



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE TECNOLOGIA
DEPARTAMENTO DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

LUCIANA FERREIRA DE ALBUQUERQUE

DESIGN E CONCEPT ART:
CONCEPÇÃO DE PERSONAGENS MITOLÓGICOS DO NORDESTE BRASILEIRO

FORTALEZA

2022

LUCIANA FERREIRA DE ALBUQUERQUE

DESIGN E CONCEPT ART:
CONCEPÇÃO DE PERSONAGENS MITOLÓGICOS DO NORDESTE BRASILEIRO

Projeto apresentado ao Curso de Graduação em Design da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de graduado em Design.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Jorge Alcobia Simões.

FORTALEZA
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A311d Albuquerque, Luciana.

Design e Concept Art : Concepção de Personagens Mitológicos do Nordeste Brasileiro /
Luciana Albuquerque. – 2022.

71 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro
de Tecnologia, Curso de Design, Fortaleza, 2022.

Orientação: Prof. Dr. Paulo Jorge Alcobia Simões.

1. Design. 2. Concept Art. 3. Personagens. 4. Cinema. 5. Arte Digital. I. Título.

CDD 658.575

LUCIANA FERREIRA DE ALBUQUERQUE

DESIGN E CONCEPT ART:

CONCEPÇÃO DE PERSONAGENS MITOLÓGICOS DO NORDESTE BRASILEIRO

Projeto apresentado ao Curso de Graduação em Design da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de graduado em Design.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Jorge Alcobia Simões.

Aprovada em: 11/07/2022

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Jorge Alcobia Simões (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Emilio Augusto Gomes de Oliveira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Rodrigo Mendez de Almeida

AGRADECIMENTOS

À PRAE, pelo apoio financeiro com a manutenção da bolsa de auxílio no início do curso e ao acesso a compra do equipamento notebook, necessário para dá continuidade e finalização do curso.

Ao Prof. Dr. Paulo Jorge Alcobia Simões, pela paciência e excelente orientação.

Aos professores participantes da banca examinadora Dr. Emilio Augusto Gomes de Oliveira e Rodrigo Mendez de Almeida pelo tempo, pelas valiosas e necessárias colaborações e sugestões.

À minha família por estarem sempre a meu lado nas dificuldades e conquistas.

Aos amigos que caminharam junto comigo e me ajudaram no que puderam para continuar nadando.

“Continue a nadar...” (PROCURANDO
NEMO, 2003)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo construir uma série de 3 personagens mitológicos do Nordeste brasileiro a fim de refletir sobre o processo de construção de personagens que fazem parte do imaginário popular nordestino. Para isso foi necessário entender quais são os elementos básicos de comunicação visual e quais são as principais questões necessárias que precisam ser respondidas para o entendimento do personagem para que essa comunicação seja feita de forma efetiva. A metodologia conta com 6 etapas, análise de problema, pesquisa conceitual, identificação dos aspectos psicológicos do personagem, pesquisa de imagem, sketching dos personagens e renderização dos personagens. Refletir sobre os aspectos conceituais dos personagens antes da materialização pode ser fundamental em um contexto de produção audiovisual uma vez que permite visualizar antes de materializar o projeto. Para isso é essencial conhecer bem a história por trás de cada personagem para que se construa visualmente um personagem de forma consistente e coerente com a sua história.

Palavras-chaves: Design, Concept Art, Personagens, Cinema e Arte Digital.

RESUMÉ

Le présent travail vise à construire une série de 3 personnages mythologiques du Nord-Est brésilien afin de réfléchir sur le processus de construction des personnages qui font partie de l'imaginaire populaire du Nord-Est. Pour cela, il a fallu comprendre quels sont les éléments de base de la communication visuelle et quelles sont les principales questions nécessaires auxquelles il faut répondre pour la compréhension du personnage afin que cette communication se fasse efficacement. La méthodologie comporte 6 étapes, l'analyse du problème, la recherche conceptuelle, l'identification des aspects psychologiques du personnage, la recherche d'images, l'esquisse du personnage et le rendu du personnage. Réfléchir aux aspects conceptuels des personnages avant matérialisation peut être fondamental dans un contexte de production audiovisuelle, car cela permet de visualiser avant de matérialiser le projet. Pour cela, il est indispensable de bien connaître l'histoire derrière chaque personnage afin qu'un personnage puisse se construire visuellement de manière cohérente et cohérente avec son histoire.

Mots-clés: Design, Concept Art, Personnages, Cinéma et Art Digital.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Personagens da série televisa Cidade Invisível – Netflix	13
Figura 2 – Forma	18
Figura 3 – Paleta de cores	19
Figura 4 – Thumbnail	21
Figura 5 – Prisma de Identidade da Marca	22
Figura 6 – Concepção de objetos.....	23
Figura 7 – Atmosfera.....	24
Figura 8 – Concepção de cenário	24
Figura 9 – Concepção de personagem	25
Figura 10 – Conjunto de personagens	25
Figura 11 – Silhueta	27
Figura 12 – <i>Turnaround</i>	28
Figura 13 – Poses de ação.....	29
Figura 14 – Expressões	29
Figura 15 – O médico e os Monstros (1920)	31
Figura 16 - Nosferatu (Murnau, 1921).....	31
Figura 17 - O Fantasma da Ópera (1925).....	32
Figura 18 – Ficha da História do personagem (Modelo)	34
Figura 19 – Prisma de Identidade do Personagem (Modelo).....	35
Figura 20 – Metodologia do projeto.....	36
Figura 21 – Mesa Digitalizadora CTL1400	38
Figura 22 – Persona.....	39
Figura 23 – <i>MoodBoard</i> geral do projeto.....	40
Figura 24 – Ficha Princesa Encantada de Jericoacoara	42
Figura 25 – Ficha Labatut	43
Figura 26 – Ficha Alamoá	44
Figura 27 – Prisma de Identidade (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	45
Figura 28 – Prisma de Identidade (Labatut).....	46
Figura 29 – Prisma de Identidade (Alamoá).....	47
Figura 30 – <i>MoodBoard</i> 1 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	48
Figura 31 – <i>MoodBoard</i> 2 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	49
Figura 32 – <i>MoodBoard</i> 3 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	49
Figura 33 – <i>MoodBoard</i> 4 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	50
Figura 34 – <i>MoodBoard</i> 5 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	50
Figura 35 – <i>MoodBoard</i> 1 (Labatut)	51
Figura 36 – <i>MoodBoard</i> 2 (Labatut)	51
Figura 37 – <i>MoodBoard</i> 1 (Alamoá)	52
Figura 38 – Estudo de Silhueta (Princesa Encantada de Jericoacoara)	53
Figura 39 – <i>Sketches</i> 1 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	54
Figura 40 – <i>Sketches</i> 2 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	55
Figura 41 – <i>Sketches</i> 3 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	55
Figura 42 - <i>Sketches</i> 4 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	56
Figura 43 - <i>Sketches</i> 5 (Princesa Encantada de Jericoacoara).....	56

Figura 44 – Estudo de silhueta (Labatut)	57
Figura 45 – Sketches 1 (Labatut)	58
Figura 46 – Sketches 2 (Labatut)	59
Figura 47 - Sketches 3 (Labatut)	59
Figura 48 - Estudo de silhueta (Alamoá)	60
Figura 49 - <i>Sketches</i> 1 (Alamoá)	61
Figura 50 - Render (Princesa Encantada de Jericoacoara)	62
Figura 52 - Prancha de apresentação final (Princesa Encantada de Jericoacoara) ..	63
Figura 51 - Render (Princesa Encantada de Jericoacoara)	64
Figura 53 - Render final (Princesa Encantada de Jericoacoara)	65
Figura 54 – Renderização 1 (Labatut)	66
Figura 55 – Renderização 2 (Labatut)	67

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 Design	16
2.2 Concept Art	23
2.3 Personagem.....	26
2.4 Cinema.....	30
3. METODOLOGIA	33
4. MEMORIAL DESCRITIVO	37
4.1 Ferramental.....	37
4.2 <i>Briefing</i>	38
4.2.1 Persona:.....	38
4.2.2 Estética:.....	39
4.2.3 Mídia	40
4.2.4 Personagens	40
4.3 Pesquisa Conceitual.....	41
4.4 Identificação dos aspectos psicológicos dos personagens.....	44
4.5 Pesquisa de Imagem.....	47
4.6 Sketching dos Personagens	52
4.7 Renderização dos Personagens.....	62
6. CRONOGRAMA	67
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
8. REFERÊNCIAS.....	69

1. INTRODUÇÃO

O cinema tem essa capacidade de dialogar com nossa imaginação por meio das histórias que são contadas nas telas. Dependendo de como são contadas, nos fazem imergir em universos fantásticos e nos permitem questionar as infinitas possibilidades de criação de novos universos e criaturas. Quando nos deparamos com grandes produções nos cinemas, nos questionamos sobre como idealizar esses universos, criar de forma a parecer tão real, não no sentido existencial, mas no sentido crível. Representar graficamente personagens que vem do imaginário popular é o cerne deste trabalho.

A ideia de desenvolvimento de *Concepts* dentro do Design surgiu do interesse da autora em processos criativos em conjunto aos questionamentos relacionados ao cinema, em especial a etapa de pré-produção. Grandes produções cinematográficas precisam de metodologias devido a dimensão dos projetos ligados a essas produções. O processo sistemático de desenhos conceituais, de acordo com Senna (2013), teria surgido em 1930 com o estúdio Disney Animation©.

Compreender a importância desta etapa no processo de produção é essencial, pois dentro desse processo, existe uma etapa inicial que é essencial para a produção, chamada pré-produção. De acordo com BEIMAN (2018) 80% do tempo de produção de animações é gasto com o desenvolvimento da história, direção de arte e design do personagem. Os outros 20% são gastos com a produção e pós-produção, ou seja, boa parte de uma produção de um filme consiste nesta etapa de pré-produção, visto que servirá como guia para construção do filme.

O custo com geração do conceito é menor que com a materialização. Para SENNA (2013) toda a equipe de direção de arte que desenvolve objetos, cenários e personagens ou qualquer outro elemento necessário para a narrativa permite auxiliar na materialização das ideias e na transmissão da mensagem do filme. Além de que o *concept art*, segundo Takahashi e Andreo (2011) pode tornar a apresentação do projeto adequado para atrair e captar investidores, uma vez que as ideias se tornam mais palpáveis e convincentes. Portanto, o concept art além de ter uma natureza

referente ao visual, também, tem um caráter prático e funcional que busca diminuir os riscos de gastos com tudo que possa ser desnecessário e incoerente com o projeto.

O *Concept Art* está presente em diversas áreas do mercado da comunicação. Podemos encontrar profissionais atuando no segmento da publicidade, na indústria do game em jogos digitais ou analógicos, além do mercado audiovisual, como em produções de filmes e seriados televisivos. Em 2021, uma produção desenvolvida pela Netflix© intitulada Cidade Invisível, conta as histórias dos personagens mais conhecidos do folclore brasileiro, como Cuca, Curupira, Saci Pererê e Yara (**Figura 1**).

Figura 1 - Personagens da série televisiva Cidade Invisível – Netflix





Fonte: Netflix©

Diante do que foi exposto, a pergunta que norteou o presente trabalho foi: Como desenvolver *concepts* que de personagens mitológicos que tem sua origem no imaginário popular do nordeste brasileiro?

Concept Art não é ilustração. O *concept art* busca desenvolver uma ideia de forma visual, é uma etapa inicial dentro de um processo complexo em que o consumidor não vê o trabalho do *concept artist* diretamente, mas indiretamente ao jogar um jogo, ou ao assistir a um filme, por exemplo. Enquanto a ilustração é um produto final em que o consumidor tem um contato direto com esse produto. (SENNA, 2013)

Existe uma quantidade significativa de pesquisa e produções de cunho teórico sobre a mitologia nordestina, podemos encontrar produções em que são desenvolvidos os *concepts* para filmes e séries ligados à mitologia brasileira, mas poucas que tem sua origem no Nordeste. Portanto o trabalho surge da necessidade de unir essas duas realidades ao propor o desenvolvimento de *concepts* dos personagens da mitologia no nordeste brasileiro se valendo de pesquisas já realizadas de natureza teórica.

Algumas criaturas da mitologia brasileira como Saci Pererê, Cuca, Boto, Curupira são bastante conhecidas e já possuem uma quantidade significativa de representação gráfica seja em livros, histórias em quadrinhos e até mesmo em filmes e seriados de televisão, portanto, um dos critérios que determinei foi a escolha de personagens que foram poucos representados graficamente. Além disso, pelo interesse da autora em criaturas assustadoras, que pertencem ao universo do terror e que podem despertar o medo, decidiu-se como segundo critério, a natureza das narrativas que cercam esses personagens precisa estar ligada ao terror. E o terceiro e último critério é a localização, são personagens do nordeste brasileiro.

O objetivo geral deste trabalho consiste em desenvolver uma série de 3 personagens da mitologia do nordeste brasileiro para aplicação em uma curta, a fim de refletir sobre o processo de construção de personagens que fazem parte do imaginário popular nordestino.

Portanto os objetivos específicos são:

- Coletar as características dos personagens da mitologia do nordeste brasileiro selecionados;
- Adequar as metodologias do design que permitem a geração de alternativas;
- Aplicar elementos de comunicação visual usadas no design ao processo de construção dos personagens;
- Explorar diferentes esboços de um mesmo personagem;
- Produzir uma prancha de apresentação de um dos personagens.
- Produzir 1 dos personagens em um contexto de ambientação.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Design

O Design pode ser entendido em um sentido mais amplo como uma atividade criativa que lida com planejamento e projeto, tendo em vista processos, serviços e sistemas. (Conselho Internacional das Sociedades de Design Industrial, 2000). Além disso, em um campo mais específico para a Associação de Design Gráficos (1998), o design se trata de um “termo utilizado para definir, genericamente, a atividade de planejamento e projeto relativos à linguagem visual. [...] podendo ser desenvolvida sobre os mais variados suportes e situações.”

Um projeto pode lidar com níveis de complexidade com um conjunto de informações que precisam ser estruturadas para se ter um aproveitamento do desenvolvimento do projeto. Segundo PAZMINO (2010) a análise do problema deve ser a primeira etapa do projeto, uma vez que nessa etapa são levantadas, analisadas e questionadas todas as informações relacionadas ao projeto buscando clareza quanto ao que se está desenvolvendo. Portanto, é crucial que se faça uma boa análise de problema e evitar possíveis equívocos nas etapas posteriores do projeto.

Pensando neste grau de complexidade, faz-se necessário uma boa organização de todas as informações necessárias para o melhor andamento do projeto. Reunindo esse conjunto de informações logo no início diminui o risco de cometer erros significativos, uma vez que trata dos principais pontos essenciais do projeto. Para PAZMINO (p. 196)

“O Briefing no design é visto como um documento completo das necessidades e restrições do projeto, com informações sobre o produto, mercado (público-alvo, concorrência), diferenciais a serem explorados como: custo, tecnologia, apelo estético, entre outras. Este documento apresenta-se como um guia estratégico para o designer e/ou para a equipe de projeto.”

O formato do briefing é flexível, pode ter um caráter descritivo ou estruturado, depende da complexidade do projeto. O que é preciso se atentar quanto ao briefing são suas informações nele contidas. De acordo com PAZMINO (2010), um projeto de baixa complexidade podem necessitar de:

“(..) uma descrição da intenção do projeto, que indique o que precisa ser feito; para que ou para quem; quando deverá estar concluído; como deve ser feito (materiais, processos de fabricação); quantos devem ser feitos; quanto deve ser seu custo; qual a necessidade a ser satisfeita dos usuários finais e quais as características do contexto social e cultural,”

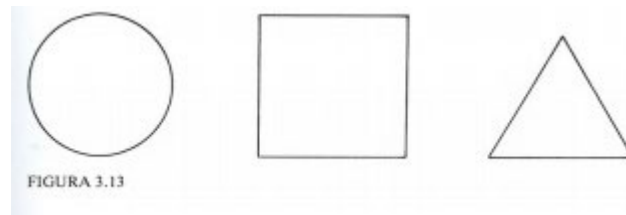
Compreendendo que um dos pontos tratados no briefing é para quem o projeto estar sendo feito uma ferramenta apontada pela mesma autora pode ser útil para compreensão desse público. PAZMINO (2010) apresenta a persona como um a personificação do público-alvo, compreendendo esse público como uma pessoa “com mente, corpo e sentimentos.” Logo essa persona representa algo ligada ao que o ser humano apresenta, como comportamento, ação e afeto.

Como o design lida com questões ligadas à linguagem visual, faz-se necessário compreender quais são os elementos mais básicos da comunicação e como eles podem interferir diretamente na mensagem que se quer passar. Os que serão tratadas nesse trabalho são: forma, cor e textura.

