capa manual da marca
Fonte: o Autor.

Introdução

Este manual da marca tem como objetivo instruir sobre o uso da identidade visual do jogo **A saga de Éter** citando as instruções básicas para seu uso de forma correta.

O manual foi desenvolvido considerando as necessidades de aplicação da identidade visual da marca em diferentes fundos e seus conceitos gerais.

Figura 129: Introdução manual da marca
Fonte: o Autor.

Grid de construção



Para garantir um perfeito posicionamento e padronização do tamanho dos elementos, é feito o uso de um grid para perfeita reprodução da marca sem que haja distorções.

Figura 130: Grid manual da marca
Fonte: o Autor.

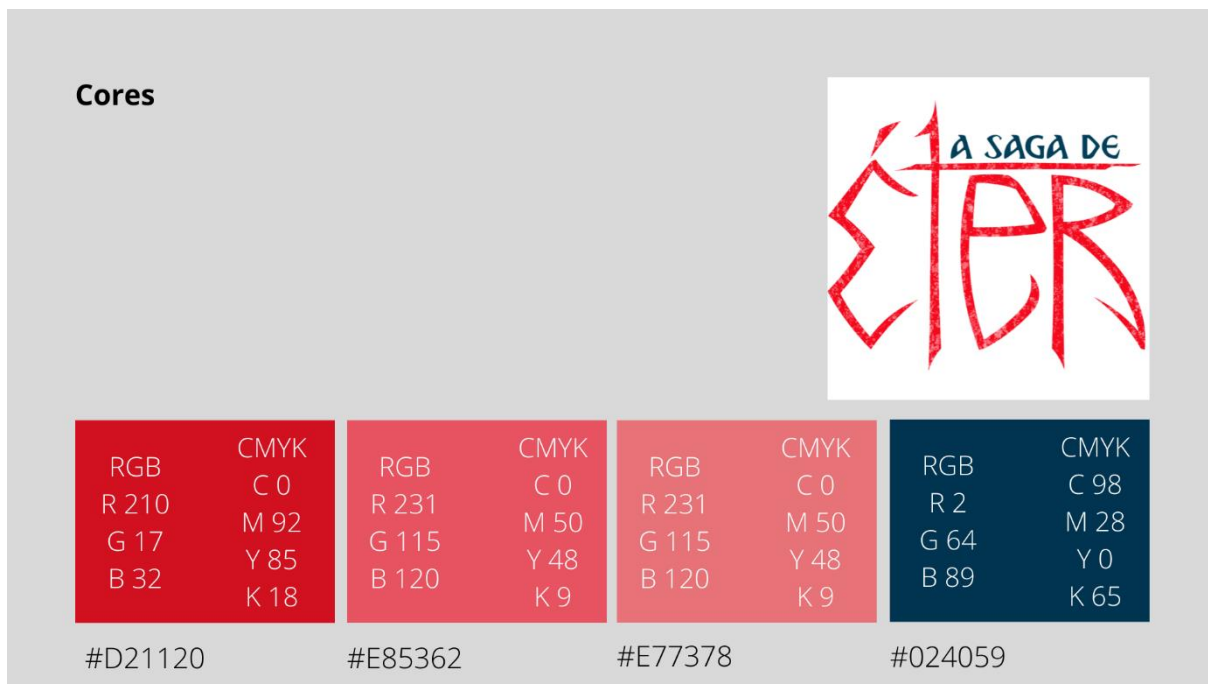


Figura 131: Cores manual da marca
Fonte: o Autor.



Figura 132: Versão colorida manual da marca
Fonte: o Autor.

Versão monocromática



Figura: 133: Versão monocromático manual da marca
Fonte: o Autor.

Tipografia

BREATHEFIRE

Arimo Regular

Arimo Italic

Arimo Bold

Arimo Bold Italic

A fonte da marca é desenhada em "éter", sendo totalmente vetorizada, para "a saga de" é utilizada a fonte *Breathe Fire*.

A tipografia utilizada nos layouts do jogo é a *Arimo*.

Figura 134: Tipografia manual da marca
Fonte: o Autor.

Redução



Caso seja necessário que a marca sofra uma redução de seu tamanho, a redução máxima deve ser de 145 x 134 px ou 38,5 x 33,9 mm .

Figura 135: Redução manual da marca
Fonte: o Autor.

5.2.3 Desenvolvimento do jogo

Com base nos estudos feitos no capítulo Design UX/UI na Imersão preliminar, foram montadas 3 alternativas de telas de login, ajuda e menu, para decidir quais serão as telas utilizadas no jogo. A decisão foi feita com base em uma matriz decisória com critérios pré-definidos e a alternativa escolhida para cada tela foi finalizada como um modelo para o game. Os wireframes foram montados com base na proporção 816x624 pixels, padrão do RGP Maker MV.

Primeiro foram produzidas as alternativas para a tela de ajuda, onde o jogador poderia encontrar quais são os botões para efetuar comandos no jogo.

A primeira opção conta com uma lista de comandos à direita, o espaço selecionado pelo jogador fica mais escuro (retângulo em cinza escuro) de acordo com o comando selecionado para visualizar, ao descer e ver outros comandos a barra serve como uma forma melhor do jogador se situar na lista de comandos, existe

também um círculo com uma seta na parte de baixo, indicando que ainda há mais comandos abaixo.

Na esquerda há um espaço para situar o jogador que tela ele está visualizando (retângulo escrito “controles”) e logo abaixo um espaço para imagem, que seria a de um teclado. De acordo com o comando que o usuário selecionasse na direita, o desenho do teclado na esquerda indicaria no teclado onde estaria a tecla correspondente.

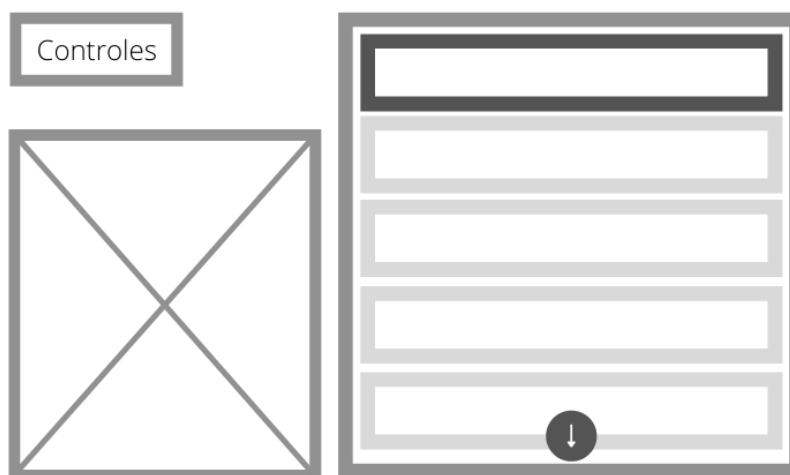


Figura 136: Tela de Ajuda 01
Fonte: o Autor.

A segunda opção conta apenas com uma imagem maior do teclado com indicações demonstrando os comandos de cada tecla. A opção mostra uma versão mais simples da primeira opção, essa simplicidade facilita o entendimento do jogador e descomplica a navegação na página.

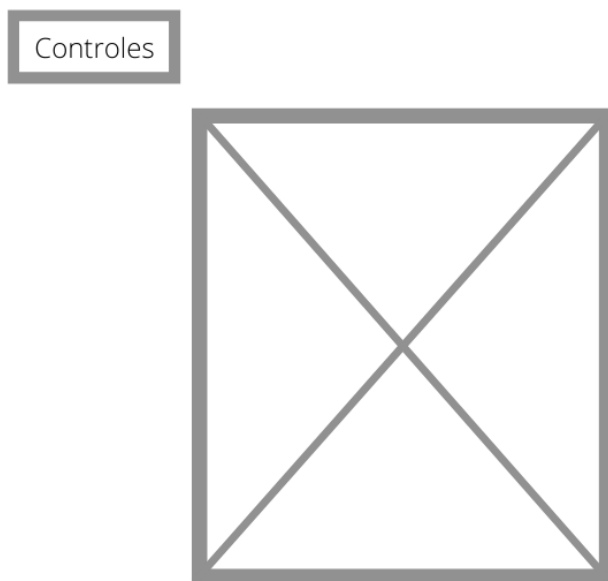


Figura 137: Tela de Ajuda 02
Fonte: o Autor.

A terceira opção conta com uma caixa retangular grande com cada comando do jogo em pequenas seções retangulares, novamente é seguida a ideia de demarcar a opção que o jogador está visualizando principalmente com uma cor mais escura, uma imagem na esquerda da tecla correspondente ao comando e um espaço maior para descrição. Como na primeira opção essa tela conta com um círculo em baixo com uma seta para baixo indicando que existem mais comandos na lista, quando o jogador fosse descendo na lista de comandos uma ferramenta de rolagem (scroll) na direita, indica ao usuário o tamanho da lista de comandos.

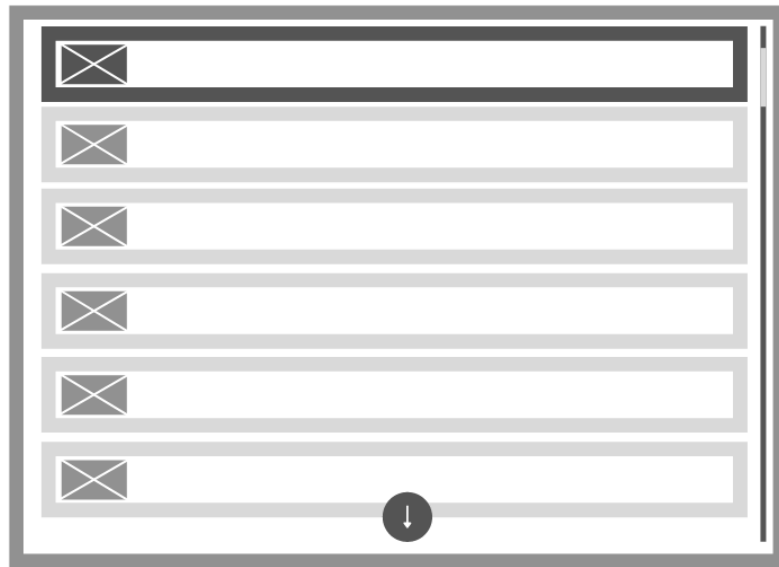


Figura 138: Tela de Ajuda 03
Fonte: o Autor.

