



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA

MATHEUS BALDEZ CUNHA DE OLIVEIRA

DESENVOLVIMENTO DE FIGURINO PARA JOGOS: SKINS PARA FORTNITE

FORTALEZA
2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

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

O48f Oliveira, Matheus Baldez Cunha de.
FIGURINO PARA JOGOS : SKINS PARA FORTNITE / Matheus Baldez Cunha de
Oliveira. – 2023.
72 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto
de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2023.
Orientação: Profa. Dra. Marta Sorélia Félix de Castro.

1. Figurino. 2. Jogos. 3. Digital. I. Título.

CDD 391

A vibrant, comic-style illustration featuring a crossover between Fortnite and Scooby-Doo. In the foreground, Scooby-Doo is depicted with a futuristic, blue-tinted visor. Behind him, several Fortnite characters are shown in dynamic poses. One character on the left wears a purple and green outfit with a large, blue, jagged helmet. Another character in the center has blonde hair and is wearing a red scarf and blue gloves, holding a futuristic blue handgun. To the right, a character with a beard and blonde hair is shown in a close-up, looking intense. The background is filled with various elements, including a blue 'X' symbol and a building with a sign that says 'FBI'.

FORTNITE x SCOOBY

FIGURINO PARA JOGOS: SKINS PARA FORTNITE

A PRESS TO START

APRESENTAÇÃO PROFISSIONAL DO DESIGNER

MATHEUS BALDEZ

Eu me chamo Matheus, tenho 23 anos, sou graduando do curso de Design de Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Desde a infância, tive a oportunidade de observar minha avó, uma costureira habilidosa e respeitada em sua comunidade, que, desde cedo, costurava para sustentar seus seis filhos. Foi através desse contato que comecei a admirar a habilidade e a criatividade que envolvem a moda.

Ao longo da minha trajetória acadêmica, participei de diversas atividades extracurriculares, como o Programa de Educação Tutorial (PETModa) e o Bolsa Arte Moda (BAM), nas quais pude compartilhar meus conhecimentos ministrando oficinas e aulas. Descobri minha paixão pelo ensino e, como membro do Centro Acadêmico Zuzu Angel (Afronta e Glow), trabalhei para melhorar o ambiente acadêmico para os estudantes.

Atuando como bolsista PID, pude explorar minha criatividade e apresentar minha pesquisa na área nos Encontros Universitários. No entanto, senti que faltava algo em minha formação e, por isso, busquei novas experiências através da realização de disciplinas fora do curso de moda. Foi durante este processo que tive contato com o universo da animação, jogos e modelagem em 3D e comecei a pensar em maneiras de conectar esses temas à moda. Foi então que acionei a área de figurino e, em meu primeiro Trabalho de Conclusão de Curso (TCC 2), realizei uma pesquisa sobre figurinos para animação, utilizando a série "Avatar: A Lenda de Aang" como objeto de estudo. Agora, em meu novo TCC, trago uma nova perspectiva sobre a moda e o mercado digital de jogos, unindo diferentes áreas do conhecimento para desenvolver uma visão inovadora e atemporal sobre a moda.



FIGURINO PARA JOGOS

O figurino é um elemento importante na caracterização de personagens dentro dos jogos, pois ele tem a função de transmitir informações e comunicar por meio das roupas. No mundo dos jogos, o figurino pode ser um elemento narrativo, demonstrando a história, caráter, profissão, classe social e função do personagem na trama. Um bom figurino pode se tornar um ícone que prenderá a atenção do jogador e o guiará através da história, proporcionando uma experiência mais imersiva.

A aparência do personagem é o primeiro contato que temos com a história, e a caracterização de um personagem permite que o jogador conheça os seus demais atributos, como personalidade e envolvimento com a história. O design adequado de figurinos é crucial para a credibilidade do universo do jogo e para a satisfação do jogador. Essa evolução dos jogos transformou o design de figurinos em um diferencial importante na indústria.



FIGURINO PARA JOGOS



A personalização dos jogos e a criação de uma estética original são extremamente relevantes para a diferenciação em relação aos demais jogadores, criando uma experiência completa e um público fiel e consistente. Isso é especialmente importante no mercado das *skins*, que mantêm o papel de identificação em relação ao universo do jogo, criando uma conexão com o dia a dia dos jogadores e mantendo-os interessados em eventos que ocorrem na realidade, como Natal, Páscoa, Halloween e a Copa Mundial de futebol, entre outros.

