



PALETRO



A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE
ÉTNICA E CULTURAL NO CHARACTER DESIGN
EM VIDEOGAMES

MARCO TÚLIO CARDOSO TRINDADE DA COSTA
NYCOLAS PEDRO MARTINS LIMA

PUC CAMPINAS
2021

MARCO TÚLIO CARDOSO TRINDADE DA COSTA
NYCOLAS PEDRO MARTINS LIMA

PALETRO



PALETRO

A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE ÉTNICA E CULTURAL
NO CHARACTER DESIGN EM VIDEOGAMES

Pontifícia Universidade Católica – PUC-Campinas
Curso de Graduação em Design Digital

Campinas, 2021

MARCO TÚLIO CARDOSO TRINDADE DA COSTA
NYCOLAS PEDRO MARTINS LIMA

PALETRO

A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE ÉTNICA E CULTURAL
NO CHARACTER DESIGN EM VIDEOGAMES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de Campinas como requisito à obtenção do título de bacharel em Design Digital.

Orientador: Prof. Dr. Victor Kraide Corte Real

Pontifícia Universidade Católica – PUC-Campinas
Curso de Graduação em Design Digital

Campinas, 2021

Ficha catalográfica elaborada por Jerusa Neves dos Santos Lopes CRB 8/010320
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

Costa, Marco Túlio Cardoso Trindade da

Paletro - a importância da representatividade étnica e cultural no Character Design em videogames / Marco Túlio Cardoso Trindade da Costa, Nycolas Pedro Martins Lima. - Campinas: PUC-Campinas, 2021.

168 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Victor Kraide Corte Real.

TCC (Bacharelado em Design Digital) - Faculdade de Design Digital, Centro de Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2021.

Inclui bibliografia.

1. Character Design. 2. Etnia e Cultura. 3. Videogames. I. Lima, Nycolas Pedro Martins. II. Real, Prof. Dr. Victor Kraide Corte. III. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Centro de Linguagem e Comunicação. Faculdade de Design Digital. IV. Título.

TERMO DE APROVAÇÃO

MARCO TÚLIO CARDOSO TRINDADE DA COSTA
NYCOLAS PEDRO MARTINS LIMA

PALETRO

A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE ÉTNICA E CULTURAL
NO CHARACTER DESIGN EM VIDEOGAMES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design Digital da Pontifícia Universidade Católica de Campinas como requisito à obtenção do título de bacharel em Design Digital, avaliado pela seguinte banca examinadora:

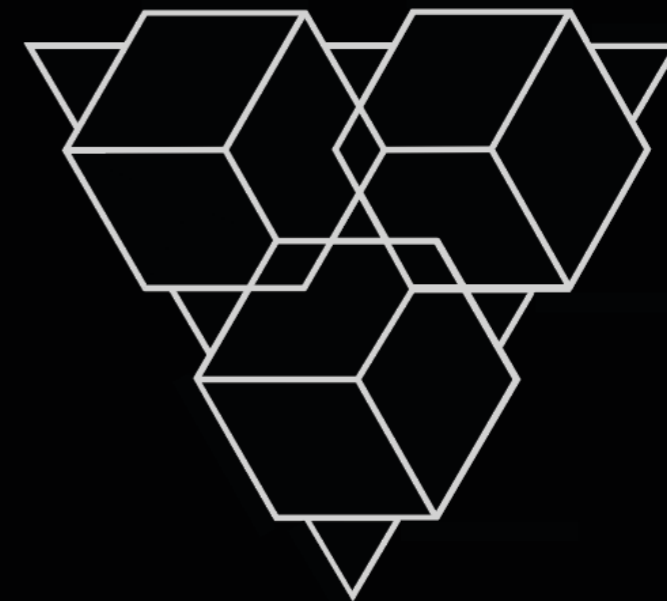
Prof. Dr. Victor Kraide Corte Real
ORIENTADOR

Prof. Dr. Tomas Guner Sniker

Prof. Ms. Hugo Gimenes de Lima

Pontifícia Universidade Católica – PUC-Campinas
Curso de Graduação em Design Digital

Campinas, 2021



AGRADECIMENTOS

POR MARCO TÚLIO

Neste pequeno espaço dado especialmente a mim, tomo a atenção para citar algumas palavras de gratidão. Enquanto escrevo, paro e olho para o passado onde cultivei pela primeira vez, meus pequenos objetivos e metas que futuramente iriam desabrochar em conquistas, satisfações e realizações.

Em 2017, com todo aquele anseio e expectativas de um aluno do Terceiro ano do ensino médio, lembro-me de já estar decidido sobre quem eu gostaria de ser. Como uma melhor amiga e companheira de sempre, eu começo agradecendo a arte, que sempre esteve presente comigo nos bons e nos maus momentos. Com um olhar carinhoso e amadurecido, percebo também que nunca estive sozinho, pois sempre a tive para me fazer companhia. E foi a partir da construção desta conexão, que surgiu a decisão que eu gostaria de construir um futuro produzindo minhas artes.

Durante a pesquisa dos possíveis cursos que eu poderia ingressar, meu irmão comentou sobre um curso de Design Digital que continham várias matérias do meu total interesse, mostrando-me um caminho pelo qual eu poderia seguir desfrutando do que ele tinha a oferecer e suas novidades. Por isso, agradeço ao meu irmão mais velho, João Pedro Cardoso Trindade da Costa, que por além de me apresentar e colaborar em despertar o interesse e motivação pelo curso dentro de mim, ser acima de tudo uma pessoa que me inspira com sua energia, sua visão de mundo e forma de levar a vida. Meu incrível "Man!" como costume chamá-lo.

Agradeço também a minha irmã mais velha, que por já ter experienciado o ambiente universitário, me guiou e auxiliou desde o meu primeiro momento na universidade. Além disso, seu modo de organizar as coisas, seu foco e seu empenho em entregar sempre o melhor, me servia como inspiração e exemplo de modelo que eu pudesse seguir para continuar progredindo.

Mas você sabe, iniciar uma jornada nunca experienciada antes, traz frio na barriga de qualquer pessoa. E em um lugar estranho, cheio de gente esquisita, às vezes te faz sentir-se um pouco perdido. Mas dessa vez, o que eu senti foi totalmente o oposto. A cada novo contato com a universidade e o curso, a cada

novo contato com as pessoas ali presentes, eu me sentia cada vez mais no meu lugar. O ambiente Universitário pode parecer um pouco assustador às vezes para o aluno que ainda não o conhece muito bem, mas a verdade é que depois que ele é mostrado a você junto a todas as suas possibilidades, ele pode ser muito acolhedor. E comigo foi assim. Dentro da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, percebi que uma universidade não é um monstro de sete cabeças como muitos diziam ser. Muito pelo contrário. A PUC Campinas foi um lugar onde eu pude ter o prazer de conhecer muito do que era oferecido ao aluno universitário, sendo também um ambiente saudável de se conviver, que se preocupava com o atendimento e as necessidades do aluno, cheio de palestras e eventos incríveis, e muitas outras possibilidades. De fato, essa experiência vivenciada dentro da PUC Campinas superou minhas expectativas e me deu um novo olhar sobre o que era uma universidade. Dessa forma, afirmo meu extremo sentimento de gratidão por tudo o que a Pontifícia Universidade Católica de Campinas foi capaz de oferecer para mim e para todos os outros alunos filhos desta universidade.

Eu guardo com grande carinho todas as experiências e lembranças que compartilhei com cada pessoa que conheci nessa jornada cursando Design Digital. Deste modo, é com grande apreço que direciono meus agradecimentos para todos aqueles que eu tive contato dentro da universidade. Desde a primeira pessoa que falou comigo, até a pessoa que pude compartilhar um último momento. Destas muitas pessoas, algumas delas nós acabamos nos distanciando, e outras, nos aproximando. Alguns acabam se tornando amigos que levaremos para a vida inteira. E outras, às vezes se tornando a decepção amorosa de alguém, ou um grande amor pra vida toda. Cada um terá marcado de um jeito, seja por sua risada contagiante, sua personalidade extrovertida, seus trabalhos bem feitos...

Indispensavelmente, ressalto com carinho a participação do meu amigo e parceiro de TCC nessa minha trajetória. Com uma paixão pela arte tão ardente quanto a minha, Nycolas Pedro brilhou e contribuiu com seus conhecimentos sempre que possível, sempre de modo gentil e amigável. Entre conversas, ensinamentos e risadas, estabeleceu-se uma grande admiração e respeito um pelo outro. Uma grande amizade. Além disso, como parceiro de Trabalho de Conclusão

de Curso, sem este meu querido amigo, nada disso teria sido possível. Seu desempenho, persistência e organização, somaram para o excelente desenvolvimento e finalização do nosso trabalho. Deste modo, preciosamente agradeço ao Nycolas Pedro, por tudo o que foi capaz de oferecer durante estes anos, e por nossa rica amizade que se construiu. Muito Obrigado!

Uma das coisas que mais me orgulha, é saber que tive o privilégio de poder estar com uma turma repleta de pessoas incríveis. Ter tantas pessoas que de certo modo eram como eu, se acolhendo entre si, me fazendo sentir-se como parte de algo, é uma memória que irei guardar com muito carinho. Sou muito grato por todos os momentos entre amigos, fazendo trabalhos, indo em festas, conversando, rindo, lanchando, etc. São momentos pequenos que apreciamos tanto em vivência, quanto em memória. Meus agradecimentos a todas essas pessoas.

Desde o primeiro momento, fomos recebidos com boas vindas, empolgação e palavras de encorajamento pelos professores. Durante todos os períodos do curso, foi muito gratificante poder ter sido seus alunos e a assistir a suas aulas.

Mas em especial agradeço ao diretor e professor do curso, Victor Kraide Corte Real, por ser um excelente docente, por ter nos deixado escolher músicas antes das aulas começarem, que a todo momento esteve aberto para orientar seus alunos e auxiliá-los sobre tudo o que acontecia dentro e fora do curso de Design Digital e tirando quaisquer dúvidas que fossem erguidas. Acompanhado sempre com um sorriso generoso e amigável estampado em seu rosto. Obrigado!

Juntamente, agradeço a Tatiana Dantas, que como uma excelente professora e diretora, ofereceu uma das matérias que mais me senti em casa, compartilhando as experiências de ilustração com meus colegas de classe, e me divertindo em um ambiente unido.

Agradeço também ao Tomas Guner Sniker, que além de ser um excelente professor, contagiava a turma com seu espírito amigável e tranquilo, sempre nos estimulando e orientando no intuito de evoluirmos como designers. (saudades da época em que o Tom chegava com seus óculos de avião após estacionar seu jatinho).

Agradeço a Maria Beatriz Ardinghi, que com sucesso cativou seus alunos a partir de seus conhecimentos e paixão sobre Design e suas matérias, além de ser dona de um carisma e energia contagiante.

Agradeço ao Carlos Mingoto Jr, que com sua paciência e seus conhecimentos em programas de modelagem 3D, puderam despertar em mim uma grande curiosidade e interesse pela área de modelagem tridimensional e programação para jogos. Por ser algo que eu gostaria de ter algum tipo de contato, me sinto realizado e satisfeito pelas aulas lecionadas por este professor.

Agradeço ao Paulo Kielwagen, que além de ser um excelente docente, compartilhou comigo as mesmas paixões por animação e Ilustração, me orientando que com a utilização do que eu aprendi com Design Digital, eu poderia ir mais longe.

Agradeço ao professor Hugo de Lima, que proporcionou aulas únicas e apaixonantes, despertando em muitos de nós, um amante da fotografia. Além deste sentimento de gratidão com o professor, escrevo com um olhar de admiração sobre seu modo de lidar com as coisas. Dono de um humor imbatível. Às vezes irônico e sarcástico e sempre desejando um bom dia por todos que encontrava pelo caminho. Mas principalmente pelo brilho que o continha em suas aulas, tornando perceptível a paixão pela fotografia e por lecionar.

E em geral, para todos os nossos professores do curso de Design Digital, digo que honraram suas profissões com total empenho e profissionalismo. Cada um destes professores, aplicaram seus ensinamentos que irão somar e marcar para a vida de cada um dos alunos. No começo de 2018, lembro-me de ter ingressado conhecendo grandes professores, e agora saio dele tendo feito grandes amigos. Obrigado por terem participado desta jornada!

Também não posso deixar de agradecer aos meus professores que tive durante a vida antes da universidade. Faço questão de agradecer a todos, pois sei que cada um teve sua importância para a pessoa que sou hoje. Desde modo, é com sentimento de gratidão que busco uma lembrança do período pré-escolar. Lembro-me de uma professora que era carinhosa com seus alunos, e me recordo de uma vez em que ela me convidou para desenhar na lousa, o mosquito da dengue - pois eu adorava rabiscar desde aquela época - e juntamente com a turma, ela elogiou aquele desenho todo desengonçado que eu havia feito. Ela se chamava Sandra. Não me lembro de todos, e nem daria para escrever sobre eles, mas depois deste dia, acredito que uma sementinha tenha sido plantada em mim, igualmente aos outros próximos momentos que me marcariam a seguir. Além disso, agradeço aos professores do ensino pré-escolar, ensino fundamental e ensino médio, que colaboraram e honraram sua profissão sendo excelentes

profissionais da educação, sempre com paciência, determinação, e com fé em seus alunos. Lembro de alguns em específico que me cativaram com sua forma única de lecionar, estabelecendo-se até mesmo uma amizade após o período escolar. Sempre estudei em escola pública, e tenho orgulho disso. Os anos em que vivi e experienciei nestas escolas, contribuíram na formação da pessoa que sou hoje, por isso direciono meus agradecimentos aos professores e as escolas em que estudei. Obrigado!

Por fim, de forma muito especial, agradeço aos meus pais por tudo o que fizeram por mim e meus irmãos. Ainda me lembro dos beijos de bom dia do meu pai, do barulho da moto, das broncas e risadas, do cheiro característico da mistura de perfume e cigarro, das conversas e sonhos compartilhados. Meu pai sempre regou nossos sonhos dizendo que poderíamos ser o que quiséssemos, mas que nunca poderíamos deixar de estudar. Sonhava conosco, buscava oferecer sempre o melhor pra gente. Apesar de não ser muito de falar sobre sentimentos, essa era a sua maneira de dizer “Eu te amo”. Dono de um duro semblante, mas tão sensível e querido quanto. Palavras escritas não seriam o suficiente para demonstrar o meu amor e sentimento de gratidão. Muito obrigado! Por tudo! E principalmente por nunca desacreditar em seu filhos, e sempre dar o melhor do que tinha a oferecer.

A memória sobre minha mãe, se faz presente em todas as etapas da minha vida e dos meus irmãos. Ela é uma figura que sempre esteve ao nosso lado em todos os momentos, nos protegendo e cuidando de tudo. Juntamente ao meu pai, ela é a responsável por eu estar aqui hoje, por tudo o que conquistei em minha vida, e por mais esta conquista pela PUC Campinas. Tão sonhadora quanto nós, fez de nossos sonhos os seus, servindo como um alicerce para a construção de quem somos e do que conquistamos. Guardo uma gratidão imensurável por essa mulher e mãe batalhadora, guerreira, forte. Uma mulher de ferro. E por mais que pudesse ter este lado durão por fora, pude sentir todas as vezes em que por gestos, ela quis dizer “eu te amo”. Por ela tenho o maior respeito e admiração do mundo. Muito obrigado, Mãe! Obrigado por tudo.

Agradeço aos meus parentes, tios e tias, avós e avô, primos e primas, por serem sempre unidos e se importarem com a família, sei que é muito importante este pedaço. Obrigado!

Por fim, faço um agradecimento especialmente diferente. Vejo que em minha vida tive o privilégio de ter algumas pessoas que contribuíram com o meu

desenvolvimento pessoal e profissional, e sou extremamente grato por elas. Mas algumas vezes em minha vida, também já duvidei muito de mim, e quando este tipo de coisa acontece, você meio que sofre com tais conflitos internos, e às vezes eles acabam te abalando de diversas formas. Então, eu agradeço a mim! Que por mais que tivesse pessoas ao redor, em alguns momentos tive que enfrentar sozinho obstáculos individuais, obstáculos que somente eu poderia resolver. Me cobrando e me colocando à prova deles. Toda vez que retomo o olhar para o meu passado, me impressiono e me orgulho com carinho, do quão longe fui capaz de chegar. Para um garoto tímido e introvertido, isso é muita coisa.

É normal pensarmos que estamos aproveitando o presente, enquanto ansiamos pelo futuro. E inevitavelmente quase que sem perceber, de repente o futuro chega se tornando o presente, e com um relance olhamos para o passando com sede de vivência, com um leve tom de martírio, como aquele que se tivesse uma segunda oportunidade, faria tudo diferente de agora em diante. Como disse uma vez um grande mestre ancião: “Ontem é história, amanhã é mistério, mas o hoje é uma dádiva, e, por isso, se chama presente.”- Oogway. Talvez, se eu pudesse voltar ao passado, eu aproveitaria essa experiência de forma diferente. Mas eu aproveitei como o Marco aproveitaria, e estou feliz. Muito obrigado a todos que fizeram parte dessa minha jornada. Senti a necessidade de derramar nestas páginas, meus sinceros sentimentos em relação a essa jornada, e agradeço também a este espaço dado somente a minha palavra de gratidão. Muito obrigado mais uma vez.

POR NYCOLAS PEDRO

Criar sempre foi minha paixão, desde criança estou desenhando e criando personagens e histórias, desde então quero trabalhar em tornar minhas criações realidade, criando personagens para jogos e filmes, e a partir deste Trabalho de Conclusão de Curso estou cada vez mais perto de realizar este meu sonho. Porém, não seria possível sem a ajuda de pessoas tão especiais na minha vida.

Eu agradeço com todo o meu coração ao meus pais, por desde sempre me apoiarem, desde os primeiros desenhos de bonecos de palito que eu fazia quando bebê. Me incentivando todos os dias para eu seguir com meu sonho e fizeram de tudo que podiam para me ajudar a trilhar essa jornada e possibilitaram que eu entrasse na PUC, e sem querer ser piegas, foi a melhor fase da minha vida.

Agradeço a todos os meus colegas da faculdade que me apoiaram e me ajudaram em todas as fases e semestres, e sem dúvida à Lívia Gurgel, a mulher mais especial que entrou na minha vida, com seu apoio incondicional, com sua visão profissional muito precisa que me ajudou sempre a melhorar a qualidade deste trabalho.

Agradeço imensamente ao meu parceiro Marco Túlio, que criou ao meu lado esse projeto em que tanto estamos orgulhosos, e com todo o seu enorme talento e o mesmo amor pelo tema, ajudou a construir toda a personalidade e o carisma para o Paletro. Nossa sinergia em construir juntos foi a alma do projeto inteiro, sempre positivo e disposto, Paletro não existiria sem ele.

E por fim, agradeço também a todos os meus professores da faculdade, especialmente ao Victor, que foi o melhor orientador em que a gente poderia ter, que com toda a sua atenção e cuidado nos guiou a fazer nosso melhor e criar a melhor versão possível deste projeto. E ao Tom, em que sempre deu feedbacks super precisos e fundamentais para a melhoria do TCC.

Cada um que entrou na minha vida durante essa fase tem um lugar especial no meu coração por ter me ajudado a trilhar esse caminho.

Muito obrigado a todos!

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso aborda a relevância da representatividade de diversas etnias e culturas em personagens de videogames, já que por muito tempo o protagonismo dos personagens era exclusivo aos homens brancos, possuindo uma participação mínima de outras etnias e culturas, e quando possuía, era compostas por caracterizações estereotipadas e negativas. Em vista de tais problemas este projeto busca desenvolver ações projetuais em Design Digital, que visem conscientizar a importância da representatividade, e instruir outros profissionais de Character Design a desenvolver da melhor forma personagens diversos e respeitosos com sua etnia e cultura na indústria de jogos.

Palavras-chave: Diversidade, Representatividade, Estereótipo, Videogames, Character Design, Etnia e Cultura.

ABSTRACT

This Course Conclusion Paper addresses the relevance of the representativeness of diverse ethnicities and cultures in video game characters, since for a long time the protagonism of the characters was exclusive to white men, having minimal participation from other ethnicities and cultures, or being stereotyped and negative characterizations. Given such problems, this project seeks to develop project actions in Digital Design, which aim to raise awareness of the importance of representativeness and to instruct other Character Design professionals to better develop diverse and respectful characters with their ethnicity and culture in the games industry.

Keywords: Diversity, Representativeness, Stereotype, Video Games, Character Design, Ethnicity and Culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
-------------------	-----------

CAPÍTULO 1 - CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA ----- 21

1.1. ASPECTOS SOCIOLÓGICOS E ANTROPOLÓGICOS	21
1.1.1. REPRESENTATIVIDADE, INCLUSÃO E ESTEREOTIPAGEM	21
1.1.2. ESTUDOS CULTURAIS E ÉTNICOS	25
1.1.3. IDEOLOGIA E HEGEMONIA CULTURAL	28
1.2. TICS E GAMES	32
1.2.1. INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	32
1.2.2. INDÚSTRIA DE GAMES	34
1.2.3. CHARACTER DESIGN EM VIDEOGAMES	42
1.3. DESIGN, SEMIÓTICA E GAMES	46
1.3.1. FUNDAMENTOS DO DESIGN	46
1.3.2. SEMIÓTICA E CHARACTER DESIGN	48
1.3.3. DESIGN DE INTERAÇÃO (UX E UI)	55

CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA-PRÁTICA -- 58

2.1. CONCEITO DE CRIAÇÃO	58
2.2. MOODBOARDS	59
2.3. PÚBLICO-ALVO E PERSONAS	63
2.3.1. PÚBLICO-ALVO PRIMÁRIO	63
2.3.2. PÚBLICO-ALVO SECUNDÁRIO	64
2.3.3. PERSONAS	64
2.3.4. MAPA DE EMPATIA	72

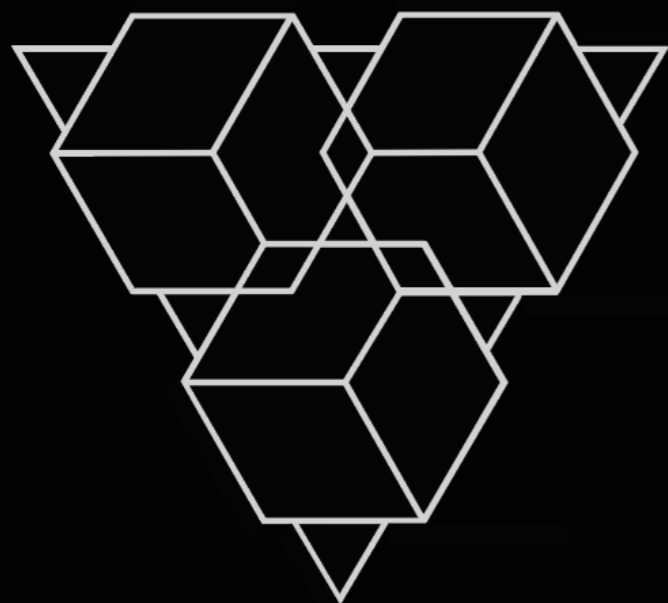
2.4. IDENTIDADE VISUAL	74
2.4.1. NAMING	74
2.4.2. TIPOGRAFIA	75
2.4.3. LOGO	76
2.4.4. PALETA DE CORES	79
2.4.5. ICONOGRAFIA	82

2.5. AÇÕES PROJETUAIS	83
2.6. FLUXOS	85
2.7. WIREFRAMES	86
2.8. LAYOUTS INICIAIS	90

CAPÍTULO 3 - PROTÓTIPOS E TESTES ----- 95

3.1. PROTÓTIPO	95
3.2. RELATÓRIOS DE TESTES	114
3.3. APLICAÇÕES E AJUSTES	138
3.4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	152
3.5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	155

APÊNDICE ----- 160



INTRODUÇÃO

Por ser uma pauta muito mais presente atualmente e que cresce a cada dia, as grandes e pequenas empresas de jogos eletrônicos estão tendo mais cuidado nesta questão de representação e inclusão, levando-os a explorar mais as culturas e etnias de povos do mundo todo, o que torna até mais interessante, já que algumas coisas são novas por não terem sido exploradas antes.

Tal problemática também já foi reconhecida em grandes empresas como a gigante Disney, conhecida por seus clássicos filmes de animação, que ainda sim, possuíam representações negativas de pessoas e culturas, e por conta disso, a própria Disney ao disponibilizar os filmes em sua plataforma de Streaming, a Disney+, contém agora um aviso sobre o conteúdo abordando diretamente esses problemas e reconhecem o erro e apontam que todo esse tipo de conteúdo negativo foi e é incorreto de ser reproduzido.

Aviso sobre o conteúdo

Este programa inclui representações negativas e/ou maus tratos de pessoas ou culturas. Esses estereótipos eram incorretos na época e continuam sendo incorretos hoje em dia. Em vez de remover esses conteúdos, queremos reconhecer o impacto nocivo que eles tiveram, aprender com a situação e despertar conversas para promover um futuro mais inclusivo juntos.

A Disney tem o compromisso de criar histórias com temas inspiradores e motivadores, que reflitam a diversidade da experiência humana no mundo todo.

Para saber mais sobre o efeito dessas histórias na sociedade, acesse www.Disney.com/StoriesMatter

Figura 1: Aviso da Disney+ sobre o conteúdo com representações negativas em filmes clássicos, como Alladin. Fonte: Disney+

Logo, o intuito do tema deste Trabalho de Conclusão de Curso é fazer o possível utilizando dos fundamentos do Design Digital, para melhorar a representatividade de personagens de diversas etnias e culturas na indústria de games. E conciliar a visão artística das obras de videogames com os fundamentos de Design, para que assim possa ter uma melhor experiência do usuário já que há um enorme público potencial que se vê carente de se sentir incluído no mundo dos jogos por tal falta de representatividade.

E para que seja possível entender e desenvolver melhor sobre o tema é fundamental também compreender assuntos significativos como estereotipagem, conotação preconceituosa e especialmente o racismo e a xenofobia, que estão presentes de modo estrutural na sociedade, e por conseguinte, também podem ser identificados na indústria de games, mesmo que indiretamente e inconscientemente.

A partir do tema escolhido, que visa levantar questões sobre a relevância da caracterização étnica-cultural de personagens em jogos eletrônicos, será aplicado como metodologia de estudo, o Design Thinking. Este sistema de metodologia utiliza como um de seus componentes principais, a empatia por seu público, o que é um dos elementos essenciais deste projeto. Se define por um processo com as seguintes passagens: definição, empatia, idealização, prototipação, testes e a implementação (AMBROSE, HARRIS, 2016).

O projeto constitui-se em reconhecer a partir de um olhar crítico, a necessidade do debate e compreensão dos impactos gerados nos indivíduos vítimas das representações estereotipadas de culturas e etnias diversas, gerando questões que possam despertar um lado reflexivo para o leitor, seja ele um profissional da área de jogos, ou alguém que busca por novas informações a fim de aprimorar seu repertório crítico e ético no que se diz relativo à representatividade nos jogos eletrônicos. Enquanto objetivo específico, vale mencionar a intenção deste projeto em elaborar ações efetivas, por meio das ferramentas e conceitos do Design Digital, para proporcionar alguma contribuição diante da situação de falta de representatividade nos games.

CAPÍTULO 1 – CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

O primeiro capítulo da presente pesquisa visa abordar aspectos teóricos referen-

ciais que fundamentam este projeto. Neste sentido, serão discutidas questões como Representatividade, Inclusão e Estereotipagem - Tópico 1.1 - para compreender aos problemas e os conceitos que será abordado neste projeto, assim entendendo sobre a temática étnica e cultural e como a partir do imperialismo e uma cultura eurocêntrica criou-se o cenário atual da sociedade. A partir do Tópico 1.2 será discutido sobre como a indústria de games e as tecnologias de informação funcionam e como elas refletem ao problema em questão, e então com o Tópico 1.3, buscou analisar como o design e a semiótica são ferramentas conceituais fundamentais para desenvolver um cenário mais próspero em relação a representatividade e caracterização positiva das mais diversas etnias e culturas.

1.1. ASPECTOS SOCIOLÓGICOS E ANTROPOLÓGICOS

1.1.1. REPRESENTATIVIDADE, INCLUSÃO E ESTEREOTIPAGEM

Mas, o que é essa representação em questão? Conforme citado pelo sociólogo e escritor, Stuart Hall (2016), a representação conecta sentido e a linguagem à cultura, ele ainda explica que, a representação significa utilizar a linguagem para, inteligivelmente, expressar algo sobre o mundo ou apresentá-lo a outras pessoas. Hall (2016) complementa dizendo que, representação é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura. Nos dando a entender que, é a partir da representação que será absorvido o real significado da representatividade exposta e compartilhada em diferentes contextos.

Em outras palavras, como descrito no livro de Hall (2016), segundo ele, o dicionário de Oxford possui duas definições precisas sobre representação:

I - Representar algo é descrevê-lo ou retratá-lo, trazê-lo à tona na mente por meio da descrição, modelo ou imaginação; produzir uma semelhança de algo em nossa mente, ou em nossos sentidos. Como, por exemplo, na frase: 'Este quadro representa o assassinato de Abel por Caim.'

II - Representar também significa simbolizar alguma coisa, pôr-se no seu lugar ou dela ser uma amostra ou um substituto. Como na

frase: “No cristianismo a cruz representa o sofrimento e a crucificação de Cristo. (HALL, 2016, p. 32)

E em paralelo, no dicionário português, a definição das palavras representação e representar, carregam definições como: “Exposição, exibição; Ideias que é concebido do mundo, ou de alguma coisa; Ter como sentido, significado; Reproduzir a imagem de retratar”. A partir desses exemplos, conceitos e definições sobre o significado da palavra, é possível compreender a profundidade do tema.

Pode-se dizer que um dos grandes problemas - se não for o maior - visto na pauta sobre a representatividade, se mostra ativo tanto no passado quanto no presente. E que não apenas por conta de toda globalização e avanço tecnológico, mas também por outros fatores que interferem na sociedade, se tornam cada vez mais, questões de grande importância e impacto para o avanço de uma sociedade mais justa e igualitária. O nome deste problema é estereotipagem. Mas antes de ir direto ao ponto desta problemática ‘os danos e o impacto que o estereótipo pode causar na representatividade’, se faz importante entender minimamente dois termos distintos que podem ser facilmente confundidos por muitos outros que não ouviram falar sobre.

Dois termos foram levantados pelo escritor Hall (2016) - citado mais de uma vez neste artigo - explica sobre a diferença entre tipificação e estereotipagem, feita por Richard Dyer (1977) em seu ensaio “Stereotyping” [“Estereotipagem”]. argumentando que seria praticamente impossível extrair sentido do mundo sem o uso de tipos, e que só é possível entender ele, por meio de referências de objetos individuais, pessoas ou eventos em nossa cabeça, provinda de um regime geral de filtragem, que de acordo com a nossa cultura, eles se encaixam. E é por esse processo de “decodificação”, também base dos estudos de Hall (2016), que por exemplo, qualquer objeto plano com quatro pernas estáticas, pode ser considerado uma mesa. Mesmo que não se veja uma mesa como tal, existe uma classificação/filtragem sendo feita por todas as pessoas a todo momento, na tentativa de encontrar um conceito a partir de toda bagagem de referência e experiência que se guarda em relação a objetos que se assemelham a aquele. Neste segmento, a tipificação é importante essencialmente pela produção de sentido. Nos faz compreender o seu “particular” em termos de seu “tipo”. Ou seja, o ser humano está sempre tentando ter uma ideia sobre algo, em relação a algumas categorias mais amplas (DYER, 1977 apud, HALL, 2016).

Dyer (1977 apud HALL 2016) traz um modelo óbvio sobre o que ele esclarece ser a tipificação, explicando que é por meio do processo apresentado, que “sabemos” algo sobre alguém, ao refletir sobre os papéis que esses executam: Se a pessoa é um pai, uma mãe, um filho(a), um(a) avô(ó) etc. É criado associações a diferentes grupos, como classe, sexo, nacionalidade, preferência sexual, entre outras. Além disso, também se cria tipos de personalidades, como alegre, melancólico, depressivo, extrovertido, otimista e por aí vai. Esse processo de criar a imagem do que a pessoa é/possa ser, se dá pelas informações acumuladas e pelas diferentes ordens de tipificação que é criado. Dyer (1977) diz:

(...) um tipo é qualquer caracterização simples, vívida, memorável, facilmente compreendida e amplamente reconhecida, na qual alguns traços são promovidos e a mudança ou o ‘desenvolvimento’ é mantido em seu valor mínimo (DYER, 1977, p 28)

Tendo-se o termo tipificação esclarecido, seguindo agora para a esperada pergunta: O que é estereotipagem? Ao contrário do termo abordado acima, desta vez, este se apodera de poucas características do que a tipificação leva em conta: “vívida, memorável, facilmente compreendida e amplamente reconhecida” menosprezando e ainda simplificando esse pequeno conjunto e elevando isso como prioridade.

A estereotipagem em uma definição mais resumida e precisa, é uma prática de produção de significado, que se tem em sua essência, diminuir, naturalizar e fixar a diferença. Tendo-se esta definição em mente, já é possível começar a enxergar o problema de maneira mais clara, afinal em outras palavras, o estereótipo diminui todo o significado e valor de algo, pega poucas características das mais superficiais possíveis nos dizendo de modo exagerado, como se tudo o que aquilo é ou poderia ser, se resume a isto. Além disso, uma segunda problemática oriunda do estereótipo, é a questão da exclusão, ela implanta uma estratégia de “cisão” que divide pessoas em grupos, retirando do grande círculo da normalidade e isolando tudo o que é considerado “anormal”, e ainda expelindo todo o resto que é tido como diferente. Então, essa outra característica da estereotipagem é sua prática de fechamento e exclusão, e pode ser considerada como parte da manutenção da ordem social e simbólica, pois ela estabelece uma fronteira simbólica entre o “normal” e o “doentio”, o “aceitável” e o “inaceitável”. Aqueles que não pertencem às definições consideradas naturais, são enviados diretamente ao exílio, se definindo como “Os outros”.

A terceira característica da problemática sobre a estereotipagem, é que ela tende a ocorrer em lugares com grande desigualdade de poder. Este é dirigido con-

tra subordinados ou grupos excludentes pelo grupo majoritário, definidos por Dyer (1977) como: etnocentristas, - define-se por: ter seu grupo étnico, sociedade, nação, mais importante do que os demais - em que aqueles que ditam sobre o que é "normal" e "anormal" dentro da sociedade, também exercem a hegemonia, moldando a sociedade a partir da sua própria visão de mundo, sistema de valores, sensibilidade, ideologia etc. E essa prática costuma estar tão clara para eles, que realmente acreditam estar fazendo algo que se daria por eles como natural e inevitável. E a partir do sucesso obtido nessa caminhada, a hegemonia se espalha pela sociedade (HALL, 2016).

O estereótipo possui camadas bem mais profundas e delicadas quando o seu lugar na sociedade se é analisada e compreendida como uma prática de produção de significados. Em relação a muitos temas e principalmente deste projeto, pode-se dizer que é uma prática equivocada e que é preciso trabalhar como sociedade para solucionar tal problema, se apoiando em ideais que a representatividade é capaz de oferecer, e começar a trilhar um caminho em que grupos excluídos comecem a fazer parte do todo, comecem a ter o seu lugar.

1.1.2. ESTUDOS CULTURAIS E ÉTNICOS

O foco étnico e cultural levanta questões muito complicadas e complexas, então, primeiro é importante entender o que caracteriza etnia e cultura e as suas diferenças em relação a "raça", termo para identificar categorias humanas socialmente definidas (SANTOS, et al. 2010). A definição de raças humanas é compreendida por vários autores como um termo não científico, já que o seu conceito é caracterizar diferenças físicas no interior da espécie humana, porém tais características são muito superficiais por tratarem de fatores genéticos mínimos que são reconhecidas principalmente pela sua aparência, e justamente com a intensa miscigenação não existe assim uma raça verdadeiramente pura (VIANA, 2009).

Se for analisar o próprio genoma humano é possível encontrar mais de 25 mil genes, e tais diferenças na aparência, como cor de pele, tipos de cabelo, formato craniano etc. são formados por um insignificante grupo de genes. Tanto que a própria diferença genética de um homem branco nórdico e um homem negro africano equivale somente a 0,005% do genoma humano (SANTOS, et al. 2010). Portanto, Santos, et al. (2010) afirma que há de fato um grande consenso entre biólogos e antropólogos que o conceito de raças humanas de fato não existe.

Porém, mesmo sabendo que não há de fato sequer uma diferença genética, o termo é ainda muito utilizado para descrever as diferenças físicas de diversos povos, e até mesmo "inventar" novas raças que nem mesmo constituem diferenças de aparência visíveis, e ainda sim justificar conceitos racistas em cima de uma raça superior em relação a uma inferior. Viana (2009) usa como exemplo o próprio nazismo ao se basear em um conceito infundado da superioridade da "raça" ariana - que nem sequer se caracteriza como uma raça, já que o laço de ligação entre os "arianos" é de origem puramente linguística - sobre a "raça" judia - que também não se caracteriza como uma, pois o laço de ligação é desta vez religiosa.

Compreendendo os problemas do conceito de raça, o foco deste projeto é analisar a etnia e a cultura de povos. E com isso em mente, mesmo que muitas vezes o conceito de raça esteja associado com o conceito de etnia, elas não são sinônimas, nem de certa forma substituem o conceito de raça. Já que enquanto a raça está atribuída majoritariamente a determinadas diferenças físicas e de características fenotípicas, a etnia engloba também fatores culturais, como a nacionalidade, afiliação tribal, religião, língua e as tradições de um determinado grupo, logo é uma caracterização muito mais sociológica do que de fato biológica (SANTOS et al. 2010). Viana caracteriza a etnia da seguinte forma:

uma etnia é uma coletividade (sociedade ou comunidade) de indivíduos que são (ou se originaram) de um mesmo território e que possuem, também, uma unidade e homogeneidade cultural (mesma língua, religião, crenças em geral, valores etc.) e uma identidade coletiva de pertencimento a esta etnia. (VIANA, 2009, p. 18)

Logo, a etnia se caracteriza principalmente de forma social de um grupo de indivíduos que se identificam coletivamente pelos mesmos costumes, nacionalidade, religião, e não necessariamente apenas pelas suas características fenotípicas, podendo assim entender os próprios povos indígenas de origem brasileira, que por mais que possam ser ditos com a mesma identidade racial, pelas diferenças de costumes, línguas e tradições de cada tribo e povo, só no Brasil possui no total 65 etnias de indígenas (SANTOS et al. 2010). Porém o tema se torna ainda mais complexo ao pensar que é possível ver a própria cultura brasileira como uma etnia única entre várias outras juntas, compondo uma só, já que independente da heterogeneidade de culturas dentro do próprio Brasil, ainda assim um homem negro brasileiro tem muito mais em comum

com um homem branco brasileiro do que com um outro homem negro da Nigéria. Já que ambos os brasileiros podem compartilhar da mesma língua, costumes e tradições e assim ter muito mais em comum do que apenas a diferença da cor da pele (VIANA, 2009).

Entretanto, seria ingenuidade ignorar que tais diferenças fenotípicas como a cor da pele não possuem um enorme impacto social, já que tais características fenotípicas caracterizadas como traços raciais, ainda compõem uma identidade social e a própria identificação entre a cor da pele e as diferenças mínimas que cada pessoa possui ainda é um grande alvo de discriminação e racismo, pelos mais diversos motivos. Então, é necessário abordar e ressaltar como tais aspectos vistos como raciais ainda são indevidamente mal representados, tanto representados de forma discriminatória ou negativa, ou até mesmo com total invisibilidade ao não representar tais características físicas que ainda podem fazer parte da identidade de diversas pessoas. Portanto, mesmo que o conceito de raça não exista, ainda é preciso considerar a importância de representar tais diferenças fenotípicas pois elas também constituem uma identidade reconhecida por todas as pessoas.

A partir do momento que se entende o impacto que tais características fenotípicas têm um impacto na sociedade, é possível ver outras problemáticas dentro da própria percepção de “raça”, como o caso do Colorismo, ou pigmentocracia, de acordo com Oliveira & Siqueira (2011 apud SÁ, 2020, p. 10) é um sistema de segregação intraracial baseado na tonalidade da pele, que caracteriza o processo de uma discriminação mais discreta de forma que quanto mais escuro for o tom de pele da pessoa e os seus “traços” forem visivelmente mais característicos da etnia negra, mais se torna alvo de discriminação, assim, quanto mais clara a pele, mais ela estará imune de ser alvo (OLIVEIRA & SIQUEIRA, 2011).