Com as três opções definidas, é feita uma matriz decisória para definir a melhor opção de tela.

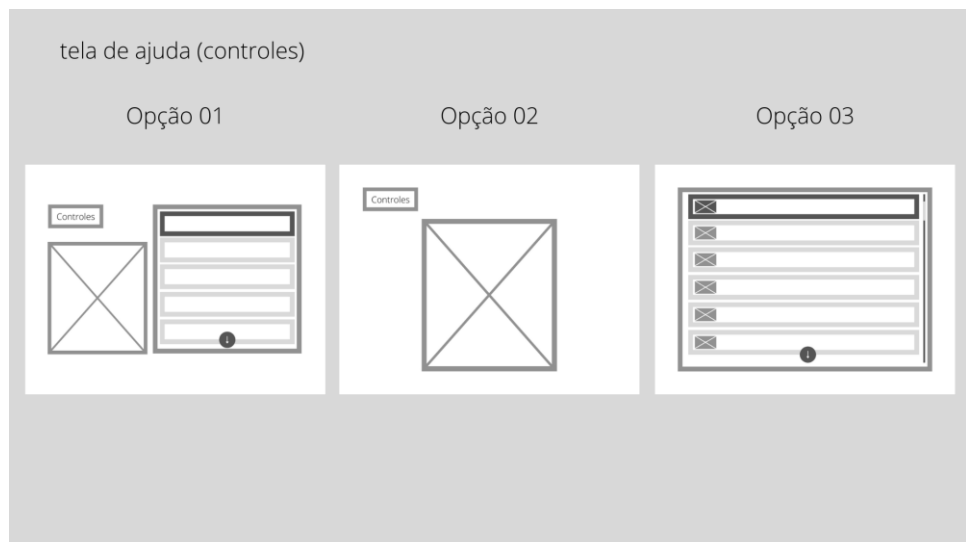


Figura 139: Alternativas ajuda
Fonte: o Autor

Após feita a matriz decisória, a alternativa que obteve melhor pontuação foi a Opção 01. A alternativa conta com a união de elementos das outras duas opções, sendo um bom equilíbrio caso o jogador sinta dificuldade de entender as informações apenas pela imagem ou vice-versa.

Critérios	Opção 01	Opção 02	Opção 03
Disposição de elementos	5	4	4
Padrão de interação	4	4	3
Recursos disponíveis	5	4	4
Total	14	12	11

Tabela 13: Decisão tela de ajuda
Fonte: o Autor.

A seguir foi feita a geração de alternativas para a tela de menu, essa tela reúne informações detalhadas dos personagens, seus status, itens em seu inventário, dentre outras informações. Essa seria a tela com maior disponibilidade de informações entre todas as outras, sendo assim ela será a mais visitada durante o decorrer do jogo.

A primeira opção de tela para o menu conta com várias janelas na esquerda com as opções do menu, ao clicar em uma delas, a área retangular grande na direita apresenta as informações detalhadas da janela que deseja ver.

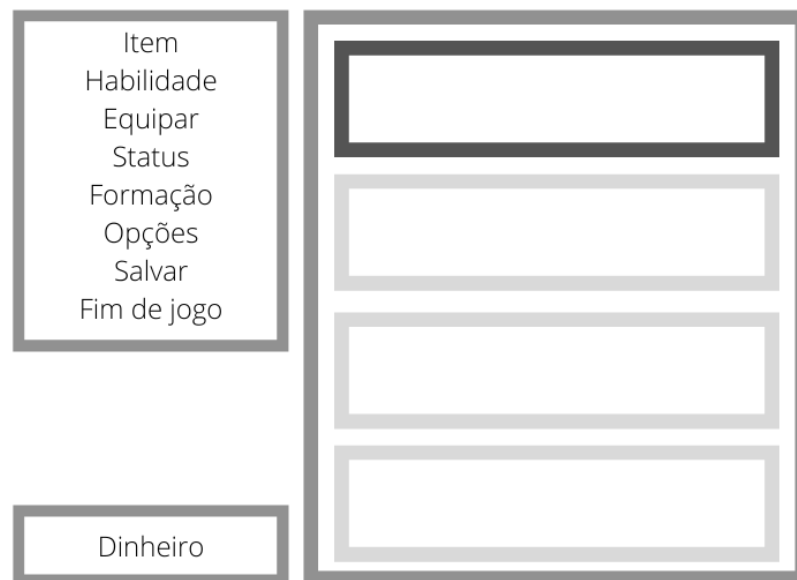


Figura 140: Tela de Menu 01
Fonte: o Autor.

A segunda opção possui os mesmos elementos da primeira opção, mas com uma disposição e tamanhos diferentes. A área retangular com informações detalhadas se encontra na esquerda com um leve aumento de seu tamanho, a janela

de opções passa a ser na direita, na parte de baixo e seu tamanho foi levemente diminuído. Essa opção foca em deixar as informações da janela de detalhes mais visível e maximizar sua compreensão.

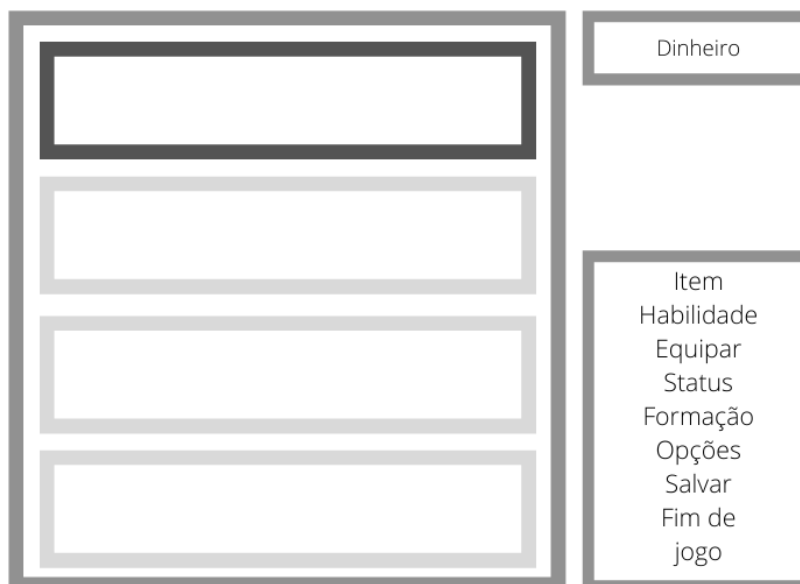


Figura 141: Tela de Menu 02
Fonte: O autor.

A terceira opção conta com uma centralização de informações no meio, aumentando a área horizontal do retângulo de informações mais detalhadas, que agora se encontra em baixo.

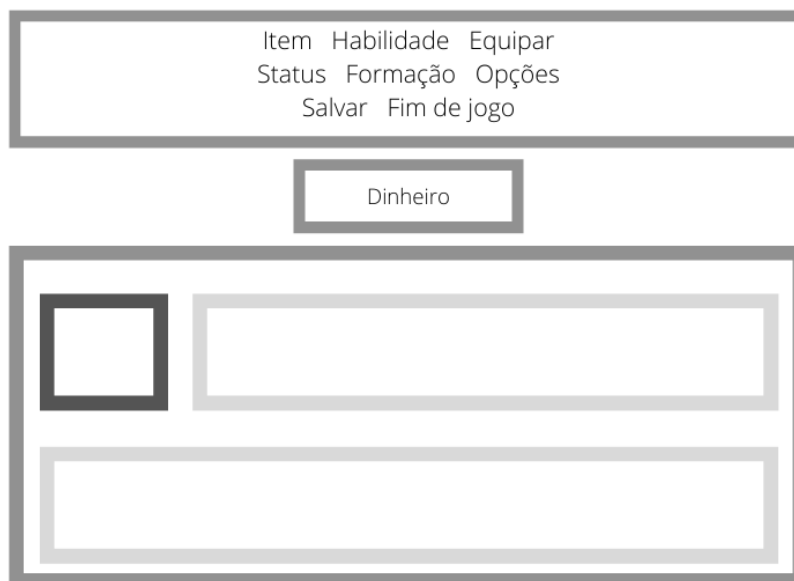


Figura 142: Tela de Menu 03
Fonte: o Autor.

Com as três opções definidas, é novamente feita uma matriz decisória para definir a melhor opção para a tela de menu.

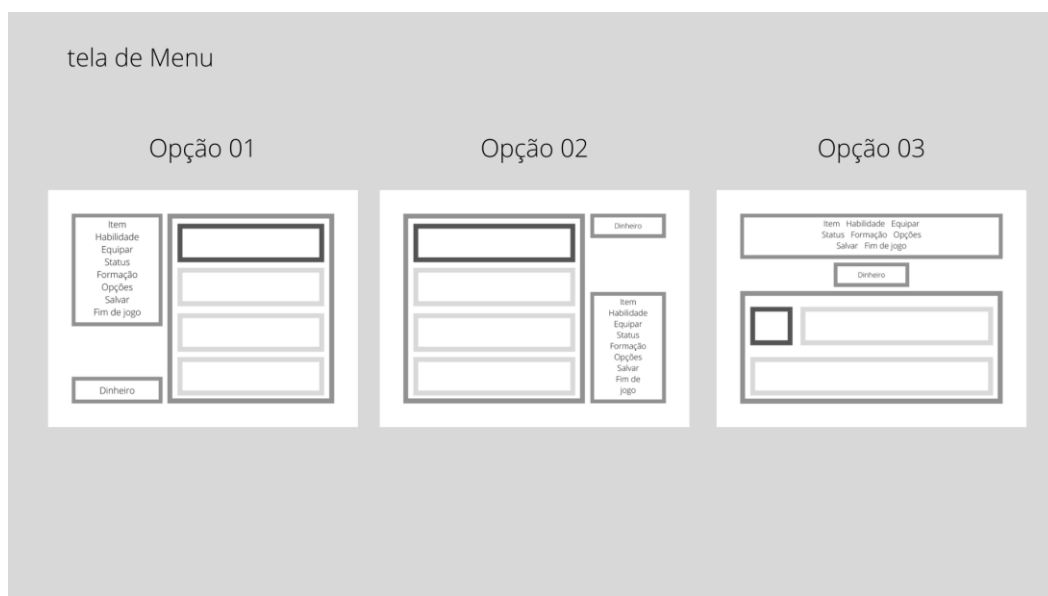


Figura 143: Alternativas Menu
Fonte: o Autor.

