



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

RONALDO ROQUE LUZ DE MELO

**A ASCENSÃO DAS ESTRELAS: UM PROJETO DE DESIGN DE
SUPERFÍCIE DENTRO DO UNIVERSO DE BENS VIRTUAIS DO
JOGO LEAGUE OF LEGENDS**

CARUARU
2020

RONALDO ROQUE LUZ DE MELO

**A ASCENSÃO DAS ESTRELAS: UM PROJETO DE DESIGN DE
SUPERFÍCIE DENTRO DO UNIVERSO DE BENS VIRTUAIS DO
JOGO LEAGUE OF LEGENDS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Design da
Universidade Federal de
Pernambuco, como requisito parcial
para a obtenção do título de
Bacharelado em Design.

Área de concentração: Design.

Orientador: Prof^o. Dr. Andréa Barbosa Camargo.

CARUARU
2020

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

M528a Melo, Ronaldo Roque Luz de.
A ascensão das estrelas: um projeto de design de superfície dentro do universo de bens virtuais do jogo League of legends. / Ronaldo Roque Luz de Melo. – 2020.
93 f. ; il. : 30 cm.

Orientadora: Andréa Barbosa Camargo.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2020.
Inclui Referências.

1. Desenho (Projetos) - Superfícies. 2. Jogos eletrônicos. 3. Estamparia. 4. Design. I. Camargo, Andréa Barbosa (Orientadora). II. Título.

CDD 658.5 (23. ed.)

UFPE (CAA 2020-112)

RONALDO ROQUE LUZ DE MELO

A ASCENSÃO DAS ESTRELAS: UM PROJETO DE DESIGN DE SUPERFÍCIE DENTRO DO UNIVERSO DE BENS VIRTUAIS DO JOGO LEAGUE OF LEGENDS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharelado em Design.

Aprovada em: 17/11/2020.

BANCA EXAMINADORA:

Andréa Barbosa Camargo
Universidade Federal de Pernambuco – Campus Agreste
Orientador

Marcela Fernanda de Carvalho Galvão Figueiredo Bezerra
Universidade Federal de Pernambuco – Campus Agreste
Examinador 1

Diego Gouveia Moreira
Universidade Federal de Pernambuco – Campus Agreste
Examinador 2

“Dedico este trabalho aos meus pais e agradeço pelo apoio incondicional em todos os momentos da minha trajetória. O meu amor a meus maiores e melhores orientadores.”

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a Deus, que me deu força para concluir esta etapa da minha vida. Houve muitos momentos difíceis para chegar até a conclusão do curso, mas os momentos de aprendizado foram ainda maiores. “Valeu a pena eh eh”.

Agradeço muito à minha família. Especialmente, aqueles que sempre, me pergutavam: já finalizou o TCC? Tu não vai se formar não é? Design são quantos anos de curso, hein menino? A cada pergunta saia uma nova frase desta pesquisa. O empurrãozinho que faltava veio a somar e muito. Um agradecimento especial à minha avó como exemplo de determinação e luta.

A todos os amigos, que direta ou indiretamente participaram da minha formação, o meu muito eterno agradecimento por cada momento de descontração, empatia e solidariedade prestados. Minha passagem por Caruaru me trouxe amigos que irei levar para a vida toda, amigos que suas contribuições foram muito valiosas para o meu amadurecimento e aprendizado. Sempre irei comemorar as vitórias de cada um de vocês. Gratidão também a todos os amigos designers por compartilharem comigo tantos momentos incríveis e descobertas durante toda esta jornada acadêmica.

A todos do “Duplex” no Mauricio de Nassau, obrigado pela infância. A todos integrantes do “Azul Banana”, obrigado pela adolescência. A todos que vivenciaram a “Rua Porto Alegre” pela vida adulta. Um forte abraço em Bruno, Diego, Mayara, Rafaela, Safira, Sara e Thulio pelo incentivo de sempre. Seus puxões de orelha foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu melhor amigo, maior incentivador, e parceiro de assalto Heitor, pelo apoio de sempre, pelas correções, paciência e dedicação. Obrigado por todo amor e cuidado, você me inspira a ser o melhor todos os dias. Que venham os desafios, as superações, as dores e delícias da vida, tenho a certeza que ao seu lado estarei mais feliz.

Aos professores, pela paciência diária, ensinaram-me não somente o conteúdo programado, mas também o sentido da dedicação ao trabalho exercido

com amor. Todo o meu respeito e admiração. Em especial a minha orientadora, por ser a luz no final do túnel e banca examinadora, sério! Nem nos meus melhores sonhos imaginei esse casamento. Gratidão que chama né?

À universidade Federal de Pernambuco – UFPE, por ter me proporcionado um ensino superior de qualidade em um ambiente criativo e amigável. Sempre lembrarei com carinho e alegria do campus CAA.

Sou péssimo para expressar sentimento com palavras, mas sou ótimo com abraços, por isso um enorme abraço em você leitor. Afinal mais do que um título vale o aprendizado compartilhado. Boa leitura!

“Já é hora de decidirmos nossos próprios destinos.”
Ahri, guardiã estelar, campeã de League of Legends.

RESUMO

Os jogos eletrônicos vêm tornando o mercado do entretenimento cada vez mais promissor. Devido aos constantes avanços tecnológicos e aumento de consumidores, este mercado é percebido por investidores como uma oportunidade lucrativa e em constante expansão. Este é, também, detentor de estratégias inovadoras de produtos e serviços para atrair o consumidor no mundo virtual. Neste cenário, esta pesquisa tem como objetivo geral o uso do design de superfície como ferramenta para a criação de estampas inspiradas nas *skins* Guardiãs estelares (bens virtuais e simbólicos da cultura pop, intensamente consumidos por jogadores do jogo online *League of Legends*). Como resultado são apresentadas quatro estampas aplicadas em diferentes produtos usuais do público-alvo *nerd/geek*. A solução do problema é resultante de uma pesquisa de caráter metodológico proposta por Munari (2002), associada aos estudos realizados por Briggs-Goode (2014), Dondis (2007) e Schwartz (2006) e imagético decorrente do objeto de estudo analisado.

Palavras-chave: Design de superfície. Jogos eletrônicos – *League of Legends*. Bens virtuais.

ABSTRACT

Electronic games are making the entertainment market increasingly promising. Due to the constant technological advances and increase in consumers, this market is perceived by investors as a profitable and constantly expanding opportunity. This is, also with innovative strategies for products and services to attract consumers in the virtual world. In this scenario, this research aims to use surface design as a tool for creating prints inspired by Star guardian skins (virtual and symbolic goods of pop culture, intensely consumed by players of the online game League of Legends). As a result, four prints are presented applied to different usual products of the target audience nerd / geek. The solution to the problem is the result of a methodological research proposed by Munari (2002), associated with the studies carried out by Briggs-Goode (2014), Dondis (2007) and Schwartz (2006) and imagery resulting from the object of study analyzed.

Keywords: Surface design. Electronic games – League of Legends. Virtual goods.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Exemplo de campeão: Lux – A Dama da luz	29
Figura 2 –	Exemplo de rotação da semana: 19/08/2019.....	29
Figura 3 –	Ilustração da <i>skin</i> Clássica da personagem Ahri – A Raposa de Nove Caudas.....	31
Figura 4 –	Ilustração da <i>skin</i> Fliperama da personagem Ahri – A Raposa de Nove Caudas	32
Figura 5 –	Ilustração da <i>skin</i> Lux Guardiã Estelar.....	36
Figura 6 –	Montagem mostrando os novos efeitos das habilidades da <i>skin</i> Lux Guardiã Estelar dentro do jogo.....	37
Figura 7 –	Ilustração das <i>skins</i> Guardiãs Estelares das campeãs Jinx, Janna, Lulu e Poppy.....	38
Figura 8 –	Ilustração para tela de carregamento do jogo durante o evento de lançamento das <i>skins</i> Guardiãs estelares da primeira temporada.....	39
Figura 9 –	Ilustração para o evento de lançamento das <i>skins</i> da segunda temporada.....	41
Figura 10 –	Ilustração para as <i>skins</i> Pijaminha estelar.....	42
Figura 11 –	Ilustração das <i>skins</i> Guardiãs estelares dos campeões: Xayah e Rakah, Zoe, Neeko e Neeko versão prestígio.....	43
Figura 12 –	<i>Cromas</i> da <i>skin</i> Rakah Guardiã estelar: Água-marinha, Quartzo-rosa e Rubi.....	44
Figura 13 –	Tipos de aplicações de um Módulo quadrado em relação à área da superfície.....	56
Figura 14 –	<i>Mood board 1</i> Inspirações do briefing.....	69
Figura 15 –	<i>Mood board 2</i> Guardiãs estelares.....	70
Figura 16 –	<i>Mood board 3</i> Cores Guardiãs estelares.....	72
Figura 17 –	<i>Mood board 4</i> Similares Estampas <i>nerd/geek</i>	74
Figura 18 –	Síntese dos elementos visuais.....	75

Figura 19 –	Estampa: Você não está sozinha. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou croma) c) <i>Rapport Half Drop</i> - Tijolo por coluna - deslocamento $\frac{1}{2}$ d) <i>Mockups</i>	77
Figura 20 –	Estampa: A primeira estrela. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou croma) c) <i>Rapport Full Drop</i> - Grade d) <i>Mockups</i>	79
Figura 21 –	Estampa: Meu companheiro estelar. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou croma) c) <i>Rapport Half Drop</i> - Hexadecimal por coluna - deslocamento $\frac{1}{2}$ d) <i>Mockups</i>	80
Figura 22 –	Estampa: Luz e Escuridão. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou croma); c) Estampa zoe e o <i>Rapport Brick</i> – Hexadecimal por linha - deslocamento $\frac{1}{2}$ d) Estampa cometas e <i>Rapport Half Drop</i> - Tijolo por coluna - deslocamento $\frac{1}{2}$ e) <i>Mockups</i>	81
Figura 23 –	<i>Mockups</i> dos padrões aplicados em produtos diversos do universo <i>nerd/geek</i>	85

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –	Definições de cores.....	54
Tabela 2 –	Utilização das simetrias no design de superfície.....	57
Tabela 3 –	Alguns tipos de Rapport.....	58
Tabela 4 –	Etapas da metodologia do processo criativo.....	63

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
1.1	Contextualização.....	14
1.2	Objetivos.....	19
1.2.1	Objetivo Geral.....	19
1.2.2	Objetivos Específicos.....	19
1.3	Justificativa.....	19
2	DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	21
2.1	Cultura Nerd/Geek.....	21
2.2	Design e jogos eletrônicos.....	23
2.3	O jogo – League of Legends.....	26
2.3.1	Campeões.....	28
2.3.2	Bens de Consumo Virtuais.....	30
2.3.3	Universo Guardiãs Estelares.....	34
3	REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	45
3.1	Fundamentos do design.....	45
3.1.1	Design de superfície.....	49
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	62
5	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	67
5.1	Etapa 1 - Briefing.....	67
5.2	Etapa 2 – Coleta e análise de dados.....	70
5.3	Etapa 3 – Criatividade.....	74
5.4	Etapa 4 – Solução.....	83
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	85
6.1	Limitações do estudo.....	86
6.2	Sugestões para trabalhos futuros.....	87
	REFERÊNCIAS.....	89

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Não é de hoje que produtos e serviços relacionados ao setor de entretenimento ganham destaque na sociedade. Segundo Krüger e Moser (2005 p.1), “o entretenimento possui raízes fortes nas civilizações antigas, [...] cada povo desenvolveu uma forma de diversão para o tempo livre, baseado em seus princípios culturais e desenvolvimento tecnológico”.

Fundamentado na aceleração do desenvolvimento tecnológico, o entretenimento contemporâneo obteve influência das tecnologias da era industrial. Trigo (2003) explica que, desta forma, o entretenimento passou a estar intimamente ligado ao setor de serviços, logo, o capitalismo tornou-se um sistema baseado em acesso à experiência e prestação de serviços e não apenas na troca de bens.

Trigo (2003) explica que o ócio não é algo novo para o ser humano, mas é algo novo para a maioria da população, visto que anteriormente esta não possuía condições materiais de desfrutar as experiências e inovações do setor de entretenimento. O que mudou foi a percepção da sociedade em relação a este segmento, passando, o entretenimento, a ser algo lucrativo; alvo de interesse de investimento pelas empresas.

O entretenimento passou a ser uma mercadoria valorizada pela sociedade regida pelo capital. Sociedade que não expropria somente o tempo de trabalho, mas também o tempo excedente e supostamente livre (MARIN, 2009, p.212).

O acesso aos recursos tecnológicos popularizou-se, permitindo o crescimento sustentável da indústria do entretenimento, e inserido nesta o segmento de *games*¹.

Ehrlich (1986) explica que houve um conjunto de fatores que impulsionou os games a se transformarem em um brinquedo de sucesso, sendo uma das características mais fortes a mudança de relação com os aparelhos de TV. O ser humano que deixa de ser um mero espectador para assumir o papel de usuário interativo, escolhendo as telas e ações seguintes. O autor ainda comenta que o

¹ Jogos, divertimento, entretenimento.

videogame ² une estímulos visuais e sonoros, gerando um alto grau de envolvimento com a fantasia e a realidade.

Marin (2009 p.214) afirma que se o videogame era um produto direcionado a crianças e a adolescentes, os indicadores demonstram que atualmente atinge um público de diversas idades e de ambos sexos. Nos anos 1980 e 1990 a indústria de entretenimento tinha o foco no público infanto-juvenil, e que, no começo dos anos 2000, esta começou a acompanhar o amadurecimento de seus consumidores, passando a oferecer jogos e produtos para diversos tipos de consumidores em diferentes nichos.

A ampliação do poder de processamento dos *hardwares*³, o aumento da capacidade gráfica dos dispositivos de vídeo e a expansão da internet, juntamente com novos conceitos relacionados a estética, favorecem um desempenho positivo do mercado de games.

Segundo o estudo realizado em 2019 pelo instituto de pesquisa Newzoo, publicado no portal Estado de Minas⁴, o Brasil é 13º maior mercado de games do mundo, mas, se as projeções forem confirmadas, deverá estar entre os 10 primeiros nos próximos três anos, tendo como líder global os Estados Unidos responsáveis por um mercado estimado em US\$ 37 bilhões, seguido de perto pela China com faturamento de US\$ 36,5 bilhões. O instituto também aponta que a América Latina teve um crescimento de 11,1% entre esse 2018 e 2019, com rendimento de US\$ 5,6 bilhões.

Ainda de acordo com este estudo, o mercado de jogos eletrônicos movimentou no ano de 2018 US\$ 1,5 bilhão apenas no Brasil, o dobro de uma década atrás. Este resultado garantiu a posição de líder em faturamento com o setor de *games* no ranking latino-americano. Em 2019 o valor estimado movimentado pela indústria de jogos eletrônicos foi de 152 bilhões de dólares, segundo dados da pesquisa Global Games Market, da Newzoo.

Em adição, Lauro Figueiredo, consultor especializado em tecnologia, destaca que

² Jogo eletrônico manipulado por meio de imagens em tela de vídeo.

³ Conjunto de unidades físicas que compõem um computador ou seus periféricos.

⁴ Indústria de games cresce e se profissionaliza cada vez mais: Campeonatos transmitidos pela internet, feiras que atraem milhares de pessoas e grandes patrocinadores que investem muito fazem desse mercado um dos mais promissores do país. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/10/16/internas_economia,1093076/industria-de-games-cresce-e-se-profissionaliza-cada-vez-mais.shtml>. Acesso em: 03 jul. 2020.

o desempenho foi alcançado em um cenário de crise profunda, com a economia em recessão, altos índices de desemprego e corte de investimentos das empresas. Se o país estivesse em ordem, provavelmente o desempenho do setor seria muito melhor. (FIGUEIREDO, 2019)⁵.

Outro levantamento, desta vez realizado pela empresa de consultoria PWC em 2018, projetou o potencial do setor de entretenimento e mídia no país. Segundo a pesquisa, os gastos dos consumidores e anunciantes no Brasil deverá crescer 5,3% até 2022, sendo este liderado pelo setor de games e esporte eletrônico (*eSports*). Apenas com jogos para celulares, as receitas do segmento subirão de US\$ 324 milhões para US\$ 878 milhões nos próximos dois anos.

Logo, o mercado de games atualmente é visto como uma alternativa próspera, possuindo destaque na expectativa de crescimento, o que ocasiona a expansão de seus modelos de negócio, permitindo novos conceitos, posicionamentos, produtos e serviços.

Segundo portal R7⁶, as previsões para o mercado brasileiro de games são otimistas. O faturamento dos jogos virtuais no país, considerando apenas videogames e computadores, deve subir de US\$ 556 milhões (cerca de R\$ 2,2 bilhões), em 2017, para US\$ 803 milhões (cerca de R\$ 3,2 bilhões), em 2022, com uma taxa de crescimento médio de 8,9% ao ano.

Essa subida não será alavancada só pelo consumo de consoles e jogos para videogames. Os computadores devem representar boa parte desse montante com as transações online. A projeção é que daqui dois anos só os PCs movimentem US\$ 534 milhões (R\$ 2,1 bilhões).

Segundo Baffa (2016),

O segmento de jogos online que mais cresceu nos últimos anos foram jogos do tipo Massive Online Battle Arena⁷(MOBA). Desenvolvedoras como a Riot Games e a Blizzard Entertainment, responsáveis pelos jogos de computador League of Legends e Dota2 respectivamente, registraram um aumento considerável de novos jogadores e alavancaram também novos praticantes de esporte eletrônico no Brasil.

⁵ Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/10/16/internas_economia,1093076/industria-de-games-cresce-e-se-profissionaliza-cada-vez-mais.shtml. Acesso em: 03 jul. 2020.

⁶ Mercado de games no Brasil deve faturar US\$ 803 milhões em 2022. Jogos virtuais devem ficar ainda mais populares no país impulsionados por downloads nos smartphones e pelos campeonatos profissionais. Disponível em: <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/mercado-de-games-no-brasil-deve-faturar-us-803-milhoes-em-2022-21092018>. Acesso em: 03 jul. 2020.

⁷ Estilo de jogo com uma arena de batalha virtual para multijogadores.

O estilo caracteriza-se pela ação do jogador em um único personagem, chamado herói ou campeão, com o objetivo de destruir a base inimiga em ondas consecutivas de ataques que exigem raciocínio rápido e estratégias de equipe.

Os MOBAs atualmente são considerados mais do que apenas jogos eletrônicos, são sinônimos de esportes digitais. Este estilo de jogo, segundo o site IGN Brasil ⁸, é considerado o melhor argumento para convencer algum investimento na área de games e entretenimento.

Os números relacionados ao jogo League of Legends, considerado como o jogo de maior visibilidade mundial do estilo, é impressionante. De acordo com a empresa responsável pela criação do título, o jogo alcançou a marca de 8 milhões de jogadores simultâneos diariamente em setembro de 2019. Este marco torna o título o maior jogo de computadores do mundo.

O título também é caracterizado por possuir um elenco de personagens em constante expansão e assíduas atualizações, propondo criar um universo onde os elementos visuais e estéticos causem uma melhor aceitação e impacto positivo ao usuário, mantendo-o envolvido em uma narrativa ampla e imerso por mais tempo no ambiente virtual.

Apesar de o jogo ser gratuito, existe uma loja virtual dentro do game, onde está disponível uma grande variedade de "bens virtuais", dentre estes, campeões com diversas *skins*⁹. Estes itens podem ser adquiridos através de moedas virtuais e serão posteriormente explicados nesta monografia.

Seja a motivação da compra a distinção entre outros jogadores, identificação ou inserção em determinado grupo, as *skins* são muito populares entre os jogadores e possuem uma grande variedade de temas relacionados a elementos da cultura *geek* e *nerd*¹⁰, estilos musicais, culturais de regiões

⁸ 5 razões pelas quais o MOBA é hoje o gênero mais importante dos games: Na estreia de nossa série de reportagens especiais, explicamos porque dezenas de milhões de pessoas se dedicam, praticam e assistem a esses jogos. Qual é o segredo? Disponível em: <https://br.ign.com/esports/2760/news/cinco-razoes-pelos-quais-o-moba-e-o-genero-mais-importante-dos-games-atualmente>. Acesso em: 03 jul. 2020.

⁹ Itens adquiríveis com o objetivo de alteração do visual dos personagens e os efeitos de suas habilidades. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2019/11/skins-no-lol-veja-guia-com-raridades-tipos-e-precos-dos-visuais.ghtml>. Acesso em: 03 jul. 2020.

¹⁰ Entusiasta ou especialista em tecnologia, ou, de forma mais genérica, alguém que demonstra grande interesse em atividades ou assuntos específicos tais como: jogos de videogame, histórias em quadrinhos, cinema e outras vertentes da cultura pop. Disponível em: <https://canaltech.com.br/curiosidades/diferencas-entre-nerd-e-geek-46381/>. Acesso em: 03. jul. 2020.

específicas etc. Parafraseando Briggs-Goode (2014), é papel do designer, perceber as tendências e oportunidades do mercado – por meio da compreensão da tradição e da história dos estilos de design, bem como os processos dessa área, para que de forma criativa e habilidosa, reconheça o valor inerente à contribuição ao design e à cultura.

