



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

VALMIR GABRIEL DA SILVA

**O MINIMALISMO E A METODOLOGIA DE BRUNO MUNARI NA CRIAÇÃO DE
CARTAZES INSPIRADOS NA FRANQUIA GOD OF WAR**

Cidade
2023

VALMIR GABRIEL DA SILVA¹

**O MINIMALISMO E A METODOLOGIA DE BRUNO MUNARI NA CRIAÇÃO DE
CARTAZES INSPIRADOS NA FRANQUIA GOD OF WAR**

Memorial Descritivo de Projeto
apresentado ao Curso de Design do
Campus Agreste da Universidade Federal
de Pernambuco – UFPE, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
bacharel em Design.

Orientador (a): Prof^a Luciana L. Freire, MsC.

Cidade

2023

¹ Graduando em Design pela Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: vlm.contato@gmail.com

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

Silva, Valmir Gabriel da.

O minimalismo e a metodologia de Bruno Munari na criação de cartazes
inspirados na franquia God of War / Valmir Gabriel da Silva. - Caruaru, 2023.
50 : il.

Orientador(a): Luciana Lopes Freire

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2023.

Inclui referências, apêndices.

1. design gráfico. 2. cartazes. 3. god of war. 4. minimalismo. I. Freire,
Luciana Lopes. (Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

VALMIR GABRIEL DA SILVA

**O MINIMALISMO E A METODOLOGIA DE BRUNO MUNARI NA CRIAÇÃO DE
CARTAZES INSPIRADOS NA FRANQUIA GOD OF WAR**

Memorial Descritivo de Projeto
apresentado ao Curso de Design do
Campus Agreste da Universidade Federal
de Pernambuco – UFPE, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
bacharel em Design.

Aprovado em: 08/05/2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Luciana L. Freire, MsC (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. MsC. Glenda Gomes Cabral (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. MsC. Maycon Gustavo Costa dos Anjos (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho. Primeiramente, gostaria de agradecer a minha namorada Thaiza Ferreira pelo apoio incondicional e compreensão durante todo o projeto. Sem você, não teria sido possível chegar até aqui.

Também gostaria de agradecer aos meus pais, que sempre me apoiaram em todos os meus estudos e me incentivaram a buscar sempre o melhor. Agradeço a minha orientadora Luciana Freire, por toda a paciência, dedicação e orientação durante a realização deste trabalho. Obrigado por acreditar em mim e por me ajudar a concluir a graduação.

A todos os amigos, colegas e professores que contribuíram para o meu crescimento e desenvolvimento acadêmico, o meu sincero agradecimento.

RESUMO

Este projeto tem como objetivo apresentar a aplicação da metodologia de projeto proposta por Bruno Munari no desenvolvimento de cartazes minimalistas inspirados na franquia de jogos God of War. Para alcançar essa meta, foi essencial utilizar um método combinado de produção e processo de design adaptado especificamente para este projeto. Na criação dos cartazes, a pesquisa bibliográfica sobre o minimalismo e design gráfico foi utilizada como base teórica para compreender e selecionar as características do estilo que seriam aplicadas ao produto final. Os processos metodológicos de Munari foram adaptados às especificidades da criação minimalista de cartazes, auxiliando na constituição e na qualificação das soluções desenvolvidas. Com essa abordagem metodológica, foi possível estabelecer uma base sólida para a criação dos cartazes, assegurando a aplicação coerente dos conceitos de minimalismo e design gráfico na comunicação visual da franquia God of War.

Palavras-chave: design gráfico; cartazes; god of war; minimalismo.

ABSTRACT

This project aims to present the application of the design methodology proposed by Bruno Munari in the development of minimalist posters inspired by the God of War game franchise. To achieve this goal, it was essential to use a combined production method and design process tailored specifically for this project. In creating the posters, bibliographical research on minimalism and graphic design was used as a theoretical basis to understand and select the characteristics of the style that would be applied to the final product. Munari's methodological processes were adapted to the specificities of the minimalist creation of posters, helping in the constitution and qualification of the developed solutions. With this methodological approach, it was possible to establish a solid base for the creation of the posters, ensuring the coherent application of the concepts of minimalism and graphic design in the visual communication of the God of War franchise.

Keywords: graphic design; poster; god of war; minimalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Poster cartaz God of War 3	12
Figura 2 –	Etapas da Metodologia de Bruno Munari (2002)	18
Figura 3 –	Cartazes de divulgação de God of War, God of War 3 e God of War (2018)	23
Figura 4 –	Painel semântico para composição dos cartazes	26
Figura 5 –	Conceitos	26
Figura 6 –	Resultados	28
Figura 7 –	Primeiras ideias de cartazes	29
Figura 8 –	Personagem Atreus (à esquerda) e paleta de cores (à direita)	31
Figura 9 –	Personagem Zeus (à esquerda) e paleta de cores (à direita)	32
Figura 10 –	Tela do jogo God of War 3 (à esquerda) e paleta de cores (à direita)	33
Figura 11 –	Personagem Kratos (à esquerda) e paleta de cores (à direita)	33
Figura 12 –	Tela do jogo God of War (à esquerda) e paleta de cores (à direita)	34
Figura 13 –	Tipografia God of War baixada do site dafont.com	35
Figura 14 –	Grid	36
Figura 15 –	1º Cartaz - Kratos busca algo do passado	37
Figura 16 –	2º Cartaz - Enfrentando o Pai	38
Figura 17 –	3º Cartaz - Kratos se sacrifica	38
Figura 18 –	4ºCartaz - Luto e vingança	39
Figura 19 –	5º Cartaz - Kratos vs Ares	39
Figura 20 –	Mockup de cartaz A3 baixado do site unblast.com	42
Figura 21 –	Simulação do 1º Cartaz	43
Figura 22 –	Simulação do 2º Cartaz	44
Figura 23 –	Simulação do 3º Cartaz	44

Figura 24 –	Simulação do 4º Cartaz	45
Figura 25 –	Simulação do 5º Cartaz	45
Figura 26 –	Resultado da Enquete	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	JUSTIFICATIVA	13
1.2	OBJETIVOS	15
2	PROJETO	16
2.1	METODOLOGIA	16
2.1.1	Classificação e da pesquisa e procedimento metodológicos	16
2.1.2	Metodologia de Design: Bruno Munari (2002)	18
3	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL	21
3.1	BRUNO MUNARI (2002) APLICADO AO PROJETO GRÁFICO	21
3.1.1	Etapa 1: Problema	22
3.1.2	Etapa 2: Definição do Problema	24
3.1.3	Etapa 3: Componentes do Problema	24
3.1.4	Etapa 4: Coleta de Dados	25
3.1.5	Etapa 5: Análise de Dados	27
3.1.6	Etapa 6: Criatividade	29
3.1.7	Etapa 7: Materiais e Tecnologias	30
3.1.8	Etapa 8: Experimentações	35
3.1.9	Etapa 9: Modelos	37
3.1.10	Etapa 10: Verificação	40
3.1.11	Etapa 11: Desenho de Construção	40
3.1.12	Etapa 12: Solução	40
4	DETALHAMENTO TÉCNICO E ESPECIFICAÇÕES	42
5	CONCLUSÃO	46
	REFERÊNCIAS	47
	APÊNDICE A – Pesquisa realizada com usuários	50

1 INTRODUÇÃO

O minimalismo antes de apresentar-se como estilo de vida já havia sido explorado pelas artes no século XX. O minimalismo é um movimento que tem crescido e que tem a internet como lugar central de propagação e discussão (ROJAS & MOCARZEL, 2015). A ideia gira em torno da Simplicidade Voluntária (VS), começando pela redução do consumo e estendendo-se a todas as áreas da vida: trabalho, alimentação, relacionamentos, saúde. A ideia é viver com menos, equilibrando apenas o necessário e deixando o excesso de lado.

Acredita-se amplamente que as características das obras minimalistas estão enraizadas na tendência do modernismo que surgiu durante a revolução industrial e tem influência em vários campos da arte.

É mais provável que, apesar da palavra [minimalismo] ter sido cunhada naquele momento, o conceito que designa tenha sido cristalizado com o calor de uma tendência a abstração em todas as artes desde o princípio do século XX: da pintura e a escultura até à arquitetura passando pelo teatro, a música ou o desenho industrial, do construtivismo russo à Bauhaus passando pelo neoplasticismo holandês. (ZABALBEASCOA; MARCOS, 2001, p. 56)

O minimalismo é popular na sociedade desde os anos 1960, e as principais características da arte é ser discreta, sucinta e “direto ao ponto”. Nos últimos anos, esse movimento artístico começou a se integrar mais profundamente na sociedade para influenciar a expressão artística, estilo de vida, moda, arquitetura e outras expressões de arte e design.

Segundo Vittorio E. Savi (1998), uma das expressões que melhor sintetiza o espírito minimalista, *Less is more*, foi cunhada por Mies, considerado um dos grandes mestres da arquitetura moderna. Essa expressão da arte mínima, ou minimalismo, tem se destacado ao longo dos anos, também no campo do design. Isso porque nossos costumes estão mudando e há uma necessidade cada vez maior de looks sutis, leves e estilizados, de rápida compreensão e simplicidade.

Um estilo de vida minimalista ou minimalismo pode ser considerado uma forma específica dentro da ampla estrutura da Simplicidade voluntária (VS). Os princípios do minimalismo giram em torno da ideia de que a simplicidade voluntária e consumir apenas o necessário levará à felicidade e a uma vida simples (HAUSEN, 2019). Um

dos objetivos dos minimalistas é reduzir o consumo por impulso da sociedade, mas ainda fazer parte da mesma sociedade (ROJAS & MOCARZEL, 2015).