Feita a matriz decisória, a alternativa que obteve a maior pontuação foi a opção 01. Trazendo um menu com boa disposição de elementos e tendo sua disposição de elementos mais comum em outros jogos do mesmo gênero, facilitando a navegação do usuário e tornando-a mais intuitiva.

Critérios	Opção 01	Opção 02	Opção 03
Disposição de elementos	5	5	4
Padrão de interação	5	3	3
Recursos disponíveis	4	4	5
Total	14	12	12

Tabela 14: Decisão tela de menu
Fonte: o Autor.

Por último foram produzidas alternativas para a tela de login, a primeira tela em que o jogador vai interagir, normalmente possui poucas informações/opções.

A primeira alternativa, a opção 01, possui seus elementos que podem receber interação na esquerda, abaixo da logo do jogo. Na direita, há uma imagem que represente o jogo, é bem comum que essa arte apresente os personagens jogáveis e principais vilões, mas também podem possuir apenas um elemento de destaque ou até mesmo ser apenas um cenário sem grandes informações.

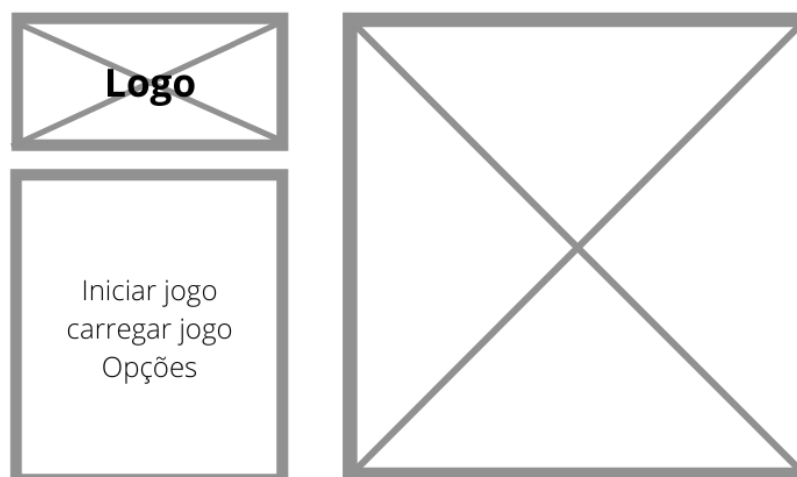


Figura 144: Tela de login 01
Fonte: o Autor.

A segunda alternativa conta com os elementos centralizados no meio, assim fica uma imagem como tela de fundo e na frente a logo com as opções para iniciar o jogo.

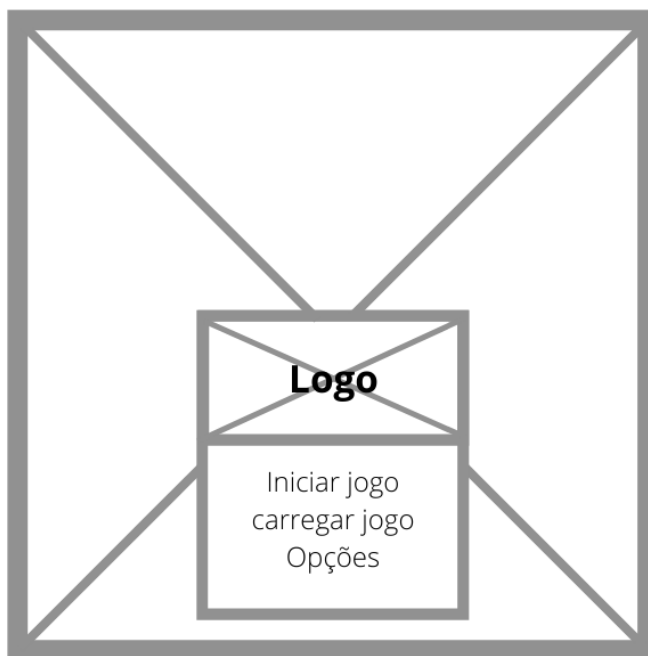


Figura 145: Tela de login 02
Fonte: o Autor.

A terceira alternativa possui uma disposição de elementos semelhante a primeira alternativa, mas com os elementos invertidos: imagem na esquerda e as opções do menu na direita. Nessa alternativa não há logo do jogo, priorizando o foco do jogador apenas nas opções selecionáveis.

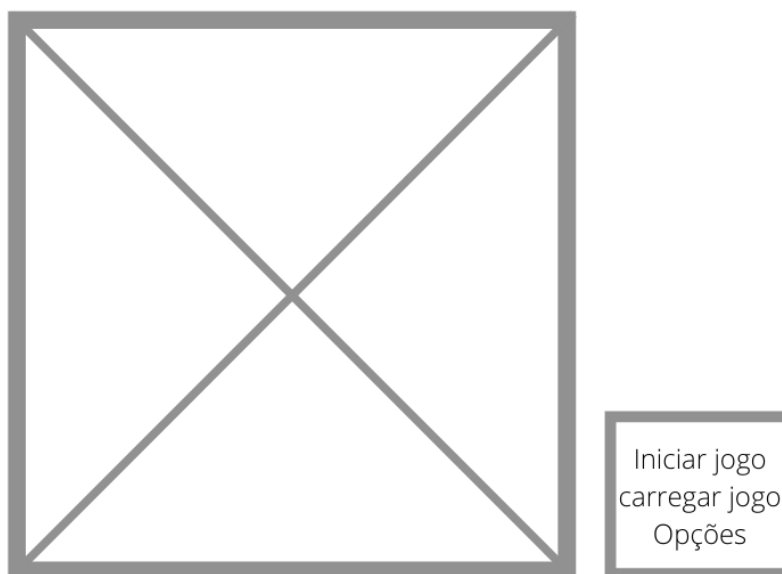


Figura 146: Tela de login 03
Fonte: o Autor.

Com as três opções definidas, é novamente feita uma matriz decisória para definir a melhor opção para a tela de login.

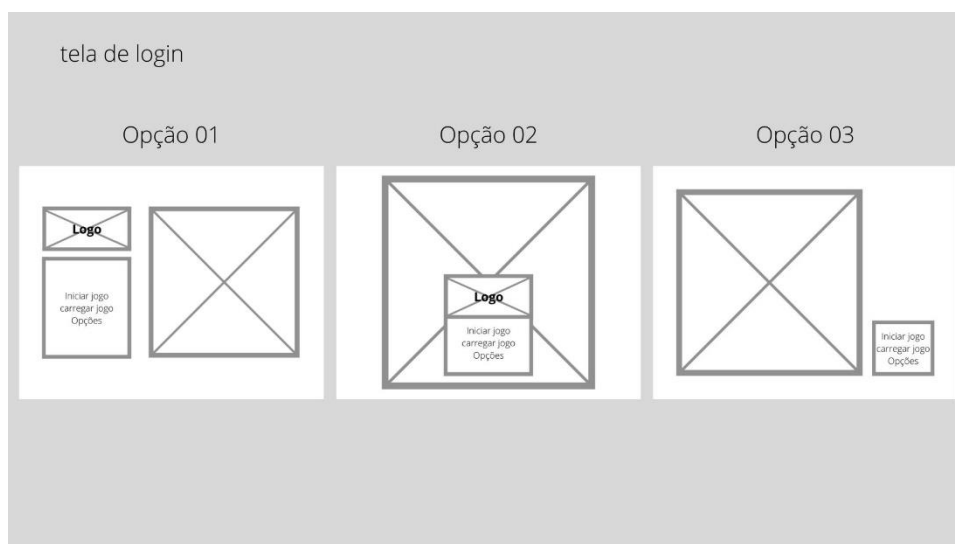


Figura 147: Alternativas login
Fonte: o Autor.

Feita a matriz decisória, a alternativa que obteve a maior pontuação foi a opção 02. Os três sistemas de disposição de elementos são bem funcionais, porém, a opção 02 se sobressai pelo fator de que pode ser visualmente mais atrativo para usuários que já tenham experimentado jogos nesse estilo, trazendo um certo

sentimento de nostalgia, sendo uma forma comum e eficiente de apresentar as informações da tela de login muito utilizada anteriormente.

Critérios	Opção 01	Opção 02	Opção 03
Disposição de elementos	4	5	4
Padrão de interação	5	5	4
Recursos disponíveis	5	5	4
Total	14	15	12

Tabela 15: Decisão tela de login
Fonte: o Autor.

Com as alternativas de wireframe escolhidas, a próxima etapa é a produção das telas para testar com usuários. Para a versão final, as telas são feitas com base em um grid de 3 colunas, amplamente utilizado em vários tipos de projetos.