Tal falta de representatividade é bastante comum na mulher negra retinta, também presente é claro em homens negros retintos, porém a mulher negra quando é representada, geralmente é com o tom de pele mais claro e com cabelo alisado. Já que essa falta de representatividade de mulheres negras retintas é presente não só no mundo dos jogos, mas também em vários veículos de mídias como, por exemplo, em cartazes publicitários, da maneira como a autora Marina Sá (2020) aponta:

[...] pode ser visto na análise de cartazes publicitários em campanhas feitas pelo Ministério da Saúde, em que dentro da categoria das mulheres negras que foram representadas, foi possível notar a influência do colorismo que se revelou na preferência a modelos de pele clara e com cabelos não crespos, remetendo à uma visão midiática que ainda sofre efeitos da arcaica política de embranquecimento racial da sociedade. (SÁ, 2020, p. 16)

Tais problemáticas mostram como a representatividade das mais variadas etnias e traços fenotípicos possuem um impacto na visibilidade de diversas pessoas, e como elas são vistas em sociedade. Porém, mesmo assim é fundamental apreciar e enaltecer representações dos mais variados tons de peles e aspectos fenotípicos, como o próprio exemplo de cartaz publicitário exemplificado no Figura 2, com uma diversidade de etnias e tipos fenotípicos, mesmo representações de pessoas negras de pele clara são ainda sim, sempre positivos e fundamentais para a representatividade, o problema é quando ela se torna a única forma de representação de um povo ou etnia, fazendo que pessoas com um tom de pele retinto se tornam invisibilizados.



Figura 2: Exemplo de diversidade em cartazes publicitários do Ministério da Saúde.

Fonte: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832020000100205

1.1.3. IDEOLOGIA E HEGEMONIA CULTURAL

Em um contexto em que a indústria de jogos é dominada por estúdios americanos e europeus, é ainda mais difícil fugir do eurocentrismo e a supervalorização da cultura europeia representada na mídia de entretenimento. Como Said (2004 apud PRAXEDES, 2008, p. 1) aponta: a nossa sociedade foi construída a partir da visão de filósofos, cientistas, artistas e colonizadores europeus que classificavam as pessoas em

que abordavam em seus trabalhos como pertencentes a “raças” e etnias “misteriosas”, donas de comportamentos selvagens, idéias atrasadas, primitivas e bizarras, aparência estranha e até mesmo com idéias irracionais. Como se o mundo não-europeu fosse habitado por seres aos quais era negado o reconhecimento como humanos. O ser humano então foi dividido pela filosofia e pela ciência européia em “uma hierarquia de raças que desumanizou e reduziu os subordinados tanto ao olhar científico, como ao desejo dos superiores” (SAID, 2004, p. 52). Apesar disso, o eurocentrismo é considerado por muitos historiadores, estudiosos e pelos próprios registros obtidos por meio da história da humanidade, sendo de forma inequívoca o alicerce do conhecimento ocidental e mapeamento histórico do mundo, o que é de grande relevância e por esse sentido, ser tão determinante nos fatores que se encontram atualmente.

A partir de todos esses pontos levantados em questão, relacionando com o mercado de jogos eletrônicos, podem ser claramente considerados parte ou oriunda de um reflexo de uma hegemonia cultural já existente. A palavra hegemonia a partir da etimologia, é originária da palavra grega eghestai, que quer dizer “conduzir”, “ser guia”, “ser chefe”, e do verbo eghernoneuo, que significa “conduzir” e em derivação “ser chefe”, “comandar”, “dominar”. Por fim, Eghemonia no grego antigo era a definição dada para o comando supremo das forças armadas.

O termo hegemonia desenvolvida a partir do italiano e filósofo marxista, Antonio Gramsci (2002), é conceituado como, a supremacia cultural e política-ideológica de uma classe ou grupo de classes, sobre as outras; ou de modo mais resumido, quando um povo obtém dominação ou possui uma grande influência determinante em relação a outros povos. A partir da captação deste termo significativo e que é muito utilizado na compreensão histórica-política de eventos ocorridos e povos e nações ao redor do mundo, para obter uma base de conhecimento sobre a predominância da Europa no que diz respeito a indústria de games, nos serve como alicerce e guia para um entendimento claro desse fator predominante, uma breve explicação sobre o que é a hegemonia cultural.

De maneira sucinta, o que conceitua-se como hegemonia cultural segundo Gramsci (2002), não define-se apenas por suas estruturas que envolvem questões econômicas e organizações políticas, mas também, a partir do fator ético-cultural, causas como práticas, expressão de saberes, modos de representação e modelos de autoridades que desejam legitimar-se e universalizar-se. Deste modo, é reforçado que a hegemonia não se deve ser compreendida de maneira superficial, pois nela envolve-se questões como a direção cultural e o consentimento social a um mundo de ideologias sendo elas suas normas morais, regras de conduta, igualmente como a superação e

destruição de outras crenças e sentimentos perante a vida e o mundo (GRAMSCI, 2002, p. 65. apud MORAES, p. 55).

Historicamente falando, o estabelecer da hegemonia é um processo que demanda por vários anos e que ocupa-se de vários espaços da superestrutura¹ ideológico-cultural de um lugar. Este fator social, denominado hegemonia, pode ser exercido de formas divergentes dependendo da natureza das forças daquele que está exercendo (GRAMSCI, 2000, p. 17. apud. MORAES, p. 55).

Tendo isso em mente, tratado de modo notório e compreendendo então o conceito e definição de hegemonia, direcionando agora o olhar novamente para o mercado de jogos eletrônicos, mas dessa vez fazendo conexão com o termo abordado. É importante também lembrar sobre o que foi dito em relação ao eurocentrismo, para que se possa entender de maneira ainda mais clara, o impacto que é conhecido como Hegemonia europeia, termo que já é bastante usado em estudos sobre temas históricos e políticos quanto a Europa e suas influências por todo o mundo - se caracteriza por todo o poder/influência que o continente tem, quanto ao resto do mundo seja pela economia, política, ideologia, cultura, poder militar etc. O que são consequências de acontecimentos no passado como a exploração e colonização da Europa sobre outros povos e nações. Porém houve uma mudança de eixo no que se diz em relação a hegemonia.

A partir de 1945, quando os Estados Unidos da América ao atuarem no encerramento da Segunda Guerra Mundial obtendo a vitória e demonstrando seu poderio bélico ao lançarem a primeira bomba nuclear sobre Hiroshima e Nagasaki no Japão, fizeram com que o termo Imperialismo Americano ganhasse força e fosse ganhando destaque, isso porque o termo já era usado na metade do século XIX ao referir-se às questões políticas do país na época. Esse denominado imperialismo americano, tem suas raízes fixadas na ideia de serem diferentes dos demais países, isso por terem como um propósito, a propagação de um ideal de liberdade, igualdade e democracia. Porém, para Roy Medvedev, em sua obra A URSS e a corrida armamentista (1988), essa superioridade americana perdurou por toda a Guerra Fria tendo como o pico, seu começo e seu fim. Segundo o autor, os Estados Unidos nunca aceitaram a posição defensiva reconhecida e utilizada pela URSS - União das Repúblicas Socialistas Soviéticas - usufruindo então, dos campos ideológicos e sociais de maneira estratégica, juntos dos conflitos que estavam enfrentando, para assim auto-afirmar se perante ao cenário internacional (MEDVEDEV, 1988. apud. CAVINATO, 2011, p. 14).

¹ Superestrutura: termo utilizado por Karl Marx como metáfora do edifício, para a compreensão do funcionamento da sociedade. O termo infraestrutura, também usado por Marx, é tido como o conjunto das relações de produção, os vínculos, as relações de classes entre si, em uma determinada sociedade. E sobre ela, tem-se a Superestrutura, interpretada como uma consciência social, sendo cultura, filosofia, política, as artes etc.

A partir desses marcos históricos, o imperialismo Americano foi ganhando força cada vez mais, trazendo novamente à tona, o American Way of Life, que em uma tradução literal significa: modo de vida americano; este modelo de vida, pode ser desenvolvido após os conflitos que o EUA tinha enfrentado, pois lhe agregaram muitos avanços tecnológicos, poderio militar, e arsenais de guerra, permitindo então a existência desse estilo de vida (BEZERRA, 2018).

Este modo de vida basicamente se resumia no consumismo, padronização social, e na crença pelos valores democráticos e liberais. Este estilo de vida começou a ser tão desejado e influenciável, que até o Brasil, por exemplo, se tornou vítima dessa cultura que foi super aceita pelo presidente da época, Getúlio Vargas, e que também, curiosamente fez com que os Americanos fossem os primeiros exportadores de produtos domésticos para o Brasil (BEZERRA, 2018). Então a partir dessa força ganha por marcos históricos e interferências dos EUA em todas essas questões, o poder deste imperialismo americano seja nas questões tecnológicas, poderio militar ou qualquer outra, obteve força o suficiente para que se derramasse sobre o globo novamente um novo formato de hegemonia, influenciando inevitavelmente países de terceiro mundo a seguirem costumes e modos de visão estabelecidos por esse império.

Porém, por mais que essa hegemonia tenha existido durante anos, atualmente por conta de toda globalização e compartilhamento de novas culturas, o século XXI vem sofrendo uma nova mudança de eixo, se direcionando dessa vez para o oriente. Os costumes e culturas asiáticas vêm sendo consumidas cada vez mais no dia-dia, principalmente por meio das mídias digitais. Apesar disso, a globalização e o compartilhamento dessas culturas e costumes tem um lado bom, elas podem ajudar a dar novos espaços para o que antes considerado marginalizado e limitado para um povo específico, possa ser reconhecido, respeitado e aproveitado por novos povos.

O que é perceptível nos dias de hoje, é que está havendo uma mudança. As peças estão mudando de lugar, nos dando novas perspectivas em relação a culturas, costumes e povos, tudo isso graças a tecnologia e globalização. Por mais que ainda sejam pequenas as mudanças, hoje em dia é possível encontrar grandes empresas com atividades significativas no mercado de jogos eletrônicos, que se preocupam em retratar minorias explorando de modo respeitoso suas etnias e culturas diversas.

1.2. TICS E GAMES

1.2.1. INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Segundo Heeks (1999) as Tecnologias de Informação e Comunicação - também conhecido por TICs - podem ser definidas como “meios eletrônicos de captura, processamento, armazenamento e comunicação de informações”. Os TICs em que será focado a análise neste projeto são principalmente baseados em informações digitais na internet, programas de software e computadores. Entretanto, também inclui tecnologias analógicas como rádio, televisão e telefone; até tecnologias para produção literária como livros e jornais; e até mesmo a “tecnologia orgânica”, baseada no cérebro humano, a própria comunicação humana (HEEKS, 1999).

Primeiramente é necessário entender o que é comunicação, a sua relevância e seu poder em relação ao tema. Assim, de acordo com Braga (2016) a comunicação se caracteriza como a utilização de todo o conhecimento de modo para que outra pessoa consiga compreender o que está sendo dito, portanto sem o entendimento do receptor não há comunicação.

Royo (2008) aponta a importância então da comunicação com o receptor, já que a audiência possui força com a comunicação e informação a partir das tecnologias de informação fortalecidas pela internet, a partir do momento que as mídias tradicionais de comunicação, como programas de televisão, rádio e jornal, agora migram e tem peso forte em mídias digitais, trazendo a informação de forma muito mais acessível, e também, manipulável e rebatida, já que usuários podem compartilhar tais informações rapidamente e espalhar com novas informações que o próprio público produz a respeito disto. Ainda mais quando o trabalho de jornalismo de games acabam sendo feitos e notícias são compartilhadas por canais amadores feitos por qualquer um disponibilizando tais informações nas redes sociais, como por exemplo no Youtube.

O impacto da audiência é tão importante no próprio mercado e na indústria de jogos eletrônicos que pode ser facilmente observado o poder que a crítica dos usuários tem sobre os jogos, capazes de levar ao fracasso ou ao o sucesso de diversos games e franquias, ou até mesmo a forma que as próprias empresas de jogos estruturam seus sistema de bonificação de seus funcionários. De acordo com o site Bloomberg (2020) revela que o estúdio CD Projekt Red, responsável pela franquia The Witcher e Cyberpunk 2077 tinha como uma política de dar um bônus no salários de seus funcionários apenas se o jogo Cyberpunk 2077 tivesse uma média de nota acima de 90 no site da Metacritic,

site esse que reúne reviews e críticas de jogos e cria uma média da nota de acordo com diversos sites especializados e de próprios usuários da plataforma. Essa política da empresa revela o poder que o público tem com suas críticas que fazem com que funcionários dependam da informação recebida pela sua audiência para receber um bônus em seu salário.

Outro exemplo do impacto que as análises de jogos tem nas empresas é com uma prática conhecida como Review Bombing, este termo é um jargão utilizado para categorizar um coordenado grupo de pessoas em sabotar um sistema de recomendações, enviando pontuações extremas (TOMASELLI, GIACOMO, MAZZEO, 2020). Tais sabotagens podem acontecer por diversos motivos, sendo por simples insatisfação do público com o jogo, ou até mesmo feito por grupos de pessoas movidas por controvérsias políticas que podem ter motivações preconceituosas com textos de críticas com discursos de ódio, como no caso do mais recente jogo da Naughty Dog, The Last of Us 2 (2021), que por diversas controvérsias de posicionamentos políticos que o jogo apresenta, recebeu Review Bombing na plataforma do Metacritic, em que a média da crítica especializada era bastante positiva com nota 93 enquanto a crítica dos usuários da plataforma chegou a ter uma nota 3.4, estabilizando atualmente (Abril de 2021) com a média de nota 5.7.

Tais notas baixas acabam assustando e afastando vários jogadores ao ver a recepção negativa que tal jogo possui, e empresas como a Square Enix percebe a importância também de suas análises, e teve que também tomar uma posição e ceder a solicitação do seu público ao também fazer Review Bombing do jogo NieR Automata de 2017, já que a empresa lançou duas versões diferentes do jogo para plataformas diferentes para o PC, uma lançada na loja virtual para computadores na Steam em 2017, com diversos problemas técnicos que nunca foram corrigidos. Porém, em março de 2021, o jogo foi lançado na loja virtual da Xbox Game Pass, em que sua versão para PC tinha uma atualização exclusiva que corrigia diversos problemas técnicos presentes na sua versão na Steam. Após esse acontecimento, os usuários, que se sentiram lesados em possuir um jogo desatualizado em uma de suas plataformas, começaram a fazer Review Bombing como crítica do posicionamento da empresa (GAMESRADAR, 2021). Então, após um mês do acontecimento, a Square Enix, sentindo o peso do público, atendeu ao pedido e adicionou uma atualização que corrigiu os problemas presentes na sua versão anterior (TECMUNDO, 2021).

Todos esses casos, revelam o impacto que o público consumidor possui, tendo uma voz ativa que impacta grandes empresas do mercado, sendo assim, o receptor não é mais passivo a comunicação, ele mesmo cria novas informações, podendo ter

impactos positivos para toda a comunidade, quanto negativos, o momento em que o público ganha voz em suas críticas utilizando de discurso de ódio que perpetuam discriminação, preconceito e violência.

Compreende-se que o conteúdo produzido em relação aos personagens, é de extrema importância justamente por passar nas mãos do comunicador que irá interagir com o público. Com o avanço tecnológico e globalização, o público receptor se empoderou e começou a adquirir espaço na discussão, representando uma enorme influência sob o modo com o qual as empresas e seus character designers devem realizar seu processo criativo, desde a elaboração até o desenvolvimento final.

1.2.2. INDÚSTRIA DE GAMES

A indústria de Games é atualmente a mais lucrativa indústria de entretenimento do mundo, superando ainda mais as consolidadas indústrias da música e do cinema, já que de acordo com o site Statista (2020) somente com o mercado de jogos de Consoles e de PC, em 2019, lucraram juntas cerca de 65,5 bilhões de dólares, mais do que a indústria do cinema e música juntas que somam 62,7 bilhões de dólares (Figura 3).

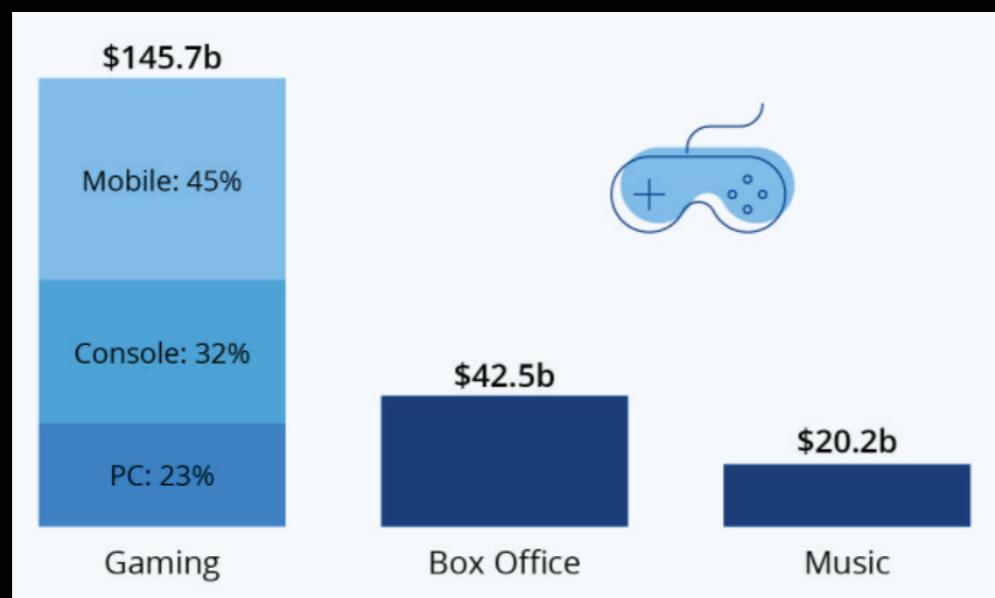


Figura 3: Receita Global da Indústria de Entretenimento de 2019. Fonte: <https://www.statista.com/chart/22392/global-revenue-of-selected-entertainment-industry-sectors/>

É possível também notar na Figura 4 que quase a metade da receita da indústria de games são de jogos mobiles, jogos focados a plataformas móveis, principalmente

voltado a smartphones e vindo em relação aos jogos mais populares e mais lucrativos são produzidos por estúdios asiáticos, principalmente chineses.

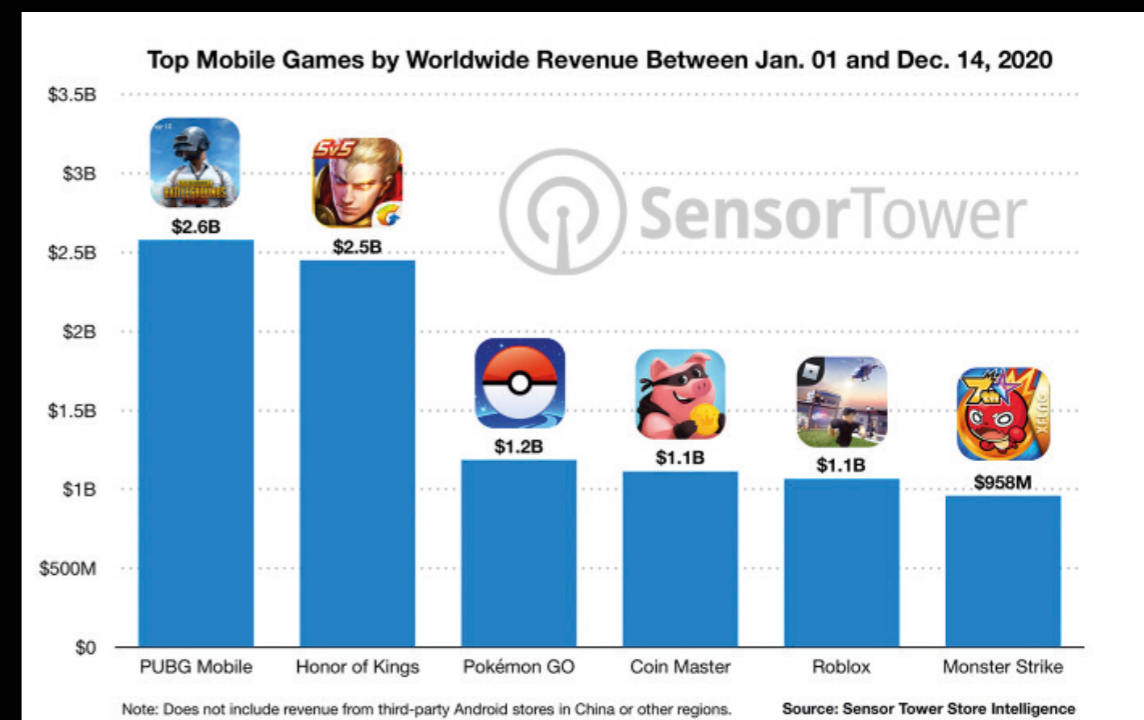


Figura 4: Ranking do top 5 jogos mais lucrativos de 2020. Fonte: <https://sensortower.com/blog/pubg-mobile-tops-billion-dollar-mobile-games-2020>

É possível ver que na Figura 4 que entre os dois jogos mais lucrativos são jogos do estúdio Tencent, estúdio chinês que domina o mercado mobile e de longe são os mais lucrativos por uma margem alta em relação aos outros jogos. Em terceiro lugar, se encontra Pokémon GO, jogo do estúdio japonês Niantic, e propriedade intelectual da Nintendo. Logo é possível ver que mesmo sendo jogos casuais e até mesmo simples comparado com os grandes jogos voltado para os consoles e PCs, ainda são games que geram um enorme lucro principalmente dominado por estúdios asiáticos em comparação aos principais jogos Triple A para consoles e PCs que são principalmente desenvolvidos por estúdios norte-americanos ou europeus.

Jogos mobiles se tornam tão lucrativos pela acessibilidade que tais jogos trazem por serem disponíveis em aparelhos de uso comum das mais diversas classes sociais, já que de acordo com o site Statista (2021) aponta que em 2020 o uso de Smartphones no mundo inteiro chega a ser de 3.6 bilhões de usuários, tendo uma estimativa de até 2023 chegando a mais de 4,3 bilhões de usuários (Figura 5). Um número gigantesco em relação à própria população mundial que atualmente se encontra por volta de 7,8

bilhões de pessoas segundo Wordometers (2021), sendo então apenas com o número do ano passado percebe-se que 46% de toda a população tem acesso a celulares e portanto são jogadores em potencial.

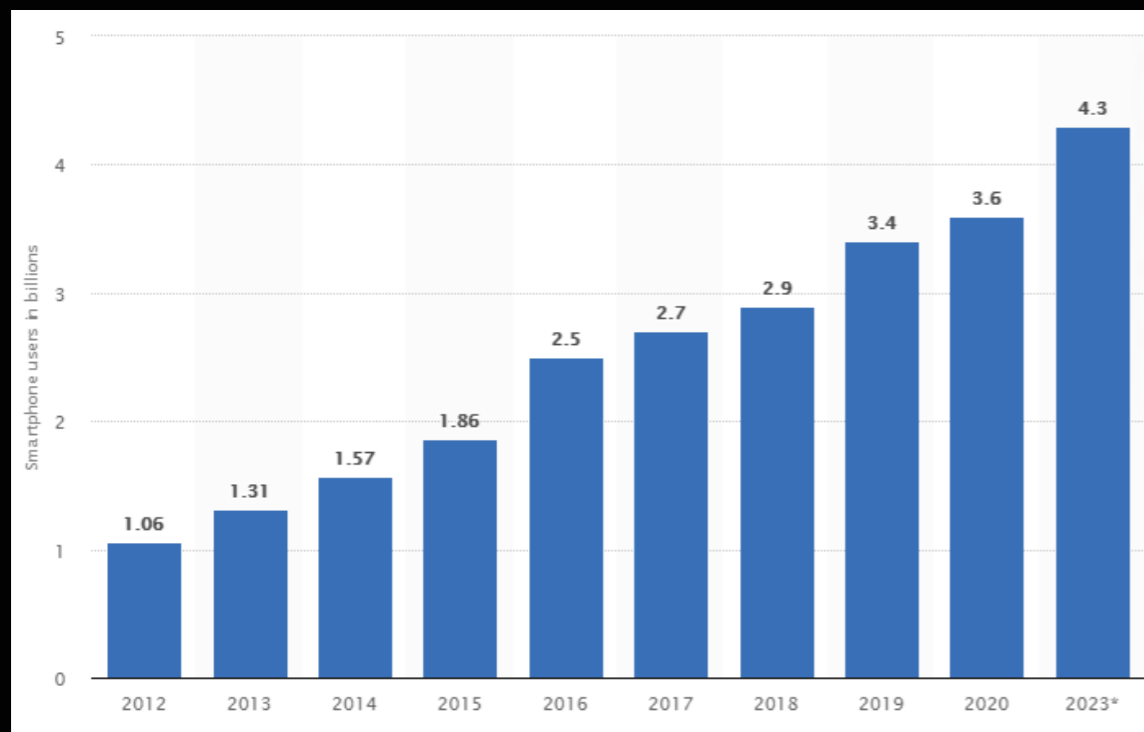


Figura 5: Usuários de Smartphones por bilhão. Fonte: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/#:~:text=The%20number%20of%20smartphone%20users,a%20combined%201.46%20billion%20users>.

Outro fator importante para o lucro e o sucesso dos jogos mobile se dá conta pela forma de monetização que tais jogos apresentam, sendo geralmente jogos Free to Play, ou seja, gratuitos para baixar e jogar, tornando ainda mais acessível aos usuários de smartphones que poderiam não ter o dinheiro para gastar baixando jogos em seus celulares. Portanto, a forma que as empresas de jogos mobile ganham dinheiro com seus jogos é, ou apresentando anúncios e propagandas no meio da jogatina, ou cobrando os jogadores por itens cosméticos dentro do jogos, como visuais únicos para os seus personagens, e caixas surpresas, conhecidas como Loot Boxes, que os jogadores podem comprar para receber itens ou até mesmo personagens sortidos, prática muitas vezes questionáveis por apresentarem semelhanças com um sistema de jogos de azar que faz com que jogadores gastem rios de dinheiro em esperança de ganhar o item ou o personagem especial que ele tanto quer, tendo que contar com a sorte e várias tentativas que são gastas com dinheiro. A própria Bélgica tem uma política contra sistema de Loot Boxes, sendo ilegal no país por classificar tal prática equivalente a jogos de azar,

e as distribuidoras estão sujeitas a multas e prisão conforme a atual legislação do país (UOL, 2018).

Essas práticas também revelam como os usuários são apegados aos visuais dos personagens e itens cosméticos para personalizar ainda mais seus avatares, já que estão dispostos a gastar um dinheiro extra que não seria necessário para jogar o jogo em si, mas sim para customizar sua experiência com os visuais únicos de seus personagens.

Os jogos desenvolvidos para PC e Consoles também muitas vezes utilizam o mesmo tipo de monetização, tanto que os jogos mais jogados e assistidos atualmente como League of Legends (2009) e Fortnite (2017) possuem o mesmo modelo de negócios, jogos gratuitos e acessíveis que geram lucro vendendo itens cosméticos e "skins", visuais novos e únicos para os personagens. Até mesmo jogos pagos como em Overwatch (2016) que foi lançado e vendido com o preço cheio de 60 dólares para poder jogar, porém ainda inclui um sistema de Loot Box que o jogador desbloqueia jogando o jogo, porém pode pagar para receber um número de caixas muito maior na chance de vir o visual novo do seu herói favorito.

Jogos que utilizam deste método de monetização são conhecidos como Jogos de Serviço, jogos geralmente voltados a múltiplos jogadores com atualizações de conteúdos e novos personagens sendo adicionados constantemente como um serviço ao jogador se manter sempre ativo e jogando durante vários anos para que assim, o jogo se mantenha lucrativo. Deste modo, tais jogos são mais comuns em criar novos personagens e ter maior diversidade para o seu elenco, já que essa prática mantém o jogo ativo e atualizado. Como em jogos como Apex Legends (2019), um jogo que vem sendo atualizado constantemente trazendo diversos heróis de diversas culturas e etnias diferentes.

Em relação a games que não se propõe em entregar um serviço gratuito e sim em trazer um conteúdo fechado e completo por um preço cheio e único, é uma prática comum e mais tradicional na indústria de games, muito mais comum em jogos para consoles de mesa e computadores, são estes dominados por jogos conhecidos como Triple A.

Jogos Triple A (AAA) - são os jogos conhecidos como Blockbusters, termo originalmente utilizado para o cinema de altíssimo orçamento, são então jogos que possuem um investimento pesado de sua publisher² e então tem como público-alvo o maior número de jogadores possível, para conseguir o maior lucro e recuperar o enorme orçamento destes jogos. Sendo então os mais famosos e populares jogos como GTA V,

² Publisher, termo em inglês para distribuidoras de games.

Uncharted, The Last of Us, God of War, Halo, Cyberpunk 2077, todos exemplos de jogos Triple A, por possuírem um orçamento de até 266 milhões de dólares como foi o caso de GTA V segundo o jornal Kotaku (2013).

Jogos indies, por serem jogos independentes de grandes publishers, são conhecidos por seu orçamento menor, e então jogos mais simples e mais nichados, já que vários jogos indies são conhecidos por serem feitos por apenas uma pessoa, como foi o caso de Undertale (2015), ou estúdios pequenos como foi o caso do desenvolvimento do jogo Minecraft (2011) que foi inicialmente desenvolvido por um pequeno número de desenvolvedores no estúdio da Mojang, que após a imensa popularização do jogo foi vendida para a Microsoft por 2,5 bilhões de dólares em 2014 (TECNOBLOG, 2014). Tais jogos nada mais são do que jogos independentes, e assim seu investimento pode variar, podendo até ter um alto orçamento, ou um orçamento mínimo de 300 dólares, porém são raras os casos de fato de jogos indies competirem diretamente com jogos Triple A, ainda mais em relação ao maior alcance que o marketing destes jogos podem atingir sendo desenvolvidas por grandes produtoras.

Com centenas de milhões de dólares sendo investidos para criar estes ambiciosos e gigantescos games Triple A, estas empresas correm um risco muito grande das vendas não vingarem seus investimentos, e o prejuízo pode ser tão enorme quanto o próprio orçamento, fazendo com que cada vez mais os jogos Triple A não busquem arriscar em seus lançamentos e fazem da forma mais segura e que atraia o máximo de público consumidor possível. É interessante notar, que são raros os jogos de grande investimento na indústria asiática, indústria esta que foca mais em fazer jogos casuais e para o mercado mobile do que para consoles de mesa. Tanto é, curioso notar, com o Japão tendo um mercado enorme de players, são poucos estes jogadores que possuem consoles e computadores "gamers", sendo muito mais usuários de consoles portáteis ou celulares. Sendo assim, as próprias empresas japonesas que apostam em jogos Triple A também precisam apostar no público ocidental - norte americano e europeu - já que são estes o maior público consumidor de consoles de mesa, muito mais do que o próprio público japonês.

Assim é possível perceber que por boa parte do público consumidor, ser ocidental, principalmente norte americano e europeu, assim é claro entender também porque os protagonistas e personagens de games são tão representados por pessoas brancas, já que foi o público consumidor que mais tinha condição financeira para consumir produtos de entretenimento, ainda mais jogos que antes do boom do mobile, eram consoles caros, computadores potentes ou fliperamas que exigiam constante gasto para se poder usufruir. Consolidando ainda mais o público, assim os desenvolvedores miravam

atingir e representar tal público, revelando como o próprio imperialismo americano e europeu causou marcas sociais e econômicas que impactam até hoje o ocidente.

O mesmo pode ser observado aqui no Brasil, as pessoas brancas são as que mais se mostram estar no topo da classe social em relação a outras etnias, fazendo parte de 70% entre os mais ricos no Brasil (UOL, 2019) podendo assim consumir mais mídias de entretenimento. Diante disso, aqueles que mais puderam aproveitar os jogos eletrônicos são aqueles que tinham condições para comprar videogames e jogos, fazendo com que o principal público consumidor de games fossem pessoas brancas. Deste modo, o mercado consolidou uma visão eurocêntrica dominada por um público de jogadores brancos, focando totalmente a representação do protagonismo dos principais jogos como homens caucasianos (Figura 6).



Figura 6: Mosaico com principais protagonistas de Games. Fonte: <https://levellingupinlife.wordpress.com/2015/10/24/racial-diversity-in-games/>

Tendo assim os principais e mais populares jogos sendo protagonizados principalmente por personagens brancos, o que revela um outro constante problema na representação de personagens não-caucasianos, a falta de desenvolvimento ou relevância do personagem na história dos jogos. Esse problema é conhecido por Tokenismo, termo criado por Kanter (1977) para definir a diferença de um membro de um grupo de trabalho de um grupo numericamente dominante, em que seu estudo focou em mulheres como tokens, quando estão em uma maioria de homens em um trabalho. A pesquisa então desenvolveu em entender os problemas sociais e psicológicos dessa sub-representação, especialmente no mundo empresarial (YODER, 1996). Porém esse termo ganhou ainda mais força se desenvolvendo para a definição de minorias sociais representadas apenas como símbolo, e não uma representação real e igualitária. O dicionário da Oxford descreve Tokenismo como: A prática de fazer apenas um esforço superficial e simbólico de minorias, especialmente o recrutamento de um pequeno número de pessoas de grupos sub-representados com o intuito de dar uma aparência de igualdade sexual ou étnico em uma força de trabalho (OXFORD, 2021. Tradução dos autores)³.

Logo, ainda existe o problema de mesmo quando há representações de minorias étnicas, ainda assim, podem não ser totalmente positivas, já que elas podem ser superficiais e sem profundidade comparado a outros personagens homens e caucasianos no mundo dos jogos. É um conceito semelhante como se artistas e designers se vêem diante de algo como cotas raciais, sendo obrigados a criar diversidade apenas para não serem taxados por discriminação, e assim criam tais personagens apenas para dizer que existem.

Há exemplos também de jogos Triple A, de grandes franquias como Uncharted e Spider-man, que fogem da representação comum de homens caucasianos e apresentam como no caso de jogo Uncharted: The Lost Legacy (2017) duas mulheres como protagonistas, uma de origem latina, e outra negra; e como no caso do jogo Spider-Man: Miles Morales (2020) sendo protagonizado por um personagem negro. É de fato uma conquista esses jogos existirem hoje, porém ainda são infelizmente exceções, e até mesmo esses dois exemplos são na verdade jogos conhecidos como Stand Alone, esse tipo de jogo são na verdade uma DLC⁴ de um outro jogo original que não precisa do seu game base para funcionar, ou seja, são jogos que vieram de um outro videogame,

³ Texto original: The practice of making only a perfunctory or symbolic effort to do a particular thing, especially by recruiting a small number of people from underrepresented groups in order to give the appearance of sexual or racial equality within a workforce.

⁴ DLC: Sigla para o termo em inglês *Downloadable Content*. A tradução livre seria Conteúdo Baixável. São eles conteúdos adicionais ao jogo em que é possível baixar em um jogo base, sendo tais conteúdos geralmente pagos.

sendo ele mais curto e com menos investimento, indicando que ainda assim, jogos que os protagonistas não sejam caucasianos ainda é feito com menos investimento pelas empresas, por talvez ainda considerarem tais jogos mais arriscados.

A importância da representatividade se mostra cada vez mais importante para toda a mídia de entretenimento, e o mercado cinematográfico já está bastante ciente dessa problemática. Uma prova e um ponto chamativo nesta abordagem, é citarmos novamente sobre as atitudes da própria produtora da The Walt Disney Company responsáveis por suas grandes e famosas animações. O que acontece é que, em algumas de suas grandes e clássicas animações, suas narrativas abordam diferentes povos e culturas com uma representação negativa, utilizando-se de estereótipos, ofendendo e agredindo essa minoria. Alguns exemplos de animações da Disney com uma má representatividade, são: Dumbo(1941), Peter Pan (1953), A dama e o vagabundo (1955), Aristogatas (1970).

Depois de longos anos, com o debate sendo levantado e ganhando cada vez mais relevância nas sociedades, a multinacional que é extremamente conhecida por suas animações, se viu na obrigação de se posicionar perante o seu passado, reconhecendo, assumindo e abraçando seus erros, na intenção de aprender com eles e produzir conteúdos que possam representar os povos e as vidas do mundo todo de uma forma mais digna. Isto é comunicado pela própria empresa ao acrescentar uma legenda inicial de doze segundos de duração, que informa ao público seus erros passados, e objetivos futuros.

A legenda diz:

“Este programa inclui representações negativas e/ou maus-tratos de pessoas ou culturas. Esses estereótipos estavam errados na época e estão errados agora. Em vez de remover esse conteúdo, queremos reconhecer seu impacto prejudicial, aprender com ele e iniciar conversas para criarmos juntos um futuro mais inclusivo. A Disney está comprometida a criar histórias com temas inspiradores e aspiracionais que refletem a rica diversidade da experiência humana em todo o mundo. Para saber mais sobre como as histórias impactaram a sociedade, visite: www.disney.com/StoriesMatter” (DISNEY, 2019 Apud MUNCY, 2020).

A legenda, em geral, serve como um aviso sobre as narrativas preconceituosas que a animação infelizmente aborda. Apesar de parecer uma mensagem genérica sem

precisamente citar o ponto delicado da animação, ao final do aviso é oferecido um link para que o usuário possa acessar detalhadamente e obter mais informações sobre o momento/fala específico em que a má representatividade ocorre.

Apesar de não estar disponível em nossa região, olhando do ponto de um dia a empresa ter feito várias representações negativas, podemos dizer que tudo isso é um grande avanço. Ainda mais que a The Walt Disney Company impacta de diversas formas na vida das pessoas de várias gerações, mostrando mais uma vez a importância de uma representatividade mais respeitosa. Então abraçar a causa, assumindo os erros e se comprometendo a um futuro onde a diversidade poderá prosperar, é um exemplo a se seguir.

1.2.3. CHARACTER DESIGN EM VIDEOGAMES

A área do Design responsável no desenvolvimento de personagens, conhecido como character design, definido como: a criação proposital de características e personalidade de um personagem seguindo uma construção lógica entre as várias camadas físicas, contextuais e psicológicas inseridas em um universo conceitual (VELLA, 2014).

É importante também ressaltar a diferença entre “personagem” e um “avatar” em um jogo. Uma vez que, por mais que seja bastante semelhante, Vella (2014, p. 2) explica que o avatar refere a representação do jogador, desprovido de personalidade e identidade própria, como um boneco sem vida controlado pelo player. Diferente então de um personagem, constituído com sua própria identidade, sendo um ser humano real e autônomo. Mesmo então esse personagem sendo jogável e controlado, ele pode falar autonomamente e ter uma personalidade que vai além da forma que o jogador interage com o personagem, sendo assim suas características principais muitas vezes imutáveis pelo player, como sua personalidade, aparência física, sua voz etc.

O avatar, por sua vez, possui a vantagem de muitas vezes ser customizável, podendo assim o jogador representar-se da forma mais livre possível diante das opções disponíveis no jogo. Podendo retratar seu personagem com os mais variados tons de pele e aspectos fenotípicos. Porém, ainda há o problema de um jogo possuir pouquíssimas opções que limitam maior diversidade étnicas. Outro problema é a falta de profundidade da personalidade presente, mesmo se for mais próximo de terem características de personagens com maior autonomia e personalidade. O momento que o jogo propõe que o personagem é seu avatar, ele pode poucas vezes aprofundar sobre o personagem já que isso pode ir contra o que o jogador se projeta no jogo.

Tendo em mente a falta de profundidade que a personalidade dos avatares possuem, se torna um problema no momento que busca desenvolver um jogo mais cinematográfico com maior profundidade na história do seu protagonista, mas sem perder a liberdade e a autonomia da imersão dos avatares criados pelos jogadores. Tal preocupação foi abordado pelo próprio Casey Hudson (2007), diretor do jogo de RPG, Mass Effect, em que diz em uma entrevista para a IGN:

“Mass Effect é muito mais cinematográfico e real do que tudo que fizemos antes, então nós realmente queríamos algo extra, tais aspectos sensoriais extras para uma história que você não consegue ter se você começar com um personagem completamente vazio” (HUDSON, 2007. Tradução dos autores)⁵.

Assim o jogo foi pensado em criar uma união dessas duas características, um personagem com um passado e motivações únicas e autônomas ao jogador, mas que ainda é possível editá-lo e adaptá-lo às preferências do player como um avatar. Possuindo uma aparência e até mesmo uma voz customizável, e com uma personalidade pré-estabelecida, porém, seu humor e decisão estarão no controle do jogador, tendo desta forma uma imersão do mundo por meio do seu avatar. Assim, foi criado o Comandante Shepard, protagonista da franquia Mass Effect (2007 - 2012), desenvolvida pela Bioware, possuindo então duas versões do mesmo personagem, sua versão feminina e masculina (Figura 7), ambos assumem o mesmo papel e identidade do comandante, sendo uma total escolha do jogador de qual será o gênero do seu avatar.

⁵ Texto original: Mass Effect is so much more cinematic and real than anything we've ever done before that we really needed that extra bit, those extra sensory aspects to a story that you can't get if you just start out with a completely blank character.