Então, porque é uma mudança pessoal, é um modo de vida, as motivações para se mudar para um estilo de vida minimalista são variadas. Como resultado, o caminho a seguir para os minimalistas permanece incerto. Em sua obra Haussen (2019) explica o processo de tomada de decisão envolvido na transição do materialista para o minimalista.

Este trabalho demonstrará algumas das etapas importantes que fazem parte do processo de criação de arte ilustrativa para transmitir uma mensagem com design minimalista de forma concisa e impactante. Neste estudo, detalharemos alguns cartazes importantes da história de Kratos², mergulhando na produção de ilustrações minimalista, onde personagens, enredos e cenas episódicas serão contextualizados dentro da proposta do trabalho que é a criação de cartazes minimalista para a franquia que são explicitamente violentos deixando assim com especificidades com uma temática realista e com menos violência.

Com uma história tão densa e cheias de reviravoltas, em pesquisa feita pelo portal IGN (2021) nas suas redes sociais, God of War (2018) foi o eleito o melhor jogo de todos os tempos³ e de acordo com o site TechTudo, God of War (2018) foi o grande vencedor do prêmio de Jogo do Ano no *The Game Awards 2018*.⁴ Na trama inicial dos primeiros jogos da franquia, acompanhamos Kratos em busca de vingança contra a morte de sua esposa e filha, e no decorrer da história, vemos que ela é contada de diversas maneiras e com diferentes estilos artísticos, como o realismo, cartunismo e o minimalismo.

Uma das características marcantes dos cartazes da franquia God of War é a representação de cenas brutais e impactantes. Na figura 1, por exemplo, vemos Kratos em meio a uma batalha sangrenta, empunhando suas lâminas do Caos com o

² Kratos é o principal protagonista anti-heroico da série God of War. Nascido em Esparta, Kratos foi um general militar que se tornou um Deus, e se vingou dos deuses do Olimpo, que o traíram.

³ GAMEVICIO. "God of War vence enquete da IGN como melhor jogo de todos os tempos". Disponível em: <https://www.gamevicio.com/noticias/2021/09/god-of-war-vence-enquete-da-ign-como-melhor-jogo-de-todos-os-tempos/>. Acesso em: 10 abr. 2023. Obs.:

⁴ TECHTUDO. The Game Awards 2018: confira os vencedores e anúncios da premiação. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/12/the-game-awards-2018-confira-os-vencedores-e-anuncios-da-premiacao.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2023.

rosto coberto de sangue. Essa imagem transmite a essência do jogo, que é a violência e a vingança.

Figura 1 - Poster cartaz God of War 3.



Fonte: POP ARTE POSTER (2021).

No entanto, é possível perceber que a utilização do minimalismo poderia trazer benefícios para a comunicação visual desse tipo de cartaz. Para Munari (2002), a simplicidade é o meio mais eficaz de comunicar uma mensagem complexa. Ao reduzir as formas e cores ao essencial, os elementos gráficos se tornam mais claros e diretos, facilitando a compreensão da mensagem pelo espectador.

Assim, ao aplicar o minimalismo em um cartaz de God of War, seria possível manter a essência brutal do jogo, mas de forma mais clara e objetiva. Com o uso de silhuetas e cores contrastantes, seria possível transmitir a mesma intensidade e impacto visual dos cartazes atuais, mas de forma mais simples e eficiente na comunicação da mensagem.

A violência nos jogos, como também aparece em outras mídias populares como televisão, rádio e cinema, visa ensinar dentro de seu assunto o que é imoral e chocante. Para Benjamin (1987), esta é a forma mais fundamental de contrariar a vanguarda moral e gerar uma nova necessidade que vai além das características básicas de diversão e imersão que os jogos proporcionam, incutindo nos jogadores

um desejo pela arte corrompida que os jogos proporcionam, isso significaria apenas a construção de um gosto estético especial e confronto moral, não necessariamente o desenvolvimento da violência.

Fazer as coisas “ficarem mais próximas” é uma preocupação tão apaixonada das massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem ou antes, na sua cópia, na sua reprodução. (BENJAMIN, 1987, p. 171).

Vale ressaltar que, neste trabalho, os cartazes produzidos possuem caráter publicitário e também se configuram como suporte gráfico inspirador para artistas, designers, trabalhadores da área criativa e setores afins. Além de traduzir as informações em um arranjo visual, os cartazes constroem apreciação estética e também ajudam a destacar a expressão cultural de quem os pendura na parede, seja em sua sala ou em um ambiente de trabalho.

1.1 JUSTIFICATIVA

O movimento artístico do minimalismo foi diretamente influenciado por outros movimentos como o Concretismo e o Expressionismo Abstrato. Alguns artistas minimalistas também foram influenciados pelo movimento literário da poesia concreta, que buscava explorar a visualidade da palavra escrita. A simplicidade formal e a redução de elementos eram características comuns a esses movimentos, que influenciaram os artistas minimalistas na busca pela expressão artística objetiva e livre de subjetividade. “Quase qualquer coisa rotulada de minimal será automaticamente vista por alguns como austera, monocromática, abstrata, e assim por diante, independentemente de sua aparência efetiva” (BATCHELOR, 2001, p. 7).

Embora a definição do que é minimalismo possa parecer complexa, as obras minimalistas são geralmente reconhecidas por sua economia formal distintiva. Ou seja, apesar da aparente ambiguidade na definição do movimento, suas obras apresentam uma clara simplicidade e precisão que as tornam facilmente identificáveis. Essa estética minimalista é alcançada por meio da eliminação cuidadosa de elementos desnecessários e da ênfase em formas geométricas simples, resultando em uma arte que transmite muito com poucos elementos. “A identificação entre

simplicidade e minimalismo, como toda a generalização, ultrapassa suas próprias contradições e extrapola as artes e os artistas”. (ZABALBEASCOA; MARCOS, 2001, p. 18,).

Neste projeto descobrimos a possibilidade de abordar um tema que interessa a muitos designers: a lenda de God of War; a possibilidade de retratar momentos extraordinários e utilizar uma das técnicas mais admiradas da atualidade, nomeadamente o minimalismo. Portanto, este estudo também se justifica pela necessidade de demonstrar habilidades adquiridas na graduação em design, que são essenciais em diversas práticas da profissão. Devido ao estilo, além da necessidade de conhecer e entender os princípios do design para criar trabalhos gráficos, a arte minimalista foi escolhida para as ilustrações.

A franquia God of War, foi escolhida por representar um grupo de jogos visivelmente violentos que faz sucesso no mercado de videogames, além de abordar temas maduros de traição, sexo, família e vingança, dando à série certa profundidade narrativa, que consideramos ser analisado e discutido. A ideia deste trabalho surgiu da preocupação com o potencial dos videogames em manter as pessoas engajadas e imersas na mesma atividade por um período de tempo considerável, o que nos levou a buscar razões que pudessem justificar o estado dos jogos violentos, como a franquia de jogos em questão.

O design gráfico será explorado para apresentar alguns dos temas importantes que serão utilizados na produção deste estudo, serão abordados tópicos de teoria da cor, tipografia e outros elementos que podem ser necessários para a execução de pôsteres ilustrados.

A escolha da obra gráfica em questão - cartaz - é necessária uma vez que também pode servir como objeto decorativo e pode ser encontrada em locais públicos onde a sua utilização é gratuita, esta escolha visa o interesse do consumidor final, quer seja ou não ele entende a história retratada na ilustração. De acordo com Meggs (2009, p. 275) o intuito de um cartaz é chamar a atenção e a sua “mais leve excentricidade não estará deslocada desde que desperte a curiosidade e com isso capture a atenção dos passantes [...]”.

1.2 OBJETIVOS

Geral

- Desenvolver uma proposta de projeto gráfico minimalista para a franquia de jogos God of War, através da criação de 5 cartazes ilustrados que apresentem aspectos de estética minimalista.

Específicos

- Identificar os aspectos do design minimalista e sua importância;
- Analisar as características dos jogos da franquia God of War;
- Realizar um estudo de campo com usuários dos jogos através de questionário;
- Aplicar o método de Munari para alcançar os objetivos deste projeto.

2 PROJETO

Durante este capítulo serão descritos a concepção e desenvolvimento dos cartazes minimalistas, seguindo as diretrizes estabelecidas pela metodologia escolhida, que será apresentada na parte 2 deste documento. No capítulo 3, serão apresentadas as etapas do desenvolvimento do projeto, demonstrando como as ferramentas escolhidas foram utilizadas em cada fase do processo. Para garantir a correta execução do projeto, é fundamental que o detalhamento técnico e as especificações necessárias sejam apresentados com clareza. Assim, no Capítulo 4 deste documento, todas as informações necessárias para a materialização do projeto serão fornecidas, incluindo normas técnicas, especificações de materiais e outras informações relevantes para a produção dos cartazes minimalistas.

2.1 METODOLOGIA

2.1.1 Classificação da Pesquisa e procedimentos metodológicos

A metodologia desse projeto organizou as ideias em ordem cronológica e permitiu visualizar os prazos previstos. Metodologia é o estudo de métodos, técnicas e ferramentas para solução de problemas teóricos e práticos. O uso de tecnologia no desenvolvimento de projetos, com processos lógicos, criativos e avaliação do tempo, torna o aprendizado prazeroso. Então é possível definir de maneira concisa o que compreendemos como metodologia científica,

Assim pode-se dizer que a metodologia [...] consiste no estudo, na geração e na verificação dos métodos, das técnicas e dos processos utilizados na investigação e resolução de problemas, com vistas ao desenvolvimento do conhecimento científico. O conhecimento científico se constrói por meio da investigação científica, da pesquisa utilizando-se a metodologia. (RODRIGUES, 2006, p.19).

Este trabalho adotou a metodologia do projeto experimental, visando oferecer aos estudantes de design gráfico uma experiência prática na produção de cartazes minimalistas inspirados na franquia God of War. O objetivo foi criar opções de cartazes que exibam menos violência e ressaltem a eficácia, beleza e simplicidade do estilo minimalista em diversas áreas.

