



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

DANIEL RENATO MANOEL DE BARROS

**DESENVOLVIMENTO DE UMA IDENTIDADE VISUAL PARA ILUSTRAR A CAPA
DO LIVRO: FAERE, HERDEIROS DO NOVO MUNDO**

Caruaru

2024

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

**DESENVOLVIMENTO DE UMA IDENTIDADE VISUAL PARA ILUSTRAR A CAPA
DO LIVRO: FAERE, HERDEIROS DO NOVO MUNDO**

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): Rosângela Vieira de Souza

Caruaru
2024

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

Barros, Daniel Renato Manoel de.

Desenvolvimento de uma Identidade Visual para ilustra a capa do livro :
Faere, Herdeiros do Novo Mundo / Daniel Renato Manoel de Barros. - Caruaru,
2024.

58 p. : il., tab.

Orientador(a): Rosângela Vieira Souza

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2024.

Inclui referências.

1. RPG. 2. Design. 3. Fada. 4. Logotipo. I. Souza, Rosângela Vieira .
(Orientação). II. Título.

760 CDD (22.ed.)

DANIEL RENATO MANOEL DE BARROS

**DESENVOLVIMENTO DE UMA IDENTIDADE VISUAL PARA ILUSTRAR A CAPA
DO LIVRO: FAERE, HERDEIROS DO NOVO MUNDO**

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: 10/12/2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Rosângela Vieira de Souza (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Sophia de Oliveira Costa e Silva (Examinadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Lucas José Garcia (Examinador)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Maria José de Barros, minha mãe, que sonhou com a minha formatura bem mais do que eu. Obrigado por todo o apoio; finalizar este curso e obter o diploma é completamente para você. Sei que, de onde estiver, está muito orgulhosa de mim.

Agradeço a todos os meus familiares que me impulsionaram e acreditaram em mim, especialmente minha irmã Rute Maria de Barros, que me deu um grande apoio nessa jornada em meio a uma pandemia. Sem você, eu não teria conseguido chegar até aqui.

Agradeço também a todos os meus amigos. Obrigado pelas inúmeras conversas enriquecedoras e por todo o apoio. Agradeço a Gutemberg Alexandre, que baixou todas as listas de alunos até encontrar a minha turma; a Vanessa Camila, que me guiou pelos corredores do campus para fazer minha matrícula; e aos meus irmãos Jhonatta, Saulo e Jailma, por sempre perguntar como estavam as coisas na faculdade. Mesmo à distância, nossa amizade não mudou absolutamente nada.

Aos meus colegas de curso, Diego, Pedro e Eulália, foi um prazer dividir essa árdua jornada com vocês. Que bom que, nessa reta final, ainda estamos juntos. Sou imensamente grato a todos os meus professores, que contribuíram ao longo de toda a minha jornada no curso e me fizeram ter amor e admiração por essa profissão. Um agradecimento especial à Rosângela Vieira, por, além de todas as aulas, ter aceitado ser minha orientadora neste projeto. Obrigado por todas as dicas e pelo carinho ao me orientar.

E, por último, mas não menos importante, agradeço ao meu esposo Rodolfo da Silva Santos, por todo amor e carinho e por sempre acreditar em mim. Obrigado pelo apoio incondicional e por toda ajuda durante o curso. Sem você, eu não seria o homem que sou hoje. Te amo.

RESUMO

O presente projeto surgiu com o objetivo de criar um logotipo para ilustrar a capa do livro de RPG de mesa *Faere: Herdeiro do Novo Mundo*, do autor Jhonatta Ramon. O desenvolvimento foi dividido em três fases, seguindo o método de criação de logotipos proposto por Peón no livro: *Sistemas de Identidade Visual*. O principal objetivo é capturar e expressar visualmente o universo mágico do jogo, proporcionando imersão no conteúdo já a partir da capa. O que resultou em uma marca nominativa, repleta de elementos de apoio que complementam sua identidade e refletem o objetivo geral deste projeto.

Palavras-chave: Design; RPG; Identidade Visual; Logo; Fada

ABSTRACT

The present project was created with the objective of designing a logo to illustrate the cover of the tabletop RPG book *Faere: Heir of the New World*, by author Jhonatta Ramon. The development was divided into three phases, following the logo creation method proposed by Peón in the book: *Visual Identity Systems*. The main objective is to capture and visually express the magical universe of the game, providing immersion into the content starting from the cover. This resulted in a wordmark, full of supporting elements that complement its identity and reflect the general objective of this project.

Keywords: Design; RPG; Visual Identity; Logo; Fairy

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Fluxograma Metodologia Maria Luísa Peón	14
Figura 2 –	Fluxograma adaptado	16
Figura 3 –	Esquema de Briefing	18
Figura 4 –	Livros de D&D	19
Figura 5 –	Cena da série Stranger Things	19
Figura 6 –	Livros de RPG	20
Figura 7 –	Brainstorm de Conceitos Faere	21
Figura 8 –	Dados, Miniaturas e Roupas de RPG	22
Figura 9 –	Livros de Runarcana, Tormenta 20 e Pathfinder	23
Figura 10 –	Painel Semântico	26
Figura 11 –	Geração de Alternativa	27
Figura 12 –	Alternativas Seleccionadas	28
Figura 13 –	Alternativa Seleccionada e Refinada a Mão	28
Figura 14 –	Primeiro Esboço Digital	29
Figura 15 –	Ramos	30
Figura 16 –	Flor e Borboleta	30
Figura 17 –	Print da tipografia escolhida para ser modelada	31
Figura 18 –	Exemplos de letras modificadas	31
Figura 19 –	Subtítulo (família tipográfica Bodoni Bd BT modificada)	32
Figura 20 –	Painel de cores da logo	32
Figura 21 –	Painel de Cores dos Backgrounds	33

Figura 22 –	Malha Construtiva	34
Figura 23 –	Versão em Cores	35
Figura 24 –	Teste de Cores	36
Figura 25 –	Logotipo Finalizado	37
Figura 26 –	Subtexto da Logo	38
Figura 27 –	Textos de Apoio	39
Figura 28 –	Logotipo Com Contorno	39
Figura 29 –	Logotipo Finalizado Com Subtítulo	39
Figura 30 –	Paleta de Cores de Background	41
Figura 31 –	Redução Mínima	42
Figura 32 –	Usos Incorretos de Backgrounds	43
Figura 33 –	Usos Incorretos do Logotipo	43
Figura 34 –	Margem de proteção	44
Figura 35 –	Limite da Margem Invadido	44
Figura 36 –	Usos Distorcidos e Esticados	44
Figura 37 –	Elementos de Apoio (ramos e brilhos)	45
Figura 38 –	Elementos de Apoio (flores e borboleta)	46
Figura 39 –	Elementos de Apoio (textos)	46
Figura 40 –	Bases de Apoio	47
Figura 41 –	Versões Com Contorno e Reduzida	47
Figura 42 –	Tipografias Escolhidas	48
Figura 43 –	Aplicações Corretas	48
Figura 44 –	Exemplos de Aplicações	49
Figura 45 –	Aplicação em Botton	49

Figura 46 –	Aplicação em Tags	49
Figura 47 –	Layouts de Stories e Feed	50
Figura 48 –	Aplicação em Caneca	50
Figura 49 –	Mockup Livros 1	51
Figura 50 –	Mockup Livros 2	51
Figura 51 –	Mockup Livros 3	52
Figura 52 –	Manual da Magia	52
Figura 53 –	Livro do Jogador	53
Figura 54 –	Manual dos Monstros	53
Figura 55 –	Guia do Mestre	54
Figura 56 –	Box de Livros	54
Figura 57 –	Box Invernal / Box Deus Druida	55
Figura 58 –	Box Devorador de Mentes / Box Ilha do Céu	55
Figura 59 –	Box Allfae / Box Terras Sombrias	56

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	METODOLOGIA.....	13
3	DESENVOLVIMENTO.....	17
3.1	Fase - A: Problematização.....	17
3.1.1	Briefing.....	17
3.1.2	Pesquisa de Mercado.....	19
3.1.3	Brainstorm de Conceitos.....	20
3.1.4	Público Alvo.....	22
3.1.5	Concorrentes e Similares.....	23
3.2	Fase - B: Concepção.....	25
3.2.1	Painel Semântico.....	25
3.2.2	Geração de Alternativa	26
3.2.3	Tipografia.....	31
3.2.4	Paleta de Cores.....	32
3.2.5	Solução.....	34
3.3	Fase - C: Especificação.....	40
3.3.1	Manual da Marca.....	40
3.3.2	Mockups.....	51
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
	REFERÊNCIAS.....	58

1 INTRODUÇÃO

O vasto universo dos RPGs de mesa é algo que vem se tornando cada vez mais popular nos dias atuais. Segundo a Business Research Insights (2024), é um mercado que cresce e conquista fãs fiéis ao longo dos anos, seja com livros, *cosplays*, equipamentos de jogo, grids de batalha, *action figures*, games, entre outros, aparecendo até mesmo no seriado de grande sucesso da Netflix, *Stranger Things*, onde os personagens da série jogam *Dungeons & Dragons*, um clássico do mundo RPG.

A sigla RPG, do inglês *role-playing game*, significa jogo de interpretação de personagens, basicamente, trata-se de um sistema de regras que, junto com dados e livros, define como o jogo é conduzido dentro de um universo fictício. O livro descreve o universo do jogo com o auxílio do mestre (jogador que narra a história) e também dita as regras, que definem o que cada personagem pode ou não fazer dentro do jogo. Os jogadores têm liberdade para criar e interpretar seus personagens, imersos em um universo onde viverão aventuras, completarão missões, coletarão itens e desenvolverão habilidades.

O nome “RPG de mesa” surgiu porque, originalmente, esses jogos eram realizados em casa, com os amigos ao redor de uma mesa, usando papel, lápis, uma malha quadriculada, dados de múltiplas faces e, claro, muita imaginação, segundo (WITWER 2016) em seu livro sobre a história de Gary Gygax, criador de *Dungeons & Dragons*. fala como a ideia do jogo surgiu de um compilado de experiências pessoais do criador. Com o avanço da tecnologia, o RPG de mesa não só se adaptou como inspirou inúmeras criações de jogos, hoje, existem diversos sites, fóruns e programas que facilitam a conexão remota com áudio e vídeo, além de oferecerem diversas ferramentas de personalização, permitindo que o jogo aconteça à distância.

Diante desse mercado, este projeto partiu da necessidade do escritor Jhonatta Ramon, autor do livro ainda em desenvolvimento *Faere: Herdeiros do Novo Mundo*, de ter um logotipo para ilustrar a capa de seu livro, repleto de elementos que reforçassem sua identidade e facilitasse sua disseminação nos amplos meios de comunicação para essas comunidades. Seu livro é um compilado de muita experiência coletada de suas mesas jogadas na infância, com um sistema baseado, em partes, no clássico *Dungeons & Dragons*, mas que também traz uma grande

inovação, permitindo que os jogadores criem suas próprias habilidades, o que faz com que tenham uma grande conexão com seu avatar criado, dando maior liberdade de customização.