A forma é um dos elementos básicos da comunicação. De acordo com DONDIS (2003) “A forma segue as necessidades da comunicação”. Por isso, antes de pensar a forma, faz-se necessário refletir o que se quer comunicar. A autora, faz esse exercício apresentando as formas básicas o círculo, o quadrado e triângulo (figura 4) e como elas se comunicam devido aos significados a elas atribuídas.

O círculo, por exemplo pode trazer o sentido de continuidade, o quadrado, pode lhe ser atribuído o significado de algo mais ligado a honestidade e enfado. Já o triângulo olhe confere o sentido de ação e tenção. No entanto é preciso cautela, pois os significados podem ser percebidos ou atribuídos de forma diferente a depender do contexto em estão inseridos.

Figura 2 – Forma



Fonte: DONDIS, p.57

A textura é um elemento de natureza tátil, mesmo que em um contexto bidimensional não trabalhemos o tato, nós conseguimos perceber através da percepção uma vez que a configuração de uma estrutura possa ser trabalhada de forma a simular uma textura. (DONDIS, 2003)

Outro elemento que necessita de atenção quando se pensa em mensagem visual é a cor. A cor carrega informação, para Dondis (2003) a cor é o mais emocional dos elementos do processo visual e pode ser aproveitada para expressar e intensificar uma informação visual. Além disso, a cor pode ter seus significados comuns à indivíduos, em uma esfera mais compartilhada por meio da experiência, como também ela possui um aspecto simbólico à medida em que se tem um valor informativo específico atribuído a ela. Portanto devemos refletir e avaliar o uso da cor para transmitir significados e gerar emoções.

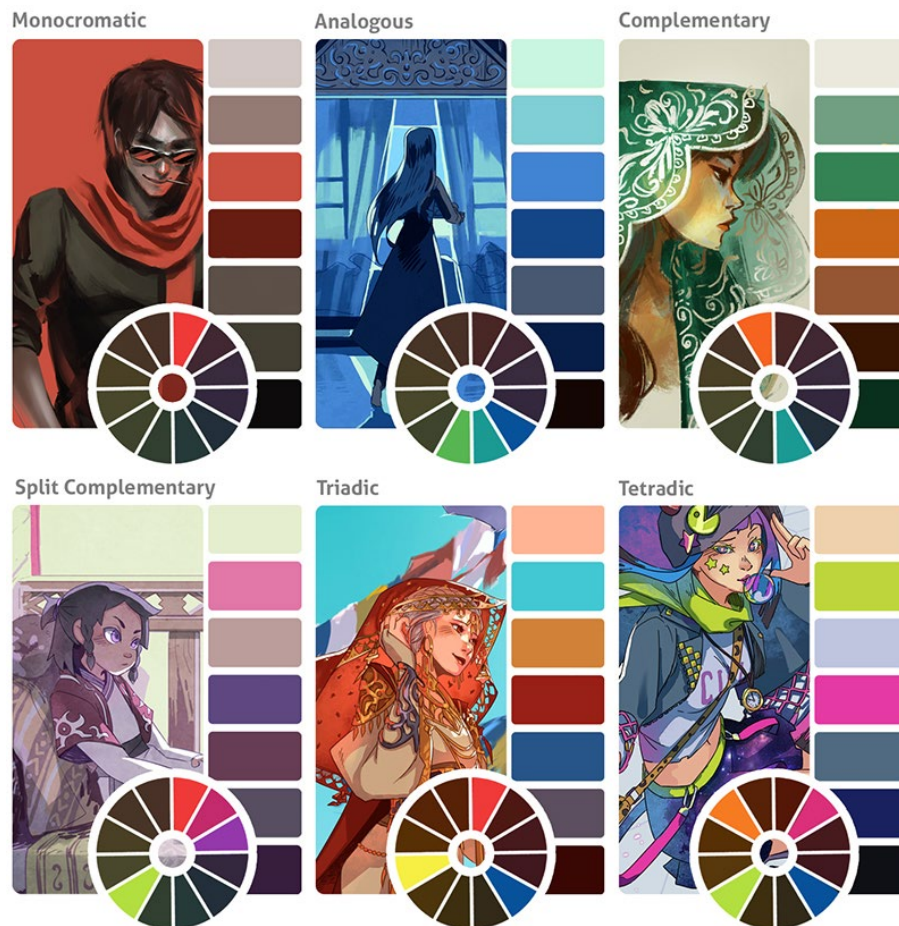
Levando em consideração a natureza da cor e sua relação com a emoção é importante que a criação da paleta de cores (**Figura 3**) seja feita de forma consciente e intencional. Logo, ao pensar nas paletas é preciso ter uma relação coerente com a personalidade do personagem e com os outros elementos que devem compor o universo do personagem. (REVOSPACE, 2021) Segundo Paiva (2021) a paleta de cores é uma forma de estruturar o cromatismo através de um conjunto de cores aplicadas nos elementos de uma peça ou projeto.

Um designer de produção inteligente sabe como controlar a cor. Não se trata apenas de figurino e cores das paredes. Em termos ideais, a cor de cada objeto em cada tomada deve ser escolhida com cuidado. Isso pode ser cansativo, então limitar a 36 paleta de cores faz com que o controle seja mais

simples e permite que as cores usadas tenham significado visual para o público.

(BLOCK, 2010, apud PAIVA, 2021, p.35)

Figura 3 – Paleta de cores



Fonte: Guide to Creating Color Schemes | Art Rocket (clipstudio.net)

Paiva (2021) ainda expõe que além dos aspectos simbólicos em uma narrativa visual, ter uma fundamentação básica da física e da teoria da cor é necessária para construir a paleta de cores levando em consideração as propriedades de cada matiz e como ela funciona dentro do círculo cromático.

Quando precisamos comunicar uma ideia o desenho desempenha um papel fundamental dentro de um projeto, pois ele é facilitador uma vez que é através do desenho é possível avaliar uma ideia sem que ela de fato exista. NASCIMENTO (2010) aponta que por meio do desenho podemos avaliar as ideias de uma forma

rápida e clara, deixando para detalhar somente as que se mostrarem mais coerentes ao projeto.

Além disso, o desenho pode ser encarado como um veículo que permite retirar ideias que estão inicialmente na mente para algo visível, seja em um papel ou em uma tela. O que importa é tornar a visualização dessas ideias na forma externa a fim de facilitar a viabilidade ou até mesmo a organização dessas ideias. O desenho pode ser uma forma de registrar ideias para uma posterior avaliação desses desenhos diante dos parâmetros que são estabelecidos no início do projeto.

“Qualquer que seja a forma do desenho, ele representa o princípio com base no qual organizamos e expressamos pensamentos e percepções visuais. Portanto, devemos olhar o desenho não só como expressão artística, mas também como ferramenta prática para formular e trabalhar em questões de representação gráfica. No processo de elaboração de projeto, a função do desenho expande-se para registrar o que existe; as ideias que surgiram, as especulações e os planos a serem resgatados no futuro. Durante o processo de projetar, o desenho é utilizado para guiar o desenvolvimento de uma ideia, desde o conceito até a proposta concreta.”

(PEREIRA et. al., 2005 apud NASCIMENTO, 2010, p. 25)

Nascimento (2010) aponta para a importância do desenho alinhado à necessidade de saber julgar e interpretar os desenhos feitos, pois caso não saiba, as informações produzidas podem não ser desenvolvidas, levando ao um aumento de alternativas que podem prejudicar o andamento do processo, uma vez que não se sabe ao certo o que fazer com elas.

Os *sketching* não precisam se restringir somente às linhas. Existe uma técnica bastante utilizada por profissionais chamada *Thumbnail* (**Figura 4**). Segundo REVOSPACE¹ (2021) os *thumbnail* são desenhos pequenos que buscam criar diferentes opções de forma rápida testando composições, formas, entre outras coisas

¹ Revospace é um espaço criado pela Escola Revolution ([Revolution - Escola de Artes Digitais \(escolarevolution.com.br\)](https://www.escolarevolution.com.br)) que disponibiliza diversos conteúdos ligados à área da arte, desde aulas gratuitas à podcast.

que melhor se adequa às especificações daquilo que se está criando, seja cenário, personagem, props, criaturas dentro do projeto.

Figura 4 – Thumbnail



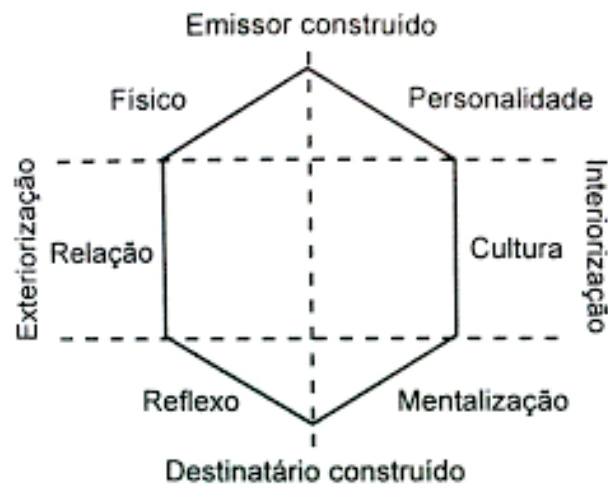
Fonte: Jay River - Character Design Thumbnails (artstation.com)

Considerando que existem muitos elementos para se administrar em um contexto de marca, o prisma de identidade da marca (**figura 5**) é uma ferramenta que permite estruturar elementos ligados à gestão de uma marca, trazendo coerência na comunicação em tudo que possa estar relacionado a ela.

Mas antes, é preciso entender o conceito de identidade da marca e podemos compreender que a marca trata de questão ligadas a atitude, um meio de vida, envolve valores, conceitos e expressões que trabalham em conjunto tornando evidente a identidade de uma empresa. (VÁSQUEZ, 2007)

Segundo Kapferer, a ferramenta é estruturada dentro de um prisma com seis facetas: Físico, Relação e Reflexo (ligados a exteriorização), Personalidade, Cultura e Mentalização (ligados a interiorização da marca).

Figura 5 – Prisma de Identidade da Marca



Fonte: Kapferer, 1991 apud Pereira, 2017 p. 29

As facetas ligadas a exteriorização, Kapferer (1991) discute que a faceta física se trata das características tangíveis e visíveis da marca. Já a faceta relação, consiste na relação da marca com seus consumidores. A faceta reflexo, caracteriza-se pelo modelo de identificação e aspiração para seus consumidores.

No que se refere às facetas ligadas à interiorização, ainda de acordo com Kapferer (1991), a faceta personalidade está ligada aos valores e caráter das marcas, definindo suas características mais íntimas e identitárias. A faceta da cultura se refere ao sistema de valores que a marca tem em relação ao seu produto ou serviço. Já a faceta da mentalização permite que a marca olhe para si e veja a imagem da marca em relação a ela mesma.

Compreendendo que um personagem tem sua complexidade e existirão diversos elementos que irão compor sua comunicação seja ela externa ou interna, o prisma de identidade da marca pode se tornar uma ferramenta de gerenciamento

desses aspectos no processo de construção de um personagem. Portanto, é importante que ela seja construída de forma coerente. Um personagem tem suas complexidades dentro de uma história. Relação com ele mesmo e uma relação externa, conhecendo essa relação, podemos entender quais elementos são necessários para gerar conexão entre os personagens, mas também criar um relacionamento com o público

2.2 Concept Art

Para Takahashi e Andreo (2011) o *concept art* é uma conceituação visual que auxiliará o desenvolvimento de determinado projeto guiando seus aspectos visuais/conceituais. Pereira *et. Al.*, (2014) esclarece que dentro do *concept art* existem elementos diferentes que interagem mutuamente, são eles: acessórios (figura 6), clima (figura 7), cenários (figura 8), personagens (figura 9), entre outros.

Figura 6 – Concepção de objetos



Fonte: The Art of Luca, p. 143 e 147

Figura 7 – Atmosfera



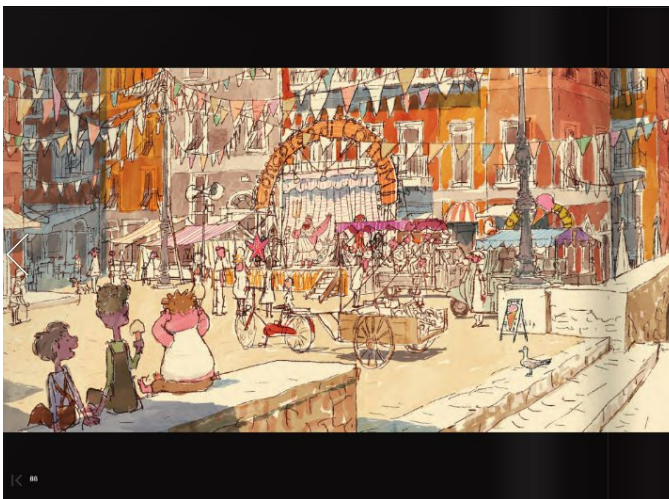
Enrico Casassa, pencil



(left) John West, pencil, modeling, shading, and lighting
(right) Daniela Stejkova, digital paint

Fonte: The Art of Luca, p. 117

Figura 8 – Concepção de cenário



When Luca and Alberto get to Portofino, they are amazed by the vibrant scene and notice they are. The place is the heart of the town and full of activity. Every group of people has their own role to play in the daily life of the town.

As you see, the houses in the village are small and everyone knows each other, and you always see some little vignettes of daily life unfolding in front of you. Sometimes in a shop or in a window while looking through a group of houses that are built high and always playing never cease there that is not absent. This is the atmospheric quality that we wanted to capture.

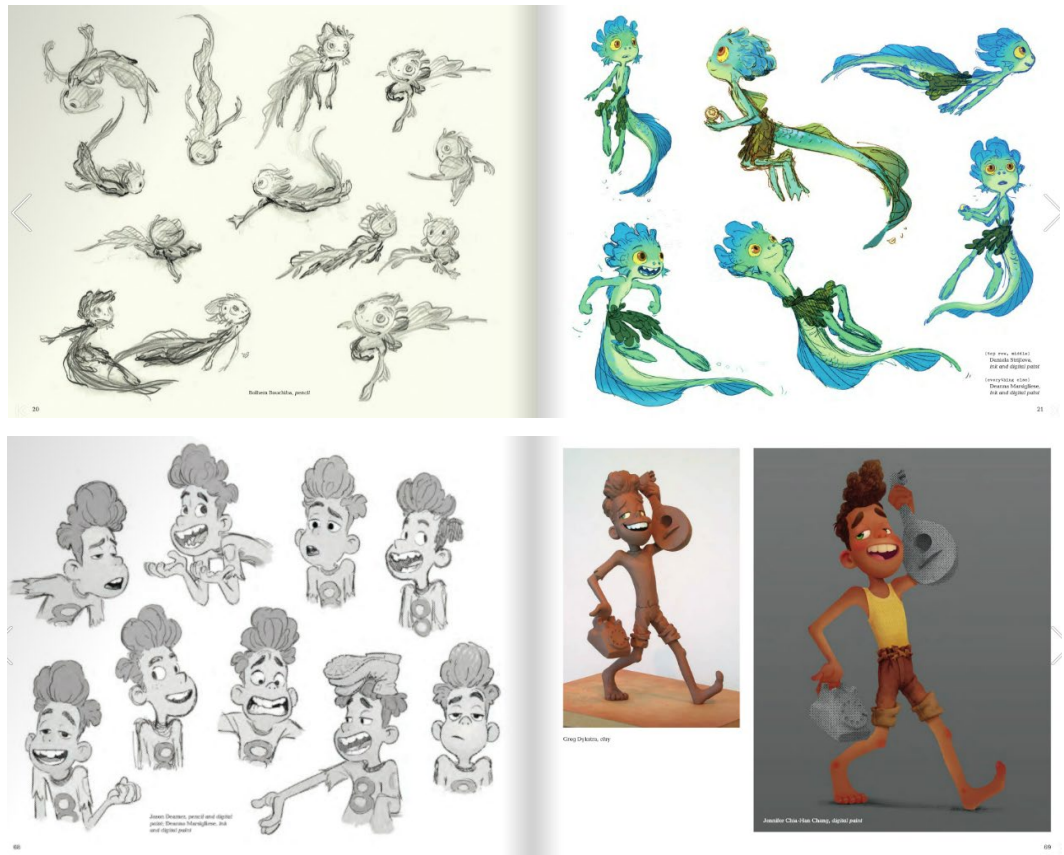
DANIELA STEJKOVA
Production Designer

(credits) Tashiro Design, digital
(credits) Daniela Stejkova, pencil, ink, and gouache



Fonte: The Art of Luca, p. 89

Figura 9 – Concepção de personagem



Fonte: The Art of Luca, p.69

Figura 10 – Conjunto de personagens



Fonte: The Art of Luca, p. 113

Senna (2013) elucida que os *concepts*

“(...) assume o papel de signo, pois é a representação imagética de ideias concebidas anteriormente na forma de discurso. É outra forma de simbolismo – a qual poderíamos chamar de simbolismo imagético – que vai complementar o simbolismo do discurso, seja ele textual ou verbal. As imagens concebidas pelo concept artist têm uma dimensão simbólica clara, ou seja, um conjunto de signos que representa alguma coisa.”