Atualmente no Brasil se destaca o mercado de franquias que tem os geek como seu público alvo, o qual apresenta grande variedade de produtos relacionados aos personagens populares derivados de jogos de videogame, séries de televisão e filmes. Segundo a Associação Brasileira de Franchising¹¹ (ABF), em 2018 o segmento *geek/nerd* já apresentava número de destaque no mercado, com perspectiva de atrair mais, jovens e adultos, seja para ser seus consumidores ou investidores. A associação ainda complementa que, produtos relacionados aos temas deste universo estão estampados nos mais variados itens vendidos, seja online ou fisicamente.

Freire Filho e Lemos (2008) explicam que no ramo da tecnologia nasce um novo perfil de empreendedores que utilizavam as tecnologias ao seu alcance desde a infância, tais como os videogames, a fim de formar novas ideias de negócio.

Como proposto por Fettermann (2016), ao longo da história da humanidade é possível perceber que o homem tem feito interferências nas superfícies dos objetos com o objetivo de influenciar na sua aparência final. Desta forma é possível comunicar-se e expressar-se, condicionando a percepção que as pessoas têm sobre os objetos, despertando emoções e criando novos significados.

Com base nos dados apresentados acima, esta pesquisa, baseada em tendências comerciais do mercado, tem como inspiração a criação de um projeto de superfície, para um público alvo específico, a partir de um universo proposto como rico, mas ainda pouco explorado. A fim de gerar análises e questionamentos a ser replicados e somados a outros temas e pesquisas posteriores.

¹¹ Conheça o fantástico (e lucrativo) mundo das franquias geek. Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franquias-geek-nerd/>. Acesso em 03. jul. 2020.

Ante o exposto, esta monografia tem o seguinte problema de pesquisa: **Como os elementos visuais presentes na linha de *skins* Guardiões estelares do jogo League of Legends, podem ser utilizados na construção de um projeto de superfície para a aplicação em produtos voltados ao universo geek?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Propor a utilização do design de superfície como uma solução para a diferenciação de produtos na tentativa de atender novas exigências do mercado *nerd/geek*, baseado na linha de skins Guardiões estelares do jogo League of Legends.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Verificar as principais formas e técnicas utilizadas na criação de padrões para superfícies.
- ❖ Identificar os principais elementos visuais presentes na linha de *skins* Guardiões estelares.
- ❖ Explanar as necessidades de consumo do público-alvo *nerd* ou *geek*.

1.3 Justificativa

O design de superfície é uma área criativa de cunho extremamente prático do design, que tem a habilidade de se comunicar e gerar emoções no usuário por meio da sua percepção em relação à superfície de um objeto. Com uma grande diversidade em estilos estéticos e ampla possibilidade de aplicação, o design de superfície ocupa espaço expressivo da indústria por sua abrangência em diversos setores, tais como: moda, design de interiores, design gráfico, indústria têxtil e o artesanato.

É possível a criação de estampas capazes de gerar diferentes interpretações nos usuários por meio da combinação de imagens, símbolos,

cores e texturas. Estas criações atuam como representações simbólicas para diferentes grupos sociais podendo o profissional designer utilizar deste recurso para gerar estímulos de consumo de bens, sejam eles reais ou virtuais.

Baseado na interpretação de inspirações geradas pelo desempenho crescente da indústria de jogos eletrônicos e disseminação dos animes, um dos principais elementos da cultura pop, pode-se constatar abordagens mercadológicas ainda pouco exploradas. Deste modo, o resultado dessa interpretação pode ser usado por um profissional designer na valorização e disseminação de um bem de consumo. No nosso estudo, a inserção do design de superfície visa agregar e atender as novas exigências do mercado *nerd/geek*, baseado na linha de skins Guardiãs estelares do jogo *League of Legends*.

No âmbito acadêmico este trabalho propõe o estímulo do uso do design de superfície como ferramenta na solução de problemáticas referentes a mercados que apresentam possibilidades de expansão de consumo. Considerando o objeto de estudo, faz-se uso de uma narrativa específica que permeia universos amplos, como neste caso: *games* e animes, para propor algo inovador, reconhecendo o valor inerente à superfície e sua contribuição ao design e à cultura.

No contexto econômico, é relevante a utilização de mercados distintos com narrativas convergentes para a elaboração de um projeto de superfície que visa atender um público alvo em comum, o *nerd/geek*, baseado em tendências de consumo do cenário no qual o objeto de estudo desta monografia está inserido.

Existe ainda a motivação pessoal do autor desta monografia por ser jogador do jogo *League of Legends* e apreciador de desenhos animados japoneses. Acredita-se que ambos fatores irão auxiliar para um entendimento mais abrangente sobre o objeto de estudo e conseqüentemente a criação de ilustrações com esses temas.

Apresentadas essas perspectivas, este trabalho sugere ainda ampliar as pesquisas sobre hábitos de consumo da cultura *nerd*, provendo novas percepções para bens adquiríveis, tendo o autor interesse pessoais em entender mais desta cultura e em explicar meios de utilização do design para agregar valor estético a produtos.

2 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

2.1 Cultura Nerd/Geek

Não se sabe ao certo a origem por trás do termo nerd. Carvalho (2018), apresenta que o que se pode perceber é que o termo era associado a um grupo social com características físicas distintas: pessoas muito magras ou muito obesas, o uso de óculos de grau e roupas antiquadas para a época, e ou por apresentarem comportamento considerado introvertido e não se interessar por atividades ao ar livre, preferir interação com objetos ao invés de pessoas etc.

Este termo começou a ser usado amplamente para caracterizar pessoas, especialmente jovens, que dedicavam seu tempo às atividades acadêmicas, e não sociais. A autora Carvalho (2018), complementa a origem termo nerd associado aos indivíduos que:

Eram considerados excluídos socialmente, que não se misturavam ao restante das pessoas por preferirem estudar, ler ou estar no computador. Esse estereótipo passou a ser largamente utilizado nos *High Schools* norte-americanos, e conseqüentemente, nos filmes e séries de TV produzidos nos Estados Unidos que abordavam esse universo (CARVALHO, 2018, p.2).

Nos últimos anos, o termo nerd ligado ao estigma negativo baseado no estereótipo descrito anteriormente vêm se transformando. Especialmente na última década é possível perceber que o termo está relacionado mais a pessoas entusiastas da computação e da tecnologia. Galvão (2009), concorda que para alguns autores o advento da sociedade da informação seria o fator responsável pelo tom de elogio que o termo nerd ganha nos dias atuais.

Devido a essa nova sociedade que exige, cada vez mais, conhecimento em tecnologias, predisposição às novidades, dedicação aos estudos, curiosidade científica, etc o nerd teria se tornado 'aquela pessoa que todos consultam (GALVÃO, 2009, p. 35-36).

Por muito tempo o termo geek¹² foi utilizado como sinônimo de nerd, mas com as mudanças de regras sociais e comportamentos, houve a ressignificação do termo dada com o passar dos anos, passando este a se referir ao grupo de indivíduos com aptidão aos dispositivos tecnológicos e preferências por

¹² O termo geek nessa monografia será referido como sinônimo do termo nerd devido ao fato de constituírem hábitos de consumo semelhantes. Grupos sociais formadores do mesmo público-alvo.

produções da cultura pop¹³, tais como filmes, livros, jogos eletrônicos e etc, sem necessariamente apresentar características físicas nem psicológicas associadas aos nerds.

Muito se discute sobre os motivos que gera a identidade do nerd/geek. É sensato pensar que identidade do nerd é construída por diversos aspectos diferentes, relacionados às preferências de consumo e escolhas que representam e cria um sentimento de pertencimento social a esses indivíduos. O indivíduo é representado como nerd através do consumo de bens, neste sentido a autora Carvalho (2012), apresenta que não é apenas do consumo das produções criadas pela indústria cultural, os chamados bens simbólicos (BOURDIEU, 2007), mas de bens físicos, produtos que foram criados com base nessas produções simbólicas, o consumo destes bens é referente a sua admiração por determinado objeto de interesse.

Por meio da cultura de consumo, os objetos e seus donos são valorizados pelo que possuem, determinando o modo de inserção social e estabelecendo uma economia de bens simbólicos (FRANCISCO, 2010, p.4).

Apresentado essa perspectiva podemos destacar que, para o grupo social nerd, o consumo acaba por se tornar uma forma de expressar a apreciação dos usuários por um determinado tema, narrativa e produto. Com uma característica associada ao conceito de fã. Podemos considerar nerds como fãs de um conjunto de textos e narrativas que circulam através do aparato midiático (MATOS, 2011, p.10).

O universo nerd/geek é extremamente midiático e visual, possibilitando facilidade de conexão emocional entre os indivíduos e as produções desse meio, pois ao ver o que se passa em uma história, por exemplo, um sujeito consegue se conectar e até mesmo se identificar com ela, trazendo elementos daquela narrativa para sua vida. Ao consumir produtos culturais, as pessoas atribuem valores e significados a eles, se apropriam e se utilizam deles para auxiliar na formação de sua identidade (CARVALHO, 2012, p.5).

No mercado atual é possível encontrar várias lojas que comercializam produtos quem tem relação com as narrativas da cultura pop. No mercado atual, hábitos de consumo de artigos que antes estavam limitados às miniaturas e brinquedos, frequentes na infância, hoje, apresentam uma ampla diversidade de

¹³ Pode-se considerar qualquer manifestação artística que o povo produz e participa de forma ativa, com grande difusão na mídia. Exemplos: cinema, televisão, histórias em quadrinhos, dança, música, festa, literatura, folclore, arte. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/1528/o-que-e-cultura-pop>. Acesso em: 03 jul. 2020.

produtos como artigos para casa, cozinha, escritório, vestuário, acessório, decoração etc. Este fator impulsiona a continuidade destes hábitos para a idade adulta.

Algo que merece atenção é a forma de consumo deste público. Ele apresenta uma predisposição para colecionar itens de seu interesse que possuem uma mesma narrativa. Colecionar no sentido de adquirir a maior quantidade de um universo independentemente do valor e exclusividade, tendendo essa perspectiva a ser algo mais inclusivo do que exclusivo, representando uma forma de identificar e ser identificado dentro da sociedade.

A reflexão que fica é que se trata de um mercado amplo com exigências em diferentes segmentos a serem interpretadas. Em um mercado em que os objetos da cultura da mídia se fazem cada vez mais presentes, cabe ao profissional designer fazer a leitura deste cenário e propor inovações a fim de produzir objetos que transmitam emoções e façam sentido para esse público específico.

2.2 Design e jogos eletrônicos

Não é de hoje que a indústria busca por originalidade, mais do que isto, foi percebido o benefício lucrativo na diferenciação de produtos por meio da usabilidade e o seu desenho. Como apresentado por Löbach (2001. p.178),

A busca da individualidade conduz à busca de originalidade na aparência visual dos produtos. [...] Com a competitividade que se implantou no final dos anos 90, esta orientação torna-se cada vez mais freqüente na indústria de bens de consumo duráveis.

A seguir, iremos discorrer sobre o design gráfico, devido a sua relação com a conceituação do design de superfície no que se refere aos aspectos formais, cromáticos e perceptivos,

Entende-se design gráfico, como forma de comunicar visualmente um conceito, uma ideia, por meio de técnicas formais, intrinsecamente ligadas a referências básicas da psicologia e percepção visual, seja considerando um meio de estruturar e dar forma à comunicação impressa (RINALDI; MENEZES, 2010, p.146).

Segundo Villas-Boas (2000. p.48), “o design está ligado à ideia de projeto, plano e propósito, enquanto o desenho à representação figurativa de formas sobre uma superfície [...] recurso ao qual o design gráfico constantemente

recorre”. O autor ainda apresenta o conceito de programação visual, que se utiliza de profissionais para o ordenamento de elementos estético-formais textuais e não-textuais com objetivo comunicacional expresso.

Dito isto, o designer pode fazer o uso do desenho de uma superfície como uma solução para o conceito de individualidade na aparência dos produtos apresentado por Löbach (2001).

Rinaldi (2013) explana o conceito relacionado ao design de superfície como algo novo, sendo uma especialidade em plena expansão. Ele complementa que: a superfície, enquanto elemento figurativo, é merecedora de destaque no desenvolvimento de novos produtos. E que é por meio do aspecto visual que o usuário produz associações em relação aos objetos.

Schwartz (2008) amplia o conceito de design de superfície como:

Uma atividade projetual que atribui características perceptivas expressivas à Superfície dos objetos, concretas ou virtuais, pela configuração de sua aparência, principalmente por meio de texturas visuais, táteis e relevos, com o objetivo de reforçar ou minimizar as interações sensório-cognitivas entre o objeto e o sujeito. Tais características devem estar relacionadas às estéticas, simbólicas e práticas (funcionais e estruturais) dos artefatos das quais fazem parte, podendo ser resultantes tanto da configuração de objetos pré-existentes em sua camada superficial quanto do desenvolvimento de novos objetos a partir da estruturação de sua superfície (SCHWARTZ, 2008, p.146).

Para Rinaldi e Menezes (2010, p.145),

O tratamento das superfícies nos produtos industrializados reforça a função estética dos objetos, melhora a identidade dos produtos seja em embalagens, coleções editoriais, mídias eletrônicas e promovem melhor aceitação junto aos usuários, principalmente nos produtos de uso individual onde o consumidor procura uma identificação personalizada. Desse modo, uma superfície bem trabalhada pode garantir uma melhor aceitação do produto.

No que tange aos jogos eletrônicos e o design, temos que a expansão dessa associação torna-se pano de fundo para este trabalho de pesquisa, onde propomos a criação de estampas por meio da percepção de fatores estéticos presentes no design de superfície.

A percepção de uma narrativa ampla está diretamente relacionada com a assiduidade dos jogadores no ambiente virtual. Logo o mercado passa a perceber o valor agregado na criação de um padrão estético coeso.

Como afirmam (ROCHA; MELO; SOUTO; NEVES. 2006, p.2), a preocupação com padrão dos elementos visuais, sonoros e conceituais é algo novo, devido à evolução do setor de games.

A preocupação com esse padrão estético é um refinamento presente em etapas mais recentes da evolução dos games. Exemplos mais antigos não demonstram preocupações com roteiros elaborados e carecem de capacidade tecnológica para exibir imagens de alta qualidade.

Eles ainda afirmam que, alcançar uma satisfação completa do jogador só será possível gerando o padrão estético que agrada esse indivíduo. A satisfação do usuário de entretenimento será possível com aceitação deste padrão proposto pelo jogo. Atender o desejo de entretenimento dos jogadores significa maior retenção desses no ambiente virtual. Identificar todos esses estímulos de consumo significa, além de ter maior interação com os jogadores, maior retorno financeiro.

No âmbito sociocultural, a utilização de uma linha estética coerente propõe uma mudança cultural dentre os jogadores, que passam a percebê-lo não mais como um jogo, e sim como um universo amplo. Jogos que fazem uso de elementos visuais, sonoros e conceituais homogêneos aumentam a imersão e assiduidade e consumo entre os jogadores.

O objetivo do designer para manter a atenção do jogador está relacionado ao entendimento correto das informações por trás de todo aparato estético produzido; isto inclui imagens, animações, sons etc criando um universo no qual o usuário possa se manter imerso. “Um bom game deve apresentar harmonia entre suas cores, sons, roteiro e respostas a ações, criando um padrão estético em que os elementos confluem num mesmo sentido.” (ROCHA; MELO; SOUTO; NEVES. 2006).

Devemos compreender os jogos eletrônicos como produtos artísticos que dependem de mão de obra qualificada, criativa e multidisciplinar para além de manter o ritmo de crescimento do mercado, proporcionar uma experiência dinâmica, atrativa e prazerosa para os jogadores, dentro e fora do jogo, através da construção de um padrão estético coeso com a sua narrativa.

A interação dos conhecimentos técnicos e artísticos necessários para o desenvolvimento de sistemas extremamente complexos demanda a atuação de profissionais altamente especializados. Neste sentido, cabe ao profissional designer a construção e manutenções deste padrão estético a fim de garantir maior atratividade de consumo pelos usuários por meio de bens digitais ou físicos.

2.3 O jogo – League of Legends

League of Legends é um jogo online que se enquadra no estilo MOBA. Rioult (2012) define MOBA como jogos digitais orientados à cooperação nos quais cada jogador controla um personagem escolhido no início da partida. Este possui vantagens e desvantagens, assim, os jogadores são forçados a se unirem em equipes, de modo que os diversos heróis possam complementar suas habilidades com o objetivo da vitória. Durante as partidas, equipes formadas com cinco jogadores cada devem preparar ações coordenadas para responder às ações da equipe adversária com a maior efetividade possível. Atualmente se configura como o estilo de jogo em que os jogadores mais gastam horas jogando.

League of Legends, conhecido pelos jogadores pela sigla *LOL*, foi desenvolvido e publicado pela empresa *Riot Games*. Seu desenvolvimento conta como base um outro jogo, *DotA (Defense of the Ancients)*, que é caracterizado como pertencente do estilo MOBA só que este foi criado a partir do *design* e jogabilidade do jogo *World of Warcraft III* que, assim como o *LOL*, tem em seu modo mais popular de jogo o objetivo de destruir a base da equipe adversária (JOSÉ, 2015).

League of Legends é um jogo competitivo que mistura a velocidade e a intensidade de um *Real Time Strategy (RTS)* ou Estratégia em Tempo Real (em tradução livre) que caracteriza-se por games que envolvem geração e manutenção de recursos e unidade sem pausas, com elementos de *Role Playing Game (RPG)*, por ter o jogador o controle das ações de um personagem dentro de um universo de fantasia ou ficção científica. Duas equipes de poderosos campeões lutam em diversos campos de batalha e em modos diferentes de jogo (FOLHA DE PERNAMBUCO, 2018).

Em *League of Legends*, os jogadores controlam campeões com habilidade únicas e que lutam com seu time contra outros invocadores¹⁴ ou campeões controlados pelo computador. De acordo com a empresa criadora da franquia, uma das principais características do jogo é que os campeões sempre começam fracos e progridem através da acumulação de ouro e da experiência ao longo de cada partida (UFOGEEK, 2019).

¹⁴ Termo utilizado para jogadores de *League of Legends*, relacionado à função de invocar um personagem dentro do jogo Disponível em: br.leagueoflegends.com. Acesso em: 03 jul. 2020.

LoL foi anunciado pela primeira vez em 7 de outubro de 2008, e lançado oficialmente no Brasil no dia 09 de agosto de 2012 (ROX, 2016). O jogo foi bem recebido desde o seu lançamento e sua popularidade cresceu ao decorrer dos anos. De acordo com a *Forbes* em julho de 2012, *LoL* foi o jogo para computador mais jogado na América do Norte e Europa em termos de número de horas jogadas. Até janeiro de 2014, mais de 67 milhões de pessoas jogavam *League of Legends* por mês, 27 milhões por dia e mais de 7.5 milhões durante o horário de pico.

É informado no site oficial do jogo, que ele possui o formato *free to play*¹⁵, disponibilizado gratuitamente para *download*. Atualmente, conta com 10 servidores¹⁶ diferentes (Brasil, EU Nórdica & Oriental, EU Ocidental, Japão, America Latina Norte, America Latina Sul, America do Norte, Oceania, Rússia, Turquia) possibilitando sua distribuição em diversos países como: Austrália, Estados Unidos, Filipinas, Singapura, Vietnã, Malásia, Tailândia, Canadá, Coreia do Sul, Taiwan, China, Europa, Brasil e Indonésia. O jogo que inicialmente só era disponível em inglês foi disponibilizado em outros idiomas, tais como: italiano, francês, espanhol, alemão, polonês, russo, romeno e português.

O jogo ainda possui um cenário competitivo grande e ativo. Na América do Norte e Europa, a Riot Games organiza o *League of Legends Championship Series* (também conhecido como "LCS"), que consiste em 10 times profissionais de cada continente. Competições regionais semelhantes onde os melhores times sediam um campeonato mundial que ocorre anualmente. Segundo site especializado *Gamespot*, em 2013, o prêmio do torneio foi de \$1 milhão e teve 32 milhões de espectadores online. O torneio de 2014 teve o quinto maior prêmio da história de *eSports*, dando ao time vencedor 2.3 milhões de dólares.

De acordo com o portal de referência em análise de dados dos esportes eletrônicos *Esports Charts*, o campeonato mundial de *League of Legends* (Worlds) de 2019, foi o torneio mais popular do ano. Este portal analisou apenas

¹⁵ Modelo de jogos que podem ser adquiridos e instalados sem qualquer tipo de cobrança. Disponível em: <https://canaltech.com.br/games/O-que-e-F2P-ou-free-to-play/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

¹⁶ Refere-se a um software ou computador, com objetivo de otimizar a estabilidade e segurança de uma grande quantidade de tráfego de dados pelos usuários de uma rede. Disponível em: <https://www.controle.net/faq/o-que-sao-servidores>. Acesso em: 20 ago. 2020.

dados informados pelas plataformas de *streaming*¹⁷: TwitchTV, o Youtube e o Facebook. Atingindo pico de mais de 3,9 milhões de espectadores e ultrapassando a marca de 137 horas assistidas. Vale destacar que este marco foi conseguido pelo segundo ano consecutivo, em 2018, o evento também ficou com a primeira colocação com pico de pouco mais de 1,9 milhões de espectadores.