Além disso, este trabalho acadêmico é parte de um estudo que foi pouco abordado nos últimos anos e que ainda pode ser muito explorado: o minimalismo. Tanto o trabalho quanto o tema abrem caminhos para análises mais profundas, como o impacto desse estilo na identidade visual da franquia God of War e quais as mudanças que pode proporcionar para a franquia e para o cliente final, ou novos estudos e projetos que incentivem a junção do minimalismo com essa área de jogos.

Portanto, usar essa abordagem pode tornar o desenvolvimento de produtos mais ágil e eficiente, garantindo que os designers tenham suporte durante a criação e desenvolvimento de coleções. Rech (2002) concorda, observando que o desenvolvimento de produtos que emerge de projetos tem melhor desempenho do que o desenvolvimento de produtos empíricos.

Desenvolver uma metodologia de trabalho é tarefa árdua, mas é fundamental imprimir esse esforço para que o processo possa ser reproduzido, especialmente quando o produto do designer é desenvolvido por uma equipe. Sem um sistema abrangente capaz de descrever, organizar as etapas do processo de criação, guiar as decisões a serem tomadas, abrangendo todos os aspectos envolvidos, não há como assegurar a qualidade dos projetos elaborados, que passarão a depender tão somente de rompantes de criatividade sem assegurar a possibilidade de continuidade no desenvolvimento da produção. (CASTILHO, 2007, p.1).

Um dos objetivos desta pesquisa é explorar a aplicação dos princípios de design gráfico na criação de cartazes minimalistas e investigar a relação entre o contexto do usuário e a percepção do produto final. A abordagem utilizada é descritiva e exploratória, buscando compreender como o design minimalista pode ser aplicado na criação de cartazes e como essa escolha estética afeta a percepção do público-alvo.

A pesquisa se concentrará em obter feedback quantitativo dos usuários, com o intuito de compreender quais momentos serão mais marcantes e relevantes para serem abordados nos cartazes, para que haja uma melhor exploração da técnica minimalista na criação dos mesmos. Para isso, será utilizado um questionário para coletar informações e opiniões dos usuários sobre os momentos mais marcantes da franquia, que podem ser traduzidos visualmente em cartazes. A partir das respostas obtidas, será possível identificar padrões e preferências, para que a criação dos cartazes seja mais eficiente e atenda às expectativas da pesquisa.

Dessa forma, a pesquisa pretende contribuir para a compreensão da aplicação do design minimalista na criação de cartazes e fornecer informações úteis para designers e profissionais de comunicação visual que desejam utilizar essa abordagem estética em seus projetos.

2.1.2 Metodologia de Design: Bruno Munari (2002)

Para enquadrar este trabalho, optou-se por adotar o método desenvolvido por Bruno Munari (2002). Os autores apontam que o design é fácil quando você sabe o que fazer. Ele comparou o método a uma receita de arroz verde e o definiu como uma série de operações necessárias, organizadas em uma ordem lógica e determinadas pela experiência. A seguir, serão apresentadas explicações mais detalhadas sobre essas operações, as quais podem ser visualizadas na Figura 2, que ilustra as etapas a serem trabalhadas.

Figura 2 - Etapas da Metodologia de Bruno Munari (2002).



Fonte – Adaptado pelo autor (2023).

As etapas da metodologia de Bruno Munari (2002) são:

- **Problema:** Nessa etapa, o objetivo é identificar e definir claramente qual é o problema que se deseja resolver ou o objetivo que se deseja alcançar;
- **Definição do problema:** Aqui, o problema é definido de maneira mais precisa e detalhada. É importante entender todos os aspectos e limitações do problema para poder encontrar uma solução adequada;

- **Componentes do problema:** Nessa etapa, é importante analisar os componentes do problema e entender como eles se relacionam. Isso ajuda a identificar possíveis soluções para o problema;
- **Coleta de dados:** É preciso coletar informações relevantes e necessárias para entender melhor o problema e encontrar soluções para ele. Isso pode incluir pesquisa de mercado, entrevistas com usuários ou especialistas, entre outras fontes;
- **Análise de dados:** Depois de coletar dados, é importante analisá-los para extrair insights relevantes que possam ajudar na solução do problema;
- **Criatividade:** Nessa etapa, é hora de usar a criatividade para gerar ideias e soluções para o problema. O objetivo é gerar uma grande quantidade de ideias para depois filtrá-las e selecionar as mais viáveis;
- **Materiais e tecnologias:** É importante identificar quais materiais e tecnologias serão necessários para implementar a solução escolhida;
- **Experimentação:** Aqui, é hora de testar as soluções escolhidas em pequena escala e avaliar o seu desempenho. Isso ajuda a identificar possíveis problemas e ajustar a solução antes de implementá-la em grande escala;
- **Modelo:** Nessa etapa, é criado um modelo que represente a solução escolhida de maneira mais detalhada. Isso ajuda a visualizar como a solução será implementada na prática;
- **Verificação:** É importante verificar se o modelo criado na etapa anterior atende aos requisitos e objetivos definidos na etapa de definição do problema;
- **Desenho de construção:** Aqui, é hora de criar um desenho técnico que detalhe como a solução será implementada na prática. Isso ajuda a garantir que a solução seja implementada corretamente;
- **Solução:** Por fim, é hora de implementar a solução escolhida e avaliar seus resultados. Se necessário, ajustes podem ser feitos para melhorar a solução.

Nas próximas seções deste projeto, cada etapa será expandida e contextualizada no design que foi construído segundo Munari (2002). O método de projeto não é absoluto nem definitivo para o designer. Ele pode ser modificado caso sejam encontrados outros valores objetivos que melhorem o processo. Isso está relacionado com a criatividade do profissional, que ao aplicar o método, pode

descobrir algo que o aprimore. As regras do método não bloqueiam a personalidade do designer, ao contrário, estimulam a descoberta de coisas que eventualmente poderão ser úteis também aos outros.

Munari (2002) também enfatiza que o método serve como guia e divisor para ajudar os designers a permanecerem dentro dos limites da viabilidade do projeto e evitar erros que surjam com o pensamento puramente informal. A abordagem metodológica de Bruno Munari (2002) é linear e composta por diferentes etapas, onde a etapa anterior é pré-requisito para a próxima. No entanto, a definição e colocação de cada etapa do processo no diagrama de fluxo do método é flexível, permitindo que os conceitos sejam ajustados, adicionados e removidos conforme necessário

No texto anterior, foi apresentada a metodologia de Bruno Munari (2002) como referência para o desenvolvimento de projeto gráfico. No entanto, mesmo sendo uma metodologia bem estabelecida, ela não apresenta todos os detalhes e elementos técnicos que são necessários para a aplicação efetiva em projetos reais de design gráfico. É por isso que, no capítulo 3, serão fornecidos mais detalhes sobre esses elementos e níveis técnicos, de modo a garantir a compreensão completa e adequada da metodologia e sua aplicação correta na prática. Dessa forma, outros autores serão citados com o objetivo de preencher as lacunas deixadas por Munari e oferecer uma perspectiva mais completa e abrangente do processo de desenvolvimento de projeto gráfico.

3 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

3.1 BRUNO MUNARI (2002) APLICADO AO PROJETO GRÁFICO

Para um projeto bem-sucedido é essencial uma série de etapas preliminares para definir o caminho a ser seguido. O briefing é uma etapa inicial fundamental no processo de desenvolvimento de projetos de comunicação visual, que tem como objetivo reunir informações relevantes sobre o marketing, o público-alvo, a concorrência e os objetivos do projeto (BRUCE; COOPER; VAZQUES, 1999). Estas etapas são fundamentais para alinhar as expectativas entre os envolvidos e definir claramente o escopo do projeto.

Assim como Munari, para Phillips (2007), o briefing é composto por informações cruciais, tais como a definição clara dos objetivos, natureza e contexto do projeto, bem como a descrição minuciosa do público-alvo e a análise da coerência entre os objetivos de negócio e as estratégias de design utilizadas. É importante conhecer suas características, necessidades e comportamentos para desenvolver uma comunicação eficiente.

Por fim, o conceito deve ser definido, ou seja, a ideia central que norteará todo o projeto. É importante que o conceito seja claro e bem definido, para garantir que todas as decisões de design estejam alinhadas e contribuam para a transmissão da mensagem desejada. Com todas essas etapas bem definidas, é possível seguir para as próximas fases do projeto com mais segurança e assertividade: “O sucesso do projeto depende [...] [do briefing] e de um uso eficaz das soluções visuais como ferramentas para a comunicação durante o projeto” (MOZOTA, 2011, p. 234). O briefing do projeto, contendo em seu escopo diretrizes a se seguir em todo o processo de produção dos cartazes são:

- **Briefing:** O objetivo deste projeto é desenvolver uma série de cartazes minimalistas que capturem a essência da franquia de jogos God of War, a fim de serem utilizados em campanhas publicitárias para promover a marca. Como os jogos mais antigos serão relançados, a ideia é que esses cartazes alcancem um público mais amplo e diversificado, aumentando o interesse e o consumo do produto.

- **Público-alvo/Persona:** Com base no briefing pré-estabelecido, este projeto tem como público-alvo jogadores de Playstation e PC que são **ávidos**⁵ por conhecimento acerca dos mais diversos jogos disponíveis no mercado. Jovens e adultos entre 13 e 70 anos aficionados por jogos eletrônicos, especialmente aqueles que conheçam a história, porém ainda não jogaram, tentar os atrair por trazer uma abordagem diferente na comunicação publicitária dos jogos, que valorizam a estética minimalista e buscam produtos relacionados de qualidade.
- **Conceito:** De acordo com os dados obtidos para a persona e o briefing deste projeto, os cartazes devem transmitir a força, a emoção e a brutalidade dos personagens e cenários da franquia, utilizando elementos gráficos simples e impactantes. O minimalismo deve ser utilizado de forma estratégica, valorizando a expressão dos personagens e a atmosfera dos cenários.