FIGURINO PARA JOGOS

As empresas comercializam essas personalizações de diferentes formas dependendo do estilo do jogo e da empresa. Por exemplo, em *League of Legends*, um jogo eletrônico do gênero *MOBA*, desenvolvido e publicado pela *Riot Games*, possui uma grade de campeões pré-existentes que dispõem de trajes relacionados a sua história e sua função dentro da equipe. Em contraste, o jogo *Fortnite* pertence ao gênero *Battle Royale*, nesse estilo de jogo os trajes nem sempre têm uma conexão direta com a história principal do jogo, mas ajudam a mostrar as personalidades dos personagens.

As skins são oferecidas sazonalmente, o que significa que só podem ser adquiridas durante um período de tempo limitado, enquanto estão disponíveis na loja. Hoje em dia, a mecânica de personalização de figurinos está presente em quase todos os jogos, e muitas vezes se torna a fonte de renda principal das empresas, já que boa parte destes jogos são gratuitos. Portanto, é fundamental que as empresas invistam na criação de designs de figurinos criativos e atraentes para atrair e manter o interesse dos jogadores.

INDÚSTRIA DA MODA E DOS JOGOS

A moda e o mercado de jogos têm evoluído juntos ao longo dos anos. Com a crescente popularidade dos jogos como um ambiente de socialização e interação, a indústria da moda percebeu uma oportunidade em colaborar com a indústria dos jogos, buscando atender às necessidades dos jogadores e ampliar seu público-alvo. Em 2020, a marca Balenciaga lançou uma coleção intitulada "*Afterworld: The Age of Tomorrow*", ambientado em 2031, em colaboração com o jogo *Fortnite*. Os jogadores foram capazes de transitar entre zonas diferentes, cada uma com cenários e locações urbanas futuristas, para descobrir as peças da coleção de outono inverno 2021.

Desde 2007, marcas observam o potencial de atrair esse novo público criando parcerias e campanhas colaborativas com jogos, como *The Sims*, *League of Legends*, *Animal Crossing*, *Fortnite*, entre outros.



INDÚSTRIA DA MODA E DOS JOGOS



As colaborações entre a indústria da moda e a indústria dos jogos têm aumentado, criando um modelo de negócio para ambas as indústrias. As *skins* de personagens, por exemplo, adquirem uma nova função, semelhante às peças que usamos na realidade, como o de comunicar personalidade e estilo, portanto, permitindo que as marcas de moda se aproximem de um público que, no mundo real, não se preocupa com o que vestem, mas que se fascina pela aparência de seus personagens. O público jovem é o principal alvo dessas marcas, pois as novas gerações estão cada vez mais abertas a consumir produtos digitais, o que facilita a criação de vínculos por meio das *skins*.



A raridade dos itens em jogos eletrônicos pode ser comparada à relação entre marcas de luxo e consumidores no mundo real, já que *skins* mais difíceis de obter, ou que foram conquistadas em eventos especiais, são mais valiosas e cobiçadas do que outras. Essa relação de oferta e demanda é simulada nos jogos e é bem recebida pela comunidade de jogadores.



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=7781>



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=9450>



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=8564>



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=4491>

As parcerias com artistas famosos também estão se tornando comuns em alguns jogos, como forma de atrair mais pessoas e divulgar os jogos. Essas colaborações beneficiam tanto os artistas quanto aqueles que participam do evento.