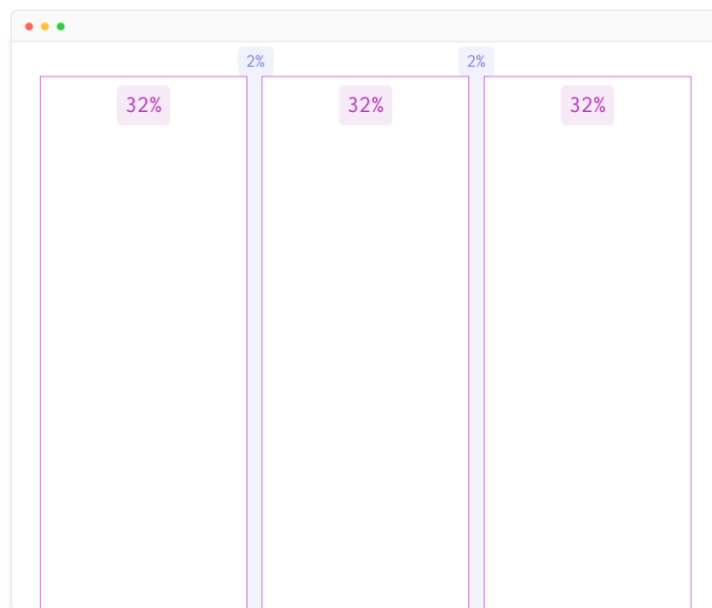


Figura 148: Grid 3 colunas

Fonte: <https://open.nytimes.com/css-grid-for-designers-f74a883b98f5>

Dessa forma foram feitas 3 telas principais (tela de controles, tela principal e tela inicial) e outras 10 telas produzidas a partir do grid de 3 colunas e o design desenvolvido para as telas principais.

A tela inicial apresenta uma arte conceitual do jogo no fundo, com a personagem Walpurgis em um templo antigo. A arte tem como intuito fundamental, desenvolver a ideia da personagem enfrentando o grupo do protagonista em sua arena de batalha.

Para um melhor contraste foi escolhido utilizar a logo em sua versão em branco, assim evitando confusão.

Além dos aspectos citados anteriormente, todas as telas recebem a mesma padronização para a caixa de textos e opções. A caixa de opções é formada por um retângulo com bordas arredondadas, uma certa transparência e com um tom mais claro para as bordas. Com essa escolha de design, a cor do fundo não atrapalha o entendimento do que está escrito, a borda mais clara das caixas de texto quebra um pouco o contraste que as caixas de opções poderiam ter com o fundo e também foi feita uma faixa preta com maior opacidade para que o jogador saiba qual opção está selecionando.

A escolha do uso de bordas arredondadas e a transparência tem o intuito de suavizar as caixas de diálogo ou de opções, mantendo um contraste razoável que não cause desconforto ou estranheza ao jogador.

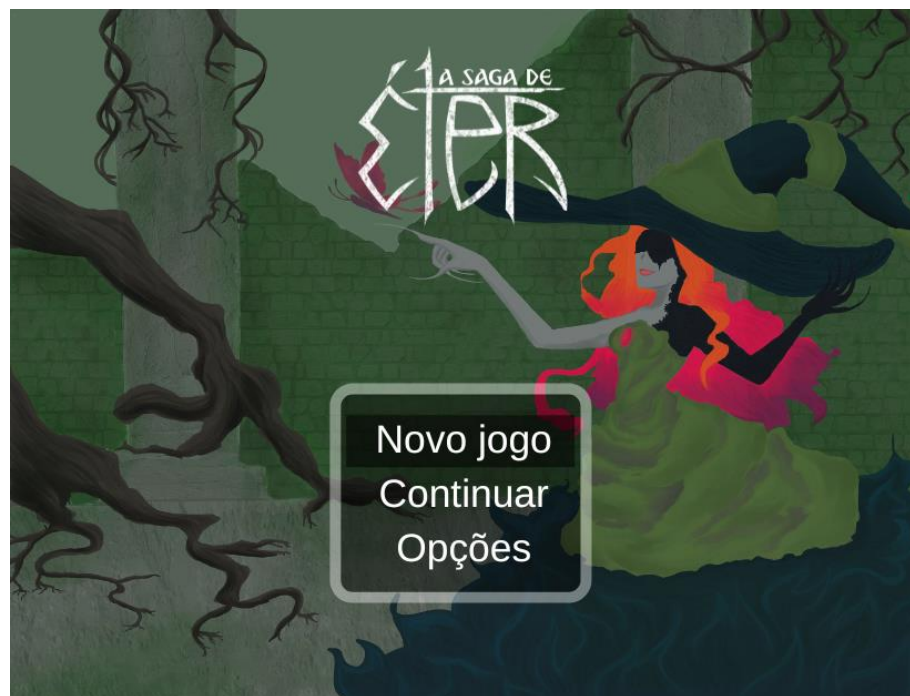


Figura 149: Tela de login
Fonte: o Autor

A tela principal seria a primeira a aparecer para o jogador assim que ele começasse um novo jogo, onde ele se encontraria no meio de uma cidade.

Apresenta poucas opções de interação e possui um design mais limpo, para que o jogador não se perca com várias informações ao mesmo tempo. Para encontrar as opções ele precisa clicar no botão de menu na parte de baixo da tela.

Novamente é utilizado o grid de 3 colunas, com o botão do menu alinhado com a coluna da direita

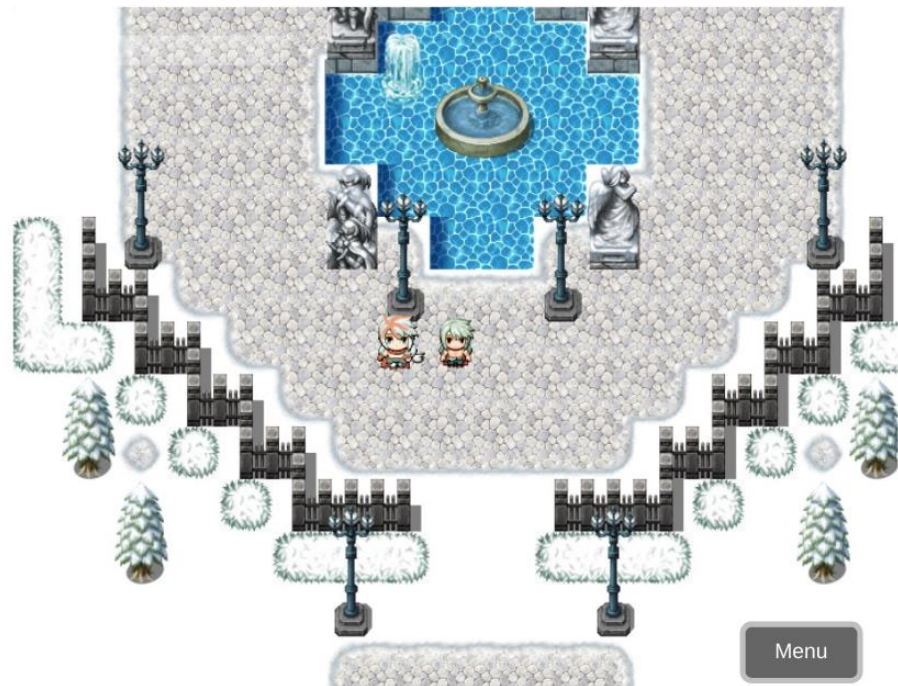


Figura 150: Tela de menu
Fonte: o Autor.

A tela de controles então é finalizada com uma tela detalhada a direita mostrando quais comandos são efetuados com cada botão e uma imagem ilustrativa na esquerda de um teclado e mouse.

O teclado e o mouse podem mostrar também a tecla correspondente a que está sendo selecionada no menu à direita. Ao selecionar uma tecla na caixa de controles a direita (a qual é indicada pela caixa com um tom de cinza mais claro) a imagem do teclado na esquerda ascenderia a tecla correspondente, sendo uma forma do jogador se situar melhor com os botões e sendo mais uma forma de esclarecer os comandos.



Figura 151: Tela de ajuda
Fonte: o Autor.

Após a finalização das telas, é feito então um teste de usuário para descobrir o quão funcionais estão as telas e se é necessário que haja alguma melhoria.

Por meio do programa *Figma*, foram feitas as ligações entre as telas, fazendo com que elas funcionem como se o jogo estivesse funcional. Funcionando como uma simulação, os usuários são convidados para testar o quão intuitivo são os comandos e se existe uma necessidade de mudar algo.

Para explicar de uma forma melhor como funciona o seguimento das telas, foi feito um Wireflow, que funciona como um desenho esquemático mostrando os possíveis caminhos que o jogador irá percorrer.



Figura 152: Wireflow

Fonte: o Autor.

Por meio do feedback dos usuários que testaram as telas foi entendido que as telas funcionam bem como deveriam e não causam grande dificuldade de uso, sendo funcionais mesmo com pessoas que não possuem experiência com jogos eletrônicos. Porém foi alertado sobre 2 melhorias que poderiam ser feitas:

- Na tela principal, poderia ser feito um botão para a tela de controles, que poderia ser um atalho para jogadores que precisam sempre estar revisitando os controles.
- Ao se aproximar de um NPC (non-player character ou personagem não jogável) poderia ter algum indicativo de que é possível interagir com ele.

Também foi feito o uso da técnica Card Sorting com os usuários, ferramenta utilizada na etapa de arquitetura da informação, com o intuito de entender como as pessoas agrupam conteúdo e funcionalidades de acordo com sua interpretação em grupos. Assim foram montados cartões, que deveriam ser separados de acordo com grupos que façam sentido aos participantes.



Figura 153: Card Sorting.

Fonte: o Autor.



Figura 154: Card Sorting usuário 01.

Fonte: o Autor.

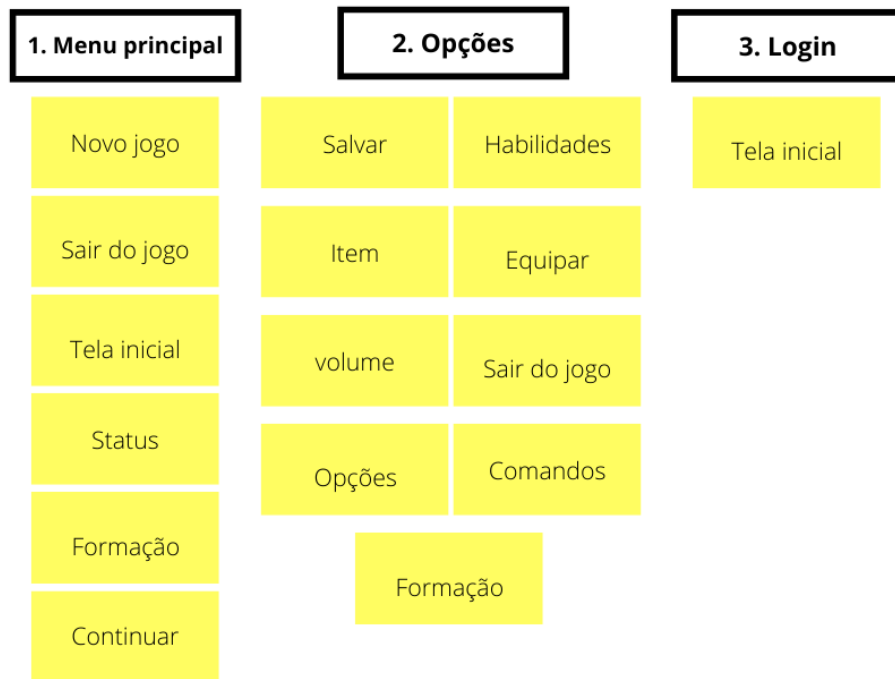


Figura 155: Card Sorting usuário 02.