Figura 7: Comandante Shepard em sua versão masculina e feminina padrão em Mass Effect 3. Fonte: <https://comicvine.gamespot.com/commander-shepard/4005-85429/>

É interessante analisar também o fato de que mesmo com sua aparência, gênero e etnia completamente customizável, o jogo apresenta Shepard canonicamente como a sua versão masculina, branco e cabelo raspado. Criando assim uma identidade oficial do protagonista quando ele é apresentado em trailers, pôsters, vídeos promocionais e até mesmo na capa do jogo. Revelando assim o cuidado que o personagem tenha um rosto reconhecível, que identifique e represente o personagem principal publicamente, mesmo esse mesmo avatar podendo ser completamente editável. O fato da versão oficial do comandante ser o mesmo homem branco durante toda a trilogia, revela como ainda há a preocupação que o personagem principal de jogos eletrônicos ainda precisa seguir o costume sexista e eurocêntrico do protagonismo não fugir do padrão estabelecido e ser uma mulher e ter uma outra etnia ou traço fenotípico além de branco.

Outros jogos também apostaram em abordagens semelhantes em relação ao avatar principal do seu jogo possuir um tratamento de um personagem completo, com passado e personalidade própria como em Fallout 4, jogo de 2015 desenvolvido pela Bethesda, porém, a abordagem do seu character design na divulgação do jogo foi sempre de mostrar o protagonista utilizando uma armadura que cobre o corpo inteiro (Figura 8), e tal armadura que não possui traços marcadamente femininos ou masculinos,

podendo assim que o jogador consiga imaginar e incorporar o protagonista da forma que ele quiser, sem assumir gênero e etnia durante a divulgação.

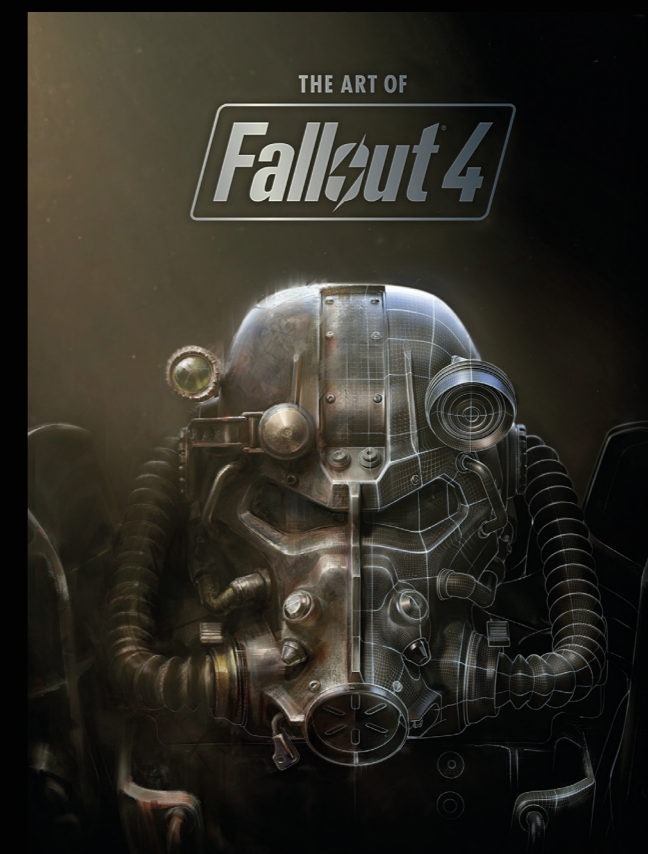


Figura 8: Capa mostrando o protagonista de Fallout 4. Fonte: <https://www.amazon.com.br/Art-Fallout-4-Bethesda-Softworks/dp/1616559802>

Logo, quando o jogo é desenvolvido visando permitir que o jogador use um avatar customizável, ele enfrentará tais questões como nunca definir completamente a identidade do personagem em seu material de divulgação, apresentando ele da forma mais neutra possível, como o personagem inteiro vestido por uma armadura ou vestimenta que não define o gênero e esconde a face por trás da máscara, visto em franquias como Fallout (1997 - 2018), Dark Souls (2011 - 2016), Dragon Age (2009 - 2014) e entre vários outros. Ou precisam escolher e criar um character design que seja o canônico para representar o avatar do jogador, como anteriormente abordado em Mass Effect ou o mais recente jogo de 2020, Cyberpunk 2077 que apresenta a mesma questão do protagonista "V" ser representado principalmente por sua versão masculina e traços caucasianos.

A partir de tais exemplos é possível perceber a importância do visual do personagem e como ela é apresentada para materiais de divulgação já que mesmo um jogo

que o visual do personagem não é fixo e completamente customizável, é preciso criar então um visual padronizado que seja possível representar o personagem principal do jogo, e o momento que é preciso fazer a escolha de qual será o visual oficial, qual valor tal visual precisa passar, quais ideias transmitir, são todos problemas que cabe o design resolver. E para que seja possível entender o processo de desenvolvimento do character design é importante definir o que é Design, e quais são os aspectos que transmitem a informação e valores sobre o jogo e o personagem a partir do estudos dos significados com a semiótica. Entrando assim no próximo tópico Design e Semiótica.

1.3. DESIGN, SEMIÓTICA E GAMES

1.3.1. FUNDAMENTOS DO DESIGN

Segundo Löbach (2011, p. 16), Design é definido como uma ideia ou plano a ser desenvolvido, projetado ou posto em prática para solucionar um determinado problema ou questão; ao final deste processo, é necessário que se transmita a mensagem da solução para seus clientes, usuários ou consumidores. Contudo, o método do Design é buscar as soluções de problemas, utilizando assim um processo criativo para a concretização do projeto que atenda as necessidades do usuário (LÖBACH, 2011).

Ciente então, da responsabilidade do Designer em desenvolver projetos que solucionem problemas, é necessário entender as questões éticas em relação ao desenvolvimento dos projetos e o conteúdo implícito de suas obras. Assim, o trabalho do designer ao projetar representações visuais de personagens em videogames é também responsabilidade em não perpetuar mensagens que possuem caráter preconceituoso permeando todo o projeto e contaminando o produto final. Ciente dessa problemática, Montini e Roffman (2016) ressaltam que:

[...] fala-se muito pouco sobre a preocupação com a mensagem transmitida por meio de peças de design, e o que o público absorve como ideologia a partir delas. Muito se observa a beleza de um produto, porém, pouco se analisa seu verdadeiro conteúdo estético e a qualidade da ideia implícita no trabalho realizado (MONTINI e HOFFMANN, p. 154, 2016).

O trabalho de um projeto também não é exclusivo do designer, como o próprio Löbach (2011) ressaltava, o processo da produção passa pelo ciclo de servir ao comprador/usuário que provê os recursos financeiros para o empresário/fabricante, e a partir disso entra o trabalho do Designer, então há uma enorme influência da demanda do usuário e como o empresário deseja criar seus projetos. Porém isso não descarta a responsabilidade do designer em se preocupar em desenvolver melhores projetos que não perpetuem tais problemáticas.

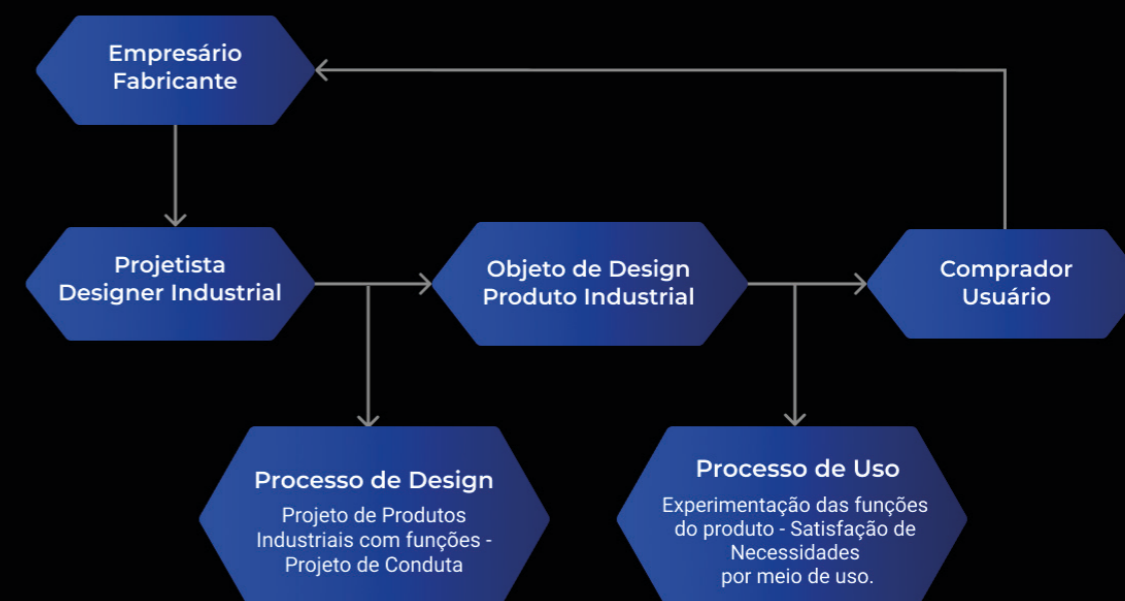


Figura 9: O processo do design. Fonte: Löbach, 2011.

Assim também entra a reflexão sobre o que caracteriza a mensagem e o significado transmitido pelo design, Flusser (2007) em seu livro “O Mundo Codificado”, tem a ideia de que o objeto em si não possui significado ou valor, como a madeira, que por si só, ela não é nada além do que o próprio material da árvore, não tem qualidade, nem valor, porém, ele adquire valor no momento que é informado qual é o real sentido dela por alguém. Assim, Flusser (2007) resgata o significado original da própria palavra informar, tendo o “in” da palavra, como sentido de introduzir, induzir, injetar, e “formar” tem o real significado da pura forma, logo, “informar” significa diretamente dar forma a algo, e cria-se o valor e significado às coisas o momento que se cria a comunicação e a informação.

Assim, o momento que o significado é atribuído à própria informação e a infor-

mação é aquilo associado às todas as formas, o Designer então, no ponto de vista de Flusser (2007) tem o poder de manipular a informação em si e atribuir novos sentidos com suas criações desenvolvidas a partir do design, já que a profissão tem como característica utilizar da técnica de desenvolver projetos únicos e criando assim novos sentidos e significados diversos. Entendendo este conceito é possível assim relacionar com o ideal do Denis (1998) em relacionar o papel do Designer como fetichistas de objetos, que à primeira vista parece não fazer muito sentido, porém Denis precisamente disserta sobre o real sentido e significado por trás de sua analogia. Relacionando o inicial significado atribuído à palavra fetiche, que veio de uma variação da língua portuguesa para feitiço, ou seja, algo que encanta e traz magia vindo de um objeto inanimado.

A partir desse significado várias outras ideias foram atribuídos a esta palavra, porém Rafael Cardoso (1998) realmente elabora a ideia do fetiche como dar um valor a algum objeto, como um “feitiço”, assim o papel do Designer é justamente dar a tais objetos nas quais ele projeta um valor adicional, que antes não era intrínseco ao produto. Tais valores podem ser diversos, como por exemplo, um relógio comum e funcional tendo como valor inerente, apontar o horário exato, porém com o trabalho de design ele poderá atribuir vários outros valores únicos e especiais que vão muito além de apontar as horas, valores esses como: elegância, status, tradicionalidade, entre vários outros.

Os sentidos e valores então são atribuídos a partir do designer no momento em que se desenvolve o projeto, sendo assim parte ativa da comunicação. Entretanto, entra o fator do receptor em captar tal comunicação, e o modo como ele irá interpretar tais valores pode acontecer das mais variadas formas, a bagagem e as informações prévias que cada pessoa tem em sua vida torna a interpretação subjetiva. Desta forma, o modo em que se pode analisar da forma mais objetiva, é a partir da semiótica que busca entender o significado e a interpretação de signos na linguagem.

1.3.2. SEMIÓTICA E CHARACTER DESIGN

É possível analisar o design do personagem a partir dos significados transmitidos por cada aspecto da sua vestimenta e caracterização a partir da semiótica. Morris (1994) define a semiose como o processo em que algo funciona e como o efeito causado na mente de um interpretante. A categorização da semiótica ocorre, assim, a partir destas três dimensões as quais estabelecem relações diádicas entre si: a sintaxe é definida pela relação dos signos entre si e de signos com outros signos; a semântica pela relação dos signos com seus objetos; e a pragmática por meio dos signos com seus intérpretes (NÖTH, 1995). Com base nesta classificação, é possível investigar o signifi-

cado, a função e os aspectos estético-formais encontrados no design dos personagens em diversos jogos.

Com base na semiótica é possível julgar diretamente se os significados de cada característica de um Design é realmente válido. Já que para o Design é essencial julgar a função de cada aspecto da sua representação para que seja condizente com a narrativa que está sendo passada. Porém, não somente isto, como Denis (1998) sugere, a responsabilidade do Designer, além de seguir a função, é agregar valores ao projeto, valores esses que enriquecem um trabalho.

Para então desenvolver um design do personagem, cabe ao trabalho de Concept Art trabalhar em criar conceitos a partir de estudos da abordagem do jogo e entender qual é a sua personalidade, seu passado, sua história e a proposta no contexto do jogo. Arucelli (2021), uma character designer experiente na área, descreve que podem existir dois tipos de filosofias para basear o design do personagem de acordo com cada abordagem estética do mundo do jogo em que se passa, tais filosofias são: Ficção versus Função e Histórico versus Fantasia.

Ou seja, se o design da vestimenta do personagem por exemplo irá se basear de forma mais realista com a funcionalidade na vida real, como em um caso de um soldado, é possível seguir a abordagem mais realista, e então, ele poderá usar um uniforme militar e uma metralhadora comum de acordo com sua função em guerra, exemplos como Call of Duty (Figura 10). Ou ele será mais voltado para o fictício e este mesmo soldado usará na verdade uma espada enorme que pesa toneladas, um exemplo clássico seria o design de Cloud (Figura 11) protagonista de Final Fantasy VII (1997).



Figura 10: personagens de Call of Duty Mobile. Fonte: <https://tecnoblog.net/282571/call-of-duty-mobile-iphone-android-previa/>



Figura 11: Cloud Strife, personagem que é conhecido como um soldado em Final Fantasy VII.
Fonte: <https://www.gratispng.com/png-4ow9w5/>

O Character Design pode também seguir um caminho mais Histórico se baseando em épocas reais e culturas marcantes, oposto de um caminho mais Fantasiado em que tais referências e códigos visuais que misturam épocas históricas e criam uma amalgamação de diferentes culturas e criam então um design que torna ambíguo qual cultura se refere, até mesmo criando uma nova para o próprio mundo em que o jogo se passa. Como por exemplo, em relação ao caminho mais fantasiado de representações culturais, o jogo Horizon Zero Dawn (2017) apresenta uma rica mistura de referências de diversas tribos de nativos norte-americanas ao mesmo tempo que se passa em um mundo futurista pós-apocalíptico, em que robôs tomam conta da natureza e tal mistura é visível no character design de sua protagonista Aloy (Figura 12).



Figura 12: Aloy de Horizon Zero Dawn
Fonte: <http://vignette3.wikia.nocookie.net/horizonzerodawn/images/8/83/Aloy-Concept-Art.jpg/revision/latest?cb=20170109171545>

E então designers podem se basear em códigos visuais de acordo com esses dois espectros, e é claro, estar no meio de ambos os lados, tomando inspiração de culturas e épocas específicas e adicionando pontos fictícios que podem enriquecer o design do personagem no mundo do jogo. Logo, para uma abordagem mais histórica e funcional é necessário um estudo profundo e rigoroso de como cada aspecto da vestimenta, acessório, ferramentas e materiais são condizentes com cada representação histórica e cultural, e como cada parte realmente tem sua funcionalidade. Entretanto, vale ressaltar que o designer que escolhe a abordagem de caracterizar de forma mais fictícia e fantasiada em seus projetos é ainda fundamental a pesquisa e análise de como serão e o que compõe cada detalhe do seu personagem, já que toda informação que é acrescentado possui então um significado, assim, uma mensagem em que o seu receptor pode absorver de cada informação, mesmo que indiretamente.



Figura 13: Shinobu de No More Heroes. Fonte: <https://www.deviantart.com/supercaptainn/art/PNG-NMH-Shinobu-845395003>

Shinobu (Figura 13), personagem do jogo No More Heroes de 2007, é um exemplo bastante interessante para se analisar, já que possui um character design que une vários fatores culturais de diferentes épocas para criar uma identidade única. A partir disto, é possível analisar tais características no ponto de vista da Semiótica de Morris (1994). No ponto de vista de uma análise sintática, a personagem apresenta ser uma jovem, com pele negra, cabelo volumoso branco, vestida com um uniforme colegial tipicamente japonês e empunhando uma espada japonesa conhecida como uma katana. Agora vendo no ponto de vista pragmático de sua vestimenta é possível ter a ideia de ser uma jovem estudante do Japão, porém, além do uniforme escolar ela ainda utiliza debaixo das meias grossas e largas, outro par de meias altas acompanhada com

luvas longas de renda, tais vestimentas são também comuns ao estilo lolita, moda que foi muito popular no Japão que se originou nos anos 80 (HINTON, 2014), estilo este que passa assim um valor semântico de rebeldia da personagem em relação a autoridade da escola japonesa, que geralmente proíbe tais vestiários.

E uma das características mais importantes da personagem é sua longa espada japonesa, em que seu valor mais pragmático é uma ferramenta de combate, essencialmente para matar outras pessoas, indicando que ela não é apenas uma estudante comum, ela é possivelmente uma assassina, ou pelo menos alguém que está pronta para o combate. Porém, o que torna ainda mais interessante no design da personagem é a personalização de sua katana (Figura 14), é que sua arma possui certos acessórios que não são comuns as espadas japonesas tradicionais, nelas estão amarrados acessórios conhecidos como Phone Charms (Figura 15).



Figura 14: Espada da Shinobu. Fonte: https://www.creativeuncut.com/gallery-06/nmh-shinobu_katana.html



Figura 15: Phone Charm. Fonte: <https://www.deviantart.com/omglisaa/art/Phone-charms-74273455>

Phones Charms são acessórios que foram muito comuns e populares por jovens japonesas que colocavam chaveiros em seus celulares para personalizar e criar uma identidade própria de cada usuário. O fato da Shinobu colocar chaveiros na bainha de sua espada que tem um valor semântico de ser algo tradicional e antigo e ela modernizar o visual da espada como fosse um Phone Charm, mostra que mesmo ela sendo uma personagem séria que luta com uma espada, ainda é uma jovem que se importa com moda e possui uma certa vaidade, contribuída pelas longas unhas pintadas, já que pragmaticamente possuir unhas longas pode atrapalhar em um combate, mas semanticamente revela que a personagem ainda prioriza seu estilo acima de tudo.

Porém é possível perceber um problema no estilo de Lolita utilizado no character design da personagem, já que o valor semântico das meias longas de renda e o tamanho curto das saias da personagem, criam valores comumente associadas a um estilo mais sensual, e ao caracterizar uma personagem que mesmo possuindo 18 anos de idade consideravelmente maior de idade, apresenta traços relacionados a uma jovem colegial japonesa, e ao aplicar esses valores sensuais contribui também com uma imagem sexualizada de meninas estudantes menores de idade.

Então, por mais que o character design da Shinobi apresenta uma ótima representação da cultura japonesa integrada a uma personagem com características fenotí-

picas estrangeiras, criando uma personagem bastante complexa e interessante, ainda é possível perceber também o problema em representar uma personagem que utiliza de vestimentas comumente utilizadas por meninas menores de idade acompanhadas por aspectos sensuais.

A partir deste exemplo e análise, percebe-se o poder que o character design têm de comunicar e transmitir ideias e valores a um personagem e ao jogo a partir de representações e caracterizações de vestuário, sua postura, sua forma e como elas agregam com a cultura representada.

1.3.3 DESIGN DE INTERAÇÃO (UX E UI)

Um dos componentes de maior relevância existentes dentro da construção do tema desenvolvido, faz conexão diretamente com o User Experience Design, - em uma tradução literal: design de experiência do usuário - também conhecido como UX Design. Isso pois o tema a princípio, levanta questões importantes sobre a representatividade a partir dos characters designers em jogos eletrônicos, o que se resulta em um inequívoco impacto direto ao público consumidor do game, visto que, o que se tem de maior relevância em toda cercadura na projeção de um jogo é a própria experiência do usuário. Independente de quais forem os critérios de uma empresa ou produtora no desenvolvimento de um game e o que ele irá oferecer, seja por sua jogabilidade simples ou mais complicada, com gráficos mais realistas ou mais estilizados e simplificados, por uma narrativa bem estruturada e aprofundada ou alguma mais superficial e rasa, entre outros fatores, o de maior importância sem dúvidas é em relação a experiência do player, ou seja, a experiência do usuário.

É quase óbvio dizer que quem determina a qualidade de um produto é o consumidor, porém, quanto ao mercado de jogos eletrônicos essa importância se torna mais impactante e delicado por tratar-se justamente sobre como ele irá experienciar tudo aquilo, seja por etapas como desafios lógicos, escolhas e consequências, exploração de mundo, pensamento estratégico etc. Ou não precisamente sendo a jogabilidade em si, mas as composições que se observa de maneira implícita, como por exemplo o sistema de audiovisual, que pode ser encontrado na ambientação nos transmitindo a sensação de quando algo vai acontecer, ou então se o local aparenta ser mais perigoso ou calmo. Assim dizendo, todos esses pequenos detalhes na composição de um jogo são pensados para além da ideia ou narrativa do jogo em si, mas também como isso impactará na interação, imersão e experiência do jogador.

O User Experience Design é definido por priorizar, como dito, a experiência do usuário, se aprofundando em suas necessidades, objetivos, habilidades e limitações, ao mesmo tempo em que se posiciona em relação aos favores que a empresa busca para o produto. O processo por meio do UX Design é tido exclusivamente para a criação do produto. Mas também é certo dizer que a experiência do usuário tende a ir muito além das funcionalidades ou a maneira na qual como o público utiliza um produto. Isso porque o seu contato com o produto não se limita apenas ao momento de tê-lo em mãos, mas até mesmo em sua apresentação e expectativas. Ele se inicia a partir da pesquisa do cliente para com o produto, em que ele irá lidar com os processos de compra e venda do item, passando por seu recebimento, sua utilização, e por fim pelo serviço de pós-venda, tudo isso dentro do universo da experiência do usuário (AELA, 2019).

Sendo assim, o UX Design então é encarregado pela projeção dos produtos visando as necessidades dos usuários, porém para que esse sistema de pesquisa possa ter um equilíbrio sem dar atenção apenas para os critérios da criação do produto, um dos conceitos-base que complementam esse sistema é denominado como Design Centrado no Usuário - em inglês (UCD) User Centered Design - Este é um processo de design interativo centralizado na compreensão das necessidades dos usuários. Nesta concepção, vários modos de aplicação são utilizados, como por exemplo entrevistas. O que acontece é que o UCD prende a atenção nas necessidades e objetivos dos usuários para que assim tomem decisões claras e concretas em relação ao desenvolvimento do produto. Deste modo, é essencial saber como o User Centered Design age sobre o User Experience Design, servindo como um guia para obter informações do usuário (AELA, 2019).

Sabendo disso, é possível fazer então o contraponto em relação às necessidades do público consumidor quanto aos jogos eletrônicos que faltam com a representatividade dentro do mercado de games e como o UX Design poderia estar se aliando a causa e a partir de sua metodologia, fornecer produtos que atendam as necessidades de uma boa representatividade.

A desenvoltura de um jogo eletrônico hoje em dia é extremamente trabalhoso, e para ter noção sobre a dimensão dessa tarefa não precisa se aprofundar ou ser especialistas sobre o assunto, apenas a ideia de criar uma "realidade interativa" do zero, já é capaz de trazer uma margem sobre a imensidão deste projeto. Em um artigo da escola SAGA (2020) explica rapidamente sobre a importância da interferência do UX na criação de um jogo, usando como exemplo de interferência dessa metodologia, na área denominada gamer user interface ou GUI, uma das áreas em que o UX Design age de forma mais tangível para a melhor experiência do usuário, seja sendo como o cenário

e os personagens serão apresentados, também como as posições dos elementos de interface como barra de vida, mapas, perspectiva do jogador, sendo até mesmo para as posições de botões configurados pelo menu inicial e comandos de controle postos pelo jogo. Já foi descrito aqui a importância da metodologia e como a experiência do jogador age de forma determinante. Mas além disso, é essencial o entendimento que o artigo ressalta: idealmente, um UX designer deve trabalhar em parceria com o game designer e o restante da equipe para desenvolver uma experiência de usuário excelente (SAGA, 2020).

O que acontece é que tal definição descreve de forma sucinta como uma equipe de desenvolvimento de um jogo, deve, ou pelo menos deveria trabalhar. Em um olhar geral é o que se realiza nas indústrias que produzem jogos com grandes nomes no mercado, essa grande preocupação quanto a experiência do jogador, é realizada a partir do UX Design em várias etapas na construção de um jogo. É algo já existente e extremamente utilizado. Porém nesta frase em questão, ao trocar os nomes game designer por character designer, faz-se surgir um caminho interessante para explorar e proporcionar excelentes formas de representação étnica-cultural em um jogo, visando os critérios do User Experience Design (SAGA, 2020).

Durante o desenvolvimento do Projeto de Conclusão de Curso, foi dito que existem jogos que ainda deixam a desejar quando se trata sobre diversidade de personagens e a possibilidade de escolhas, se limitando a um número de personagens com etnia já predominante, e acabando por excluir a minoria que já sofre com poucas representações. Então por exemplo, em uma sala de criação de personagens do zero, ou personagens com suas definições prontas com possibilidade de escolha, ao seguir os critérios do UX Design que preza pela melhor experiência do usuário, sendo: suas necessidades, objetivos, habilidades e limitações, tendo em mente que a metodologia faz ligação direta ao público, deveria-se buscar por uma possibilidade maior de opções de escolhas de personagens principais, assim o sujeito que está a mercê da experiência do jogo, possa se enxergar e se identificar a partir do character design representante de uma minoria marginalizada.

CAPÍTULO 2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-PRÁTICA

2.1 CONCEITO DE CRIAÇÃO

Tendo em mente que o tema abordado se ambienta no mundo tecnológico e digital, foi preciso explorar e buscar por referências que tivessem conexão direta aos dois mundos. Também foi necessário pesquisar por elementos que pudessem retratar essencialmente sobre o foco do tema em questão - representatividade étnica-cultural - nos desafiando a uma construção de identidade visual mais complexa. Então, a partir de muitas pesquisas, rascunhos e esboços, toda a absorção de diversos conceitos começaram a ser digeridos e a florescer como uma identidade visual ideal para este artigo, transmitindo a partir de toda sua composição, os significados como a diversidade étnica cultural, igualdade e união. Tais conceitos foram materializados em dois pilares para nossa metáfora que serviu como inspiração para o projeto, esses pilares foram: As cores em RGB e o Voxel:

CORES EM RGB

Para retratar a representatividade e as diversidades étnicas-culturais no mundo, foi utilizado do conceito da diversidade das cores e sua enorme variedade, e se tratando do mundo digital da área de Design Digital e do próprio universo dos jogos, teve como foco as cores primárias utilizadas em sistemas digitais, o RGB, do inglês Red (Vermelho), Green (Verde) e Blue (Azul). Tais cores são especiais por formarem todo o espectro cromático da luz visível, fazendo com que a combinação delas seja possível criar novas cores e das mais variadas.

VOXEL

Um Voxel é uma unidade tridimensional, semelhante ao pixel, que por sua vez possui uma dimensão unicamente bidimensional, tais unidades já são elementos muito utilizados no universo de videogames, ainda mais com a popularização do jogo Minecraft, que sua estética se baseia totalmente em voxels, sendo ele uma evolução da pixel art, um elemento comum em games. A partir disso, o conceito de criação é representar uma unidade de voxel como um grupo de pessoas e suas diferenças, assim como suas características únicas representadas pelas cores RGB.



Figura 16: Voxel Art. Fonte: <https://www.premiumbeat.com/blog/3d-voxel-art-magicavoxel/>

Outra relevância para a escolha do voxel como tema central da identidade visual se trata pelo seu volume que representa suas três faces. Diferente de um pixel, que não possui volume e portanto sua representação é simples e homogênea, o voxel tem sua peculiaridade sendo ele impossível de ser retratado de forma que não destaque seu volume, uma vez que as suas três faces caracterizam sua tridimensionalidade, fazendo com que essa característica ganhe como significado o conceito de cultura, sendo assim cada lado representando um vulgo e suas singularidades, já que se trata de uma união de pessoas e que cada uma tem sua própria identidade.

2.2 MOODBOARDS

Moodboard é uma palavra e língua inglesa que significa diretamente como painel de humor, também conhecido em português como Painel Semântico. Como o próprio nome indica, ele consiste em criar um painel que transmita o humor de algo em que está querendo desenvolver sobre, e assim sintetizar as ideias por meio de imagens. De acordo com Vianna et al. (2012) os Moodboards ajudam a entender o significado simbólico de cada conceito, facilitando o processo criativo e cognitivo com as imagens transmitindo as mensagens dos significados e crenças.

Portanto, o desenvolvimento dos moodboards tiveram como foco reunir bons exemplos e sintetizar em imagens e os conceitos que projeto busca entender e transmitir da melhor maneira possível. Com isso em mente, foram criados quatro painéis semânticos, um focado em reunir artes de character designs que sejam respeitosos e que sirvam como bom exemplo de uma boa representação cultural e étnica nos vídeos games (Figura 17). Bons exemplos esses são a Mei e Ana de Overwatch (2016), Yasuo, Lucian, Senna e Rell de League of Legends (2011), Gibraltar e Rampart de Apex Legends (2019) e Edge Gordo de Tekken (2004).



Figura 17: Moodboard de boas representações no mundo dos games. Fonte: Elaborado pelos autores

Pensando também em relação ao público alvo do projeto em questão é de extrema importante compreender o estilo de vida de tal público, assim foi desenvolvido o moodboard focado em transmitir como é o ambiente de trabalho de designers, artistas e desenvolvedores de jogos na área de games (Figura 18).



Figura 18: Moodboard de estilo de vida do público alvo. Fonte: Elaborado pelos autores

E para o desenvolvimento do tema de representatividade, foi valioso compreender como é visto e reconhecido popularmente o conceito de diversidade de maneira geral (Figura 19), tanto para saber qual é a linguagem mais utilizada que melhor transmite a sua ideia, tanto para saber o que evitar em relação a conceitos saturados ou rasos em relação ao tema.



Figura 19: Moodboard de Referências Gerais sobre Diversidade. Fonte: Elaborado pelos autores

E por fim, já tendo em mente do Conceito de Criação sendo relacionado ao Voxel e as cores primárias, em especial o RGB, foi desenvolvido o Painel Semântico de tudo relacionado a ideia para que assim seja possível visualizar o potencial por trás do conceito e assim criar a partir do que é mais condizente com a proposta do projeto e seu significados (Figura 20).

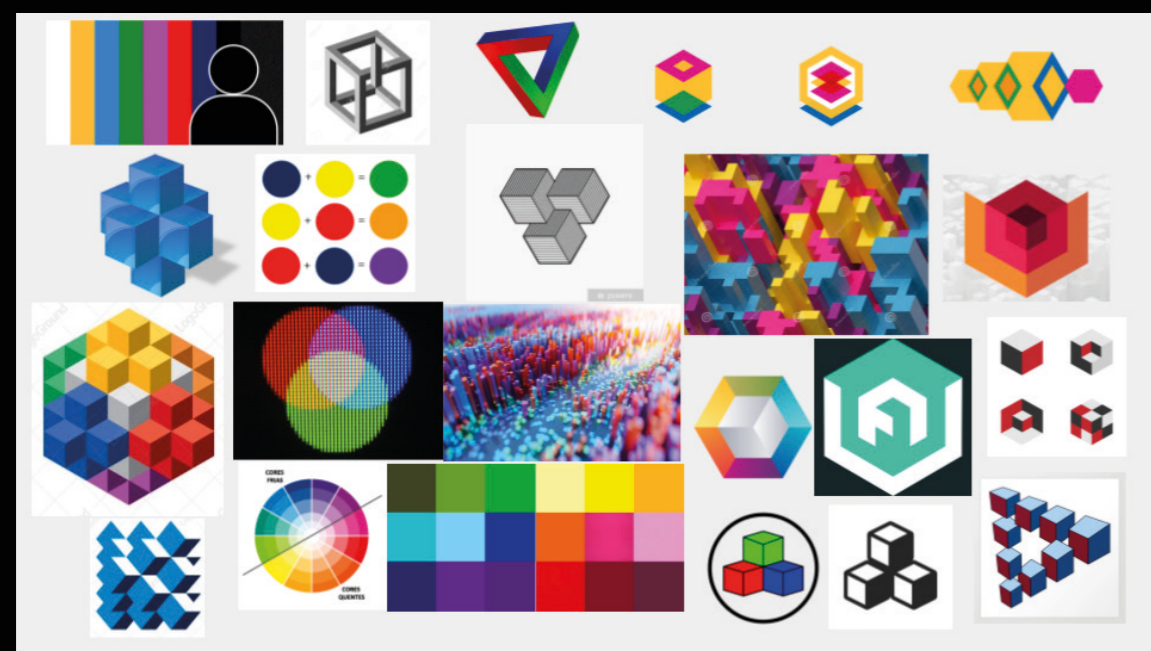


Figura 20: Moodboard do Conceito de Criação. Fonte: Elaborado pelos autores

2.3. PÚBLICO-ALVO E PERSONAS

Serão apresentadas as características do público-alvo primário e secundário a serem atingidos pelo projeto. Para isso, foi utilizada a definição de Kotler (2000), baseada na segmentação em 4 perfis para cada público: Geográfico, demográfico, psicográfico e comportamental.

2.3.1 PÚBLICO-ALVO PRIMÁRIO

O público-alvo primário são os próprios desenvolvedores de jogos e Character Designers que trabalham na indústria. Sensibilizar esse público será parte fundamental para que mais jogos sejam pensados para melhorar a representatividade já que isso é uma causa importante que pode ajudar ainda mais os jogos a terem uma maior riqueza e uma comunidade mais unida. São considerados relevantes para esse projeto desde designers e artistas de games mais simples (do tipo "Indie"), até os mais elaborados (como os "triple-A").-

O perfil geográfico dos desenvolvedores vai no escopo mundial, já que é fundamental que para todas as culturas sejam representadas, mais pessoas do mundo precisam saber da sua importância e se sentirem motivadas a fazerem mais projetos visando solucionar esses problemas de character design presentes no mercado.

O perfil demográfico do público é direcionado a adultos de todos os gêneros que trabalham na indústria, não necessariamente ser um character designer, podendo ser um concept artist geral ou um diretor de arte, já que eles também são responsáveis no projeto para melhorar a representatividade.

O perfil psicográfico tem como foco pessoas que possuem valores de inclusão e engajadas em causas sociais. Pessoas interessadas sobre o assunto, com o círculo social de amigos com ideias semelhantes. Integradas e conectadas com a relevância dos assuntos do mundo. Que queiram fazer parte da mudança nas representações em futuros games.

O perfil comportamental se direciona a pessoas que possuem um olhar crítico em relação a abordagem estereotipada de personagens, e que prezam por um game mais empático e inclusivo, oferecendo mais imersão e diversão aos players de tal jogo. Eles costumam reparar bastante nas narrativas e characters designers dos personagens de jogos em geral.

2.3.2 PÚBLICO-ALVO SECUNDÁRIO.

O público-alvo secundário que o projeto busca atingir são os jogadores de videogames das mais variadas etnias e culturas. A idade média a ser atingida são jovens de idade entre 16-25 anos que buscam melhor representatividade e identificar-se em seus jogos.

Em relação ao Perfil Geográfico do público-alvo, são jogadores do mundo todo que tem contatos com os mais diversos tipos de jogos, principalmente jogos Triple-A.

A idade escolhida para o Perfil Demográfico vem pelo fato de ser a idade média da classificação indicativa dos jogos mais populares nos quais o projeto estuda. Também é importante, por mais que não seja o foco do trabalho, levantar questões sobre os problemas sexistas ainda maiores presentes na representatividade dos jogos de videogames. É importante então incluir o público feminino como público foco tanto quanto o público masculino, já que ambos os gêneros e principalmente a mulher negra é muito mal representada no mundo dos games.

O Perfil Psicográfico é focado para aqueles que tendem a frequentar mais redes sociais, e possui um ciclo de amigos que é igualmente engajado nas causas sociais e vê a importância no debate do tópico e exige das empresas maior representatividade.

O Perfil Comportamental é justamente focado para aqueles que representam as minorias e que sentem mais necessidade em se expressar com o personagem em tela e assim aumentar ainda mais a imersão durante o jogo. É um público que já se interessa por videogames e se incomoda com a falta de opções que possuem no mercado atual.

2.3.3. PERSONAS

Para a criação do público-alvo, teve-se como foco pessoas que não só estivessem envolvidas diretamente com a área de trabalho, mas que também se interessassem com o tema proposto. Sendo assim, categorizam o público-alvo primário como desenvolvedores e characters designers atuantes na área de jogos eletrônicos. Como público-alvo secundário, foi definido sujeitos que não trabalham ou possuem um ligação direta com a área de jogos, mas que consomem e se interessam pelo mesmo.

Sobre as personas, o conceito é tido como uma espécie de ferramenta de empatia para a melhor compreensão ao usuário, na qual são gerados personagens fictícios

que carregam em sua composição, alguns principais aspectos como; motivação, desejos, expectativas e necessidades, para representar de maneira significativa as características de um grupo mais abrangente, como é dito por Vianna et al (2012). De modo mais sucinto, os autores conceituam as personas como “personagens fictícias, concebidos a partir da síntese de comportamentos observados entre consumidores com perfis extremos” (VIANNA et al, 2012, p.80).

Algo interessante sobre o termo “persona”, é descrito por Adriana Melo e Ricardo Abelheira em suas obras: Design Thinking & Thinking Design: Metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema (2015); é que acredita-se que a palavra faz alusão ao pensamento da psicologia analítica de Jung (psiquiatra e psicoterapeuta suíço) que relaciona a conceitos que estão presentes no inconsciente coletivo da humanidade, significando então algo como “máscara” ou “face” que seria utilizada pelas pessoas para conviver e interagir com outros sujeitos.

Sendo assim, foi elaborado cinco personas que pudessem representar as duas categorias de público-alvo - primária e secundária - assim sendo:



André Luiz

Idade: 27 anos
Estado Civil: Solteiro
Nacionalidade: Brasil
Trabalho: Desenvolvedor de Games

Personalidade: Extrovertido

Característica: desorganizado

Classe social: Média.

Etnia: Branco.

Nível de Interesse sobre o tema:
Baixo

História: André não desenvolve Character de personagem de jogos, porém ele trabalha como desenvolvedor de jogos Indie.

Ele cresceu jogando Contra quando criança, então sua paixão sempre foi a mecânica do jogo e muito pouco na história do jogo. Então sonhou em fazer jogos pensando no gameplay e a sua programação e pouco em causas sociais.

Frase: "Eu ainda irei desenvolver muitos jogos maneiros."

Figura 21: Persona André Luiz. Fonte: Elaborado pelos autores

André Luiz (Figura 21) retratado como alguém de classe média, branco, amante de jogos eletrônicos e que por não atuar na área de Character Designer, mas como desenvolvedor em outras etapas, nunca se preocupou pela criação do personagem em geral.



Li Wang

Idade: 24 anos
Estado Civil: Solteiro
Nacionalidade: Chinês
Trabalho: Character Design

Personalidade: Introvertido

Característica: Disciplinado.

Classe social: Média.

Etnia: Amarelo

Nível de Interesse sobre o tema:
Médio

Li, é uma pessoa descendente da china. Ele trabalha como character designer para Games e ama o que faz.

Joga jogos desde de pequeno e cresceu sonhando em entrar em uma empresa desenvolvedora de games. Ainda está no começo da carreira mas já é um profissional bastante dedicado, civilizado e disciplinado. Em todo trabalho ele dá o suor.

Frase: "A china tem uma cultura riquíssima e que deve ser respeitada (...)"

Figura 22: Persona Li Wang. Fonte: Elaborado pelos autores

Em contraste com a primeira persona: Li Wang (Figura 22) é de descendência chinesa e tem um interesse bem mais elevado sobre o tema. Li jogava jogos desde pequeno e sempre sonhou em trabalhar na área. Hoje em dia ele trabalha como Character Designer e ama o que faz, tendo em mente buscar sempre melhorar as representações de personagens de outras culturas e etnias.



Deyse

Idade: 29 anos
Estado Civil: Casada
Nacionalidade: EUA
Trabalho: Artista

Personalidade: Extrovertida

Característica:
Curiosa/pesquisadora.

Classe social: Média-alta.

Etnia: Indiana

Nível de Interesse sobre o tema:
Alto.

História: Deyse sempre gostou de desenhar. Resolveu partir para a indústria dos games por amar jogar jogos eletrônicos. De uma forma ou outra, ela iria trabalhar com ilustração. Sobre isso, seus pais sempre foram muito tranquilos.

Ela e seu marido jogam juntos nas horas vagas.