(SENNA, 2013, p. 24)

Os *concepts* são materiais que permitirão construir um discurso visual alinhado à narrativa do projeto que servirá, como o Senna (2013) chama, de “primeiro corpo visível”. Ou seja, o *Concept Art* pode ser encarado como a materialização visual daquilo que antes estava escrito apenas em livros, roteiros ou mesmo no imaginário individual ou coletivo, este último sendo transmitido em essência e inicialmente pela oralidade.

2.3 Personagem

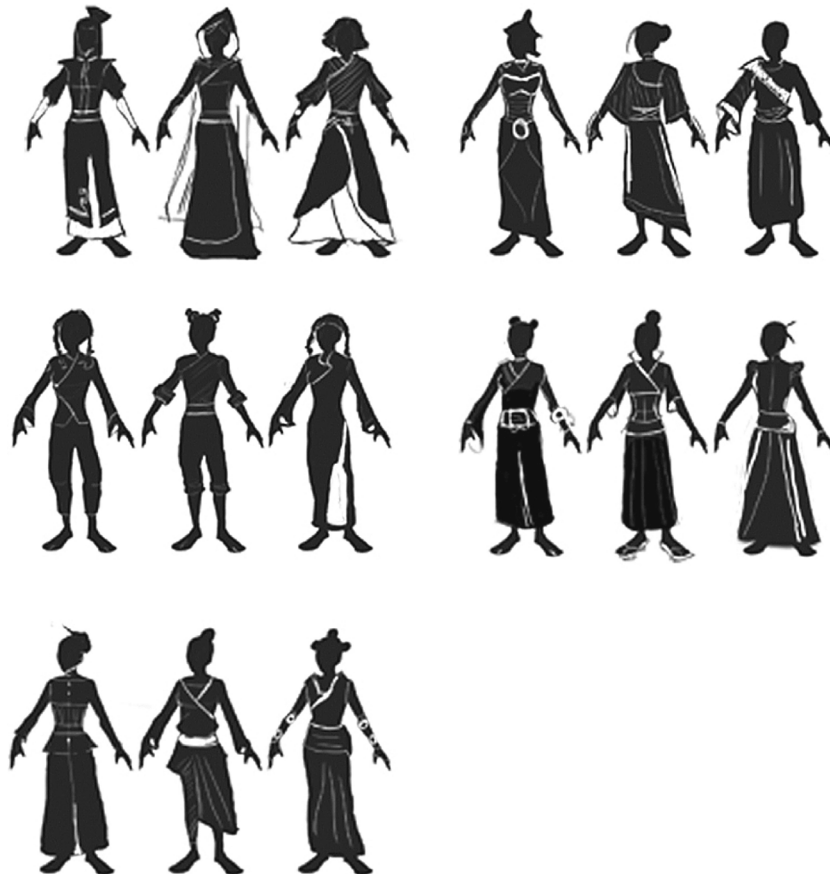
O ser humano é um ser questionador, somos curiosos, queremos saber mais e buscamos saber mais. Para Tillman (2019) precisamos saber quais perguntas centrais as pessoas vão fazer em torno de uma história. São elas “Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? Como?” A história dos personagens garante que o público vai se interessar ou não pelos personagens, uma vez que ela responde a essas perguntas. Segundo Tillman (2019) Não importa qual personagem você olhe, você deve tentar descobrir a história por trás desse personagem.

Além disso, Mateau-Mestre (2010) aponta para a importância de nos atentarmos em despertar um desejo em nosso público de querer saber mais sobre aquilo que ele está consumindo. Tornar o nosso personagem interessante ao ponto de fazer a audiência criar perguntas. Por isso precisamos saber responder as perguntas ao público, mas também devemos instigar a audiência a questionar, ou mesmo deixar que a audiência faça parte dessa construção.

Para Tillman (2019) “É da natureza humana tentar identificar em que categoria de arquétipo um personagem se encaixa.” Se ele é vilão ou herói, mentor ou aprendiz. O arquétipo é apresentado pelo autor destacando que “o personagem existe como resultado da história.” Ou seja, a história definirá o arquétipo necessário para o desenvolvimento dessa história.

É essencial conhecer a história do personagem antes de começar os esboços uma vez que as formas comunicam algo. Tillman (2019), aponta que as formas possuem um papel fundamental no design do personagem. Os aspectos visuais contam muito sobre um personagem e sua história. Segundo Beiman (2013) “A forma segue a função na animação. A história e sua ação afetarão o design do seu personagem.” Portanto, para saber quais serão as formas ou silhueta (**Figura 11**) do personagem, primeiro precisamos conhecer bem sua história.

Figura 11 – Silhueta

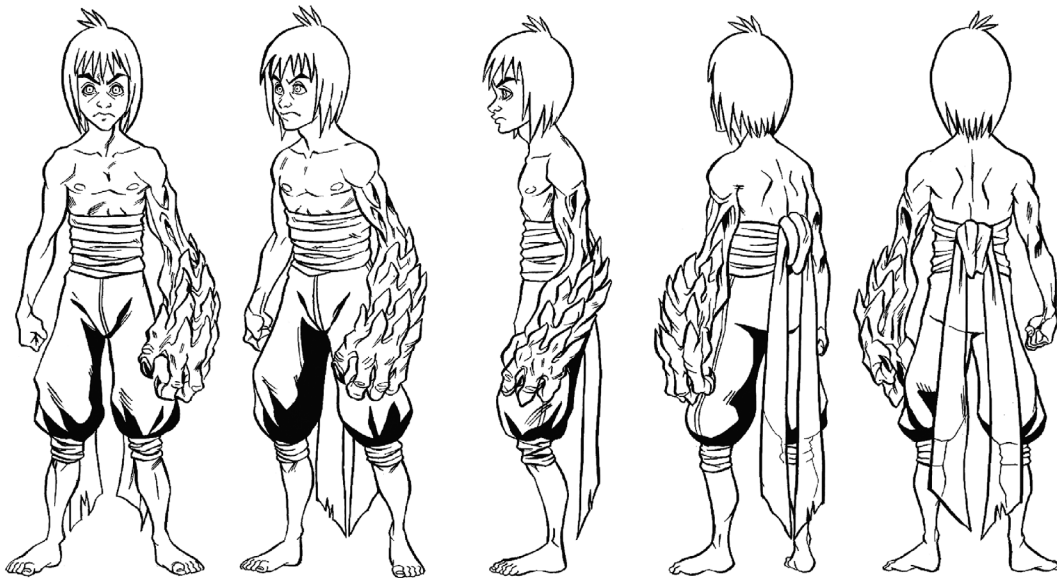


Fonte: TILLMAN, 2009, p. 63

Além da geração de ideias, uma vez que se tenha escolhido e trabalhado nos detalhes daquele personagem, é necessário pensar na continuidade do projeto. Após ter realizado a criação visual do seu personagem, ele passará pela materialização daquele personagem e para isso é necessário saber como o personagem funciona na espacialidade.

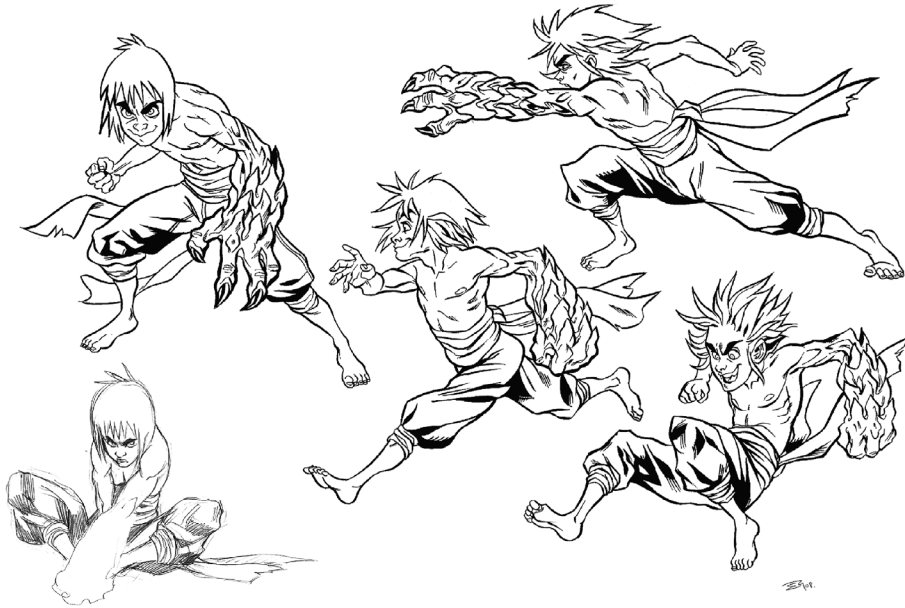
Tillman (2019) apresenta o turnaround (**Figura 12**) que serve para exibir as diferentes vistas dos personagens a fim de que o personagem possa ser modelado pelos artistas 3D. É importante saber desenvolver o *turnaround* levando em consideração essa espacialidade aplicada em diferentes poses de ação (**figura 13**) e expressões (**Figura 14**).

Figura 12 – *Turnaround*



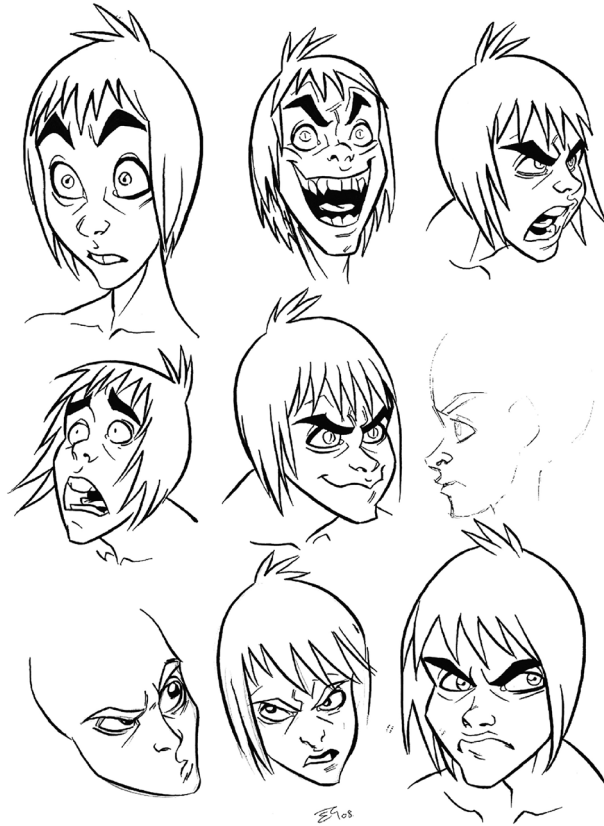
Fonte: TILLMAN, 2009, p. 112

Figura 13 – Poses de ação



Fonte: TILLMAN, 2009, p. 114

Figura 14 – Expressões



Fonte: TILLMAN, 2009, p. 115

2.4 Cinema

O cinema é uma experiência de imersão que envolve a audiência através de recursos narrativos e visuais. Segundo Tavares (2011) o cinema pode ser um canal para representar o fantástico que sempre esteve presente na imaginação do ser humano.

“A experiência cinematográfica é constituída por uma multiplicidade de atividades: nossos olhos e ouvidos captam e analisam a imagem e o som; nossas mentes apreendem a história, que reverbera em nossa memória; além disso, nosso estômago, coração e pele estão ativados em empatia com as situações da história e com a habilidade do protagonista em lidar com ela”
(GRODAL, 1997 apud STAM, 2013 p. 269.)

O cinema abre espaço para experimentarmos diversas emoções de forma intensa ou diluída em um intervalo de tempo que pode levar a nos desconectamos ou conectamos ainda mais com a realidade. Stam (2006) destaca que o ato de ir ao cinema pode ser motivado por várias razões. Queremos ir ao cinema para nos identificarmos com personagens, para sentirmos emoções, para questionar ou confirmar nossos preconceitos, para imaginar uma outra vida.

De acordo com Tavares (2011) o marco inicial do gênero terror foi o filme *O gabinete do Dr. Caligari* (1921) do diretor Robert Wiene. Outros filmes apontados ainda pela autora que deram origem ao gênero no cinema foram *O Médico e os Monstros* (John Barrymore, 1920), *Nosferatu* (Murnau, 1921) e *O Fantasma da Ópera* (Rupert Julian, 1925).

Figura 15 – O médico e os Monstros (1920)



Fonte: Film Grab

Figura 16 - Nosferatu (Murnau, 1921)



Fonte: Film Grab

Figura 17 - O Fantasma da Ópera (1925)



Fonte: Film Grab

Entrando em um aspecto mais sistemático no processo de criação, Santos (2017) apresenta as fases e momentos específicos da direção de arte ligadas a um subsistema dentro de um multiprocesso (pré-produção, produção ou filmagem e pós-produção), são elas: preparação, expansão ou incubação, transição ou iluminação, maturação ou verificação e clímax.

Na fase de **Preparação**, de acordo com Santos (2017) o diretor de arte e sua equipe irão buscar o máximo de informações necessárias para que os profissionais consigam criar conexões entre os elementos no que se refere a representação do universo a ser desenvolvido visualmente e conceitualmente. Os diretores se valem de diversas referências visuais que servirão para traçar um direcionamento.

As referências fornecem suporte para a próxima fase, a **Expansão** ou **Incubação** que consiste no desenvolvimento de esboços, desenhos *concepts* de todos os elementos presentes nos roteiros. É nesta etapa em que são elaborados *storyboard*, cenários, *props*, personagens são modelados em software 3D para serem avaliados e caso sejam escolhidos e aprovados serão materializados em escala real para seguir com a filmagem. (SANTOS, 2013)

A fase de **Transição** ou **Iluminação** é marcada por limitações e restrições, escolhas e decisões. Durante essa fase, as propostas elaboradas na fase anterior serão apresentadas ao diretor para que ele aponte suas considerações e as escolhas são feitas levando em consideração os resultados que estão desejando alcançar. As variações feitas no processo de expansão poderão sofrer novos ajustes, realinhamento, porém neste momento, não se trabalha mais com possibilidades e sim ideias selecionadas e aprovadas. Uma vez finalizado, o material é então designados aos subsistemas, como por exemplo, um concept de um figurino é enviado para o figurinista desenvolver o seu trabalho. (SANTOS, 2013)

Portanto, ao chegar na fase de **Maturação** ou **Verificação**, os produtos foram entregues aos outros subsistemas - cenografia, figuração, maquiagem, efeitos especiais etc. passam a ser produzidos em escala real e então são testados e adaptados se necessário. Nesta fase, o autor destaca que "tudo que é ideal estético concretiza-se e é testado". Todo o processo é coordenado pelo diretor de arte. (SANTOS, 2013)

De acordo com Santos (2013) a fase final dentro desse extenso processo sistemático, se realiza quando todas as outras fases se consolidam durante o processo de filmagem dos sets. O **Clímax** acontece em meio a interação entre subsistemas regidas pelo diretor de arte.

3. METODOLOGIA

A metodologia definida para o projeto foi desenvolvida por FILHO et Al (2016), aplicada para o desenvolvimento de um personagem em games. A metodologia em questão se divide em seis etapas: Identificação e Análise de Problema, Pesquisa Conceitual, Identificação dos Aspectos Psicológicos e Papel do Personagem, Referência de Imagem, *Sketching* e Renderização. As duas primeiras etapas foram adaptadas para atender melhor ao projeto a ser desenvolvido.

A **primeira etapa** da metodologia, de acordo com o autor, consiste na identificação e compreensão do problema necessários para atender as exigências do personagem para que o profissional seja capaz de fazer o seu design. Adequando essa etapa ao presente projeto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica para compreender os fundamentos para criação de um design de personagem. O produto desta primeira etapa é a construção do *capítulo fundamentação teórico*.

A **segunda etapa** é chamada de Pesquisa conceitual. FILHO et Al (2016) cita que o uso de referência na construção de personagens é extremamente importante, pois é necessário conseguir transmitir ideias através do design. Nesta etapa, a pesquisa conceitual servirá para a pesquisa das histórias dos personagens, sendo necessário a criação de uma *ficha da história do personagem* (**Figura 18**) respondendo às perguntas centrais que norteiam a história deles - Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? Como?