Fonte: o Autor.

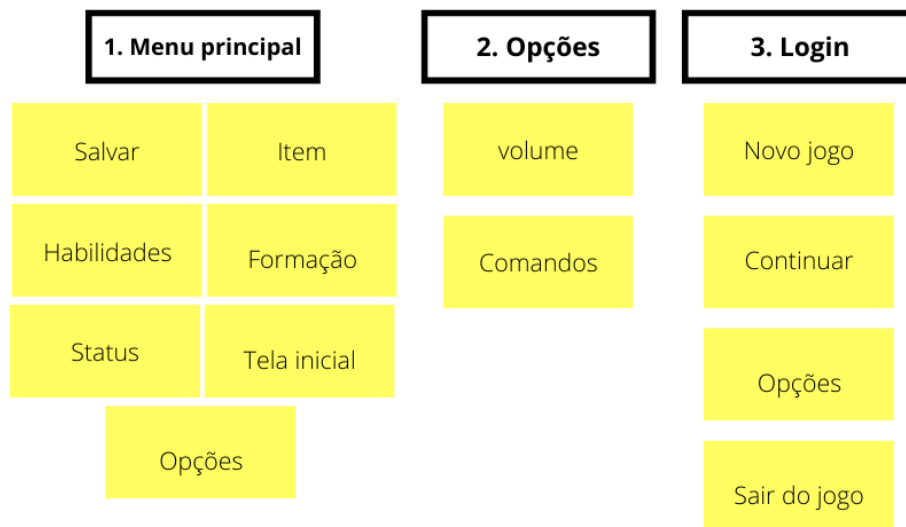


Figura 156: Card Sorting usuário 03.

Fonte: o Autor.

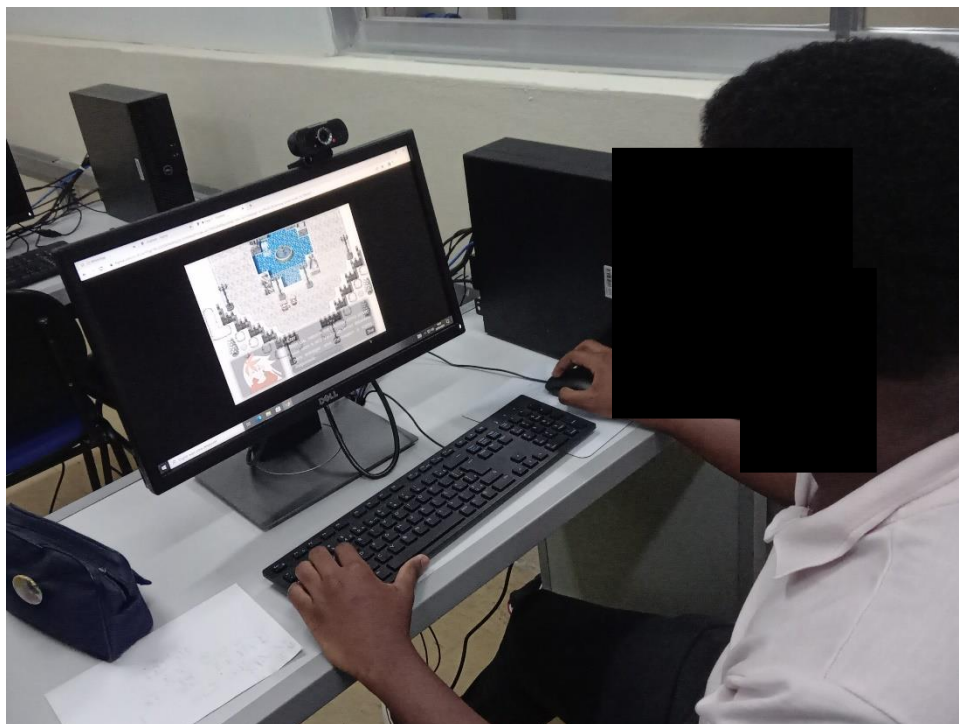


Figura 157: Usuário 01
Fonte: o Autor.

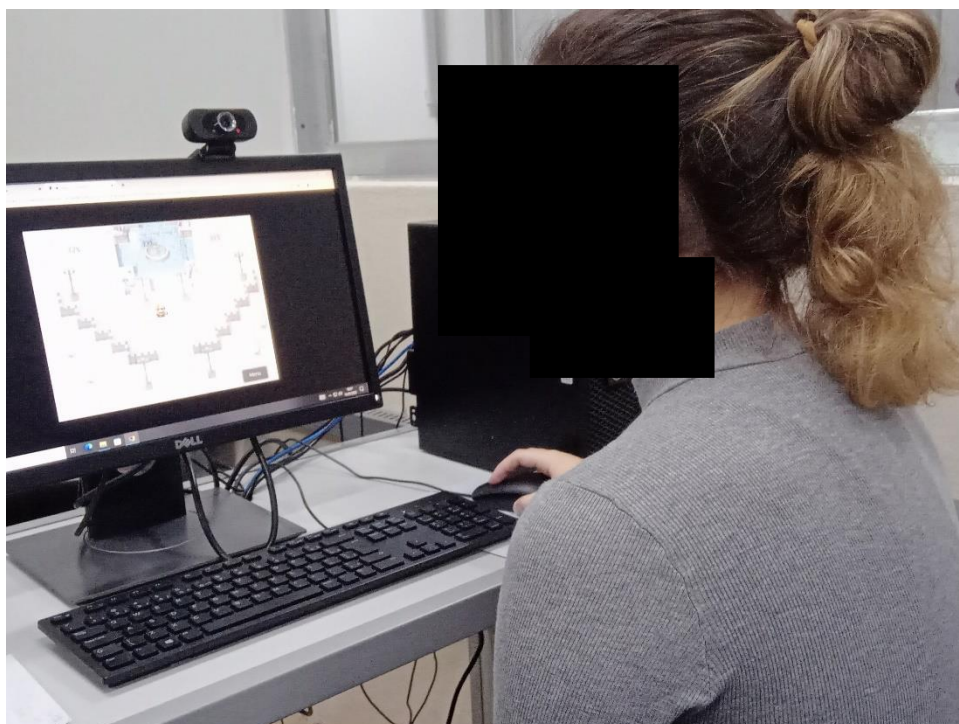


Figura 158: Usuário 02
Fonte: o Autor.

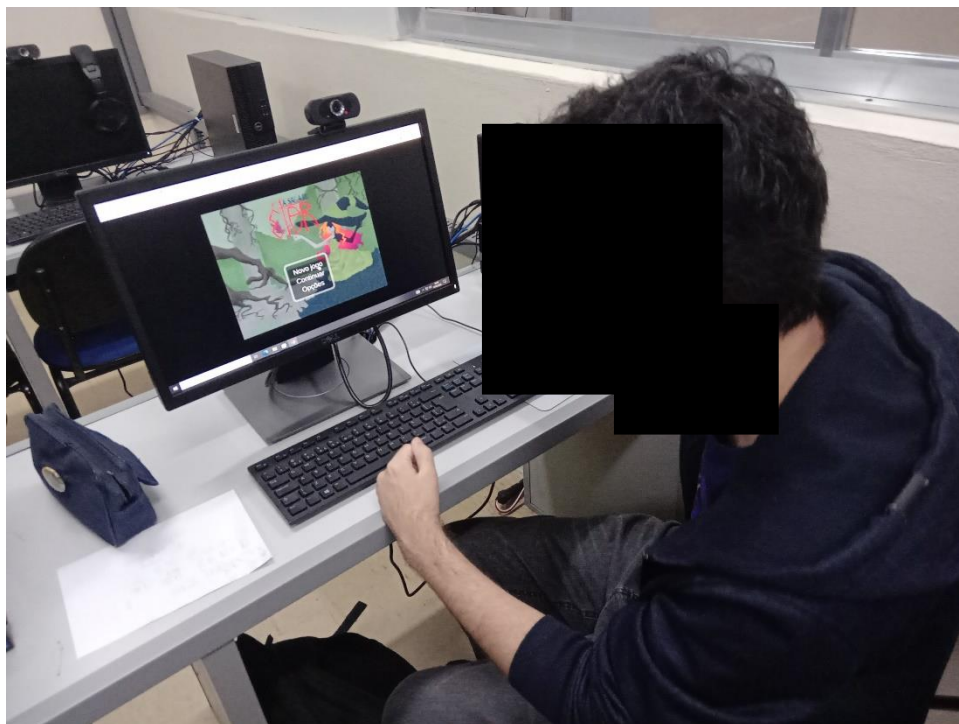


Figura 159: Usuário 03
Fonte: o Autor.

Tendo em vista o feedback recebido, foi feita então as melhorias na tela principal. Os NPCs passam a possuir uma indicação de que pode haver interação entre eles e o jogador e o botão de comandos “C” é alinhado ao grid da coluna na direita.