Nesta próxima seção será demonstrado como se estabelece a metodologia de Bruno Munari (2002) para a especificidade do projeto de criação de cartazes minimalista. A flexibilidade dessa abordagem permite a adoção de métodos e ferramentas complementares, também abordadas em etapas específicas do trabalho utilizando os *softwares Procreate* e *Photoshop* na criação dos designs, e questionário online para coleta de dados quantitativos. A aplicação da metodologia adaptada está organizada em seções subsequentes seguindo as 12 etapas do método Munari.

3.1.1 Etapa 1: Problema

A metodologia de Munari (2002) parte de uma etapa que o autor denominou "problema". O problema identificado neste projeto experimental foi a violência excessiva na divulgação de cartazes de jogos de videogame (figura 3). Durante a pesquisa realizada, foi observado que muitos desses cartazes eram compostos por imagens agressivas e extremamente violentas, o que pode ser ofensivo para muitas pessoas e prejudicar a reputação da indústria de videogames.

⁵ Grifo nosso

Figura 3 - Cartazes de divulgação de God of War, God of War 3 e God of War (2018)



Fonte – Compilação do autor ⁶ (2023)

Diante desse cenário, a exploração por uma estética diferente para os cartazes de jogos foi necessária, com o objetivo de propor uma alternativa aos cartazes violentos. A técnica minimalista, que consiste em utilizar o mínimo de elementos para transmitir uma mensagem clara e concisa, chamou a atenção como uma forma eficaz de atingir esse objetivo. Acredita-se que essa estética pode ajudar a mudar a percepção negativa dos jogos de videogame e trazer uma nova perspectiva para a divulgação desses produtos.

Portanto, o problema identificado no projeto experimental é a violência excessiva na divulgação dos cartazes de jogos de videogame e a necessidade de encontrar uma nova abordagem estética para resolver esse problema. Com a técnica minimalista, espera-se criar cartazes que sejam visualmente atraentes e chamativos, sem recorrer à violência excessiva ou imagens ofensivas.

⁶ ELO7. Big Poster Gamer God of War. Disponível em: <<https://www.elo7.com.br/big-poster-gamer-god-of-war-tamanho-90x60-cm-lo013/dp/C1125B>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

EUROPPOSTERS. God of War 3. Disponível em: <<https://www.europosters.fr/affiches-et-posters/god-of-war-3-pick-up-v14515>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

EUROPPOSTERS. Playstation - God of War. Disponível em: <<https://www.europosters.pt/posters/playstation-god-of-war-v81360>>. Acesso em: 10 abr. 2023. Obs.: Imagens disponíveis em grande varejista de posteres.

3.1.2 Etapa 2: Definição do Problema

De acordo com Munari (2002), é importante que, ao definir um problema, o designer não busque imediatamente por ideias para solucioná-lo. Antes disso, é fundamental compreender o problema como um todo e determinar o escopo do trabalho a ser realizado.

No caso do projeto de criação de cartazes minimalistas, o problema identificado foi a presença excessiva de violência nas divulgações de jogos de videogame, o que pode não atrair um certo público que está sendo almejado num futuro relançamento dos jogos mais antigos para as novas plataformas, como o Playstation 5 e o computador. Com a técnica minimalista, pretende-se criar cartazes com imagens e cores que não recorram à violência ostensiva, mas que ainda assim sejam atrativos e chamativos para o público.

Nessa fase, foi feito um esboço do projeto e foram identificadas as suas principais orientações, como a utilização da técnica minimalista e a inspiração na franquia God of War. A definição do problema permitiu estabelecer os limites do projeto e direcionar as próximas etapas do trabalho.

3.1.3 Etapa 3: Componentes do Problema

Munari (2002) propõe que os problemas sejam divididos em diferentes componentes, que são entendidos como todos os elementos que compõem um problema. Esses componentes foram classificados em duas categorias: indiretos e diretos.

Os componentes indiretos são aqueles que não afetam diretamente a implementação do projeto, mas ainda assim são importantes, como o público-alvo que será atingido pelos cartazes e a série God of War que serviu como fonte de inspiração para o projeto.

Já os componentes diretos são aqueles que contribuem diretamente para a solução final do problema. No caso desse projeto, o tema (representação minimalista da saga God of War), a forma (como os elementos foram dispostos no cartaz) e a cor (escolhida para transmitir a essência do jogo) foram componentes diretos cruciais para a construção dos cartazes.

Essa separação entre os componentes ajuda a visualizar e entender todos os aspectos do problema que devem ser considerados durante a execução do projeto gráfico. As etapas para identificar esses componentes devem ser vistas como uma estruturação panorâmica ou um resumo do problema. Essa visão geral facilita as fases subsequentes da abordagem organizacional, como a coleta e análise de dados, para ajudar a entender o problema e construir a lógica do cenário.

Em resumo, a metodologia proposta por Munari (2002) enfatiza a importância de identificar e classificar todos os componentes de um problema, sejam eles indiretos ou diretos. Essa separação ajuda a entender melhor o problema como um todo e facilita as etapas posteriores do projeto.

3.1.4 Etapa 4: Coleta de Dados

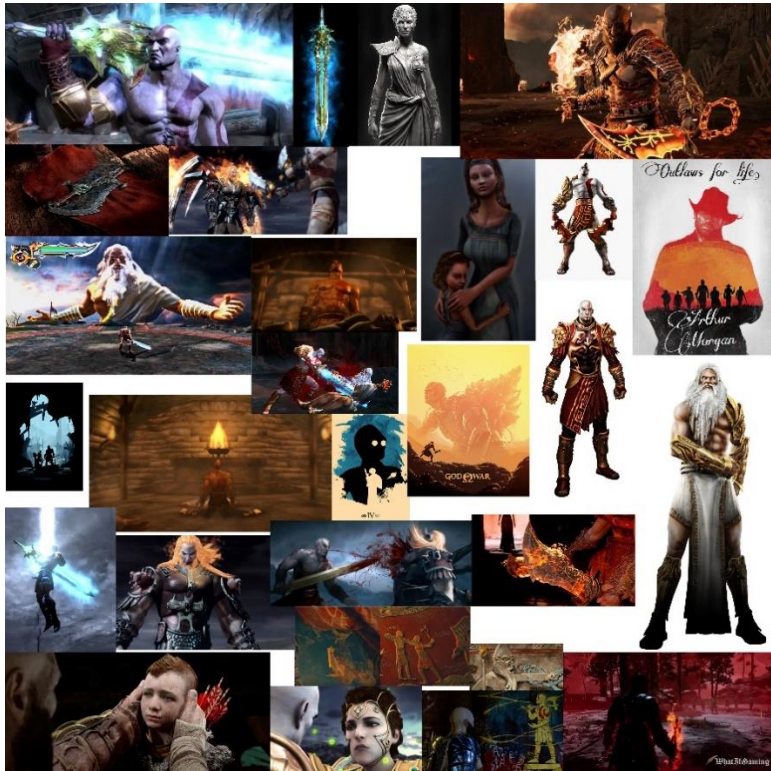
Durante a fase de coleta de dados, aprofundou-se a compreensão dos componentes identificados na etapa anterior. Esta fase foi fundamental para a construção de uma base sólida para o projeto gráfico, permitindo uma visão mais clara das possibilidades e restrições presentes na criação dos cartazes minimalistas inspirados em God of War.

A primeira fase desta etapa foi realizada através de uma pesquisa detalhada de referências visuais que pudessem auxiliar na concepção dos cartazes. Foram buscadas imagens e elementos visuais relacionados à franquia God of War, além de exemplos de cartazes minimalistas de outras produções. A organização e análise desses dados permitiram a identificação de elementos comuns e relevantes que poderiam ser aplicados ao projeto. Tal como Munari, Sanches (2007) afirma que a coleta e análise de imagens é uma técnica muito utilizada no desenvolvimento de projetos gráficos, pois permite uma compreensão mais ampla das correntes estéticas que refletem os comportamentos sociais. Ao examinar e interpretar uma variedade de imagens, como fotografias, ilustrações e peças gráficas, é possível identificar padrões e tendências visuais, que podem ser utilizados para criar designs que ressoam com o público-alvo.

Nesta etapa, painéis semânticos (figura 4) foram construídos para sintetizar os dados coletados nas etapas anteriores. Realizou-se esta tarefa de síntese, pois ela contribui para a direção do sistema do projeto. Esses painéis dão suporte a todo o processo criativo. Assim como Munari, Sorger e Udale (2009, p. 26) também afirmam

que “painéis de inspiração, tema e conceito são essencialmente destilações de pesquisa”.

Figura 4 - Painel semântico para composição dos cartazes



Fonte – Painel elaborado pelo autor (2023).

Para a escolha dos conceitos dos cartazes minimalistas, utilizou-se uma metodologia baseada na análise da preferência do público por cenas da franquia God of War. A partir de uma tabela com 12 cenas selecionadas pelo autor (Figura 5).