Figura 18 – Ficha da História do personagem (Modelo)

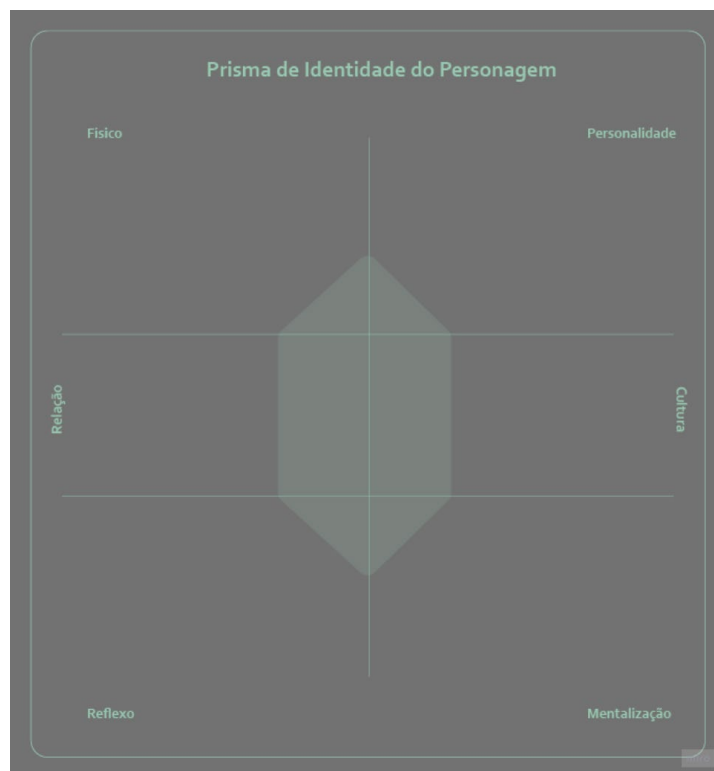
O modelo da ficha de história do personagem é apresentado em um formato de formulário digital. No topo, o título "Ficha Modelo da história do personagem" é exibido em uma cor verde clara. Abaixo, há seis campos de texto organizados em duas colunas. A primeira coluna contém os campos "Quem?", "Quando?" e "Como?". A segunda coluna contém os campos "O que?", "Por que?" e "Onde?". Cada campo possui uma barra de entrada de texto e uma barra decorativa inferior. Na base do formulário, há um campo amplo e retangular rotulado "Descrição geral".

Fonte: TILLMAN, 2009

A **terceira etapa** consiste em definir os aspectos psicológicos e o papel do personagem. A personalidade do personagem está diretamente relacionada a sua aparência. Personagens carregam uma mensagem que são transmitidos por meio do seu comportamento, atitudes e forma de agir e pensar, até mesmo pela sua forma de vestir. Para os autores “é importante adicionar sentimentos e emoções humanas no personagem a fim de melhorar sua credibilidade no design.” Para essa etapa será elaborado um *prisma de identidade da marca* (**figura 19**).

Em Pesquisa Imagética, **quarta etapa** da metodologia, é realizada uma busca por imagens de referências para os diferentes elementos necessários para a criação dos personagens tais como silhuetas, materiais, anatomia, formas, textura e qualquer forma gráfica que pode ser usado como base visual para os a construção do personagem. Existem diversas plataformas disponíveis que disponibilizam imagens que podem ser usadas para busca de referência, tais como ArtStation, Behance, Pinterest, DeviantArt, entre outras. Para cada um dos dez personagens será construído um *moodboard*.

Figura 19 – Prisma de Identidade do Personagem (Modelo)



Fonte: Kapferer, 1991 apud Pereira, 2017 p. 29

A **quinta etapa**, *Sketching* (esboços), o autor aponta que para as importâncias de fazer desenhos que sejam coerentes e consistentes as especificidades dos personagens. Os autores destacam que a parte mais importante nesta etapa é que o profissional possa gerar suas ideias sem se preocupar com restrições quanto a como essas ideias serão transmitidas em esboços. Serão feitos vários *sketching* seguindo as técnicas de linhas e manchas do personagem para geração de ideias.

Na **sexta etapa** serão selecionados os melhores *sketches* para serem polidos nesse estágio final chamado pelo autor de renderização. O render se refere a ação de retratar ou representar uma ideia graficamente. Nesse momento, os designers começam a adicionar detalhes e cor ao melhor sketch. Neste último estágio serão elaborados uma prancha de apresentação da personagem e uma aplicação em um contexto de ambientação.

Figura 20 – Metodologia do projeto

	ETAPAS	PROCEDIMENTOS	PRODUTOS
1	Identificação e Análise do problema	Pesquisas e leitura de livros, trabalhos acadêmicos. busca por teóricos e profissionais da área	Capítulo Fundamentação Teórica
2	Pesquisa conceitual (referência textual)	Leituras de livros que tratam das histórias dos personagens	Ficha da história do personagem
3	Identificação dos aspectos psicológicos e o papel dos personagens	Pesquisar os personagens em narrativas.	Prisma de identidade da marca

4	Pesquisa de Imagens (Referência Visual)	Buscar imagens em plataformas como Pinterest, Devianart, ArtStation, entre outras.	<i>MoodBoard</i>
5	Sketching	Técnicas de <i>sketching</i> . Esquematizar. Templates. Construir gramática	<i>Sketches</i>
6	Renderização	Adicionar detalhes e cores. Rotacionar o personagem em contexto de pose e expressões faciais.	Prancha de apresentação

Fonte: FILHO et Al (2016), adaptado pela autora

4. MEMORIAL DESCRITIVO

4.1 Ferramental

O projeto foi desenvolvido se apropriando de técnicas digitais, aproveitadas na etapa inicial com o uso de pincéis para a produção dos *thumbnail* e manchas a fim de criar variações e avaliar as possibilidades dentro das especificações que cada personagem exige. Foi utilizado o software Adobe Photoshop® versão css 2x devido as diversas possibilidades de técnicas que podem ser realizadas.

Também será utilizada uma mesa digitalizadora (Figura 21) que servirá para simular a pressão de um pincel possibilitando gerar pinceladas mais pictóricas necessárias às especificações do projeto. Para a construção dos *MoodBoards* se fará o uso do *software PureRef*, bastante utilizado no mercado.

Posteriormente, nas etapas de renderização, a técnica utilizada para trazer maior grau de realismo nas texturas foi o *photobashing*.

Figura 21 – Mesa Digitalizadora CTL1400



Fonte: Wacom©

4.2 Briefing

Para melhor compreensão dos aspectos gerais do projeto foram criadas foi elaborado um pequeno *briefing*, levantando as informações gerais do projeto que se dá pelo desenvolvimento da persona, criação de um *moodboard* contemplando a estética do projeto e a mídia que será aplicada tal projeto. Também foi feita uma pequena descrição geral de cada personagem: Princesa encantada de Jericoacoara, Labatut e Alamoá.

4.2.1 Persona:

A classificação indicativa para o consumo da produção em questão não é recomendada para menores de 16 anos uma vez que serão exibidos conteúdos descritos como violência, conforme a Classificação Indicativa: Guia Prático de Audiovisual. (BRASIL, 2021, p. 52).

Figura 22 – Persona



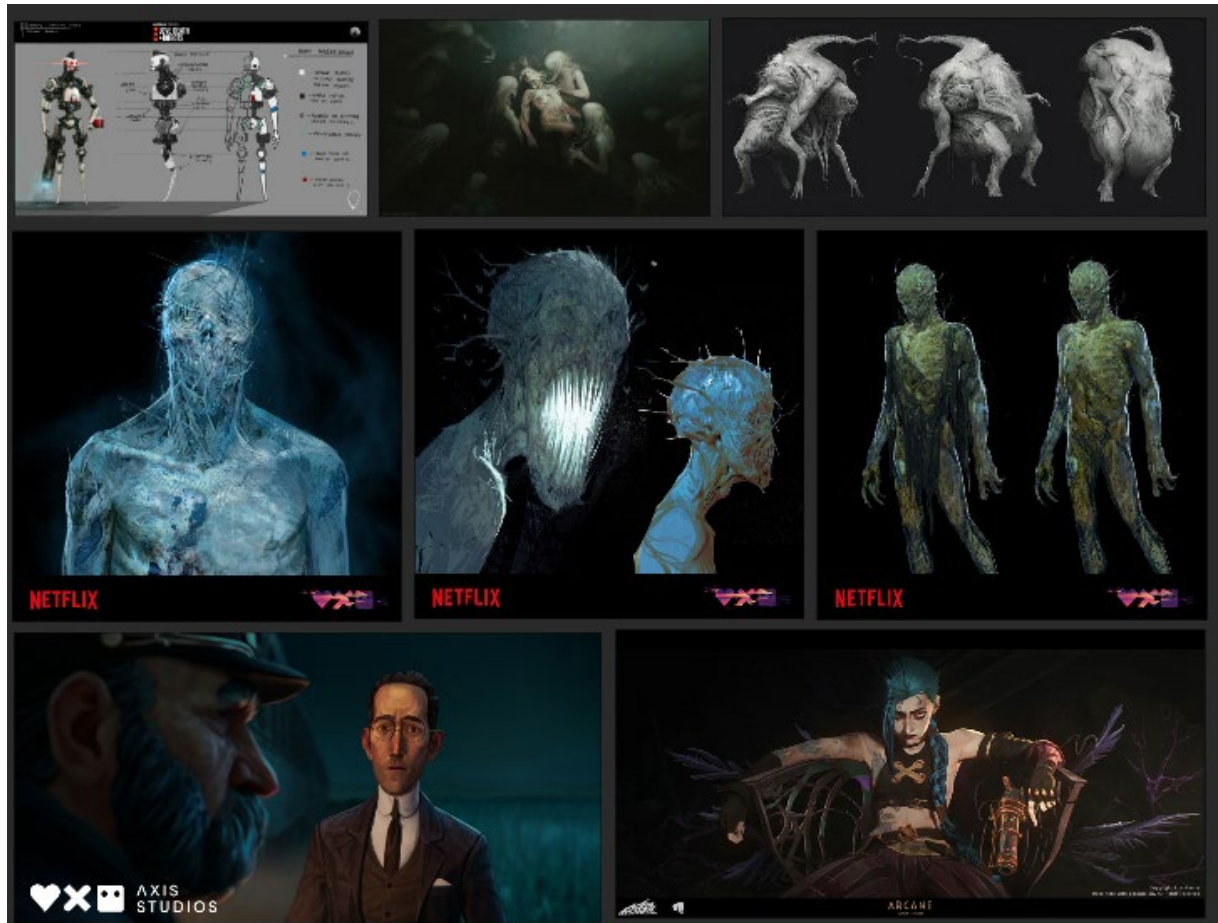
Fonte: elaborada pela autora

4.2.2 Estética:

O projeto integra uma quantidade de 3 personagens na produção de um filme, portanto faz se necessário a escolha de uma estética que irá reger os aspectos visuais finais de renderização dos *concepts* criados. Foi elaborado um *MoodBoard* (Figura 23) com uma série de imagens para guiar a estética que os personagens irão ter na etapa final do projeto. As principais referências que dialogam com as

características estéticas do projeto são *Love Death Robot*, *Arcane* e *Homem aranha no aranha-verso*.

Figura 23 – *MoodBoard* geral do projeto



Fonte: elaborada pela autora

4.2.3 Mídia

A mídia em que seria reproduzido tais *Concept* seria em um contexto audiovisual, em específico um curta metragem baseada em séries com episódios de curta duração.

4.2.4 Personagens

Os personagens são seres pertencentes a mitologia do nordeste brasileiro. Foram escolhidos personagens com poucos trabalhos gráficos e se encontram em narrativas ligadas ao universo do terror. São eles: A princesa encantada de Jericoacoara, Labatut e Alamoá.

4.2.4.1 A princesa Encantada de Jericoacoara

Em Jericoacoara, uma princesa mora em uma gruta sob o serrote do farol que ilumina a noite. A princesa vive sobre um encanto que a transformou em uma serpente, permanecendo somente as cabeças e os pés de uma mulher. Para reverter o encanto e voltar a sua forma original faz-se necessário o sacrifício de um homem e seu sangue deve ser usado para fazer o desenho de uma cruz do dorso da cobra.

4.2.4.2 Labatut

É um gigante, de pés redondos, cabelos compridos e revoltos, corpo inteiramente coberto de pelos ásperos, dente saindo para fora da boca, olho no meio da testa, mãos compridas. Conhecido no Rio Grande do Norte como comedor de crianças. O Labatut é um monstro que apresenta origem europeia ao qual foram acrescentados elementos indígenas. A princípio, Labatut adquiriu seu caráter de malvado como herança da imagem que ficou na lembrança do povo sobre a atuação do general Pedro LABATUT, que esteve no Ceará, de junho de 1832 a abril de 1833.

4.2.4.3 Alamoá

Alamoá é um ser fantasmagórico. Sua história se passa na Ilha de Fernando de Noronha em que Alamoá aparece em dias tempestuosos. Uma mulher, linda, nua e loura que possui diversas versões, seduz para matar, matar de medo, transformando em esqueleto.

4.3 Pesquisa Conceitual

Foram feitas pesquisas em livros sobre a história dos personagens selecionados com o objetivo de responder as perguntas centrais de uma história. “Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? Como?” a fim de preencher a ficha da história do personagem que serviram de base para estruturar a etapa de pesquisa de imagem e para tomadas de decisões quanto a forma do personagem.

Figura 24 – Ficha Princesa Encantada de Jericoacoara

Ficha Modelo da história do personagem

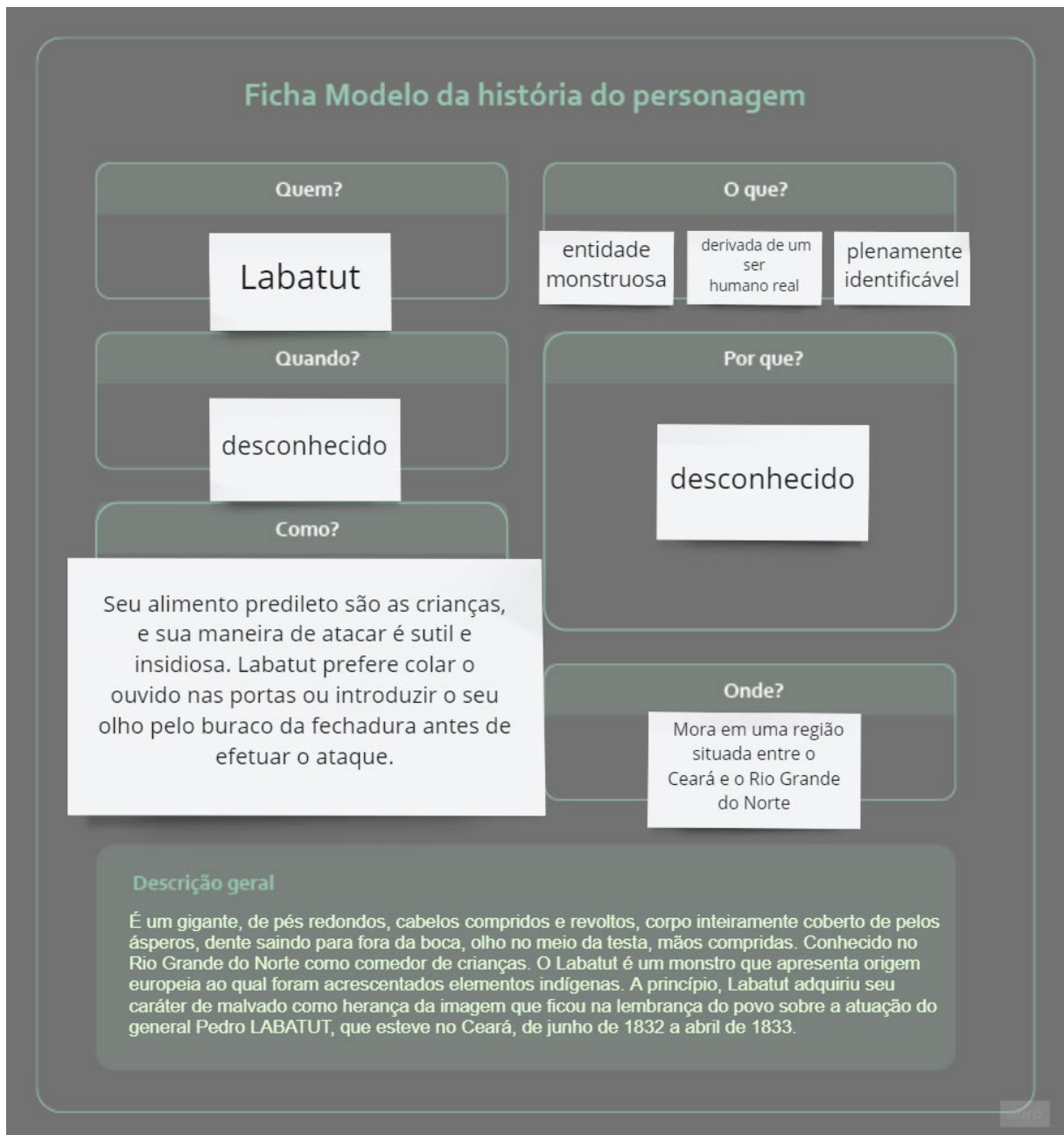
<p>Quem?</p> <p>princesa encantada de Jericoacoara</p>	<p>O que?</p> <p>Princesa encantada</p>
<p>Quando?</p> <p>desconhecido</p>	<p>Por que?</p> <p>desconhecido</p>
<p>Como?</p> <p>Para desencantá-la, é preciso a coragem de um homem disposto ao sacrifício para ela retomar sua antiga forma (que se faça um sinal da cruz no dorso da cobra com o sangue do sacrificado). Então estarão abertos, os portões da gruta onde se oculta o palácio esplendoroso da princesa, repleto de todas as riquezas concebíveis deste mundo.</p>	<p>Onde?</p> <p>Jericoacoara, Ceará.</p>

Descrição geral

Em Jericoacoara, uma princesa mora em uma gruta sob o serrote do farol que ilumina a noite. A princesa vive sobre um encanto que a transformou em uma serpente, permanecendo somente as cabeças e os pés de uma mulher. Para reverter o encanto e voltar a sua forma original faz-se necessário o sacrifício de um homem e seu sangue deve ser usado para fazer o desenho de uma cruz do dorso da cobra.