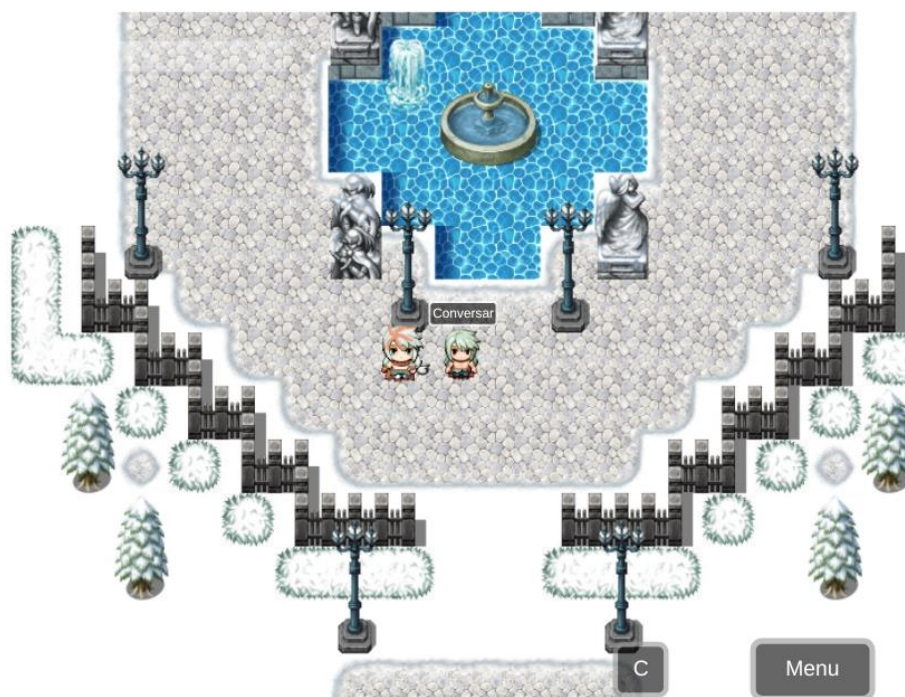


Figura 160: Menu corrigido
Fonte: o Autor.

6. PROTÓTIPO DESENVOLVIDO

Após os devidos ajustes, as telas de interação do jogo foram finalizadas. Todas as telas fazem uso do grid de 3 colunas, com exceção da tela de continuar (figura 159).

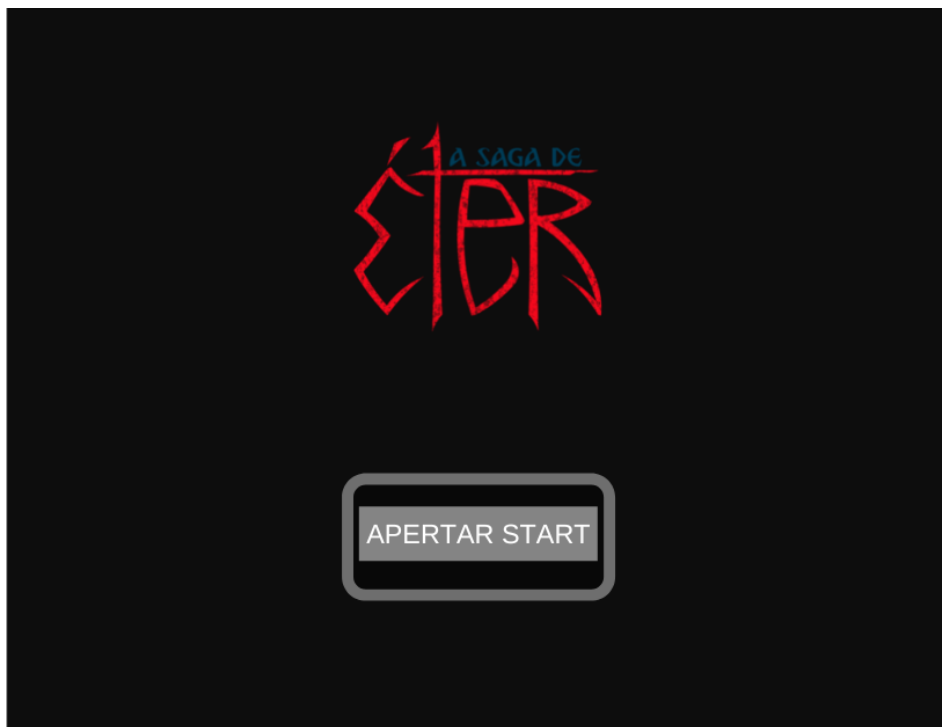


Figura 161: Tela iniciar final
Fonte: o Autor.



Figura 162: Tela de login final
Fonte: o Autor.

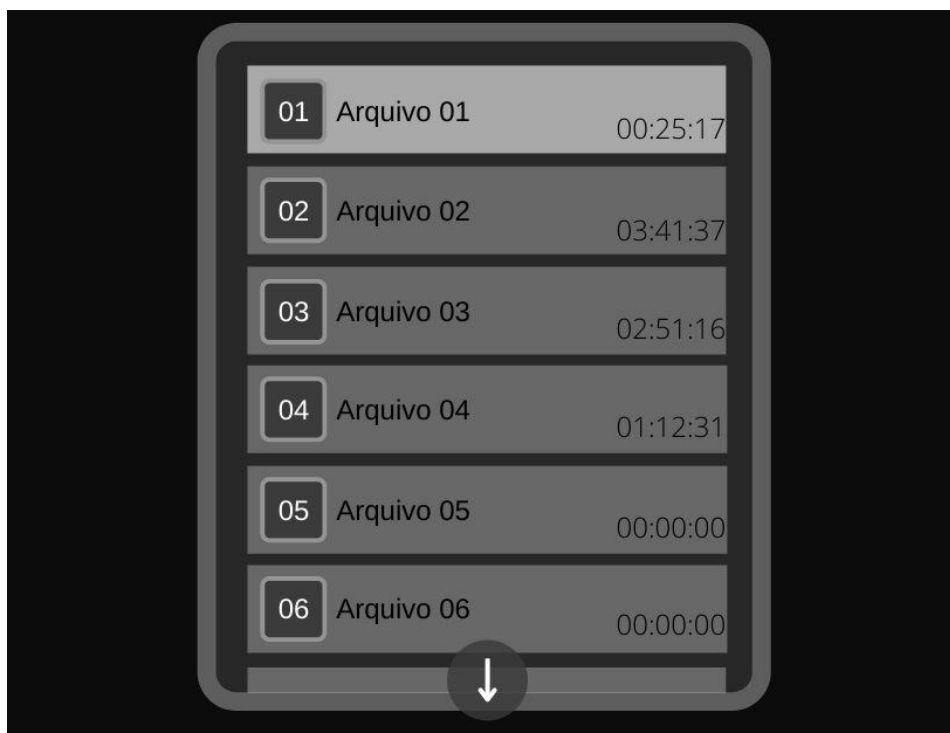


Figura 163: Tela Continuar final
Fonte: o Autor.

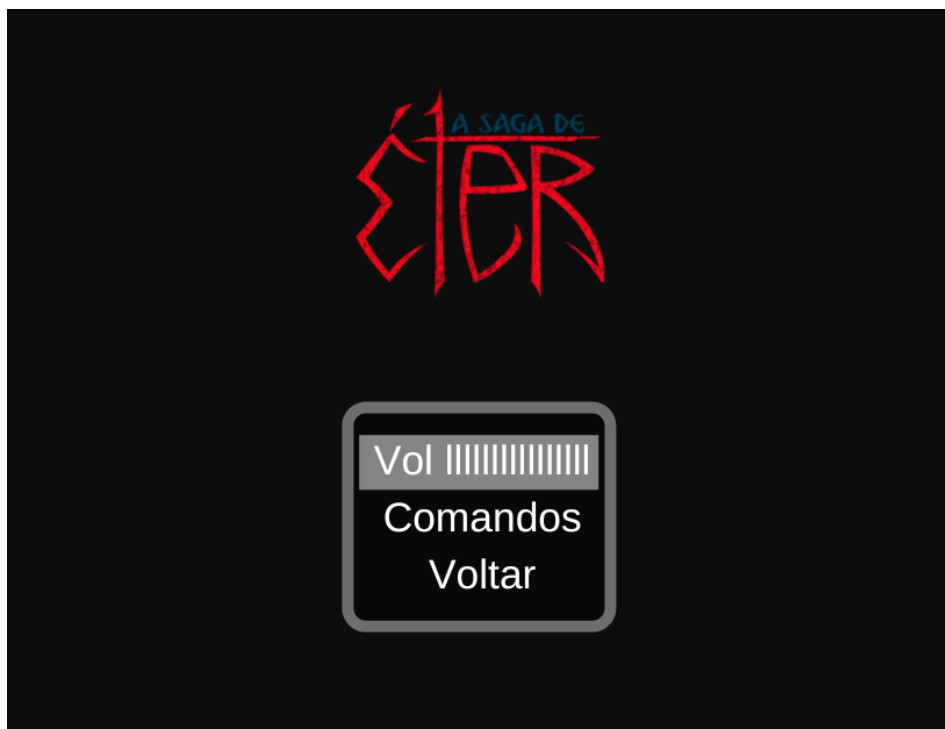


Figura 164: Tela de opções final
Fonte: o Autor.



Figura 165: Tela de ajuda final
Fonte: o Autor.