Figura 5 - Conceitos

CONCEITOS			
KRATOS BUSCA ALGO DO PASSADO	A LUTA CONTRA BALDUR	ESPANCANDO O PAI	LUTO E VINGANÇA
KRATOS E DEIMOS SE UNEM PARA DERROTAR THANATOS	KRATOS SE SACRIFICA	A CAIXA DE PANDORA	A BATALHA DO COLOSSO RHODES
OS FANTASMAS DO PASSADO	O COMBATE CONTRA HÉLIO	A BATALHA CONTRA HÉRCULES	KRATOS VS ARES

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para coletar dados nesta fase, optou-se pela utilização de questionários quantitativos, os quais foram disponibilizados na plataforma online *Google Forms*. Essa técnica permitiu uma coleta de dados eficiente, além de possibilitar a análise e tabulação das respostas de forma organizada e ágil. Com isso, buscou-se obter informações relevantes acerca do tema estudado, garantindo a qualidade dos resultados e a precisão das análises realizadas. Tal como Munari, segundo Attri (2022), ao começar um novo projeto, a fase de planejamento é essencial, e o seu desenvolvimento pode ser facilitado se a equipe tiver à disposição dados que podem influenciar nas constantes tomadas de decisão do processo.

O questionário aplicado nesta pesquisa coletou informações quantitativas, através de uma enquete com 12 opções, sendo elas cenas e momentos marcantes da mitologia de *God of War*. Da mesma forma que Munari, Cervo e Bervian (2002) afirmam que o questionário é a forma mais comum de coletar dados, pois permite medir com maior precisão as informações desejadas.

Durante a pesquisa, o questionário foi disponibilizado por meio da plataforma *Google Forms*, sendo divulgado em grupos do Facebook relacionados ao tema de jogos. O questionário permaneceu acessível por um período de 5 dias, e foi possível obter um total de 52 respostas válidas. Assim como Munari, de acordo com Silva (2021, p.46) "Questionários aplicado de forma online têm como vantagem a praticidade para o designer e para o voluntário além de uma maior quantidade de participantes." A análise dos dados coletados será realizada na etapa de "**Análise de dados**", onde serão estudados e descritos com mais detalhes.

Esta pesquisa com o público-alvo foi necessária para mapear quais conceitos devem ser considerados na produção final dos cartazes. As respostas obtidas e o questionário estão disponíveis na seção de apêndice deste projeto.

3.1.5 Etapa 5: Análise de Dados

A pesquisa por referências visuais foi fundamental para nortear o processo criativo do design dos cartazes, garantindo que as representações minimalistas fossem fiéis às cenas originais e mantivessem o impacto visual desejado. A partir das referências selecionadas (figura 4), foram exploradas técnicas e elementos do design

minimalista que melhor se adequassem às cenas escolhidas, buscando transmitir a mensagem de forma clara e objetiva.

A análise de dados obtidos através da enquete teve como objetivo identificar as cenas mais populares entre os usuários do jogo, o que permitiu uma avaliação precisa da sua adaptabilidade para serem transformadas em cartazes minimalistas. Nessa etapa, foram levados em consideração aspectos como a composição visual das cenas, o equilíbrio entre os elementos presentes, a complexidade das formas e a possibilidade de serem representadas de forma minimalista.

De acordo com a figura 6, podemos visualizar as 5 cenas que receberam mais votos.

Figura 6 - Resultados

RESULTADOS	
16 VOTOS	KRATOS BUSCA ALGO DO PASSADO
9 VOTOS	KRATOS SE SACRIFICA
7 VOTOS	KRATOS VS ARES
7 VOTOS	LUTO E VINGANÇA
4 VOTOS	ENFRENTANDO O PAI (ZEUS)

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Além disso, é importante destacar que a escolha dos conceitos dos cartazes também levou em conta a sua capacidade de transmitir a essência dos jogos, mesmo com a redução de elementos visuais característica do estilo minimalista. Assim, a escolha final dos conceitos foi baseada não apenas na sua popularidade, mas também na sua adequação ao propósito do projeto experimental, que era o objetivo geral deste trabalho.

Com a coleta e análise de dados realizada de forma integrada, foi possível obter uma visão mais completa do problema e identificar possíveis caminhos para a solução. Esta etapa é crucial para a fase de ideação, que será abordada na próxima etapa da metodologia de Munari (2002).

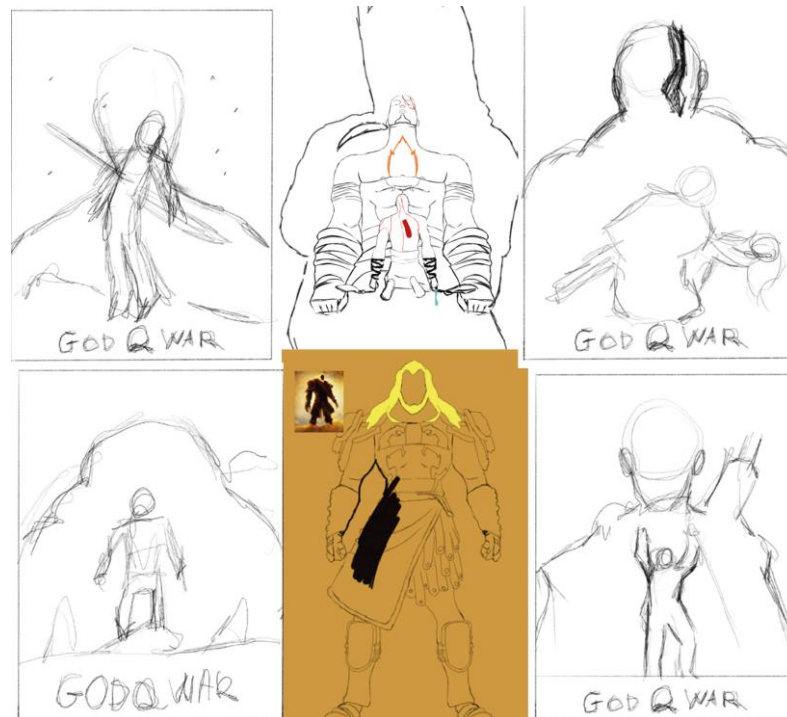
3.1.6 Etapa 6: Criatividade

Durante esta fase, foi absorvida soluções alternativas para o problema gerado com base na análise realizada anteriormente. Munari (2002) aponta que o designer não tem ideia do resultado final e sua criatividade não analisa adequadamente os componentes do problema. As soluções para problemas gerais do desenvolvimento dos cartazes são de coordenação criativa, levando em consideração todos os dados coletados e analisados, com referência aos componentes do problema. Portanto, segundo Munari (2002), a criatividade ainda está no escopo do problema.

Dessa forma, para estimular a criatividade, Munari (2002) sugere a realização de uma ampla gama de atividades, como desenhar, fotografar, coletar referências, prototipar, entre outras. Ele também defende que as ideias devem ser geradas em grande quantidade e sem censura inicial, e depois selecionadas e refinadas posteriormente, tal como foi realizado neste trabalho.

Assim, foram geradas várias ideias e esboços iniciais (figura 7), a partir das referências visuais coletadas na etapa anterior. Foram exploradas diversas opções de formas, cores e composições, buscando a melhor expressão visual para cada cena escolhida.

Figura 7 - Primeiras ideias de cartazes



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A criação de esboços nesta etapa permitiu avaliar diferentes alternativas e possibilidades, e ir refinando as ideias até chegar a um conceito mais preciso. Também permitiu testar as soluções de forma rápida e fácil, facilitando a identificação de erros ou falhas nas ideias. Ao final dessa etapa, foi possível selecionar as ideias mais promissoras para serem desenvolvidas e aprimoradas na próxima fase do projeto.

Outra importante contribuição de Munari para a criatividade é a ideia de que a solução para um problema não precisa ser única. Munari (2002) argumenta que muitas vezes há várias soluções possíveis, e que o designer deve avaliar cada uma delas em termos de sua eficácia e viabilidade, como foco na natureza do projeto.

Em resumo, a etapa da criatividade na metodologia de Munari (2002) é fundamental para gerar ideias inovadoras e viáveis para a solução do problema. Ela requer disciplina, estimulação constante e a geração de uma grande quantidade de ideias para serem selecionadas e refinadas posteriormente.

3.1.7 Etapa 7: Materiais e Tecnologias

Segundo Munari (2002), a fase “Materiais e Tecnologias” foi aplicada afim de realizar outra operação de coleta de dados, mas relacionada aos materiais e técnicas à disposição do designer para execução do projeto. Nesta etapa, o foco se volta para a escolha das cores, imagens e tipografia que serão utilizadas no projeto final. Nesta fase, é importante considerar a aplicação das cores e como elas serão percebidas pelo público-alvo, bem como as técnicas de reprodução e os materiais a serem utilizados na produção dos cartazes.

Tal como Munari, Banks e Fraser (2007) afirmam que é essencial escolher as cores com cautela, levando em consideração o impacto que elas terão na percepção do público e na comunicação da mensagem do projeto. A partir do entendimento de como a cor funciona e é utilizada, é possível analisar com mais clareza as estratégias de marketing e publicidade, e escolher aquelas que melhor se adequam ao público-alvo. É preciso considerar a harmonia das cores, a legibilidade do texto e a relação entre as cores escolhidas e as imagens utilizadas. Além disso, é necessário pensar na aplicação das cores em diferentes contextos, como em diferentes tamanhos de impressão ou em diferentes meios de divulgação.

Assim como Munari, Barros (2006) detalha que a cor é capaz de transmitir ideias, atmosferas e emoções, e pode chamar a atenção do público de maneira forte e direta, sutil ou progressiva, em diversos tipos de projetos, incluindo arquitetônicos, industriais, gráficos, virtuais, cenográficos, fotográficos e cinematográficos, além das artes plásticas.

A escolha das cores para um design é uma das etapas mais importantes do processo criativo, pois é através delas que será possível transmitir uma mensagem visual impactante e coerente com o tema proposto, utilizando o *software Photoshop*, foi possível selecionar a cor desejada de forma precisa e eficiente por meio da ferramenta “conta gotas”, que permite extrair a cor diretamente da imagem de referência escolhida. No caso do primeiro cartaz, que representa Kratos e Atreus, a cor principal escolhida foi o amarelo (figura 8).