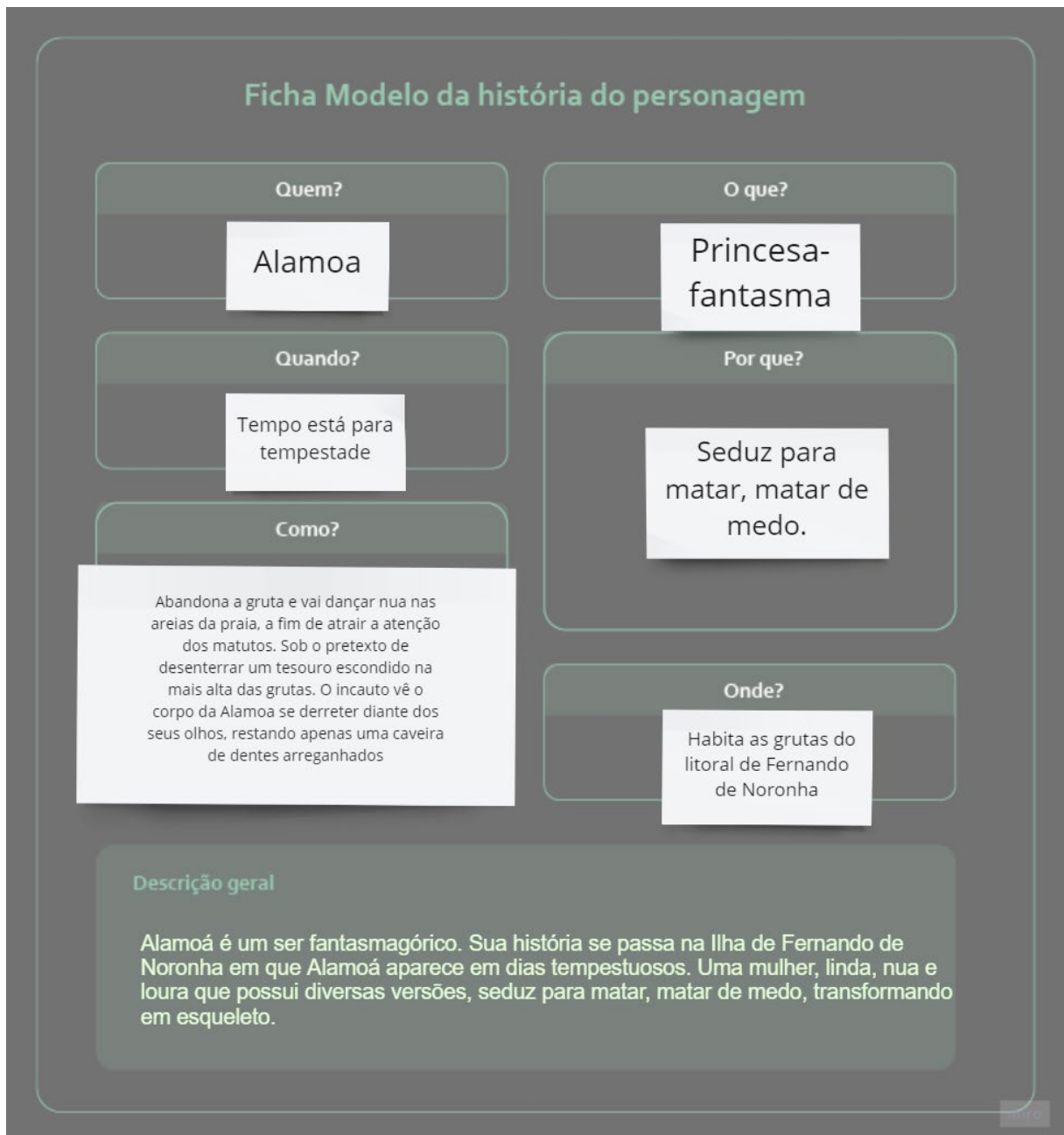
Fonte: elaborada pela autora

Figura 25 – Ficha Labatut



Fonte: elaborada pela autora

Figura 26 – Ficha Alamoá



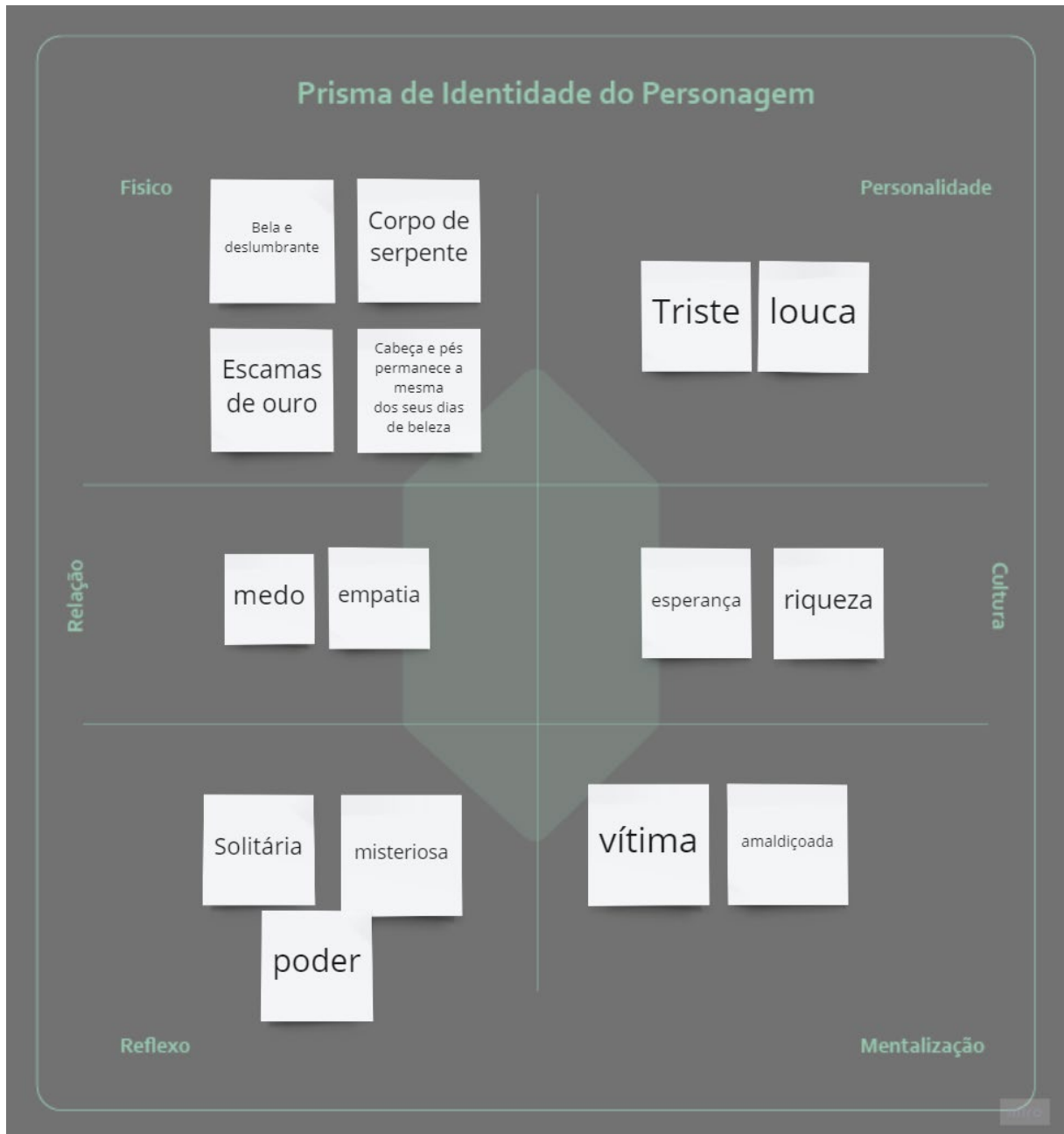
Fonte: elaborada pela autora

4.4 Identificação dos aspectos psicológicos dos personagens

Foram realizadas leituras e retiradas informações referente aos aspectos psicológicos e comportamentais dos personagens em narrativas. Os principais livros utilizados foram: Geografia dos Mitos Brasileiros de Luís da Câmara Cascudo e as 100 melhores lendas do folclore brasileiro de Ademilson S. Franchini. Buscando coletar informações

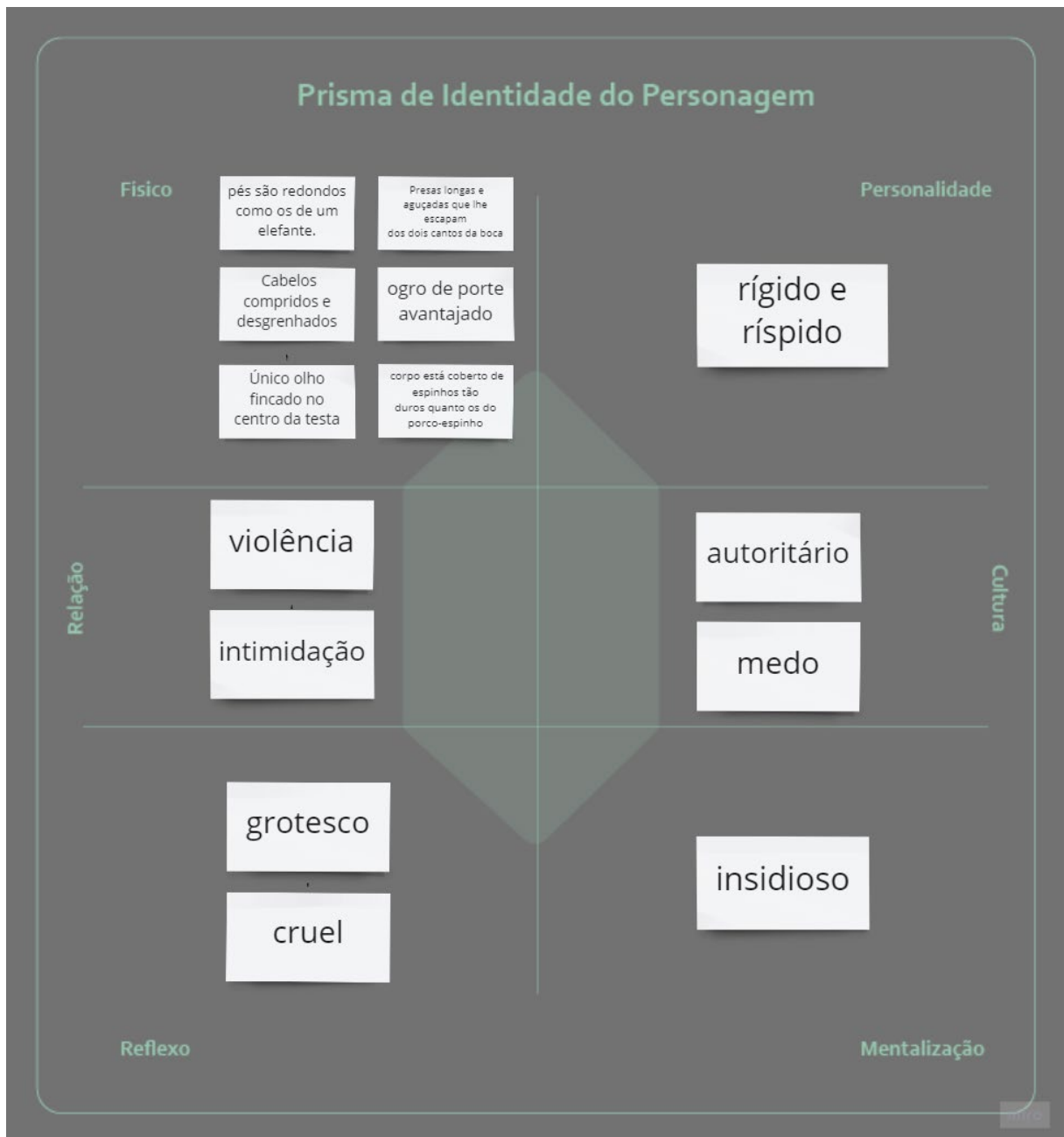
que tratam das relações internas e externas dos personagens e sintetizando nas facetas do Prisma de Identidade da Marca.

Figura 27 – Prisma de Identidade (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 28 – Prisma de Identidade (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora.

Figura 29 – Prisma de Identidade (Alamoá)



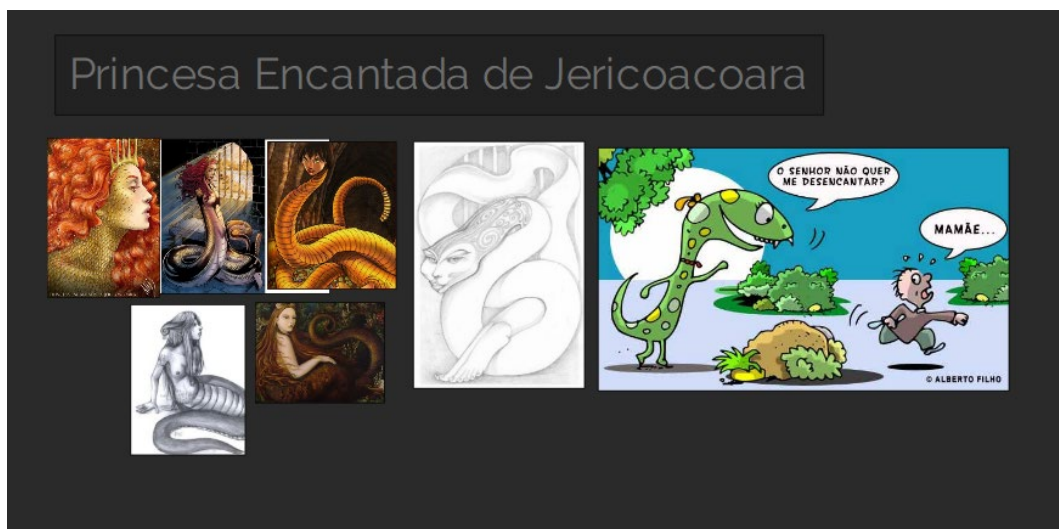
Fonte: elaborada pela autora

4.5 Pesquisa de Imagem

Com base nos levantamentos e estudos realizados nas etapas anteriores, a pesquisa de imagem dos personagens se organizou através de uma divisão de temáticas que mais tinham relação com o personagem. Foram separada os seguintes pontos para a pesquisa de imagem da personagem da Princesa Encantada de

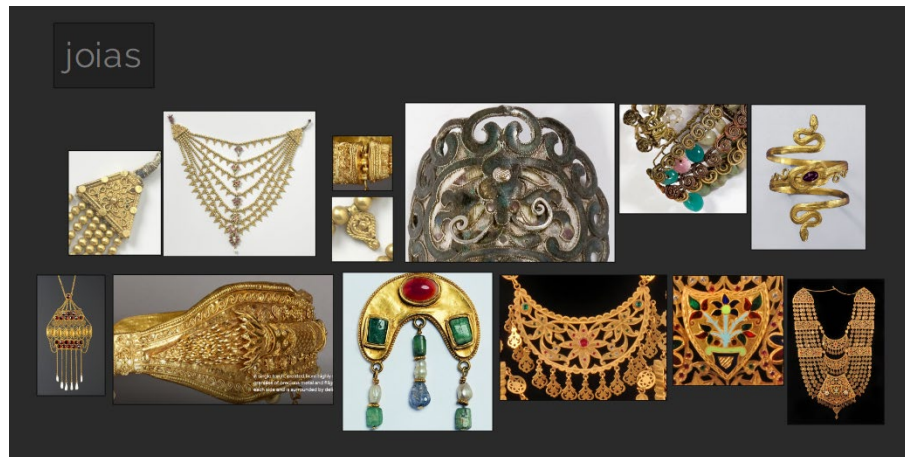
Jericoacoara: a princesa encantada de Jericoacoara (figura 30), anatomia da serpente e imagens de diversas espécies de serpentes (figura 31), outras criaturas com estruturas semelhantes como cobras, dragões ou mesmo criaturas com que tinham corpos de serpentes mas não era a representação da personagem (figura 32), imagens de joias uma vez que em seu contexto ela se encontra coberta de ouro (figura 33) e por fim, imagem de rosto femininos que de alguma forma pudesse se assemelhar com a fisionomia de uma serpente (figura 34).