Segundo o portal de entretenimento IGN, League of Legends foi primeiramente avaliado com nota 8 de 10 em 2009, chegando a receber o elogio de “exemplo de excelência” apenas cinco anos depois, quando o jogo foi reavaliado, mudando a nota de 8 para 9,2 com destaque aos visuais dos campeões, com recursos de customização e visuais animados, e a estratégia do jogo em equipe, gerenciando as partidas de acordo com os níveis semelhantes entre os jogadores.

De acordo com os dados já abordados até o presente momento neste trabalho se pode constatar que: League of Legends conta com um elenco de campeões em constante expansão, atualizações frequentes e uma cena competitiva e exuberante. O jogo oferece diversão incessante para jogadores de todos os níveis de habilidade. Perceber cenários de grande engajamento e melhorias como este é importante e pode ser utilizado como inspiração na criação de novos bens de consumo.

2.3.1 Campeões

O jogo possui uma grande quantidade de campeões (personagens). Cada invocador (termo usado aos jogadores) controla apenas um campeão por partida. Atualmente existem mais de 140 campeões que se tornam jogáveis através da sua compra dentro do jogo. Anualmente são lançados novos personagens com características e habilidades distintas e a cada semana, dentre todos os campeões, são disponibilizados 14 novos personagens para jogar gratuitamente. Este sistema é conhecido como Rotação de campeões e

¹⁷ Tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a internet. Disponível em: <https://www.significados.com.br/streaming/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20Streaming%3A,tornar%20as%20conex%C3%B5es%20mais%20r%C3%A1pidas>. Acesso em: 03 jul. 2020.

tem como objetivo disponibilizar novos heróis para ser testados pelos jogadores antes de compra-los.

Figura 1 - Exemplo de campeão: Lux – A Dama da Luz.



Fonte: Riot Games, 2020

Figura 2 - Exemplo de Rotação da semana: 19/08/2019.



Fonte: Riot Games, 2020

Dentro do jogo há um sistema de monetização que é a venda de bens virtuais. Na loja virtual do jogo é possível comprar *skins*, chaves, baús, campeões e outros itens. Vale ressaltar que estes alteram o visual e não vantagens para a jogabilidade, garantindo assim que todos tenham a mesma chance para a vitória da partida.

Todos os campeões de League of Legends têm disponível, no mínimo, um traje alternativo para compra na loja virtual do próprio jogo. Esse traje é disponibilizado junto com o a data de lançamento do novo campeão. Todas essas *skins* alternativas são muito populares por alterar todo o aparato visual presente no campeão e tem conceitos ligados a universos distintos.

2.3.2 Bens de Consumo Virtuais

No âmbito do entretenimento não é um conceito novo atrelar o prazer com a lucratividade dos jogos. Assim como apresenta Zimmerman (2012), os fliperamas, referindo-se aos estabelecimentos com máquinas de jogos populares no final dos anos 70, já eram lugares de lazer programados para serem lucrativos, mundos de diversão alimentados por um fluxo infinito de moedas. O autor ainda discorre sobre a importância do design dentro deste mercado:

Os jogadores entram, jogam e, se os designers do jogo fizeram bem seu trabalho, eles permanecem jogando um pouco mais. O arco de recompensas e punições criado cuidadosamente que atrai os jogadores aos jogos e os mantém jogando conecta o prazer à lucratividade ZIMMERMAN (2012, p. 52).

Impulsionado por um mercado competitivo e cada vez mais exigente, os jogos vêm incorporando com eficiência ferramentas para ampliar a experiência do usuário. Mazurek e Polivanov (2013) concordam que algo está se destacando dentro deste mercado de jogos eletrônicos: a compra de bens virtuais que apenas fazem com que o personagem mude esteticamente.

Figura 3 - Ilustração da *skin* clássica da personagem Ahri – A Raposa de Nove Caudas.

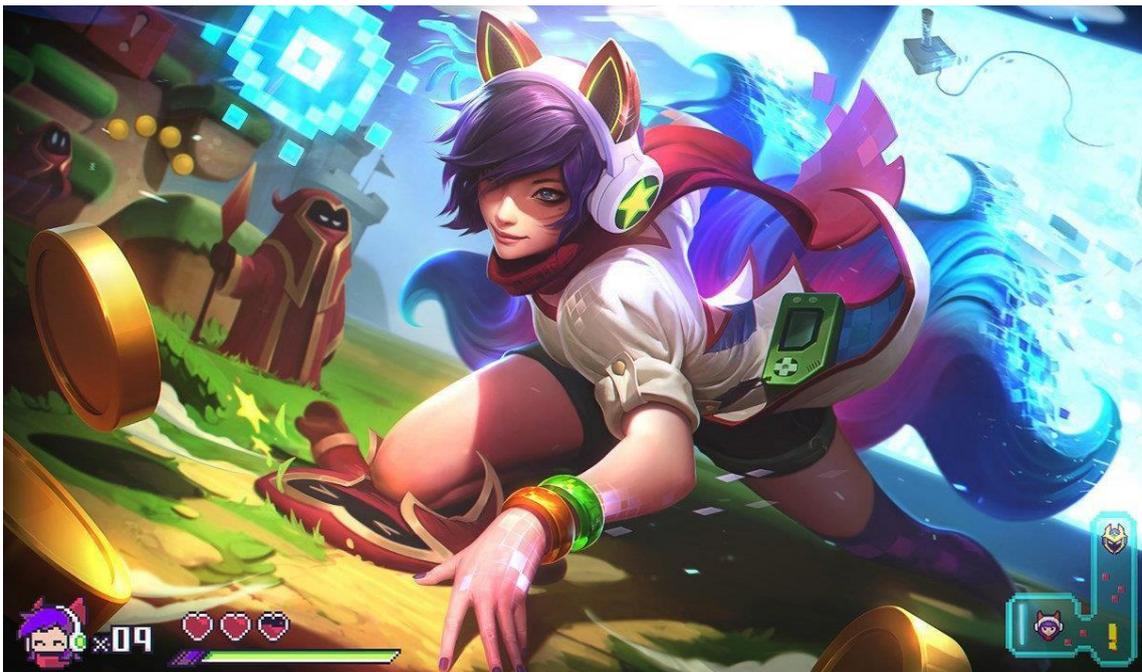


Fonte: Riot Games, 2020

Os desenvolvedores em League of Legend utilizam de vários artifícios para gerar uma experiência melhor ao usuário por meio da compra de suas *skins*. Da criação do conceito até a forma de divulgação, utilizam-se de mecanismos dentro e fora do jogo afim de ampliar o engajamento entre os jogadores. As *skins* possuem nome, ilustração, texto, animações, contos e elementos sonoros diferentes da opção clássica da *skin* padrão do campeão.

Cada *skin*, assim como é com os campeões, pode ser adquirida permanentemente pelas moedas existentes no jogo. Os valores dependem no nível de mudanças que a *skin* proporciona à jogabilidade do campeão dentro do jogo. *Skins* que apresentam novas animações e dublagens são mais caras do que uma *skin* que só muda a aparência da vestimenta do personagem. Após ser adquirido a *skin* do campeão pode ser utilizada nas partidas dos diferentes modos do jogo.

Figura 4 - Ilustração da *skin* Fliperama da personagem Ahri – A Raposa de Nove Caudas.



Fonte: Riot Games, 2020

Não se trata apenas da mudança na roupa do personagem, e sim a soma de vários elementos para a criação de narrativa coerente a um tema específico. Os autores Amaral e Macedo (2015), explicam que:

[...] as skins, “peles” de um avatar, são designs que possuem modelagens e temas específicos, compostos basicamente de customizações estéticas, efeitos gráficos e até mesmo nas falas (*quotes*) pré-estabelecidas de um personagem/campeão. Elas são normalmente percebidas como adereços para diferenciar a experiência no jogo (AMARAL; MACEDO, 2015, p. 234).

A prática comum da compra de itens que beneficia os personagens e sua jogabilidade, aumentando atributos como armadura, pontos de vida, dano, resistência mágica etc, pode sugerir aos jogadores o cenário negativo ou frustrante onde o jogador que tem mais dinheiro será o melhor de uma partida devido aos seus itens e não por sua competência. Essa nova percepção, baseada no comportamento do usuário, faz com que as empresas desenvolvedoras de jogos eletrônicos invistam intensamente em outras maneiras de lucrar com seus títulos. Uma forma já consolidada no mercado é a venda de *skins*.

Todo o faturamento da empresa Riot Games, que desenvolveu o jogo, é proveniente das microtransações de bens virtuais situados dentro do jogo, porém diferentemente de trazer benefícios para os personagens dos jogadores, a maioria dos bens virtuais comprados no jogo são as Skins, que somente alteram a estética dos personagens (MAZUREK; POLIVANOV, 2013).

Neste sentido, o mercado de bens virtuais sugere uma consolidação mais próxima à ideia de customização no sentido de diferenciação ou ainda identificação dentro desses ambientes online. Os itens carregam valor simbólico no sentido de propriedade individual ou coletiva, sendo percebidos valores, tais como raridade e exclusividade, por aquele grupo específico.

Bens são mercadorias valorizadas por grupos sociais, repletas de significações e expressões de representação dos sujeitos. Pensa-se que um bem pode ser decifrado como sendo um objeto de posse, de domínio de alguém ou de algum grupo, caracterizando-se por possuir utilidade e/ou valor que o torna necessário, mesmo que simbolicamente (BOURDIEU, 1974).

Nessa perspectiva pode-se apontar a existência de valorização e reconhecimento social através da compra de bens virtuais. O sujeito de posse deste bem reconhece as suas particularidades, distinção e apreço pelos sujeitos pertencentes deste grupo, despertando a motivação para a aquisição. Logo, o estímulo desta motivação de compra é visado pelos desenvolvedores no lucro e, por parte dos indivíduos, na satisfação quando a *skin* é adquirida, podendo esta, ter a capacidade de distinguir um usuário dentro de seu próprio grupo social.

Por este ponto de vista Bers (2012, p.210) baseada na ideia de Forty (2007, p.90-91) complementa que:

O próprio mercado centra-se no entendimento da diferenciação de consumidores quando foca a diversificação e a personalização de produtos, visando atingir diferentes indivíduos e grupos.[...] a diversificação de designs de produtos buscavam oferecer bens personalizados aos seus consumidores, trazendo o sentimento de particularidade e o diferenciando dos outros consumidores a partir da posse de seu.

Como mencionado anteriormente, o cenário de League of Legends faz uso destas perspectivas, onde os jogadores são usuários de bens virtuais que buscam, por meio da aquisição e uso dentro do jogo, o fortalecimento de sua identidade; sendo a posse do bem virtual uma forma de se inserir e compartilhar de uma identidade comum em um determinado grupo social, destacando-se dos demais indivíduos.

2.3.3 Universo Guardiões Estelares

League of Legends se destaca no cenário de jogos eletrônicos por oferecer uma gama de bens virtuais que incorporam referências estéticas diversas aos jogadores. No jogo são frequentes as ofertas de novos bens virtuais para seus personagens. As *skins* abordam os mais diversos temas e são baseados em diferentes estéticas como: tecnologia, elementos da natureza, feriados comemorativos, cultura oriental etc. Uma temática que a cada ano ganha um novo capítulo e atualizações é a linha de *skins* Guardiões estelares.

Com o primeiro lançamento em 2015, essa linha de *skins* aborda um subgênero de desenho e animação japonês popularmente conhecido como *anime*, *animê* ou *animé*¹⁸ e *mangá*¹⁹. Dentro desses subgêneros é encontrado o *Mahō shōjo*²⁰ que é caracterizado por apresentar jovens meninas normais como protagonistas da história, as quais possuem a habilidade de se transformar em heroínas com poderes mágicos. Este subgênero geralmente é associado a elementos simbólicos presentes em temáticas colegiais, fantasiosas, mitológicas e astrológicas. Exemplos mundialmente famosos de animes dessa categoria são Sailor Moon (1992), Guerreiras Mágicas de Reyeearth (1994) e Sakura Cardcaptor (1998).

Além de apresentarem histórias positivas e alegres, onde as personagens lutam por ideais comuns, tais como o amor, a paz e a esperança, existem outros conceitos relacionados à popularização deste gênero. São eles:

1. o aprendizado e a concentração para o uso dos poderes e desenvolvimento ao nível máximo;
2. formação de equipes com o objetivo de unir forças em ataques superpoderosos e massivos;
3. presença de aliados mascotes que funcionam como tutores aconselhando e participando dos seus treinamentos;

¹⁸ Refere-se à animação ou desenho animado produzido no Japão. Disponível em: <https://trecobox.com.br/nao-e-desenho-e-anime/>. Acesso em: 03 jul. 2020.

¹⁹ Nome dado desenho e as histórias em quadrinhos de origem japonesa. Disponível em: <https://editorajbc.com.br/mangas/inf/o-que-e-manga/> Acesso em: 03 jul. 2020.

²⁰ Nome ao subgênero de anime e mangá com personagens femininas jovens e poderes mágicos. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Mah%C5%8D_sh%C5%8Djo. Acesso em: 03 jul. 2020.

4. presença de conflitos contrastantes entre o masculino e feminino, o infantil e o adulto e o fraco e o poderoso.

Quando o assunto é a incorporação de algo novo dentro do jogo, a equipe desenvolvedora do *League of Legends* costuma considerar as tendências do mercado do entretenimento atrelado ao consumo dos usuários de maneira ampla. A experiência com o jogo não termina ao fim de uma partida, os discursos gerados convidam o usuário a consumir outras mídias com o objetivo de manter os jogadores frequentemente dentro do processo de construção do ambiente virtual. (AMARAL; MACEDO, 2015, p. 235). Em complemento, Zimmerman (2012) declara que:

Os designers criam não só o jogo em si, mas também as formas como os jogadores entram no sistema do jogo. Esse evento envolve considerar não apenas os elementos formais do jogo, mas também a maneira como o jogo se comunica com os contextos externos ZIMMERMAN (2012, p.55).

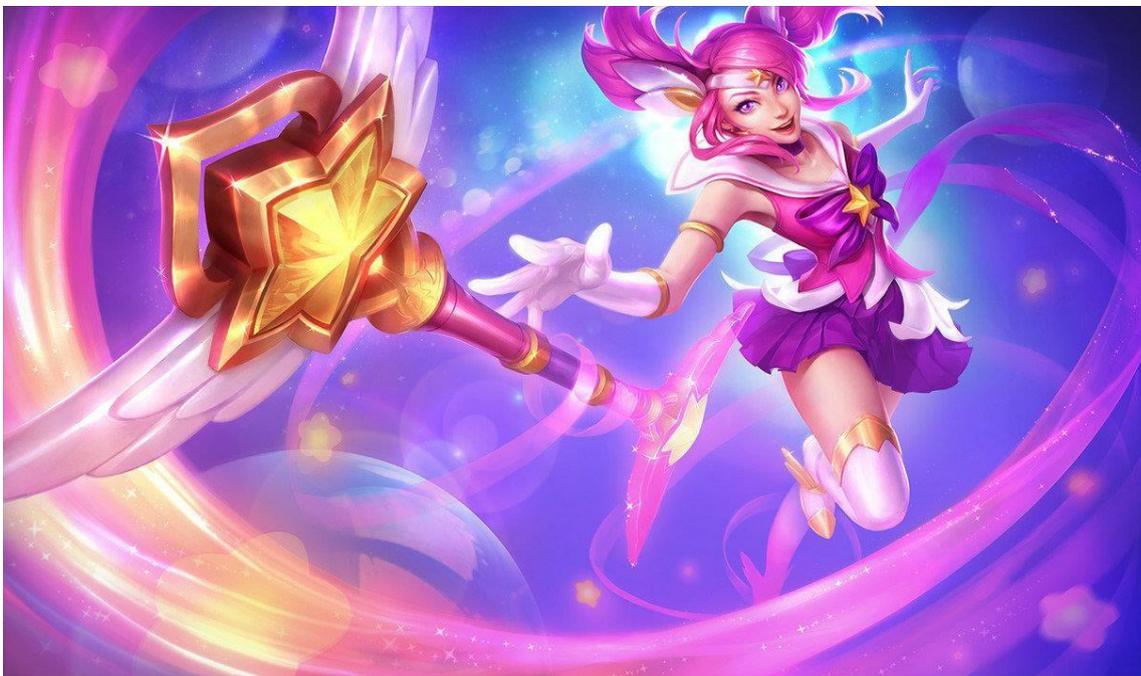
Por meio de sites, vídeos, podcasts, imagens, ilustrações, textos redes sociais, fóruns, ferramentas de suporte e demais possibilidades narrativas, a empresa cria canal direto com a opinião dos jogadores, sendo comum a prática de alterações baseadas na opinião criada a partir de uma experiência ruim constatada pela comunidade do jogo. Este exercício, relacionados aos frequentes estudos sobre o consumo dos jogadores, cria uma atmosfera de constantes aperfeiçoamentos, adaptações, criação de bens de consumo e ampliação da participação dos jogadores para a melhoria da experiência das partidas e o seu prestígio enquanto invocador que se diferencia entre os demais jogadores.

Segundo RIGON (2017), o universo das Guardiãs estelares surgiu só após da crescente adesão à primeira *skin* com este conceito para a personagem Lux – A dama da luz. O tema “garota mágica”, inspirado no subgênero do *anime/mangá*, se encaixava muito bem com o conceito da campeã no jogo. Segundo a descrição da personagem Lux²¹ dentro jogo, fica evidente algumas

²¹ Luxanna Stemmaguarda nasceu em Demacia, um reino insular onde habilidades mágicas são vistas com medo e desconfiança. Capaz de dobrar a luz à sua vontade, ela cresceu temendo ser descoberta e exilada, e foi forçada a manter seus poderes em segredo a fim de preservar o status de nobreza de sua família. Apesar de tudo, o otimismo e resiliência de Lux a levaram a aceitar seus talentos únicos e agora ela os utiliza em segredo a serviço de sua terra natal. Disponível em: <https://br.leagueoflegends.com/pt-br/champions/lux/>. Acesso em: 03 jul. 2020.

características presentes no estilo *Mahō shōjo* – garota jovem, insegura por seus poderes mágicos.

Figura 5 - Ilustração da *skin* Lux Guardiã Estelar.



Fonte: Riot Games, 2020

De acordo com a gerente de produto da Riot Games, Anna Dorlon²², a ideia da equipe era apenas fazer uma *skin* temática e assim foi feita e lançada em maio de 2015. Cheia de referências aos títulos clássicos deste estilo, como *Sailor Moon* e *Sakura Card Captors*, o lançamento da *skin* no jogo apresentou além da habitual ilustração da *skin*, outras formas de impulsionar os resultados das vendas: vídeo com a aparência do visual dentro do jogo e postagens com a montagem mostrando os novos efeitos visuais das diferentes habilidades da personagem nas mídias sociais do jogo.

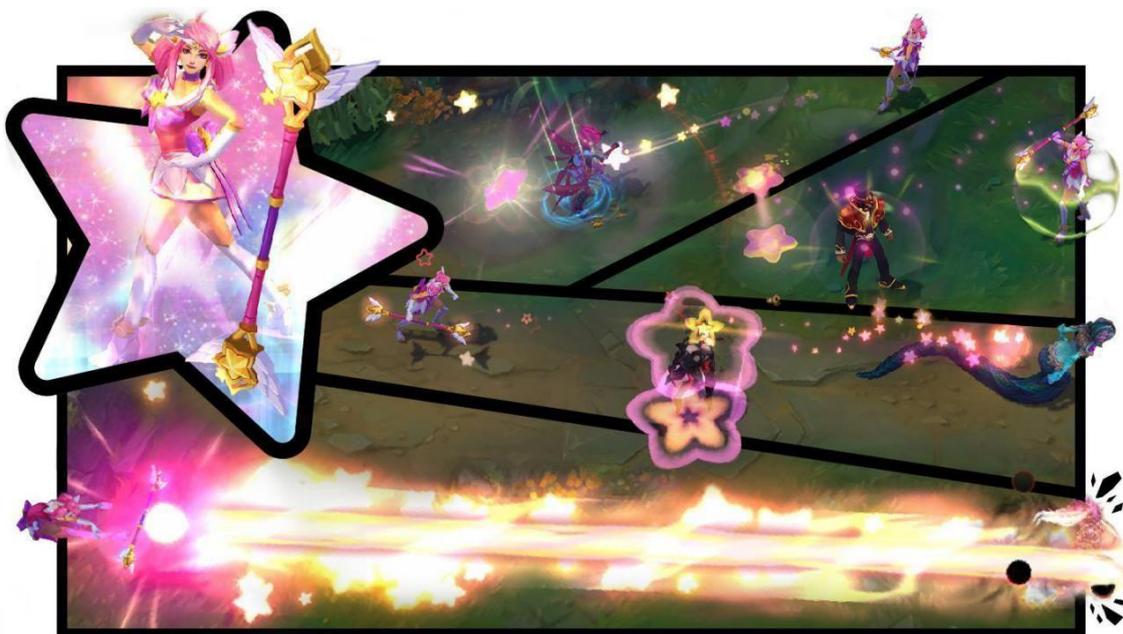
Assim como apresenta Jenkins,

Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances, quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões (JENKINS, 2009, p. 135).