Figura 8 - Personagem Atreus (à esquerda) e paleta de cores (à direita)



Fonte: Modificado a partir de <<https://godofwar.fandom.com/wiki/Atreus>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

Essa cor foi escolhida por diversos motivos. Primeiramente, o amarelo é uma cor vibrante que chama a atenção e transmite sensações positivas, como alegria e esperança. Além disso, a escolha dessa cor está relacionada com a paleta de cores do personagem Atreus, que utiliza o amarelo em seu traje e armadura.

A escolha da cor para o cartaz que representa a batalha entre Kratos e Zeus foi realizada com base na análise da paleta de cores do personagem Zeus. Optou-se pelo azul, uma cor que evoca a sensação de força, poder e imponência, características que combinam com a figura de Zeus, que é o deus mais poderoso da mitologia grega.

O azul também é uma cor que simboliza a confiança, a tranquilidade e a serenidade, o que pode ser interpretado como a confiança e a tranquilidade que Zeus sentia em seu próprio poder durante a batalha. Além disso, essa cor também remete ao céu, que é o lugar onde os deuses habitam na mitologia grega, reforçando a ideia da grandeza e divindade do personagem (figura 9).

Figura 9 - Personagem Zeus (à esquerda) e paleta de cores (à direita)

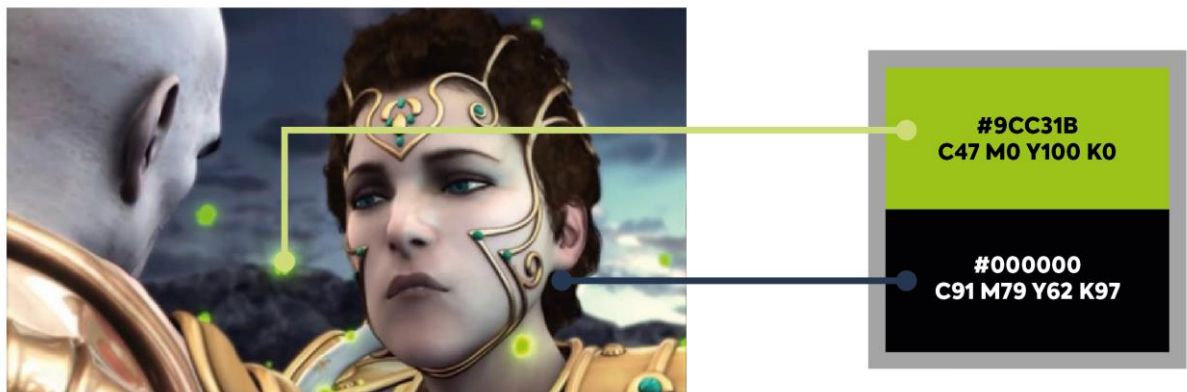


Fonte: Modificado a partir de

<https://www.youtube.com/watch?v=GSz7KjHluBE&ab_channel=DMenor11>. Acesso em: 10 abr. 2023

A escolha da cor verde para representar o sacrifício de Kratos perante Athena tem como base a simbologia dessa cor, que remete à natureza e à renovação. Essa tonalidade representa a esperança, a fertilidade e a vida, características que se encaixam perfeitamente na ideia de renovação que está presente nesse momento do enredo. Além disso, o verde é uma cor que traz equilíbrio e harmonia visual ao cartaz, ajudando a transmitir a mensagem de forma mais clara e eficiente. A escolha da cor foi feita com base na análise da paleta de cores presente na cena, bem como nas emoções e sensações que ela evoca (figura 10).

Figura 10 - Tela do jogo God of War 3 (à esquerda) e paleta de cores (à direita)



Fonte: Modificado a partir de < <https://www.quora.com/What-was-Athenas-message-in-God-of-War-3>>. Acesso em: 10 abr. 2023

O cartaz que representa a tragédia pessoal de Kratos e a morte de sua família apresenta a cor vermelha como destaque principal (figura 11). Essa tonalidade é escolhida devido à sua associação com sentimentos de intensidade e paixão, bem como para representar situações de perda e luto. Essa escolha cromática transmite visualmente o peso emocional e a gravidade da história de Kratos de forma impactante. Além disso, a seleção da cor vermelha foi baseada em uma análise da paleta de cores das cenas relacionadas à tragédia familiar de Kratos na narrativa do jogo. Dessa forma, a tonalidade vermelha é capaz de expressar a emoção e o drama dessa parte da história de uma maneira visualmente poderosa, sem a necessidade de muitas outras cores.

Figura 11 - Personagem Kratos (à esquerda) e paleta de cores (à direita)



Fonte: Modificado a partir de < <https://t2.tudocdn.net/218556?w=660&h=670>>. Acesso em: 10 abr. 2023

O cartaz laranja é dedicado ao primeiro grande desafio de Kratos, a batalha contra Ares, o primeiro Deus da Guerra (figura 12). Essa cor foi escolhida por representar a paixão e determinação do personagem, que foram fundamentais para sua vitória na batalha épica. O laranja é uma cor que traz consigo energia, excitação e entusiasmo, características que se alinham perfeitamente com a personalidade combativa de Kratos e com a intensidade da batalha contra Ares. A escolha desse tom também pode ser relacionada à ideia de fogo, elemento frequentemente associado à guerra e à luta, e que reforça ainda mais o simbolismo do cartaz.

Figura 12 - Tela do jogo God of War (à esquerda) e paleta de cores (à direita)



Fonte: Modificado a partir de <<https://pt.ign.com/god-of-war-4-2/58390/gallery/todos-os-deuses-que-kratos-matou?p=1>>. Acesso em: 10 abr. 2023

Já em relação às imagens, é importante considerar a forma como elas se relacionam com as cores escolhidas e como elas irão transmitir a mensagem do projeto. É preciso pensar no enquadramento, na proporção e na composição das imagens, além de escolher imagens que sejam relevantes para o público-alvo e para o tema do projeto. Munari (2002) enfatizou a necessidade de executar o projeto utilizando materiais e técnicas que contribuam para os melhores resultados possíveis com o menor custo possível.

Para transmitir a essência dos jogos nos cartazes, utilizou-se uma técnica que consistiu em representar os personagens em momentos marcantes da história através de silhuetas. Dessa forma, foi possível transmitir a intensidade das batalhas e a jornada emocional do protagonista Kratos, elementos que são fundamentais na narrativa da franquia. Essa técnica permite criar uma identidade visual forte e marcante, que chama a atenção do público e ajuda a promover a marca. Além disso,

as silhuetas conferem um aspecto mais abstrato aos personagens, tornando-os mais universais e permitindo que o público se identifique com eles de forma mais ampla. Esta etapa permite trabalhar com os estereótipos dos personagens, trazendo uma rápida identificação ao assunto.

Assim como Munari, Eisner (2005) conta que a arte dos quadrinhos trabalha com representações facilmente identificáveis de comportamentos humanos. Os desenhos servem como reflexos no espelho e dependem das experiências armazenadas na memória do leitor para que possam ser prontamente visualizados ou processados como uma ideia.

A utilização da tipografia (figura 13) e do logo original de cada jogo na identificação dos cartazes é uma estratégia eficaz para manter a identidade visual e a familiaridade com os fãs da franquia God of War. Essa escolha permite que cada cartaz seja facilmente associado a um jogo específico, ao mesmo tempo em que reforça a ideia de que cada cena representada é uma parte importante da história da franquia como um todo.

Figura 13 - Tipografia God of War baixada do site dafont.com

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao utilizar a tipografia e o logo de cada jogo, é possível transmitir a ideia de que cada cartaz é uma homenagem à franquia God of War, reforçando a importância da história e dos personagens em cada um dos jogos. Dessa forma, os cartazes não são apenas uma representação visual de cenas marcantes da franquia, mas também uma forma de celebrar e valorizar a sua história e legado.

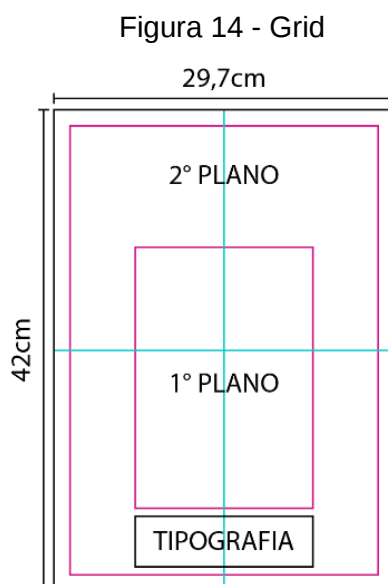
3.1.8 Etapa 8: Experimentações

Aplicando Munari (2002), a etapa experimental é fundamental para a descoberta de novas aplicações para materiais, técnicas e instrumentos. No contexto da criação de cartazes minimalistas, essa fase permite a experimentação com diversos elementos, incluindo o uso de números e padrões que podem ser aplicados de diferentes formas. Nessa fase, é possível realizar mudanças de escala, cor e

posição, buscando sempre aprimorar soluções alternativas para os problemas que surgem ao longo do processo criativo.

Além dos experimentos numéricos, a fase experimental envolve testes práticos que buscam encontrar novas opções e definir as melhores alternativas para o projeto. É nesse momento que novos recursos, aplicações e formas de solucionar problemas podem surgir, permitindo que o projeto evolua de maneira criativa e inovadora.

Além disso, durante a fase experimental, também foi definido o grid que seria utilizado nos cinco cartazes do projeto (figura 14), garantindo uma unidade visual e facilitando a produção dos mesmos.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Assim como Munari, Roberts (2009) afirma que o uso de grids na composição de elementos em uma peça gráfica é fundamental para auxiliar o designer a decidir como cada elemento será posicionado e distribuído na página. De acordo com a autora, essa técnica apresenta diversas vantagens, como aspectos psicológicos, estéticos e funcionais. Os grids são uma ferramenta essencial para a organização de elementos textuais e visuais em uma peça gráfica. Eles são compostos por um conjunto de linhas que se cruzam e ajudam a criar uma estrutura sólida e coesa.