Os links a cima levam respectivamente para uma visão de 360 de cada skin
Mais skins e itens cosméticos em: <https://fortnite.gg/cosmetics?type=outfit>

LINHA DO TEMPO



2007 | The Sims 2

H&M

Em 2007, a marca H&M fez uma parceria com o jogo *The Sims 2*. Foi lançando um pacote de expansão com o título "*The Sims 2: Fashion H&M Stuff*". o pacote incluía roupas, acessórios e itens de decoração inspirados na marca. Além disso, o pacote apresentava uma nova carreira em uma loja H&M e progredir até se tornar um estilista de moda renomado. Essa colaboração proporcionou aos jogadores do *The Sims 2* a oportunidade de incorporar a moda da marca H&M em sua *gameplay*.

https://www.youtube.com/watch?v=vD7v_rgNVhA



<https://www.youtube.com/watch?v=Diff0Q65RXo>

2012 | The Sims 3

DIESEL

Em 2012, a marca Diesel fez uma parceria com a *Electronic Arts* para lançar o pacote de expansão "*The Sims 3: Diesel Stuff*", o qual apresentava roupas e móveis inspirados na marca. Também foi introduzido um novo sistema de construção, permitindo que os jogadores personalizassem seus espaços com móveis da Diesel. Essa parceria trouxe a estética de moda única da Diesel para o mundo virtual de *The Sims 3*.



https://www.youtube.com/watch?v=-5_94WYACUY

2019 | The Sims 4

MOSCHINO

Em 2019, a marca de moda italiana Moschino e a *Electronic Arts* se uniram para lançar o pacote de expansão "*The Sims 4: Moschino Stuff*", o qual trouxe roupas, acessórios e móveis inspirados na marca italiana para os jogadores de *The Sims*, além de uma nova carreira na moda. Os jogadores podiam criar Sims com estilo moderno e elegante, além de criar suas próprias sessões de fotos em uma nova carreira fotográfica. A colaboração trouxe o estilo distinto da Moschino para o universo de *The Sims*.



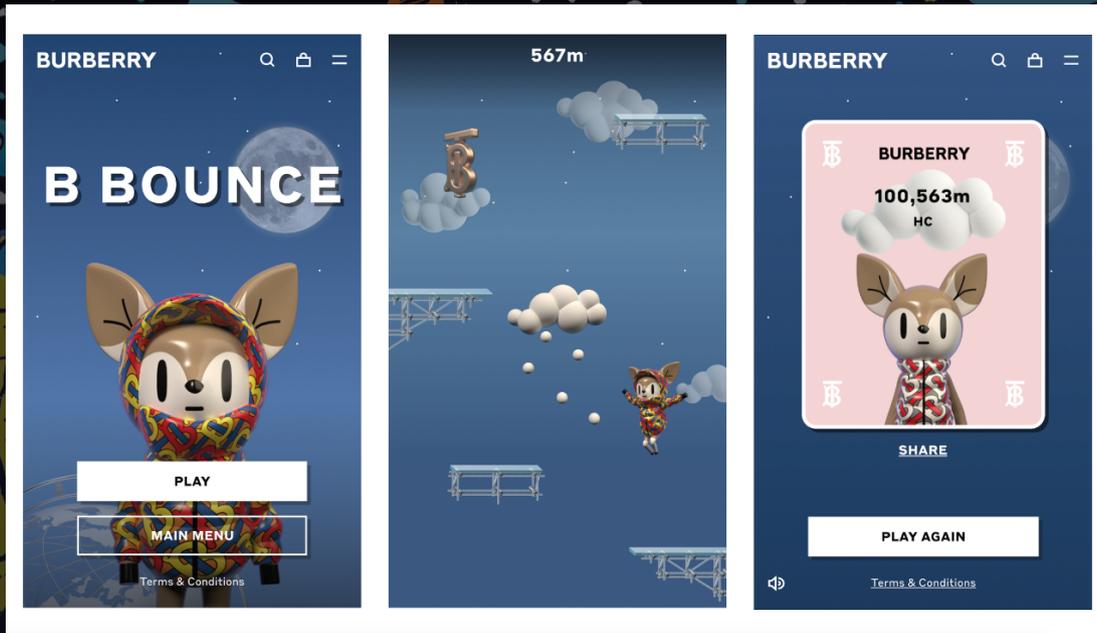
https://www.youtube.com/watch?v=ZX__vDsEerU