²² 'League of Legends': Sucesso de Lux foi decisivo para novas Guardiãs Estelares, conta produtora. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/725173_league-of-legends-sucesso-de-lux-foi-decisivo-para-novas-guardias-estelares-conta-produtora. Acesso em: 03 jul. 2020.

A divulgação de todo material fez uso de elementos já conhecidos por adoradores dos desenhos. O material de divulgação acompanhou o uso de frases como: “Triunfe sobre o mal com Lux Guardiã Estelar, já disponível onde o amor e justiça prevalecem!” e “Lux Guardiã Estelar vai castigar você em nome de... Demacia! Centelha Final, AÇÃO!” fazendo referência direta às frases faladas pela personagem principal de Sailor Moon, Serena, que após a transformação mágica diz: “Sou uma guerreira, que luta pelo amor e pela justiça, sou Sailor Moon! E eu vou punir você em nome da Lua!

Figura 6 - Montagem mostrando os novos efeitos das habilidades da *skin* Lux Guardiã Estelar dentro do jogo.



Fonte: Riot Games, 2020

Dado o grande sucesso de vendas da *skin* Lux Guardiã Estelar, a equipe de desenvolvedores da Riot Games, baseada na grande aceitação pela comunidade do jogo, decide que o tema é uma linha perfeita a ser explorada. Fundamentados nos resultados da primeira *skin*, começaram a escolher, a partir do acervo de campeões do jogo, os novos personagens para receber os poderes de uma “garota mágica” RIGON (2017).

Baseado na coesão da narrativa proposta, primeiramente foram excluídos os campeões que não se encaixavam no tema, seguido da popularidade dos campeões e ligação entre diferentes posições deles para a formação de uma

equipe de Guardiãs estelares. Intitulada como primeira temporada foram lançadas em 2016 quatro novas *skins* Guardiãs Estelares para as campeãs: Jinx, Janna, Lulu e Poppy.

Todo material gráfico produzido pela Riot Games retratou a personagem Lux esperando pelas os novos membros de sua equipe, nesta perspectiva nos vídeos e as ilustrações a personagem vestida com a *skin* guardiã estelar aparecia apreciando o céu com estrelas cadentes coloridas e usando frases descritivas como: “Você não está só”. Indicando que novas campeãs iriam receber o mesmo tema de *skin*.

Figura 7 - Ilustração das skins Guardiãs Estelares das campeãs Jinx, Janna, Lulu e Poppy.



Fonte: Riot Games, 2020

A mesma linha estética que foi trabalhada na ilustração da personagem Lux foi replicada nas outras quatro campeãs. Cada campeã interage com os vários elementos característicos neste estilo de desenho de forma singular. As personalidades e outros requisitos como altura, classe, raças etc, são respeitadas e mantidas.

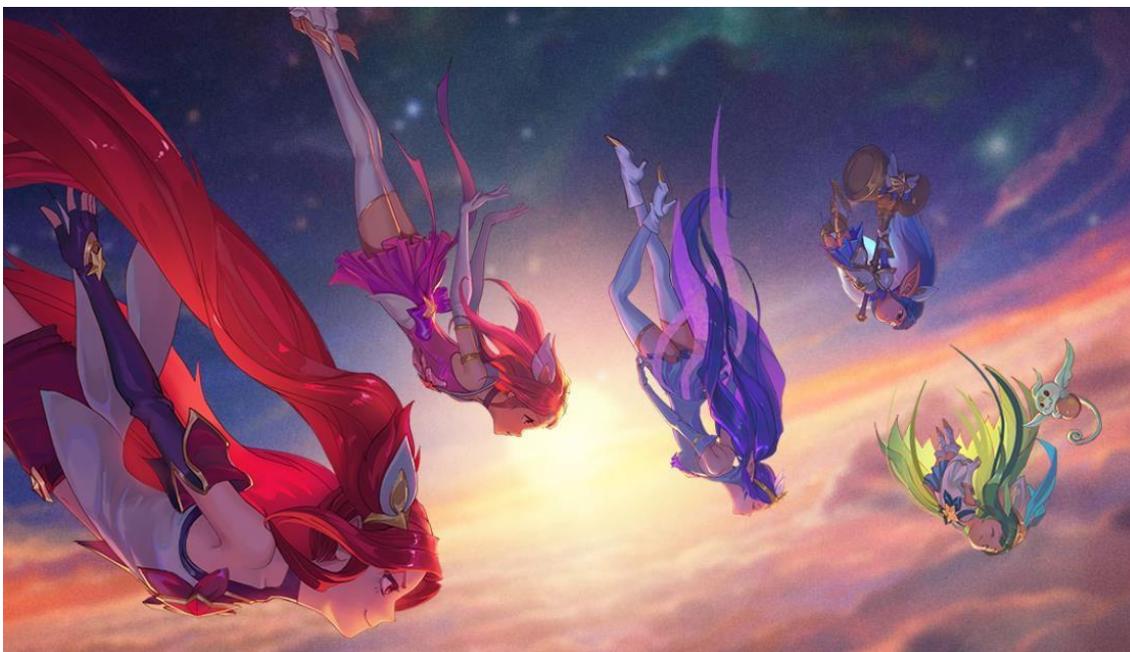
Outro ponto característico do estilo *Mahō shōjo*, que está presente nas ilustrações, é a presença de uma cor predominante para cada campeã, como também a presença de mascotes e armas como canalizadores de magia. É

possível também verificar um padrão na vestimenta, com o uso de uniformes, luvas, botas, adereços de cabeça, laços, saia plissada e ambientação do cenário, abordando temas cósmicos com estrelas, nuvens e asas.

Com a formação de um time de campeãs foi criado um universo novo baseado nos animes, utilizando de novas ferramentas na divulgação e lançamento das *skins*. O que inicialmente era descrito em duas linhas passou a ser contado por muitos textos em contos cheios de mistérios e perguntas a serem respondidas sobre este universo que foi expandido.

No contexto geral, na estória existiu uma personagem, a Primeira Estrela, que se sacrificou para espalhar a luz pelo universo e gerar novos mundos. Esta energia deixada pela Primeira Estrela foi responsável por originar as demais Guardiãs estelares. Estas, por sua vez, só podem derrotar a escuridão que se espalha por todo universo se permanecerem juntas. Nesse universo, Lux aparece como líder de equipe com a missão de se manter unidas para garantir luz das estrelas.

Figura 8 - Ilustração para tela de carregamento do jogo durante o evento de lançamento das *skins* Guardiãs estelares da primeira temporada.



Fonte: Riot Games, 2020

No jogo, além de as personagens ganharem novas animações para suas habilidades, ganharam também novas falas, dublagens e interações especiais

entre elas, algo que ainda era pouco explorado durante as partidas: um time completo poderia jogar uma partida com o mesmo tema de *skin*, onde cada jogador poderia batalhar sendo uma garota mágica.

Com o intuito de ampliar o universo das guardiãs estelares foi criada uma música que serve também como trilha sonora para um videoclipe²³ em animação onde as personagens são retratadas, assim como em um *animé*, como garotas vivendo uma rotina colegial normal, até a hora que necessitam se transformar em heroínas mágicas, que unem seus poderes em um ataque superpoderoso contra uma criatura maligna.

Dito isto, é possível perceber a utilização de diferentes plataformas na construção de uma narrativa coesa apoiada em elementos já conhecidos pelo público alvo do bem virtual em questão.

Segundo Huizinga (2000),

A maioria dos jogos apresentam introduções narrativas e histórias progressivas que tratam de colocar o jogador no âmbito de uma história maior e até mesmo de um universo, ou sistema narrativo (HUIZINGA, 2000).

A desenvolvedora do título faz uso dessa perspectiva, tanto na criação de um personagem, quanto na criação de um tema de *skins*, como é percebido no conceito das Guardiãs estelares. É apresentando aos jogadores mais do que um item adquirível. Segundo Macedo e Amaral Filho (2014), ao pluralizar a narrativa abrimos um leque de possibilidades e entendemos que os jogos não apenas utilizam da forma mais convencional da narrativa, a escrita, mas se apropria de outras linguagens pré-existentes que também são utilizadas para narrar uma história.

A autora Dallegrave complementa que,

As narrativas transmídia afetam e transformam processos de produção e de consumo, principalmente em formas de entretenimento. As empresas buscam novas oportunidades de negócio enquanto os usuários passam a criar habilidades para lidar com esse novo fluxo de histórias que não possui estrutura ou mídia fixa (DALLEGRAVE, 2019).

Dada às atualizações, foi criada uma breve biografia sobre cada uma das personagens e de suas mascotes além de falas e contos onde as campeãs expõem conflitos, angustias e suas personalidades, interagindo uma com as outras.

²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oorajmbSJUM>. Acesso em: 03 jul. 2020.

No ano de 2017, o universo se expandiu: surgiram novos capítulos na história, e a chegada de um time de guardiãs estelares com 5 novas *skins* e um novo modo cooperativo dentro do jogo (ESPN, 2017).

Com o objetivo de construir uma narrativa mais complexa e laços mais fortes entre as personagens e jogadores, surge um novo time de guardiãs liderado por uma das mais populares campeãs do jogo, Ahri. Com algumas inovações e abordagens de assuntos mais dramáticos como o abandono, luto e vingança, o time formado pelas campeãs Syndra, Soraka, Miss Fortune e Ezreal (um personagem masculino) permeia um lado mais sombrio da história.

Figura 9 - Ilustração para o evento de lançamento das *skins* da segunda temporada.



Fonte: Riot Games, 2020

Assim como na primeira temporada, foi feito uso da narrativa inicial para incorporar novas percepções e enredos. A história se tornou mais densa, foi desenvolvida uma relação de parceria e aprendizado entre as duas equipes e procurou-se responder alguns dos questionamentos e teorias dos jogadores a partir das informações sobre o presente, o passado e o futuro das campeãs.

Para o lançamento das *skins* foram criados vídeos animados onde a líder Ahri aparece convocando todos os membros de sua equipe. Intitulado “Um Novo Horizonte” e trazendo como descrição a frase “O destino das Guardiãs Estelares é brilhar, apenas para depois se apagar.” o material de divulgação sugeriu que

a campeã Ahri já teria perdido membros de sua antiga equipe em batalhas, dando mais seriedade e atrelando a narrativa mais ao conceito de guerra do bem contra o mal, luz contra a escuridão.

Em 2018 um conto intitulado: “Convocação para a festa do pijama²⁴” foi usado como base para o lançamento da linha de *skin* Pijaminha estelar. Neste evento a líder de equipe Lux propôs uma reunião dentro do universo Guardiões estelares com o intuito de estreitar laços com a equipe da campeã Ahri- o que resultou na criação de mais 5 *skins* abordando campeões de ambos os grupos.

Fazendo o uso de um elemento popular da cultura *geek*, o pijama macacão - característico por ser uma peça de roupa que veste o corpo inteiro-, as *skins* com tema Pijaminha estelar são consideradas releituras das *skins* originais, e trouxe em sua história mistérios sobre o desaparecimento da campeã Ahri, um ensaio do que só seria abordado um ano depois com o lançamentos das vilões do universo.

Figura 10 - Ilustração para as *skins* Pijaminha estelar.

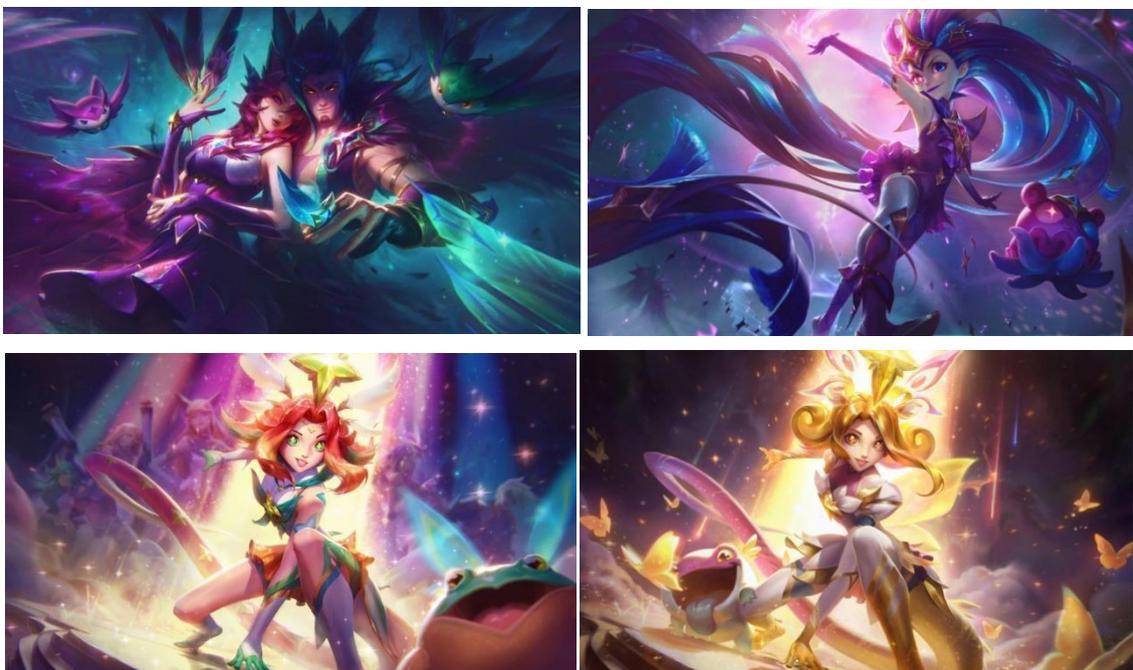


Fonte: Riot Games, 2020

²⁴ Disponível em: https://universe.leagueoflegends.com/pt_BR/star-guardian/. Acesso em: 03 jul. 2020.

Luz e escuridão é o título do vídeo de lançamento das *skins* Guardiãs estelares de 2019. Atendendo aos pedidos da comunidade do jogo, a Riot Games lança as *skins* com o vídeo promocional que trazia a descrição: “Uma escuridão cósmica ameaça eliminar três ex-integrantes do grupo que todos pensavam ter morrido²⁵”. Esse vídeo mostra, pela primeira vez, a personagem Neeko como guardiã estelar em uma luta contra três campeões como vilões: Rakan, Xayah e Zoe vestidos com o conceito mais sombrio e inédito de guardiões estelares corrompidos.

Figura 11 - Ilustração das *skins* Guardiãs estelares dos campeões: Xayah e Rakan, Zoe, Neeko e Neeko versão prestígio.



Fonte: Riot Games, 2020

Outro feito inédito dentro da temática das *skins* Guardiãs estelares foi a incorporação da versão prestígio- um sistema de pontos com datas limites para compra de itens exclusivos, o que torna mais difícil obterá obtenção da *skin*; e os *cromas*, conceito que traz cores extras para as *skins*, que mudam as cores de peças de roupas, cabelos etc.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=whH5deMoRvY>. Acesso em: 03 jul. 2020.

Figura 12 - Cromas da *skin* Rakah Guardião estelar: Água-marinha, Quartzo-rosa e Rubi.



Fonte: Riot Games, 2020

O universo: Guardiãs estelares reforça o conceito de ampliação de narrativa com o uso de ilustrações, músicas, animações, contos, biografias dos personagens, em multiplataformas como: site, redes sociais, e plataforma *online* ²⁶ para hospedagem de arquivo em vídeo. Todas as ferramentas e plataformas são utilizadas pela desenvolvedora do título na ampliação da narrativa relacionada aos bens virtuais incorporados ao jogo.

²⁶ Disponível para acesso imediato a internet. Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/on+line/#:~:text=On%20line,-Significado%20de%20On&text=Em%20linha%2C%20online%20ou%20on,line%2C%20pouco%20usada%20no%20portugu%C3%AAs.&text=No%20contexto%20de%20um%20web,de%20I nternet%2C%20em%20tempo%20real>. Acesso em: 03 jul. 2020.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Fundamentos do design

O autor Villas-Boas (2000) apresenta Design (uma palavra de origem inglesa) como uma palavra originária de *designo*, que em latim significa designar, indicar, representar, marcar, ordenar. Lembrando em português a palavra *desígnio*, no sentido de projeto, plano, propósito.

Segundo o mesmo autor, refere-se ao design a programação visual partindo do ordenamento de elementos estético-formais textuais e não textuais com o objetivo expresso em comunicação, sendo essa comunicação visual dividida em sub-áreas, tais como: design informacional, design de interfaces, design de interiores, design gráfico etc.

A área baseada em projetar soluções funcionais de apelo estético através da comunicação visual é o design gráfico. Esta área do design permite, por meio do uso de imagens e textos, a percepção de um conceito presente em objetos reais ou virtuais. Essa percepção dialoga com o repertório visual próprio de cada usuário causando, por exemplo, sentimento de afeição ou desprezo (ARTY, 2019).

A Comunicação Visual é todo meio de comunicação expresso com a utilização de componentes visuais. Torna-se presente quando as capacidades humanas de visualização, de planejamento, de desenho, de organização espacial, de criação de formas, objetos visuais e imagens são percebidos (RINALDI; MENEZES, 2010, p.146).

Atualmente o design é considerado parte da cultura e da economia, gerando soluções para as pressões comerciais e tecnológicas que são advento da industrialização. Novas interpretações surgem no cenário atual para atrair a atenção do maior número de pessoas em uma era de intensa troca de informações.

A busca por novas manifestações requer do designer conhecimento sobre diversos assuntos relacionados aos processos de fabricação do objeto proposto, a fim de diminuir os riscos e custos de produção, além de se manter atento às tendências mercadológicas, e fazer uso de ferramentas e processos sequenciais com função de guiar, criar um roteiro passo a passo ao desenvolvimento de produtos e replicá-los.

A autora Briggs-Goode (2014) sugere algumas ferramentas na construção de um projeto de design. Para esboçar conceitos, temas, paletas de cores e possíveis aplicações faz-se uso do *briefing*²⁷. Para a autora, a construção de um *briefing* é muito importante dentro do processo de construção de um projeto, por resumir todas as expectativas do cliente e mercado, limitações e necessidades do projeto, podendo até incluir requisitos técnicos, exemplos visuais, prazos e custos do projeto.

Ainda de acordo com a autora anteriormente citada, com o objetivo de enriquecer o projeto, o designer inicialmente faz uma pesquisa da inspiração de para ampliar a variedade de ideias e influências. Este pode utilizar métodos de exploração de novas ideias para criar um referencial. Mapas mentais eficazes em gerar palavras-chave somadas às imagens derivadas de experiências pessoais, da arquitetura e da arte, por exemplo, podem ser usadas com o objetivo de conectar e inspirar novas perspectivas sobre um tema.

Observações em rascunhos, fotografias ou anotações. Arquitetura, viagem ou outras experiências culturais fornecem imagens visuais que podem ajudar na pesquisa [...] Também pode ser útil pensar mais amplamente nos meios populares de cultura, como filmes, publicidade ou música, que invoquem certo ambiente que se encaixe no *briefing* (BRIGGS-GOODE, 2014, p.14).

Para estabelecer uma inspiração visual o *designer* pode utilizar-se de um *mood board*²⁸ com o registro de material diverso (esboços, fotografias, desenhos, formas, colagens, texturas etc) sobre o tema/conceito proposto, com a função de organizar as ideias e manter o foco do profissional em questões referentes ao projeto.

A obra visual é a formada pela percepção dos elementos visuais presentes e com qual ênfase essa presença ocorre. Diante disto, o conhecimento acerca dos elementos visuais torna-se essencial para ampliar o processo de criação. Para Dondis (2007), é conveniente concentrar-se nos elementos visuais individuais, um por um, para um conhecimento mais aprofundado de suas qualidades específicas. São eles:

²⁷ Estudo dado por um cliente ou produzido pelo designer com os parâmetros do projeto. Informações para o início da pesquisa e desenvolvimento das ideias. Inclui o conceito, o tema ou a inspiração, exemplos visuais e a paleta de cores. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/como-criar-um-briefing/>. Acesso em: 03 jul. 2020.

²⁸ Mural de inspirações composto por imagens, vídeos e elementos visuais que representam a essência de um projeto. Ferramenta utilizada para ajuda a definir a identidade visual do projeto.