Frase: "Quero fazer a diferença com o meu trabalho como Designer no mundo"

Figura 23: Persona Deyse. Fonte: Elaborado pelos autores

Deyse (Figura 23) é uma mulher de classe média-alta, originária da Índia e que mora nos EUA. Sem pensar duas vezes resolveu fazer o que mais ama - Ilustrar! - Ela tem um grande amor por jogos e está sempre fazendo artes e fanarts de seus personagens favoritos. Além disso, seu interesse pelo tema é bem alto, buscando sempre expressar a representatividade essencialmente por meio de suas fanarts e artes de personagens diversos.



Rafa

Idade: 21 anos
Estado Civil: solteiro
Nacionalidade: Brasil
Trabalho: Streamer

Personalidade: Extrovertido

Característica: emocional

Classe social: Média.

Etnia: Branco

Nível de Interesse sobre o tema:
Baixo

História: Rafa mora com os pais e não se preocupa em arrumar um trabalho, apesar de escutar cobranças as vezes. Faz algumas streams de jogos e quase sempre se estressa. Ele leva os games muito a sério e acaba se exaltando facilmente.


As vezes joga com os amigos e outras vezes joga sozinho. Ele consome muita rede social e memes.

Frase: "Eu não jogo pra perder!"

Figura 24: Persona Rafa. Fonte: Elaborado pelos autores

Rafa (Figura 24) é um gamer de classe média, branco, e que faz streams ao vivo de jogos de todos os tipos. Por dar muito valor e atenção aos games, ele acaba se estressando toda vez que está perdendo. Às vezes seus pais o cobram para que ele vá arrumar algum trabalho, mas ele não dá ouvidos. Rafa também nunca se importou com a questão da representatividade e estereotipagem nos games, ele nunca parou pra pensar, porque nunca precisou.

Andrew (Figura 25) é de classe média, preto, e estudante de design. Desde criança ele sempre gostou de jogos eletrônicos, e se imaginava por trás da armadura do protagonista da franquia Halo. Ele também adora adquirir mais conhecimentos sobre questões sociais, como a luta contra o racismo e a importância da representatividade, sendo isso um dos motores para que ele continue nestas lutas. Ele acredita que é possível existir um mundo melhor.



Personalidade: Ativista
Característica: Curioso
Classe social: Média.
Etnia: Negro
Nível de Interesse sobre o tema: Alto

Andrew

Idade: 21 anos
Estado Civil: Namorando
Nacionalidade: EUA
Trabalho: Estudante de Design


História: Andrew se interessa bastante nas causas sociais, apoia o movimento Black Lives Matter. Ele sempre amou videogames, jogava Halo quando criança e se imaginava como o Chief, (protagonista do jogo) por de trás da sua armadura.

Desde então se interessa pelo tema de representatividade e principalmente nos videogames.

Frase: "... Dá muito orgulho ver filmes como Pantera Negra e Aranha verso nos representando de forma tão incrível! (...) Isso é muito importante"

Figura 25: Persona Andrew. Fonte: Elaborado pelos autores

Isabelly (Figura 26) é uma adolescente de classe baixa, parda e que ama jogar games online como among us, junto de seus amigos. Ela está sempre ativa em redes sociais como Twitter, além de também consumir muitas séries, animes e conteúdo do TikTok.



Personalidade: Introversa
Característica: caseira
Classe social: Baixa.
Etnia: Parda.
Nível de Interesse sobre o tema: Média

Frase: "Meu, muito cringe kkj"

Isabelly

Idade: 16 anos
Estado Civil: solteira
Nacionalidade: Brasil
Trabalho: Estudante

História: Joga jogos casuais é muito fã de K-Pop. Participa de fã-clubes do BTS nas redes sociais, e quando tem oportunidade, ela "cancela" alguém. (termo para reprimir um usuário que comete algum ato preconceituoso) Ela adora jogar Among us com os amigos, assiste séries e animes e também consome bastante tiktok.

Figura 26: Persona Isabelly. Fonte: Elaborado pelos autores

2.3.4. MAPA DE EMPATIA

Segundo Vianna et al. (2012), o mapa de empatia é uma ferramenta de síntese de informações sobre o público alvo como uma forma de organizar os dados e pensamentos e assim compreender melhor as necessidades, ganhos e fraquezas do usuário. Portanto, é uma maneira que facilita ainda mais o próprio processo de empatia para as Personas que foram desenvolvidas.

Foram criados então três Mapas de Empatia para três das nossas personas, foram escolhidos o Li Wang (Figura 27), Deyse (Figura 28) e Andrew (Figura 29), já que são as personas com o maior interesse pelo tema, assim foi fundamental entender as suas necessidades em questão para desenvolver a plataforma que melhor atenda a esse público que terá maior engajamento em relação ao projeto em questão.

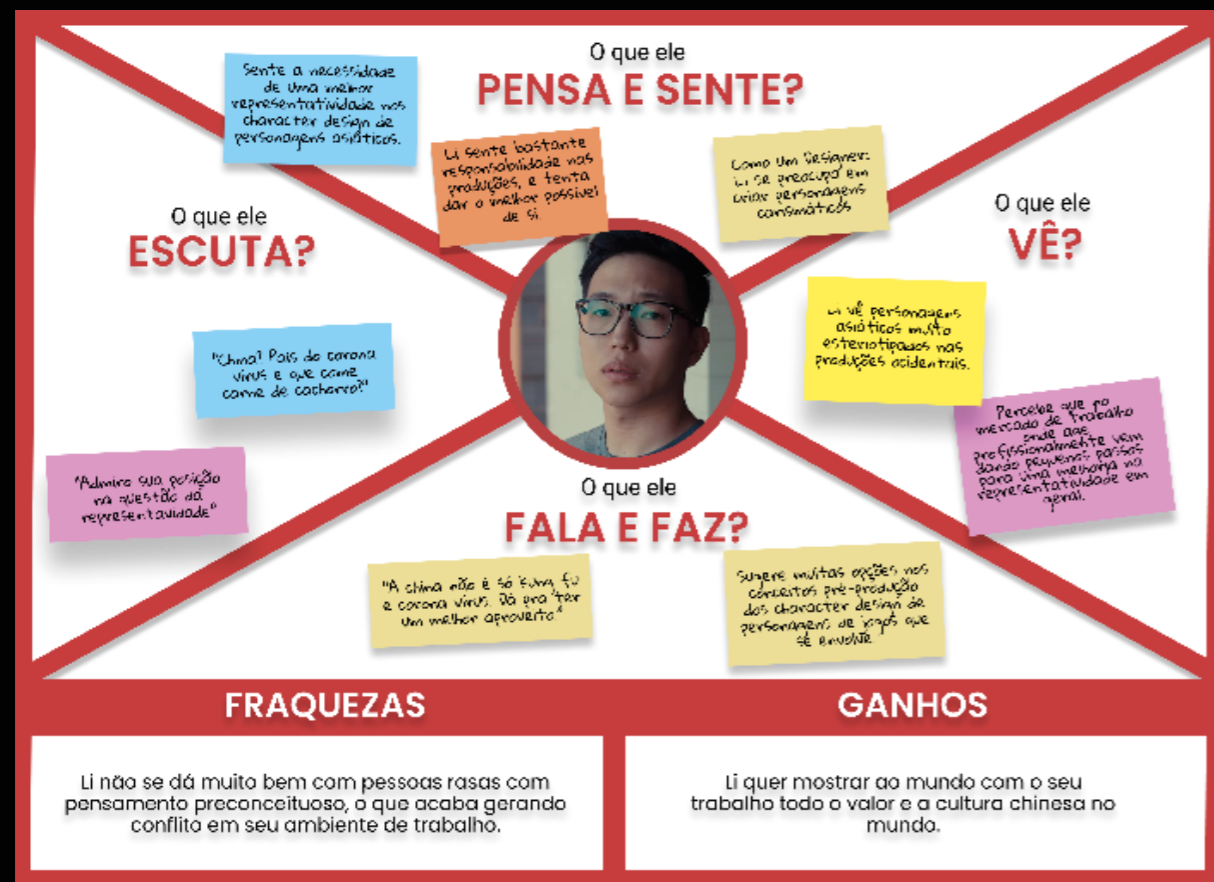


Figura 27: Mapa de Empatia de Li Wang. Fonte: Elaborado pelos autores



Figura 28: Mapa de Empatia da Deyse. Fonte: Elaborado pelos autores



Figura 29: Mapa de Empatia de Andrew. Fonte: Elaborado pelos autores

2.4 IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual de acordo com Teixeira et al. (2012), se trata da união de toda a referência visual que leva a identificação de uma empresa ou produto. Tais referências são informações visuais como os logotipos, os símbolos, as cores, os tipos, as disposições e os arranjos gráficos que precisam sempre se manter dentro de um padrão para estabelecer a consolidação de uma marca e de seu produto.

2.4.1 NAMING

O nome escolhido para o Naming de projeto foi “Paletro”, uma palavra de que vem do Esperanto, uma língua artificial criada pelo médico e linguista polonês Ludwik Zamenhof (1859-1917), por volta de 1887, para ser língua de comunicação internacional, se baseando em uma estrutura simples com inspiração de diversas origens diferentes. O uso dessa língua artificial se baseia em criar uma neutralidade, não privilegiando nenhum país específico no nome do projeto.

Então a partir do conceito do uso da língua do esperanto foi feita uma pesquisa de uma palavra que fosse clara, simples de pronunciar, que tivesse relação com os temas em relação a cores, diversidade, arte e design, e que fosse um nome forte porém que não soasse muito estranho, podendo criar sentidos que desvirtuam-se do projeto.

Assim, foi escolhido o nome Paletro, que significa Paleta - de cores - que carrega em si, a diversidade dos muitos tipos de cores, e nesse sentido em relação ao trabalho, tem como significado representar tanto a diversidade étnica quanto a cultural, que possui em si, muitas características específicas e únicas, sempre acompanhadas de cores.

A qualidade do nome é a facilidade de relacionar o nome nas mais diversas línguas, como na própria língua portuguesa, espanhola e por curiosidade até mesmo o polonês, que se assemelha facilmente com o nome ‘Paleta’ para esses idiomas. E em inglês, francês e alemão que também tem a semelhança com ‘Palette’, até mesmo em russo como ‘Palitra’, turco com ‘Palet’, e em tantas outras línguas asiáticas que também possuem pronúncias semelhantes, como ‘Paretto’ em japonês e ‘palletu’ em coreano, e entre várias outras línguas que possuem variações semelhantes de pronúncias que lembram o significado original.

2.4.2. TIPOGRAFIA

PALETRO

Figura 30: Tipografia para o nome Paletro. Fonte: Elaborado pelos autores

A escolha da fonte - Montserrat, médio - foi obtida por ser uma tipografia mais minimalista, leve e ao mesmo tempo imponente, já que se trata de um tema sério que deve ser tratado com respeito, já que o projeto visa o profissionalismo e respeito entre profissionais e pessoas das mais diversas culturas. Neste sentido, a escolha de uma fonte mais minimalista e geométrica foi buscada e aplicada para agir de forma clara e legível. Seu formato mais geométrico também casa com o conceito de criação de voxels. Seu tamanho também foi pensado e ajustado para que pudesse seguir a linguagem geométrica presente nas peças como um todo. Além disso, a fonte escolhida agrega seriedade para o logo produzido, reforçando a ideia da maturidade do tema.

Para os textos dentro da plataforma, a família tipográfica escolhida é o Roboto, desenvolvida por Christian Robertson, sendo ela uma fonte ideal para a leitura na web, sendo uma tipografia geométrica e não serifada, simples e acessível. Sendo ela seguindo o conceito geométrico do conceito de criação, porém sem se tornar muito rígida ou cansativa.

Um fator importante também entre ambas as tipografias escolhidas é que elas são fontes disponíveis pelo Google nativamente, sendo assim, são fontes que podem ser utilizadas facilmente sem problemas com direitos autorais, e fáceis de serem aplicados em plataformas e programas de edição.

Variações de caracteres da fonte escolhida.

ROBOTO

Paletro Thin
Paletro Thin Italic
Paletro Light
Paletro Light Italic
Paletro Regular
Paletro Regular Italic
Paletro Medium
Paletro Medium Italic
Paletro Bold
Paletro Bold Italic
Paletro Black
Paletro Black Italic

Paletro Thin
Paletro Thin Italic
Paletro Light
Paletro Light Italic
Paletro Regular
Paletro Regular Italic
Paletro Medium
Paletro Medium Italic
Paletro Bold
Paletro Bold Italic
Paletro Black
Paletro Black Italic

Fonte: fonts.google.com

Figura 31: Variações da Tipografia do Roboto. Fonte: Elaborado pelos autores

2.4.3 LOGO

A partir do conceito de criação da união de Voxels e o uso das cores em RGB como metáfora para a representatividade cultural no mundo digital em videogames, foi desenvolvido a ideia de união entre os elementos em voxel. Cada bloco possui uma cor da tríade cromática, apresentando uma intersecção em cada ponta, formando então uma nova cor e representando a partir de cada voxel uma cultura diferente e a união dessas culturas podendo criar ainda mais diversidade e variedade.

Assim, os primeiros esboços e ideias foram surgindo a respeito disso, se tratando de um conceito abstrato e basicamente imaterial, por se tratar de um conceito puramente inspirado no mundo digital. É um trabalho que exige a materialização de tais conceitos complexos de forma que seja compreensível, acessível e com uma mensagem clara sobre a seriedade do projeto, dos seus valores e temas.

PALETRO



Figura 32: Primeiros esboços e ideias para o logo. Fonte: Elaborado pelos autores

Foram desenvolvidas diversas ideias a partir deste conceito, algumas com uma estética agradável, porém abstrata demais sem que pudesse entender do que se tratava. Ou então que acabavam transmitindo uma ideia infantil, como por exemplo visto na ideia inicial do "Prismo" (Figura 32). Foi também pensado em uma construção semelhante a um Voxel Art, porém como logo, sua complexidade e dimensão impediam que se tornasse claro e compreensível visto de muito longe ou em um formato diminuto, e que fugiam demais de uma estética minimalista e simples, se tornando complicadas de se interpretar ou até mesmo de se enxergar claramente. Outras, por fim, criaram interpretações que fugiam dos valores.

Assim, a abordagem que foi mais interessante de se desenvolver, seria algo simples de interpretar-se, e que transmitisse a seriedade de tema, sendo algo maduro e que

remetesse ao mundo digital, em que as cores se tornassem protagonistas da própria identidade.



Figura 33: Identidade Visual Final. Fonte: Elaborado pelos autores

Assim foi desenvolvido o conceito de três voxels com cada cor primária com a sua intersecção formando as cores secundárias. Cada face dos cubos é representada com uma tonalidade diferente, mostrando a tridimensionalidade do Voxel e como ele é composto por pequenas outras partes, como uma cultura formada por indivíduos unidos.

O formato triangular tida atrás das formas cúbicas, serve para gerar uma harmonização entre esses mesmos elementos. Que por si só, é capaz de criar um equilíbrio, unificando os cubos e tornando-os parte de um único símbolo. Este triângulo também representa uma plataforma unificadora entre todos os elementos presente, já que faz alusão ao projeto de uma plataforma colaborativa que abraçará a diversidade, e sua escala diminuta em relação aos voxels, representa a expansão do projeto já que se trata de uma colaboração de todos para uma maior riqueza ao tema trabalhado.



Figura 34: Grid. Fonte: Elaborado pelos autores

O grid também foi pensado para formar uma figura geométrica simples, impactante, e equilibrada, para adquirir a harmonia entre todas as culturas e etnias unidas à plataforma do Paletro. Esse equilíbrio é alcançado também com o espaçamento entre as letras da tipografia em Montserrat do Paletro, para também dar o espaço e respiro necessário a todos e ao próprio logo da plataforma, assim, havendo uma união, mas evitando o confinamento e uma sensação de claustrofobia sem os espaços negativos formados entre os espaços dos próprios voxels.

2.4.4 PALETA DE CORES

A paleta de cores, que dá ao nome do próprio projeto, é parte crucial da identidade, como anteriormente abordado. Foi escolhido as cores primárias digitais para compor a identidade central da marca, porém nas intersecções dessas cores, foi utilizado também as variações com as cores secundárias para representar a mistura de culturas que se formam e a homogeneidade criada com a união de culturas diferentes.

Como a identidade se tratar de 6 cores diferentes, e com cada cor com certas variações tonais, para evitar que ficasse visualmente dissonante, e que não causasse tanto desconforto com tantas cores vibrantes, as cores em suas tonalidades mais

escuras e mais claras foram dessaturadas com uma intensidade que não chamasse muita atenção, ressaltando as cores médias com um tom mais vivo e saturado, já que como se trata de enaltecer as cores, também não poderia faltar cores vivas e vibrantes. Assim, tais pontos de saturação foram pensados em compor a arte e dar a vida que as cores precisam, porém não de competir com a atenção e se tornar cansativo a vista.

Vermelho	Amarelo	Verde	Ciano	Azul	Violeta
#9e2338	#cc8b09	#217723	#217723	#16327e	#bd1ac6
#d31616	#efb025	#6bb71a	#11afd3	#2b4aa7	#db2de0
#dd4747		#acd618		#3366e5	

Figura 35: Paleta de cor. Fonte: Elaborado pelos autores

Vale ressaltar também que as cores são fundamentais para representar que cada cor é única, tem seu valor e servem como celebração a todas as culturas, logo, a utilização não será aproveitada de forma que certa cor dê uma conotação mais positiva do que outra, ou vice e versa. Ou seja, não será utilizado a convenção do vermelho como um sinal negativo, como uma mensagem de erro, e sim como uma cor que chame a atenção e tenha sua presença, mas para representar tais culturas, terá o cuidado de não dar valores positivos nem negativos quanto aos seus significados.

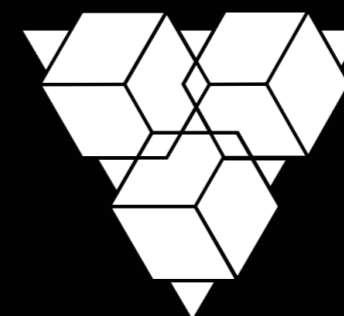
Essa abordagem também servirá como um guia para que o conceito de criação seja acessível até mesmo para pessoas com daltonismo, já que assim, pessoas que não conseguem diferenciar tonalidades cromáticas diferentes não terão problemas em diferenciar cada função de cada cor, justamente porque não serão atribuídos funções práticas para nenhuma delas, logo, sinais como erros ou como certo ou errado não terão uma cor única pensado para esse significado. Esse tipo de abordagem também foi utilizada no Game Design do jogo The Outer Worlds de 2019, como foi mesmo explicado por Josh Sawyer, designer que trabalhou no desenvolvimento do game, assim,

o jogo foi desenvolvido para ser inteiramente jogável sem informações de cores, já que Tim Cain - um dos diretores do jogo - possui um tipo de daltonismo que faz ele enxergar basicamente de forma monocromática (THEGAMER, 2019).

Dessa forma, a valorização das cores e a paleta de cores das suas culturas são representadas por seu valor inerente, e não como uma função de ser algo bom ou ruim em nossa plataforma. Sendo assim, será uma forma de acessibilizar aqueles que talvez não consigam diferenciar essas nuances, tanto culturais, quanto da própria paleta de cor, dizendo a essas pessoas que não tem problema não ver tais cores ou diferenças, e mesmo assim cada cor tem o seu valor próprio.

Mesmo com a identidade tendo como foco a utilização de várias cores para representar a diversidade cultural neste projeto, ainda assim, se tem em mente a importância da flexibilidade que o logo precisa ter para que possa ser utilizado sem as suas cores para os mais diversos motivos, foi desenvolvida a sua versão em preto e branco da marca, ressaltando a tridimensionalidade dos voxels e suas interseções por meios de contornos, estando ao fundo tanto do branco quanto do preto.

PALETRO



PALETRO



Figura 36: Versão do logo em preto e branco. Fonte: Elaborado pelos autores

2.4.5. ICONOGRAFIA

Para a criação dos ícones da plataforma foi projetado de forma que todos os ícones sigam um padrão e consistência visual entre eles e pela própria estética do conceito de criação poligonal pensado em voxels, assim, todas formas seguem de maneira geométrica em um visual hexagonal como base, já que a forma do hexágono é formado na silhueta dos voxels.

Como abordado por Steve Krug (2000) é muito importante para um site que convenções sejam seguidas, já que assim o usuário não precisa reaprender novamente de zero cada significado dos ícones e símbolos utilizados em cada site que entra, assim, os ícones mais comuns e utilizados mantiveram o mesmos símbolos e objetos comuns em outras plataformas, sendo então apenas adequados para o estilo geométrico adotado pela plataforma (Figura 37).

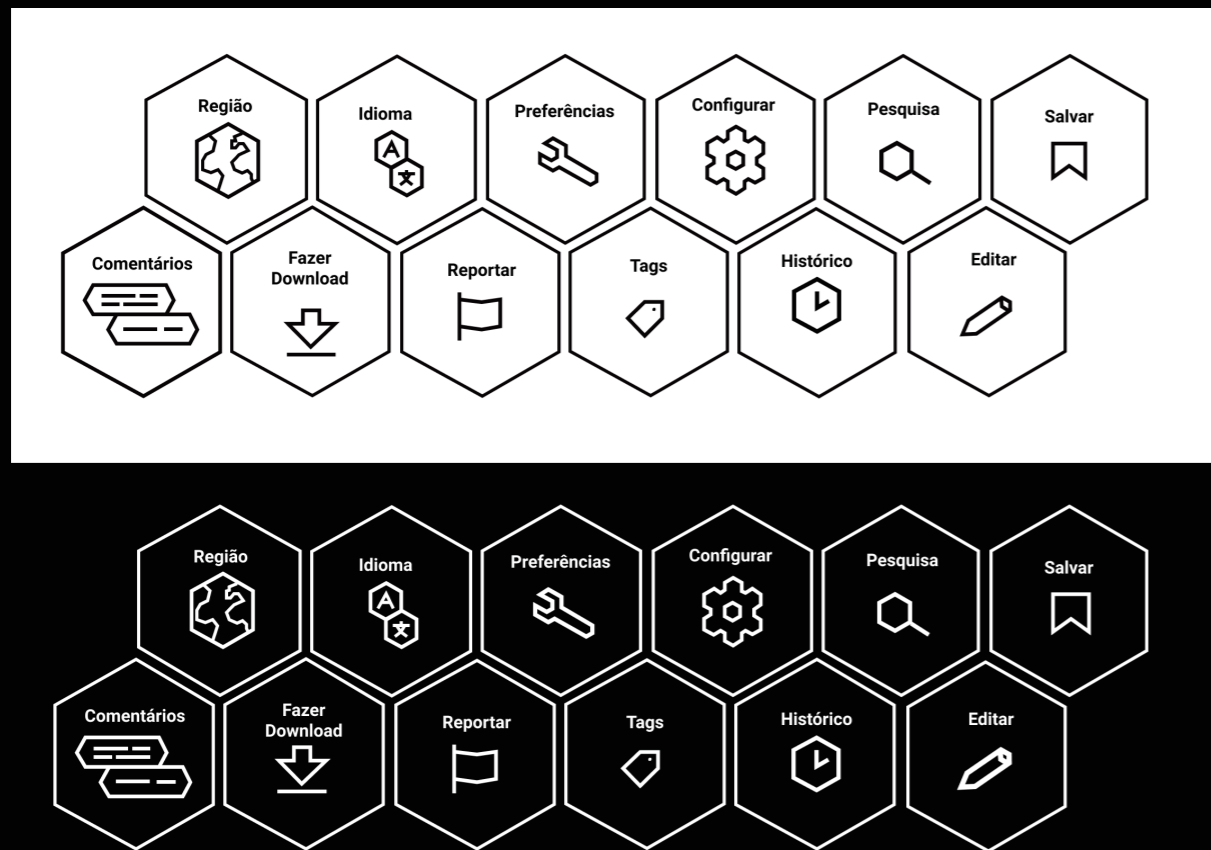


Figura 37: Ícones. Fonte: Elaborado pelos autores

Os ícones também foram pensados em serem monocromáticos justamente como abordado anteriormente em relação a paleta de cor, para que não seja atribuído

valor ou informação de cores como função a nossa plataforma, e que seja facilmente identificado por si só a partir da iconografia seguindo a estética isométrica que foi desenvolvida para o conceito do projeto.

2.5 AÇÕES PROJETUAIS

A partir do estudo e análise do tema, o objetivo principal deste projeto é fazer o possível utilizando dos fundamentos do Design Digital, para discutir e oferecer alternativas para ampliação da representatividade de personagens de diversas etnias e culturas na indústria dos games. O foco então é buscar nos jogos maior diversidade dos personagens, mantendo sua função e valores positivos para a sociedade. E a partir do Design Instrucional, entendendo o character designer como responsável profissional pelos trabalhos que produz, gerar um olhar crítico sobre a representação problemática de personagens de games e dar uma base respeitosa para que ele possa desenvolver trabalhos melhores.

Sendo, assim os objetivos específicos em que o projeto busca atingir com nossa ação projetual é:

- Sensibilizar os desenvolvedores sobre a questão de representatividade nos personagens e nas narrativas dos jogos;
- Oferecer aos jogadores mais opções de personagens jogáveis para melhor imersão do jogador a partir da identificação com o personagem de acordo com suas características étnicas e culturais;
- Aplicar conceitos de Design da Informação para conscientizar e contribuir na compreensão da importância da presença da representatividade étnica-cultural nos jogos eletrônicos;
- Corresponder com uma melhor imersão para os jogadores que sofrem com uma má representação expostas em personagens de games.

Tendo tais objetivos em mente, para que seja possível atingir diretamente characters designers e desenvolvedores de jogos para fazer diferença na indústria será desenvolvido uma Plataforma Online de Artbooks Cooperativos. Tais Artbooks funcionarão como um guia e uma metodologia de como desenvolver de forma respeitosa e

positiva personagens das mais diversas etnias e culturas. E se tratando de Artbooks eles servirão como inspiração para artistas e designers que se interessam pelo tema, e também por amantes da área, entusiastas, e pessoas que se interessam por artes no geral, sendo assim uma plataforma que poderá ser apreciada por todos.

Porém, com a profundidade do tema e a limitação dos próprios autores de suas próprias experiências e vivências como brasileiros e latinos, para obter maior riqueza para os Artbooks, será fundamental a expansão do conhecimento com mais pessoas, das mais diversas culturas. Portanto, como forma de expandir o projeto, estes Artbooks serão veiculados em uma plataforma online em que outros artistas e character designers do mundo todo possam colaborar adicionando mais trabalhos referenciais, e também acrescentar sobre o próprio ponto de vista em relação ao tema. Criando assim, uma comunidade unida em prol do desenvolvimento de character designers com uma riqueza de culturas que só serão possíveis a partir de pessoas com a experiência e a vivência real sobre todos os temas abordados, permitindo uma pluralidade cultural no projeto.

Esta plataforma então terá várias categorias de Artbooks focados em temas diferentes, assim sendo possível que cada tópico que será abordado em relação a representatividade possa ser encontrada mais fácil a partir do interesse do usuário em aprender sobre um tema em específico, e até mesmo para um criador de conteúdo possa escolher um tópico que irá aprofundar de acordo com seu nível de expertise em cada assunto.

Entretanto, uma plataforma como esta exigirá diretrizes e uma moderação restrita para que a comunidade não saia do foco e de sua proposta. Com o objetivo de pessoas que trabalham na área que possam acrescentar suas perspectivas, é necessário filtrar quem será possível comentar, escrever e adicionar conteúdo no Artbook, já que sem um filtro, a plataforma será completamente vulnerável a ataques de pessoas má intencionadas com o objetivo de sabotar os artbooks, ou até mesmo de pessoas sem o preparo ou repertório que possam adicionar um conteúdo que não agregará ao tema. Já que isso é muito presente em outras plataformas cooperativas como a Wikipédia, que por ser aberta, acaba se tornando comum encontrar conteúdos alterados indevidamente, resultando em uma má reputação para o site. Neste sentido, para que seja possível filtrar tais pessoas, será utilizado uma medida de verificação de artistas e designers para que possam fazer parte da comunidade, um sistema semelhante a plataforma do ArtStation, que tem como foco total aos artistas, dando permissão para publicarem seus projetos fazendo com que somente outros membros da área possam comentar e dar feedback quanto a outros trabalhos. Para desenvolver tal comunida-

de exclusiva para artistas, não basta apenas a criação de uma conta, mas também é necessário publicar uma arte autoral na plataforma, validando o fato de que o usuário também é um artista.

2.6 FLUXOS

Com toda a conceituação da ação projetual, para que se possa organizar e compreender o processo e navegação da plataforma de forma clara, foi transcrito por meio do sistema de fluxograma, as etapas que o usuário enfrentaria em no site proposto como ação projetual.

O fluxograma propõe um processo de hierarquia em relação a navegação na plataforma, seja ela mobile ou desktop. Ela serve como uma base para a elaboração de etapas que serão inseridas no sistema que será projetado, servindo como um guia para a composição da ideia como um todo, para que a partir disso possa ser criado as futuras projeções finais da plataforma, que no momento final será navegado pelos usuários.

Nossa elaboração do fluxograma passa por etapas como a página inicial da plataforma de Artbooks, que a partir dela, sugere caminhos como: Artbooks; Login; Sobre o projeto; Idiomas; Pesquisar; Todos tendo um caminho próprio para um motivo específico, ajudando com o que o usuário necessita no momento. A exploração pelo site facilitará a interação do usuário com a plataforma, justamente por não entregar informações com caminhos muito complexos, mas sim caminhos claros e objetivos para uma fácil absorção e interação, o que contribui muito com a experiência do usuário.

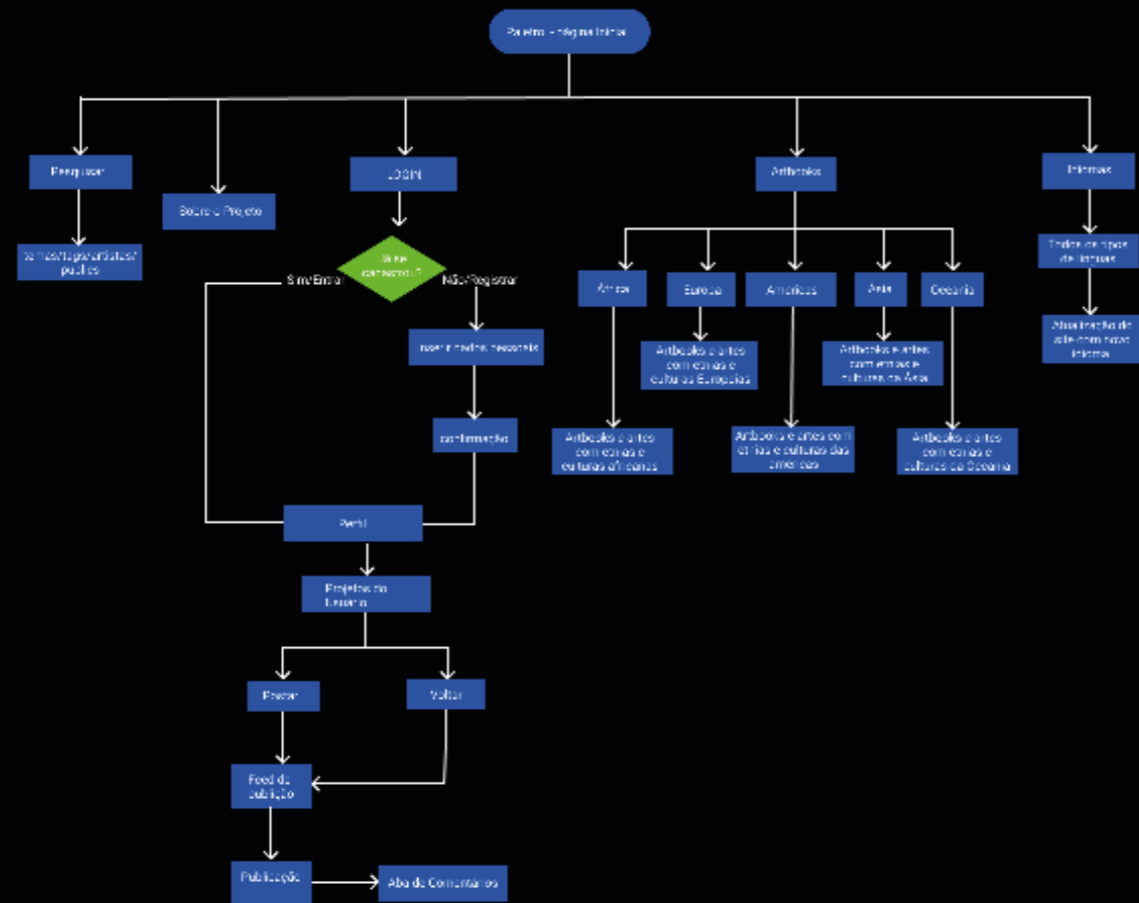


Figura 38: Fluxograma. Fonte: Elaborado pelos autores

2.7 WIREFRAME

Após o desenvolvimento do Fluxograma e suas principais funcionalidades, o próximo passo foi desenvolver um wireframe, que é uma espécie de pré-produção, quase como uma espécie de rascunho ou simulação, voltado para a projeção da interface de alguma plataforma em que o projeto funcionará futuramente.

Os Wireframes foram desenvolvidos com o foco para o desktop já que o uso do computador é a principal ferramenta de trabalho para o público alvo de desenvolvedores de jogos, artistas e designers. Foi criado então, quatro wireframes diferentes que idealizam uma simulação das etapas propostas pelo site de Artbooks, Paletro.

Figura 39: O primeiro wireframe simula a interface inicial da plataforma Paletro, mostrando um grande layout que apresentaria e transitaria entre algumas artes do site, mostrando um pouco do que pode ser encontrado dentro do mesmo. Ainda no primeiro

wireframe, o usuário já recebe logo de cara algumas legendas contendo informações básicas sobre o que o usuário irá encontrar dentro da plataforma, e caso seja de sua curiosidade, o botão de “Ler mais” estará disponível para mais informações. Um pouco abaixo dentro de três hexágonos, também é apresentado alguns grupos que abrangem conteúdos gerais, como; Artbooks mais recentes; Artbook recomendado; e Discussão do momento. Cada um dos hexágonos recebem uma arte que muda a cada semana, acompanhado de uma legenda com o tema específico, fornecendo ao usuário a possibilidade de explorar tais temas.

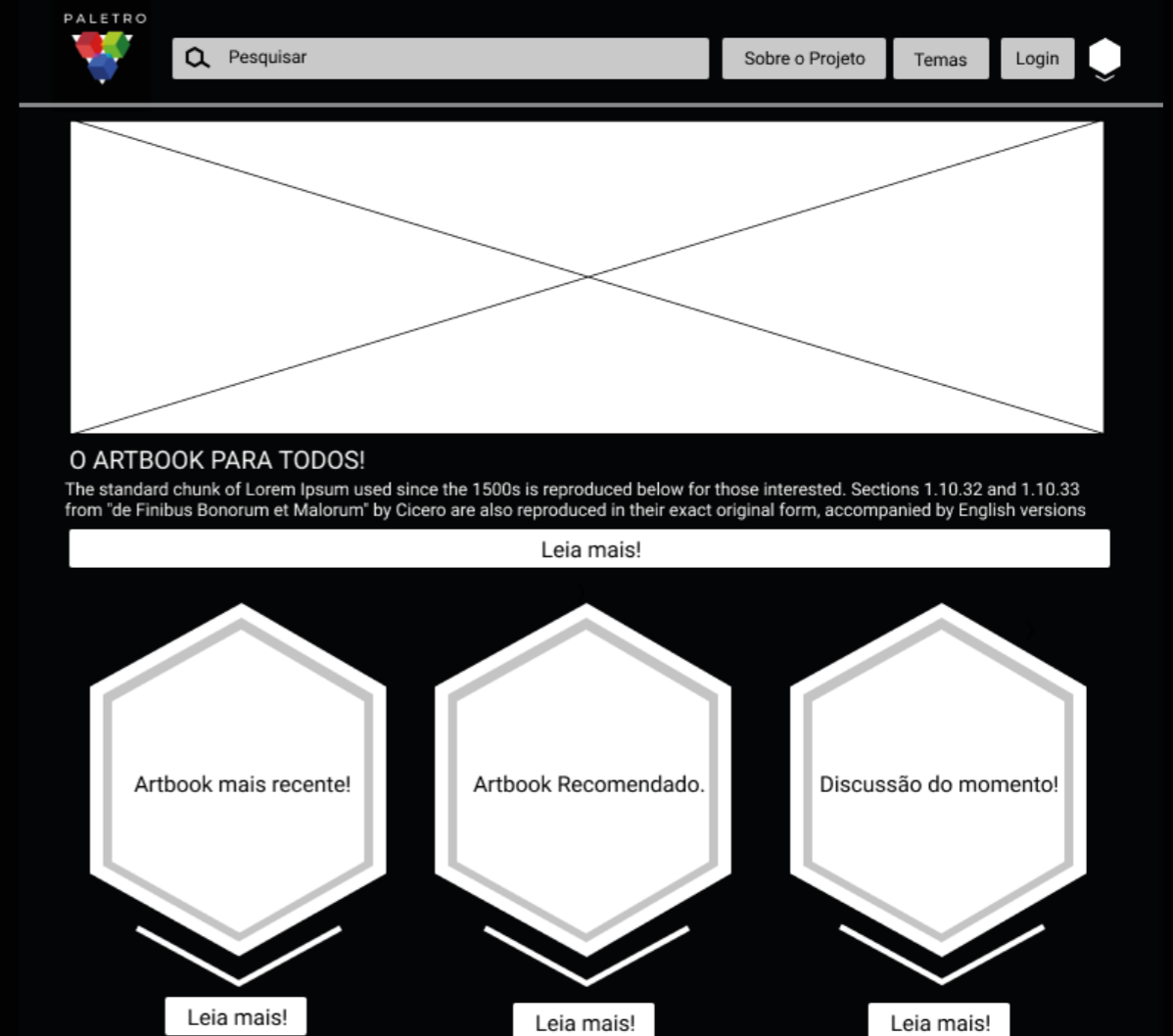


Figura 39: Wireframe da Tela inicial. Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 40: Neste wireframe é apresentado a interface da interação do usuário ao clicar para visualizar alguma arte. A arte publicada se expande tomando a maior

porcentagem do centro e lado esquerdo da tela, possibilitando a melhor visualização da imagem selecionada. Ao lado direito é gerado juntamente com o zoom da arte, uma caixa especificamente para as informações do trabalho publicado e interação dos usuários com a publicação do autor. Nesta mesma caixa ao lado direito, é possibilitado que o usuário possa dar sugestões, escrever algum tópico ou a partir dali, explorar temas semelhantes a arte postada.

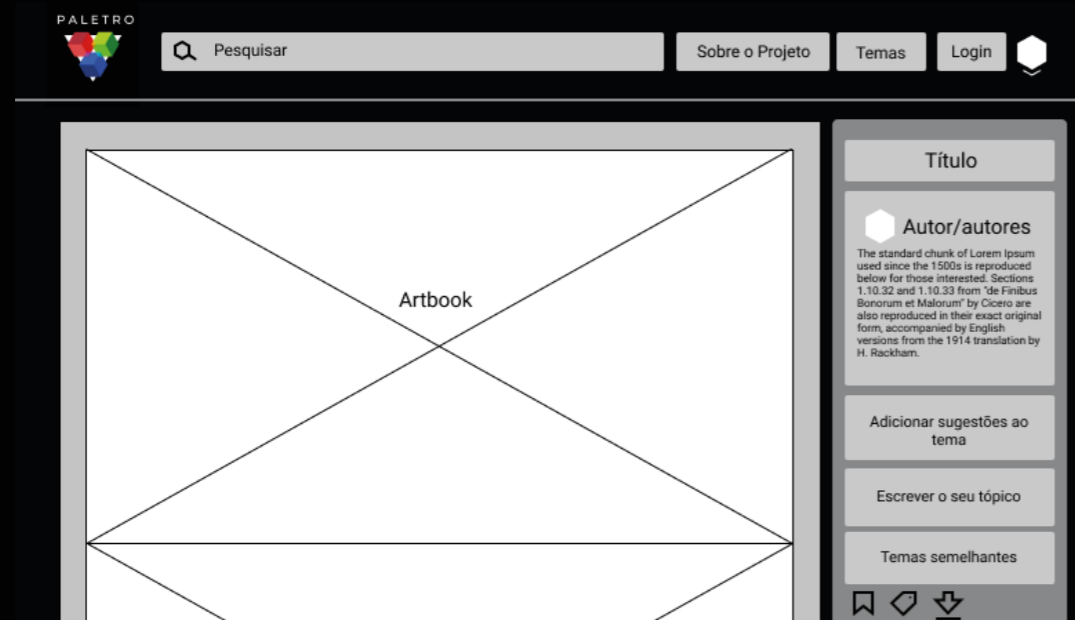


Figura 40: Wireframe da Visualização do Artbook. Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 41: O wireframe a seguir, possui como elemento básico da plataforma, a barra de pesquisa, juntamente dos botões; Sobre o projeto, temas, login e o perfil. Dessa vez se tem como diferencial a opção e exploração de temas básicos relevantes propostos pela plataforma. Grandes botões em formato hexagonal com uma arte específica ao fundo de acordo com o tema abordado separariam cada assunto específico.