No entanto, é importante ressaltar que o uso excessivo e inflexível do grid pode limitar a criatividade e restringir a experimentação visual. Por isso, é preciso saber usar o grid de forma inteligente e flexível, de modo a aproveitar suas vantagens sem abrir mão da liberdade criativa. O grid deve ser visto como uma ferramenta, e não

como uma camisa de força, e deve ser adaptado às necessidades específicas de cada projeto. Portanto, é interessante buscar um equilíbrio e desenvolver também “estruturas flexíveis que expressem sensibilidade” (ROBERTS, 2009, p. 11)

3.1.9 Etapa 9: Modelos

Esta é a fase de esboço parcial do projeto final, embora ainda precise passar por três etapas finais: validação, protótipo final e obtenção da solução desejada. Em situações onde não há recursos financeiros e tempo hábil disponíveis para o desenvolvimento de amostras físicas, os modelos podem ser considerados a melhor alternativa aos experimentos digitais.

A etapa de modelos é crucial no processo de criação de cartazes minimalistas, pois é nela que os esboços finais são apresentados. Nessa etapa, é possível observar como as ideias iniciais foram desenvolvidas e aprimoradas, até chegarem aos modelos finais. No caso do projeto em questão, foram criados cinco modelos de cartazes minimalistas, cada um representando um momento importante da história do jogo God of War.

O primeiro cartaz (figura 15) traz Kratos e seu filho Atreus, com a cor principal sendo o amarelo, simbolizando a esperança e a busca pela redenção.

Figura 15 - 1 ° Cartaz - Kratos busca algo do passado



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O segundo cartaz (figura 16) retrata a batalha épica entre Kratos e Zeus, com a cor principal sendo o azul, representando força e poder.

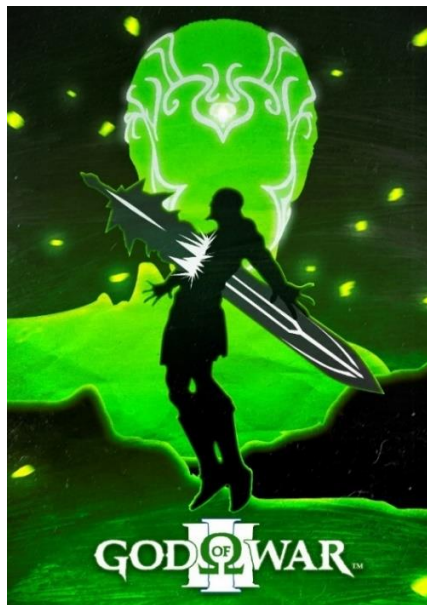
Figura 16 - 2º Cartaz - Enfrentando o Pai



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O terceiro cartaz (figura 17) traz a morte de Kratos perante Athena, com a cor verde remetendo à natureza e renovação.

Figura 17 - 3º Cartaz - Kratos se sacrifica



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

O quarto cartaz (figura 18) representa a tragédia pessoal de Kratos, a morte de sua família, com a cor vermelha transmitindo uma sensação de perda e luto.

Figura 18 - 4º Cartaz - Luto e vingança



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Já o quinto cartaz (figura 19) simboliza o primeiro grande desafio de Kratos, a batalha contra Ares, com a cor laranja representando paixão e determinação.

Figura 19 - 5º Cartaz - Kratos vs Ares



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Esses modelos são cuidadosamente desenvolvidos com base nos esboços anteriores e no grid definido para os cinco cartazes. Além disso, as cores são escolhidas com base na paleta de cores dos personagens e momentos retratados em cada cartaz. Essa etapa foi essencial para garantir que o resultado final atenda aos objetivos do projeto e transmita a mensagem desejada de forma clara e impactante.

3.1.10 Etapa 10: Verificação

Após seguir o método de Munari (2002), a etapa de validação do projeto foi realizada por parte do autor, a fim de verificar a adequação do projeto às suas necessidades. No caso da criação de cartazes minimalistas, é comum surgirem questionamentos sobre a preferência de um modelo em relação a outro. Os resultados desse estudo foram analisados para identificar possíveis ajustes e modificações, visando aprimorar os modelos para projetos futuros.

Nessa fase, também foram examinadas questões relacionadas a custo e viabilidade de produção. Este é o estágio em que garantimos que o produto criado funcionará corretamente. Os modelos devem ser verificados antes de serem selecionados. Assim como nas outras etapas, esse é um momento muito importante para avaliar se realmente funcionou e o principal: se o problema foi resolvido.

3.1.11 Etapa 11: Desenho de construção

Após a validação do autor, os cartazes minimalistas podem ser enviados para a produção do protótipo final. Para garantir clareza e legibilidade, foram considerados elementos como a simplicidade e o baixo custo na construção dos cartazes. Além disso, informações sobre o processo de impressão também foram levadas em conta para adequação do design. Detalhes técnicos e especificações serão apresentados na seção "**Detalhamento técnico e especificações**". Cabe ressaltar que o uso de medidas precisas e técnicas de construção são essenciais para garantir a qualidade do produto final.

3.1.12 Etapa 12: Solução

A etapa final do processo de criação do cartaz consiste na concretização do desenho de construção, que foi desenvolvido ao longo das etapas anteriores, com o objetivo de cumprir o briefing e solucionar o problema apresentado. É nesta fase que o cartaz é materializado, a partir das definições estabelecidas ao longo da metodologia. O protótipo é, então, submetido a uma análise final, que tem por objetivo identificar possíveis melhorias no projeto, que poderão ser realizadas em estudos futuros.

Com base no método proposto para o desenvolvimento deste trabalho, busca-se a possibilidade de construção de narrativas visuais utilizando elementos da franquia God of War para a criação de cartazes minimalista. Através das etapas descritas, foi finalizada com uma solução em que essas características sejam demonstradas por experimentos estéticos e materiais.

Nesta próxima seção, os resultados serão apresentados de forma mais tangível por meio de simulações feitas em *mockups*, a fim de demonstrar o desenvolvimento completo desta série de projeto gráfico. As simulações, que envolvem a aplicação dos elementos gráficos em diferentes suportes e formatos, servem como uma forma eficaz de avaliar a sua efetividade e funcionalidade antes de finalizar o projeto. Dessa forma, podemos garantir que as escolhas de design realizadas ao longo do processo estão alinhadas com as expectativas e objetivos do projeto, permitindo que possíveis ajustes sejam feitos de forma antecipada.

4 DETALHAMENTO TÉCNICO E ESPECIFICAÇÕES

O cartaz é uma peça publicitária de grande importância para a divulgação de eventos, produtos e serviços. Sendo assim, é essencial que ele seja elaborado seguindo especificações técnicas para que sua impressão seja de alta qualidade e fidelidade principalmente, para cumprir o método.

Um cartaz A3 (figura 20) tem as dimensões de 297mm x 420mm. Para uma impressão com alta qualidade, a resolução recomendada é de 300dpi. O perfil de cor pode variar de acordo com o tipo de impressora e tinta utilizados, mas a utilizada será o perfil de cor CMYK para impressão em papel. Quanto ao tipo de papel, é recomendado utilizar um papel com gramatura de pelo menos 120g/m², como o papel couché, que é comumente usado para impressão de cartazes. É importante também considerar a margem de segurança para que não haja perda de informação importante na impressão final, além de verificar as especificações de sangria e margem de corte, se houver.

Figura 20 - Mockup de cartaz A3 baixado do site unblast.com



Fonte: Modificado a partir de < <https://unblast.com/free-a3-poster-mockup-psd/>>. Acesso em: 10 abr. 2023

Além disso, o arquivo para impressão será enviado para a gráfica no formato PDF/X1a, para garantir que todas as fontes e imagens estejam incorporadas e prontas para a impressão. Isso assegura que as cores dos cartazes serão reproduzidas de maneira fiel à sua versão digital e que a qualidade final da impressão será precisa.

Dessa forma, todas essas especificações técnicas são fundamentais para garantir que o cartaz atinja seu objetivo de comunicar de forma clara e eficiente sua mensagem ao público-alvo.

A etapa de prototipagem é de extrema importância em qualquer projeto, pois é nesse momento que é possível garantir a qualidade do resultado. No caso específico da criação de cartazes, a utilização de simulações digitais em *mockups* foi uma estratégia fundamental para criar modelos que permitissem visualizar como as artes seriam apresentadas na “vida real” antes mesmo da impressão.

Assim como Munari, Levy (2021) afirma que um protótipo digital serve como prova de conceito para testar a solução antes de sua criação completa. O objetivo do protótipo é fornecer ao usuário uma experiência similar à final, podendo ser criado de forma rápida ou demorada e com custo baixo ou alto.

Essa estratégia foi essencial para avaliar de forma mais precisa o layout dos cartazes (figuras 21, 22, 23, 24 e 25), considerando aspectos como alinhamento, proporção e cores utilizadas, e para fazer ajustes necessários antes da produção final. Dessa forma, a prototipagem contribuiu para o desenvolvimento de um projeto gráfico mais consistente e alinhado com os objetivos propostos.

Figura 21 - Simulação do 1º Cartaz



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Figura 22 - Simulação do 2º Cartaz



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Figura 23 - Simulação do 3º Cartaz



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Figura 24 - Simulação do 4º Cartaz



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Figura 25 - Simulação do 5º Cartaz



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Através desses *mockups*, podemos verificar possíveis erros e problemas de execução que poderiam afetar a qualidade da impressão, e fazer os ajustes necessários para garantir a coerência com o conceito definido para o projeto. Essa técnica também permite experimentar diferentes opções de layout e cores, para encontrar a melhor combinação possível e obter um resultado mais preciso.