Este universo fala sobre o povo Faere, que são fadas e que foram extintos há muitos anos. Tudo o que sobrou foi uma fagulha genética em alguns descendentes distantes, cujo sangue despertou esse traço mágico. Com isso, os jogadores serão imbuídos de uma conexão mágica ancestral, com habilidades e características únicas de seus antepassados, como transformações físicas e crescimento de asas, o que fará o RPG contar com um sistema único de batalhas aéreas. No entanto, os jogadores enfrentam um mundo repleto de preconceito e racismo, que não aceita sua existência. Além do sistema principal, *Faere* contará com contos que expandem o universo, abordando questões políticas, religiosas e culturais, inspiradas no mundo real, fazendo com que os jogadores vivenciem o impacto de pertencer a uma minoria oprimida e lutem contra um sistema que deseja sua extinção.

O grande desafio deste projeto era criar um logotipo que remetesse ao universo lúdico do livro, cujo sistema planeja imergir os jogadores em um mundo medieval envolto em guerras, política, cultura, magia, misticismo e muito mais. Sabendo que um logo é imprescindível para uma empresa, projeto ou produto, pois é o conjunto de seus elementos gráficos que vai singularizá-lo dentre outros no vasto mercado (Peón, 2009), e que vai construir toda a sua identidade visual, no caso de *Faere*, que faz parte do gênero *high fantasy* e possui um público-alvo bem específico, o logotipo precisa ser chamativo, fantasioso e imersivo, capturando a essência desse universo único.

OBJETIVO GERAL:

Criar uma Identidade Visual para ilustrar a capa do livro Faere, que remeta a toda a essência que o texto traz em seus contos, com elementos visuais e cores que reforcem seus conceitos e que tragam a fantasia à tona desde o primeiro contato com o público alvo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

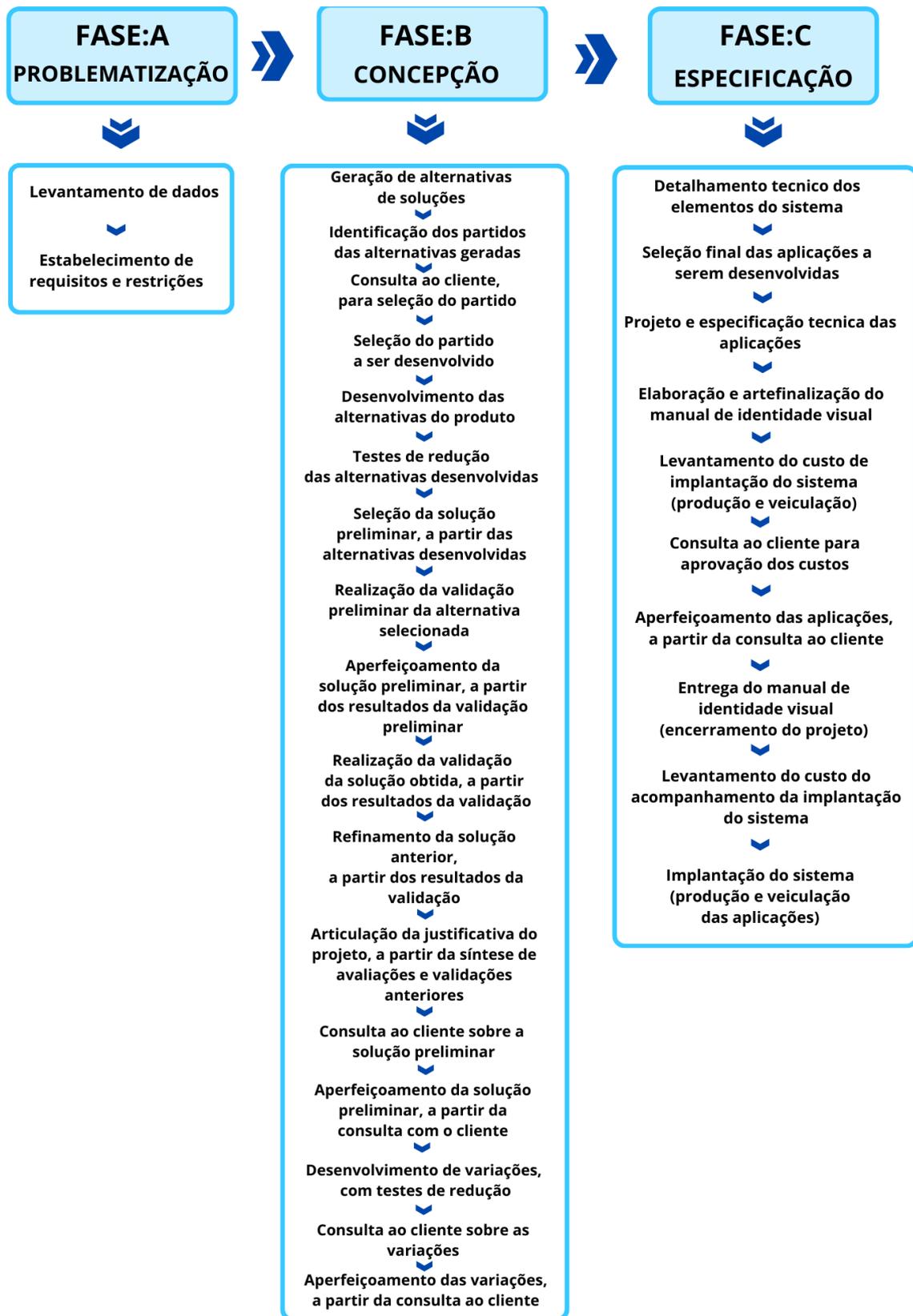
- Elaborar um subtítulo para acompanhar o logotipo em aplicações específicas, reforçando a identidade do projeto.
- Criar elementos visuais de apoio que acentuam o conceito fantasioso da obra, permitindo aplicações diversas e criativas em variadas plataformas digitais.
- Desenvolver uma paleta de cores que seja coerente tanto com as demandas do mercado quanto com as características únicas do projeto.
- Produzir variações do logotipo que possam se adaptar a diferentes backgrounds e formatos em diversas plataformas digitais.

2 METODOLOGIA

A metodologia usada como base para este projeto tem inspiração no método apresentado por Peón (2009) no livro *Sistemas de Identidade Visual*. Este método é projetado para garantir que a identidade visual de uma marca seja consistente e eficaz em todos os pontos de contato com o público. Segundo Peón (2009), o uso de uma metodologia é essencial na criação de um projeto, pois garante o sucesso do mesmo e ajuda a evitar erros, imprevistos e possíveis distrações. Ao adotar um método como base, é possível ter um maior controle das variáveis e tornar todo o processo mais objetivo.

Em seu livro, a projeção do sistema de identidade visual é dividida em três fases, cada uma abordando uma parte importante do processo a ser seguido. São elas: Problematização, Concepção e Especificação, como ilustra o fluxograma abaixo (Figura 1).

Figura 1: Fluxograma Maria Luísa Peón



Fase A- Problematização: Esta fase se resume a uma coleta de dados sobre o projeto, empresa ou produto em questão a ser trabalhado, de modo que se compreende o problema em questão e trace estratégias para solucioná-lo, este compilado de informações servirá como base sólida para as fases posteriores.

Fase B- Concepção: É quando as primeiras ideias e soluções serão esboçadas, de acordo com toda a coleta de informações da fase anterior, esta fase é dividida em cinco etapas:

- Geração de Alternativas – O objetivo principal dessa fase é gerar múltiplas opções de soluções visuais, explorando diversos caminhos com base nas diretrizes estabelecidas na fase anterior. Essas alternativas são agrupadas de acordo com um partido em comum.
- Definição do Partido – Nesta etapa, será escolhida, dentre as alternativas geradas, a direção conceitual e visual a ser seguida, garantindo que o projeto siga um caminho unificado e estratégico.
- Solução Preliminar – Nesta fase, uma das alternativas do partido será escolhida como solução preliminar e passará por uma série de testes e aplicações para verificar seu desempenho em diferentes suportes e contextos, estando sujeita a ajustes e refinamentos.
- Validação – Nesta etapa, a solução preliminar será submetida a validações com o público-alvo ou com o cliente para identificar detalhes que possam ter passado despercebidos e que podem representar fatores positivos a serem considerados.
- Solução – Nesta fase final da criação, são realizados os últimos aperfeiçoamentos. A solução preliminar já validada é apresentada e defendida para o cliente, juntamente com todos os outros elementos da identidade visual.

Fase C: Especificação: Nesta fase, será criado o manual de identidade visual, também conhecido por alguns designers como manual da marca. Esse documento tem o objetivo de registrar detalhadamente todos os elementos que compõem a identidade visual do projeto. A finalidade principal é assegurar que as futuras utilizações da marca sejam coerentes e consistentes, facilitando o trabalho de designers, fornecedores e demais profissionais envolvidos na aplicação e manutenção da identidade visual.

A metodologia de Peón, apesar de ser completa e versátil, foi utilizada apenas como base para este projeto, passando por adaptações que a tornaram mais adequada às necessidades específicas do projeto. Mantiveram-se as três fases principais (problematização, concepção e especificação), porém, com etapas resumidas e, em alguns casos, complementadas e melhor organizadas como mostra na (Figura 2).

O projeto foi desenvolvido sem algumas etapas do método original, pois o mesmo precisava de maior agilidade e praticidade em seu desenvolvimento, etapas que tomavam muito tempo, como testes, validações ou de coleta de informações foram repensadas e organizadas em novas etapas, que também funcionam e mantêm o mesmo nível de coesão, sem deixar nada de importante para trás.

Figura 2 - Fluxograma adaptado



Fonte: O autor

3. DESENVOLVIMENTO

Para o desenvolvimento do projeto, foram utilizados diversos softwares que contribuíram para a organização e criação das etapas. O Canva foi empregado para montar tabelas, painéis e transformar a coleta de informações em figuras visuais. Já o Paint Tool SAI e o Adobe Illustrator desempenharam papéis essenciais nas fases de ilustração e vetorização do logotipo. Além disso, toda a pesquisa de imagens foi realizada no Pinterest, que oferece uma ampla variedade de itens e referências visuais.

3.1 Fase A: Problematização

Essa fase é o ponto de partida crucial do projeto; ela consiste em realizar uma série de levantamentos de dados que proporcionarão consistência para as decisões posteriores da projeção, levantando questões fundamentais sobre a empresa ou produto e identificando suas necessidades e expectativas, como defende a autora:

Nesta primeira fase nada é necessariamente produzido. É, porém, uma fase essencial. Se não for bem realizada, o sistema a ser desenvolvido poderá até ser bem planejado, amplo e visualmente agradável, mas poderá ser completamente ineficiente - justamente porque não atenderá às necessidades (objetivas e simbólicas) do cliente e do seu público-alvo. (PEÓN, 2009, p.40)

Esta fase foi dividida em cinco partes para facilitar e organizar toda a pesquisa e coleta de dados que definem a fase de problematização. Os elementos a serem estudados e aprofundados são: briefing, pesquisa de mercado, Brainstorm de conceitos, público-alvo, e concorrentes e similares.