Na ação de selecionar um tema, carrega-se uma aba abaixo com o assunto escolhido, composto por um trabalho publicado e devidamente selecionado para representar tal tema. Acompanhado da arte, uma legenda e um pequeno texto com informações do autor da produção e uma breve descrição sobre o que tema selecionado aborda. Logo abaixo dos textos, um botão para conhecer outros trabalhos é tido justamente para uma exploração mais ampla do tema.

Ainda na mesma aba, são carregadas outros trabalhos em relação ao assunto

selecionado, dando a possibilidade para que o usuário possa explorar por ali mesmo, outros trabalhos que lhe possam chamar a atenção.

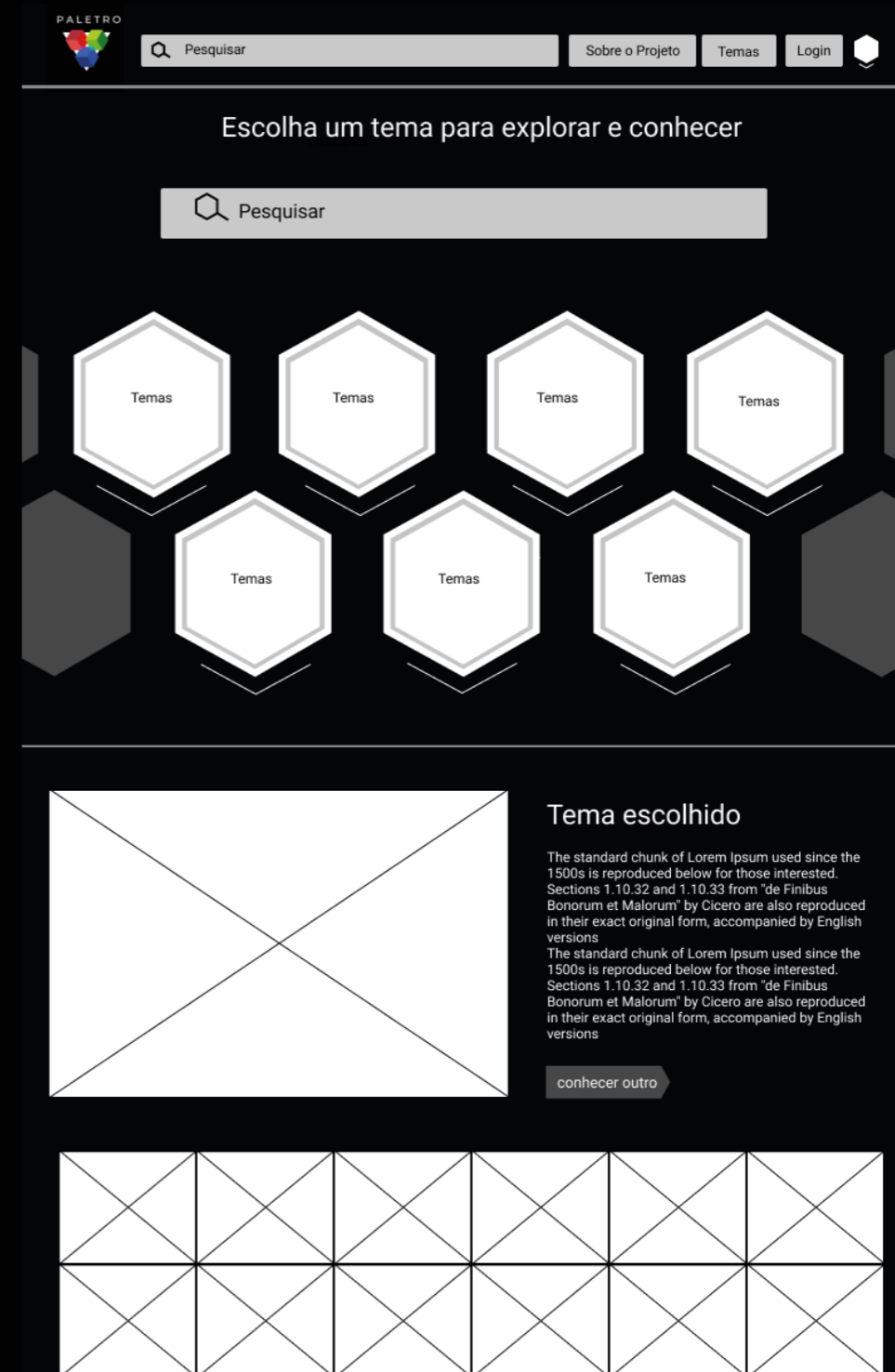


Figura 41: Wireframe da tela de Temas. Fonte: Elaborado pelos autores

2.8. LAYOUTS INICIAIS

Os layouts foram elaborados a partir dos wireframes produzidos anteriormente. Com um melhor acabamento, os layouts representam a elaboração da interface do projeto próximo a sua forma final, design este que seria implementado no lançamento oficial da plataforma. O layout que é apresentado em questão, foi produzido para retratar a interface inicial do site proposto, contendo em sua composição ícones padrões vistos em redes sociais, para que o usuário interaja a partir do seu interesse com o que a plataforma tem a oferecer. A customização do perfil em si, não se difere muito de outros aplicativos com perfil editável, tendo as mesmas opções, mas claramente voltada aos objetivos do site.

Sobre as primeiras informações apresentadas pelo projeto, mostram Concept arts, splash arts, ou modelos em 3D com temas abordados pelo projeto e com grande relevância - seja por curtidas ou pelo desempenho projetual do artista - feito por usuários do site, que serão escolhidos por moderadores do site e transitarão em 5 imagens - cada uma pertencente a um autor diferente - em um painel servindo como exemplos de trabalhos a serem encontradas na plataforma. Acompanhado a este painel, legendas dentro de um grande botão, descrevem de forma sucinta a proposta do site.

Logo abaixo, botões interativos que categorizam publicações em grupos como; Comunidade, Tendência, Recente e Seguindo, organizam separadamente publicações relevantes que sejam do interesse do usuário. Em cada um deles, atualizações de Posts são encontradas a partir da filtragem estabelecida por cada uma dessas categorias. Um botão no formato de uma espécie de seta apontada para baixo, disponibiliza a opção para "ver mais", abrindo uma rolagem para a visualização de mais trabalhos dependendo da categoria selecionada.

Na próxima etapa para usuário, lhe é oferecida a possibilidade de explorar por temas dentro da plataforma. Podendo ele mesmo pesquisar por temas do seu interesse, ou selecionar em temas pré-apresentados logo abaixo da barra de explorar, deixando-o livre para optar por estes caminhos, ou simplesmente seguir em frente.

Mais abaixo, é descrito as intenções da plataforma, mostrando com pequenos textos e algumas transições de imagens, trabalhos que poderão ser encontrados, apreciados e tidos como inspiração para outros usuários que querem ingressar nesta comunidade, ou simplesmente estão visitando e dando uma rápida olhmosada. Nesta etapa, os resumos apresentados servem como guia para orientar os usuários e informá-los

também, brevemente, sobre os valores e as questões da representatividade e que o site executa.

A partir da elaboração do layout, também foi idealizado sua versão em modo Diurno, para os usuários que preferem o uso de um site mais claro (Figura 44). Deixando assim, a escolha do usuário da forma que mais agrada.

Mesmo que a plataforma seja pensada primariamente para o seu uso em Desktop, também foi elaborado a responsividade do uso em dispositivos móveis (Figura 45), já que mesmo que a melhor experiência do usuário seja pelo computador, é importante a flexibilidade de ser compatível para pessoas que ainda utilizam principalmente o celular, como o público-secundário de jogadores, ainda mais os players de jogos mobile.

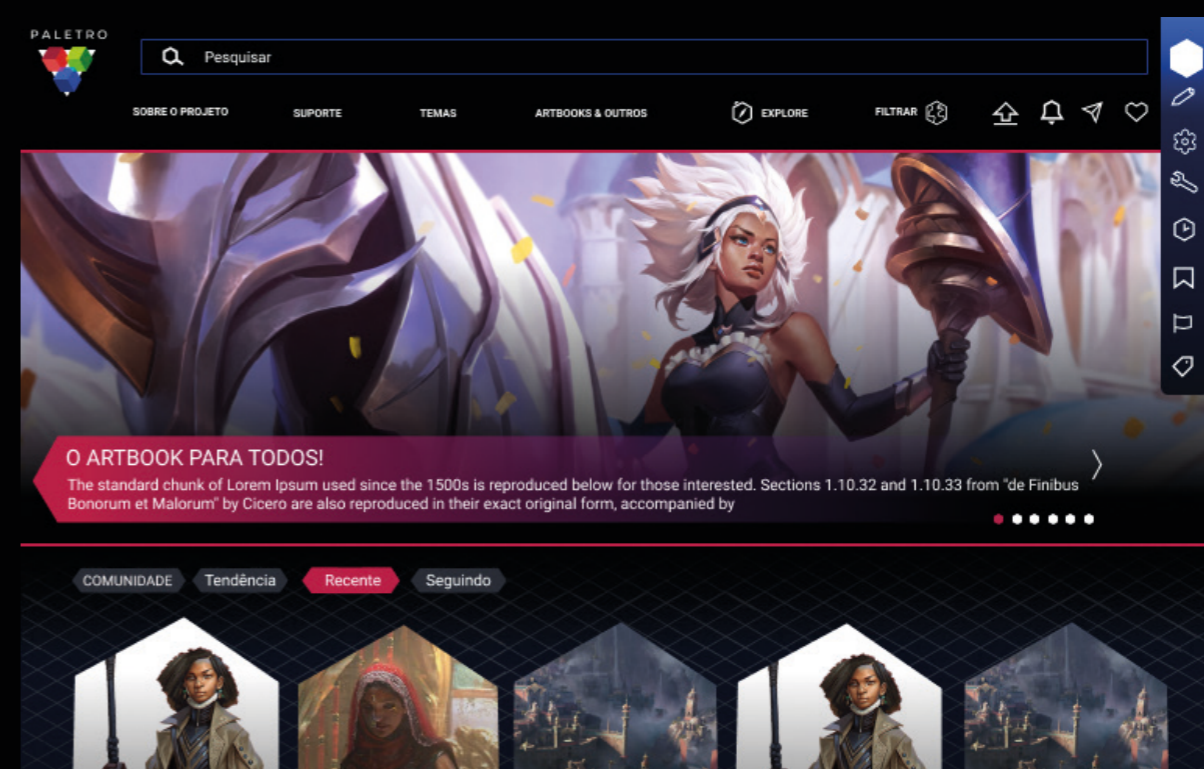


Figura 42: Layout do modo Diurno da Plataforma. Fonte: Elaborado pelos autores.

Imagem ilustrativa de como a interface se encaixaria no tamanho da tela de monitor padrão 1920x1080.



Figura 43: Layout do modo Noturno da Plataforma. Fonte: Elaborado pelos autores.

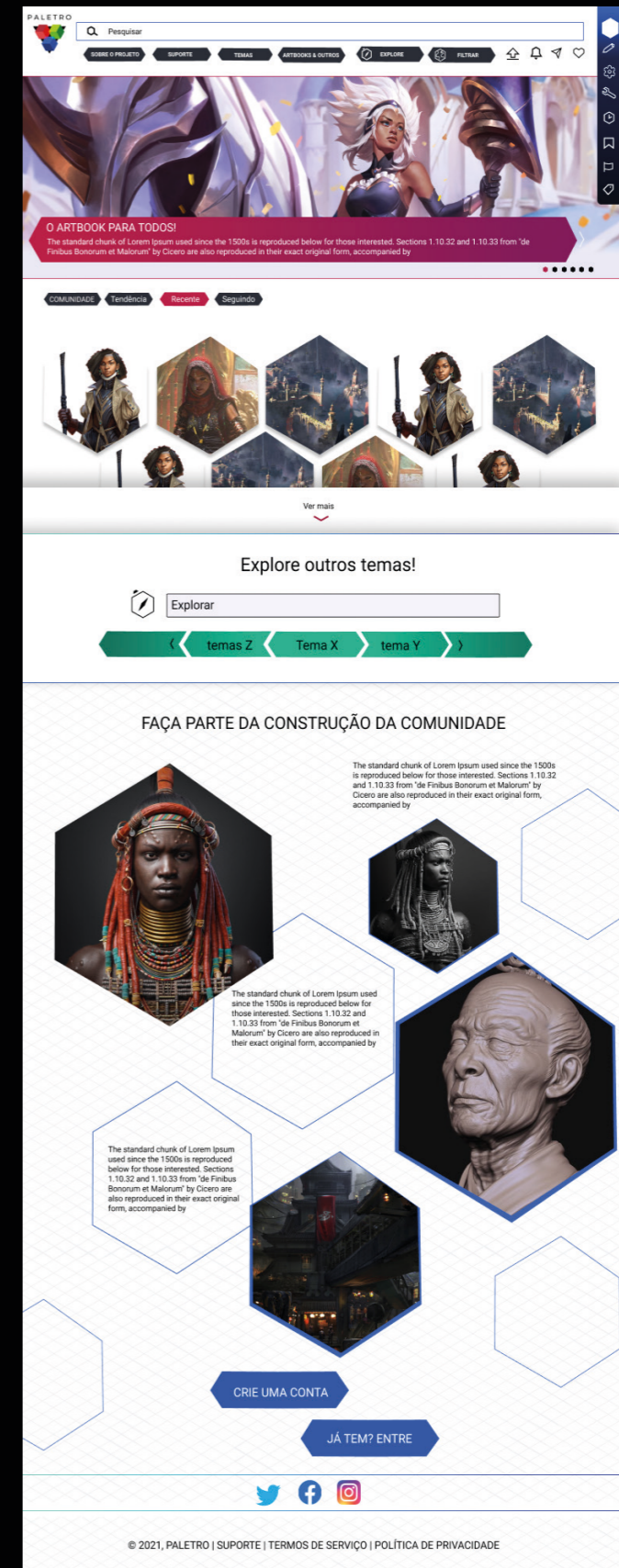


Figura 44: Layout do modo Diurno da Plataforma. Fonte: Elaborado pelos autores.



Figura 45: Layout do Mobile da Plataforma. Fonte: Elaborado pelos autores.

CAPÍTULO 3 - PROTÓTIPOS E TESTES

Este capítulo é focado em relatar o processo de prototipação da plataforma Paletro juntamente com a aplicação de testes com usuários selecionados, e então analisar os resultados e feedbacks recolhidos com os testes e atualizar o projeto visando melhorar o resultado final. A etapa de prototipação é essencial para a metodologia de Design Thinking em que o projeto segue, e para a elaboração dos testes foi aplicado o método da escala de Likert⁶ e as Heurísticas de Nielsen para a construção da plataforma.

3.1. PROTÓTIPO

De acordo com Vianna et al. (2011) o protótipo é uma forma de tangibilizar uma ideia, passando do abstrato para o físico e assim entender como funciona tal conceito na prática e propiciar validações. Tendo isso em mente, o processo de desenvolvimento do protótipo é essencial tanto para a equipe conseguir compreender como ficará o resultado final do projeto enquanto projeta e percebe alterações do processo de desenvolvimento, quanto permite ser testado por usuários e assim podendo ser avaliado e dar a equipe insumos para correções e aperfeiçoamentos (VIANNA, et al, 2011).

Portanto, foi desenvolvido um protótipo interativo da plataforma utilizando o software colaborativo Figma, para que assim usuários possam utilizar o site e ter uma noção mais palpável do projeto final com as suas funcionalidades principais. E para a construção da plataforma e a elaboração das perguntas, foram utilizadas as 10 Heurísticas de Nielsen como base teórica. Tais Heurísticas foram desenvolvidas por Jakob Nielsen e são um conjunto de fatores para analisar a usabilidade de interfaces e identificar problemas nas mesmas (NIELSEN, 1994).

Segundo o próprio Nielsen (1994), as dez Heurísticas consistem em:

1. Visibilidade dos Status do Sistema: O design da plataforma precisa informar os usuários o que está acontecendo com o site, indicando o devido feedback de suas ações e conteúdos.
2. Compatibilidade entre o Sistema e o Mundo Real: A plataforma precisa ter uma

⁶ A Escala de Likert, criado por Rensis Likert em 1932, é um dos métodos mais utilizados para questionar uma pessoa sobre seu nível de concordância ou discordância com uma declaração e não se limitar em respostas como "sim" e "não".

linguagem condizente com o mundo real e ser de acordo com o conhecimento do usuário, tendo os termos e comunicação apropriados para o seu conteúdo.

3. Controle e Liberdade para o usuário: Dar a liberdade e controle ao usuário de fazer e refazer ações que eles desejarem.
4. Consistência e Padronização: É importante que o design seja consistente e padronizado para que não haja confusões sobre quais opções são interativas e o que elas fazem e querem dizer.
5. Prevenção de Erros: Desenvolver uma plataforma que avise os usuários de suas ações evitando erros com instruções claras.
6. Reconhecimento ao invés de Memorização: Os usuários não devem precisar memorizar todas as funções da plataforma, sendo assim importante que tais funções estejam sempre claras e disponíveis para o acesso quando o usuário precisar delas.
7. Eficiência e Flexibilidade de uso: Disponibilizar atalhos para usuários mais experientes podendo navegar de forma mais ágil e fácil.
8. Estética e Design Minimalista: Interfaces não devem conter informações que sejam desnecessárias. Então é importante deixar apenas o conteúdo e informação relevante para o usuário.
9. Ajude os usuários a reconhecerem, diagnosticarem e recuperarem-se de erros: É importante que o aviso de erro seja claro, compreensível e que permita o usuário identificar qual é o problema e porque ocorreu.
10. Ajuda e Documentação: É importante que, se necessário, haja uma explicação mais aprofundada dos recursos e funcionalidades da plataforma caso o usuário precise entender melhor e tirar dúvidas.

Tendo em mente todas as heurísticas, foram desenvolvidos todos os recursos disponíveis do protótipo pensando em atender todos os requisitos previstos pelas dez heurísticas de Nielsen, para que a experiência do usuário seja a mais satisfatória e completa possível.

Se tratando de um protótipo, não foram desenvolvidas todas as funções que o projeto visa propiciar, mas apenas as principais e mais fundamentais funções, sendo elas: Criar uma conta dentro da plataforma, explorar a tela inicial com todas as infor-

mações principais sobre o projeto e o site, explorar o menu de Artbooks que estará disponível o Artbook principal com o conteúdo criado pelos autores deste projeto, e a funcionalidade do usuário criar o seu próprio Artbook e conteúdo.

É relevante também abordar o nível de fidelidade proposto pelo protótipo, Vianna et al. (2011) aborda como um protótipo pode ser categorizado em 3 níveis, baixo, médio e alto em sua fidelidade, para compreender o quão próximo será da solução final. Tendo isso em mente o nível de fidelidade do protótipo buscou se tratar do mais próximo possível do projeto final, porém com suas devidas limitações, já que se trata de um protótipo programado via Figma, os usuários que farão os testes não terão as mesmas condições e experiências de um site real.

Os protótipos foram desenvolvidos então para a sua navegação em Desktop, e em seu visual noturno, por mais que o projeto final é pensado para também possuir sua versão responsiva para mobile, para o protótipo em si foi ideal seguir a navegação focada para o uso em computadores e notebooks, justamente por ter como seu público-alvo artistas e designers que utilizam justamente o computador como principal meio de trabalho. E a partir do momento que o layout inicial que foi desenvolvido teve que ser adaptado para ser de fato interativo e funcional, percebemos diversos problemas com a sua versão anterior, tanto quanto acúmulo de informações não úteis para a navegação que iam contra a heurística “Estética e Design Minimalista”, como funções que não funcionavam nem agregaram a plataforma, e assim várias adaptações foram feitas e chegando no resultado final para a apresentação e tomada de testes.

Deste modo, desenvolvemos um total de nove telas principais para a introdução e navegação do usuário em relação ao desenvolvimento de artbooks:

- Tela - Home sem login;
- Tela - Home cadastrada;
- Tela - Cadastro;
- Tela - Perfil;
- Tela - Introdução aos Artbooks,
- Tela - O Artbook Para Todos;
- Tela - Pré-criação do artbook,
- Tela - Template pronto para criação e configuração do artbook;
- Tela - Criação livre para artbook.

TELA - HOME SEM LOGIN



Figura 46: Home Sem Login. Fonte: Elaborado pelos autores.

A página inicial home, é composta por uma interface inteiramente escura (noturna) com reforços em azul escuro, e utilizando-se para destaques e detalhes, cores em tons de vermelho e verde, que fazem relação ao conjunto RGB.

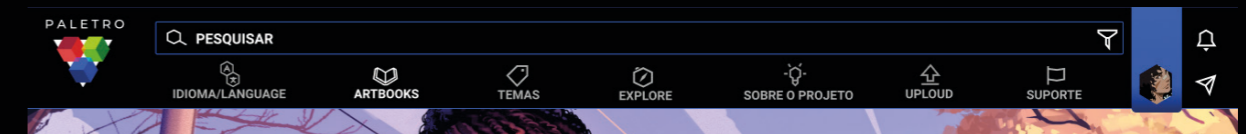


Figura 47: Barra Superior. Fonte: Elaborado pelos autores.

Na parte superior esquerda temos em destaque o logo do site que se posiciona dentro de uma aba retangular preta que cobre todo canto superior da tela, da direita à esquerda. Dentro dessa aba retangular é tido uma barra de pesquisa com sete botões, sendo em ordem: Idioma/Language, Artbooks, Temas, Explore, Sobre o projeto, Upload e Suporte.

Resolvemos posicionar o botão Idioma/Language em primeiro, para que os usuários de outros lugares do mundo possam facilmente encontrar esta opção e alterá-la de acordo com sua língua natal. Ao lado, temos o botão Artbook que foi posicionado para também ser facilmente localizado já que carrega o propósito do site. O botão tema posicionado logo ao lado, facilita os usuários que procuram por temas para poder navegar pela plataforma. O botão Explore não é muito diferente, ele possibilita facilmente uma exploração geral por trabalhos/Artbooks em todo o site.

Em seguida, o botão Sobre o projeto estende a possibilidade de uma informação mais rápida e objetiva sobre o que a plataforma Paletro se trata. Por fim, os botões Upload e Suporte aplicam o mesmo propósito dos demais botões, que é o rápido acesso para ações que provavelmente se mostrariam essenciais no decorrer da navegação do usuário dentro do site de artbooks. Porém pela demanda de trabalho a ser desenvolvido durante uma quantidade de tempo limitado, desenvolvemos apenas a navegação do botão de Artbooks, já que este é o foco do nosso projeto. Além dele também conseguimos desenvolver a interação do botão Cadastrar/Entrar, posicionado no canto superior direito.

Logo abaixo dando destaque, algumas artes da comunidade transitarão mostrando um pouco das artes mais populares da semana. Neste mesmo pedaço, uma aba

clivável em tons derivados do RGB é posicionada para destacar legendas com informações da plataforma e artbooks.

Seguindo a rolagem, criamos três botões para classificar categorias dos conteúdos postados, sendo: Comunidade, Recente e Seguindo. Em cada uma dessas opções revelam uma galeria de produções feitas dentro da plataforma que correspondem a cada uma das três categorias. Caso queira ver mais produções de determinada categoria, é possível clicar na seta abaixo com a legenda “ver mais”, que expandirá uma margem maior para a galeria de conteúdos postados.

Mais abaixo, a partir de um título, textos e trabalhos referenciais de outros artistas, é apresentado de forma breve o que a plataforma tem a oferecer e como poderá aproveitá-la.

Por fim, na parte inferior ou rodapé da tela inicial, o usuário tem a opção de se cadastrar, ou caso já tenha um cadastro, optando apenas por entrar na conta. Não muito abaixo, compartilhamos o perfil da plataforma nas redes sociais populares sendo Facebook, Instagram e Twitter.

TELA - HOME CADASTRO/LOGIN



Figura 48: Home. Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao interagir clicando no botão Cadastrar/Entrar tidos na tela inicial, abre-se uma janela em formato hexagonal oferecendo opções de como deseja prosseguir o cadastro, podendo se cadastrar com o Google, Facebook, ou com qualquer outro e-mail que preferir. Caso já tenha uma conta, um botão logo abaixo das opções sugere que você apenas faça o login para entrar.

TELA - HOME CADASTRADA

PALETRO

PEQUENAS

IDIOMA/LANGUAGE ARTBOOKS TEMAS EXPLORE SOBRE O PROJETO UPLLOUD SUPORTE CADASTRAR

ENTRAR

PREENCHA AS OPÇÕES ABAIXO PARA SE CADASTRAR

JÁ TEM UMA CONTA? [ENTRE AQUI](#)

Nome Apellido

Pais Estado Cidade Conta Artista Conta Fã

Conta Artista é disponibilizada a criação de Artbooks autorais, avaliações, comentários/sugestões e colaborações em trabalhos alheios.
Conta Fã: Tem a disponibilidade reduzida para somente avaliações.

Informe o e-mail que deseja se cadastrar

confirme o e-mail

Insira a senha

Para uma senha poderosa, utilize pelo menos uma característica como: número, letra maiúscula e símbolo.

Confirme a senha

Biografia

Ao continuar, você concorda com nossos [Termos de Uso](#) e nossa [Política de Privacidade](#).

FINALIZAR

CANCELAR

© 2021, PALETRO | SUPORTE | TERMOS DE SERVIÇO | POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Figura 49: Tela Cadastro. Fonte: Elaborado pelos autores.

As especificações da tela de cadastro, seguem elementos padrões para o registro de uma conta, que também é estabelecidos por outros sites e plataformas. As informações a serem preenchidas seguem pedindo requisitos como: Nome completo;

Apelido; Região onde mora; E-mail e sua confirmação; senha e preenchimento opcional de biografia.

Também é fornecida a escolha entre uma conta artística ou uma conta de fã. A conta artística tem a disponibilidade para criação de artbooks autorais, avaliações, comentários, sugestões e colaborações entres artistas alheios. A conta específica para fã possui uma disponibilidade reduzida, podendo somente avaliar e compartilhar trabalhos de outros artistas.

TELA - HOME CADASTRADA



Figura 50: Home Cadastrada. Fonte: Elaborado pelos autores.

Após o rápido processo para entrar no site com uma conta, a tela inicial ainda permanece a mesma com suas artes, textos, botões, interface, etc. Acontece apenas uma mudança no rodapé do site, mais precisamente nos botões Entrar e Cadastrar. Por já ter se conectado com a plataforma, esses botões não são mais necessários, sendo substituídos então por um botão maior e convidativo, chamando a atenção do usuário para criar seu próprio Artbook.

TELA - PERFIL

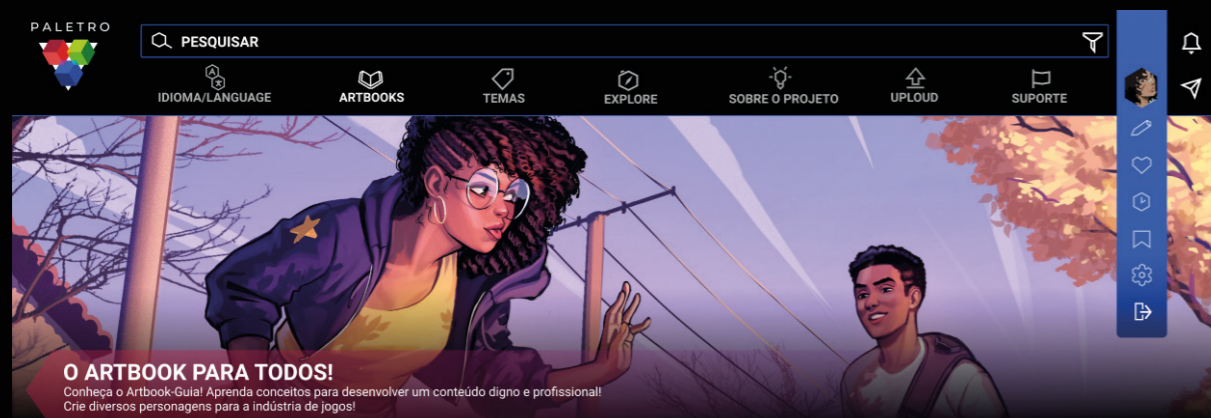


Figura 51: Hover para o Perfil. Fonte: Elaborado pelos autores.

Para acessar a tela de Perfil, o usuário acessa clicando no ícone do seu perfil encontrado no canto superior direito e ao passar o mouse, a barra azul faz uma animação descendo e apresentando vários ícones e símbolos indicando funções como editar o perfil, ver os favoritos, seu histórico de leitura, as artes salvas, configurações e sair do perfil. As únicas opções disponíveis para o protótipo sendo a tela de perfil, acessada pela foto de perfil e a opção de sair da conta, as outras opções tiveram sua opacidade levemente reduzida para indicar que não estavam disponíveis no momento e destacar apenas a imagem de perfil e a opção de log out.

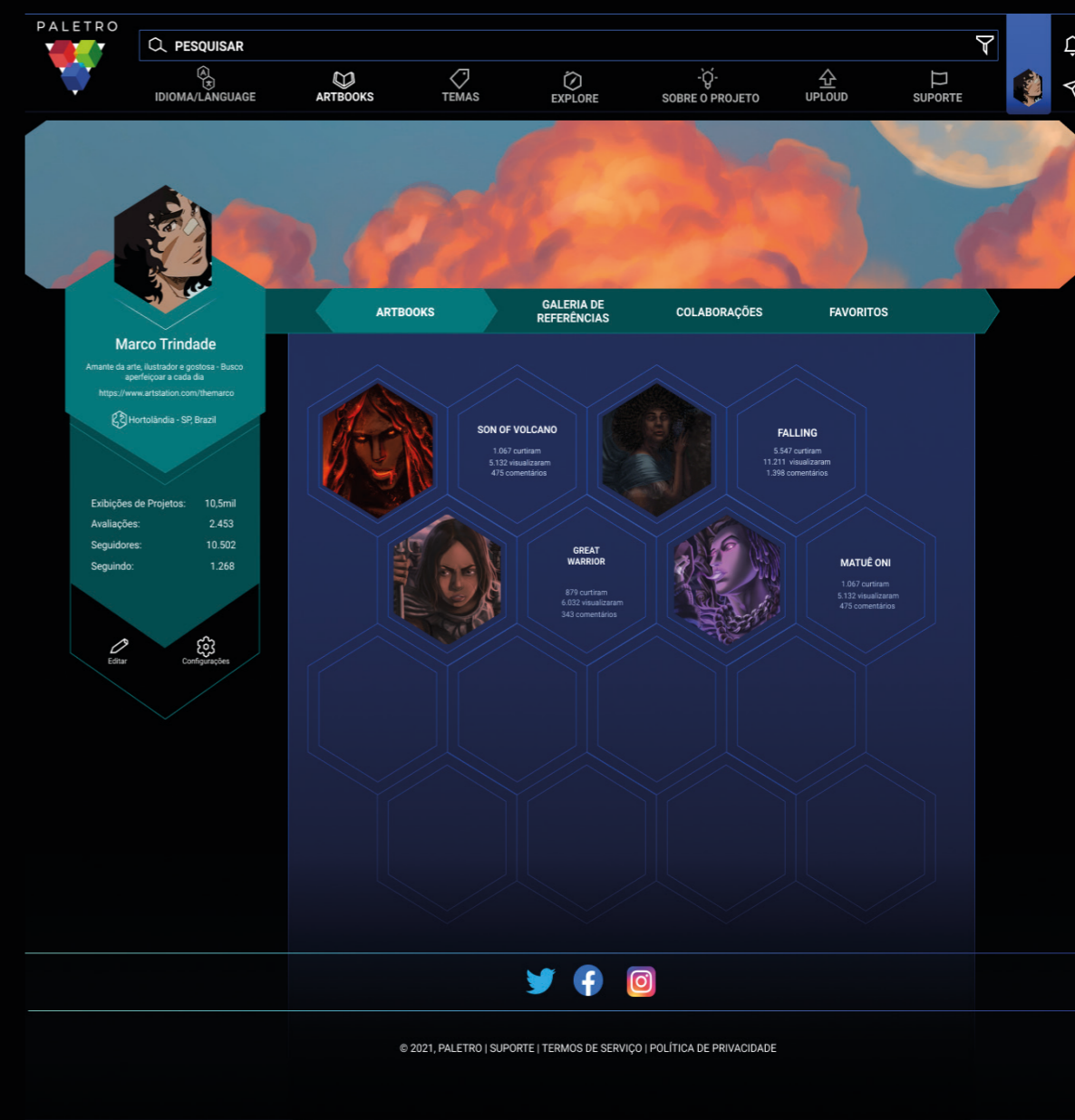


Figura 52: Perfil. Fonte: Elaborado pelos autores.

Clicando em seu ícone de perfil onde antes eram os botões Entrar/Cadastrar, o usuário é redirecionado diretamente a sua tela de perfil dentro do site. Nesta página existem informações específicas e alocadas somente a ela, como no lado esquerdo, sendo: Biografia, região, exposições de projetos, avaliações, seguindo e os seguidores. Nesta mesma tela, são disponibilizadas as opções de edição de perfil e caso esteja procurando algo mais profundo e além disso, ao lado temos a opção de configuração.

Como tela de perfil, elaboramos 4 categorias que separam algumas interações do usuário dentro da plataforma, sendo: Artbooks, Galeria de referências, colaborações

e favoritos. Com nossa plataforma focada totalmente em Artbooks, os conteúdos postados seriam sempre expostos em seus próprios perfis como parte principal. A categoria Galeria de referências, iriam organizar e armazenar qualquer referência vista dentro da plataforma que foi salva, ou que foi feita upload. A aba colaborações armazenaria trabalhos em que o usuário participou ajudando com sugestões, conselhos, críticas construtivas, ou qualquer outra forma de impactar positivamente em algum trabalho alheio.

A aba Favoritos basicamente serve para reunir todo trabalho que o usuário resolver clicar na opção de salvar como favorito e automaticamente ficaria gravado nesta aba.

TELA - INTRODUÇÃO AO ARTBOOK

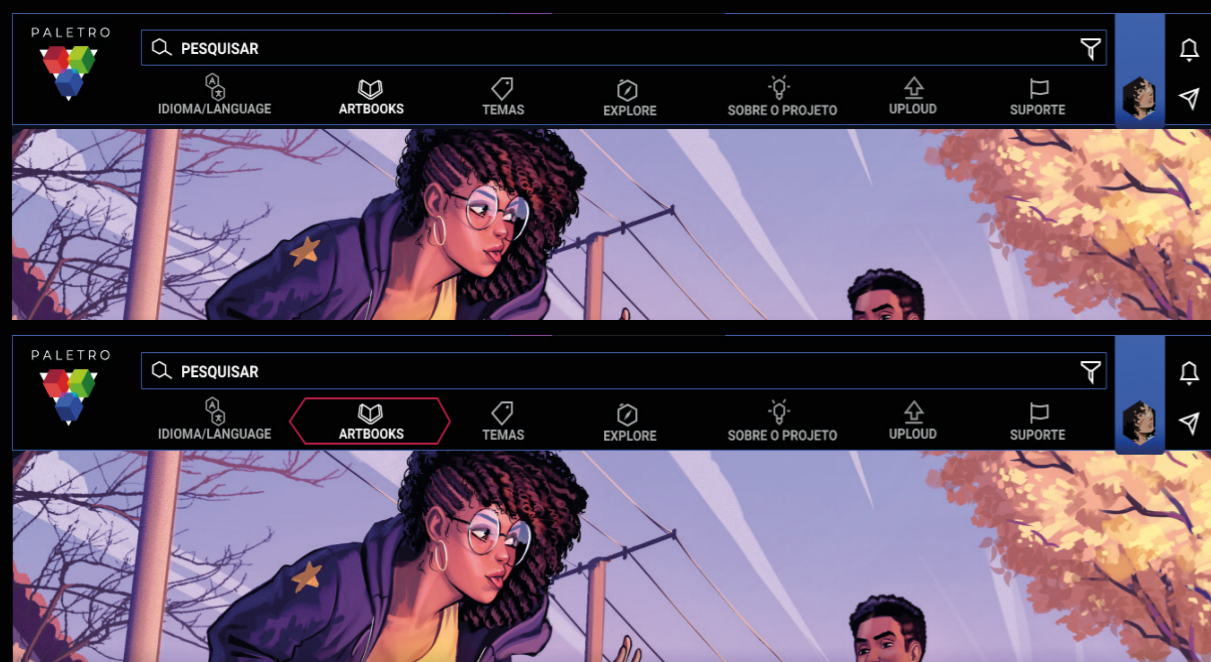


Figura 53: Hover da opção Artbooks. Fonte: Elaborado pelos autores.

Hover: Na tela inicial do site, como já comentado antes, construímos apenas a interação do botão Artbooks na aba superior da plataforma. Para os usuários reconhecerem que se trata de um botão clicável, utilizamos do hover para que o feedback da interação fosse comunicada ao navegante. Ao passar com o mouse em cima do ícone Artbooks, ele é destacado com um polígono hexagonal na cor vermelha que está dentro da composição das cores utilizada na estrutura da página.

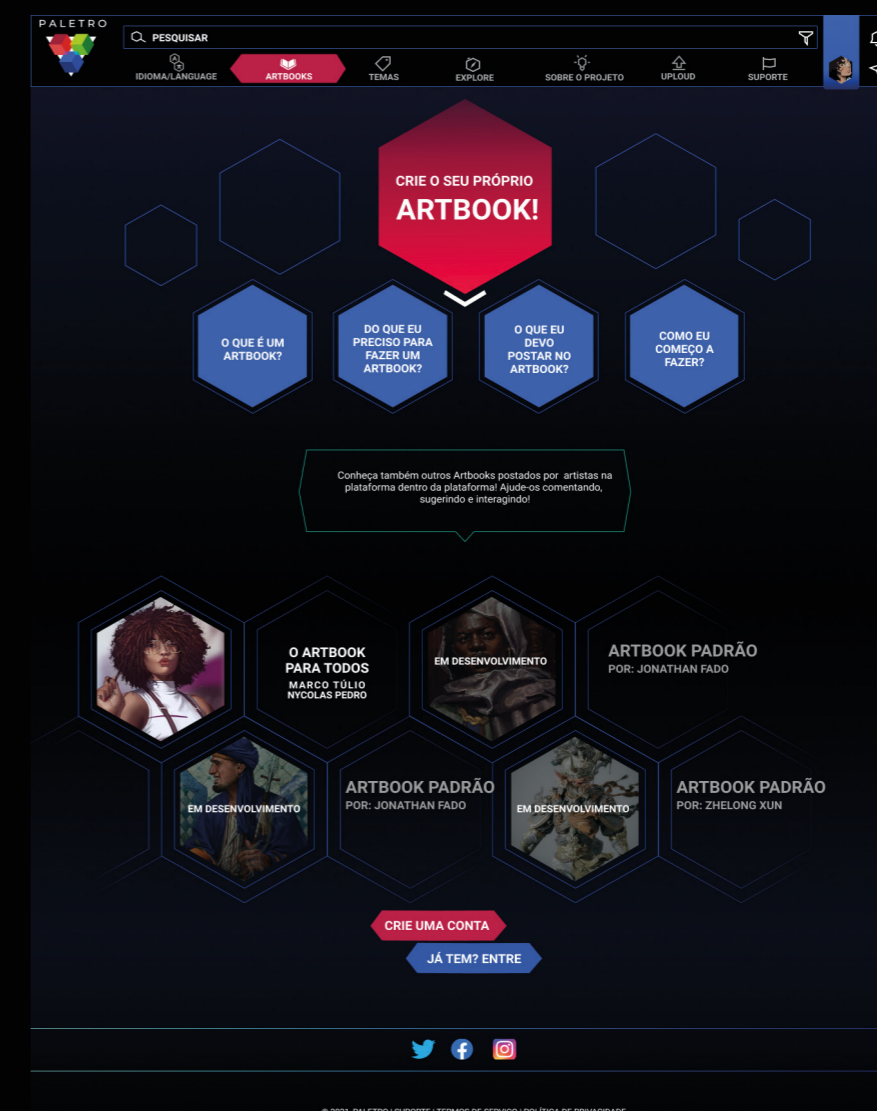


Figura 54: Introdução do Artbook. Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao clicar no botão Artbooks fixado na barra superior da plataforma, o usuário é redirecionado a uma página específica que explicará o que ele precisa saber sobre Artbooks dentro do site.

Primeiramente o usuário é apresentado com um grande botão hexagonal vermelho, convidando-o para criar um Artbook. Logo abaixo são mostrados quatro elementos hexagonais com breves questões em cada um deles, retratando possíveis eventuais dúvidas que poderiam existir naqueles que estariam começando na produção de Artbook, e que não saibam muita coisa. Nestas mesmas quatro formas hexagonais, durante a interação do usuário com o site, ao passar a seta do mouse em cima de uma dessas quatro formas com questões, elas se expandem abrindo margem para um breve texto

explicando cada questão.