2019 | League of Legends

LOUIS VUITTON

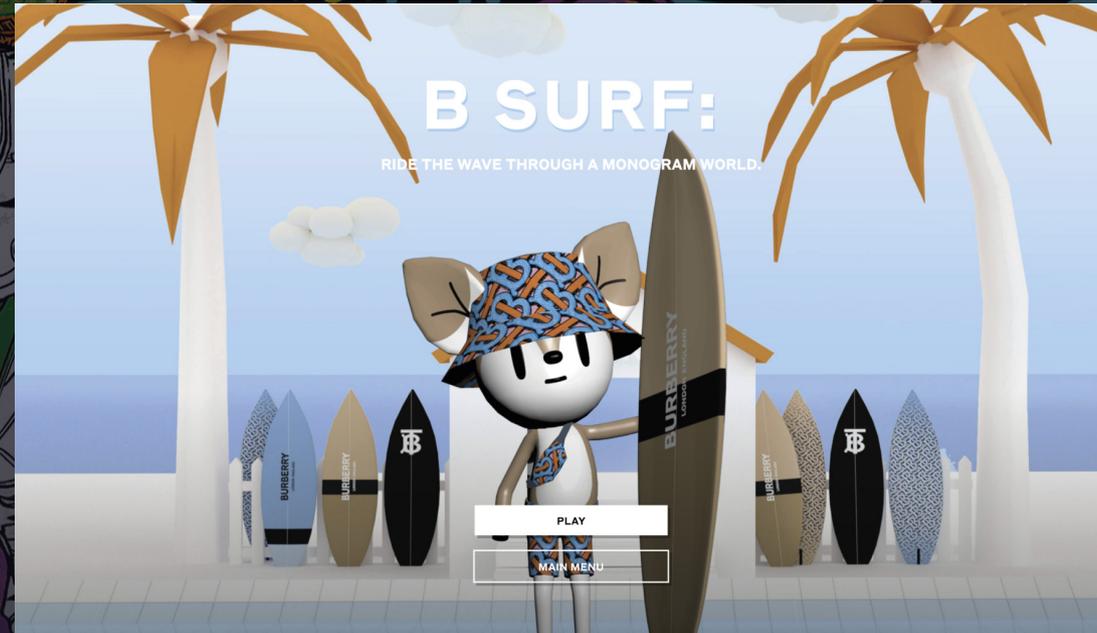
Em 2019, a marca de luxo Louis Vuitton em colaboração com a desenvolvedora de jogos *Riot Games* para criar *skins* exclusivas e itens temáticos para o *League of Legends World Championship*. Além disso, a Louis Vuitton criou uma mala personalizada para o troféu do torneio. A parceria foi uma combinação surpreendente entre o mundo dos jogos e da moda de luxo, e permitiu aos jogadores de *League of Legends* terem uma experiência ainda mais exclusiva no jogo.

2019 | B BOUNCE BURBERRY



B Bounce é um jogo gratuito de celular lançado pela marca Burberry em 2019 para promover sua marca. Os jogadores devem acumular pontos coletando itens enquanto pulam em plataformas com um personagem com um guarda-chuva Burberry.

2020 | B SURF BURBERRY



B Surf é um jogo de celular gratuito lançado pela Burberry em 2021, onde o jogador controla um personagem que compete em uma competição de surfe. A marca utilizou o jogo para promover seus produtos e se conectar com um público mais jovem.



<https://www.youtube.com/watch?v=CDCUo7gsCQ8>

2020 | Animal Crossing

MAISON VALENTINO

Em 2020, a marca de luxo italiana Valentino se uniu ao jogo *Animal Crossing* para criar uma linha de roupas exclusivas que podem ser usadas pelos personagens dos jogadores. A parceria foi bem recebida pelos fãs do jogo, que agora podem vestir seus personagens com peças icônicas da Valentino, adicionando um toque de moda ao mundo virtual do jogo.



2020 | **Animal Crossing**

MAISON MARGIELA

Em 2020, aconteceu a colaboração entre *Animal Crossing* e Maison Margiela a qual permitiu aos jogadores personalizar seus personagens com roupas da marca de luxo. A parceria também incluiu a criação de peças exclusivas de mobília com design inspirado na marca, bem como a realização de um desfile virtual dentro do jogo apresentando os modelos vestidos com as roupas da Maison Margiela.