3.1.1 Briefing

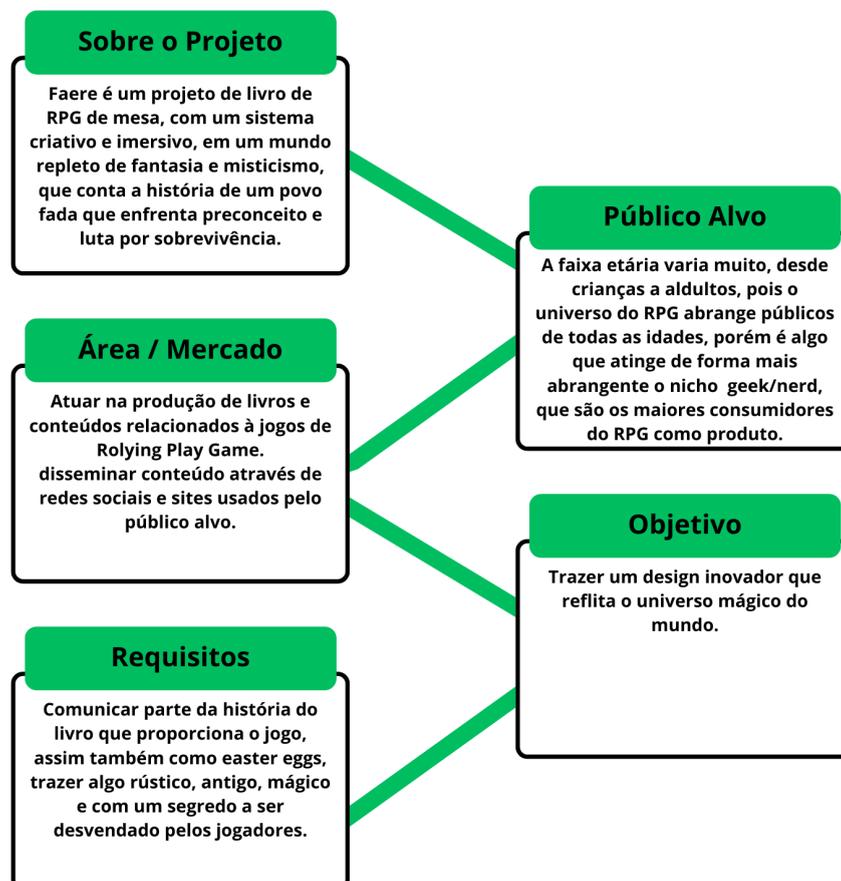
O briefing é um documento em que são registrados todos os dados iniciais sobre determinada empresa, produto ou projeto, com o objetivo de organizar o material coletado e facilitar consultas. Segundo Peón (2009), o briefing é o ponto de partida que define claramente os objetivos e as expectativas do projeto, proporcionando uma visão estratégica sobre o que a marca ou logotipo deve

comunicar. Em seu livro, ela destaca a importância de elaborar esse documento. Sobre o briefing:

Consiste num resumo da situação de projeto que é apresentada pelo cliente nos primeiros contatos. É importante anotar os dados fornecidos pelo cliente, elaborando então um briefing por escrito, que deve ser assinado por ele. Posteriormente, as soluções adotadas devem ser cotejadas com aqueles dados, para que sejam justificadas na defesa do projeto (Peón 2009, p.48).

Foi feita a coleta de informações sobre o que seria o livro *Faere: Herdeiros do Novo Mundo*, através de uma entrevista com o cliente, onde foi coletado dados sobre o universo fictício, para entender como o logotipo a ser desenvolvido poderia agregar valor e representar elementos já presentes nas histórias. Também foram coletadas informações sobre o mercado em que o livro será lançado e os objetivos pessoais do autor, o que ele imagina para o seu projeto. A imagem abaixo (Figura 3) ilustra o esquema de perguntas do briefing e as informações coletadas.

Figura 3 - Esquema de Briefing



Fonte: O autor

3.1.2 Pesquisa de Mercado

Como já mencionado, o mercado de RPG de mesa (Role-Playing Game) tem crescido de maneira significativa nos últimos anos, impulsionado por vários fatores, como o aumento da popularidade de jogos de fantasia e a criação de conteúdos online, podcasts e streamings de partidas. Segundo a Business Research, o tamanho do mercado em 2022 foi de US\$1.539,52 milhões e deve atingir US\$3.012,3 milhões até 2028, com uma CAGR (taxa de crescimento anual composta) de 11,84% durante o período de previsão.

Dungeons & Dragons (D&D), o RPG mais famoso do mundo (Figura 4), tem sido o grande precursor desse mercado. O lançamento de novas edições e a adaptação do jogo para plataformas digitais, como Roll20 e D&D Beyond, enriquecem ainda mais o cenário, além de sua presença em mídias populares, como a série *Stranger Things* (Figura 5).

Figura 4 - Livros de D&D



Fonte: D&D 5e BR. 2022

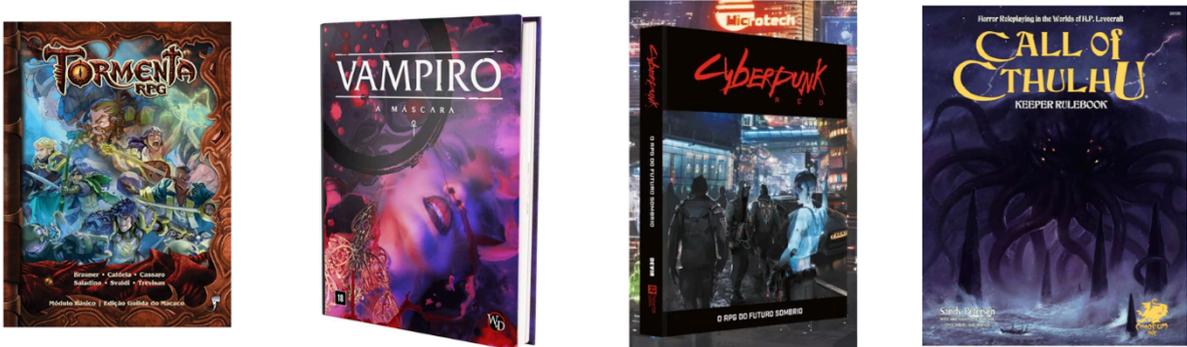
Figura 5 - Cena da série Stranger Things (personagens jogando D&D)



Fonte: Polygon. 2019

Além de D&D, outros sistemas têm ganhado destaque (Figura 6), como *Tormenta*, *Vampire: The Masquerade*, *Call of Cthulhu*, e *Cyberpunk*. Isso mostra toda a diversidade de temas, mecânicas e universos disponíveis para diferentes tipos de jogadores. A produção de conteúdo multimídia, como séries de campanhas jogadas no YouTube, podcasts de RPG e lives na Twitch, está expandindo o mercado e criando novas oportunidades de negócio para criadores.

Figura 6 - Livros de RPG



Fonte: O autor

A pandemia de COVID-19 ajudou a popularizar ainda mais as plataformas digitais de RPG no Brasil, como o Discord e o Roll20, aumentando a conectividade entre os jogadores. Jogos independentes também têm ganhado força com o apoio de plataformas como o Kickstarter, permitindo que criadores lancem projetos de nicho, ou lojas online como o DriveThruRPG, que possibilitam a venda de suplementos, aventuras e sistemas de forma independente. A interação com a tecnologia e o digital só tende a aumentar. Impressão 3D e inteligência artificial prometem criar novas formas de jogar e enriquecer a experiência dos jogadores.

3.1.3 Brainstorm de Conceitos

A técnica de Brainstorm (ou tempestade de ideias) é um método criativo que busca gerar diversas ideias de forma rápida. Para o projeto, o nome *Faere* foi colocado no centro (Figura 7), e discutiu-se com o cliente os conceitos que a marca deve ter ou deseja despertar no público-alvo. Durante o processo, todo conceito agregado é válido; faz parte da dinâmica da técnica reunir o máximo de informações possíveis, que serão filtradas posteriormente.

Figura 7 - Brainstorm de Conceitos Faere



Fonte: O autor

Ao final desta etapa, foram gerados dezoito conceitos ou ideias sobre as expectativas do cliente em relação ao projeto e os aspectos que ele considera relevantes para a criação do logotipo, conforme é visto na (Figura 7). Após uma análise detalhada, seis desses conceitos foram selecionados por apresentarem simbolismos que podem ser melhor aproveitados e aplicados na fase criativa. São eles:

- Fantasia
- Fada
- Descendência
- Natureza
- Valioso
- Resistência

3.1.4 Público-Alvo

A comunidade de fãs, como dito anteriormente, se mantém firme e fiel. Não é à toa que o jogo *Dungeons & Dragons* está em sua 6ª edição, e inúmeros jogos menores tenham surgido e conquistado cada vez mais espaço nesse vasto

mercado. A comunidade é altamente engajada e propensa a consumir produtos associados ao universo dos jogos, como miniaturas, livros de Contos, acessórios personalizados e até roupas e itens de decoração temáticos, como mostrado na (Figura 8).

Figura 8 - Dados, Miniaturas e Roupas de RPG



Fonte: O autor

Embora não existam restrições, e um público diversificado consuma tais conteúdos, o público de RPG de mesa é majoritariamente jovem-adulto, entre 18 e 35 anos, com interesses em cultura *geek*, literatura de fantasia, videogames, quadrinhos, filmes, séries e outras formas de entretenimento. Dados de uma pesquisa realizada pela Aster Editora em 2016 reforçam essa ideia: a grande maioria dos jogadores tem entre 21 e 30 anos e pertence ao gênero masculino.

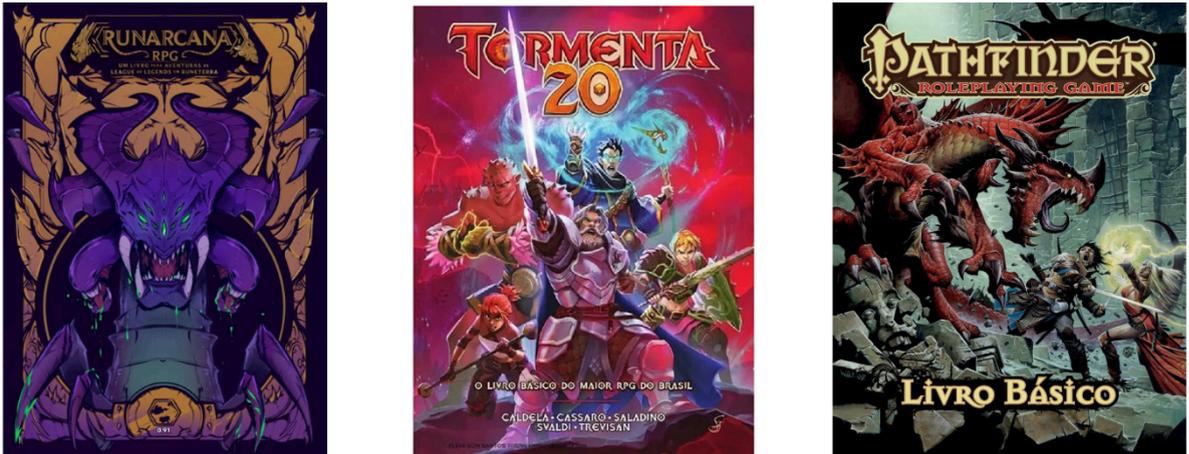
3.1.5 Concorrentes/Análise de Similares

Criado por Gary Gygax e Dave Arneson por volta de 1974, *Dungeons & Dragons* (D&D), surgiu como pioneiro no gênero, conquistando uma enorme massa de fãs em todo o mundo. Sua influência se estendeu para outras mídias, como jogos digitais, filmes, séries e muito mais.