Abaixo dos quatro hexágonos explicativos, uma legenda convida usuários por todo o site a conhecerem e a explorarem mais Artbooks dentro da plataforma. Em seguida são apresentados alguns artbooks prontos e aleatórios que possam ser explorados como referências para um novo conhecimento.

TELA - ARTBOOK PRINCIPAL: O ARTBOOK PARA TODOS

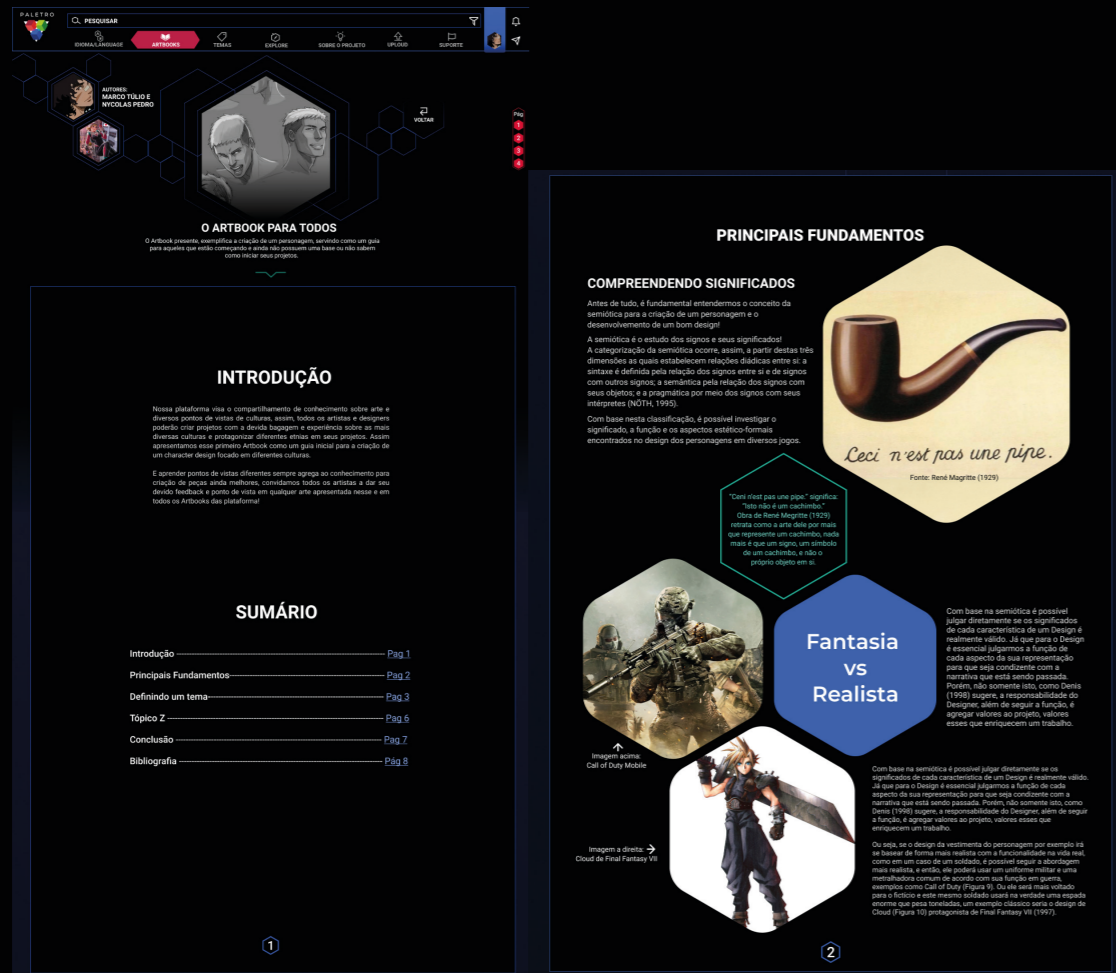


Figura 55: Artbook Para Todos. Fonte: Elaborado pelos autores.

A tela de instruções/guia de criação do Artbook, utilizam de um template padrão disponibilizado para todos na hora de criação do Artbook. Em sua primeira página, este template menciona os autores ao lado superior esquerdo, com a capa do Artbook ao centro, junto de seu título e uma legenda de resumo do conteúdo. Ainda abaixo é tido a introdução e o sumário sobre o conteúdo ali presente.

A partir da página dois, se faz presente em toda composição da interface do template, a utilização de textos e imagens dentro de formatos hexagonais, que ao serem clicadas possibilitam uma expansão da imagem para melhor visualização do trabalho e explicando então cada etapa para a criação e desenvolvimento de um Artbook autoral dentro do site Paletro. As instruções postas nesta tela, seguem uma ordem de auxílio que ajuda o usuário a compreender de forma clara e didática, cada etapa na criação de um character design para o desenvolvimento de seu Artbook. Então o guia se inicia a partir dos “Principais Fundamentos”, que busca brevemente e de forma sucinta, tratar de assuntos relacionados ao conceito da semiótica para a criação de um personagem e um bom design.

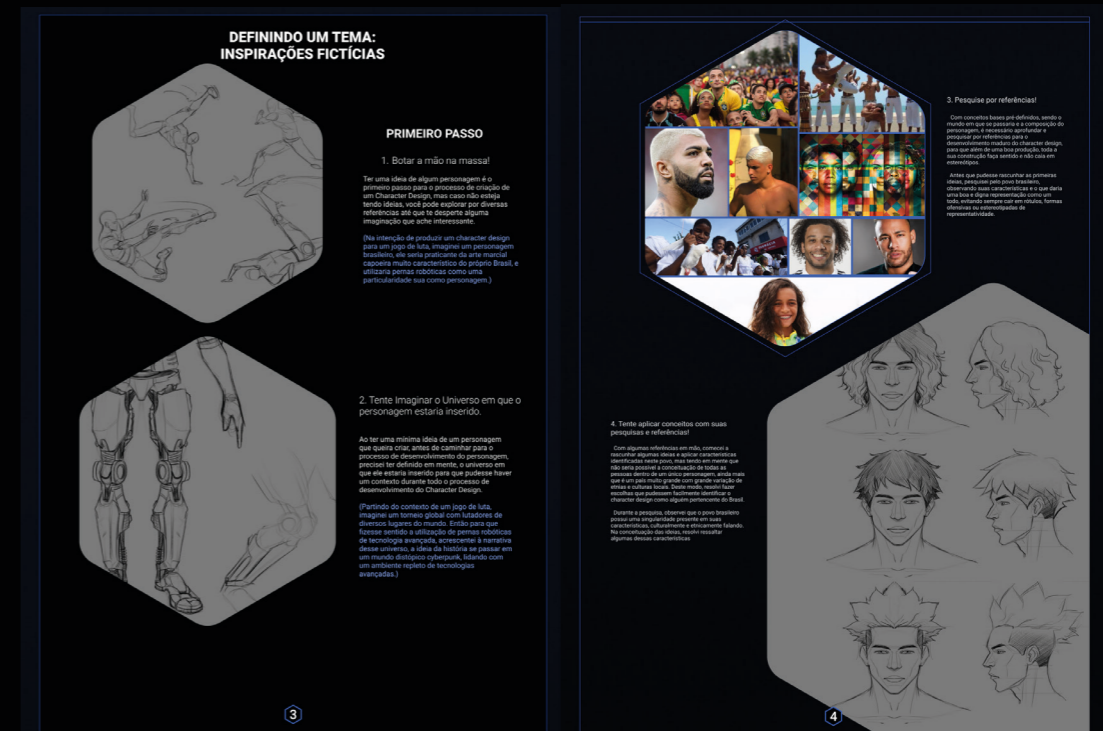


Figura 56: continuação do Artbook Para todos. Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir da terceira página, é apresentada com o título “Definindo um tema: Inspirações fictícias”, um exemplo de criação de um bom Character Design, que consiste em uma espécie de auxílio para usuários inexperientes e que não saibam como iniciar uma criação de personagem, ou para usuários que já trabalham com isso e queiram melhorar sua metodologia de criação, aprofundando-se nessa etapa de conceitos e desenvolvimento, livrando-se de caminhos que lhe possam levar a estereotipagem e redução de um povo baseando-se por características superficiais.

HOVER ARTBOOK PARA TODOS - HOME

Além disso, na própria página inicial também existe uma grande faixa convidativa na cor vermelha com opacidade baixa. Nela está descrito com uma breve legenda, informações para acessar o conteúdo guia Artbook para todos de forma mais ágil e eficaz, para aqueles que querem interagir com a plataforma mais diretamente. Ao passar o mouse em cima desta faixa, a cor se destaca aumentando sua opacidade indicando a disponibilidade de acessar o Artbook ao clicar na faixa.

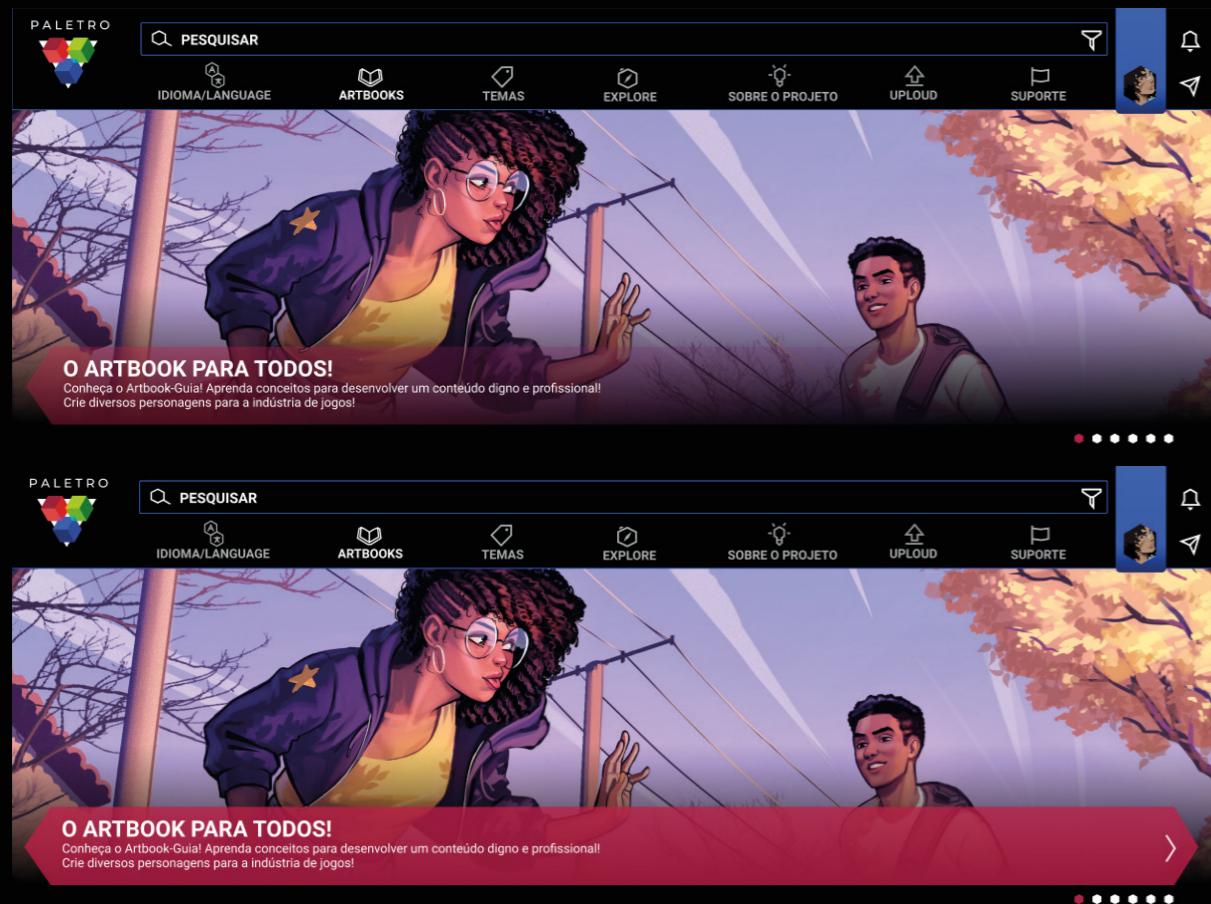


Figura 57: Hover de acesso para O Artbook Para Todos na tela inicial.

Fonte: Elaborado pelos autores.

TELA - PRÉ-CRIAÇÃO

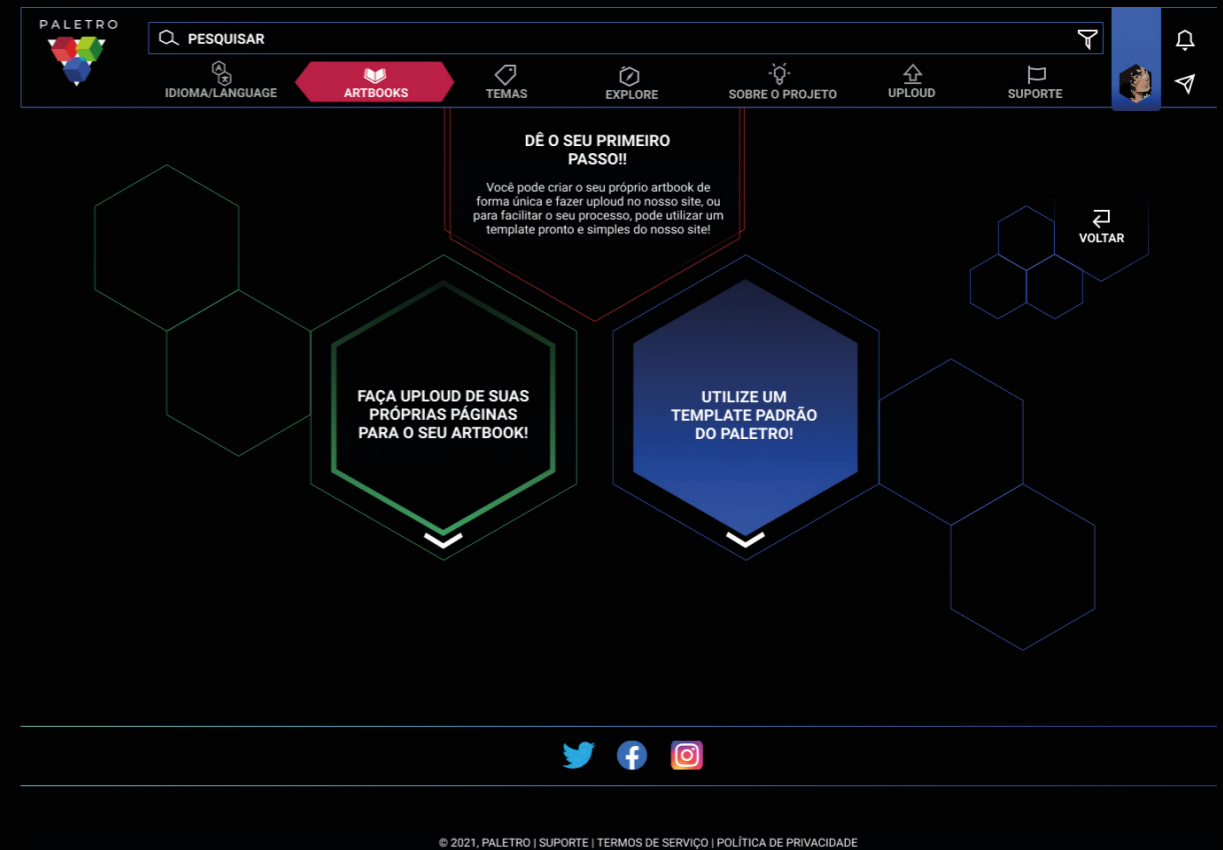


Figura 58: Pré Criação. Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao selecionar a opção Crie seu próprio Artbook, o usuário será direcionado a uma página dentro do site, de pré-criação, antes de começar de fato a gerar seu trabalho/artbook. Esta página de pré-criação é composta inteiramente por dois elementos opcionais que sugerem ao usuário dois métodos de criação do seu Artbook.

A opção destacada em um hexágono verde à esquerda, sugere que o usuário Faça upload de suas próprias páginas para o seu artbook, sem a necessidade de utilizar templates prontos, algo que fosse mais característico do próprio autor que está criando o trabalho. Ao lado direito, a opção destacada em um hexágono azul, sugere que o usuário Utilize um template padrão do Paletro, este formato de publicação fornece tamanhos de uploads de imagens e textos pré-estabelecidos, de modo que seja mais fácil para o usuário desenvolver seu projeto de artbook.

TELA - CRIAÇÃO LIVRE

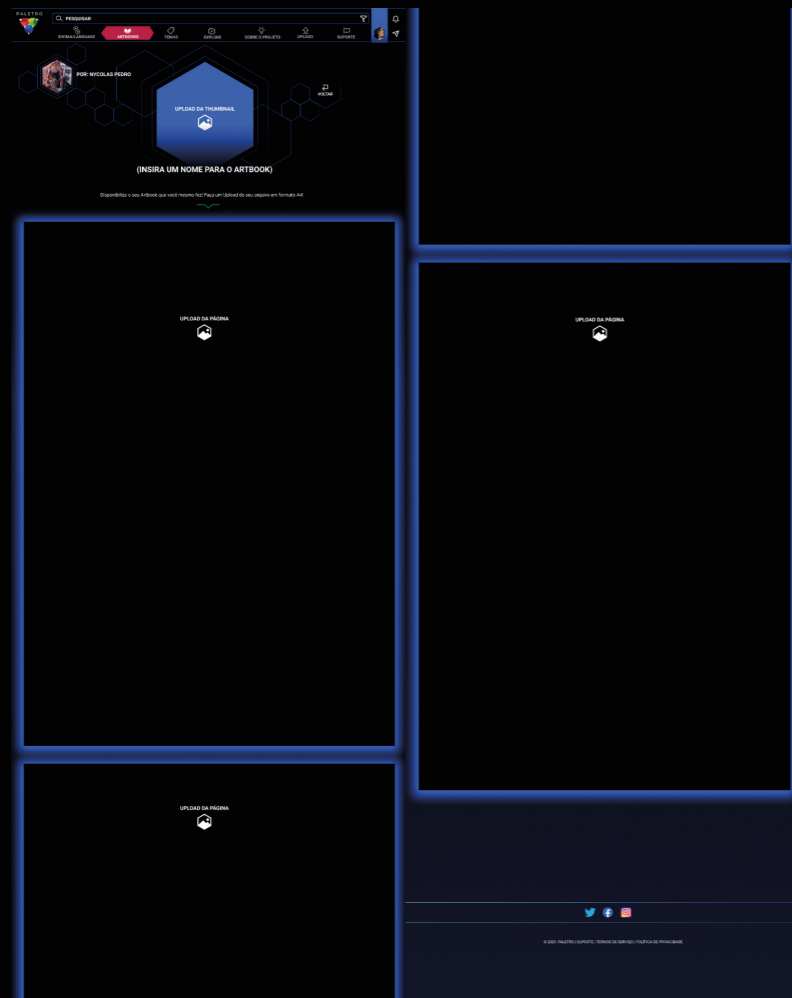


Figura 59: Criação Livre. Fonte: Elaborado pelos autores.

O primeiro modo de criação, dá liberdade para o autor do artbook fazer upload de suas páginas como bem desejar. Isso significa que opções de tamanhos de layouts, posições ou qualquer outro elemento que possivelmente limitaria o modelo a um template padrão, não estariam disponíveis.

Nesta opção, por exemplo, o autor poderia simplesmente apenas fazer o upload da imagem e escrever em seguida as informações de seu artbook, sem precisar seguir as normas de um Template Padrão.

TELA - TEMPLATE DE CRIAÇÃO

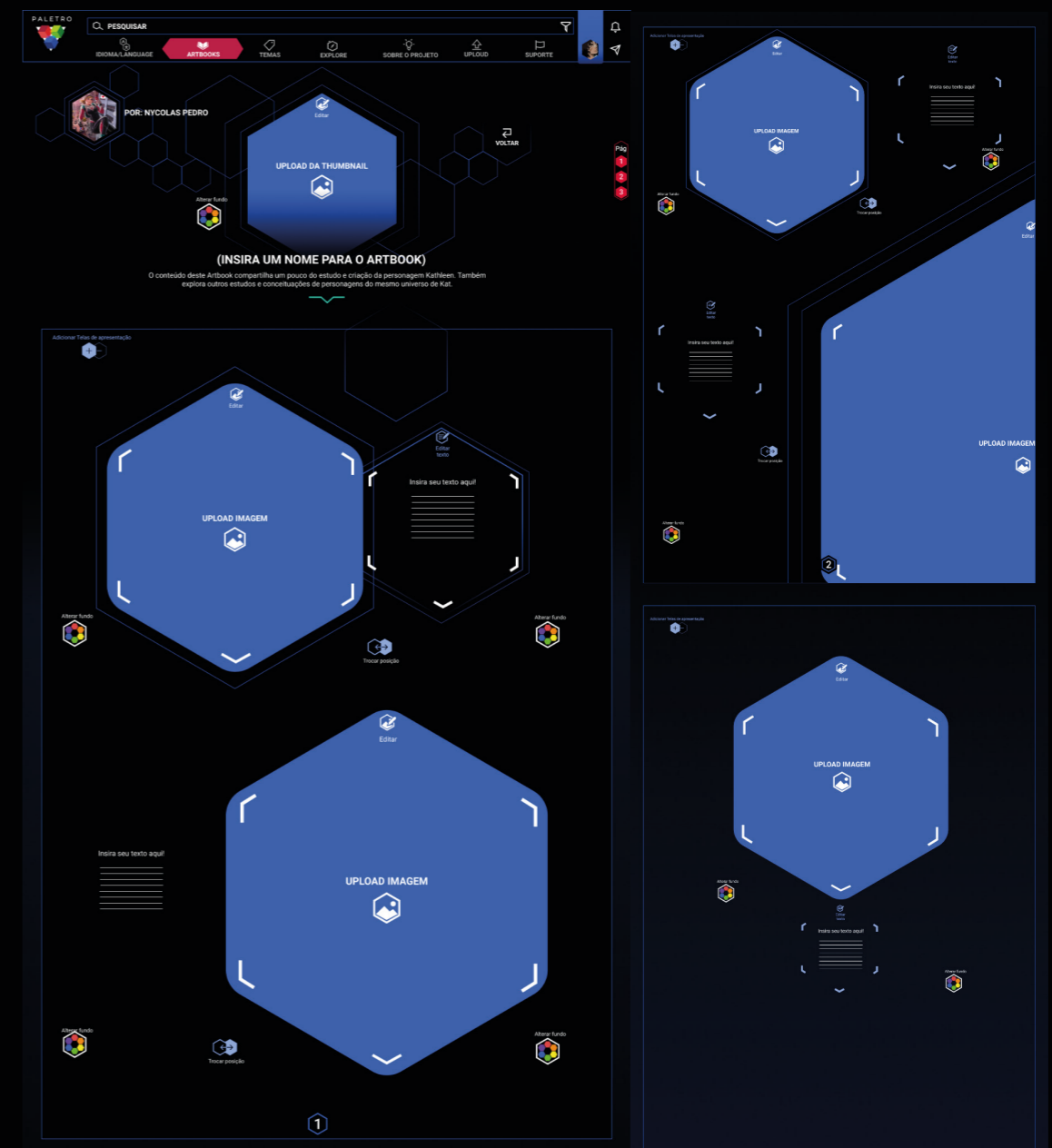


Figura 60: Template de Criação. Fonte: Elaborado pelos autores.

O segundo modo de criação, por sua vez, segue um modelo pronto. O template padrão possui layouts pré-estabelecidos e editáveis, sendo possível realizar alterações como: ajustar o tamanho e posição da pré-visualização da imagem (upload), ajustar tamanho e posição dos textos inseridos e ajustar as cores de destaque das páginas e imagens.

Este modo tende a seguir um layout trabalhado por todo o site, mantendo suas

formas e composição de elementos, trabalhando com uma narrativa de ideação linear por todo o site, ao mesmo tempo que possibilita ao usuário personalizar seu artbook com as possibilidades de customização/edição, dentro do template.

3.2 RELATÓRIO DE TESTES

Após a elaboração de todo o protótipo e as funcionalidades da plataforma e poder validar todos os recursos desenvolvidos e do próprio projeto em si e sua missão de criar uma comunidade unindo artistas que poderão aprender melhor sobre a criação de personagens respeitosos de diversas culturas diferentes, foi importantíssimo a etapa dos testes de usabilidade com pessoas reais. Foi então desenvolvido um teste qualitativo, ou seja, foi de maior relevância ter um feedback da qualidade do projeto testando com um número pequeno de pessoas para receber maiores informações de maneira mais direta.

Tais usuários foram escolhidos de acordo com Personas elaboradas pelos autores como forma de representar o público alvo principal do projeto. Foram 6 pessoas selecionadas no total, três homens e três mulheres, sendo dois character designers profissionais experientes da área, três artistas profissionais e uma artista ainda não profissional. Sendo assim, todos já integrados na área artística e de character design com todos com interesse na área de jogos.

Participantes	Persona	Profissão	Idade
Participante 1	Andrew	Artista Profissional	23 anos
Participante 2	Andrew	Artista Profissional	21 anos
Participante 3	Deyse	Artista Profissional	27 anos
Participante 4	Isabelly	Designer Digital	22 anos
Participante 5	André Luiz	Game Designer e Programador	25 anos
Participante 6	Li Wang	Character Designer	34 anos

Tabela 1: Lista de Participantes e suas respectivas Personas. Fonte: Elaborado pelos autores

Com os usuários selecionados, foi desenvolvido um roteiro para que cada usuário desempenhasse uma série de tarefas para poderem testar cada funcionalidade da plataforma e assim recolher o feedback de cada sendo possível identificar se cada tarefa era compreensível, se a proposta do projeto fazia sentido e se a plataforma atendia todas as necessidades dos usuários. E para validar se as dez Heurísticas de Nielsen estavam sendo seguidas corretamente, foram elaboradas dez perguntas que representassem cada heurística e assim tendo o feedback do usuário para saber se cada aspecto estava sólido ou se ainda eram necessárias correções e aperfeiçoamentos.

E após a conclusão de todas as tarefas e todas as perguntas, foi entregue aos usuários um questionário de escala de Likert com 6 afirmações que eles poderiam responder se Concordam Completamente, Concordam Parcialmente, Discordam Parcialmente ou se Discordam Completamente. Podendo assim com esse questionário ter uma base de dados mais acurada de cada usuário e assim analisar mais facilmente cada problema encontrado e quantos tiveram o mesmo problema.

Com o roteiro das tarefas e questionário prontos foram realizados ao longo de duas semanas os testes com cada usuário de forma remota via Google Hangouts, desta forma os participantes foram acompanhados durante toda a navegação de cada fluxo que foi passado a eles como tarefas enquanto os usuários compartilhavam a tela de seus computadores.

Participantes	Data	Horário e Duração
Participante 1	17/09	19:15 - 19:48
Participante 2	20/09	19:05 - 19:35
Participante 3	25/09	20:46 - 21:06
Participante 4	26/09	20:46 - 21:06
Participante 5	27/09	20:46 - 21:06
Participante 6	26/09	20:46 - 21:06

Tabela 2: Datas e os horários marcados com cada usuário. Fonte: Elaborado pelos autores.

Os testes com todos os usuários levou a vários feedbacks positivos, tanto quanto ao tema quanto às funcionalidades do site e seu visual. Com vários elogios a propos-

ta de criar uma comunidade e a criação dos Artbooks Guia. Revelando que o projeto teve um impacto bastante positivo entre os usuários testados, mostrando a relevância do tema abraçado pelo trabalho. E junto os elogios também todos os entrevistados trouxeram várias críticas construtivas com diversos apontamentos sobre aspectos da navegação que estavam ainda confusos, funcionalidades que não estavam claras de como executar e até aspectos mais visuais como a diagramação do Artbook Para Todos que ainda faltava polimento em sua apresentação.

O fato de nossos usuários testes serem em sua maioria artistas e designers, teve excelentes feedbacks quanto a parte visual e o próprio conteúdo da plataforma que ainda podiam ser melhoradas para melhor experiência dos próprios usuários. Porém, também foi possível notar aspectos únicos que cada participante notou de maneira diferente diante de cada perfil.

O formulário em que foi entregue a cada usuário também trouxe uma visão bem clara do que funcionava bem na plataforma e também justamente o que não funcionava e que era preciso maior atenção para corrigir.

A seguir, foram elaborados gráficos do estilo radar para ilustrar a experiência de usabilidade vivenciada por cada um dos seis usuários participantes do teste e como se sentiram em relação a estrutura de navegação oferecida pela plataforma Paletro.

Os gráficos elaborados (Figura X), concentram-se nas respostas dos questionários do tipo Escala de likert - escala de likert é uma forma de escala de resposta psicométrica muito utilizado em questionários para pesquisas de opinião - que se definem como; Concordo Totalmente; Concordo Parcialmente; Discordo Parcialmente; Discordo Totalmente - utilizamos dessas sugestões para elaborarmos os gráficos de radar e seus dados. A margem maior posicionada na extremidade do gráfico, refere-se a opção Concordo Totalmente (CT). E a margem menor tida no centro/interior do gráfico de radar, é o dado que se refere a opção Discordo Totalmente (DT). Os dois outros dados posicionados entre a margem exterior e inferior do gráfico, referem-se às opções Concordo Parcialmente (CP) e Discordo Parcialmente (DP). Com isso, cada um dos seis participantes entrevistados seriam posicionados nas vértices condizentes com suas respectivas respostas (CT, CP, DP ou DT) nos questionários elaborados.

Veja este exemplo a seguir (Figura 61)

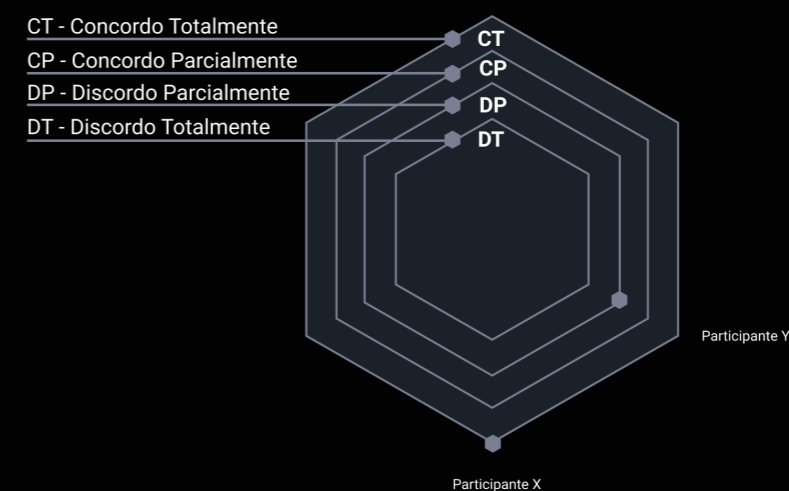


Figura 61: Exemplo do gráfico de opinião dos usuários em. Fonte: Elaborado pelos autores.

Após a explicação do Gráfico de radar e como funcionaria os dados aplicados a ele, elaboramos gráficos referente aos questionários respondidos pelos participantes

Uma das primeiras tarefas para interagir dentro do site seria a etapa de cadastrar-se. Em relação a esta etapa, todos os usuários que participaram do teste concordaram que o processo de cadastrar estava condizente, consistente, e apresentava elementos padrões de registro de cadastro visto em outros sites.



Figura 62: Gráfico de opinião dos usuários em relação a consistência e padronização. Fonte: Elaborado pelos autores.

Foi fácil de entender quais eram as opções interativas e achar a aba de Artbooks? (Visibilidade do Status do Sistema)

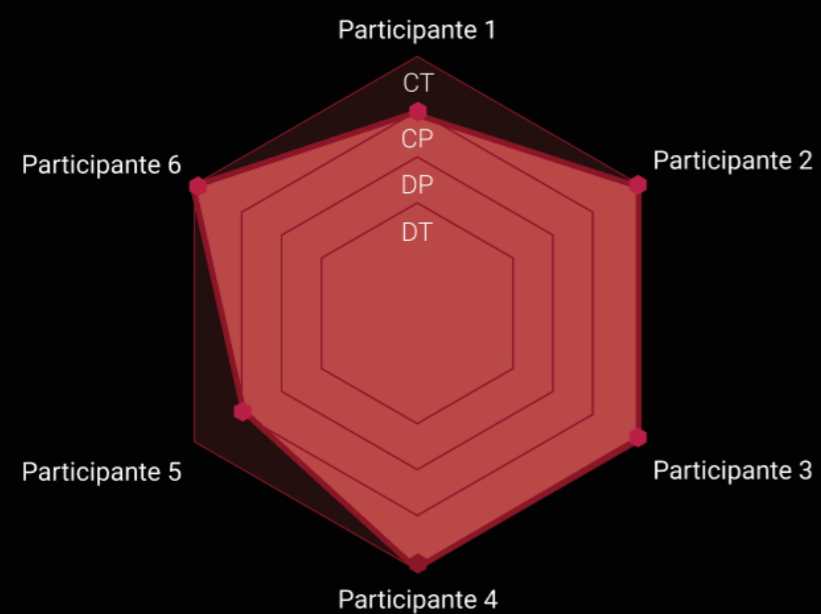


Figura 63: Gráfico de opinião dos usuários em relação a viabilidade do status do sistema. Fonte: Elaborado pelos autores.

Este gráfico refere-se a etapa de identificação da aba Artbooks e elementos interativos dentro do site, teve em sua maioria, concordância das funcionalidades disponibilizadas para uso, tendo como resultado final apenas duas pessoas que optaram por: concordo parcialmente

Foi possível identificar os botões com possibilidade de interação

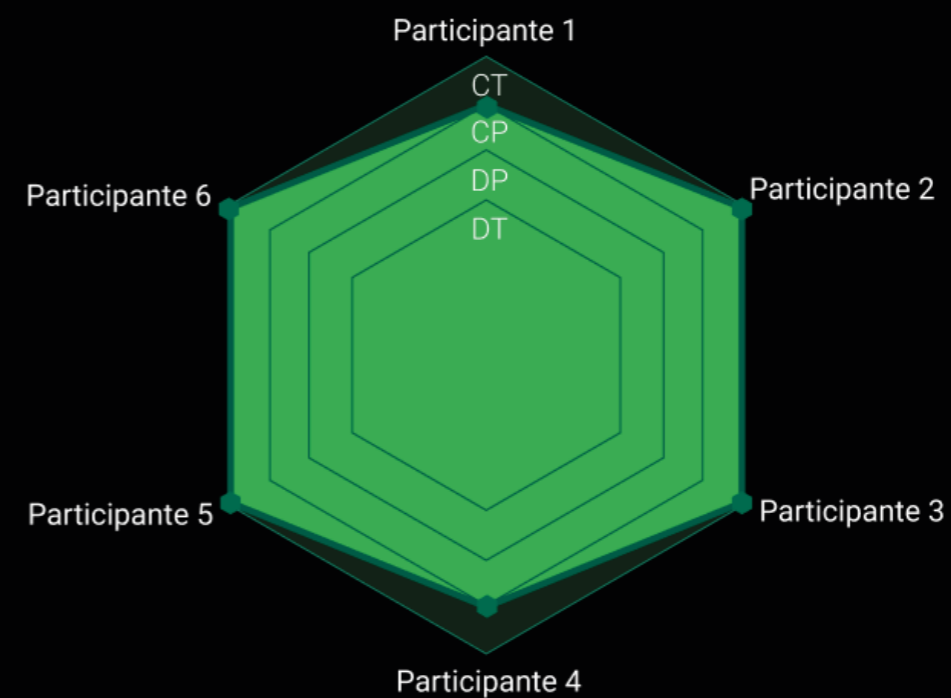


Figura 64: Gráfico de opinião dos usuários sobre a possibilidade de interação dos botões. Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação a identificação de botões disponíveis dentro do site, a maioria dos participantes do teste concordaram sobre a facilidade de encontrá-los e utilizá-los. Em contraponto, a minoria dos participantes concordam parcialmente alegando algumas complicações e dificuldades em identificar realmente se alguns elementos eram botões.

A explicação prévia do guia de como criar um Artbook, foi satisfatória?



Figura 65: Gráfico de opiniões dos usuários sobre a eficácia da explicação de como criar um artbook. Fonte: Elaborado pelos autores.

Nesta questão, quase todos os usuários testados concordaram que a explicação prévia tenha sido totalmente efetiva. Em sua maioria, relatos de participantes alegaram que a explicação era vantajosa e bem sucedida por terem uma linguagem fácil e clara sobre o conteúdo em questão.

Foi percebido que no processo de experimentação dos usuários, a etapa de identificação de interação com alguma publicação, teve mais obstáculos necessitando de mais esforços por parte dos navegantes. Essa etapa de fato foi a tarefa em que os usuários mais apontaram que estava confuso ou simplesmente pouco claro como executava a tarefa. Seseesenhora nycs, venha cá comigo no primeiro gráfico lá em cima, aquele era o exemplo q vc tinha feito ne?

Foi fácil de identificar as possíveis interações de curtir, comentar e sugerir?

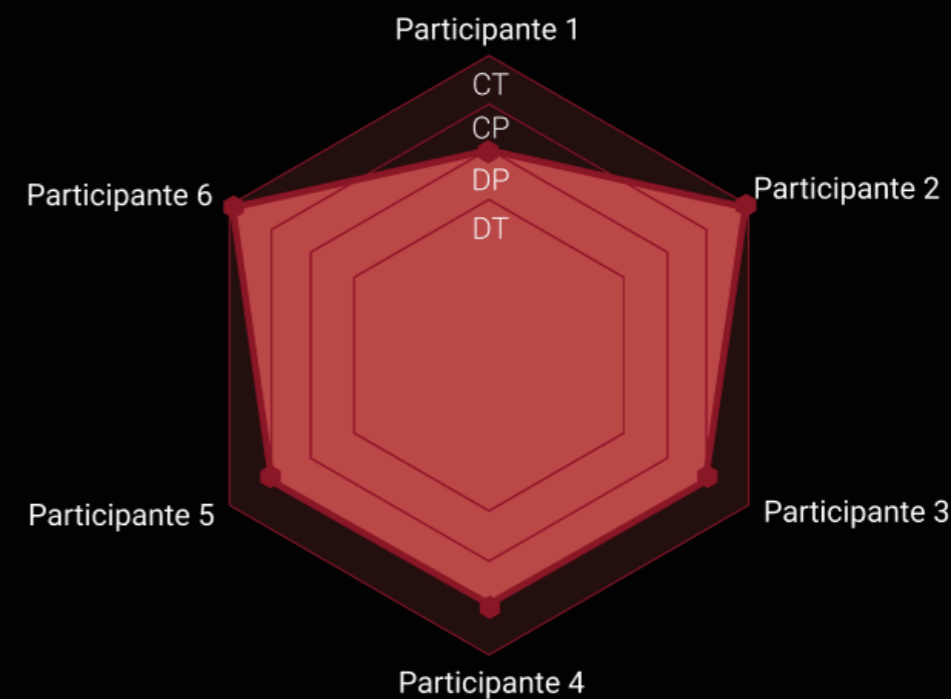


Figura 66: Gráfico de opinião dos usuários sobre a interação com as publicações. Fonte: Elaborado pelos autores.



Figura 67: Gráfico de opinião dos usuários sobre a experiência geral da plataforma. Fonte: Elaborado pelos autores.

Em um contexto geral de experiência do usuário dentro da plataforma, todos os participantes do teste estiveram de acordo. Nosso projeto do site Paletro busca auxiliar os usuários para a exploração, conhecimento, compartilhamento de culturas e perspectivas diferentes, para uma produção de Characters designs mais dignas. Como resultado geral das experiências dos participantes em relação ao site, nos sentimos satisfeitos em construir e projetar este trabalho.

Tendo em vista os feedbacks recolhidos por meio do formulário foi possível obter uma boa noção das áreas do projeto que precisavam de maior atenção para corrigir e evitar complicações como foi possível perceber que certos usuários tiveram durante a navegação. Porém, apenas com essa análise é insuficiente saber exatamente quais foram os exatos problemas que cada usuário teve, e porque tiveram tais problemas, portanto, a análise da navegação dos próprios participantes e pontos que foram abordados por cada um é de grande relevância para identificar de forma certa cada ponto em questão.

Tal análise foi feita acompanhando todos os participantes enquanto cumpriam cada tarefa em que foram pedidos e fazendo perguntas sobre as dificuldades que eles foram identificando durante o percurso, e cada um descreveu o percurso com um ponto de vista diferente que foi de grande relevância.

Em geral, os feedbacks recebidos por parte dos entrevistados a partir do teste de usabilidade sobre a plataforma Paletro, foram em sua maioria positivos em relação a toda plataforma, expressando por parte, alguns detalhes que poderiam ser melhorados para uma melhor experiência de usuário.