Figura 30 – MoodBoard 1 (Princesa Encantada de Jericoacoara)



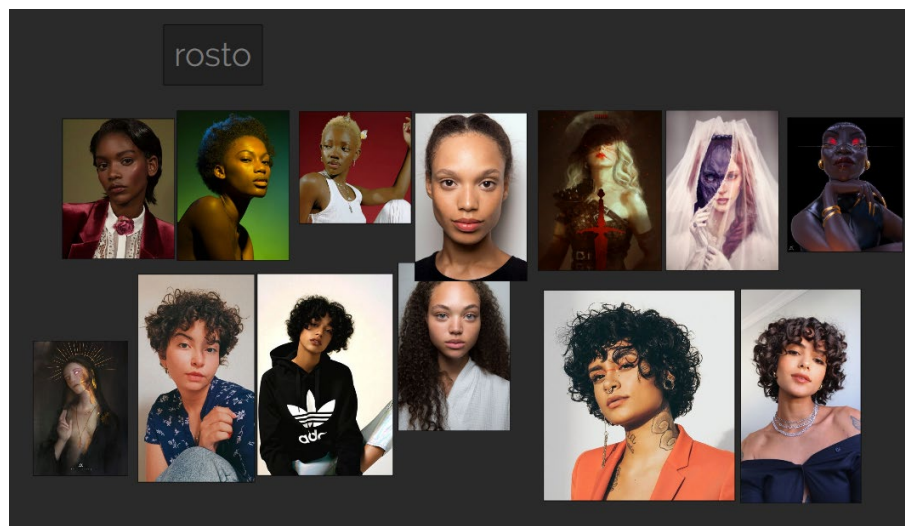
Fonte: elaborada pela autora.

Figura 33 – MoodBoard 4 (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora.

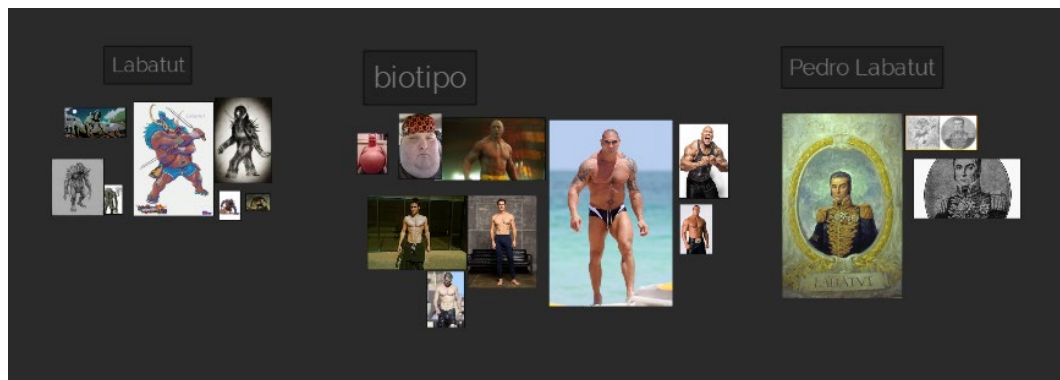
Figura 34 – MoodBoard 5 (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora.

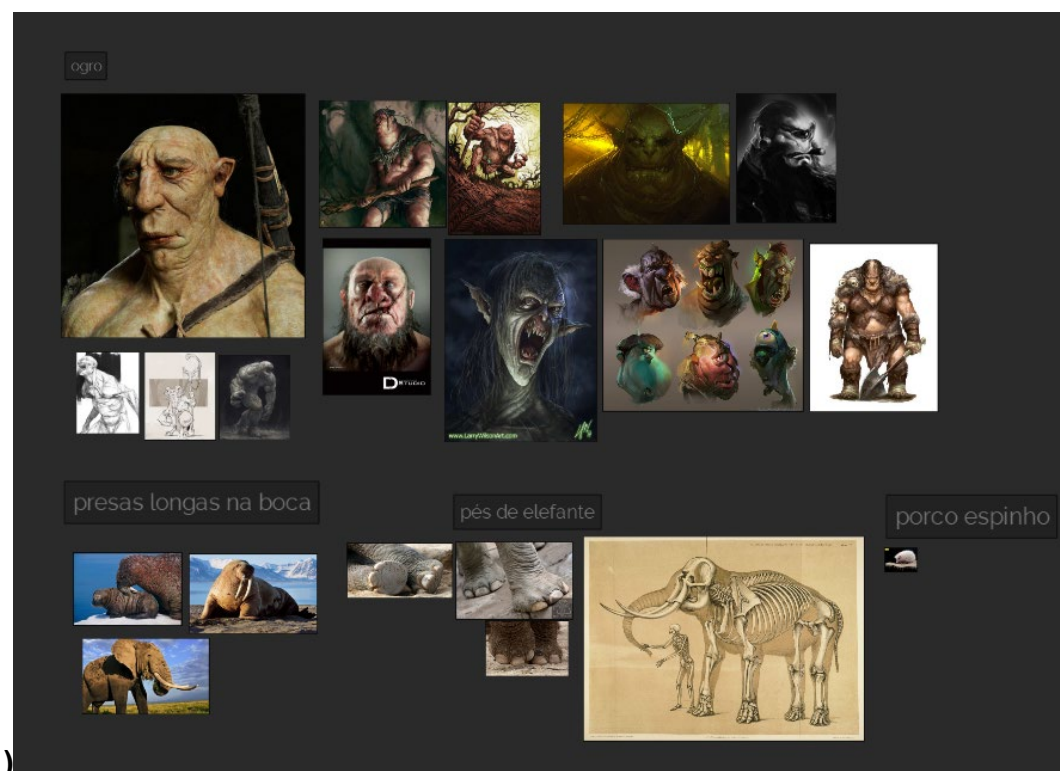
Quanto à Labatut os pontos centrais pesquisados foram: o próprio Labatut, o biotipo que melhor correspondia ao corpo avantajado de um militar ríspido e o Pedro Labatut, militar em sua forma original antes de se transformar neste ser mais grotesco (figura 35), também foram pesquisadas imagens de orcs que possuem um histórico de serem guerreiros robustos, além das anatomias presentes nos aspectos físicos do personagem, como pés de elefantes e presas (figura 36).

Figura 35 – MoodBoard 1 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora.

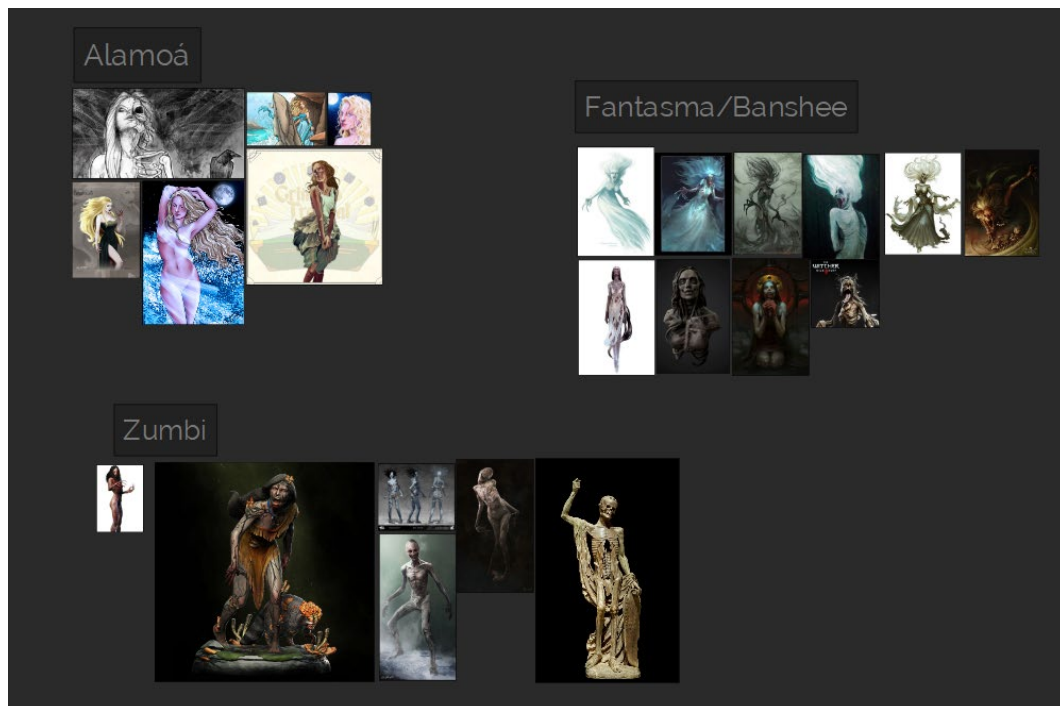
Figura 36 – MoodBoard 2 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora.

Enquanto à Alamoá os pontos centrais usados para pesquisa de imagens de referência foram: a criatura Alamoá, fantasmas e banshes, além de zumbis formando o *MoodBoards* da personagem. (figura 3).

Figura 37 – MoodBoard 1 (Alamoá)



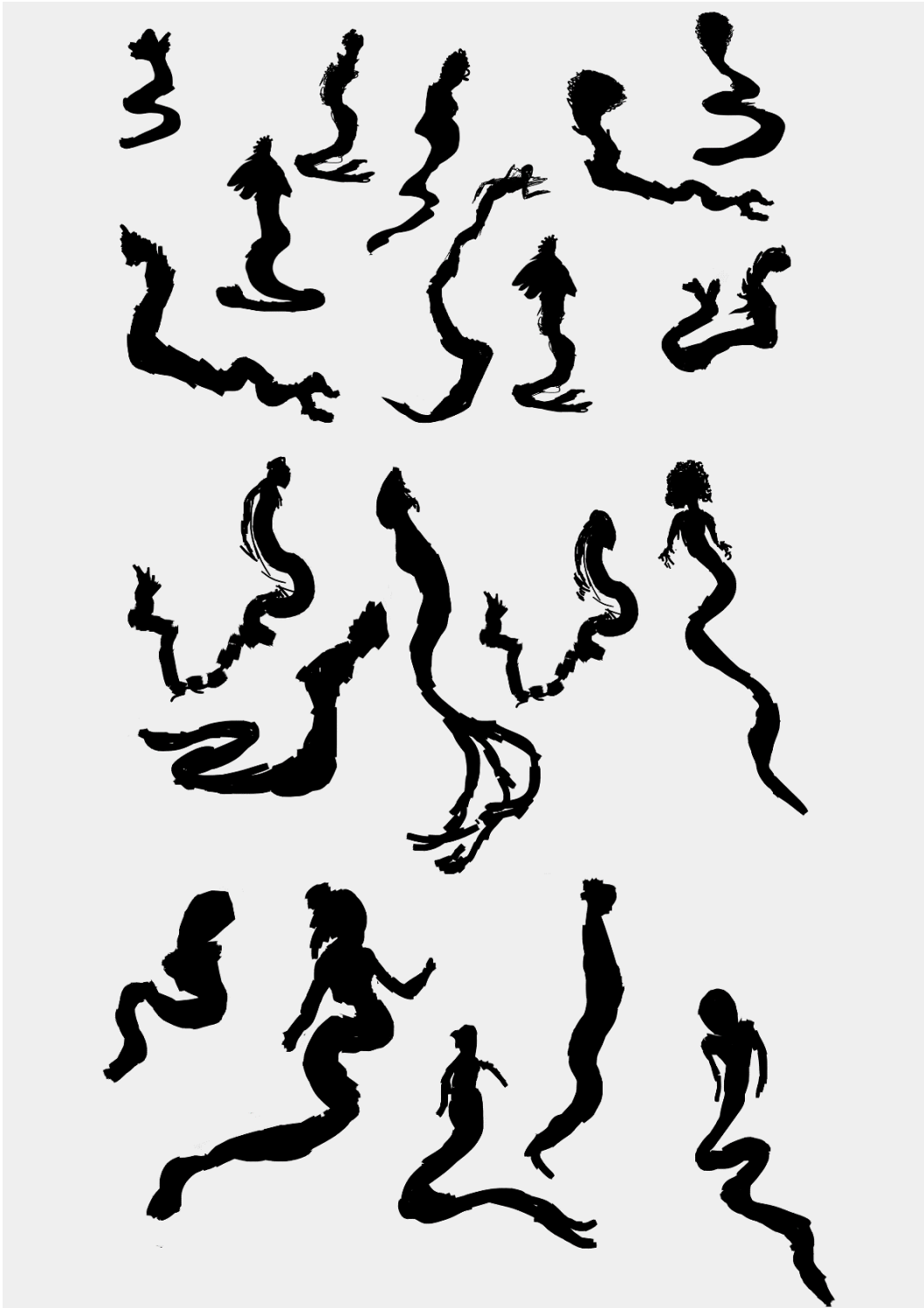
Fonte: elaborada pela autora.

4.6 Sketching dos Personagens

Nesta etapa foram criados vários esboços explorando, inicialmente a silhueta do personagem a fim de gerar várias alternativas possíveis e visualizar as ideias que melhor condiz com as características dos personagens levantadas nas etapas anteriores.

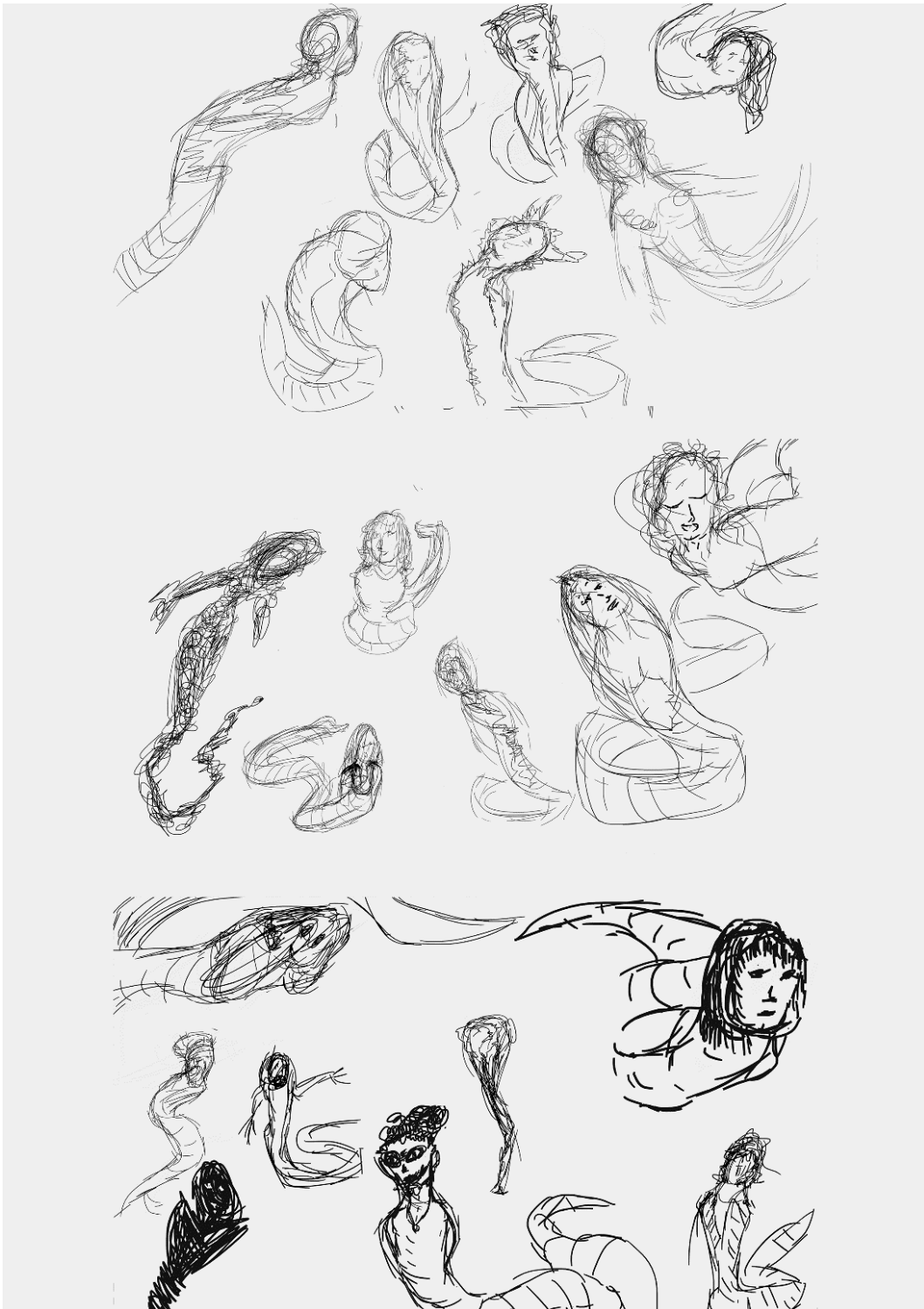
Foram selecionados os 3 esboços e mesclado os estudos de silhueta (figura 34) com os sketches 1 (figura 35) para explorar novos *sketches* (figura 36) que serviram de base para novos esboços, portanto explorando mais ideias (figura 37).