Entretanto, no cenário brasileiro, há fortes concorrentes, como *Pathfinder*, *Tormenta 20*, e *Runarcana*, jogos que compartilham uma temática semelhante: mundos medievais repletos de magia, mistérios, criaturas únicas e místicas, além de diversas aventuras a serem vividas exemplificados na (Figura 9).

Tendo Dungeons and Dragons como a maior referência em RPG, e os outros como representantes de RPGs brasileiros, que tiveram sua ascensão e lugar conquistado entre os fãs.

Figura 9 - Livros de Runarcana, Tormenta 20 e Pathfinder



Fonte: O autor

A tabela a seguir (Tabela 1) elenca as principais características coletadas nesta pesquisa de concorrentes, buscando entender como o logotipo de cada um desses RPGs traduz o contexto de seus respectivos livros, e como cores, texturas, formatos, símbolos de e estilos de tipografias complementam toda a sua identidade visual. Para esta pesquisa, foram usados os seguintes concorrentes/similares: Dungeons and Dragons, Pathfinder, Runarcana e Tormenta 20.

Tabela 1 - Tabela de Concorrentes/Análise de Similares

Logotipo	Cores	Tipografia	Elementos gráficos	Símbolos	características
	 cores quentes prateada	<ul style="list-style-type: none"> caixa alta bold pesada 	textura prateada e sombras no dragão o que confere um efeito tridimensional		Dragão, símbolo da logo, e presente no naming da marca
	 cores terrosas	<ul style="list-style-type: none"> caixa alta bold pesada 	contorno e sombra ao redor da tipografia		Espada com estética medieval, presente no P do logotipo
	 cores terrosas	<ul style="list-style-type: none"> caixa alta bold pesada 	gradiente do amarelo queimado ao marrom claro		Barão Na'Shor e Dragão, nas extremidades da logo, personagens chaves do game.
	 cores quentes e saturadas	<ul style="list-style-type: none"> caixa alta bold pesada 	gradiente do vermelho ao laranja, contorno e sombras na tipografia		Olho de Ahradrak, Deus da Tormenta, vilão principal da trama.

Fonte: O autor

As informações coletadas foram de grande ajuda para as decisões subsequentes. Foi observado que o uso das cores reflete, em certa medida, o universo de cada jogo, como no caso de *Tormenta*, que utiliza as cores associadas à própria tormenta. No entanto, no geral, o impacto das cores não é tão marcante. O maior destaque está nas aplicações e capas, que fazem um uso mais eficaz das cores, principalmente em fundos e *backgrounds*.

Sobre as tipografias dos logotipos analisados, todas mantêm um padrão bastante semelhante: caixa alta e negrito, o que reflete seriedade e força em sua identidade, com leve uso de serifa. Observou-se também que todas são marcas nominativas, ou seja, não utilizam ícones, embora façam uso de símbolos presentes na própria marca.

A principal coleta desta pesquisa focou nas características e elementos presentes nos logotipos analisados. Observou-se que cada um utiliza símbolos únicos do seu próprio universo, incorporando-os em seus logotipos como uma forma de preannunciar aos jogadores a aventura que os aguarda. *Dungeons & Dragons* faz uso do dragão, uma criatura icônica frequentemente retratada em seus livros. *Pathfinder*, por sua vez, é mais sutil, apresentando uma espada integrada ao formato da letra "P", reforçando o conceito de aventura e integrando elementos do jogo de maneira discreta. *Runarcana* revela, em suas extremidades, os rostos do

Barão Na'Shor (um verme alienígena) e do dragão elemental, ambos inimigos que os personagens podem enfrentar no jogo e que são protagonistas na franquia do MOBA *League of Legends*, a qual inspira o material. Por fim, *Tormenta* incorpora o olho de *Ahradrak* no lugar da letra “o”, representando o principal vilão do jogo e simbolizando um grande mistério a ser desvendado.

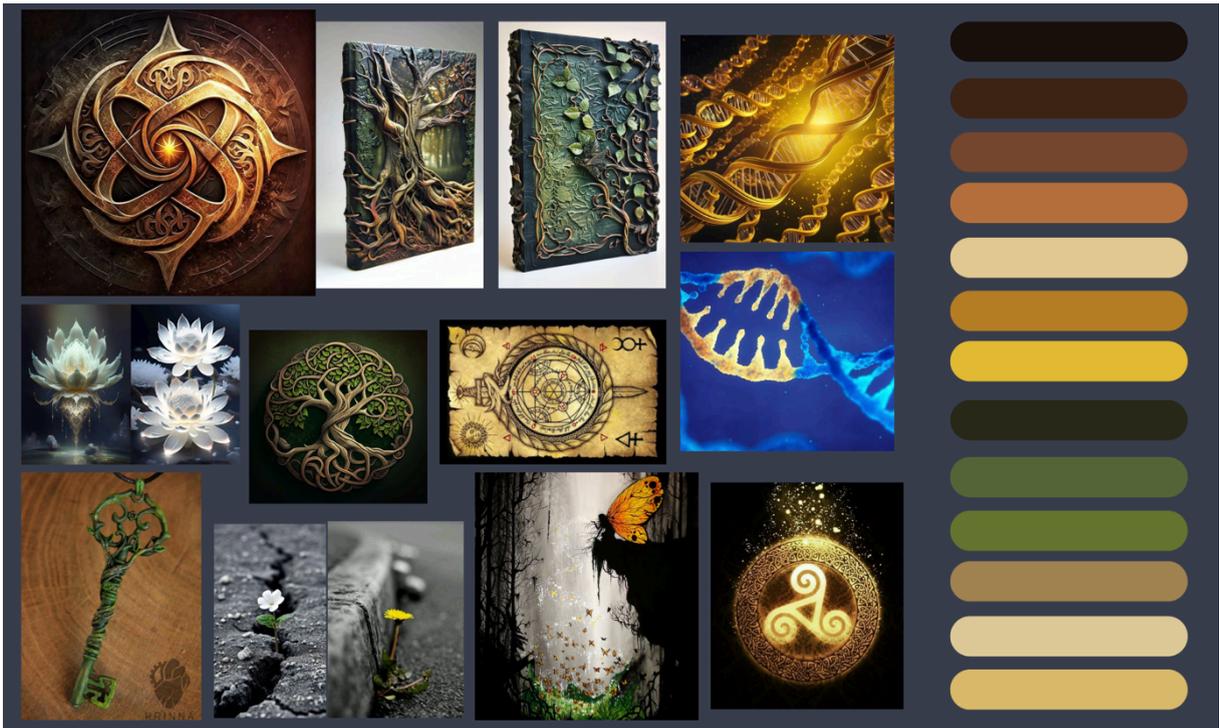
3.2 Fase B: Concepção

Durante esta fase, diversas ideias surgiram, e foi necessário trabalhar a tipografia do logotipo para garantir um peso visual impactante, equivalente ao dos concorrentes. Considerando os processos prévios que alimentam essa etapa criativa, como o Briefing, e o Brainstorm, esses dados foram traduzidos em soluções visuais concretas. Segundo Peón (2009), esta é a fase mais criativa do projeto, pois envolve a definição da solução a partir de múltiplas alternativas geradas, testadas e validadas.

3.2.1 Painel Semântico

Foi montado um painel com imagens relacionadas à ideia que o logotipo deveria transmitir, utilizando como filtro de busca os seis conceitos principais coletados no Brainstorm (Figura 7). O objetivo de um painel semântico é reunir e organizar referências visuais e conceituais, ajudando a definir melhor os objetivos traçados. O painel ilustrado na (Figura 10) serviu para coletar paletas de cores, imagens e referências visuais e simbólicas, que são elementos-chave para definir de forma mais sólida e unificada um caminho a ser seguido no projeto. Todo material coletado aqui é imprescindível para para a etapa criativa que vem posteriormente.

Figura 10 -Painel Semântico



Fonte: O autor

3.2.2 Geração de Alternativas

Esta fase é o momento em que o logotipo realmente é delineado e ganha forma. Foram produzidos quatorze desenhos à mão (Figura 11) com o objetivo de gerar o máximo de alternativas e explorar diversas ideias, a fim de chegar a uma solução satisfatória. Foi pensado em elementos como plantas e árvores em volta da tipografia, ou até mesmo criando a forma da própria letra.

Trazer de imediato as asas de fadas, parecia algo muito óbvio e repetitivo, então as ideias foram tomando rumos diferentes do que seria o convencional, a fim de criar alternativas mais originais, elementos como pentagramas foram pensados para trazer a ideia de magia, e o formato dos galhos ou ramos distorcidos para trazer mistério, ou entrelaçados como um DNA para conceitos como herança genética.

Figura 11 Geração de Alternativa



Fonte: O autor

Após a análise de todas essas alternativas, foram escolhidas aquelas que mais se enquadram no projeto (Figura 12) por trazerem mais solidez e terem conceitos mais amplos a serem elaborados. O objetivo era combinar os melhores elementos de algumas delas e incorporar os conceitos que exploravam. Trabalhou-se no formato mais sólido da tipografia, utilizando os ramos em combinação com as letras, para trazer uma ideia de algo abandonado pelo tempo, cuja vegetação estava tomando, uma magia antiga que ainda buscava sobreviver e despertar com algum acontecimento.

Também foi buscado estabelecer uma conexão sutil entre os conceitos de “fada” e “herança genética”, como diz o próprio subtítulo do projeto (Faere: Herdeiros do Novo Mundo), trazendo algo “valioso” que por direito, pertence ao povo Faere, a borboleta foi um ótimo elemento a ser explorado, por trazer a delicadeza do toque e da proximidade com a flor, algo instintivo.

Figura 12 - Alternativas Selecionadas



Fonte: O autor

Figura 13 - Alternativa Seleccionada e Refinada a mão



Fonte: O autor

Com a alternativa seleccionada, foi apresentado ao cliente o conceito que seria refinado digitalmente. O objetivo era desenvolver uma tipografia forte e impactante,

porém com serifas delicadas, para transmitir a sensação de algo valioso e místico. Além disso, os ramos deveriam envolver as letras, como se fossem vegetações que lutam para sobreviver em ambientes inóspitos, fazendo referência à magia do povo Faere, que resistiu e floresceu na genética de alguns. A flor e a borboleta seriam destacadas para reforçar essa conexão mágica entre as fadas e a natureza.

A ilustração inicial da tipografia foi desenhada no software gráfico PaintTool SAI, utilizando uma mesa digitalizadora e uma caneta digital (Figura 14) inicialmente apenas o formato da letra, para só em seguida acrescentar os ramos, flor e borboleta.