Pelo curto prazo de projeção da plataforma, durante a experiência de usabilidade, os participantes passaram apenas por etapas consideradas essenciais para a navegação e uma boa absorção do que o site teria a oferecer.

TAREFA 1: CADASTRO E ENTRAR NA TELA DE PERFIL

A tarefa de cadastro é a primeira atividade que os usuários fazem enquanto tem o primeiro contato com a plataforma, antes de tudo é aconselhado a dar uma olhada na página inicial para familiarizar-se com o conteúdo e conhecer um pouco mais sobre a proposta lendo sobre a introdução presente na tela de Home. A partir disso, o usuário faz o seu cadastro, tendo duas opções disponíveis tanto na barra fixa acima da tela, tanto em baixo da página após a introdução e explicação sobre a plataforma.

A tela de cadastro é composta apenas de uma única página em que os participantes preenchem suas informações e assim tem sua conta criada. Após criarem a sua conta, o usuário entra na sua tela de perfil para conhecer suas funcionalidades, porém não é necessário fazer nada na tela de perfil e o participante volta para a tela inicial, porém agora cadastrado pronto para fazer atividades que exigem uma conta.

PARTICIPANTE 1

O primeiro Participante, cuja persona que o representa sendo Andrew, um artista que busca aprender mais sobre o assunto para desenvolver melhor seu trabalho, logo foi um usuário que demonstrou bastante interesse pelo tema e pelo conteúdo presente, elogiando bastante a estética do projeto e suas funcionalidades. O usuário não apresentou nenhum problema ao cadastrar, explorar o perfil e voltar para a tela inicial, dizendo que teve uma boa primeira impressão sobre a plataforma e que foi intuitivo o processo de navegação.

PARTICIPANTE 2

De primeira impressão, a usuária descreve em suas palavras que a página inicial, além de compreensiva, carrega um design de interface muito agradável. Diz também, que é possível localizar-se e encontrar o botão de cadastrar-se, facilmente. Para o fim da primeira etapa de cadastro, Complementa dizendo que a própria página para preenchimento das informações cadastrais está muito clara e tranquila de se entender, citando até um detalhe de hover:

“(...)ao mudar de cor tomei ciência de que tinha concluído a tarefa.”

Avaliando com nota 10, para o processo até então.

PARTICIPANTE 3

O usuário 3, afirma em sua primeira impressão a facilidade em compreender a página inicial e seus elementos, reforçando com um breve elogio, a estrutura do site focado em artes digitais e trabalhos referentes a criação de character design. Ainda sobre a interface, foi esclarecido pelo próprio usuário testado, que não se importaria com as dimensões do site caso eles não fossem responsivos com seu navegador.

“Tá bem legal, não me importaria com um site tendo corte de responsividade.”

Além disso, descreve de forma breve e clara a experiência em relação ao processo de cadastro dentro do site:

“Sobre cadastrar tudo ok.”

PARTICIPANTE 4

A Participante 4, representando a Isabelly, representa uma artista mais casual que se interessa mais pelo mundo dos jogos e se interesse em conhecer mais sobre o

processo criativo na criação de personagens, portanto, não é uma artista muito experiente com plataformas de arte semelhantes ao Paletro.

Ela porém teve mais dificuldade em identificar certas convenções comuns presentes em sites semelhantes, como as funcionalidades descritas apenas por ícones, logo uma das principais críticas foi que não foi possível identificar o que cada ícone queria dizer e pediu por uma legenda para cada função, e tal crítica foi extremamente relevante, pois aponta para uma inconsistência dentro da plataforma em que nem todas os ícones tinham uma legenda própria, logo foi corrigido tais problemas e atualizado a barra de acesso rápido do perfil que antes era apresentado apenas com ícones e símbolos, agora foi acrescentado uma uma legenda para cada função.

PARTICIPANTE 5

O quinto usuário, cuja persona em que representa é André Luiz, um desenvolvedor de jogos e programador de 24 anos, teve bastante facilidade em explorar a plataforma, concluindo rapidamente todas as etapas, pela familiaridade com o processo de desenvolvimento de sites e conhecimento sobre o tema comentou como estava tudo “redondinho e intuitivo”.

PARTICIPANTE 6

Nosso sexto usuário testado, como primeira impressão sobre a plataforma, não se contenta em dar feedback somente nas questões de usabilidade. Ele escreve ter gostado, e reforça descrevendo o motivo pelo qual lhe agradou:

“Achei maneiro, ajuda a dispor mais artes em menos espaço sem ter uma bagunça visual.”

E completa elogiando a boa separação entre os elementos presentes na interface da página inicial. A etapa de cadastrar-se, também é descrita como fácil e compreensiva.

TAREFA 2: ENTRAR NA TELA DE ARTBOOKS

Após ter o primeiro contato com a plataforma e criar um perfil os usuários então são encaminhados a explorar a tela com o principal recurso da plataforma, a tela de Artbooks. Nesta página os usuários têm a opção de criar um artbook próprio, recebem uma explicação mais detalhada sobre o que são os artbooks e tem a opção de ler Artbooks de outros usuários, e para este protótipo foi desenvolvido um único Artbook em que os participantes irão conhecer na próxima tarefa.

A Tarefa presente então serve para ver como cada usuário iria reagir e absorver todas as informações presentes e disponíveis nesta única página, ver se o conteúdo e linguagem estavam claras e intuitivas, se os botões interativos estavam visíveis e intuitivos e se não teriam nenhum problema absorvendo todo o conteúdo de uma vez.

PARTICIPANTE 1

O primeiro usuário explorou com facilidade a plataforma, ele logo se interessou pela opção de criar o Artbook destacado em vermelho, e é a primeira coisa que ele tende a clicar por curiosidade e explorar, e voltando ele consegue ver o texto explicativo com mais calma e com facilidade. Ele elogia o conteúdo e comenta que o botão destacado realmente chamou bastante a atenção e a curiosidade dele mais do que os botões azuis explicando sobre os Artbooks em si.

PARTICIPANTE 2

O usuário é direto e claro em seus feedbacks, falando sobre a facilidade em absorver os elementos da página Artbooks, como seus textos resumidos e botões, reforçando repetidamente a boa composição de elementos presentes na interface.

Nesta etapa, o usuário chama a atenção para apenas um único elemento que o deixou confuso; a opção “ Artbook para todos” onde sua existência é citada em um dos textos presentes nesta página, mas não possui uma indicação de onde encontrá-la.

“O último quadradinho me deixou um pouco confusa pois não soube localizar o ARTBOOK PARA TODOS, como cita no botão azul. Fora isso, está tudo tranquilo.”

Apesar da confusão experienciada nesta etapa, o participante esteve de acordo com o restante da navegação.

PARTICIPANTE 3

Com bastante clareza, o usuário responde de forma breve e sucinta que a página está bem projetada. Descreve que é capaz de identificar elementos clicáveis principalmente por meio da responsividade do hover presente neles. Sem muitas palavras, reforça novamente a boa projeção da página, erguendo somente um único detalhe a ser observado, sendo a possibilidade de vendas de artbooks dentro da plataforma:

“(…)Seria bom ter alguns exemplos, eu gostaria de procurar alguns artbooks pra comprar e tals.”

PARTICIPANTE 4

O quarto usuário explora com bastante curiosidade lendo todo o conteúdo e elogia a linguagem e a simplicidade de compreender tudo que foi passado e suas funcionalidades.

“Bem resumido, uma linguagem bem objetiva. Não tem mistério. Artbooks: bem resumido, uma linguagem bem objetiva.”

PARTICIPANTE 5

O Participante 5, elogia bastante o conteúdo e a linguagem presente nesta página, porém faz a mesma crítica da participante 2, não sabendo localizar exatamente qual era o Artbook principal, “O Artbook Para Todos” e como foi possível perceber que esse problema de identificação era constante e tinha de fato, pouco destaque para mostrar aos usuários que ele era um Artbook importante. Com isso foi feito os ajustes para destacar tal Artbook (Figura 63).

PARTICIPANTE 6

O feedback do usuário também é dado de forma bem direta e clara. Ele faz elogios a aba, especialmente ao elemento dropdown presente na página, elogiando sua composição e como foi aplicado. Reforçando as vantagens que se pode obter quando o dropdown é bem utilizado.

Além disso, comenta sobre a interface estar bem intuitiva e direta, com textos com explicações boas e compreensivas.

“(...) Gostei desse dropdown, legal!..”

“(...)Ta intuitivo bem direto, explicação bem boa”

TAREFA 3: ACESSAR O ARTBOOK PARA TODOS

Seguindo então para a maior atração da nossa plataforma e do projeto inteiro: O ARTBOOK PARA TODOS. Este livro de arte é o principal conteúdo desenvolvido para o Paletro em si, se tratando de um livro introdutório sobre o processo de criação de personagens para os personagens com os principais fundamentos gerais sobre como desenvolver um personagem e como respeitar as culturas que serão representadas por tal personagem, tendo as ilustrações desenvolvidas diretamente pelos autores.

Portanto, tal tarefa foi essencial para que os usuários avaliem o conteúdo, e apresentação do Artbook em si e a navegação dentro da plataforma. Assim, foi dado a liberdade para os usuários lerem, e passarem pelas páginas a vontade e ver o que eles absorviam o conteúdo e se a navegação estava simples e clara.

PARTICIPANTE 1

O Participante 1 apontou gostou bastante do conteúdo e a sua apresentação, sendo fácil de explorar e compreender o conteúdo, porém ressaltou possíveis melhorias

sobre a apresentação como incorporar as referências de imagens de terceiros integradas com as imagens e não deixá-las soltas na tela.

Ele também comentou que achou complicado complicado a parte de voltar para cima, pois sentiu falta de algo que me levasse de forma mais rápida até o topo. Sendo uma crítica bastante interessante, porque já estava integrado a função de voltar ao topo fixa a barra ao lado com a numeração das páginas para assim voltar rapidamente para a primeira página. Porém, ele comentou que não percebeu que existia essa função porque por falta de legenda, ele não entendeu para o que servia.

PARTICIPANTE 2

Em seu feedback, o usuário elogiou o conteúdo presente nesta página, fazendo até relação com jogos RPGs (Role-Playing Games) - nesse estilo de jogo, jogadores assumem papéis de personagens fictícios e criam uma narrativa que possam se aventurar - que neste caso, o conteúdo exposto poderia ajudar outros usuários na criação de ideias para novos personagens.

Ponto interessante é que ela rapidamente identificou os botões de pular para as páginas visíveis a direita facilitando a navegação dela pelas páginas possibilitando ela avançar entre páginas mais rapidamente.

PARTICIPANTE 3

A terceira participante explorou com facilidade pelo Artbook, facilmente identificou os botões de pular entre páginas também e comentou como o conteúdo estava claro e bacana, estando bastante condizente sobre o tema e os tópicos abordados. A participante foi breve com seus comentários e não apresentou nenhum problema durante a tarefa.

PARTICIPANTE 4

A quarta participante também não demonstrou nenhuma dificuldade na exploração, identificou os botões de navegação à direita e comentou que a linguagem do conteúdo do Artbook estando bem condizente.

“Uma linguagem bem formal, bem comunicativa.

Dá pra entender tudo, nada complexo.”

PARTICIPANTE 5

O quinto participante comentou como a linguagem estava bastante condizente e elogia bastante a proposta e o conteúdo, dizendo que ajuda bastante para quem está começando e dá um suporte muito bom para quem se interessa pela área. E por conta da sua experiência trabalhando como programador de web, os principais pontos de crítica foram em relação a navegação da página, apresentando vários feedbacks e sugestões para melhorias. Tais críticas e sugestões foram:

Criar um botão específico para ir diretamente ao topo da página e não apenas para o página 1, pois o jeito que estava era confuso e cansativo. Ter mais opções de visualização como de carrossel em que o usuário pudesse visualizar duas páginas de uma vez e ir virando as páginas horizontalmente, ao invés de unicamente no sentido vertical como estava sendo apresentado. Ter também uma opção para baixar o Artbook em PDF para poder acessar e ler o conteúdo sem conexão à internet.

PARTICIPANTE 6

O usuário testado desta vez, começou chamando a atenção para um ponto muito interessante que lhe incomodou e que achou que poderia ser melhorado:

“Acho que seria mais legal se tivesse o artbook para todos mais visível. Sobre o conteúdo acho que está muito técnico. Se eu venho aqui eu gostaria de ter um conteúdo mais específico, sem ter que pensar muito.”

Os feedbacks dados pelo participante foram bastantes úteis para que pudéssemos ter uma maior perspectiva sobre a usabilidade do usuário e assim poder melhorar. Achamos que faz total sentido a opinião expressa pelo convidado e levamos em consideração os detalhes apontados, buscando sempre melhorar nossa plataforma para uma melhor experiência para os usuários.

Além disso, o participante testado também deferiu perspectivas positivas sobre o conteúdo, ressaltando a importância em se ter referências como embasamento; também elogiou e apoiou o método de criação de personagem expostos no conteúdo do Artbook Para Todos:

“Acho legal ter referências como embasamento, e se a pessoa quiser procurar mais a fundo ela procura se quiser.”

“Sobre o conteúdo eu gostei, a exemplificação está perfeita, já vai mostrando direto o ponto. Pra mim realmente ficou muito bom, já vai mostrando e exemplificando mostrando o intuito. São bem coerentes e bem bacanas.”

TAREFA 4: FEEDBACK NAS ARTES

A seguinte tarefa se trata em identificar que as imagens são interativas e ao clicar nas imagens do Artbook ela se expande, para facilitar a visualização da arte em tela cheia, livre do molde em hexágono e também poder ver mais informações de cada imagem e dar um feedback para cada arte, propondo melhorias e sugestões, ou simplesmente elogiar um trabalho bem feito.

Tendo isso em mente, o objetivo neste momento é avaliar a clareza dessa funcionalidade, se é fácil de entender como faz e para que serve, e ver então se o usuário consegue executar a tarefa são grandes complicações.

PARTICIPANTE 1

O Participante 1 não teve complicações em achar descobrir que era possível clicar em uma das imagens para poder dar feedback, porém ao expandir a arte e apa-

recer as informações da imagem, ele não identificou que era possível interagir curtindo e comentando, e assim, foi necessário apontar a ele que era possível executar tais ações e assim concluiu a tarefa após o auxílio dos autores. Ele então comentou: “Eu só achei que ficou um pouco escondido as interações da arte, comentar, curtir e etc.” No entanto, tal alegação não foi único deste usuário e estava claro que a primeira versão desenvolvida deixou a opção de interação estavam pouco visíveis e chamava pouca atenção, tendo inclusive outras funções menos relevantes mais destacadas, portanto, foram feitas uma série de atualizações a tela para que desse mais destaque e melhorasse a hierarquia visual de cada função.

PARTICIPANTE 2

De modo objetivo e breve, o usuário elogia a boa composição e colocação de elementos como a expansão da imagem e comentários feitos. Apesar disso, ainda acrescenta um detalhe que poderia ser melhorado dentro da plataforma nesta etapa. Os botões:

“A imagem expandida, os comentários, estão todos bem colocados, só alguns botões estão pequenos.”

Em relação ao feedback sobre as possíveis interações nas publicações, o participante de número 2, deixou claro sua satisfação e compreensão nos elementos:

“Muito legal, bem organizado, tem os títulos, as opções de compartilhar e tals!”

Antes de concluir o feedback, ele aponta um detalhe que chamou sua atenção, na mesma aba de interação com as publicações, na parte de Softwares usados:

“Apenas a parte do Software que não caberia todos os programas usados.”

PARTICIPANTE 3

Este usuário absorveu com maior facilidade os elementos de composição da interface, sem acrescentar sugestões ou observações de melhoria para a experiência do usuário, elogiando a interface por sua interatividade, usabilidade e facilidade durante esta etapa.

“achei bem legal, bem divertido, pois fica algo bem mais interativo. Ficou fácil, bem legal.”

PARTICIPANTE 4

A Participante 4, teve uma certa dificuldade de identificar que uma das imagens eram interativas e possível de se expandir, por não notar de primeira que ao passar o mouse a imagem se expandia nem notou o ícone de mensagem presente em cima da imagem notificando que tal imagem possuía uma mensagem. Porém, após explorar por mais tempo, conseguiu identificar tal função e continuou a tarefa com facilidade, ela elogiou bastante a proposta e a praticidade da funcionalidade.

“O feedback dos comentários ficou ótimo, pois ele ficou verdinho, e tals. E o feedback das paginazinhas ficou um pouco confuso, mas de resto achei normal.”

PARTICIPANTE 5

O Participante 5 consegue executar rapidamente a tarefa, ele identifica a opção de interação justamente pelo ícone de comentário acima da imagem, e aponta isso como algo que ajuda realmente o usuário a perceber, e assim conclui a tarefa dando o feedback e comentando com facilidade e elogia: “Está ótimo!”

PARTICIPANTE 6

Nesta etapa, o usuário testado elogiou em todos os aspectos, a aba de interação

com a publicação. Ele descreve ser uma aba bem intuitiva, visualmente agradável, com uma boa composição de layouts e com uma fácil interação, seja por curtir, comentar ou compartilhar:

“O ícone para comentar tá bem intuitivo, bem visual, gostei. Sobre o layout eu curti. Sobre comentar foi bem tranquilo, bem direto ao ponto.”

TAREFA 5: CRIAÇÃO PRÓPRIA DO ARTBOOK

Após os usuários conhecerem a plataforma e entender sua proposta vendo o projeto do Artbook para todos e sua opção de dar feedback, faz parte do processo para os usuários também explorarem a função de eles mesmos criarem seus próprios artbooks de forma autônoma, e explorar a navegação do usuário para ver se a exploração do conteúdo, a explicação dentro da plataforma está clara e intuitiva.

PARTICIPANTE 1

O usuário teve facilidade em navegar pela plataforma porém durante a navegação de criar um artbook próprio e interagir com uma das artes apresentou um certo problema em encontrar tais funcionalidades e ficou perdido tentando achar até que por meio de exploração mais profunda conseguiu então executar tais tarefas. Quanto a tarefa de criar um artbook próprio o Participante 1 ao invés de ir para a tela de Artbooks, buscou essa função na barra de acesso rápido do perfil e dentro da própria tela de Perfil. Esse engano ao buscar tal função na área de perfil, não foi única deste participante, tendo outros participantes que tiveram o mesmo problema, portanto foi possível perceber que é uma função que realmente é intuitivamente buscada para essa área.

PARTICIPANTE 2

A Participante elogiou o processo de criação do Artbook e a exploração pelo site, porém ela ressaltou que achou confuso o botão de voltar, já que ele se encontra ao lado direito, fugindo da convenção de que o botão de voltar geralmente se encontra a esquerda em aplicativos, navegadores e sites, portanto não percebendo essa função por estar ao lado e atrapalhando na navegação da plataforma.

PARTICIPANTE 3

A Participante 3 não encontrou nenhum problema e elogiou a função de pular entre páginas com a opção ao lado em que pode escolher a página para visualizar mais fácil. É interessante avaliar como essa usuária elogia uma funcionalidade em que estava confusa para o Participante 1 e 5.

“Está bem tranquilo, bem fácil. Os números de páginas são excelentes. Bem fácil de entender tudo.”

PARTICIPANTE 4

A Participante 4 conclui a tarefa sem muitos comentários, facilmente executa todas as funcionalidades com praticidade e intuitivamente.

“Está bem palpável, tá tudo muito claro.”

PARTICIPANTE 5

O quinto usuário conclui também conclui com facilidade o processo de criação e exploração do site até entrar na tela de templates de criação, porém nota algumas inconveniências na criação da tela de criação e sugere algumas ideias.

“Precisa ter um definidor de quantidade de páginas. Seria bom também utilizar a técnica do carrossel, que é só ir passar para o próximo, assim exigiria menos esforço do usuário.”

Ele comenta que tais sugestões servem para deixar o processo mais fácil e melhorando a qualidade da navegação, porém não são problemas graves que atrapalhem o processo de criação do template.

PARTICIPANTE 6

O sexto usuário conclui também a tarefa rapidamente e elogia todas as etapas.

“Gostei do layout. Cara, isso é muito legal, gostei bastante da composição.

Bem intuitivo, a edição parece bem consistente. A opção mostrando as duas opções de layout estão bem visíveis, gostei muito.”

TAREFA 6: SAIR DO PERFIL E ENCERRAMENTO.

Tendo encerrado todas as atividades principais da plataforma disponíveis, se encerra o teste com os usuários saindo do perfil criado e assim dando um feedback geral sobre a experiência com o Paletro.

PARTICIPANTE 1

Concluindo então todas as tarefas, o usuário elogia o trabalho, mostrando bastante interesse pelo tema, e suas funcionalidades. Ele apenas critica que certas funcionalidades não estavam claras o suficientes para poder aproveitar toda a plataforma de forma tão intuitiva, porém no geral é um trabalho bastante sólido e consistente.

PARTICIPANTE 2

Em relação a experiência geral da plataforma, a usuária relata de forma objetiva que a usabilidade se mantém fácil e consistente. A interface e todo o seu design e composição de elementos, estão muito bons, além da organização que também se mantém boa e adequada. Reforçando apenas sobre o incômodo experienciado sobre o botão de voltar, que se posicionava ao lado direito. Por fim, o participante finaliza seus comentários com um elogio:

“(…)em termos gerais está muito bom! Está lindo.”

PARTICIPANTE 3

Os feedbacks do usuário referente a experiência geral do site, descrevem uma boa funcionalidade e um grande interesse sobre a plataforma caso ela fosse finalizada e disponibilizada para uso em servidores do mundo. Acrescenta comentários elogiando a novidade que é a plataforma e sua ideia, reforçando dizendo que não havia visto antes um site que trabalhasse e fornecesse Artbooks da forma como o Paletro trabalha.

“ tô achando bem bem legal, achei novo diferente, nunca vi um site que trabalhasse com criação de artbook, eu teria um artbook nesse site”

PARTICIPANTE 4

A experiência geral foi bem positiva ressaltando a beleza e a estética do Paletro e elogiou a proposta do projeto, ela também faz críticas em relação a diagramação do Artbook Para Todos, comentando que certos pontos como Alinhamento e margens podem ser feitas melhorias para melhorar a leitura.

“Tá bonito demais, tá bem bonito mesmo!”

Porém como designer, algumas coisas me incomodam como os alinhamentos do Artbook Para Todos, muito próximo a margem. Só isso, mas é bem original, seria um site bem legal”

PARTICIPANTE 5

O participante 5 elogia imensamente toda a proposta do projeto, ressaltando os pontos positivos como a possibilidade de ajudar pessoas que estão iniciando a aprender melhor sobre o tema, a conhecer mais sobre novas culturas, e também ajudar a criar um central de portfólio que abre porta para várias oportunidades entre artistas. Ressaltando bastante o potencial que o projeto proporciona. Tendo assim uma experiência bastante positiva como um todo!

PARTICIPANTE 6

O participante testado, além de citar os aspectos positivos da plataforma em geral, reforçou uma observação feita sobre as explicações da aba Artbook. O usuário sugeriu que essas explicações pudessem estar inseridas na página inicial, para que quando os novos usuários visitassem o site e não soubessem o que era um artbook, pudessem então destrinchar e absorver sem muito esforço, as informações oferecidas pela plataforma.

“Pelo menos pra mim como o foco é artbook, talvez as explicações do que um artbook ficasse bom na primeira tela.”

3.3 APLICAÇÃO DE AJUSTES

Após a apuração dos testes foi possível reconhecer os principais pontos que precisavam de ajustes, percebendo problemas que precisavam ser corrigidos e até mesmo pequenos detalhes que por mais que não fossem tão graves, ainda assim melhoraram bastante a experiência dos usuários com tais mudanças. Foi realizado então, uma atualização das telas priorizando solucionar os principais problemas presentes na sua versão anterior para que cada tarefa seja mais fácil e prática de ser concluída.

TAREFA 1: ENTRAR NO SEU PERFIL

Uma das primeiras correções que foram feitas foi a aplicação de legendas nos botões presentes na plataforma, já que devido a apontamentos dos usuários, poderia haver uma dificuldade na identificação e sentido claro dos ícones expostos na ferramenta drop-down do perfil, que anteriormente eram oferecidos sem legenda de auxílio. Esse problema demonstrou uma falta de consistência dentro da própria plataforma, tendo assim feito uma atualização adicionando legendas na aba de perfil para facilitar a compreensão de suas funcionalidades (Figura 68).

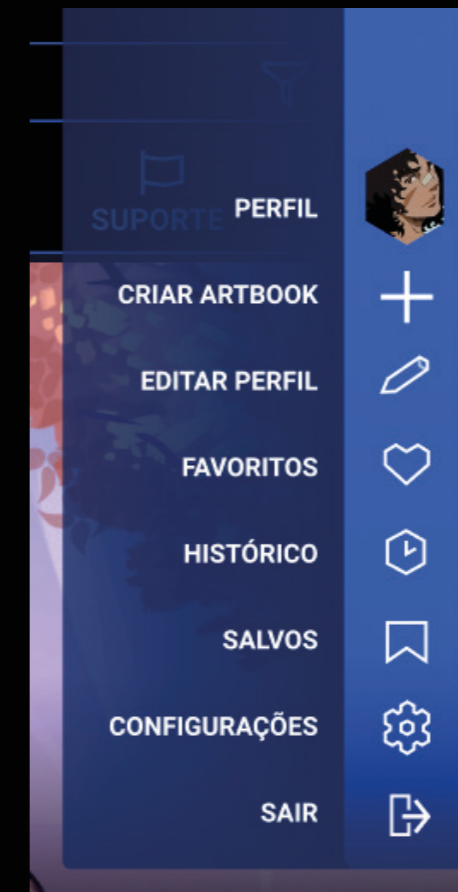


Figura 68: Atualização destacando a interatividade dos botões.

Fonte: Elaborado pelos autores.

TAREFA 2: ENTRAR NA TELA DE ARTBOOKS

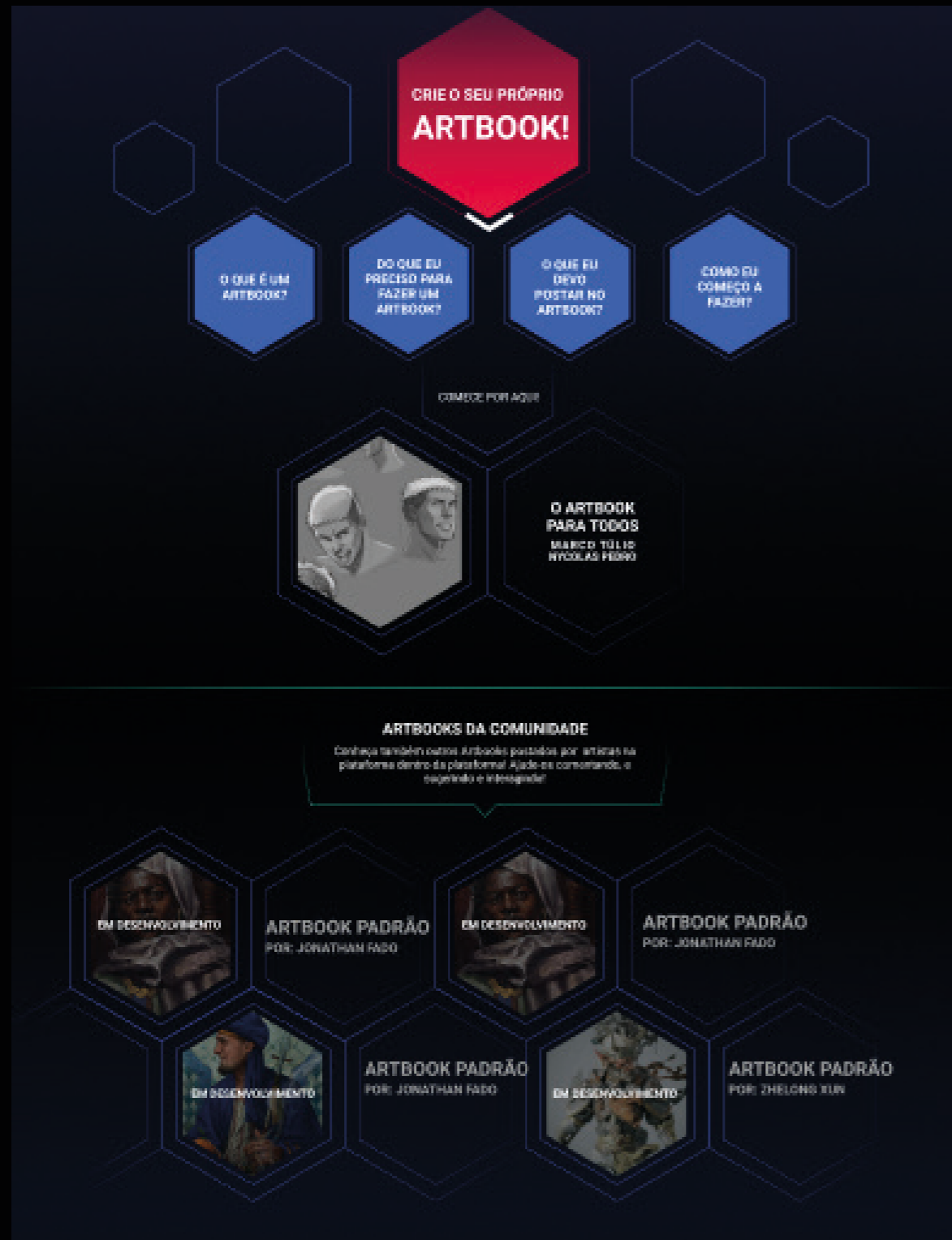


Figura 69: Atualização destacando O Artbook Para Todos. Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação a esta página, os feedbacks recebidos e consideravelmente relevantes, foram respectivamente sobre como localizar o citado; Artbook Para Todos. Observamos e analisamos com atenção estes feedbacks e a plataforma, e concluímos que a página em si realmente não fornece muitas informações que pudesse comunicar ao usuário onde ele poderia acessar o tal Artbook para Todos.

Deste modo, posicionamos a opção clicável Artbook Para Todos, em um novo lugar onde ficaria mais visível, localizada logo abaixo dos quatro drop-downs que explicam brevemente sobre o que é um Artbook. Além disso, um detalhe no texto do quarto drop-down também foi corrigido, sendo inserido na exata menção sobre o Artbooks Para Todos, um destaque clicável. Ou seja, dentro do texto essa correção tem o intuito de corrigir um erro de localização e confusão de usabilidade.

TAREFA 3: ACESSAR O ARTBOOK PARA TODOS

Para a tarefa do acesso ao Artbook, a navegação pelo Artbook de forma vertical tendo que descer indefinidamente pela página para acessar todo o conteúdo, por mais que bastante eficiente e recebendo elogios de usuários que gostaram e acharam fácil a navegação, ainda assim apresentou certos problemas e inconveniências para alguns usuários como a demora em passar por todas as páginas apenas pelo scroll do mouse, tendo que subir ou descer de contínuo e cansativo pelo mouse. Outro problema apresentado é que certos participantes não notaram o atalho de pular as páginas rapidamente ou sequer sentiram falta de uma opção específica de pular para o topo ou para a última página. Portanto, foram feitas alterações para destacar melhor essa função, dando mais robustez e acrescentando a opção de "Ir ao topo" e "Ir ao fim" para a conveniência do usuário.

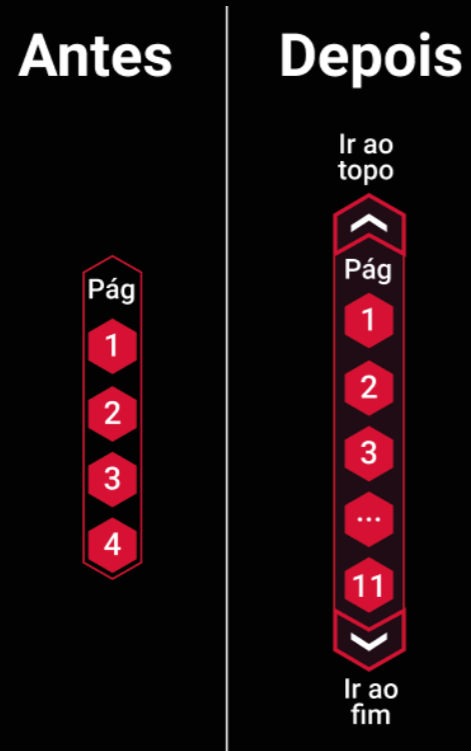


Figura 70: Botões para subir ou descer a página.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Além, de fazer tais ajustes na tela de visualização vertical, também desenvolvemos uma segunda opção em que os usuários podem explorar as páginas no sentido Horizontal (Figura 71), para dar maior liberdade e controle de uso de acordo com suas preferências, mas também por ser um estilo de visualização que possui várias vantagens próprias. Uma das principais vantagens é poder ver mais do conteúdo da plataforma de uma vez só, já que assim é possível visualizar duas páginas de uma vez, do que ser limitado a visualizar apenas uma fração da página, limitando sua visualização.

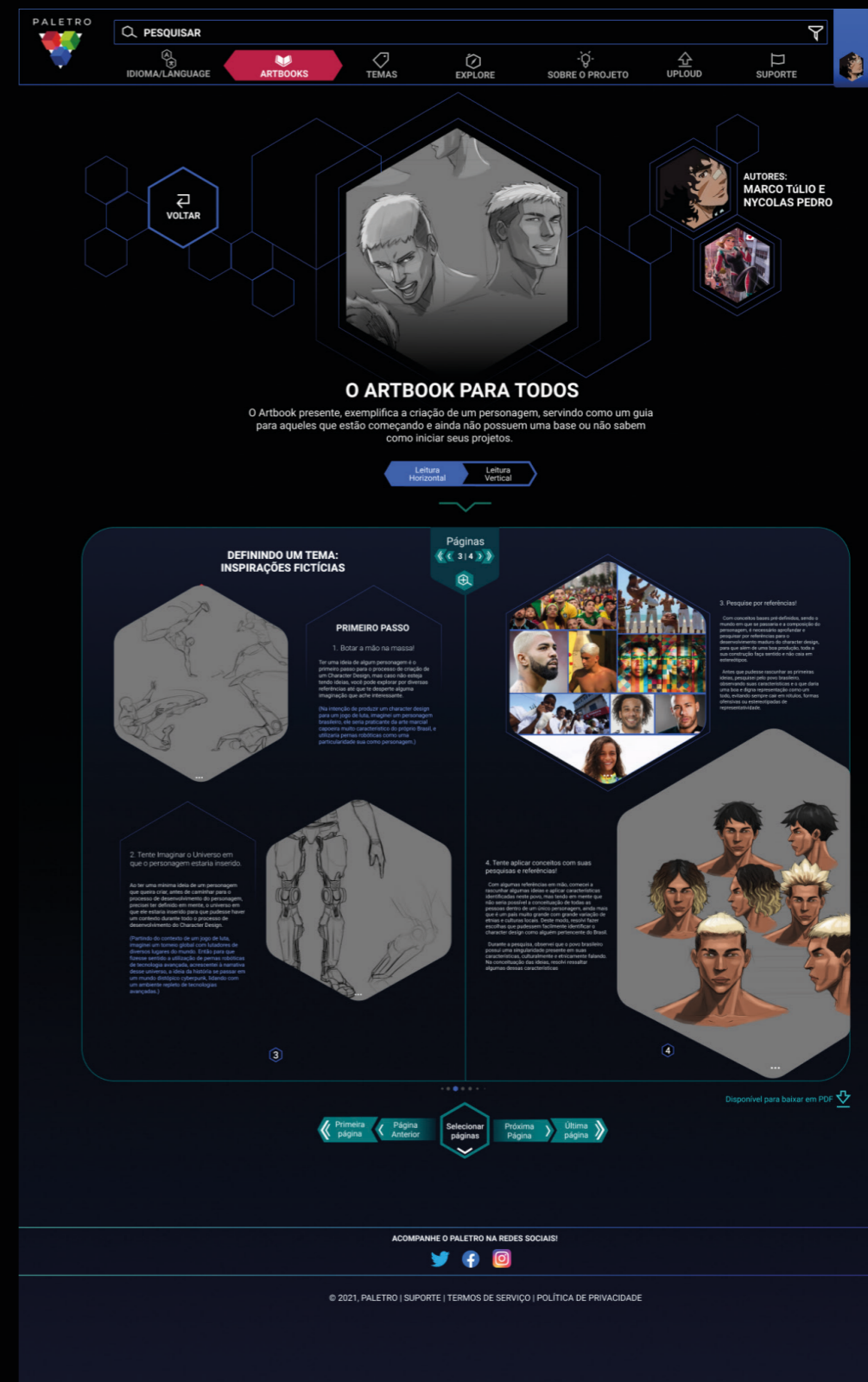


Figura 71: Nova forma de visualização das páginas.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Essa mesma vantagem de visualizar duas páginas ao mesmo tempo de uma vez acaba sendo uma desvantagem para usuários cujo o monitor é pequeno, já que isso dificulta a leitura do conteúdo, sendo assim, foi desenvolvido uma barra de acesso rápido no centro superior das duas páginas com opções de avançar e retornar páginas, mas também um botão de Zoom In (Figura: 72).



Figura 72: Botão de Zoom In. Fonte: Elaborado pelos autores.

A função de zoom funciona expandindo o tamanho do conteúdo da página de forma que parte da página preencha até o final da borda das páginas, facilitando a leitura, o cursor do mouse é substituído por um ícone de uma lupa com o símbolo de menos, representando a função de Zoom Out, e com setas nos 4 cantos diagonais de um hexágono maior que cobre o ícone da lupa (Figura 73). O novo cursor representa ao usuário que ao movimentar o mouse, é possível mover a visualização da página livremente enquanto está em Zoom In, e o símbolo de Zoom Out representa que ao clicar novamente em qualquer lugar da página, a visualização normal volta a se manter no site, podendo explorar novamente livremente o resto das páginas como originalmente estava.

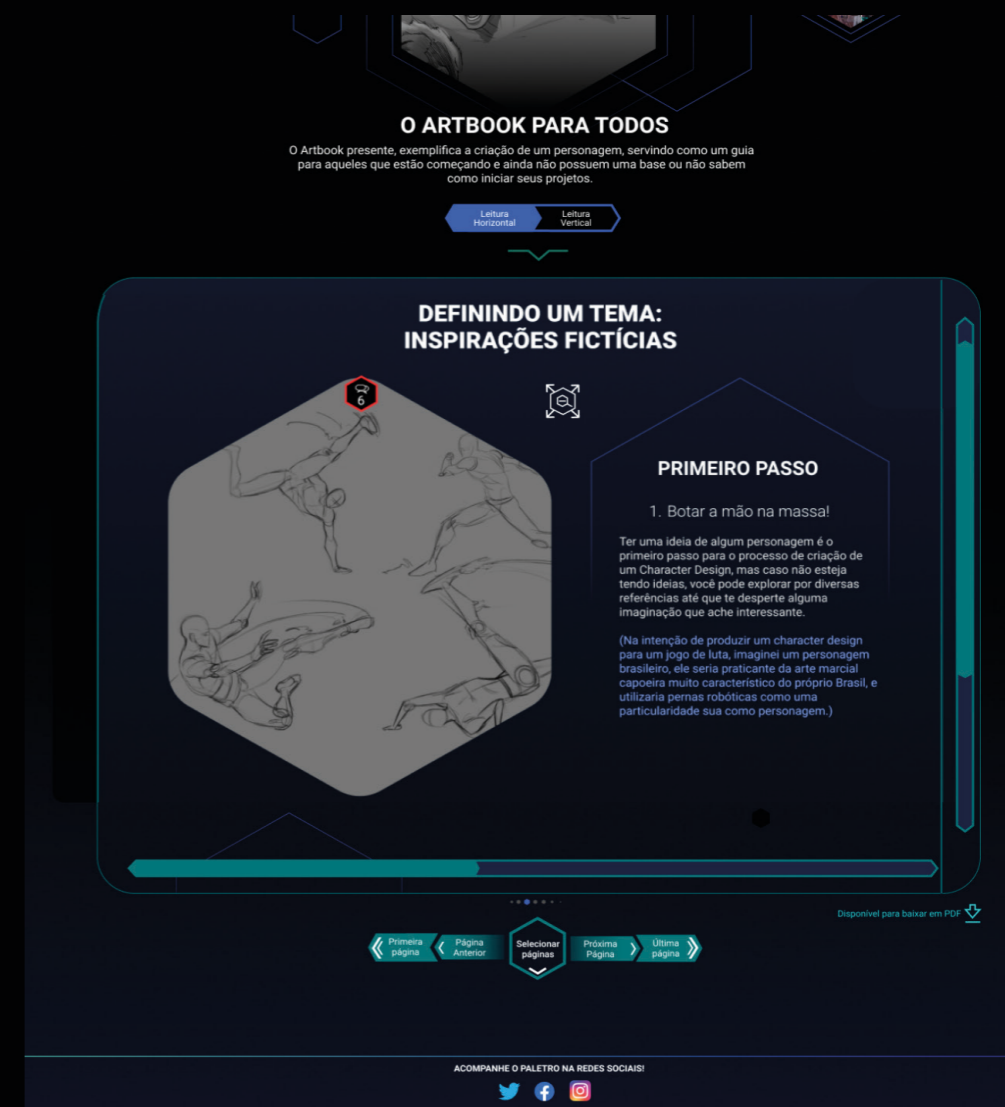


Figura 73: Expansão pela ferramenta Zoom In. Fonte: Elaborado pelos autores.