5 CONCLUSÃO

Através da metodologia de Bruno Munari (2002) conseguiu-se propor uma solução para o problema estudado, cumprindo os objetivos específicos do projeto e desenvolvendo um produto visualmente atrativo de acordo com a proposta desta pesquisa, simbolicamente condizente com a metodologia utilizada em produtos do mesmo nicho e com uma função bem aplicada a qual permite a fácil utilização e com uma interface para todo tipo de público. A metodologia aplicada teve sucesso ao orientar as diversas fases do projeto.

Durante o desenvolvimento do projeto, uma das principais dificuldades enfrentadas foi a escassez de artigos e documentos que abordassem especificamente o tema dos cartazes minimalistas com enfoque em jogos, tornando a busca por uma base científica desafiadora para a execução do trabalho e a prototipação dos materiais.

Acredita-se que este projeto possa abrir a possibilidade para que outros designers, através de novas pesquisas, possam desenvolver projetos voltados para a construção de cartazes minimalista inspirados na franquia God of War baseado na metodologia de Bruno Munari (2002), produzindo novos cartazes que exponham menos violência e melhorando a vida dos competidores e aos que estão à sua volta. Já no cunho pessoal, sabe-se que as pesquisas desenvolvidas e o conhecimento adquirido no decorrer deste projeto contribuirão para o crescimento do autor como designer e ser humano.

Conclui-se que o processo metodológico de Bruno Munari (2002) foi adaptado às especificidades desse trabalho no desenvolvimento de cartazes, auxiliando na construção da composição e qualificação das soluções; sendo complementado na medida em que permite a flexibilidade de utilização de outros métodos e ferramentas para ajudar na especificidade de cada novo projeto. Espera-se que o trabalho contribua para projetos futuros na área de design gráfico e digital.

REFERÊNCIAS

- ATTRI. **Pesquisa de Usuário**, Attri. Disponível em: <https://www.attri.com.br/servicos/ux/pesquisa-de-usuario>. Acesso em: 12 abr. 2023.
- BARROS, L R. M. **A Cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2006.
- BATCHELOR, David. **Minimalismo**. Tradução: Célia Euvaldo. São Paulo: Cosac Naify, 2001.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política. Obras Escolhidas, vol. 2**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- BRUCE, M.; COOPER, R.; VAZQUES, D. **Effective Design management for small business. Design Studies**, v. 20, p.297-325, 1999.
- CASTILHO, Kathia; AZEREDO, Vera; BARRETTO, Marcos Ribeiro Pereira. **O que a metodologia em design pode aprender com a engenharia de software?** Anais: 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design, Rio de Janeiro 2007.
- CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- DMenor11. **What was Athena's message in God of War 3**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=GSz7KjHluBE&ab_channel=DMenor11. Acesso em: 10 abr. 2023.
- EISNER, Will. **Narrativas gráficas**. 1ª ed. São Paulo: Devir Livraria, 2005.
- EUROPOSTERS.IT. **God of War 3 - Pick Up**. Disponível em: <https://www.europosters.it/poster/god-of-war-3-pick-up-v14515>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- EUROPPOSTERS. **Playstation - God of War**. Disponível em: <https://www.europosters.pt/posters/playstation-god-of-war-v81360>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- EUROPPOSTERS. **God of War 3**. Disponível em: <https://www.europosters.fr/affiches-et-posters/god-of-war-3-pick-up-v14515>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- ELO7. **Big Poster Gamer God of War**. Disponível em: <https://www.elo7.com.br/big-poster-gamer-god-of-war-tamanho-90x60-cm-lo013/dp/C1125B>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- FRASER, T.; BANKS, A. **O guia completo da cor. 2. ed**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007. 224 p.
- GAMEVICIO. **"God of War vence enquete da IGN como melhor jogo de todos os tempos"**. Disponível em: <https://www.gamevicio.com/noticias/2021/09/god-of-war-vence-enquete-da-ign-como-melhor-jogo-de-todos-os-tempos/>. Acesso em: 10 abr. 2023.
- GOD OF WAR WIKI. **Atreus**. Disponível em: <https://godofwar.fandom.com/wiki/Atreus>. Acesso em: 10 abr. 2023.

HAUSEN, Jennifer E. **Minimalist life orientations as a dialogical tool for happiness.** *British Journal of Guidance & Counselling*, v. 47, n. 2, p. 168-179, 2019.

IGN. **Todos os deuses que Kratos matou.** Disponível em: <https://pt.ign.com/god-of-war-4-2/58390/gallery/todos-os-deuses-que-kratos-matou?p=1>. Acesso em: 10 abr. 2023.

LEVY, Jaime. **Estratégia de UX – Técnicas de estratégias de produto para criar soluções digitais inovadoras.** Editora Novate c, 2021.

MEGGS, Philip B., **História do Design Gráfico.** Trad. Cid Knipel. 4 ed. Norteamericana. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MOZOTA, B. **Gestão do design: usando o Design para construir valor de marca e inovação corporativa.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2002.

PHILLIPS, P. **Briefing: a gestão do projeto de design.** São Paulo: Blucher, 2007.

QUORA. **What was Athena's message in God of War 3.** Disponível em: <https://www.quora.com/What-was-Athenas-message-in-God-of-War-3>. Acesso em: 10 abr. 2023.

RECH, Sandra. Regina. **Moda: por um fio de qualidade.** Florianópolis: UDESC, 2002.

ROBERTS, Lucienne. **Grids: soluções criativas para designers gráficos.** [organizado pelos] Editores da Rotovision. Porto Alegre: Bookman, 2009.

RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia científica: completo e essencial para a vida universitária.** [S.I]: Avercamp, 2006.

ROJAS, A. A.; MOCARZEL, M. M. V. **Da cultura visual à cultura material: o minimalismo como forma de expressão na sociedade de consumo.** *Alceu*, v. 16, n. 31, p. 131-140, 2015.

SANCHES, Maria Celeste de F. **A síntese visual como ferramenta projetual para a concepção de produtos de moda.** In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN (CIPED), 4., 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPED, 2007. 1 CDROM.

SAVI, Vittorio. **Minimalism in Architecture and the Other Arts.** New York: New York University Press, 1998.

SILVA, Hilário Abdias de Oliveira. **NEEK: desenvolvimento de um aplicativo móvel de comércio colaborativo de quadrinhos.** / Hilário Abdias de Oliveira Silva. 2021.

SORGER, Richard e UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda.** Porto Alegre. Bookman, 2009.

TECHTUDO. **The Game Awards 2018: confira os vencedores e anúncios da premiação.** Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/12/the-game->

awards-2018-confira-os-vencedores-e-anuncios-da-premiacao.ghtml. Acesso em: 10 abr. 2023.

TUDOCELULAR. **Sony lança artes exclusivas de God of War com Kratos e seu filho.** Disponível em: <https://t2.tudocdn.net/218556?w=660&h=670> . Acesso em: 10 abr. 2023.

UNBLAST. **Free A3 Poster Mockup PSD.** Disponível em: <https://unblast.com/free-a3-poster-mockup-psd/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

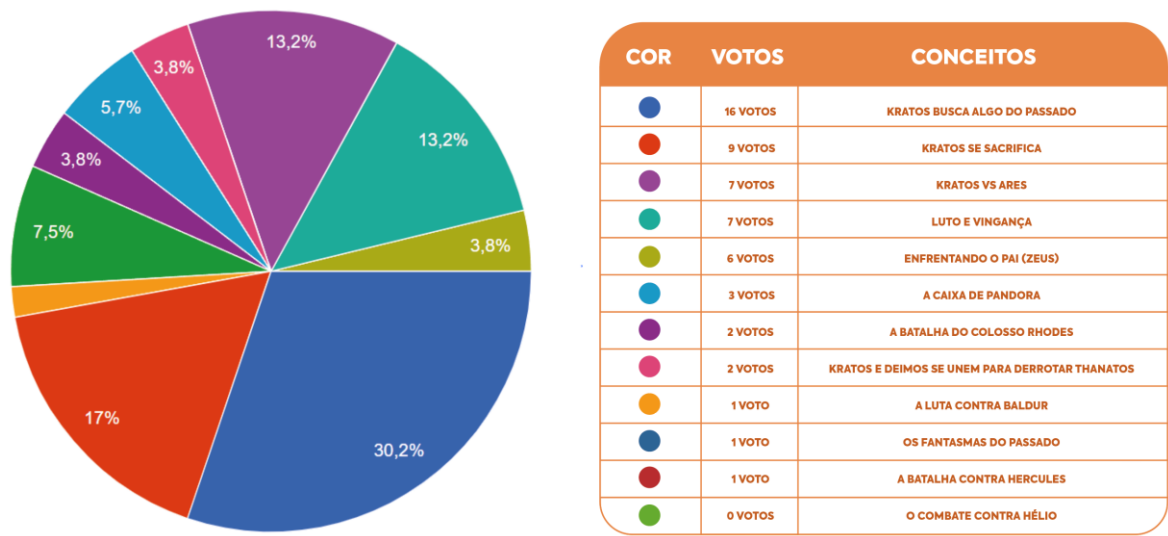
ZABALBEASCOA, Anatxu; MARCOS, Javier Rodríguez. **Minimalismos.** Barcelona: Gustavo Gili S.A, 2001.

APÊNDICE A – Pesquisa realizada com usuários

Acesse o questionário relacionado à escolha dos conceitos dos cartazes por meio deste link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSexsgLOiYkNcEh_dMnVVcUi2kCzXNzvZho_9LL5FhWu-34JcA/viewform?usp=sf_link

Respostas obtidas a partir do questionário compartilhado em grupos do Facebook. (Figura 26)

Figura 26 - Resultado da Enquete



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)