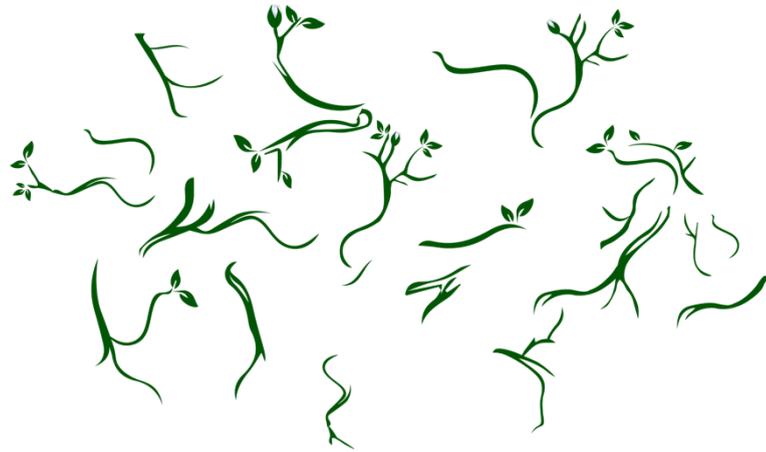
Figura 14 - Primeiro Esboço Digital



Fonte: O autor

Após a aprovação da alternativa refinada no programa digital, essa arte foi vetorizada no *Adobe Illustrator*, e aplicada às cores pré-definidas para cada item. Os ramos foram feitos com poucas folhas, para não gerar muita poluição visual, e em alguns deles, foram colocados botões de flores, para criar uma narrativa (Figura 15).

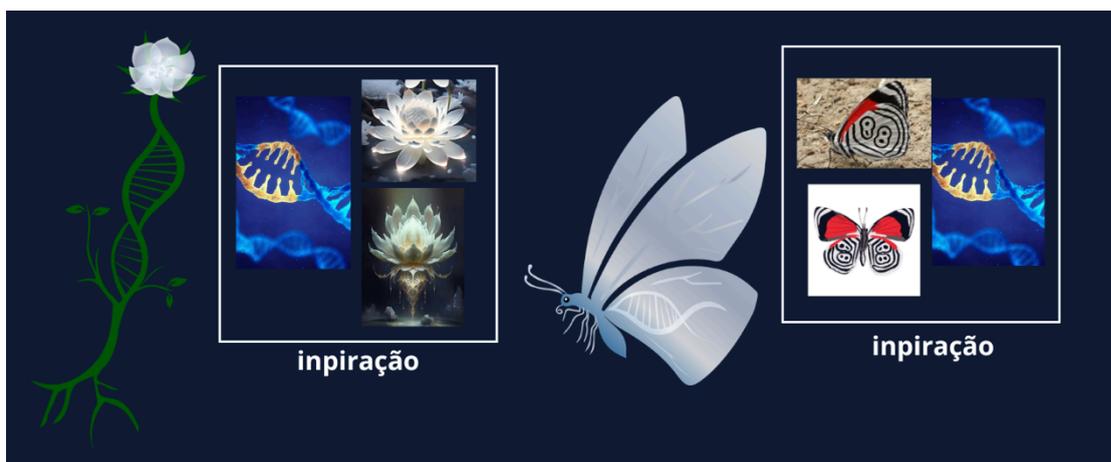
Figura 15 - Ramos



Fonte: O autor

Para a flor, a inspiração foi a flor de lótus, que é associada a ancestralidade e espiritualidade. E para a borboleta, a espécie escolhida foi a *Diaethria clymena*, comumente conhecida como borboleta 88, pelo formato do desenho em suas asas (Figura 16). O uso do símbolo do DNA foi aplicado em ambos elementos, para estabelecer essa ligação entre eles.

Figura 16 - Flor e Borboleta



Fonte: O autor

3.2.3 Tipografia

Definindo uma base para a estética da tipografia principal, que compõe o logotipo, também foi pensado em como seria o subtítulo que acompanha o nome do livro. Faere seria o logotipo para ser usado em todas ocasiões, e o uso da logo com o subtítulo “Herdeiros do Novo Mundo”, usado apenas em certas situações.

Para o subtítulo, utilizou-se a fonte Bodoni Bd BT (Figura 17), por ser uma fonte simples e com pouca serifa, ideal para ser modificada. Algumas modificações foram feitas no software gráfico *Adobe Illustrator*, as letras que compõem o subtítulo, (Herdeiros do Novo Mundo) foram vetorizadas e ajustadas para ficarem com aspectos semelhantes ao da tipografia desenhada para o logotipo, usando círculos para delimitar onde seriam feitos os cortes da serifa, usando a ferramenta construtor de formas do programa, como ilustra a (Figuras 18 e 19)

Figura 17 - Print da tipografia escolhida para ser modelada

Bodoni Bd BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*()_+ -*/.,:;?!”

Fonte: O autor

Figura 18 - Exemplos de letras modificadas



Fonte: O autor

Figura 19 - Subtítulo (família tipográfica Bodoni Bd BT modificada)

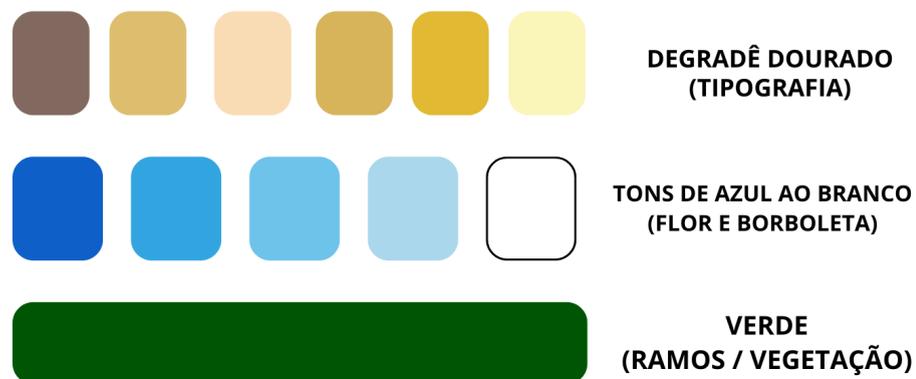
Herdeiros do Novo Mundo

Fonte: O autor

3.2.4 Paleta de Cores

Diante do painel semântico produzido, observou-se o uso de cores terrosas em grande parte dos itens, também cores douradas e verde para as plantas. Essas cores geralmente eram mais escuras e pouco saturadas. Com isso, era necessário estabelecer o que se queria comunicar com cada uma dessas cores. Um novo painel, mais objetivo e direcionado foi montado, com cada cor tendo seu uso específico para a comunicação da marca (Figura 20).

Figura 20 - Painel de cores da logo



Fonte: O autor

Esse primeiro painel era direcionado para as cores do logotipo, entretanto, pensando nas aplicações futuras, como capas de livros, posts em redes sociais e muitos outros, foi desenvolvido uma paleta de cores específica para usos em backgrounds. Essas cores escolhidas seguiam o mesmo sistema de cores escuras, que traziam alto contraste com o dourado (Figura 21).

Figura 21 - Painel de Cores dos Backgrounds



Fonte: O autor

Foi também realizada uma pesquisa de significado das cores para trazer ainda mais significância para o uso de cada uma delas:

- **Azul:** Dependendo do tom, a cor azul pode ter vários significados. Variando do claro ao escuro, ela pode transmitir limpeza, higiene, estimular a criatividade, além de agregar poder ou confiança. Na cultura pop, o azul é comumente associado à magia, frequentemente utilizada para representar magias benevolentes, sendo as cores mais claras escolhidas para fazer a borboleta e a flor, para deixar estes elementos com tons leves e delicados, quase transparentes. Já o azul mais escuro foi selecionado principalmente para uso como background, visando gerar contraste e atrair a atenção.
- **Dourado:** Normalmente associado ao ouro, o dourado evoca a ideia de riqueza, luxo, prosperidade e abundância. Na psicologia, essa cor está relacionada à sabedoria interior e à qualidade. Para o projeto, o dourado também confere um ar medieval. Tons claros e escuros foram escolhidos, para trazer essa harmonia, e para que o dourado trouxesse um brilho em certos pontos.
- **Verde:** Essa cor traz uma sensação de equilíbrio, harmonia, esperança e renovação. Para o projeto, ela pode ser associada à natureza e à vida.

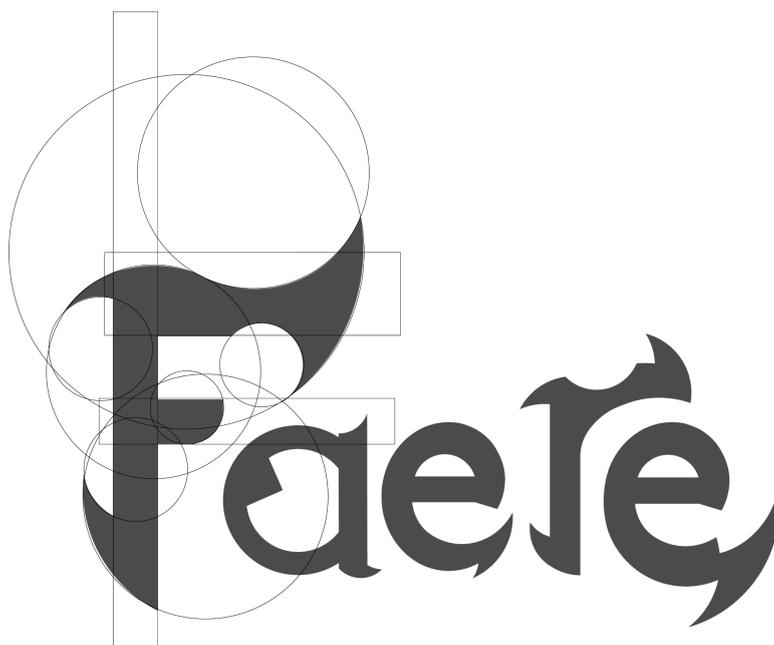
- **Roxo:** O roxo ou violeta, historicamente conhecido como cor da realeza e nobreza, também pode ser associado a calma, respeito e sabedoria. No universo geek, essa cor também pode ser associada a misticismo, ocultismo e magia negra. Essa também foi uma cor pensada para ser background.

3.2.5 Solução

Última etapa da fase da Concepção, aqui foi trabalhado e refinado a tipografia que seria o logotipo. Não se fez o uso de um grid de construção, pois o objetivo era que algumas letras ficassem realmente diferentes das outras, apenas linhas guias para manter tamanhos entre maiúscula e minúscula, mas ainda assim, algumas letras precisariam ficar maiores que outras, para trazer harmonia e equilíbrio para a composição.

Esse processo foi finalizado no programa gráfico de vetores *Adobe Illustrator*, fazendo o uso de vetores, criando formas geométricas desenhando a logo e com auxílio da ferramenta construtor de formas para fazer os recortes, para garantir qualidade de imagem e expandir o leque de aplicações possíveis como mostra a (Figura 22)

Figura 22 - Malha Construtiva.



Fonte: O autor

Usando as 6 cores selecionadas para o dourado, foi criado um degradê de cores e aplicado tanto na letra quanto no contorno delas (Figura 23), porém em ângulos diferentes para trazer uma tridimensionalidade para a composição.