1. O ponto – é a unidade mais simples e irredutivelmente mínima da comunicação visual. Esse elemento visual é representado da forma perfeitamente esférica e circular e é usado como uma referência ou um indicador de espaço. A adição de mais pontos em uma superfície pode ser um instrumento útil para medir o espaço, necessário para o desenvolvimento de qualquer tipo de projeto visual. Quanto mais complexas forem as medidas necessárias à execução de um projeto visual, tanto maior será o número de pontos utilizados.

Quando percebidos, os pontos se ligam, sendo, portanto, capazes de dirigir o olhar. Em grande número e justapostos, os pontos criam a ilusão de imagem, tom e ou cor, sendo a capacidade de condução do olhar intensificada pela maior proximidade dos pontos.

2. A linha – é considerada a soma de pontos que de tão próximos entre si torna-se impossível identificá-los individualmente, ou como um ponto em movimento, sendo usada para contornar e delimitar objetos. É o elemento visual associado ao esboço, sendo utilizado como instrumento fundamental da pré-visualização, do que ainda não existe, a não ser na imaginação.
3. A forma – a linha descreve uma forma. É considerada três formas básicas: o círculo, o quadrado, o triângulo. A partir de combinações e variações dessas três formas básicas, derivamos infinitas formas físicas da natureza e imaginação humana.
4. A direção – refere-se ao impulso de movimento que incorpora e reflete o caráter das formas básicas. As formas básicas expressam três direções visuais básicas e significativas: o quadrado, a horizontal e a vertical; o triângulo, a diagonal; o círculo, a curva. A referência horizontal-vertical está relacionada ao conceito de estabilidade. A direção diagonal a instabilidade. As forças

direcionais curvas têm significados associados à abrangência, à repetição.

5. O tom – referência as diferentes gradações de cor dada presença ou a ausência de luz, natural ou artificial, através da qual enxergamos. O modo de representação tridimensional recorre à forma gráfica bidimensional, logo, o tom é um dos melhores instrumentos para indicar e expressar algo dimensional.
6. A cor – a contraparte do tom com o acréscimo do componente cromático é considerado o elemento visual mais expressivo e emocional. Impregnada de informação, e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Em sua formulação mais simples, a estrutura da cor pode ser percebida por meio do círculo cromático. As cores primárias: amarelo, vermelho e azul, e as cores secundárias: laranja, verde e violeta. Como a percepção da cor é o mais emocional dos elementos específicos do processo visual, ela tem grande força e pode ser usada com muito proveito para expressar e intensificar a informação visual.
7. A textura – é o elemento visual referente ao caráter de superfície dos materiais visuais que serve de substituto para as qualidades do tato (texturas táteis) e visão (textura óptica), ou ainda mediante uma combinação de ambos. A textura se relaciona com a composição de uma substância por meio de variações mínimas na superfície do material. A textura deve funcionar como uma experiência sensível e enriquecedora.
8. A escala ou proporção – refere-se ao comparativo das medidas entre dois objetos e também está associado ao tamanho relativo e proporcional. É um conceito muito utilizado em projetos e mapas, por facilitar a leitura de um projeto, representando uma medida proporcional real. O uso da escala, por exemplo, proporciona a

representação de distâncias enormes através de medidas pequenas.

9. A dimensão – refere-se à ilusão gerada por meio do uso de linhas na criação perspectivas para representar um objeto tridimensional e produzir a sensação de realidade. Essa perspectiva tem fórmulas exatas, com regras múltiplas e complexas. A dimensão real é o elemento dominante no desenho industrial, no artesanato, na escultura e na arquitetura, e em qualquer material visual em que se lida com o volume total e real.
10. O movimento – refere-se à ação, ao dinamismo, a sugestão de movimento encontra nas manifestações visuais estáticas por meio de distorção da realidade. O processo da visão explora continuamente o meio ambiente, em busca de inúmeros métodos de absorção das informações visuais. A convenção formalizada da leitura, por exemplo, segue uma sequência organizada pela ilusão criada por esta distorção da realidade na criação de em movimento.

Dondis (2007) afirma que elementos são como ingredientes básicos na construção e desenvolvimento do pensamento e da comunicação visual. E complementa que o designer é o responsável sobre o uso dos elementos visuais.

É fundamental assinalar, que a escolha dos elementos visuais que serão enfatizados e a manipulação desses elementos, tendo em vista o efeito pretendido, estão nas mãos do artista, do artesão e do designer, ele é o visualizador. O que ele decide fazer com eles é sua arte e seu ofício, e as opções são infinitas (DONDIS, 2009, p.30).

3.1.1 Design de Superfície

Ao longo da história da humanidade é possível perceber a relação da superfície dos objetos com seus usuários. Desde civilizações mais antigas é visto que os objetos tinham formas e desenhos característicos a fim de diferenciar uma peça das outras.

Com os avanços das tecnologias, os objetos como: cerâmicas, louças, tapeçarias, móveis, tecidos etc, que eram ricamente ornamentados e mais presentes na população com poder aquisitivo maior, passaram da forma de produção artesanal para serem produzidos industrialmente, em grande escala.

O design de superfície surge como uma solução para as novas necessidades da sociedade pós-industrial, Schwartz (2008) descreve que, onde os objetos possuíam similares em questão de funcionalidade, logo, tornou-se necessário oferecer alternativas de produção e objetos diferenciados para públicos diferenciados.

Trabalhar a superfície dos produtos fornece uma das formas possíveis de diferenciação destes e até mesmo a customização. Para isso, nota-se que a interferência sobre as superfícies pode ocorrer de maneira controlada, planejada, previsível, e, em última análise, projetada, passando a ser um dos elementos em que o designer intervém para buscar uma relação mais harmoniosa entre o sujeito e o produto (MENEZES; PASCHOARELLI, 2009, p.108).

Nos últimos anos, o design de superfície vem ganhando cada vez mais destaque entre pesquisadores e profissionais da área, com muitos pontos de convergência entre o design têxtil, design de produto e o design gráfico, devido à diversidade de objetos e possibilidade de atuação. Parafraseando Freitas (2011), o design de superfície é um design de interfaces, existindo na “pele” dos produtos, seja qual for sua origem. Para a autora,

O design de superfície visa a trabalhar a superfície, fazendo desta não apenas um suporte material de proteção e acabamento, mas conferindo à superfície uma carga comunicativa [...] capaz de transmitir informações significativas que podem ser percebidas por meio dos sentidos, tais como cores, texturas e grafismos (FREITAS, 2011, p.17).

Abordados estes pontos, e atrelando-os aos conceitos da função estética já abordada nesta monografia, podemos concluir que o tratamento das superfícies – reais ou virtuais, seja de qual for o artefato, é um fator de inovação na identidade de bens de consumo, tendo ligação direta com as emoções, anseios e o repúdio do usuário, consumidor final, por meio da utilização de um processo criativo.

nota-se que a interferência sobre as Superfícies pode ocorrer de maneira controlada, planejada, previsível, e, em última análise, projetada. Elas podem passar a ser um dos elementos em que o designer intervém para buscar uma relação mais harmoniosa entre o sujeito e o produto que interage com ele (SCHWARTZ, 2008, p.147).

Em um cenário criativo, prático e dinâmico é papel do *designer* mediar, analisar e juntar uma variedade de influências para criar um projeto comercial.

O profissional começa sua criação sintetizando os elementos da inspiração do design, utilizando-se um conjunto de habilidades de desenho, o uso de cor e a padronagem por repetição como ferramentas para a pesquisa visual.

Desenho

Pode-se considerar a definição de desenho como a concepção de algo imaginado. Por meio de traços, linhas e formas é possível representar, por exemplo, objetos que já existem ou que ainda serão criados e ainda algo fantasioso, fictício que permeia apenas o campo das ideias.

Para a autora Briggs-Goode (2014), desenho é algo muito intrínseco à prática do design. É uma ferramenta que permite capturar informações para auxiliar no desenvolvimento de ideias originadas de um *briefing* de design. Neste sentido cabe ao designer olhar um objeto e interpretá-lo através de diferentes técnicas de desenho de modo que ela passe a ter relevância pessoal sendo capaz de transmitir mensagens visuais verbais ou não-verbais.

Desenho significa especificamente a representação figurativa de formas sobre uma superfície, com o uso de linhas, pontos e manchas – recurso ao qual o design gráfico constantemente recorre. (VILLAS-BOAS, 2000, p.49).

Além do conhecimento intrínseco, devido ao uso de uma variedade de materiais, a constância em exercícios amplia as possibilidades e perspectivas sobre a visão de um objeto. Cada material (carvão, pastéis, tinta, pincel, lápis etc) e cada técnica (utilização de colagens, fotocópias, cortes, dobras etc) visa criar diferentes características de um objeto, sendo todo processo construtivo um fator determinante para o aumento da confiança e habilidade em desenhar (BRIGGDS-GOODE, 2014).

Desenhar permite que você estude os seus objetos e explore linhas, formas, cores, escalas, texturas e características de superfície, fazendo sua própria interpretação do objeto ficar evidente (BRIGGS-GOODE, 2014, p.14).

Por meio de diferentes formas e estilos de desenho é possível explorar um objeto a fim de conhecê-lo de forma mais detalhada. O uso de formas abstratas, lineares, formas, contornos e texturas possibilitam combinações de resultado pessoal e sofisticado aos projetos de design.

Cor

Assim como o desenho, a cor é algo intrínseco às áreas com foco em comunicação e artes visuais. Para profissionais relacionados a estas áreas é essencial compreender o uso de uma cor e como suas misturas podem afetar a percepção do usuário final sobre um projeto, produto ou ambiente. Ao longo dos anos a teoria das cores é objeto de estudos de pesquisadores, tais como: Leonardo da Vinci e Isaac Newton, que tem contribuído com suas obras a novas pesquisas e estudos desenvolvidos nos dias atuais (BRIGGDS-GOODE, 2014).

Segundo Silveira (2015), estudar a percepção da cor em detalhes é requisito básico para estudantes das áreas que desenvolvem suas principais articulações no âmbito visual. A cor tem a função de participar da construção simbólica perceptiva das pessoas e seu estudo busca entender melhor como se dá essa percepção de diferentes maneiras.

A percepção da cor acontece de maneira semelhante para diferentes pessoas, mas existem certas diferenças sutis que devem ser evidenciadas e estudadas por quem precisa aplicar a cor em projetos. Este profissional necessita conhecer não só a sua paleta pessoal, individual, mas a paleta que a sua cultura constrói, materializada em artefatos, ou seja, essa paleta precisa ser conhecida para ser manipulada de acordo com construções culturais simbólicas coletivas (SILVEIRA, 2015, p. 9).

As diferentes culturas ensinam a perceber a cor nos objetos, nos ambientes e no todo ao mesmo tempo, e por estes serem percebidos de formas diversas cabe ao profissional designer à responsabilidade de se inteirar pelos efeitos que a coloração causa nos usuários que vão usar o objeto ou viver naquele espaço (SILVEIRA, 2015).

Por meio do uso consciente das cores, o designer pode criar uma atmosfera para comunicar um sentimento. Logo, ele precisa ter conhecimento do vocabulário, que é próprio e específico, até ao processo de produção para garantir que o que foi projetado seja executado com precisão de tons.

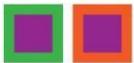
Muitas vezes observam-se espaços, cenários, outdoors, cartazes de filmes, embalagens que nos parecem perfeitas em cor. Promovem o conforto visual, ajudam na leitura, despertam a criatividade e a marcam com uma postura dinâmica ou tranquila quando necessárias. Assim é a aplicação consciente da cor em projetos de design. E ela começa assim, estudando-se a Teoria da Cor (SILVEIRA, 2015, p. 9).

Definições de Cores

É comum a utilização de termos específicos para retratar uma característica da cor. Estes termos surgiram com o objetivo de diferenciar níveis e nuances dos tons presentes nas cores e facilitar o seu uso quando se trata de se referir a proporção e combinações (BRIGGDS-GOODE, 2014).

Briggs-Goode (2014) lista os principais termos utilizados pela indústria, (vide tabela 1).

Tabela 1 - Definições de cores.

TERMO	DEFINIÇÃO	EXEMPLO
TOM OU MATIZ	<i>Outra nomenclatura para a palavra cor</i>	
VALOR OU BRILHO	<i>Quantidade de claridade ou obscuridade em um cor; uma cor com maior quantidade de branco possui uma maior luminosidade.</i>	
CROMA	<i>Quantidade de uma cor pura; ausência de cinza.</i>	
SATURAÇÃO	<i>Intensidade de uma cor, semelhante ao croma. Abaixo, uma cor em sua intensidade máxima e em níveis diferentes de dessaturação.</i>	
TEMPERATURA	<i>Uma cor é classificada como “quente” quando possui traços de vermelho, laranja ou amarelo, ou é considerada “fria” quando possui traços de verde, azul ou violeta.</i>	
CONTRASTE	<i>Os diferentes tons entre as cores.</i>	
CONTRASTE SIMULTÂNEO	<i>Percepção de que uma cor é alterada quando utilizada com uma cor adjacente ao seu complemento na paleta de cores subtrativas; uma cor vai emprestar sua cor adjacente a uma coloração complementar.</i>	
TINT	<i>Uma cor com adição de branco.</i>	
NUANCE	<i>Uma cor com adição ou subtração de preto.</i>	
TOM	<i>uma cor com adição de cinza.</i>	
REALCE DE COR	<i>Uma cor utilizada em proporção pequena para destacar o visual.</i>	
NATURAIS	<i>Cores que evocam características naturais (céu, terra, água).</i>	
NEUTROS	<i>Cores turvas ou terrosas feitas a partir de diversos complementos; como seus componentes não são 100% puros ele criam uma cor neutra em vez de preto.</i>	
CORES ANÁLOGAS	<i>Estão perto uma da outra no círculo cromático de cor subtrativa.</i>	
CORES MONOCROMÁTICAS	<i>Tints e nuances de uma mesma cor.</i>	
CORES COMPLEMENTARES	<i>Cores diretamente opostas umas às outras no círculo cromático; as cores complementares são vermelho e verde, amarelo e violeta, azul e laranja.</i>	
TRÍADE COMPLEMENTAR	<i>Combinação de uma cor com as duas cores vizinhas da sua cor complementar.</i>	
TRÍADE HARMÔNICA	<i>Três cores igualmente espaçadas ao redor do círculo cromático de cor subtrativa.</i>	
ESQUEMA TÉTRADO DE COR	<i>Junção de duas cores complementares ou de uma tríade complementar.</i>	

Fonte: adaptação de Briggs-Goode (2014).

Paleta de Cores

Não há regras rigorosas em relação à quantidade exata de cores usadas em um projeto. Um projeto de design pode ser resolvido com a utilização de duas ou de doze cores. O que é relevante é a criação de uma paleta de cores que se dá por meio das inspirações de sua pesquisa ou ainda identificada no *briefing* do projeto (BRIGGDS-GOODE, 2014).

A proporção das cores dentro de um projeto deve ser observada e avaliada com objetivo de enriquecê-lo. Cada combinação de cor escolhida será responsável por uma nova percepção, visto que a combinação programada do uso de cores, como por exemplo, primárias, pastéis, tons claros ou escuros podem evidenciar um elemento do desenho e ofuscar outro (Ibid, p.52)

Padronagem por Repetição

Para o profissional *designer*, o conceito de Padronagem por repetição se torna relevante devido ao impacto visual da repetição ao projeto, considerando a continuidade de uma imagem ao longo de uma superfície. A autora Briggs-Goode (2014) explica que, ao pensar sobre padronagem por repetição, precisa-se considerar o design, resultado do conjunto de elementos visuais desenvolvidos por meio de escala, mídia, cor e textura em um módulo.

Inicialmente é necessário ter o entendimento sobre o módulo. Ele consiste em uma unidade básica, planejada e delimitada em uma forma, que contém em si toda a informação visual destinada a reunir-se a outras unidades análogas de maneiras diferentes para formar uma superfície por meio de um desenho contínuo (SCHWARTZ, 2008).

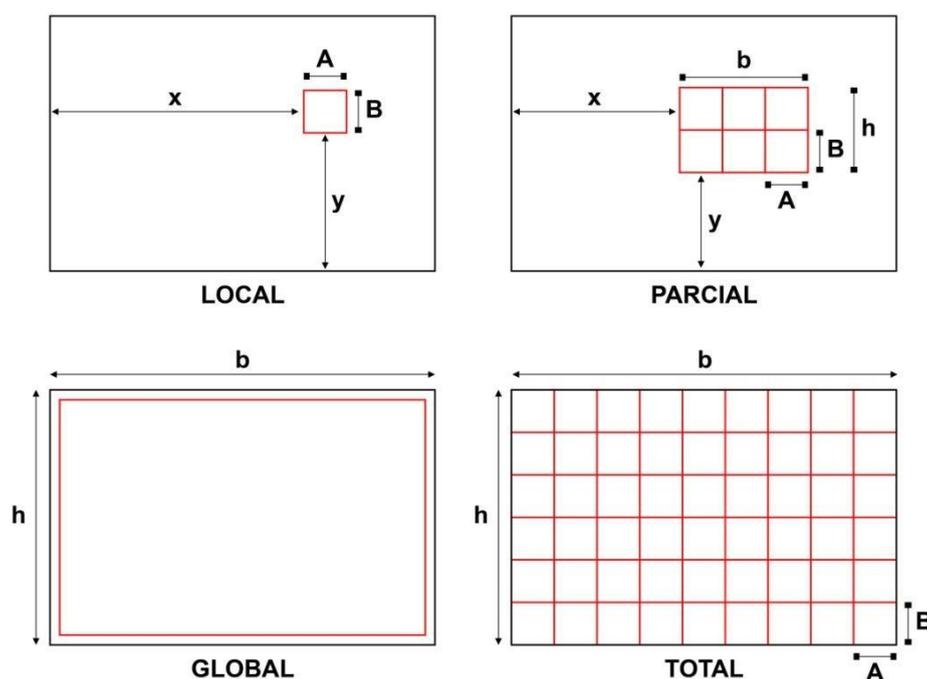
Em termos gerais os formatos dos módulos seguem tamanhos predefinidos pela indústria. Pode se utilizar como exemplo a indústria têxtil, que possui telas rotativas com 64cm de circunferência, por consequência padronagens por repetição com tamanho 64 x 64cm ou tamanhos proporcionais; e a indústria gráfica que apresenta tamanhos impressos como o A4 (210mm x 297mm), e o A3 (297mm x 420mm) (BRIGGDS-GOODE, 2014).

Por meio da organização dos elementos visuais inseridos em um módulo é gerada uma composição dentro de uma estrutura preestabelecida que garante uma continuidade da imagem. Esta estrutura geométrica chamada de malha tem como principal elemento o módulo, que pela possibilidade de ser aplicado com

repetição (aplicação parcial ou total – combinados lado a lado em cima e embaixo) ou sem repetição (aplicação local ou global) sobre uma superfície, formarão um padrão contínuo de forma fluida (SCHWARTZ, 2008).

As malhas mais comuns são: malha regular quadrada, triangular ou hexagonal. Elas são responsáveis por dar consistência ao projeto de superfície e por proporcionar ao designer a estrutura onde os módulos irão se encaixar para cobrir um plano (Ibid, p.81).

Figura 13 - Tipos de aplicações de um Módulo quadrado em relação à área da superfície.



Fonte: Adaptada de Schwartz (2006).

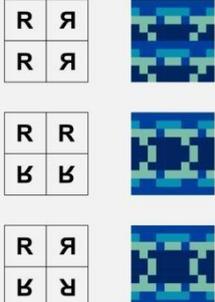
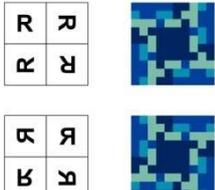
A repetição do espaço delimitado como módulo será transformado na padronagem e não o módulo em si. Logo é necessário considerar como parte do processo de criação o ritmo ou movimento utilizado na estrutura da repetição. Entender a forma como se dá essa repetição é primordial na construção das malhas geométricas.

Na **tabela 2** é apresentando, por meio do uso do conceito de simetria, diferentes modos pelos quais uma malha pode se desenvolver na criação de um padrão gráfico. É pertinente o entendimento da simetria em padrões gráficos

visto que, esse, é responsável por diferentes efeitos e resultados no processo de repetição dos módulos.

Por meio das simetrias é possível iniciar o estudo cuja finalidade é formar padrões gráficos para aplicação em revestimentos, seja por meio de sistemas de repetição pré-estabelecidos, seja pelo uso da malha geométrica em formar um plano contínuo. A apreensão sobre as simetrias se faz necessária, pois são esses procedimentos a base dos sistemas de repetição (RINALDI; MENEZES, 2010, p.150).

Tabela 2 - Utilização das simetrias no design de superfície.