Figura 38 – Estudo de Silhueta (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 39 – Sketches 1 (Princesa Encantada de Jericoacoara)



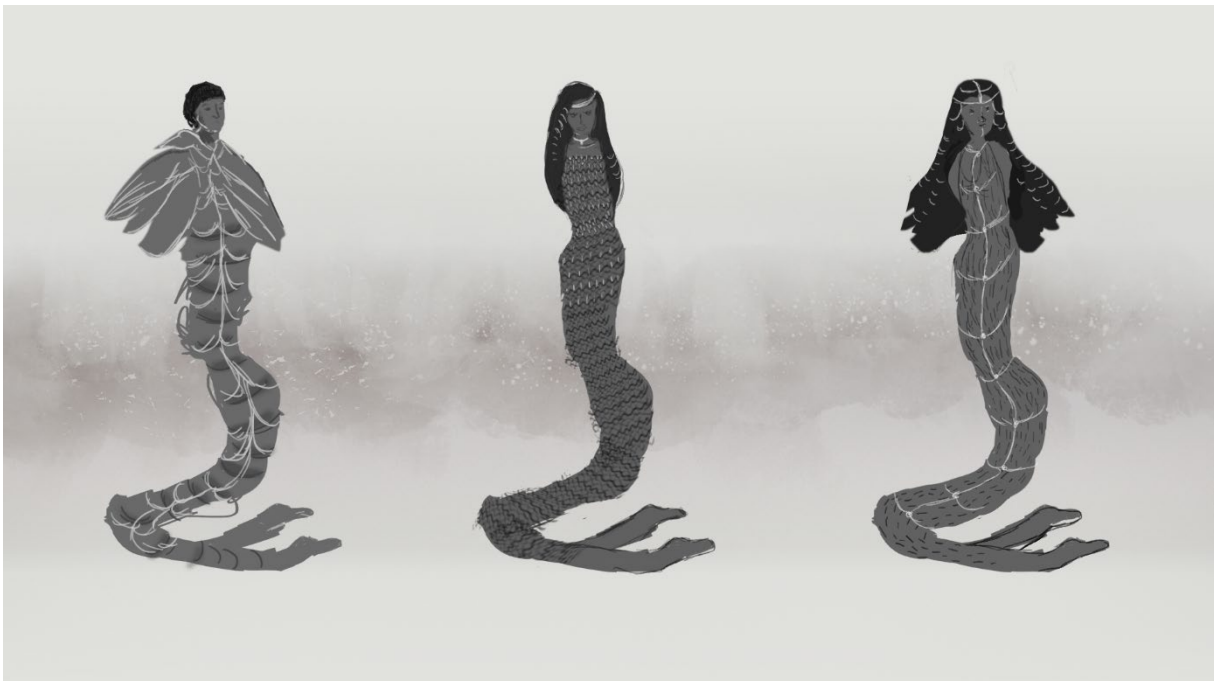
Fonte: elaborada pela autora

Figura 40 – *Sketches 2* (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 41 – *Sketches 3* (Princesa Encantada de Jericoacoara)



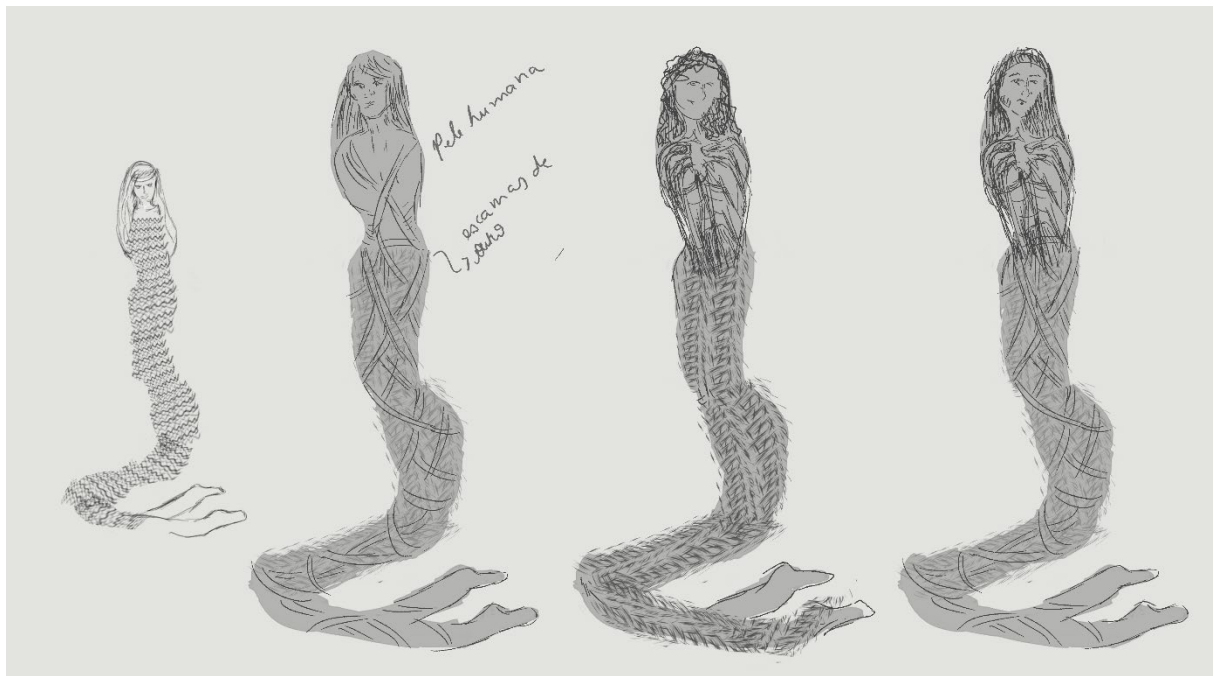
Fonte: elaborada pela autora

Figura 42 - *Sketches 4* (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 43 - *Sketches 5* (Princesa Encantada de Jericoacoara)



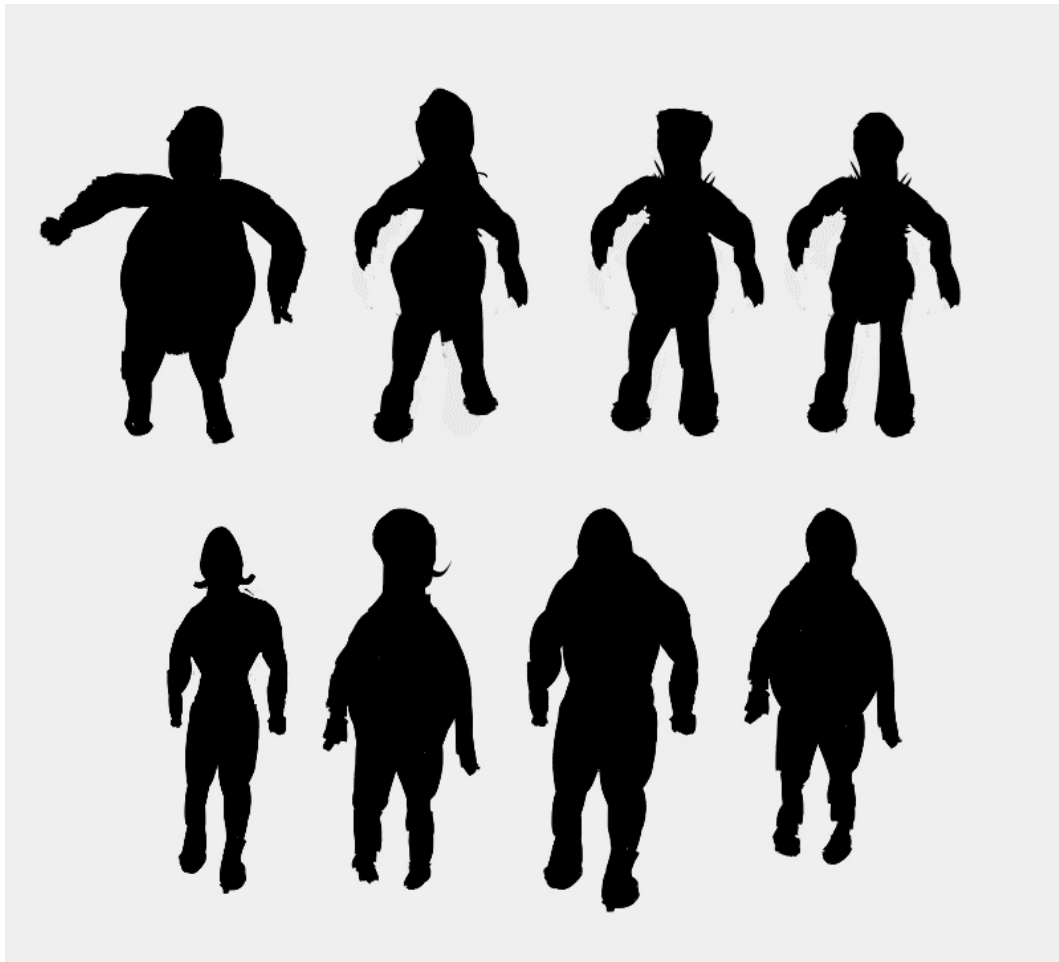
Fonte: elaborada pela autora

Pela característica deste ser mitológico foram considerados os aspectos físicos levantados na ficha que o apresenta como uma criatura avantajada. Foi levado

em conta o fato de Labatut ser um militar para compreender como seria a maneira que ele se portaria bem como seu biotipo.

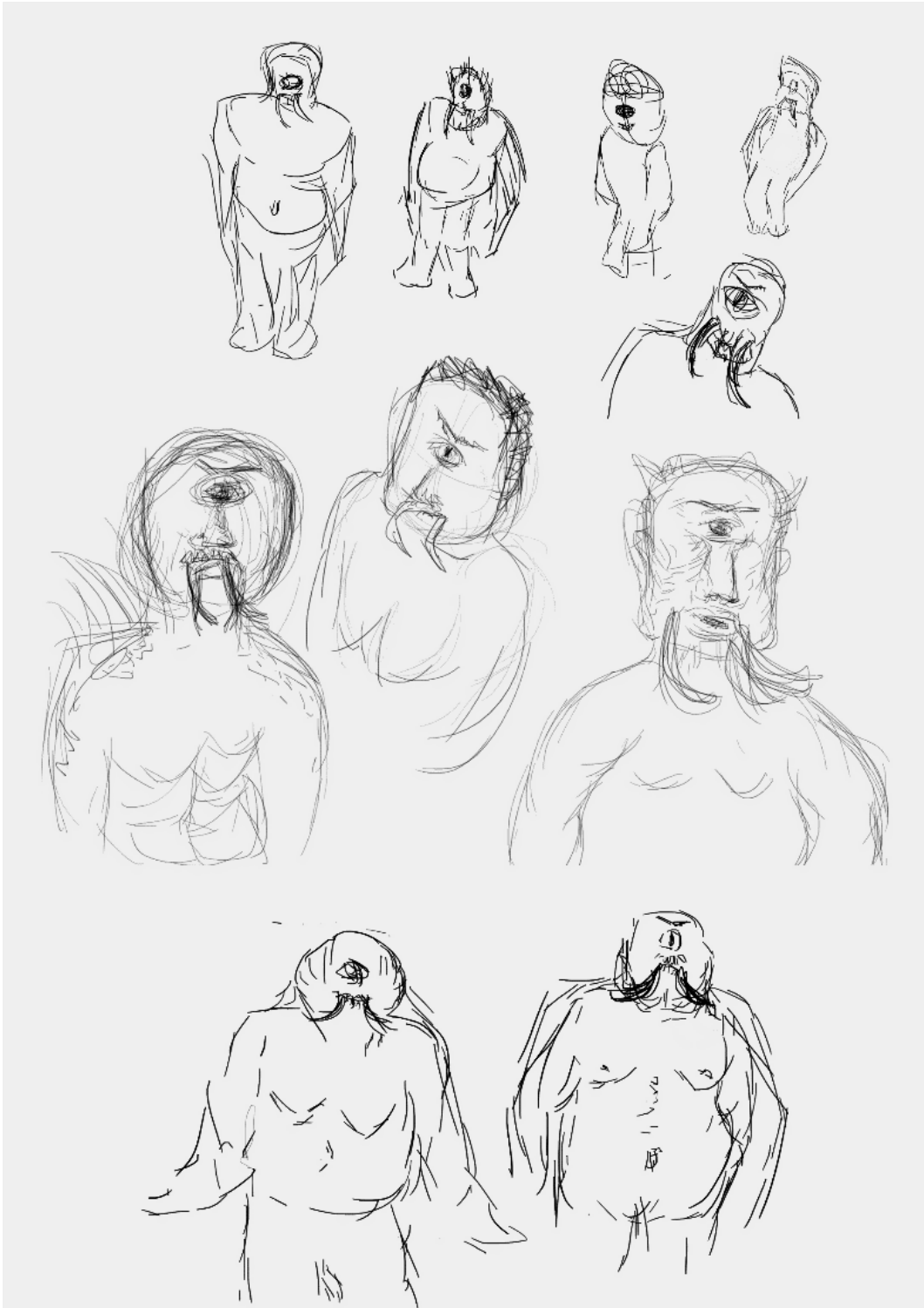
O processo de geração de ideias para o Labatut seguiu a mesma lógica da princesa encantada de Jericoacoara, valendo-se primeiro de um estudo da forma enquanto silhueta do personagem (Figura 39) para em seguida trabalhar com os sketches de linhas (Figura 40) para posteriormente trabalhar com a mescla desses estudos que seguiria para novas ideias (Figura 41).

Figura 44 – Estudo de silhueta (Labatut)



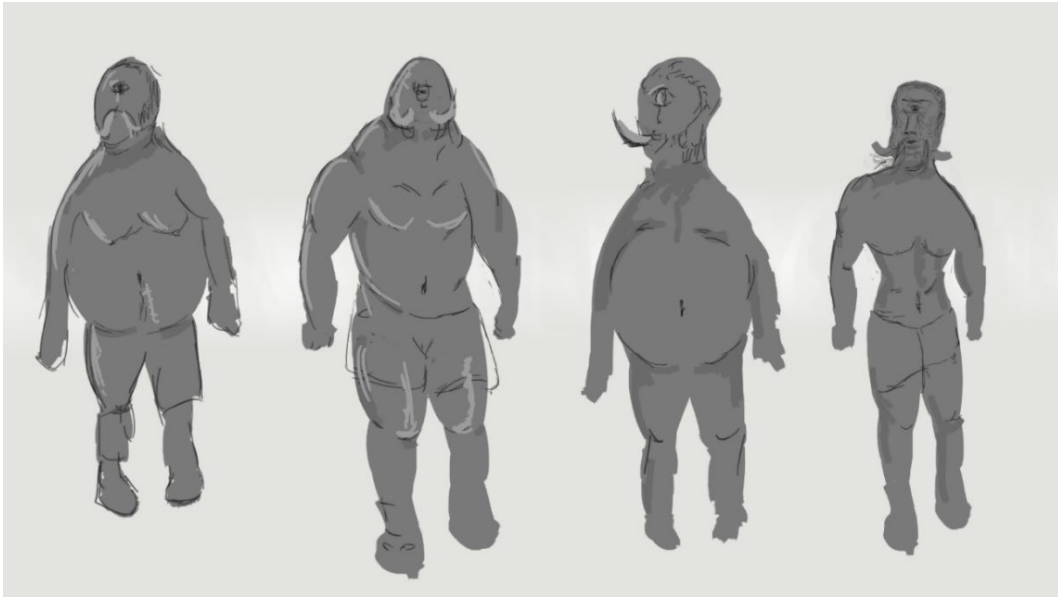
Fonte: elaborada pela autora

Figura 45 – Sketches 1 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 46 – Sketches 2 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora

Com as silhuetas mais definidas (Figura 42) foi iniciado uma maior lapidação das definições do Labatut ainda em escala de cinza a partir do uso de referências. O olhar precisava passar um certo ar de poder e intimidação bem como seu porte e pose.