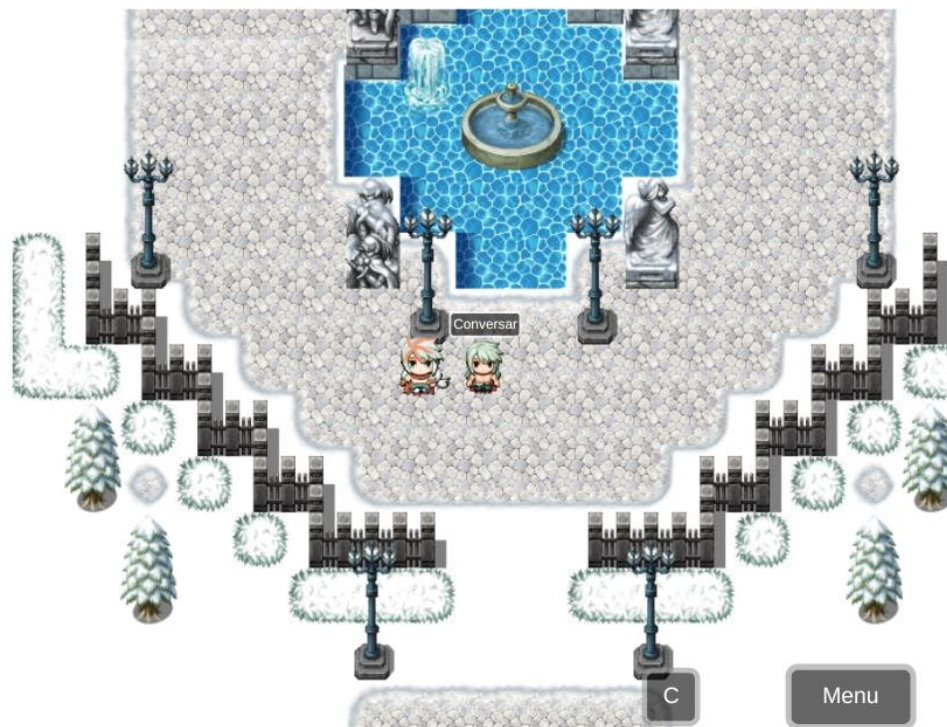


Figura 166: Tela de menu final
Fonte: o Autor.



Figura 167: Tela de diálogo final
Fonte: o Autor.

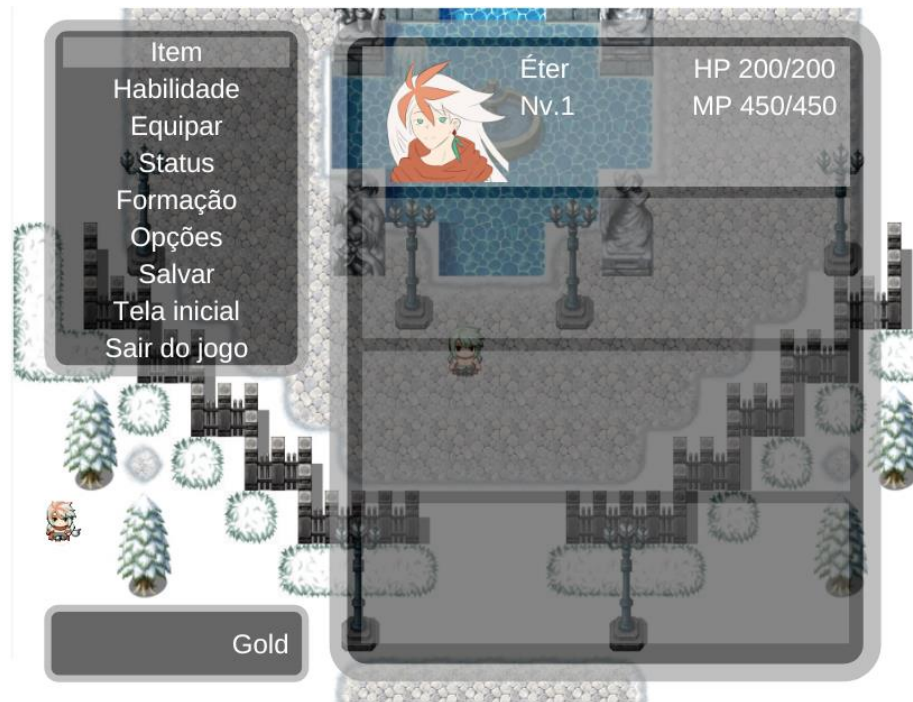


Figura 168: Tela de opções menu final
Fonte: o Autor.

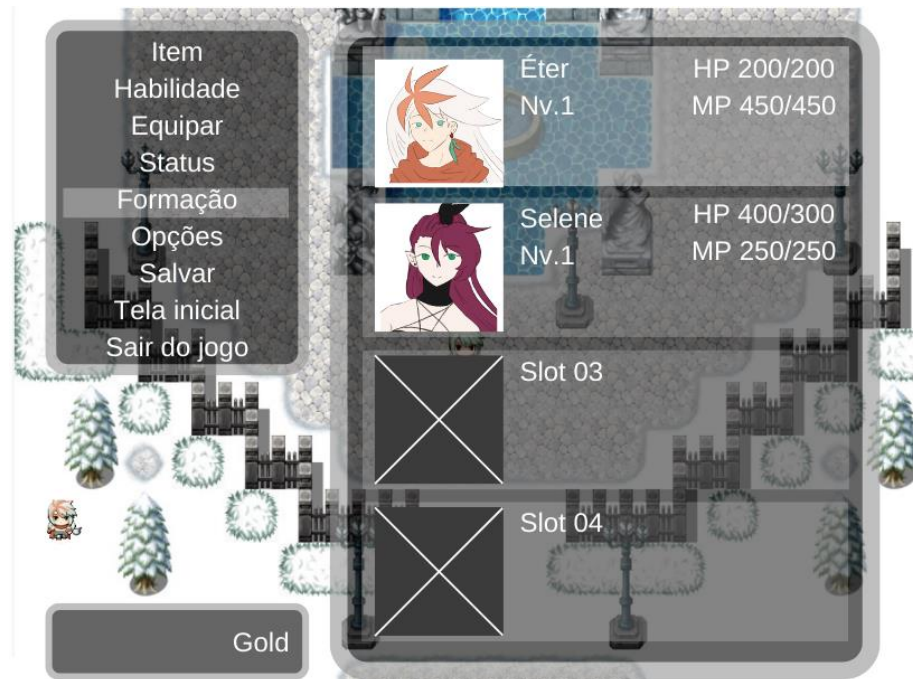


Figura 169: Tela de formação final
Fonte: o Autor.

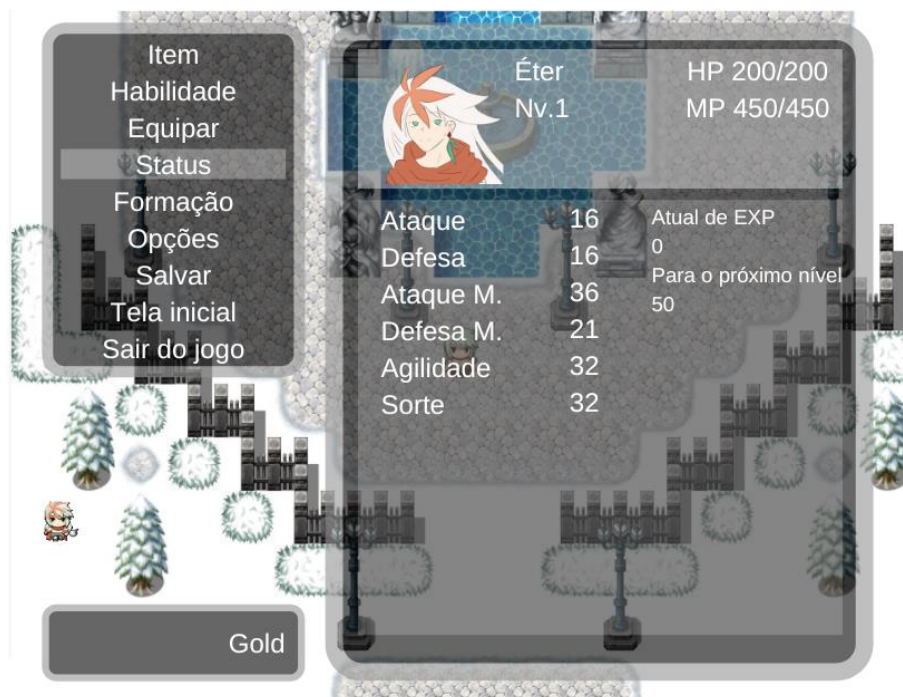


Figura 170: Tela de status final
Fonte: o Autor.

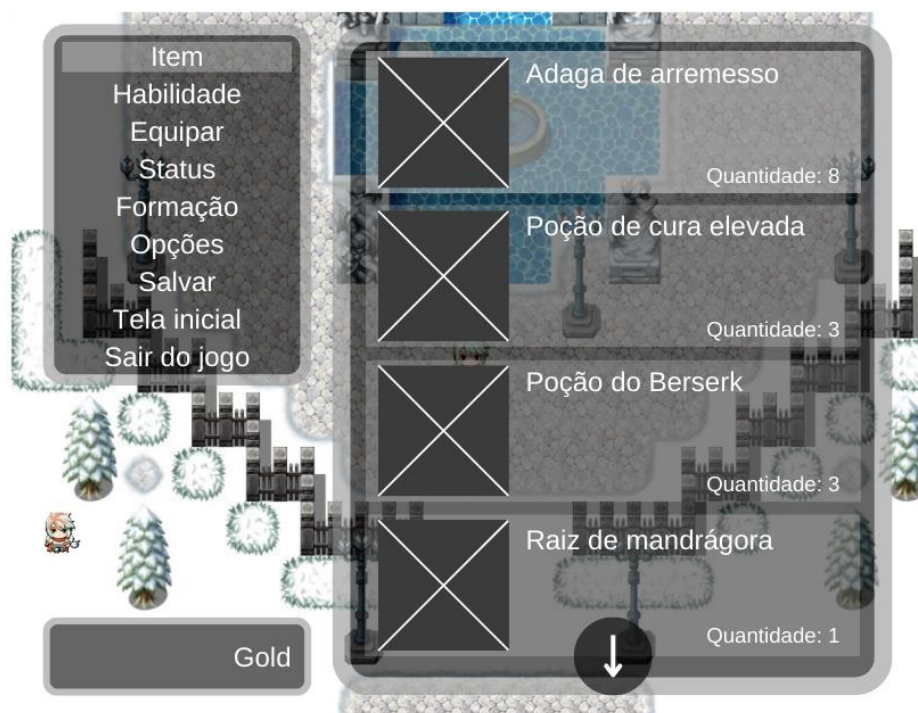


Figura 171: Tela de itens final
Fonte: o Autor.