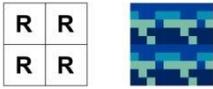
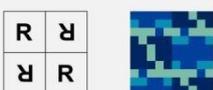
SIMETRIA	DEFINIÇÃO	RESULTADO
TRANSLAÇÃO	<i>O módulo, mantendo seu tamanho e direção originais, desloca-se uma determinada distância ao longo de um eixo dado.</i>	
REFLEXÃO	<i>O módulo, mantendo seu tamanho original, é espelhado em relação a um eixo dado, ou em relação a ambos.</i>	
ROTAÇÃO	<i>O módulo, mantendo seu tamanho original, desloca-se de forma radial ao redor de um ponto. Pode ser horário ou anti-horário.</i>	
INVERSÃO	<i>O módulo, mantém seu tamanho e sua direção original, mas muda de sentido. Equivale a duas reflexões ortogonais.</i>	
DILATAÇÃO	<i>O módulo tem seu tamanho original ampliado ou reduzido segundo uma lei determinada, sem alteração de suas proporções.</i>	

Fonte: Adaptada de Schwartz (2006).

A organização gerada por meio da combinação de duas ou mais operações de simetria é conhecido como sistemas de repetição, esse sugere formas e superfícies mais complexas. Os termos *repeat* e *rapport* (originados da língua inglesa e francesa, respectivamente, e que significa repetir, reiterar, refazer) são usados no mercado atualmente para referenciar a utilização desses sistemas de repetição.

É importante destacar que esses sistemas servem como guias ao *designer*. Rinaldi e Menezes (2010) complementam que, pode haver outras combinações, não listadas nessa monografia, geradas no processo criativo de forma intuitiva, quase de modo exclusivo, resultando em padrões interessantes e visualmente atraentes.

Tabela 3 - Alguns tipos de Rapport.

RAPPORT	DEFINIÇÃO	RESULTADO
FULL DROP	É um sistema alinhado de repetição baseado na translação. Constitui-se no sistema de repetição mais simples. Suas linhas e colunas encontram-se alinhadas.	
HALF DROP	É um sistema nãoalinhado de repetição baseado também na translação. Suas colunas encontram-se deslocadas uma em relação à outra pela metade da medida do módulo.	
BRICK	É um sistema nãoalinhado de repetição baseado na translação. Suas linhas encontram-se deslocadas uma em relação à outra pela metade da medida do módulo.	
STRIPE	É um sistema alinhado de repetição onde predomina linhas verticais, horizontais ou diagonais. Equivale a inversão.	
MIRROR VERTICAL	É um sistema de repetição que pode ser alinhado, baseado na simetria de reflexão. Equivale à reflexão em um único eixo.	
MIRROR VERTICAL COM DESLOCAMENTO HORIZONTAL	É um sistema de repetição não-alinhado baseado na simetria de reflexão. Equivale à reflexão com translação em um único eixo.	
MIRROR HORIZONTAL	É um sistema de repetição alinhado baseado na simetria de reflexão. Equivale à reflexão com um único eixo.	
MIRROR HORIZONTAL COM DESLOCAMENTO VERTICAL	É um sistema de repetição não-alinhado baseado na simetria de reflexão. Equivale à reflexão com translação em um único eixo.	
TURN OVER	É um sistema de repetição alinhado baseado na simetria de reflexão em dois eixos até o preenchimento total da superfície. Equivale à reflexão em dois eixos.	

Fonte: Adaptada de Schwartz (2006).

A fim de evitar erros no processo de repetição, o profissional deve se manter atento não só ao desenho. É preciso considerar o espaço negativo de toda imagem conforme são adicionados novos elementos ao módulo. Briggs-Goode (2014) constata que métodos manuais são indicados para firmar o conceito, mas os métodos digitais facilitam o processo de repetição de módulos. Pela facilidade de criar cópias e colagens, o designer consegue em menor tempo combinar, testar e experimentar formas organizadas com a utilização de diferentes módulos para criação de um design criativo.

A autora ainda esclarece que a compreensão dos princípios básicos manuais da padronagem por repetição é importante por se tratar de uma ferramenta criativa indicada para solucionar problemas em diversas áreas, tendo no exercício da prática o aprimoramento da habilidade em criação com continuidade de imagens com características visuais mais naturais e sofisticados.

De acordo com os estudos de Rinaldi e Menezes (2010), pode-se concluir que, no processo de criação de um projeto de superfície, o estudo da linguagem visual é essência para ampliar as inspirações do designer que se propõe trabalhar nesta área, devendo esse fazer uso dos estudos da planificação em meio ao entendimento de módulos e malhas geométricas e ordenadas para geração de padrões e sistemas de repetição.

Repetição com auxílio de computador

Utilizar como ferramenta *softwares*²⁹ específicos para desenho como *Corel Draw*³⁰, *Adobe Illustrator*³¹ e *Photoshop*³² permitem ao criador da estampa uma infinidade de possibilidades, além de uma ótima resolução, trabalhos com

²⁹ Conjunto de componentes lógicos de um computador ou sistema de processamento de dados. Programa, rotina ou conjunto de instruções que controlam o funcionamento de um computador ou ainda suporte lógico. Disponível em: <https://forum.techtudo.com.br/perguntas/232804/o-que-e-um-softwares>. Acesso em: 03 jul. 2020.

³⁰ É um programa de computador desenvolvido pela Corel Corporation, com foco em produção de desenhos vetoriais para design gráfico. Disponível em: <https://blog.revendakwg.com.br/destaque/principais-softwares-de-criacao/> Acesso em: 03 jul. 2020.

³¹ Software gráfico focado na edição de imagens vetoriais. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/adobe-illustrator/> Acesso em: 03 jul. 2020.

³² Software profissional de edição de imagens digitais. Disponível em: <https://www.portalgsti.com.br/photoshop/sobre/>. Acesso em: 03 jul. 2020.

composições mais complexas e de continuidade da imagem em todas as direções.

Para Bridds-Goode (2014), estamparias que apresentam como resultados característicos visuais mais naturais são aqueles que não possuem elementos que destoam à composição, brechas óbvias ou aqueles que apresentam linhas onde as bordas resultantes do encontro dos módulos.

É indicado o esgotamento das possibilidades da exploração da pesquisa visual por meio do uso de diferentes processos ou tecnologias para chegar ao resultado satisfatório e particular em resposta ao *briefing*. Habilidade na manipulação de imagens digitais pode ser considerada ótima possibilidade na execução de soluções criativas.

Na criação de desenhos por meios digitais, podem-se considerar desenhos e pinturas criados por meios tradicionais, transferidos para o universo digital, por meio de scanner, fotografias etc, ou desenhar utilizando *mouse*³³, *canetas e mesas digitalizadoras*³⁴ que possibilitam a criação dentro de programas de computador apropriados.

Ferramentas básicas de copiar e colar, permitem repetir elementos e módulos [...] alterar escala, virar, distorcer e assim por diante. Também é possível alterar e explorar uma variedade de efeitos complexos de cor. Filtros podem ser aplicados para distorcer módulos individuais ou imagens inteiras (BRIGGS-GOODE, 2014, p. 78).

Meios digitais possibilitam ao designer a facilidade na utilização de seus desenhos combinados a objetos, texturas, linhas, fotografias, efeitos etc em uma única composição, mantendo uma relação entre eles. A análise da composição gráfica produzida digitalmente possibilita ajustes e correções, dada familiaridade e habilidade com os programas gráficos, por meio de poucos comandos, acelerando consideravelmente o processo de finalização quando comparado a meios manuais, podendo esse ser estampado em qualquer tamanho ou escala.

³³ É um periférico de entrada que tem, como função, movimentar o cursor (apontador) pela tela do computador. Historicamente, este dispositivo se juntou ao teclado para auxiliar no processo de entrada de dados, especialmente em programas com interface gráfica. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/medicina/o-que-sao-perifericos-de-um-microcomputador/66365>. Acesso em: 03 jul. 2020.

³⁴ Dispositivo periférico de computador que permite desenhar imagens diretamente no computador, geralmente através de um software de tratamento de imagem. Tabletes gráficos consistem de uma superfície plana sobre a qual o utilizador pode desenhar uma imagem usando um dispositivo semelhante a uma caneta, denominado *stylus*. A imagem geralmente não aparece no tablete propriamente dito, mas é exibida no monitor do computador. Disponível em: <http://www.bitscaverna.com.br/blog/69/mesa-digitalizadora-sabe-o-que-e>. Acesso em: 03 jul. 2020.

Os *softwares* gráficos, empregados de modo a gerar estruturas gráficas e imagens, são aliados ao desenvolvimento de superfícies bidimensionais. São importantes no auxílio de verificação visual e estruturação do plano (RINALDI; MENEZES, 2010, p.154).

No rumo de um design finalizado, a tomada de decisões depende da avaliação do design proposto. É preciso avaliar o que funciona efetivamente, visualmente, e para isso, existem diversas estratégias que podem ser utilizadas para a testagem. Basicamente esses métodos buscam analisar a relação entre a escala do design e o produto finalizado (BRIGGS-GOODE, 2014).

Por meio do auxílio do computador são inúmeras as possibilidades no desenvolvimento e testagem do design. Com o uso de um protótipo de forma digital ou *mockups*³⁵ são criadas visualizações alternativas para o design, tornando possível a compreensão dos fatores composicionais e o modo como as imagens interagem sobre o objeto.

Os 'mock-ups' são representações de produtos futuros. Sua função é de descrever mais facilmente, por meio de uma simulação, modelos, características e design de um produto. Esta ferramenta é muito utilizada em estágios de desenvolvimento de design por ter um baixo custo e possibilitar uma experiência de opinião, reação do produto com o usuário (OVESSON; WIKSTRÖM, 2006).

Unir técnicas, sejam manuais ou digitais, torna o resultado final algo mais substancial. Carvalho e Ruthschilling (2016) descrevem que utilização de técnicas de formas limitada pode afetar na criatividade.

Conhecer vários métodos e técnicas digitais, usando softwares diferentes no desenvolvimento do módulo, também contribui para soluções mais inovadoras, já que cada software tem sua especialidade. Desenvolver estampas utilizando apenas uma técnica pode vir a bloquear a criatividade diante das limitações que cada software possui. A aliança entre essas ferramentas colabora para que a criatividade possa fluir livremente no momento da projeção (CARVALHO; RÜTHSCHILLING, 2016)

Neste cenário, cabe ao profissional design a constante busca no aprendizado sobre esses novos produtos e tecnologias a fim de eleger as ferramentas que irão agregar aos projetos personalidade e valor artístico.

³⁵ Modelo em escala ou de tamanho real de um projeto ou dispositivo, usado para ensino, demonstração, avaliação de design, promoção e etc. *Mockups* são representações de objetos reais, usados por designers principalmente, para adquirirem a opinião dos usuários. Disponível em: <http://matheusgodoydesign.blogspot.com/2019/06/voce-sabe-o-que-e-mockup.html>. Acesso em: 03 jul. 2020.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Magalhães (2014), até mesmo para executar tarefas simples do cotidiano, mesmo que de forma espontânea, é seguido um cronograma de etapas a fim de evitar contratempos e erros dentro de um processo. Em qualquer situação rotineira opta-se por utilizar uma sequência na execução de uma determinada ação, baseada na experiência e na observação, metódicas ou não.

Qualquer situação do nosso cotidiano requer uma sequência de ações que se aplique de forma lógica, na maioria das vezes, empregadas em tarefas habituais para que se evitem contratempos na sua execução. O processo de design não se mostra muito diferente disso. Na realidade, é cada vez mais imprescindível a aplicação de certos procedimentos para se chegar a decisões acerca do projeto, alguns apreendidos em experiências anteriores, outros assimilados na experiência corrente, no entanto, em qualquer dos casos, essa aplicação deve se basear numa estrutura básica que sirva de guia para o processo. (MAGALHÃES, 2014, p.1)

A autora complementa que, no processo de criação de design é cada vez mais imprescindível a utilização de métodos e procedimentos na geração de resultados. Seja baseada pela experiência, observação, estudos e erros, os designers acabam por utilizar uma estrutura com fases e objetivos distintos com o objetivo de facilitar o desenvolvimento de resultados mais adequados. Sobre o uso da experiência pessoal para resolução a um problema de design, a autora afirma que

O uso exclusivo da experiência implica na negligência de algumas etapas desse "fazer", e a solução para um problema de design não pode ser resultado do acaso ou da sorte, deve se basear em estratégias de pensar e planejar (MAGALHÃES, 2014, p.1)

Magalhães (2014) ainda afirma que, embora alguns designers decidam por não utilizar uma metodologia na construção de um projeto, por compreender que o seu uso limita a criatividade, muitos entendem que a metodologia agrega valor e segurança na tomada de decisão ao processo, atuando como uma guia, não restritiva nem tampouco definitiva.

A metodologia projetual não é restritiva nem definitiva, pode ser adaptada ao projeto levando em consideração suas particularidades, com base numa estrutura básica, a fim de facilitar o seu desenvolvimento. Para o andamento eficiente de um projeto devem ser seguidas etapas que se relacionem ao problema a ser resolvido, evitando assim esforços mentais, financeiros e materiais desnecessários. (MAGALHÃES, 2014, p.2)

Dito isto, é sensato considerar a utilização de uma metodologia projetual para facilitar o trabalho do designer no desenvolvimento de soluções mais eficientes e eficazes.

O método projetual para o designer não é nada de absoluto nem definitivo; é algo que se pode modificar se encontrarem outros valores e objetivos que melhorem o processo. E isto se liga à criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para melhorá-lo. Portanto as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista, mas, pelo contrário, estimulam-no a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros (MUNARI, 1981, p.22).

Com o objetivo de dar andamento eficiente a este projeto de design de superfície serão seguidas as etapas presentes à metodologia de Bruno Munari (2002), assim como sua adequação no intuito de alcançar soluções mais complexas e evitar o desperdício de recursos.

Tabela 4 - Etapas da metodologia do processo criativo.



Fonte: Adaptada de Munari (2002).

A metodologia adotada consiste em 12 etapas:

1. **Problema** – etapa de apresentação da motivação, ponto de partida, dada necessidade de um público alvo e/ou indústria. Nesta etapa o *designer* busca explicar sobre o problema e o apresenta de forma ampla.
2. **Definição do problema** – as primeiras impressões e soluções do problema geralmente são inconsistentes e precárias devido à falta de informação suficientes para propor uma solução adequada, logo esta

etapa da metodologia propõe o distanciamento na busca imediata na busca de ideias que resolvam imediatamente o problema. É necessário primeiramente determinar os limites do problema proposto por meio de explanação ampla. Um levantamento geral das informações relacionadas a ele é importante para gerar soluções criativas.

3. **Componentes do problema** – nesta etapa, dada possibilidade de divisão um problema em componentes, há facilidade da operação do projeto por colocar em evidência os problemas menores ou subproblemas constituintes do problema. Estes podem ainda ser classificados em diretos (componentes que contribuem de fato com a constituição da solução final, no que se refere a sua materialização) e indiretos (são componentes que interferem no problema apenas de modo tangencial). Pode-se observar nesta divisão:
 1. **Componentes Diretos:** tema, tendências, formas, cores, texturas, materiais e processos produtivos.
 2. **Componentes Indiretos:** público-alvo, distribuição, pontos de venda, propaganda, produtos e concorrentes.
4. **Coleta e Análise dos dados** – a partir dos dados de cada um dos componentes identificados do problema podem-se reunir análises mais detalhadas e aprimoramentos no processo de criação. Por meio da organização dos dados são realizadas análises mais minuciosas e observadas as relações entre os componentes e conexões entre as etapas e uma melhor visualização sobre o direcionamento do projeto.
5. **Criatividade** – é a etapa do processo onde se estabelece as conexões dos dados coletados e analisados em uma linguagem gráfica. Por meio da construção de painéis semânticos pode-se visualizar a tradução de dados em imagens. A finalidade é sintetizar em imagens as pesquisas realizadas nas etapas anteriores e promover associações na criação de um padrão, inspirações, temas e conceitos, neste sentido buscam-se elementos representativos tais como: formas, figuras, cores, texturas etc.

6. **Materiais e Tecnologias** – esta etapa busca identificar os materiais e processos necessários para a produção do projeto. Por meio de uma pesquisa é feito o levantamento de possíveis materiais a serem utilizados assim como as considerações de utilização, de acordo com as limitações tecnológicas encontradas.

7. **Experimentação** – nesta fase é definida os materiais e processos que serão utilizados no processo de produção e inovações sobre a utilização de cada insumo por meio de aplicação de diferentes técnicas e instrumentos, podendo ser testada digitalmente ou fisicamente. O uso da experimentação promove o teste, como por exemplo, o uso de diferentes escalas e formas, paletas de cores, movimentação etc, para gerar novas alternativas adaptadas para a solução do problema. Com combinação de materiais e técnicas diferentes pode-se obter resultados inesperados e alternativas mais adequadas para o projeto.

Novas utilizações podem destinar-se à resolução de subproblemas parciais que, por sua vez, em ligação com os outros, concorrerão para a solução global (MUNARI, 1981, p.60).

8. **Modelo** – dada a etapa de experimentação surgem os modelos que são as indicações materializadas dos melhores resultados obtidos no processo de testes, uma amostra física de uma parte do que se propõe criar.

9. **Verificação** – com a amostra física é possível apresentar ao público alvo para obtenção de informações sobre a aceitação e rejeição do produto. Nesta etapa são consideradas melhorias e alterações baseadas na percepção do consumidor final com o produto. Nesta etapa também são consideradas adequações no processo de produção a fim de diminuir os custos, proporcionado à viabilidade no projeto.

10. **Desenho de construção** – após finalizar a etapa de verificação pode-se iniciar a construção dos desenhos de construção. Trata-se de um documento ou manual que indica de forma clara e precisa todas as

informações e medidas (largura x altura) necessárias para a materialização do projeto finalizado.

11. **Solução** – a última etapa da metodologia do autor responde a primeira etapa do processo propondo a criação de um protótipo em escala ou em tamanho natural, é a materialização da solução encontrada para o problema de design. Nesta fase ainda é considerado ultimas análises para a identificação de possíveis erros e melhorias do projeto.

Para Munari (2002), o esquema apresentado de sua metodologia não é algo fixo nem tão pouco definitivo. O designer pode e deve utilizar este esquema para adicionar e modificar etapas no processo de criação, simplificando algumas etapas ou gerando maior grau de complexidade em outras. Todavia, na construção das etapas há uma ordem lógica que deve ser respeitada a fim de obter o melhor resultado com o mínimo esforço.

Com o intuito de agregar valor ao projeto final, nesta monografia será utilizada a metodologia de Bruno Munari (2002) como base para a criação de um projeto de superfície baseado no tema de *skins* Guardiões estelares presentes no jogo League of Legends. Dada flexibilidade desta metodologia é possível adição de métodos e ferramentas complementares advindos do design têxtil sugeridos pelas autoras Briggs-Goode (2014) e Schwartz (2006), com a intenção de gerar diferentes pontos de vistas e resultados mais adequados para o problema de pesquisa.

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Este capítulo pretende demonstrar, de forma prática, como se estabeleceu a metodologia de Munari (2002), assim como sua adequação na construção do projeto de design de superfície baseado no tema de *skins* Guardiãs estelares do jogo *League of Legends*.

É importante ressaltar que a metodologia exerceu uma função de guia sendo adaptada às exigências e limitações do problema a ser resolvido. Com a finalidade de organizar e simplificar etapas do processo optou-se também por dividir o projeto nas seguintes etapas:

5.1 Etapa 1 - Briefing

Um problema de design é resultante de uma necessidade. Löbach (1976), afirma que todo o processo de design é tanto um processo criativo como um processo de solução de problemas. Logo, se pode perceber um problema de design baseado nas informações que já foram expostas anteriormente nesta monografia: o mercado de games, atualmente, é visto como uma alternativa próspera, com anseios e necessidades ainda pouco explorados comercialmente, existe demanda para soluções inovadoras que transmitam emoções e façam sentido para o grupo social deste mercado específico.

Dentro do universo de jogos eletrônicos optou-se por trabalhar com o jogo *League of Legends*, dada sua popularidade e destaque comercial. Com foco na experiência do usuário o jogo dispõe de constantes atualizações em jogabilidade e bens virtuais com o intuito de manter a imersão ao jogo por seus usuários.

Skins são bens virtuais que atualmente representam mais do que simples trajes para personagem do jogo, são percebidas como elementos simbólicos que buscam criar um sentimento de pertencimento social dentre os usuários por meio do uso de referências a diferentes culturas e universos, geralmente relacionados a temas consumidos pela grande massa.

Foi escolhido trabalhar com o tema *skins* Guardiãs estelares, devido à exuberância estética sugerida pelo tema e de sua associação simbólica com o

universo dos animes, outro componente de destaque dentro da cultura pop. A presença destes elementos convergentes foi crucial na decisão por este tema por ter o mesmo público alvo.

Foi necessário para o desenvolvimento de estampas baseada no tema de *skins* Guardiãs estelares, à definição do público alvo, estabelecido como: indivíduos simpatizantes da cultura pop, mas especificamente do gênero *nerd/geek*, por ter a capacidade de reconhecer mais facilmente os elementos visuais dando uma interpretação adequada dos símbolos utilizados.