Outro Fator interessante sobre as correções é que durante a análise dos feedbacks, foi erguida a sugestão de possibilidade de download do Trabalho de Artbook publicado, para uma versão PDF. Essa sugestão de mudança foi solicitada ao se pensar em outros cenários que poderiam ser experienciados, como por exemplo a falta de tempo para usuários muito ocupados, que no caso, iriam baixar o arquivo para ler em alguma outra oportunidade; ou uma possível falta de conexão com a internet, que para prevenção do usuário, se satisfaz com a possibilidade de baixar sem se preocupar se seria possível ou não, ler o conteúdo mais tarde caso lhe faltasse a internet.

Existem situações diversas que podem motivar o usuário a baixar uma versão em PDF do conteúdo. Sendo então uma opção que aumenta a possibilidade de acesso

do usuário dentro da plataforma, não teria motivos para recusar este meio de poder acessar o conteúdo publicado, então aplicamos este novo meio de interação com o conteúdo, posicionando sempre abaixo do artbook publicado, uma opção para baixar em PDF como mostrado na Figura destacado em vermelho.

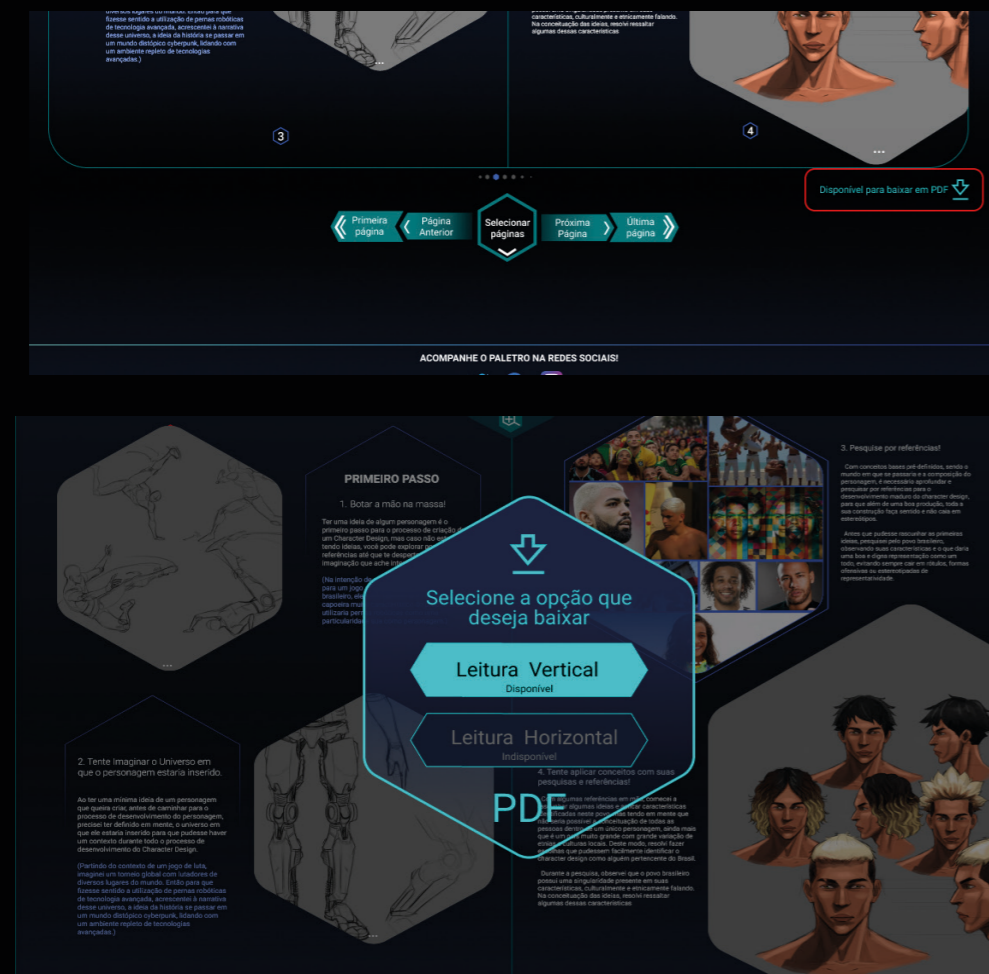


Figura 74: Opção para baixar o arquivo em PDF. Fonte: Elaborado pelos autores.

Como a nova forma de visualização horizontal exige um formato diferente de navegação pelas páginas, ao invés de seguir descendo incansavelmente pelo Artbook, agora é necessário clicar para acessar as duas próximas páginas, ou as duas páginas anteriores, ou até mesmo voltar para a primeira página ou pular diretamente para a última (Figura 75).

Além de manualmente ir avançando a cada duas páginas, também foi adicionado um botão para escolher as páginas que deseja ler. Ao clicar, abre um sistema de drop-down em que aparece todas as páginas disponíveis para a leitura, com isso é possível acessar qualquer página em específico, rapidamente (Figura 75).

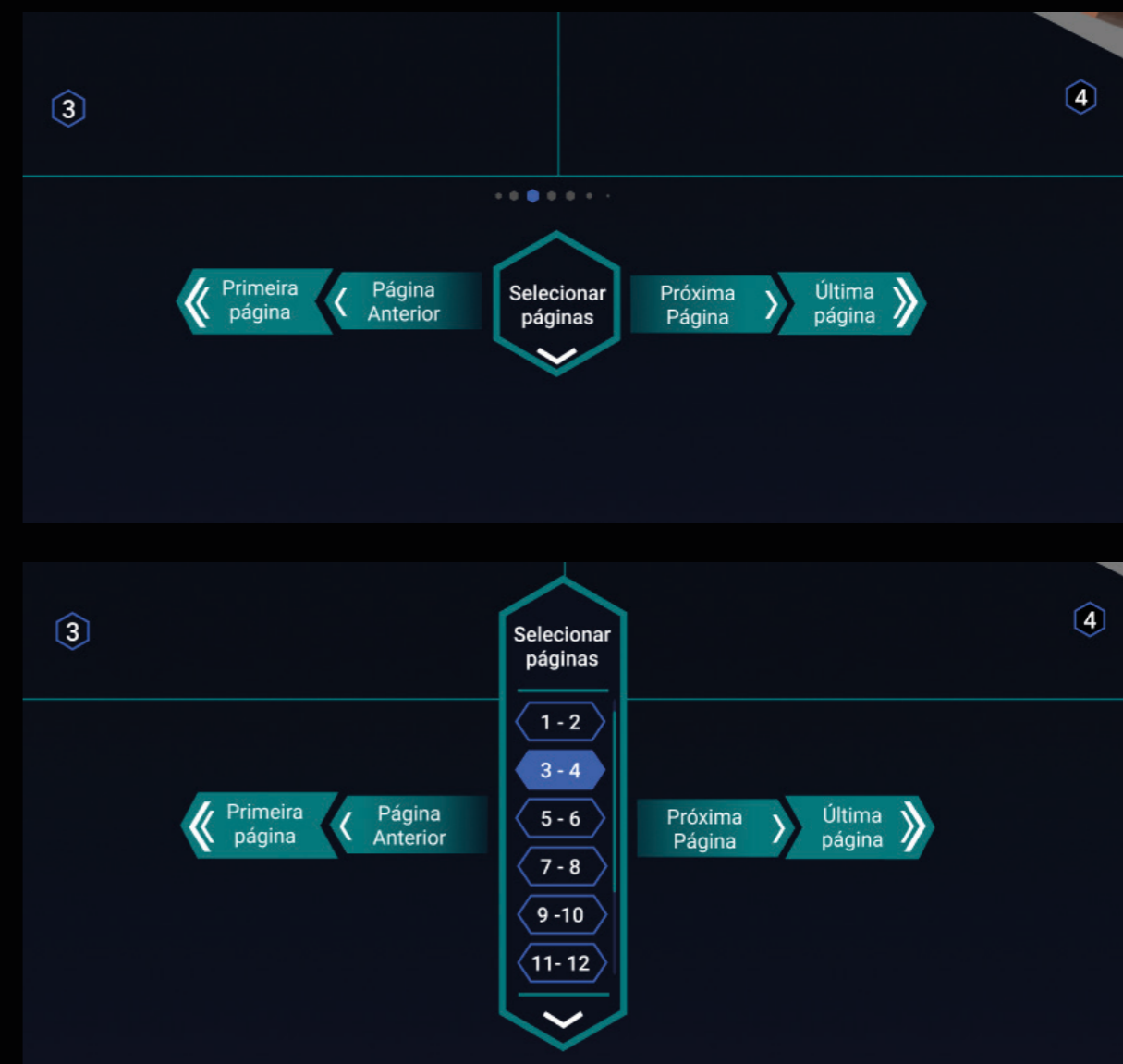


Figura 75: Drop-down da nova opção de seleção de páginas. Fonte: Elaborado pelos autores.

TAREFA 4: FEEDBACK NAS ARTES

Outro problema de consistência que foi possível notar a partir dos relatos dos usuários descrevendo suas dificuldades, era em relação a identificação dos botões de interação como de fazer um comentário e curtir, por serem pequenos e diferentes do que um botão geralmente se parecia. A primeira versão dos botões, estavam bem pequenos e cinzentos, com dificuldades para se identificar, e a falta de cores remete uma ideia de que não eram botões ou não estavam disponíveis. Portanto, foram feitas alterações para uma nova versão (Figura 76) destacando os botões com um tamanho consideravelmente maior e com um contorno colorido, já que os botões na plataforma já seguiam o padrão da forma. Também se preenchiam em um Hover, apenas no momento em que já estavam clicados ou selecionados. Na nova atualização foi adicionado uma opção predisposta para se fazer um comentário, sem precisar necessariamente clicar em abrir a aba de comentários antes.



Figura 76: Atualização destacando a interatividade dos botões. Fonte: Elaborado pelos autores.

TAREFA 5: CRIAÇÃO PRÓPRIA DO ARTBOOK

Um ponto relevante também que levamos em conta foi o fato que o site possuía os botões de voltar inconsistentemente à direita, sendo que por convenção, tal função de voltar normalmente é encontrada à esquerda. Com essa observação, corrigimos este pequeno detalhe em todo o site para que não houvesse outras possíveis confusões na experiência de usabilidade dos usuários da plataforma. (Figura 77)

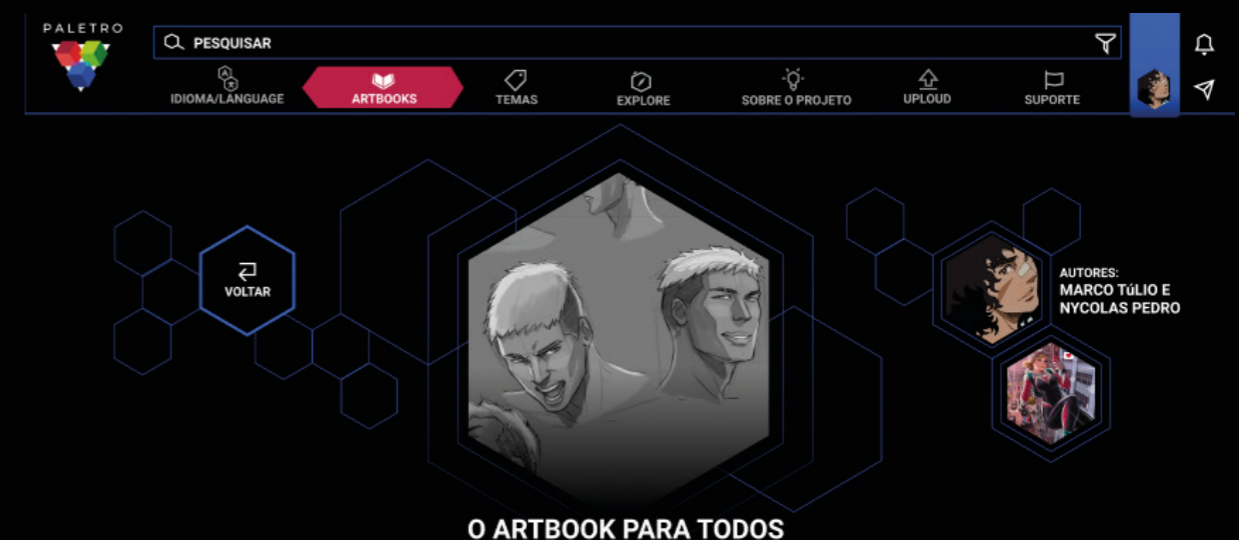


Figura 77: Atualização da função de voltar, à esquerda. Fonte: Elaborado pelos autores.

Em relação a criação de um novo projeto, essa opção era encontrada somente na aba Artbooks, onde também é disponibilizado as explicações sobre o que é um artbook e como iniciar um. Nesta mesma aba, um dos grandes destaques é o guia Artbook Para Todos, mas o que de fato chamou a nossa atenção, foram os feedbacks referente a falta de outros meios de criação de artbook, contentando-se apenas na aba específica de Artbooks. Nesse sentido, atendemos aos questionamentos e sugestões que se demonstraram relevantes para a plataforma, que por parte, é focada justamente na criação de Artbooks autorais.

Com essas questões levantadas, resolvemos aplicar na aba perfil junto aos projetos postados, novas opções predispostas de criação de outros trabalhos, que além de também oferecer mais recursos de criação dentro da plataforma, possa por sua vez contribuir na agilidade e facilidade da navegação do usuário.



Figura 78: Atualização da tela de perfil com mais opção de criação. Fonte: Elaborado pelos autores.

TAREFA 6: SAIR DO PERFIL E ENCERRAMENTO

Os feedbacks que foram levados em consideração nesta etapa, relataram em específico, uma segunda possibilidade de poder se desconectar da conta cadastrada no momento. Podendo existir uma opção para sair da conta posicionada dentro da tela de perfil - algo que é muito comum entre outros sites e aplicativos - Deste modo, por este padrão de opção ser algo muito presente em outras redes e plataformas, faria muito sentido adicionarmos ao nosso site essa opção. Além de ser algo familiarizado entre os usuários, uma outra opção existente contribui com a navegação dos mesmos, que por volta já possuem essa experiência/educação oferecida por outras plataformas. (Veja a atualização na Figura 79)



Figura 79: Opção para desconectar-se da conta por meio da tela de perfil. Fonte: Elaborado pelos autores

3.4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a definição do tema do projeto que seria trabalhado futuramente, os autores deste trabalho já possuíam uma pequena noção que o tema em si, se tratava de uma escolha significativa, delicada e profunda para ser abordada dentro do mundo dos videogames, que por sinal, apresenta uma constante evolução em relação ao tema: A Importância da Representatividade Étnica e Cultura nos Characters Designs em Videogames.

A abordagem sobre a representatividade é um assunto que vem ganhando cada vez mais espaço ao decorrer dos anos, e isso é muito notório dentro do mercado dos games. O impacto que uma boa representação de character design em um jogo pode causar no indivíduo disposto a experimentar o game, age com suma importância. Os aspectos relacionados a uma boa representação, vão além de questões éticas e moralistas, empenhando-se também no acolhimento e compartilhamento digno de culturas e identidades de um povo. Neste segmento, a partir de pesquisas e produções por parte do grupo, foi se ampliando o repertório e perspectivas de um cenário delicado e necessário, possuinte de uma causa nobre e que se demonstrava cada vez mais profundo e complexo dentro das sociedades.

A problemática da falta de representação e a má representatividade, ainda sim é um questão que evidencia os problemas estruturais de uma sociedade que sofreu uma hegemonia cultural fortemente eurocêntrica e imperialista norte-americana. Além de revelar aspectos de uma opressão oriunda de um povo majoritário e dominante sobre a minoria que conseqüentemente acabam sendo vítimas de rotulações e reduzidas a estereótipos. Quebrar tais conjecturas não é tão simples, é um esforço que envolve todas as áreas da sociedade, e se tratando de designers e artistas, o grupo uniu forças e estudos para juntar públicos da área a aprenderem mais sobre este importante e delicado tema, com a possibilidade de produção de novos personagens e projetos que pudessem ser mais profissionais e respeitosos, sempre com a intenção de espalhar através destes trabalhos, conhecimentos, culturas e diferentes formas de perspectivas com o mínimo de dignidade.

Quanto mais material era desenvolvido e mais conhecimento era obtido, mais aparentes as necessidades e ideias de propostas se demonstravam estar. As motivações e intenções se estabeleciam através de um olhar solúvel perante o tema em que o grupo se dedicava. Durante o processo, ao definir-se uma proposta para melhorar este cenário, a ideia elaborada para solucionar os problemas existentes dentro

do tema da importância da representatividade, foi proporcionar um site que pudesse conectar pessoas do mundo inteiro a compartilhar seus próprios trabalhos autorais, na intenção de dar voz e destaque a qualquer pessoa do mundo que quisesse compartilhar com outros povos, seus trabalhos, culturas, e perspectivas mundanas.

Para a realização da proposta desenvolvida que deu base ao projeto Paletro, utilizou-se do método Design Thinking de Vianna et.al. (2012) guiando e orientando o grupo com sua organização e eficácia nos processos de cada etapa do trabalho, proporcionando uma construção condizente e empática com o usuário em toda a estrutura do projeto. Juntamente a Jakob Nielsen (1994), que com suas heurísticas essencialmente utilizadas nas criações de plataformas digitais, agiu com eficácia e precisão nas definições dos conceitos elaborados e aplicados, levando sempre em consideração a experiência do usuário, consolidando-se também como uma grande base para que o projeto Paletro tomasse corpo e forma.

Com os testes feitos foi possível confirmar a relevância do tema entre artistas, characters designers e desenvolvedores de jogos eletrônicos. Porém, é certo dizer que os conteúdos como o que foi desenvolvido para este trabalho, especificamente criações de artbooks, ainda são poucos atendidos por outras plataformas e redes sociais, visto que há uma grande demanda do público apontado que buscam adquirir maior conhecimento sobre o tema e uma outra gama do público que procuram produzir mais conteúdos sobre o mesmo. Tendo Artistas e desenvolvedores de jogos profissionais demonstrando bastante interesse de que o projeto seja concluído para que possam produzir os Artbooks e consumir o conteúdo da plataforma, apenas revela que o potencial do projeto Paletro dentro da comunidade de desenvolvimento de jogos, poderia ter muito a acrescentar a este cenário.

Portanto, o Paletro é um projeto que tem grande potencial para crescer e desenvolver-se, ainda mais se lhe for investido uma quantidade maior de tempo e recursos, trabalhando com o desenvolvimento de novos testes e ajustes, elaborações de novas funcionalidades e maior aprofundamento de seu conteúdo textual em relação ao guia, ou nomeado como Artbook Para Todos. Assim, como o próprio projeto se trata, o trabalho coletivo de outros artistas enriquecendo com novos conhecimentos as produções realizadas na plataforma, faz com que o próprio site evolua imensamente a partir dos feedbacks dos usuários e de suas novas perspectivas e sugestões.

Tratando-se de um tema amplamente relevante em muitos cenários sociais hoje em dia, revelando juntamente com sua necessidade, no contexto geral do projeto, a proposta de solução sendo a plataforma Paletro, é correto dizer que não é cabível fazê-la totalmente responsável pela solução central do problema dos estereótipos e da má repre-

sentatividade em si, mas sim sendo um dos meios possíveis proporcionados pelo grupo que abraçam a essa causa na intenção de melhorar o cenário na indústria dos games.

Foi um enorme aprendizado o desenvolvimento deste projeto para o grupo. Todo o conhecimento adquirido a partir da pesquisa do embasamento teórico, da ideação e desenvolvimento da identidade visual do projeto, juntamente com os testes realizados com os usuários observando suas perspectivas, interpretações e sugestões, e em relação a própria produção do conteúdo em si, desafiou o grupo diversas vezes em conseguir criar um projeto que ao mesmo tempo que instigasse e envolvesse o grupo, também fosse digno, com causas nobres e suficiente para trazer orgulho a esta etapa final do curso.

Neste projeto foi utilizado todo o conhecimento adquirido durante os 8º períodos cursados na universidade, para que a esta altura, fosse possível chegar ao resultado final apresentado neste trabalho de conclusão de curso. Por fim, de modo conclusivo, este projeto ensinou aos autores a manterem-se sempre abertos, com um olhar curioso e cuidadoso, motivando-se a buscar novos conhecimentos e perspectivas para que se possa ter a capacidade de melhorar a cada projeto novo.

3.5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AELA; UX Design: O que é e como atuar na área. 2019. Disponível em: <<https://medium.com/aela/o-que-é-ux-design-2f8161cd1a7b>> . Acesso em Março, 2021.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Design thinking: Coleção design básico. Bookman Editora, 2016.

ARUCELLI: Level Up Your Character Design with Knight Zhang. Realização de. Vídeo (17min 43s), realização de Stan Prokopenko e postado por PROKO, 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CjiKILE3Nul&t=68s>>. Acesso em Abril, 2021.

BEZERRA, Juliana; American Way of Life. 2018. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/american-way-of-life/>>. Acesso em Março, 2021.

BLAKE, V. Here's why Nier: Automata is getting review bombed on Steam. GameRadar. 2021. Disponível em: <<https://www.gamesradar.com/heres-why-nier-automata-is-getting-review-bombed-on-steam/>>. Acesso em Abril, 2021.

BRAGA, J. L. O que é comunicação?. v. 19, n. 38, p. 15-20, 2016.

BRUDVIG, E. Mass Effect Interview. IGN. 2012. Disponível em: <<https://www.ign.com/articles/2007/01/19/mass-effect-interview-2>>. Acesso em Abril de 2021.

CAVINATO, Paulo Ricardo; As mudanças na cultura e no imperialismo norte-americano no início do século XXI. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/40290>> . Acesso em Março, 2021.

CUSTODIO, A. Nier: Automata finalmente irá receber patch de melhorias na Steam. TecMundo. 2021. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/voxel/215510-nier-automata-finalmente-receber-patch-melhorias-steam.htm>> Acesso em Abril, 2021.

DENIS, R. C. Design, cultura material e o fetichismo dos objetos. Revista Arcos, v. 1, p. 14-39, 1998

SCHERMANN, D. Escala de Likert. Opinion Box. 2021. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pergunta-de-escala-ou-escala-de-likert/>>. Acesso em Outubro, 2021.

HALL, S. Cultura e representação. PUC RIO. 2016 em: <https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/HALL_Cultura_e_Representação_-_2016.pdf>. Acesso em Mar, 2021.

HINTON, P. The Cultural Context and the Interpretation of Japanese 'Lolita Complex' Style Anime. Intercultural Communication Studies XXIII: 2, 2014. Disponível em: <<https://web.uri.edu/iaics/files/Perry-R.-Hinton.pdf>>. Acesso em Abril, 2021.

HEEKS, Richard. Information and Communication Technologies, Poverty and Development. Development Informatics Working Paper no. 5. 1999. Disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3477770>

HUA, J. R. Racial Diversity in Games. Leveling Up in Life. 2015.

JAMIL, G; NEVES, J. A era da informação: considerações sobre o desenvolvimento das tecnologias da informação. Perspectivas em Ciência da Informação, [S.l.], v. 5, n. 1, nov. 2007. ISSN 19815344. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/11>

KANTER, R. M. Men and women of the corporation. New York: Basic. 1977.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Prentice Hall 2000.

LÖBACH, B. Design Industrial. Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2011.

MADEIRO, C. Negros são 75% entre os mais pobres; brancos, 70% entre os mais ricos. UOL. 2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/11/13/percentual-de-negros-entre-10-mais-pobre-e-triplo-do-que-entre-mais-ricos.htm>> . Acesso em março de 2021.

MORRIS, C. Fundamentos da Teoria dos Signos, trad. de FIDALGO, António, trabalho policopiado na Universidade da Beira Interior, Covilhã. 1994.

NÖTH, W. Handbook of Semiotics. Bloomington, IN: Indiana University Press, 1995.

PRAXEDES, Walter. Eurocentrismo e racismo nos clássicos da filosofia e das ciências sociais. Revista espaço acadêmico, n. 83, 2008.

RATI, B. M.; BECCARI N. B. Estereótipos de gênero e apelos retóricos no design gráfico: um modelo de análise. Estudos em Design, v. 28, n. 1, p. 06 26, 2020.

ROYO, J. Design Digital. 1ª edição. São Paulo: Editora Rosari, 2008.

SÁ, MARINA TAVARES. Colorismo e Juventude Negra: a influência dos sentidos atribuídos pela produção midiática na construção das identidades. 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/19676>> . Acesso em Mar, 2021.

SANTOS, D et al. Raça versus etnia: diferenciar para melhor aplicar. Dental Press Jour-

nal of Orthodontics, v. 15, n. 3, p. 121-124, 2010.

OXFORD. Tokenismo. Dicionário de Oxford. 2021.

OXFORD. Representação. Dicionário de Oxford. 2016.

TOMASELLI, V; CANTONE, G; MAZZEO, V. COMPLEX FEATURES IN REVIEW BOMBING. In: BOOK OF ABSTRACTS. 2020. p. 18.

VELLA, D. Modeling the Semiotic Structure of Game Characters. In: DiGRA. 2014.

VIANA, N. Capitalismo e Questão Racial. academia.edu. 2009.

YODER, J D.; ANIAKUDO, P; BERENDSEN, L. Looking beyond gender: The effects of racial differences on tokenism perceptions of women. Sex Roles, v. 35, n. 7-8, p. 389-400, 1996.

GUERRA, Luiz Antonio; Superestrutura e Infraestrutura. Disponível em: <<https://www.foescola.com/sociologia/superestrutura-e-infraestrutura/>> . Acesso em Março, 2021.

PRINCE, C. The Outer Worlds is Colorblind-Friendly By Design. THEGAMER. 2019. Disponível em: <<https://www.thegamer.com/the-outer-worlds-colorblind-friendly-co-game-director-inspiration/>>. Acesso em Maio, 2021.

SAGA; Entenda a importância da experiência do usuário em jogos. 2020. Disponível em: <<https://blog.saga.art.br/entenda-a-importancia-da-experiencia-do-usuario-em-jogos>>. Acesso em Março, 2021

MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo. Design Thinking & Thinking Design: Metodologia,

ferramentas e uma reflexão sobre o tema. Novatec Editora, 2015. Disponível em: <<https://livrariapublica.com.br/design-thinking-thinking-design-metodologia-ferramentas-e-uma-reflexao-sobre-o-tema-adriana-melo/>> . Acesso em Maio, 2021.

MORAES, Denis; Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. 2010. Revista Debates, Porto Alegre. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/12420/0>> . Acesso em Março, 2021.

MUNCY, Julie; Disney Plus terá reforço em aviso de conteúdo racista em filmes antigos. 2020. Disponível em: <<https://gizmodo.uol.com.br/disney-conteudos-racistas-filmes-antigos-disney-plus/>>. Acesso em Setembro, 2021.

VIANNA, et al; Design Thinking: inovação em negócios. 2012. MJV Press, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.academia.edu/4885429/Design_Thinking_Inovacao_em_Negocios> . Acesso em Maio, 2021.

3.6. APÊNDICE

A - QUADRO DE NEGÓCIOS

O Modelo de Negócios, segundo Alexander Osterwalder e Yves Pigneur (2012), autores do livro Business Model Generation, descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização. Assim, a elaboração do quadro (Figura 79) tem como objetivo pontuar categorias diferentes sobre o projeto - categorias como: Principais parcerias; Atividades Chave; Recursos principais; Proposta de valor; Relacionamento com Cliente; Canais; Segmentos de Clientes; Estrutura de custos; e Fontes de receita.



Figura 80: Business Model Canvas. Fonte: Elaborado pelos autores.

PRINCIPAIS PARCERIAS

As principais parcerias para o projeto, são plataformas que já possuem relação com trabalhos voltados à área em que o projeto se trata. Artstation é uma plataforma focada basicamente para os trabalhos de artistas como: pintores, escultores, artistas digitais, character designers, concept artists, modeladores 3D, animadores 2D & 3D, entre outros. Um site que deixa claro qual público querem atingir. DeviantArt não é muito diferente de Artstation, tendo também como foco artistas digitais que querem postar seus trabalhos. Agora a plataforma Pinterest tem um contexto mais abrangente do que os outros, seu público alvo não se define por artistas ou algum grupo específico, pelo contrário, por trabalhar basicamente com o compartilhamento de fotos, ela é muito conhecida por ser uma rede social semelhante a um quadro de referências, já que não aborda nenhum tema específico. Mas a cada foto compartilhada, ela categoriza a imagem a um tema específico, facilitando e organizando na hora da busca.

Em sentido ao projeto, o Artbook online trabalha com artes que são produzidas por character designers, artistas digitais, ou qualquer outra área de trabalho relacionada a criação de personagens para jogos eletrônicos. Sendo um Artbook específico e com relevância aos temas de diversidade e representatividade. Outros temas surgirão a partir destes citados, sendo separados e categorizados para uma pesquisa mais organizada, como o Pinterest. Sendo essas as relações entre as plataformas, a parceria entre elas seria de muito benefício, já que seus públicos transitaram entre si.

PROPOSTA DE VALOR

A nossa principal proposta de valor para o projeto é promover o conhecimento sobre a importância da representatividade no Character Design no mundo dos jogos, para isso tem-se o valor de inspirar artistas e designers a aprenderem mais sobre o tema e dar voz às pessoas das mais diversas culturas e etnias que trabalham na área, que ainda são uma minoria na indústria, dando voz a experiência, e criar uma comunidade unida em prol de expandir o conhecimento, com desenvolvimento de artbooks que sirvam como inspiração a artistas e um guia de estudo para o desenvolvimento de personagens inclusivos e dos mais diversos, celebrando a diversidade.

CANAIS

Os principais Canais de conhecimento e divulgação que serão utilizados para trazer os usuários a plataforma serão anúncios, posts, e partes dos conteúdos dos artbooks em redes sociais. Tais redes sociais que serão focados na divulgação serão

o Instagram, o Twitter e o Facebook. Redes sociais como o Facebook e o Twitter são excelentes para compartilhamento em massa, ainda mais quando os próprios engajam nos posts e compartilham eles mesmo sobre os conteúdos.

Quanto ao Canal de Avaliação será feito pela própria interação dos usuários dentro da plataforma, por ser uma plataforma cooperativa os usuários podem adicionar os próprios tópicos ou comentários em relação a algum conteúdo que eles concordam ou discordam, podendo assim enriquecer o tema abordado com novas perspectivas e pontos de vistas dos próprios usuários.

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

O bom relacionamento com o cliente/público é de extrema importância, já que o projeto visa abordar temas que para alguns podem ser delicados. Os valores existentes dentro da plataforma, são a base de sua existência. O site de Artbooks carrega em sua essência, a intenção de compartilhar conhecimento e novas perspectivas para uma representatividade mais digna quanto a um povo. Então, um dos critérios fundamentais neste projeto é dar ao cliente uma boa experiência e um ambiente que lhe possa inspirar e transmitir uma nova perspectiva, valiosa o bastante para que lhe possa gerar uma reflexão sobre a representatividade no character design de etnias e culturas diferentes.

FONTES DE RECEITA

Uma das maneiras mais utilizadas em redes sociais e plataformas digitais é de anúncio e propagandas, em projeto não seria diferente. Apesar do Artstation ter algumas outras maneiras de obter lucro, para a plataforma existe um motivo específico para optar por utilizar os meios de anúncio e propaganda. Partindo dos valores da nossa plataforma, o ideal é compartilhar o conhecimento e visões de formas de uma representatividade artística mais digna, se livrando de estereótipos que por muito tempo e infelizmente acabaram sobressaindo. Neste sentido, para que alguns usuários não se limitem no compartilhamento desses conhecimentos e perspectivas, e que fosse então mais acessível possível, foi decidido a utilização dos meios de anúncios e propagandas.

Essas propagandas serão apenas de conteúdos que façam parte do tema, como cursos de ilustração de sites como Domestika, ArtStation, Udemy entre outros, o anúncios desses cursos poderão agregar bastante até para os usuários artistas e designers que estão iniciando o aprendizado e querem um maior direcionamento quanto a parte técnica em questão do seu trabalho.

RECURSOS PRINCIPAIS

Os recursos principais para o projeto, basicamente se definem em recursos do tipo: físicos e humanos. Os recursos da categoria físico, utilizam do sistema de servidores estáveis; isso serve como uma espécie de regulamentação para que os usuários possam transitar sem terem problemas de conexão ou lotamento dentro da plataforma.

Os recursos de categoria humano, se definem neste projeto sendo moderadores, que trabalham a favor da harmonia entre os usuários, regando a plataforma e sempre prestando atenção para denúncias e atitudes tóxicas de membros na plataforma. Além disso, outro sistema a ser utilizado nessa categoria seria o de suporte de especialistas nas áreas do projeto, tanto da área de design, e até mesmo de pessoas de outras culturas e etnias para se ter melhor embasamento em apresentar um conteúdo condizente com os valores do projeto. Assim, este suporte de especialistas serve como uma consultoria para o melhor desempenho da plataforma e interação dos usuários, sempre buscando soluções para a melhor relação dos membros.

ATIVIDADES CHAVE

As principais atividades chave do projeto é desenvolver um Artbook passando os principais pontos gerais do que faz um bom character design, como esse personagem pode representar da melhor forma a cultura em que está sendo inspirada, e pontos gerais que servirão como um guia e uma metodologia para os artistas e designers seguirem.

A partir desse Artbook, seu modelo será integrado a plataforma online em que outros artistas podem acrescentar conteúdo e conhecimento, até mesmo criar novos artbooks seguindo o mesmo modelo dentro da plataforma que também permita a cooperação de outros usuários interessados pelos temas levantados.

Em toda a estrutura do projeto ela envolve questões relacionadas à characters design de jogos eletrônicos. E é dentro desse grande círculo que é pontuado alguns prováveis públicos consumidores destes produtos. Levando em consideração os valores motores desta ideia, sendo ela a importância de uma boa representatividade em design de personagens de jogos eletrônicos, os clientes/público que possuem maior relevância são: Characters designers (responsáveis pela conceituação de um personagem de jogo, sendo por sua narrativa ou design visual), Artistas (podendo ser concept

artists, ou qualquer artista atuante na criação de personagens), Desenvolvedores de jogos (pessoas que programam a jogabilidade, ambientação, criação do jogo num contexto geral) ou jogadores de diversas culturas (Jogadores que se interessam pelo tema e se identifiquem). Os diferentes tipos de públicos foram pensados em relação à área em que o projeto trabalha, além de serem um público que provavelmente se identificam ou procuram por conhecimento e que também possam compartilhá-lo.

ESTRUTURA DE CUSTOS

Os custos com o gerenciamento da plataforma será principalmente em manter os servidores estáveis funcionando para o mundo todo, e com a eventual contratação de moderadores que auxiliem para manter a comunidade saudável longe de ataques, sabotagens a plataforma e que afaste qualquer tipo de comportamento tóxico que vá contra toda a filosofia de construção de conhecimento coletiva, celebração da diversidade e respeito a todas as culturas.

Já que infelizmente esse tipo de comportamento é comum na internet e impossível de ser evitado, logo, é fundamental que tenha uma monitoria rigorosa para evitar ao máximo essa possibilidade, que pode facilmente sair do controle quando a comunidade se tornar grande, logo a contratação de pessoas que ajudem a monitoria será essencial e conforme o crescimento da plataforma mais valioso serão os moderadores.

B - QUESTIONÁRIO INDIVIDUAL PARA ATUANTES NA ÁREA PARTICIPANTE 6

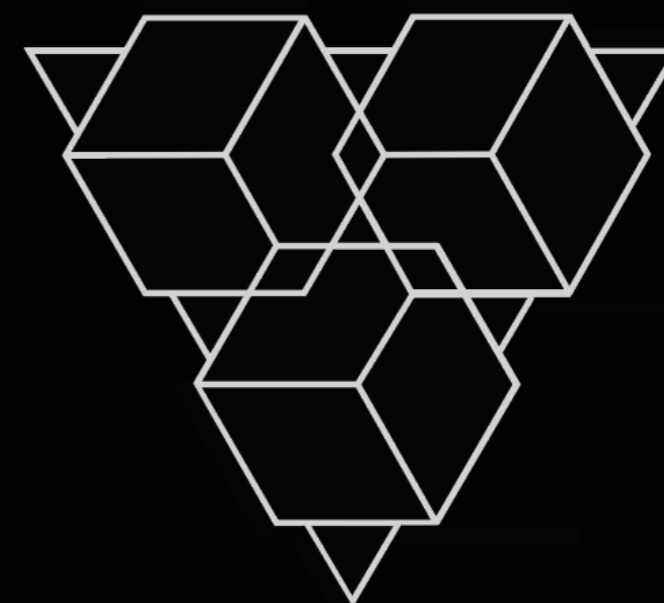
O questionário a seguir foi elaborado pelos alunos Marco Túlio e Nycolas Pedro. Matriculados na Pontifícia Universidade Católica de Campinas, estudantes do 8º período do curso de Design Digital.

Abaixo foram arquitetadas perguntas a partir do tema de trabalho de conclusão de curso: A importância da representatividade étnica e cultural no character design dos videogames.

Sinta-se à vontade para responder as perguntas a seguir conforme sua perspectiva e experiência.

- Qual é o seu processo criativo? R: Assim que tenho em mãos todas as informações relevantes, como gênero, altura, contexto da personagem na história, etc. Passo então a recolher referências para dar credibilidade à personagem em questão: se for uma cientista, procuro as roupas adequadas, e então por cima dessa camada de credibilidade, procuro botar a autenticidade em cima, como coisas que somente ela usaria. Depois faço uma exploração de shapes e cores, sempre tentando manter em mente todo o restante do elenco que irá contracenar com ela.
- Como você desenvolve um personagem e quais são os critérios que você usa para avaliar a qualidade do design de um personagem? R: Meu primeiro critério é coerência. As cores, roupas e personalidades combinam com o enredo e época retratada? Se há algo notoriamente discrepante, é justificável?
- Para você, o que dá personalidade a um Design? R: Seu objetivo na história. Se fizer parte de um grupo, os acessórios que usa para se destacar dos demais sem perder o senso de grupo. Também os shapes que são aplicados em sua criação devem ser condizentes à personalidade: Personagem explosivo? Formas pontiagudas, etc.
- O que você considera essencial para um bom character design? R: Como dito antes, o principal fator é coerência com o contexto. Também acho ideal um bom equilíbrio dos elementos visuais, e principalmente um bom contraste, seja de formas, detalhes ou cores.
- Quando você vai representar uma cultura que não é familiar para você, qual é o processo de estudo dessas referências para representar da melhor forma? R: Começo pesquisando pelos estereótipos mais comuns como ponto de partida, então vou tentando desconstruir nossa visão sobre eles e passar a ver a visão desse povo ou cultura, e saber o que é real, o que é caricato, e o que é potencialmente ofensivo. Então tento relacionar de forma temporal os elementos, exemplo: Uma cruz antigamente era símbolo de tortura, hoje de religião, esperança. Elementos podem ter diversos significados ao longo da história, e é importante levar em consideração não só o período que quer retratar, mas o período atual, como irão ver e interpretar tais elementos.

- No processo da criação de um personagem de etnia diferente, você procura tomar cuidado para não cair em estereótipos? R: Esse é meu primeiro cuidado, mas também tento manter em mente quem é o público alvo. Estereótipos existem para resumir características, e procuro sempre não reforçar as negativas, nem tentar apresentá-las como se tivessem o mesmo peso.
- Você teria algum conhecimento sobre uma boa representatividade para compartilhar com outros artistas? R: Nada específico, mas juntando o conhecimento de diversas séries e jogos, acho que o melhor caminho é se perguntar “e se” na maior parte do tempo. E se minha personagem fosse negra? E se fosse bissexual? O que isso mudaria? Cargos de grande relevância, cargos de liderança, protagonismo... Não somente criar representatividade gratuitamente, mas pensando como podem agregar ao todo. Se você está pensando em fazer 20% do seu elenco ser diverso, se pergunte porque não está fazendo isso com os outros 80% ao invés.
- Você costumava reparar na importância da diversidade étnica e cultural aplicada em personagens? R: Constantemente, e mesmo os shows que apresentam uma boa representatividade ainda caem em certos estereótipos, logo, nós como espectadores é que precisamos de maior conhecimento para saber qual o estereótipo bom e qual o ruim. Um dos maiores defeitos que vejo, e tento evitar, é justamente o fato de notar que certas personagens só estão ali para passar essa ideia de diversidade (Toukenismo). Power Rangers é um bom exemplo, onde o grupo majoritariamente caucasiano tem um negro e uma asiática (um com uniforme preto, a outra com uniforme amarelo...), mas todo o restante do elenco não segue essa proporção de representatividade.



PALETRO