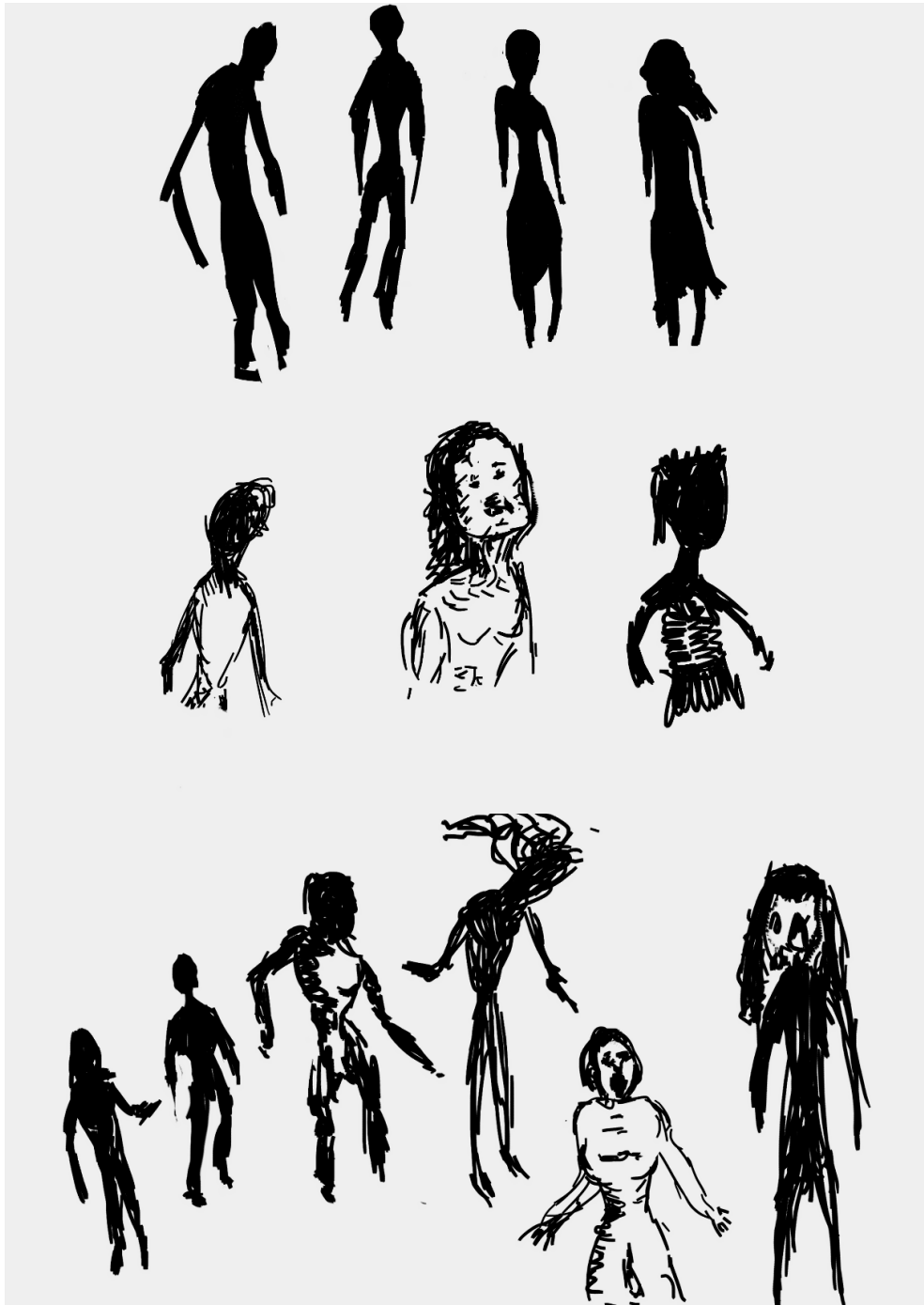
Figura 47 - Sketches 3 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora

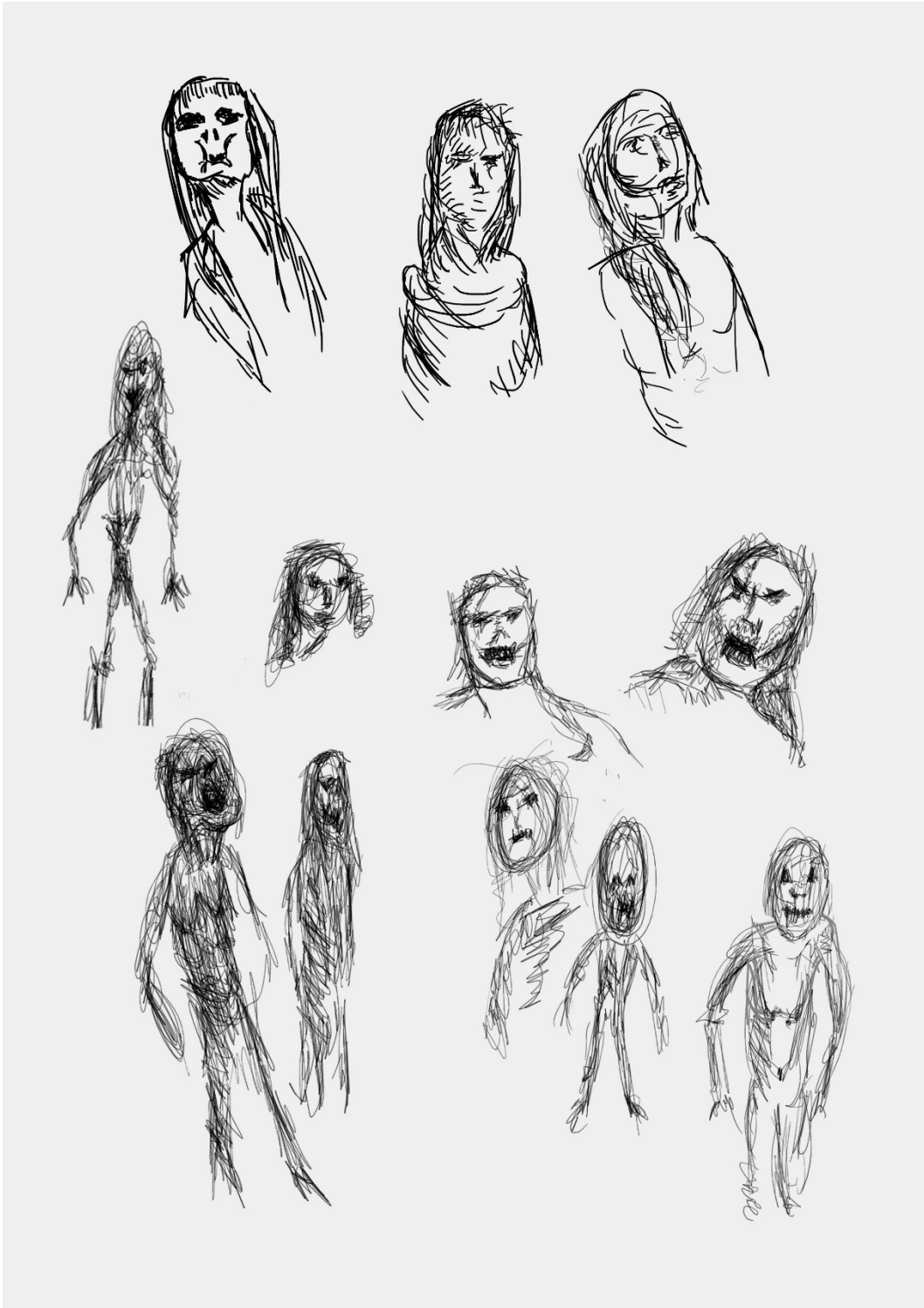
Por ser um ser mais fantasmagórico, para Alamoá foram exploradas as silhuetas mais finas com mais fluidez, as linhas se fizeram mais presentes para simular as texturas com aspectos um pouco mais deterioradas de acordo com a característica física do personagem de um ser que tem seu corpo transformado em algo mais esquelético.

Figura 48 - Estudo de silhueta (Alamoá)



Fonte: elaborado pela autora

Figura 49 - Sketches 1 (Alamoá)



Fonte: elaborada pela autora

4.7 Renderização dos Personagens

Seguindo para a etapa de renderização, os personagens Princesa Encantada de Jericoacoara e Labatut a partir dos *sketches* gerados da etapa anterior, foram selecionados os que mais se aproximaram com os aspectos físicos apontados na ficha da história do personagem e no prisma de identidade da marca.

A princesa encantada por sofrer de uma maldição de origem desconhecida teve seu corpo transformada em serpente, a silhueta do personagem foi pensada de maneira que fosse passada a ideia de como ela presa no corpo de uma serpente. Em algumas literaturas seu corpo foi descrito como sendo de escamas de ouro e isso e isso foi trabalhado sobretudo na cor do personagem. (figura 50), sendo detalhado ainda mais essa ideia como pode ser observado das figuras 51 e 53

Figura 50 - Render (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Nesta etapa, foi construído uma prancha de apresentação do personagem contendo 3 expressões da princesa encantada, uma estrutura simplificada, uma detalhada e sua rotação. Também foi dado um o zoom em algumas partes do render para melhor visualização de detalhes menores como a cabeça e a textura da pele da serpente e um da textura das joias.

Figura 51 - Prancha de apresentação final (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 52 - Render (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 53 - Render final (Princesa Encantada de Jericoacoara)



Fonte: elaborada pela autora

Uma das principais emoções primárias buscadas durante o processo de exploração da textura do personagem Labatut foi a de nojo. A cor também foi pensada com essa emoção, mas em um nível secundário, seu principal papel estar em despertar o medo. O processo de texturização inicial foi com o uso de pinceis que simulassem um aspecto mais duro da pele em razão da sua origem militar antes de se transformar nessa criatura.

Em seguida foi aplicada a técnica *photobashing* para aumentar o grau de realismo da textura na criatura. Na figura 53 é possível observar as etapas em que foram feitas as colorações e aplicação de textura. Foram exploradas outras cores que potencializasse esse sentimento de nojo como pode ser visto na figura 54.

Figura 54 – Renderização 1 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora

Figura 55 – Renderização 2 (Labatut)



Fonte: elaborada pela autora

6. CRONOGRAMA

	ETAPAS	Início	Fim
1	Identificação e Análise do problema	16 de março	23 de março
2	Pesquisa Conceitual	21 de março	30 de março
3	Identificação dos aspectos psicológicos e o papel dos personagens	28 de março	11 de abril
4	Pesquisa de Imagens	4 de abril	22 de abril
5	Sketching dos personagens	22 de abril	01 de junho
6	Renderização	13 de maio	01 de julho

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste trabalho discutiu-se a respeito do *Concept Art*, buscando refletir os aspectos ligados ao cinema e sua relevância no processo de produção de um filme. É uma discussão relativamente nova no que se refere ao contexto acadêmico, visto que surgiu de uma necessidade da indústria do cinema em desenvolver os aspectos conceituais de forma visual para melhor atender às exigências do projeto e coesão da obra.

Destaca-se também que alguns conhecimentos no Design dialogam com certos aspectos do *Concept Art*, tais como a capacidade de comunicação visual de ideias visando sua materialização por meio de fundamentos comuns aos dois, tais como a forma, a cor, o *sketching* e esboços necessários para a criação dessa comunicação que necessitam de unidade e coesão entre os elementos de um determinado projeto gráfico.

Um dos elementos mais fundamentais do design de personagem é sua história. Percebe-se, de acordo com a pesquisa bibliográfica, que a história é a base de tudo que será criado visualmente, pois é através dela que o personagem se manifestará afetando em suas atitudes e comportamentos. Além das características psicológicas dos personagens que servirão para determinar como os elementos gráficos poderão ser desenvolvidos.

Apesar da metodologia parecer ter um caráter linear, em alguns momentos fez-se necessários algumas etapas em paralelo. A construção do personagem foi mais dinâmica pois algumas pesquisas de imagens podem surgir ao longo processo de *sketching* e *render*, por exemplo. E isso pode contribuir também em algumas alterações dos esboços, mesmo que em poucos detalhes.

8. REFERÊNCIAS

ALVES, Januária Cristina. **Abecedário de Personagens do Folclore Brasileiro**. Sesc, FTD, São Paulo 2017.

BEIMAN, Nancy. **Prepare to Board!** Creating Story and Characters for Animated Features and Short. Taylor & Francis Group, 2013.

BRASIL, Ministério da Justiça e Segurança Pública; Secretaria Nacional de Justiça; Departamento de Promoção de Políticas de Justiça. **Classificação Indicativa: Guia Prático de Audiovisual**. 4 ed. Re. Brasília, DF, 2021.

CASCUDO, Luis da Câmara. **Geografia dos Mitos Brasileiros**. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1983.

CASCUDO, Luis da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. Editora Ediouro Publicações S. A., Rio de Janeiro, 1983.

DONDIS, Doris A. **Síntese de Linguagem Visual**. Martins Fontes. São Paulo, 2003

FERREIRA, Nuno Vieira da Silva Tomé. **Desenho como Método de Composição sobre Criaturas Ficcionalis Biomecânica**. Trabalho de projeto (Mestrado) Universidade de Lisboa. Lisboa, 2019.

FILHO, Joao; MACHADO, Liandro; CHICCA, Natal; FRANCO, Artur; MAIA, José. **Character Design: a new Process and its Application in a Trading Card Game**. XV SBGames, São Paulo, SP, Brazil, 2016.

FRANCHINI, Ademilson S. **As 100 melhores lendas do folclore brasileiro**. L&PM Editores, 2011.

MAMOULIAN Rouben [Dr. Jekyll and Mr. Hyde] 1931. Filme-Grab. Disponível em: [Dr. Jekyll and Mr. Hyde – \[FILMGRAB\] \(film-grab.com\)](http://filmgrab.com) Acesso em: 05 jun 2022.

MARCHI, Giulia. **O Guia do Character Design: Como fazer um bom design de personagem**. RevoSpace, 2021. Disponível em: [O Guia do Character Design * Revo Space](https://revo.space). Acesso em: 23 de jan. 2022.

MATEU-MESTRE, M. **Framed INK**: Drawing and composition for visual storytellers. Design Studio Pres, 2010.

NASCIMENTO, Luís Renato do. **O desenho de expressão no processo de projetos em comunicação visual**. 2010. 100 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/89713>. Acesso em 17/01/2022 às 20:19

PAIVA, Milena Leite et al. **Da cor material à cor diegética**: o pensamento da cor na direção de arte audiovisual, 2021.

PAZMINO, Ana Verônica. **Modelo de Ensino de Método de Design de Produtos**. Tese (Doutorado) Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design. Rio de Janeiro, 2010.

PEREIRA, Ana Paula de Menezes Pereira; GOMES, Michelly; FONSECA, Glaucia Augusto. **O croqui e suas técnicas**. Anais do 17º Simpósio Nacional de Geometria Descritiva e Desenho Técnico e VI International Conference on Graphics Engineering for Arts and Design – Graphica 2005. Recife: UFPE, 2005.

PEREIRA, Douglas Daniel; NAKATA, Milton Koji; JUNIOR, Galdenoro Botura; "**O Design Associado ao Concept Art no Desenvolvimento de Personagens**: Um Estudo de Caso. p. 2309-2318. In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.

RASCARA, Jorge. **Diseño gráfico y comunicacion**. Buenos Aires: Infinito, 2000.

SANTOS, Marcelo Moreira. **A Direção de Arte no Cinema**: uma abordagem sistêmica sobre seu processo de criação. Revista Digital do LAV, v. 10, n. 1, p. 14-30, 2017.

SENNA, Marcelus Gaio Silveira de. **Concept Art**: Design e Narrativas em Animação. Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2013.

STAM, Robert. **Introdução à teoria do cinema**. Papirus Editora, 5° ed. Campinas, São Paulo, 2013.

TAKAHASHI, Patrícia Kelen; ANDREO, Marcelo Castro. **Desenvolvimento de Concept Art para Personagens**. SBGames Salvador, BH, 2011.

TAVARES, Caroline Santana. **Cinema de Horror**: o Medo é a Alma do Negócio. Revista de Apontamentos Midiáticos, v. 2, n 3, p. 1- 10, 2011.

TILLMAN, Bryan. **Creative Character Design**. 2° ed. Taylor & Francis, 2019.

The Art of Luca [The Art of LUCA \(disney-studios-awards.s3.amazonaws.com\)](https://www.amazon.com/dp/1374530000)
Disney/pixar 2021 Chronicle Books; 1ª edição.

VÁSQUEZ, R. P. Identidade de marca, gestão e comunicação. **Organicom**, [S. l.], v. 4, n. 7, p. 198-211, 2007. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2007.138952. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138952>. Acesso em: 01 jun. 2022.