Para esta pesquisa, não se fez necessário à restrição do público por gênero, por entender que são amplas as possibilidades de uso das estampas, podendo ser aplicada, por exemplo, em objetos de uso em comum dentre os gêneros. Nem tão pouco foi feita a restrição por idade. Mas acredita-se que, por ter um grau de afinidade maior com elementos da cultura pop, o perfil de usuários que irá consumir de forma mais efetiva o produto final é público de 15 a 29 anos, em uma definição do perfil jovem mais abrangente segundo o Estatuto da juventude³⁶.

Outro ponto que reforça o problema de pesquisa é a forma de consumo do público-alvo, trata-se de um grupo social com necessidades específicas e anseios por uma ampla diversidade de produtos. Quando considerado mercados cada vez mais exigentes, o design de superfície surge como uma ferramenta na busca de diferenciação estética dentre seus concorrentes a partir do uso de estampas.

Com o intuito de explorar uma ampla variedade de ideias e influências, optou-se pela combinação das ferramentas: *brainstorming* (que consiste no apontamento de palavras-chave referentes a uma ideia ou tema) e *mood board* (que consiste na seleção de imagens capazes de elucidar temas, ideias e/ou conceitos), ambas sugeridas pela autora Briggs-Goode (2014) no processo de inspiração de design. A combinação destas técnicas deu-se pela facilidade a manutenção do foco da pesquisa e visualização das correlações entre os temas e imagens.

Na construção do *mood board* 1 foram considerados os principais resultados de pesquisa para palavras geradas no *brainstorming*, tais como:

³⁶ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm
Acesso em 20 ago. 2020.

garotas mágicas, maho shojo, Sakura Card Captors, Guerreiras mágicas, Sailor moon, Kero Sakura, animé de meninas poderosas, mangá de garotas lutando contra o mal.

Figura 14 - Mood board 1 Inspirações do briefing.



Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

É importante salientar que o direcionamento do projeto será a este público específico, mas que este não é fator de impedimento de consumo dos resultados finais do projeto por outros perfis de consumidores.

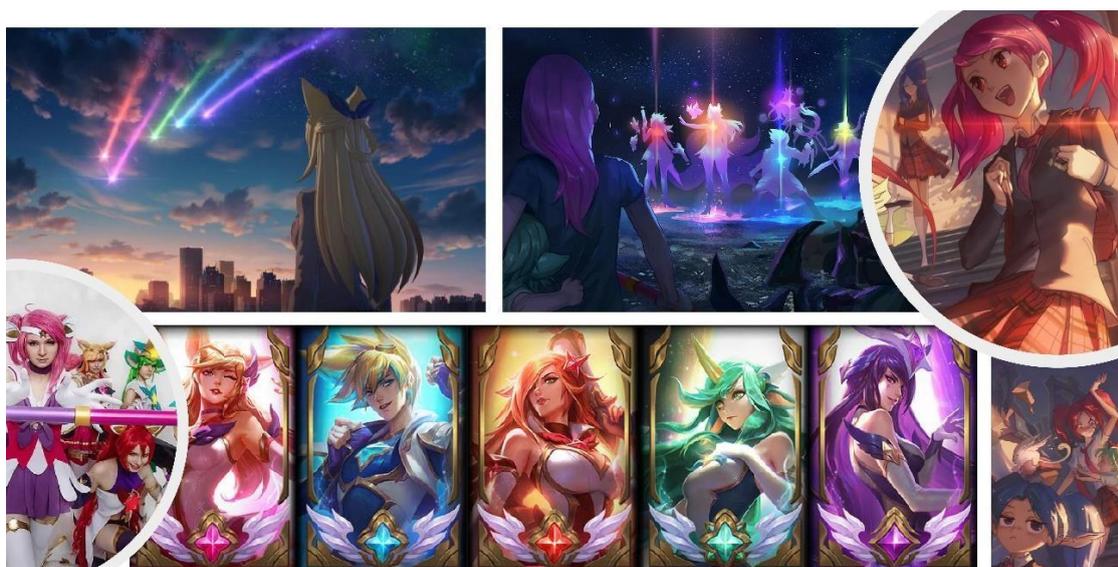
5.2 Etapa 2 – Coleta e análise de dados

Por meio do estudo das imagens pertencentes ao universo das Guardiãs estelares buscou-se identificar formas, cores, texturas etc, os elementos visuais recorrentes e característicos. O foco desta etapa é afunilar as pesquisas imagéticas, indo de percepções mais amplas e abstratas relacionadas ao tema até o estudo da imagem da *skin* em si.

Para a construção do *mood board 2* foram considerados os resultados de maior relevância nas buscas por: história das guardiãs estelares, ícones das guardiãs estelares, mascotes das guardiãs estelares, novas guardiãs estelares, *skins* das guardiãs estelares, etc. Foi listado material suficiente para a identificação dos elementos essenciais ao tema da pesquisa. Com o intuito de enriquecer o estudo foram analisadas diversas imagens, e dado preferência aos termos e imagens disponibilizados pelos canais oficiais do jogo *League of Legends*.

Dada a estória da origem das guardiãs estelares ser ambientada no universo, foi percebido o uso de termos e imagens relacionados aos diferentes corpos celestes, tais como: planetas, cometas, asteroides e meteoros. Estes termos e imagens servem como plano de fundo e de ambientação para as personagens. assim como suas interações entre si.

Figura 15 - *Mood board 2* Guardiãs estelares.



GALÁXIAS, COMETAS, ASTERÓIDES

Mascotes



"VINGANÇA É UM PRATO QUE SE COME À LUZ DE ESTRELAS."

Miss Fortune guarda estekor.

COSPLAY



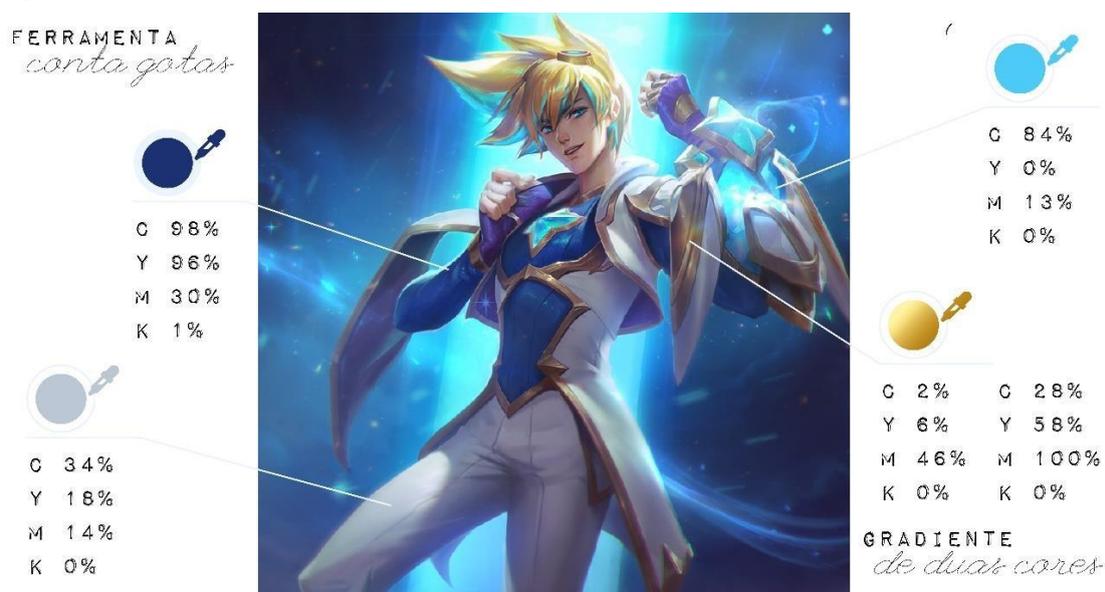
Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

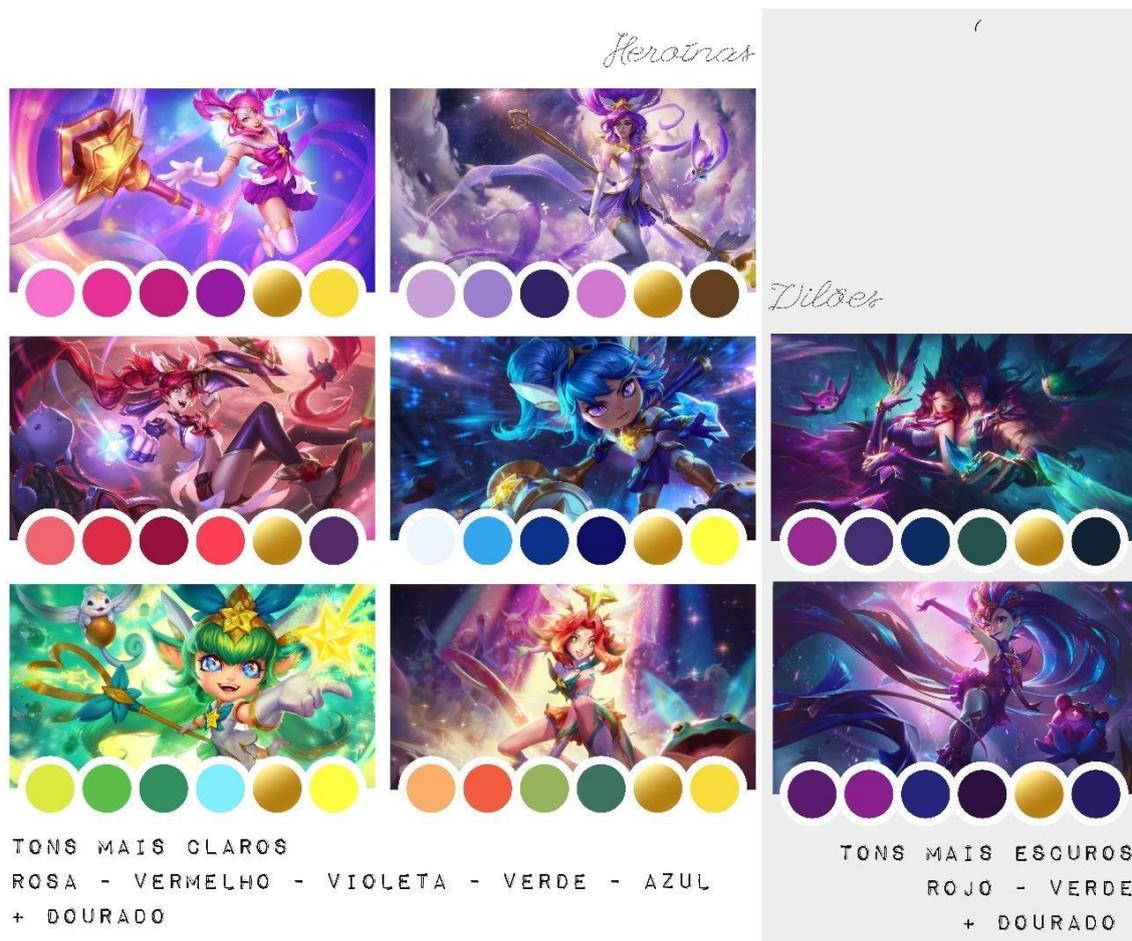
Foi evidenciado nas imagens o uso de uma cor distinta para cada personagem, o uso majoritário de uniformes com saias plissadas, laços e fitas decorativas e armamentos com asas. Tanto a vestimenta quanto o armamento dos personagens têm a cor branca como base e o dourado aplicada aos detalhes. Outros itens que podem ser listados que compõem o uniforme das personagens são: botas, meias calça, luvas, tiaras, adereços decorativos, e a presença de elementos figurativos relacionados ao cosmo, ao universo e as estrelas.

Com a finalidade de evocar a atmosfera presente no tema de *skins* Guardiãs estelares, foi feito o estudo das imagens das *skins* em relação ao uso das cores para a construção do *mood board* 3.

Por meio da ferramenta conta-gotas presente no *software Adobe Illustrator*, foram construídas as paletas de cores de cada uma das *skins*. As cores foram obtidas a partir de diferentes pontos das imagens e listadas em círculos de mesmo tamanho e alinhadas para proporcionar melhor observação, avaliação, e proporção das cores no desenvolvimento das soluções de design. As sugestões mais adequadas foram descritas em seguida em paletas de cores distintas.

Figura 16 - Mood board 3 Cores | Guardiãs estelares.





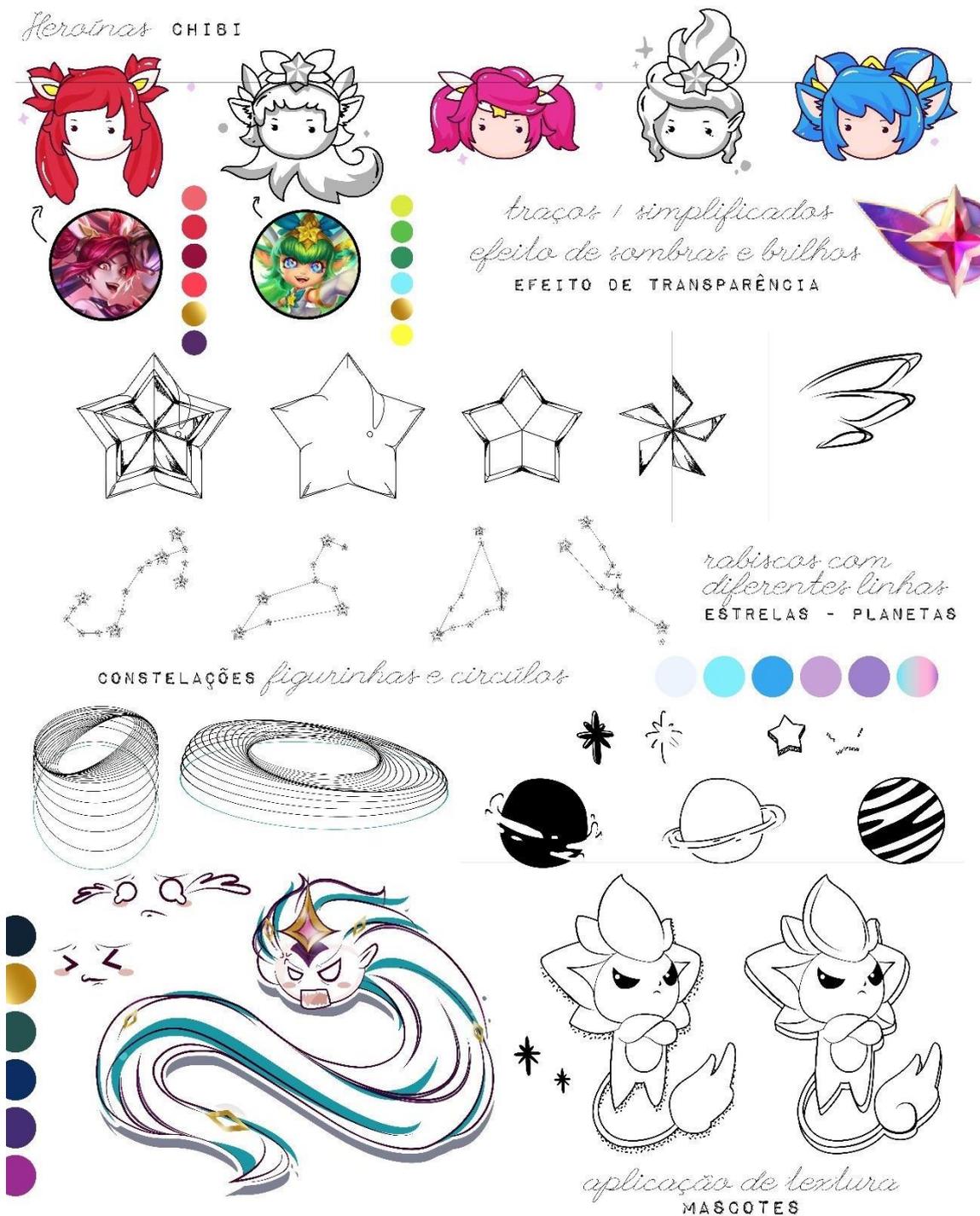
Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

Como foi explanado nesta monografia, dada forma de consumo do público alvo da pesquisa, cabe ainda uma busca por produtos especializados para este mercado nerd/geek. A busca de similares nesta etapa consiste no levantamento dos principais itens presentes neste mercado assim como a percepção de diferentes formas na organização dos elementos visuais em superfícies diversas.

Para a construção do *mood board* 4 foram selecionados resultados de itens disponíveis em lojas reais do setor de games, decoração e vestuário relacionados aos títulos populares da cultura, tais como: Harry Potter, *Star Wars*, O rei Leão, *Strager Things*, *Friends*, *The Big Bang Theory*, etc.

Na busca de aumentar as alternativas foram feitas experimentações de forma livre, em relação à utilização de diferentes materiais de desenho. Dada aptidão e habilidade do autor da pesquisa, se optou por trabalhar com o *software Adobe Illustrator* para computador e mesa digitalizadora, com resultados mais adequados devido a síntese dos elementos visuais.

Figura 18 - Síntese dos elementos visuais.



Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

Além da delimitação das figuras foi considerado o detalhamento e/ou simplificação dado a escala dos desenhos nas estampas. Decidiu-se por manter apenas as formas que não apresentaram grandes alterações ou perda de legibilidade. Foram considerados também desenhos simplificados, para serem usados de forma menos evidente para enriquecer as composições e agregar dinamismo e valor as estampas.

Com os elementos visuais definidos, buscou-se por meio dos conceitos de repetição apresentados por Schwartz (2006), a criação de composições mais complexas e únicas. Não foram feitas limitações em relação à quantidade máxima de diferentes sistemas em um mesmo módulo, e sim a restrição baseada na harmonia e relações entre objetos distintos, criando composições com áreas de espaço e áreas de imagens garantindo a continuidade e movimento das estampas.

Sobre o uso do software Illustrator como ferramenta para finalizar as estampas MARCOS e SCHULTE (2018), apresentam que

Para criação de padronagens e construção de *rapport*, nesse software, existem duas maneiras: uma automática, onde o próprio *Illustrator* define o sistema de repetição a ser adotado e uma manual, onde pode-se construir sistemas alinhados, não alinhados e estampas corridas[...] Esses podem ser rotacionados ou espelhados de forma a construir uma composição ideal (MARCOS; SCHULTE, 2018, p.99).

As duas formas descritas de criação de *rapport* foram consideradas, permanecendo aquela com resultados mais adequados ao problema.

Assim como foi percebido na etapa anterior, um elemento considerado fator determinante na identificação das personagens é a cor, dada essa percepção serão mantidas as paletas de cores coletadas. Também foi considerada a adição de cores complementares e/ou neutras para criar contraste entre a superfície e os elementos, assim como evidenciar elementos visuais uns dos outros.

Com o objetivo de atender de forma mais assertiva o mercado *nerd/geek* é sugerido a criação de uma segunda opção de cada estampa selecionada por meio do uso uma paleta de cores alternativa. Ideia relacionada ao conceito de *chromas* presente no jogo League of Legends, que sugere uma possibilidade extra na solução do projeto mudando apenas as cores. Esta estratégia busca atingir mais mercados, agregação de valor as peças e uma opção a mais tratando-se de itens colecionáveis.

Por meio de testes realizados digitalmente foram selecionadas as quatro melhores soluções ao problema de pesquisa. As superfícies originais serão apresentadas ao lado de seus respectivos cromas a seguir:

Figura 19 - Estampa: Você não está sozinha. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou *croma*) c) Rapport Half Drop - Tijolo por coluna - deslocamento $\frac{1}{2}$ d) Mockups.



Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

Por meio do conceito do subgênero do *mangá: chibi*³⁷, foram criados desenhos simplificados das cinco primeiras guardiãs estelares. Este estilo é característico por retratar os personagens com a cabeça geralmente igual ou maior que o tamanho do seu próprio corpo. O estilo *chibi* possui um traço simples e busca retratar os personagens de forma mais infantil e lúdica.

Foi intencional o uso deste estilo de desenho para agregar um efeito sentimental e cômico à compra. A estampa intitulada: Você não está sozinha - sugere a reunião das primeiras guardiãs Janna, Lulu, Poppy e Jinx ao time da capitã Lux. Todos os adereços, roupas e cores foram feitas a partir dos desenhos originais de cada *skin* das guardiãs estelares. Todos os elementos, assim como as cores foram mantidos para gerar maior identificação por parte do público alvo.

Como forma de homenagear e enfatizar a primeira personagem a ganhar este tema de *skin*, a campeã Lux, está proporcionalmente maior que suas companheiras e teve sua posição pensada para que as outras estivessem ao seu redor. Estrelas com cores correspondentes foram criadas para dar mais dinamismo e movimento a estampa.

Optou-se por padronizar o rosto das personagens para criar uma unidade entre elas. Apesar deste fato, todas tiveram detalhamento específico para o cabelo e os adereços, foram trabalhados sombra para criar volume e adicionado brilho, elemento presente na estética da *skin*.

Devido ao uso das cores originárias de cada personagem preferiu-se o uso de cores mais claras e neutras, apanhada a paleta de cores das *skins*, para o plano de fundo com o intuito de harmonizar a disposição dos elementos.