Figura 23 - Versão em cores



Fonte: O autor

Alguns ajustes ainda precisavam ser feitos, a logo precisaria trazer mais a ideia de algo abandonado e tomado pela natureza, para isso foi criado “rachaduras” nos espaços dourados, para reforçar este conceito e trazer ainda mais realidade.

Realizou-se um teste de cores para determinar em qual fundo o logotipo apresentaria melhor contraste (Figura 24), além de testar as cores pré-selecionadas para futuros usos como background, tanto em aplicações digitais quanto em capas impressas dos livros.

Figura 24 - Teste de Cores



Fonte: O autor

Após a finalização dos testes, foi possível observar o comportamento dos elementos do logotipo em diferentes cores de fundo. A marca se destacou melhor em backgrounds com tons mais escuros e cores frias, desde que não muito saturadas. Em algumas cores, a tipografia dourada se sobressai, porém, a flor e a borboleta perderam um pouco da legibilidade.

Faere apresenta uma hierarquia visual em que a tipografia, juntamente com a flor e a borboleta, compete pelo primeiro plano da percepção visual, dependendo da distância de observação. Já os ramos, embora sejam elementos importantes para a composição, ocupam um segundo plano. Mesmo que percam um pouco o foco, sua relevância na estrutura geral permanece intacta.

Para isso, o tamanho da flor, da planta e da borboleta também foi ajustado, e também a planta, pois em reduções muito pequenas esses elementos perdiam completamente a legibilidade. Além disso, foram adicionados focos de luz em alguns pontos das letras, assim como na flor e na borboleta, para conferir um ar mais mágico e reforçar a hierarquia visual desses elementos. Como mostrado na (Figura 25), a marca foi aplicada sobre um fundo azul, no qual se observou o maior contraste entre todos os elementos, respeitando a hierarquia visual desejada.

Figura 25 - Logotipo Finalizado



Fonte: O autor

O restante do material foi desenvolvido com base na combinação das letras modificadas da tipografia escolhida. Essa nova tipografia, ainda sem nome definido, será aprimorada em projetos futuros para oferecer maior flexibilidade ao cliente. Os textos apresentados nas figuras a seguir farão parte de aplicações específicas, como a capa de livros.

Um exemplo é o subtítulo "Faere: Herdeiros do Novo Mundo", que aparecerá na capa principal juntamente com o logotipo, (Figura 26). Além disso, foram desenvolvidos textos para livros voltados a materiais específicos, como o *Livro do Jogador*, *Manual da Magia*, *Guia do Mestre* e *Manual dos Monstros*, categorias comumente utilizadas em outros jogos de RPG renomados (Figura 27).

Figura 26 - Subtexto da Logo

Herdeiros
do Novo Mundo

Fonte: O autor

Figura 27 - Textos de Apoio

Guia do Mestre
Manual dos Monstros
Livro do Jogador
Manual da Magia

Fonte: O autor

A fim de evitar situações onde o dourado da letra ou de algum de seus elementos não ficassem legíveis, uma versão dentro do background azul foi desenvolvida, assim como uma versão da marca com o subtítulo e uma versão reduzida (Figuras 28 e 29).

Figura 28 - Logotipo Com Contorno



Fonte: O autor

Figura 29 - Logotipo Finalizado com subtítulo



Fonte: O autor

3.3 Fase - C: Especificação

Chegada à última fase, a especificação consiste em organizar todo o material produzido e explicar ao cliente como cada um deles pode e deve ser utilizado. Esta é uma fase de fechamento do projeto, e a entrega dessas especificações é crucial para manter os parâmetros estabelecidos e preservar a identidade visual criada, como ressalta Peón (2009).

Esta é a fase final do projeto. Muitas vezes, é a mais trabalhosa. No entanto, ela é crucial: um SIV que não é apresentado com especificações técnicas orientando sua implantação corre o sério risco de não ser implantado de forma corretamente. Cabe ao designer, como profissional, definir estas especificações. (Peón 2009, p.68)

3.3.1 Manual da Marca

O manual da marca é um compilado de diretrizes que orientam o uso correto da identidade visual, servindo de referência tanto para o cliente quanto para outros designers que possam trabalhar com a marca no futuro. Ele abrange tópicos essenciais como: Cores de Backgrounds, Redução Mínima, Espaçamento e Margens de Proteção, Usos Incorretos, Elementos de Apoio, Tipografia e Sugestões de Aplicações

- **Cores de Backgrounds:** As cores selecionadas são destinadas a usos específicos, como na capa do livro atual e nas futuras capas, incluindo o *Livro do Jogador*, *Livro do Mestre* e *Livro dos Monstros*, conforme mostrado na (Figura 30). O azul foi definido como a cor padrão para o fundo e como identidade visual da marca, pois gera um contraste eficaz com o dourado e harmoniza com os elementos da flor e da borboleta. Todas essas cores já possuem seus códigos definidos em hexadecimal, RGB e CMYK.

Hexadecimal (Hex): Principalmente usado em design digital e desenvolvimento web, com ele, o designer pode rapidamente usar a mesma cor em programas digitais, apenas copiando e colando esse código.

RGB (Red, Green, Blue): (vermelho, verde, azul) Para uso em telas digitais (monitores, TVs, dispositivos móveis), que emitem luz.

Diferente do RGB, o CMYK funciona com cores subtrativas (removendo luz).

CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black): No design para impressão. Usado em impressoras e materiais gráficos, é chamado de cor pigmento, diferente do RGB, o CMYK funciona com cores subtrativas (removendo luz).

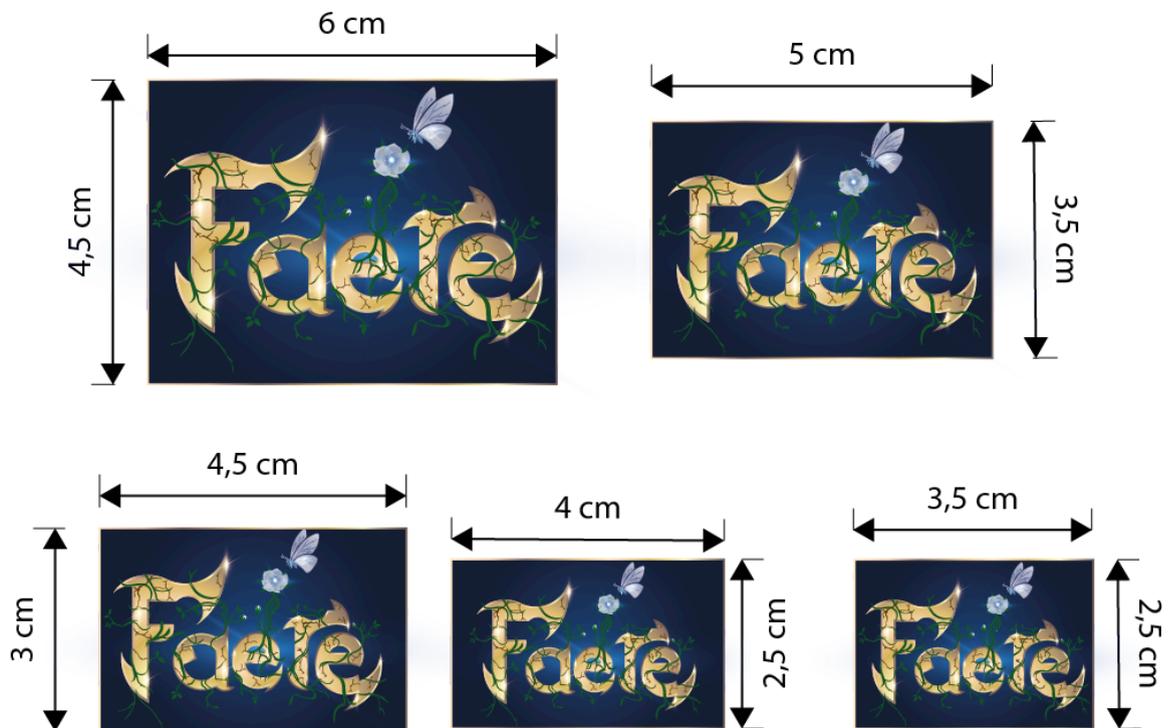
Figura 30 - Paleta de Cores de Background



Fonte: O autor

- Redução Mínima:** Para garantir que a marca mantenha sua legibilidade, é fundamental respeitar o limite mínimo de redução. O teste de redução apresentado abaixo demonstra como a logo se comporta quando excessivamente diminuída: primeiro, os ramos perdem legibilidade, seguidos pela flor e pela borboleta, e por fim, o texto. Após análise, foi definido que o tamanho mínimo recomendado para a marca é de 3,5 cm de largura por 2,5 cm de altura, conforme ilustrado na (Figura 31).

Figura 31 - Redução Mínima



Fonte: O autor

- Usos Incorretos da Marca:** O logotipo deve seguir rigorosamente o padrão de cores preestabelecido. Não é permitido alterar as cores de nenhum de seus elementos, como as letras, os ramos florais ou a borboleta, uma vez que essas cores foram definidas estrategicamente. Evitar também utilizar backgrounds muito claros ou em tons muito semelhantes ao dourado presente na logo, pois isso compromete a legibilidade. Nesses casos, deve-se optar pela versão do logotipo com o contorno azul. Além disso, é essencial evitar o uso de cores que não harmonizam com a identidade visual da marca, como cores excessivamente quentes ou supersaturadas. Jamais alterar, distorcer, aumentar, diminuir ou excluir qualquer elemento do logotipo (Figuras 32 e 33).

Figura 32 - Usos Incorretos de Backgrounds



Fonte: O autor

Figura 33 - Usos Incorretos do Logotipo



Fonte: O autor

- **Espaçamento e Margens de Proteção:** As margens de proteção são essenciais para preservar a legibilidade e o impacto visual do logotipo, evitando que ela concorra com outros elementos visuais próximos. Deve-se evitar a inserção de textos ou imagens que ultrapassem esses limites, conforme demonstrado nas (Figuras 34 e 35). Além disso, dentro dessas áreas de proteção, o logotipo não deve sofrer distorções que alterem suas proporções ou deformem qualquer parte da marca (Figura 36).