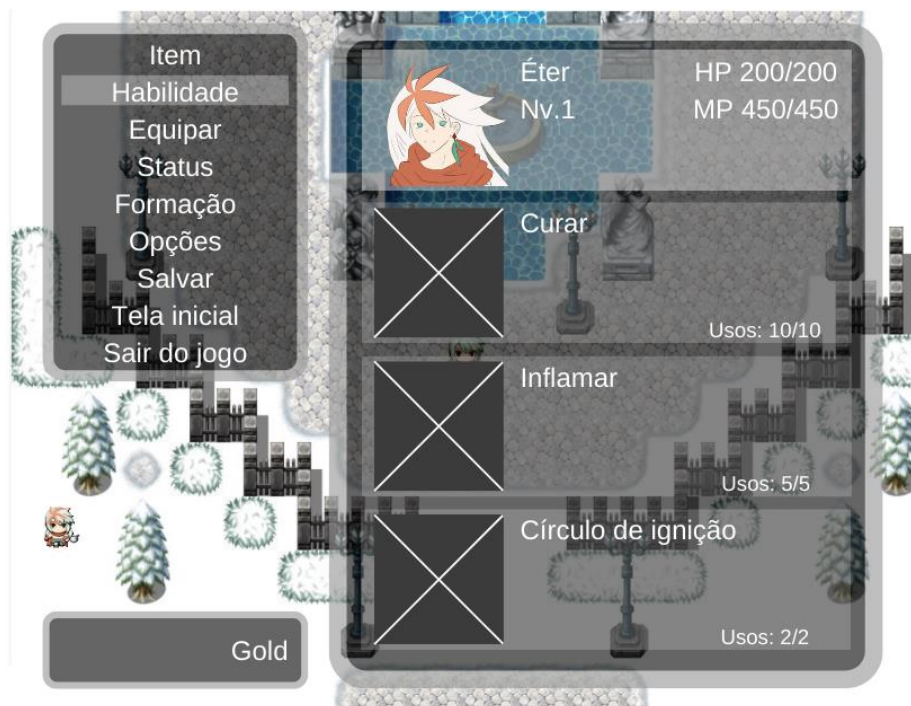


Figura 172: Tela de habilidades final
Fonte: o Autor.

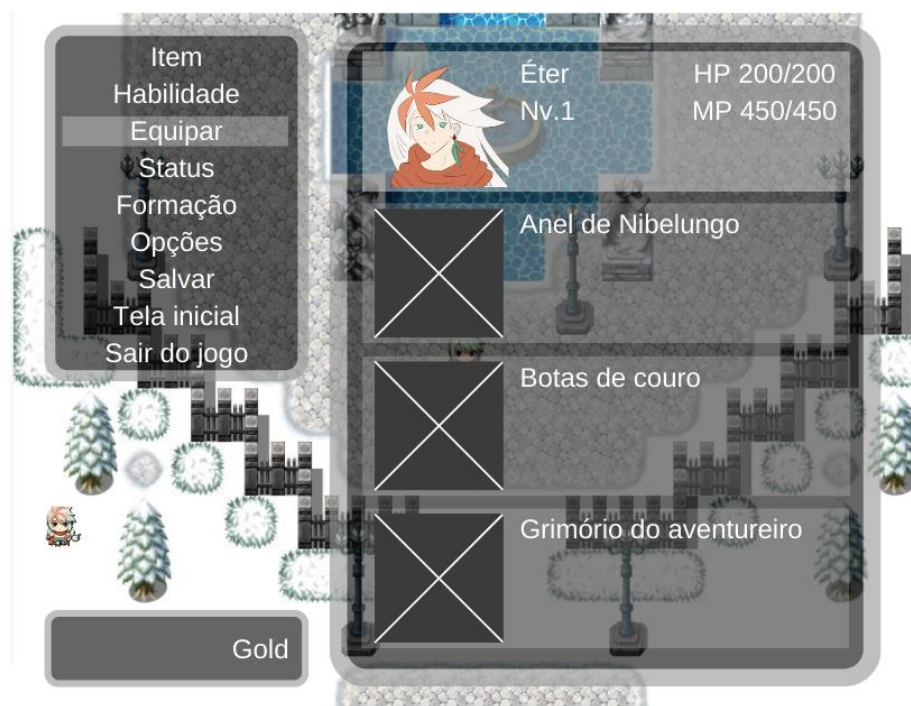


Figura 173: Tela de equipar final
Fonte: o Autor.

7. RESULTADOS E FUTUROS APRIMORAMENTOS

O projeto tinha como principal objetivo a criação de uma identidade visual e artes conceituais para personagens do jogo “A saga de Éter”, explorando esses conceitos com base na visão do design.

Através de uma pesquisa realizada no Google Forms, foi possível entender quais são as preferências desse público e o que eles esperam para a criação de um jogo, sendo essas informações mais bem filtradas nas entrevistas, testadas por jogadores e finalmente recebendo sugestões de melhorias.

Os testes produzidos são suficientes para o projeto e atendem ao que é proposto, porém precisarão ser feitos mais testes. Com o início da parte de programação do jogo, o projeto pode sofrer alterações necessárias a nível da parte técnica de sua produção.

Explorar essa criação da marca e seu mundo foi acima de tudo um desafio pessoal, um exercício de criatividade, estudo e principalmente aplicação de conhecimentos adquiridos tanto em pesquisas bibliográficas quanto pesquisas realizadas com o público-alvo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Cor**. Porto alegre: Bookman. 2009.

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

ANNA MEGILL. **Game Writing FAQ.**, Disponível em: <<http://www.annamegill.com/faq/2013/1/1/faqs-of-game-writing.html>> Acesso em out.2021.

BRAIN INNOVATION. **UX e UI design: você conhece a diferença entre os dois conceitos?**. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/ux-e-ui-design/>> Acesso em out.2021.

COLISEO REGISTRO DE MARCAS. **Quais são os tipos de marcas existentes no Brasil?** Disponível em: <<https://coliseomarcas.com.br/2020/04/13/quais-sao-os-tipos-de-marcas-existent-no-brasil/>> Acesso em out.2021.

COSTA, Rogério. **Arquitetura Da Informação E Usabilidade Em Interfaces: Estudo De Caso Do Website Da Nrsystem**. International Journal of Professional Business Review, São Paulo (SP), v.2, n.2, p.52–64, 2017. Disponível em: <<https://www.openacessojs.com/JBReview/article/view/52>>. Acesso em 29 oct. 2021.

CHECK. **Quais são os tipos de marcas existentes?** Disponível em: <<https://checkregistros.com.br/tipos-de-marcas-existent-para-registro/>>. Acesso em: out.2021.

DESIGN CULTURE. **Princípios básicos de composição visual**. Disponível em: <<https://designculture.com.br/principios-basicos-de-composicao-visual>>. Acesso em out.2021.

EDUARDO E MÔNICA. **Principais regras de composição na fotografia** Disponível em: <<https://www.eduardo-monica.com/new-blog/regras-composicao-fotografica>>. Acesso em: out.2021.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Blucher, 2011.

IMAGEMSCAN. **Comunicação visual: conheça a psicodinâmica das cores**. Disponível em: <<https://imagenscan.com.br/blog/cores-comunicacao-visual/>> Acesso em out.2021.

INFOESCOLA. **Regra dos Terços**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/fotografia/regra-dos-tercos/>>. Acesso em: out.2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Tipos de marcas e sua representação**. Disponível em: <<https://inpi.justica.gov.pt/Documentos/Tabelas/Tipos-de-marcas-e-sua-representacao>>. Acesso em: out.2021.

KWC. **O que é Pantone? Descubra sua história e suas aplicações!** Disponível em: <<https://blog.revendakwg.com.br/inspiracao-design/o-que-e-pantone/>>. Acesso em: out.2021.

MEDIUM. **Qualidade de Narrativas para Jogos — Um Guia do Básico..** Disponível em:<<https://medium.com/@dora.izalima/qualidade-de-narrativas-para-jogos-um-guia-do-b%C3%A1sico-875bb24197d1>>.Acesso em: out.2021.

MINAS FAZ CIÊNCIA. **Aposematismo, a técnica do mundo animal para avisar “não mexe comigo”**. Belo Horizonte.Disponível em: <<https://minasfazciencia.com.br/infantil/2019/07/25/conheca-o-aposematismo/>> Acesso em out.2021.

NEIL PATEL. **Tipografia: O Que É, Exemplos e Como Escolher a Fonte Ideal [GUIA]**. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/tipografia/>>. Acesso em: out.2021.

NORMAN, Donald A. **The Design of everyday things**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

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

REVO SPACE. **O que é Concept Art?**. Disponível em: <<https://revospace.com.br/artigo/o-que-e-concept-art/>>. Acesso em: out.2021.

RODRIGUES, Delano. **Naming: o nome da marca**. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.

ROGERS, Scott. **Level UP: um guia para o design de grandes jogos**. São Paulo: Blucher, 2012.

ROCKCONCENT. **O que á arquitetura da informação? Entenda esse conceito e suas aplicações**. Disponível em: <<https://inovacaobrain.com.br/ux-e-ui-design/>> Acesso em out.2021.

ROCKCONTENT. **UX e UI design: descubra finalmente qual é a diferença entre ambos!** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/ux-e-ui-design/>> Acesso em out.2021.

SCHUYTEMA, Paul. **Design de games: uma abordagem prática**. São Paulo: Cengage Learning. 2008.

SENNA, Marcelus Gaio Silveira de. **Concept Art: Design e Narrativa em Animação**. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2013.

SIGNIFICADOS. **Proporção Áurea (razão áurea)**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/proporcao-aurea/>>. Acesso em: out. 2021.

STRUNCK, Gilberto. **Como Criar Identidades Visuais Para Marcas de Sucesso**. Rio de Janeiro: Rio Books. 2012.

VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking: Inovação em negócios**, São Paulo: abril. 2012.

VIAJANDO NA JANELA. **Fotografia: 5 regras de composição infalíveis!**. Disponível em: <<https://viajandonajanela.com/fotografia-5-regras-de-composicao/>>. Acesso em: out.2021