³⁷ A palavra *chibi* significa literalmente criança pequena. Nos animes, o termo *chibi* é utilizado para referir-se a traços de um desenho em que sua cabeça é gigante, geralmente igual ou maior que o tamanho do seu próprio corpo. Disponível em: <https://skdesu.com/personagens-e-animes-chibi-e-super-deformed/>. Acesso em: 19 ago. 2020.

Figura 20 - Estampa: A primeira estrela. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou *chroma*) c) Rapport Full Drop - Grade d) Mockups.



Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

Por meio da representação gráfica de diferentes estrelas surgiu a estampa intitulada: A primeira estrela. Dada a história de origem das guardiãs estelares, onde uma estrela no passado expandiu seu brilho para gerar outras estrelas, outras constelações.

A representação gráfica de estrelas é constantemente utilizada na estética de *skins* das guardiãs estelares assim como o uso de asas angelicais, e as cores: branco e o dourado. Uma forma gráfica popularmente conhecida na

astronomia são as constelações de estrelas referentes as representações dos signos do zodíaco. Aqui foram utilizados os signos do zodíaco: áries, touro, leão escorpião e capricórnio, referentes aos signos de cinco das guardiãs estelares.

Figura 21 - Estampa: Meu companheiro estelar. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou *croma*) c) Rapport Half Drop - Hexadecimal por coluna - deslocamento 1/2 d) Mockups.



Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

Os mascotes ou familiares estelares não poderiam ser dispensados na construção das estampas. Além de possuírem visuais carismáticos e coloridos

são considerados na estória como sendo os melhores amigos das guardiãs estelares. Essas poderosas criaturas são emotivas, fiéis e fundamentais no treinamento das guardiãs estelares.

Cada guardiã demonstra no jogo uma relação especial com o seu bichinho. Dito isto a estampa intitulada: Meu companheiro estelar - aborda um pouco da relação com as mascotes presentes no jogo, suas emoções e um pouco de suas personalidades. Outro ponto considerado, foram as batalhas, a dualidade, a disputa do bem contra o mal, luz e escuridão já que foram retratados figuras reconhecidas como boas e outras más.

Foram utilizados diferentes técnicas e estilos de desenho para dar efeito de profundidade, luz e sombra para as mascotes. Em relação as cores foram utilizadas gradientes de cores azul e roxo, tendo a cor azul referência aos heróis e a cor roxa aos vilões. Além disso foram exploradas formas diferentes para representar uma estrela e elementos cósmicos e planetas.

Figura 22 - Estampa: Luz e Escuridão. Simetria: Translação a) Estampa na cor principal; b) Estampa na cor secundária (ou *croma*); c) Estampa zoe e o Rapport Brick – Hexadecimal por linha - deslocamento $\frac{1}{2}$ d) Estampa cometas e Rapport Half Drop - Tijolo por coluna - deslocamento $\frac{1}{2}$ e) Mockups.





Fonte: Desenvolvido pelo autor da pesquisa.

Os vilões, por apresentarem contraponto na construção da trama, são peças importantes na história das guardiãs estelares. Estes ampliaram os desafios e aumentaram o nível de dificuldade para as protagonistas. A personagem Zoe se apresenta como a principal vilã, trazendo o conflito, o caos e destruição de uma forma carismática, o que é fator característico à personagem. Estes foram alguns dos aspectos que se buscou retratar na criação da estampa: Luz e Escuridão.

Foram criados dois padrões: o primeiro: estampa zoe, apenas com imagens da vilã Zoe, representada no estilo de desenho *chibi*, com expressões de raiva, tristeza e decepção em diferentes tamanhos. O segundo: estampa cometas, foram criadas formas cômicas, representando planetas, estrelas e buracos negros, uma representação subjetiva por meio da repetição de círculos

e espirais. Os dois padrões foram planejados para que quando sobrepostos fossem suplementares e harmônicos na percepção do espectador.

As cores foram testadas e escolhidas propositalmente para melhor adequação ao tema proposto: dualidade, amor e ódio, dia e noite, luz e sombra, onde o branco e o roxo representariam a luz e a escuridão, respectivamente.

5.4 Etapa 4 – Solução

Por meio de desenhos, rabiscos e da utilização de formas abstratas e diversas relacionadas ao tema das *skins* guardiãs estelares, foram feitos ajustes para simplificação e/ou detalhamento das composições baseado nas análises obtidas por meio de simulação digital ou *mockups*.

Durante o processo de criação foram feitas adições e subtrações em ilustrações para gerar elementos que garantissem a abordagem de diferentes aspectos relacionados ao tema. Em cada nova estampa buscou-se utilizar técnicas e processos de forma singular com o intuito de enriquecer o projeto como um todo. Embora cada estampa tenha características e elementos exclusivos, elas pertencem a um mesmo contexto e integram um mesmo universo, podendo assim ser utilizada de forma individual ou em conjunto na composição de um projeto ou marca.

Almejando um alto nível de similaridade ao real, a limitação no orçamento e ao tempo de produção, optou-se por aplicar as composições em objetos pertencentes ao universo *nerd/geek* de tamanhos e texturas variados, exemplo: tecido, plástico e papel.

Todos os ajustes e alterações foram feitos mantendo como foco a ampliação das possibilidades de aplicação das composições geradas. Os elementos foram idealizados considerando a proporção de cada elemento relacionado ao todo, sendo testado em diferentes superfícies, ampliadas ou reduzidas de acordo com a relação do padrão e superfície.

As cores selecionadas são reflexo da pesquisa imagética das guardiãs estelares, que na maioria dos casos foram mantidas ao apresentado no jogo, esta decisão foi tomada com o objetivo de facilitar a percepção e identificação dentre os usuários do jogo *League of Legends*.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base em todo material reunido e apresentado neste trabalho, é possível notar que a indústria do entretenimento atualmente se mostra economicamente próspera, com grandes expectativas de crescimento e expansão de seus modelos de negócios. Dentro deste campo, o mercado de *games* e jogos eletrônicos se destacam com múltiplas possibilidades derivadas da junção diversão e tecnologia. Cruz e Krüger (2009), resumem bem este cenário em:

O entretenimento destaca-se cada vez mais como uma indústria lucrativa. O ser humano pós-moderno é atraído pela união de diversão e tecnologia. Com isso, os jogos eletrônicos acabam suprimindo este desejo. Desde o primitivo jogo de batalha espacial criado por estudantes no início da década de 60 até os poderosos jogos de estratégia do início do século XXI, os games seguem uma trilha de constante desenvolvimento e grande sucesso. (CRUZ; KRÜGER, 2009, p. 65).

Torna-se quase que natural para o profissional designer, acompanhar estas tendências do mercado e interagir com elas, seja para sugerir novos olhares, percepções e abordagens sobre um determinado tema ou na expressão artística para a criação de um novo produto. Logo, casos como: o jogo *League of Legends*, serão alvos desta interação, dado o valor inerente ao design e a cultura.

A junção da estética sugerida pelo jogo associada ao simbolismo do universo dos animes, pertencentes às *skins* Guardiãs estelares, proporcionou aprofundamento em hábitos de consumo da cultura pop. Fez-se necessário o estudo de formas mais eficazes de satisfazer as necessidades deste consumidor, criando produtos com valores e significados que reforçam o sentimento de pertencimento social e auxiliam na formação da identidade dos indivíduos.

Novas exigências do mercado podem ser supridas por pesquisas como esta. Mercados cada vez mais segmentados exigem diferenciação na forma de consumo. Com este estudo se propôs, por meio do design, mais especificamente pela explanação do design de superfície, atender da melhor forma a população que se identifica com os termos *nerd/geek*, usuária do jogo *League of Legends*, para a criação de estampas baseadas na linha de *skins* Guardiãs estelares.

Para a construção deste trabalho, fez-se necessário o levantamento de formas, etapas e processos de design necessários para a criação de padrões para superfícies, na busca de melhores soluções para o problema da pesquisa. Inicialmente foram identificados os principais elementos visuais que captassem a essência das *skins* Guardiãs estelares para que, em seguida, fossem organizados em módulos e esquemas de repetição que possibilitassem a fácil percepção dentre usuários e a continuidade do desenho ao longo de uma superfície.

Durante o desenvolvimento do projeto, elementos como o desenho, a cor e padronagem por repetição foram utilizados de forma a acrescentar o impacto visual. Dentro deste processo, optou-se por utilizar etapas do processo de criação de design descritas pelo autor Munari (2002) como uma referência, um guia, a fim de minimizar e evitar contratempos e erros. Optou-se também por simplificar algumas etapas (modelo, verificação e desenho de construção) e se prolongar no desenvolvimento de outras (coleta de dados, análise de dados e criatividade) na busca de melhor organizar as ideias e criar soluções mais adequadas.

Perante todo o conteúdo apresentado, de modo satisfatório é concluído este trabalho, atendendo os requisitos propostos no objetivo geral: **“Propor a utilização do design de superfície como uma solução para a diferenciação de produtos na tentativa de atender novas exigências do mercado *nerd/geek*, baseado na linha de *skins* Guardiãs estelares do jogo *League of Legends*.”** e nos objetivos específicos: [1] Verificar as principais formas e técnicas utilizadas na criação de padrões para superfícies; [2] Identificar os principais elementos visuais presentes na linha de *skins* Guardiãs estelares; [3] Explanar as necessidades de consumo do público-alvo *nerd* ou *geek*.

6.1 Limitações do estudo

Constatou-se como uma adversidade a escassez de livros em português com o foco principal em design de superfície. Contudo, buscou-se outros modos confiáveis para obtenção de informações necessárias, tais como: sites, artigos científicos, matérias, trabalhos acadêmicos etc. Rastreando materiais que

abordassem temas correlatos ao tema principal da pesquisa, tais como: design gráfico, design industrial têxtil, design de moda, design de interiores etc.

Por uma questão estratégica, a empresa responsável pela criação do jogo *League of Legends* não costuma informar de forma pública, dados atualizados referentes à: número de jogadores simultâneos por região, arrecadação monetária com bens virtuais de forma geral, lucro específico sobre uma linha de *skin*. Entende-se que a posse destes dados poderia direcionar melhor as soluções propostas, enfatizando por exemplo, uma frase escrita em uma língua distinta, um personagem ao invés de outro, a utilização de uma cor específica etc.

Sem desprezar ou diminuir o valor de trabalhos, desenhos e processos experimentais e/ou manuais, o uso do computador com *software* gráfico devidamente instalado, se mostrou como fator determinante para a finalização deste projeto. O entendimento dos programas gráficos *Adobe Illustrator* e *Adobe Photoshop*, e de suas funções, possibilitaram avançar etapas com resultados satisfatórios na criação de artes mais adequadas ao *briefing* e agilidade na visualização das artes aplicadas em *mockups* muito próximos à realidade.

6.2 Sugestões para trabalhos futuros

A metodologia que *a priori* pareceu engessada, superou as expectativas quando adequada e experienciada. Fica de sugestão seguir a ordem cronológica das etapas e o aprofundamento e/ou conhecimento de diferentes métodos de design para a criação de algo que se propõe ser reproduzido.

Devido as múltiplas possibilidades com o design de superfície, este trabalho contribui para ao aprofundamento, ampliação e diversificação de estampas para jogos eletrônicos e sua aplicação para objetos diversos, assim como a percepção do uso do design de superfície como ferramenta de agregação de valor e significado para qualquer outro tema, podendo ser utilizado como referência.

Também como sugestão, fica a ampliação do acervo de estampas, visto que, todo ano podem ser lançadas novidades dentro do universo das Guardiãs estelares, rendendo assim muito material a ser explorado, e o desejo de ver as estampas sendo aplicadas em objetos reais de fato. Uma melhor administração

do tempo e a obtenção de algum tipo de recurso ou investimento em dinheiro poderiam ter propiciado a confecção de peças piloto de cada uma das estampas criadas. Mas, embora não tenham sido confeccionadas, os *mockups* supriram a necessidade da pesquisa, denotando uma visão quase que perfeita do projeto desenvolvido.

REFERÊNCIAS

AMARAL, O. F.; MACEDO, T. **Dos rios ao cristal líquido: uma análise da skin Nami lara em League of Legends.** Ano X, n. 09 - setembro/2014 - NAMID/UFPB

_____. **Dos rios à tela de cristal líquido: o retorno do mito e arquitetura da cultura convergente em League of Legends.** Revista Fronteiras, v. 17, n.2, maio/agosto 2015.

ARTY, David. **O que é design gráfico? O que faz um designer gráfico?** Descubra tudo sobre a profissão, salário e mercado de trabalho. [S. l.]: Chief of Design, 25 fev. 2019. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/design-grafico/>. Acesso em: 3 jul. 2020.

BAFFA, M. F. O. et al. **Construindo Jogos de Sucesso: Uma Análise de League of Legends.** 2016 VX Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital.

BOURDIEU, Pierre. **O mercado dos bens simbólicos.** In: MICELI, Sérgio (Org.). **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1974. P. 99-181

BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de estamperia têxtil.** Porto Alegre. Bookman, 2014

CARVALHO, Nathalia Alborghetti; RUTHSCHILLING, Evelise. **Inovação em metodologia de projeto aplicada ao design de superfície voltado para moda.** ModaPalavra e-periódico, v. 9, n. 17, p. 179-194, 2016.

CARVALHO, Maria Luiza. **Compro, logo sou fã: A importância do consumo na representação da identidade no universo nerd/geek.** VI Simpósio internacional comunicação e consumo 2018.

CRUZ, Dulce Márcia; KRÜGER, Fernando Luiz. **As estratégias de marketing dos jogos eletrônicos de simulação da vida.** Fonte - Tecnologia da Informação na Gestão Pública: Horizontes da virtualização - A transição para o virtual e seus desafios, Minas Gerais, ano 6, n. 9, p. 65-73, dezembro 2009.

DALLEGRAVE, Letícia. **Narrativas, bens virtuais e jogos online: um estudo de caso das skins Guardiãs Estelares.** Revista Temática, março 2019.

ESPN. **'League of Legends': Sucesso de Lux foi decisivo para novas Guardiãs Estelares, conta produtora.** 2017 Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/725173_league-of-legends-. Acesso em: 3 abr. 2020.

ESPN. **'League of Legends' terá novo modo de jogo cooperativo com as Guardiãs Estelares.** [S. l.], 8 ago. 2017. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/717142_league-of-legends-tera-novo-modo-de-jogo-cooperativo-com-as-guardias-estelares. Acesso em: 3 jul. 2020.

EHRlich, Márcio. **Videogames.** Rio de Janeiro: Campus, 1986.

FETTERMANN, Beatriz Feitoza. **O design de superfície como medidor da relação sujeito-objeto.** 2016. 20 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2016.

FREIRE FILHO, João; LEMOS, João Francisco de. **Imperativos de conduta juvenil no século XXI: a "Geração Digital" na mídia impressa brasileira.** Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, vol. 5 n. 13 p. 11-25, Jul. 2008.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **Design de Superfície: ações comunicacionais táteis nos processos de criação.** São Paulo, Blucher, 2011.

FOLHA DE PERNAMBUCO. **Caminhos entrelaçados através do LoL.** Em um ambiente reservado para profissionais, a Blackbulls gravou o nome na história do eSports, em Pernambuco. 2018. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/esportes/caminhos-entrelacados-atraves-do-lol/91832/>. Acesso em: 2 jul. 2020.

FORTY, A. **Objectos de desejo.** São Paulo: Cosac Naify, 2007. In: REBS, Rebeca. **Bens virtuais em social games.** São Paulo: Revista Intercom, RBCC, v. 35, n. 2, p. 205-224, jul./dez. 2012

GALVÃO, Danielle. **Os nerds ganham poder e invadem a TV.** In: Revista Científica Intr@ciência 1(1):34-41, 2009. In: MATOS, Patrícia. (2011) **O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão.** XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo – 2011.

HUIZINGA, J. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura.** São Paulo: Editora Perspectiva, 2000. Versão digital.

IGN Brasil. **5 razões pelas quais o moba é hoje o gênero mais importante dos games.** 2015. Disponível em: <<http://br.ign.com/esports/2760/news/cinco-razoes-pelos-qualis-o-moba-e-o-genero-mais-importante-d>>. Acesso em: 9 mai. 2020.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** 2ª ed. São Paulo, Aleph, 2009.

JOSÉ, DARIO. **League of Legends: confira as curiosidades do popular MOBA.** 2015 Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/02/league-legends-confira-curiosidades-do-popular-moba.html>. Acesso em: 2 jul. 2020.

KRUGER, Fernando Luiz; MOSER, Giancarlo. **O Marketing dos Jogos Eletrônicos.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro, 2005.

LÖBACH, Bernd. **Bases para a configuração dos produtos industriais.** Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

MAGALHÃES, Mayara Soares; SOUZA, Rosângela Vieira. **Um olhar sobre as metodologias projetuais de design gráfico.** 11º P&D Design Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design 2014. Rio Grande do Sul, setembro/outubro de 2014.

MARCOS, Janaina Ramos; SCHULTE, Neide Kohler. **Desenho manual e tecnologias digitais na criação de estampas.** Cidadania em Ação: Revista de Extensão e Cultura, Santa Catarina, v. 2, n. 2, p. jul./dez., 2018.

MARÍN, E. C. **Entretenimento: uma mercadoria com valor em alta.** Revista Movimento, Porto Alegre, v. 15, n. 02, p. 211-231, abril/junho de 2009.

MAZUREK, Mike, POLIVANOV, Beatriz. **Consumo de Bens Virtuais em Jogos Online – Status, Diferenciação e Sociabilidade em League of Legends.** VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (2013).

MENDES, Jaqueline. **Indústria de games cresce e se profissionaliza cada vez mais:** Campeonatos transmitidos pela internet, feiras que atraem milhares de pessoas e grandes patrocinadores que investem muito fazem desse mercado um dos mais promissores do país. Estado de Minas, Minas Gerais, 16 out. 2019. Economia, Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/10/16/internas_economia,1093076/industria-de-games-cresce-e-se-profissionaliza-cada-vez-mais.shtml. Acesso em: 3 jul. 2020.

MENEZES, M, S, PASCHOARELLI, L, C, design e planejamento: aspectos tecnológicos. São Paulo, 2009.

OVESSON, Fredrik; WIKSTRÖM, Kristin. From Visions to Specification: Using user designed mock-ups for envisioning user requirements for the future e-newspaper. 2005. Disponível em: <<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:239043/FULLTEXT01.pdf/>> Acesso em: 9 jul. 2020.

REBS, Rebeca. **Bens virtuais em social games**. São Paulo: Revista Intercom, RBCC, v. 35, n. 2, p. 205-224, jul./dez. 2012.

RIGON, Daniela. **'League of Legends': Sucesso de Lux foi decisivo para novas Guardiãs Estelares, conta produtora**. [S. l.]: ESPN, 7 set. 2017. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/725173_league-of-legends-. Acesso em: 3 jul. 2020.

RINALDI, R. M. ; DOMICIANO, C. L. C. ; MENEZES, M. S. **Design de Superfície: Pré-Livro Experimental "FESTA"**. In: Anais do 9º P&D Design - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2010, São Paulo.

RINALDI, Ricardo Mendonça. **A intervenção do design nas superfícies projetadas: processos multifacetados e estudos de caso** / Ricardo Mendonça Rinaldi, 2013.

Riot Games. **League of Legends**. 2016 Disponível em: <http://www.riotgames.com/>. Acesso em: 18 abr. 2020.

ROCHA, Diego, et al. **Avaliação estética de games**. In: BRAZILIAN SYMPOSIUM ON COMPUTER GAMES AND DIGITAL ENTERTAINMENT, SBGames. 2006.

ROX, Maximilian. **A história de League of Legends: Fase Beta e lançamento [parte 1]**. [S. l.]: Tecmundo, 11 out. 2016. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/esports/110470-historia-league-of-legends-fase-beta-lancamento-parte-1.htm>. Acesso em: 3 jul. 2020.

R7. **Mercado de games no Brasil deve faturar US\$ 803 milhões em 2022** - Jogos virtuais devem ficar ainda mais populares no país impulsionados por downloads nos smartphones e pelos campeonatos profissionais. 2018 Disponível em: <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/mercado-de-games-no-brasil-deve-faturar-us-803-milhoes-em-2022-21092018>. Acesso em: 13 abr. 2020.

SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Regras do Jogo: Fundamentos do Design de Jogos: cultura** (v.4). Trad. Edson Furmankiewicz. São Paulo: Blucher, 2012a.

SILVEIRA, Luciana Martha. **Introdução à Teoria da cor**. 2 ed. Curitiba, 2015

SCHWARTZ, A. R.; **Design de Superfície: por uma visão projetual geométrica e tridimensional**. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Universidade Estadual Paulista, Bauru. 2008

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: Senac, 2003.

UFOGEEK. **League of Legends | Guia rápido para iniciantes.** 2019 Disponível em: <https://ufogeeks.blogspot.com/2019/05/league-of-legends.html>. Acesso em: 2 jul. 2020.

VILLAS-BOAS,. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico.** Rio de janeiro: 2AB, 2000.