Figura 34 - Margem de Proteção



Fonte: O autor

Figura 35 - Limite da Margem Invasido



Fonte: O autor

Figura 36 - Usos Distorcidos e Esticados



Fonte: O autor

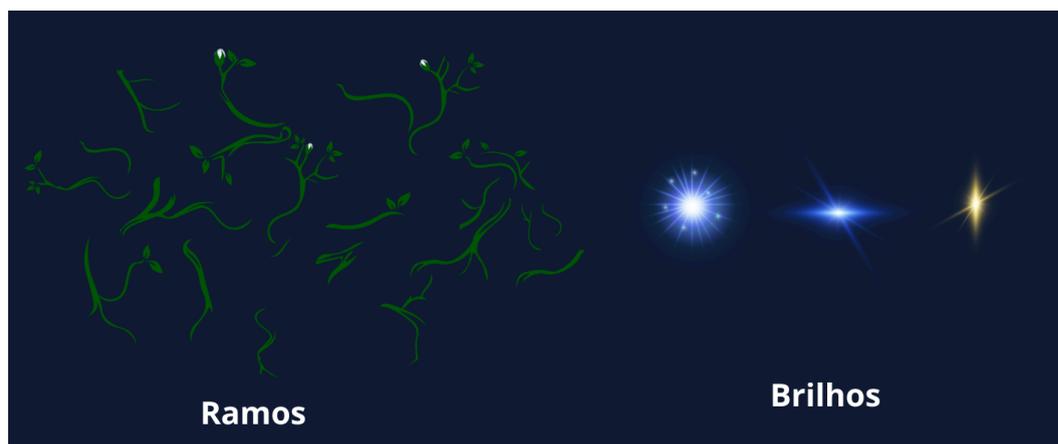
- **Elementos de Apoio:** Para enriquecer ainda mais a identidade do logotipo, uma série de elementos de apoio foram criados para ajudar na sua comunicação visual, como ilustram as figuras abaixo. Todos os elementos gerados, podem ter diversas aplicações, como cartões de visita, canecas, fardamentos, tags, adesivos, entre outros. O importante é saber como usar cada um deles e onde, para manter a identidade viva e unificada. A lista a seguir foi criada para organizar e facilitar o uso desses elementos:

Ramos: Ideal para aplicações em papelaria, como complemento de páginas, trazendo elementos vegetais para capas de livros, cartões de visita, flyers, entre outros. Também pode ser usado em mídias digitais, como posts para feed e stories, com o objetivo de distribuir o peso visual dos layouts.

Brilhos: Este elemento é para uso complementar, para enriquecer as cores de qualquer tipo de aplicação em que ele seja implementado.

Os dois elementos podem ser vistos na (Figura 37).

Figura 37 - Elementos de Apoio (ramos e brilhos)



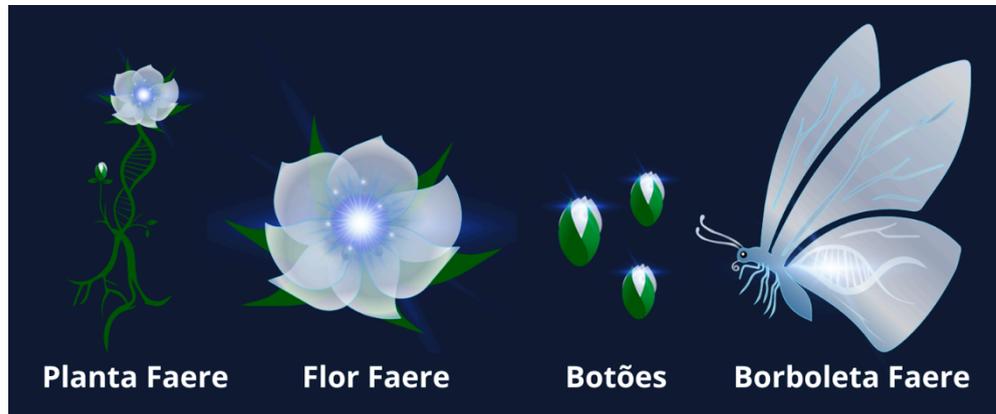
Fonte: O autor

Flor: Este elemento deve ser usado com mais cautela, pois possui um peso visual mais marcante. Ele é ideal para estamparia, como em camisetas com sublimação total, adesivos e brindes em geral.

Borboleta: Talvez o elemento mais delicado da lista, a borboleta pode ser combinada com outros elementos para adicionar leveza a qualquer item. Ela permite criar narrativas e cenários únicos, enriquecendo as aplicações visuais.

Esses elementos podem ser vistos na (Figura 38).

Figura 38 - Elementos de Apoio (flores e borboleta)



Fonte: O autor

Textos: Serão bem usados para capas específicas de livros, assim como o subtítulo para aplicações que queiram dar maior destaque ao universo do livro, como capas de box de livros, por exemplo (Figura 39).

Figura 39 - Elementos de Apoio (textos)



Fonte: O autor

Bases: As bases, como foram chamadas, são formas na cor azul e com um contorno dourado, elas servem de base para o logotipo ser aplicado em qualquer fundo de imagem que possa prejudicar a legibilidade ou até mesmo para

acrescentar informações em alguma publicação e chamar atenção para aquele ponto, mostradas na (Figura 40)

Figura 40 - Bases de Apoio



Fonte: O autor

Versão Reduzida: Ideal para usar como selos, adesivos ou carimbos, para aplicações pequenas e circulares (Figura 41).

Figura 41 - Versões Com Contorno e Reduzida



Fonte: O autor

- **Tipografia:** Como já informado, Faere contará com uma tipografia própria, que ainda está em desenvolvimento para projetos futuros, porém, para usos imediatos. foi escolhido 2 tipografias para auxiliar a comunicação da marca. A Bodoni Bd BT, para textos informativos, pois ela já é usada como base para a criação da tipografia oficial que está em produção, e a Rusilla Serif, para tópicos de textos, que também traz características que combinam com a logo.

Figura 42 - Tipografias Escolhidas

RUSILLA SERIF

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 @ # \$ % & * () _ + - * / . , ; ? ! ”

Bodoni Bd BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

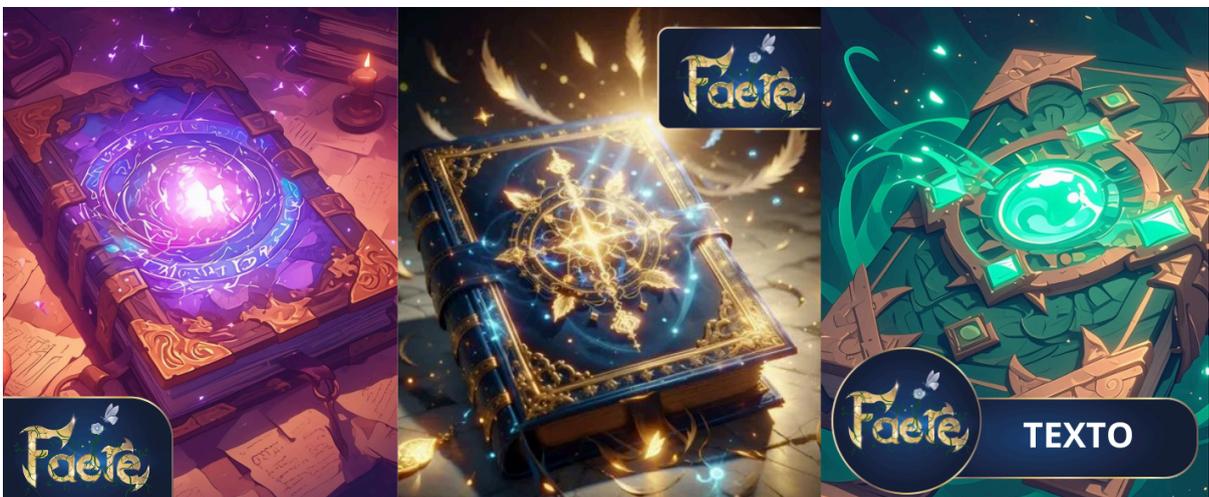
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890@#%&*()_+~*/.,;?!”

Fonte: O autor

- Sugestões de Aplicações: para auxiliar ainda mais, sugestões foram criadas para inspirar e mostrar como a marca pode ser utilizada e também da infinidade de opções de uso que possuem os elementos de apoio criados. Para melhor contraste, é importante usar o logotipo com o contorno azul. Em casos onde o fundo possa tirar a visibilidade de algum elemento, usar o logotipo sobre uma base adequada, como ilustrado nas figuras abaixo.

Figura 43 - Aplicações Corretas



Fonte: O autor

Figura 44 - Exemplos de Aplicações



Fonte: O autor

Os elementos de apoio, como os ramos, flores e borboletas, também podem ser usados de maneira criativa para a confecção de brindes e para a comunicação nas redes sociais, como ilustrado nas figuras abaixo.

Figura 45 - Aplicação em Botton



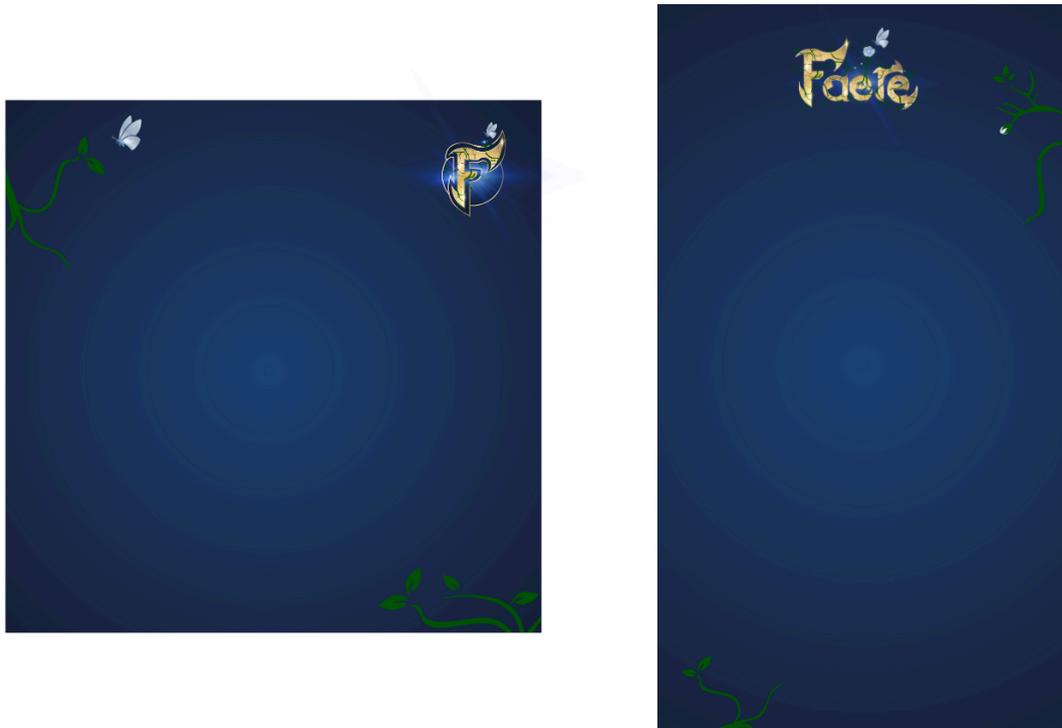
Fonte: O autor

Figura 46 - Aplicação em Tags



Fonte: O autor

Figura 47 - Layouts de Stories e Feed



Fonte: O autor

Figura 48 - Aplicação em Caneca



Fonte: O autor

3.3.2 Mockups

Mockups são muito usados no Design Gráfico, pois eles permitem uma pré-visualização de como será o produto, projeto ou design, ajudando a compreender como ficará o resultado final, facilitando ajustes e melhorias. Também usados para apresentações para clientes, a fim de gerar uma persuasão visual, e enriquecer o projeto.

Figura 49 - Mockup Livros 1



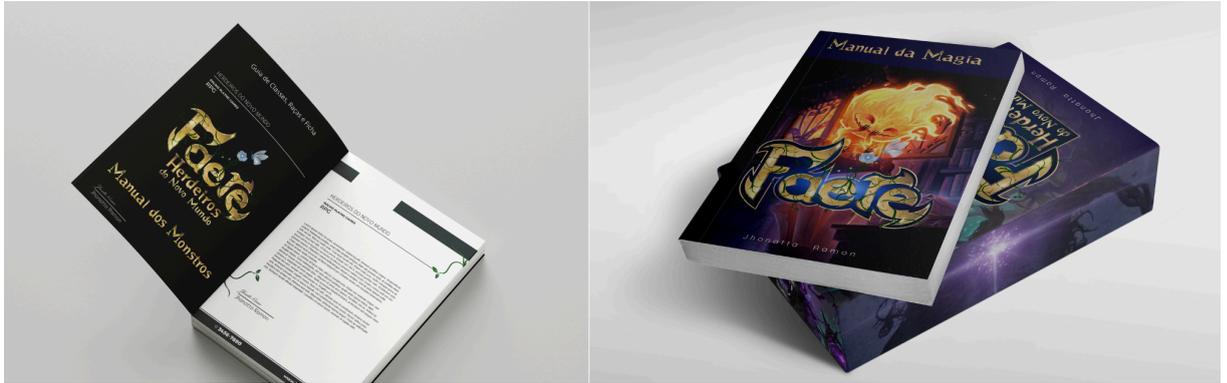
Fonte: O autor

Figura 50 - Mockup Livros 2



Fonte: O autor

Figura 51 - Mockup Livros 3



Fonte: O autor

Figura 52 - Manual da Magia



Fonte: O autor

Figura 53 - Livro do Jogador



Fonte: O autor

Figura 54 - Manual dos Monstros



Fonte: O autor

Figura 55 - Guia do Mestre



Fonte: O autor

Figura 56 - Box de Livros



Fonte: O autor

Figura 57 - Box Invernal / Box Deus Druida



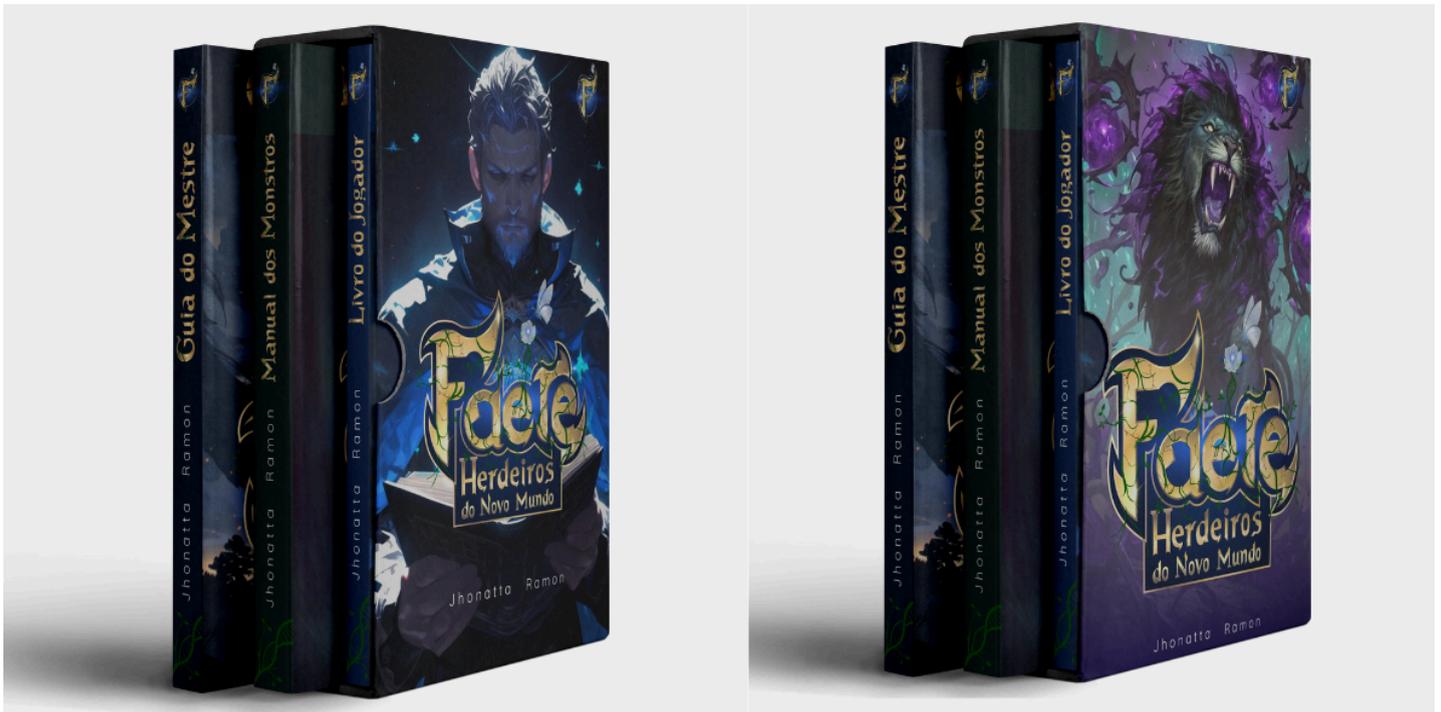
Fonte: O autor

Figura 58 - Box Devorador de Mentas / Box Ilha do Céu



Fonte: O autor

Figura 59 - Box Alfae / Box Terras Sombrias



Fonte: O autor

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto teve como objetivo a criação de uma identidade visual que revelasse para esse público tão fiel, que são os amantes de RPG, toda a magia que Faere tem em seu universo. Para isso foi necessário mergulhar nesse universo, compreendendo o mercado, o público, os concorrentes e as referências do ramo, como também, o universo único e repleto de fantasia que é Faere, Herdeiros do Novo Mundo.

Para isso, foi usada como base e inspiração para ambientar esta criação, a metodologia de Maria Luísa Peón, detalhada em seu livro, Sistemas de Identidade Visual. O uso de uma metodologia foi importante, pois facilitou e organizou muitas

etapas que o designer muitas vezes faz de forma automática, mas que com o uso de um método, tem todo o seu processo enriquecido com os detalhes.

Dividida em 3 fases, Problematização, Concepção e Especificação, este método pode ser usado em muitos outros projetos, com a primeira fase sendo resumida em analisar dados e acumular informações relevantes para se projetar algo, a segunda fase tem o objetivo de filtrar todas essas informações e trazer alternativas para se resolver o problema, com base em tudo que foi coletado, e finalizando com a última fase, onde se é definido e organizado como cada coisa coletada, analisada e projetada pode ser útil para o problema proposto.

Faere tem um universo único e místico, que trás um olhar diferente do que popularmente é entendido por “fadas”. Em seu livro, o autor traz diversas espécies únicas, com suas próprias características e problemáticas para se enfrentar como aventureiros, fora toda uma mecânica de criação de habilidades, que reforça a liberdade e toda a empolgação que se tem em interpretar personagens únicos e seus.

Com base nas pesquisas, e em meio a modernização dos logotipos, cada vez mais simples e pragmáticas, foi escolhido fazer algo diferente, que trouxesse realmente as referências de fantasia, e que mesmo não seguindo o fluxo que a grande maioria das marcas estão seguindo atualmente, comunica muito bem tudo o que foi proposto nos objetivos gerais e específicos.

Toda a documentação exibida neste trabalho de conclusão de curso, pode ser útil para pesquisas futuras envolvendo assuntos relacionados ou não, que sirvam de inspiração ou de base para projetos futuros. Por fim, é seguro dizer como a criação de uma identidade visual é de extrema importância para qualquer projeto ou produto, e como esse processo criativo pode ser enriquecedor para o desenvolvimento desta marca, e como cada fase pesquisada, analisada, filtrada e definida ajuda a enriquecer ainda mais seus valores e objetivos.

REFERÊNCIAS

BUSCAPÉ. RPG de mesa: o que é, como jogar e os 6 principais jogos para começar. Disponível em: <https://www.buscapede.com.br/jogos/conteudo/rpg-de-mesa>. Acesso em: 9 de agosto. 2024

BUSINESS RESEARCH INSIGHTS. Mercado de RPG de mesa (TTRPG): participação global, tendências e previsão para 2028. Disponível em: [https://www.businessresearchinsights.com/pt/market-reports/tabletop-role-playing-game-ttrpg-market-110856#:~:text=O%20mercado%20de%20RPG%20de%20mesa%20\(TTRPG\)%20dever%C3%A1%20atingir%20US,11%2C84%25%20at%C3%A9%202028](https://www.businessresearchinsights.com/pt/market-reports/tabletop-role-playing-game-ttrpg-market-110856#:~:text=O%20mercado%20de%20RPG%20de%20mesa%20(TTRPG)%20dever%C3%A1%20atingir%20US,11%2C84%25%20at%C3%A9%202028). Acesso em: 9 de agosto. 2024.

MAIORES E MELHORES. Melhores RPGs de mesa. 2024. Disponível em: <https://www.maioresemelhores.com/melhores-rpgs-de-mesa/>. Acesso em: 25 de agosto. 2024.

MIRO. O que é moodboard e como criar um. 2024. Disponível em: <https://miro.com/pt/moodboard/o-que-e-moodboard/>. Acesso em: 13 de agosto. 2024.

MITWER, Michael. Dungeons & Dragons: o império da imaginação. São Paulo: LeYa, 2016.

NUCKTURP. Dicionário do RPG: Gary Gygax. 2024. Disponível em: <https://nuckturp.com.br/dicionario/gary-gygax/#:~:text=Dicion%C3%A1rio%20do%20RPG%3A%20Gary%20Gygax&text=Era%20normal%20Gary%20receber%20visitas,de%202008%20em%20Lake%20Geneva>. Acesso em: 27 de agosto. 2024.

ORC'N ROLL. Mercado de RPG de mesa hoje no Brasil. Disponível em: <https://www.orcnroll.com/2020/02/24/mercado-de-rpg-de-mesa-hoje-no-brasil/>. Acesso em: 27 de agosto. 2024.

PANGOLIM BOARD GAMES. 7 RPGs brasileiros para conhecer. 2022. Disponível em: <https://pangolimboardgames.com/2022/01/14/7-rpgs-brasileiros-para-conhecer/>. Acesso em: 27 de agosto. 2024.

PEÓN, Maria Luiza. Sistemas de identidade visual. São Paulo: Editora 2AB Ltda, 2009.

PONTOTEL. Brainstorm: o que é e como fazer o melhor para sua equipe. 2024. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/brainstorm/#:~:text=A%20palavra%20inglesa%20%E2%80%9Cbrainstorm%E2%80%9D%20traduz, encontrar%20solu%C3%A7%C3%B5es%20para%20um%20problema>. Acesso em: 11 de agosto. 2024.

RPG NEXT. Ferramentas digitais e softwares para jogar RPG de mesa remoto. Disponível em: <https://www.rpgnext.com.br/ferramentas/ferramentas-digitais-e-sofwarees-para-jogar-rpg-de-mesa-remoto/>. Acesso em: 23 de agosto. 2024.