<https://www.youtube.com/watch?v=MS8fQsmzyms>

2020 | Animal Crossing

H&M

Em 2020, a marca de moda H&M fez uma parceria com o jogo *Animal Crossing: New Horizons*, lançando uma coleção de roupas virtuais que os jogadores podiam adquirir usando moedas do jogo. A coleção incluía peças como blusas, camisetas, vestidos e jaquetas, todas com designs inspirados na marca. A parceria foi bem recebida pelos jogadores, que elogiaram a variedade de opções disponíveis e a possibilidade de personalizar ainda mais seus personagens no jogo.

CIAGA



<https://www.youtube.com/watch?v=oZGfAJVDL38>

2021 | Fortnite

BALENCIAGA

A parceria entre *Fortnite* e Balenciaga trouxe skins exclusivas da marca de moda para o jogo. Os jogadores tiveram a oportunidade de personalizar seus personagens com roupas da Balenciaga. Além disso, a colaboração também apresentou novos emotes e desafios que permitiram aos jogadores ganhar recompensas inspiradas na marca de luxo. A parceria foi uma forma de conectar a moda e os videogames, ampliando a experiência dos jogadores de *Fortnite*.

2021 | Freefire

SPFW

Em 2021, no SPFW estreou o primeiro desfile de passarela a apresentar *skins* de um jogo durante uma semana de moda. As *skins* de *Free Fire* inspiraram uma coleção de roupas de 20 *looks* apresentados na *São Paulo Fashion Week*, criada pelo estilista brasileiro Daniel Ueda e pelo designer Alexandre Herchovitch. A parceria mostra a crescente importância dos jogos na moda e destaca a popularidade do jogo *Free Fire*.



<https://www.youtube.com/watch?v=WuDik2YdGqM>



<https://www.youtube.com/watch?v=IdmurbIgyRI>

2021 | Fortnite **NIKE**

A marca Nike, gigante dos calçados esportivos, fechou uma parceria com a *Epic Games*, para trazer conteúdo exclusivo para o universo do jogo. A promoção foi feita com a linha de Michael Jordan e teve incluso *skins* e tênis com a logo do lendário camisa 23 do *Chicago Bulls*. A parceria foi pensada para apresentar um novo modo de jogo chamado *Downtown Drop* por Jordan.

2022 | Fortnite

POLO X RALPH LAUREN

A marca de moda Ralph Lauren lançou a coleção "Estádio 1992", inspirada no automobilismo e na aviação, que inclui roupas e acessórios elegantes. Essa coleção foi disponibilizada no jogo *Fortnite* como Conjunto Coleção *Polo Stadium* em novembro de 2022. Houve também um campeonato dentro do jogo o qual os jogadores tiveram a chance de desbloquear os itens antes do lançamento na loja. A coleção inclui trajes e acessórios que podem ser usados dentro do jogo como *skins*.



<https://www.youtube.com/watch?v=tiiQaIXxtI>

PAINEL CDS

COMPETITIVIDADE

Forte presença no mercado de jogos

Comunidade de jogadores altamente engajada e competitiva

Eventos e torneios regulares com grandes prêmios em dinheiro

Atualizações regulares para manter o jogo competitivo e interessante

DIFERENCIAÇÃO

Sistema de construção único (modo construção)

Colaborações frequentes com marcas e artistas para *skins* exclusivas

Variedade de modos de jogo

Elementos de ficção científica e fantasia, como personagens e eventos

SUSTENTABILIDADE

Programa de financiamento sem exigência de reembolso para projetos que utilizam a Unreal Engine e outras tecnologias.

Iniciativas de Diversidade e Inclusão - doações para organizações que trabalham na promoção da justiça social e igualdade racial.

Iniciativa de igualdade de gênero, onde 50% dos funcionários da Epic Games são mulheres e o objetivo é manter a igualdade de gênero em todos os níveis de contratação.

Iniciativas Sustentáveis - Investimentos em fontes de energia renovável, como energia eólica e solar, para alimentar seus data centers e escritórios.

ANÁLISE SWOT

The background of the entire page is a vibrant, stylized illustration of Fortnite character skins. In the center, a character with long pink hair and blue armor (the 'Candy' skin) stands prominently. To her right, another character with blue armor and a mask (the 'Spartan' skin) is visible. In the foreground, several other skins are shown in various poses, some holding weapons. The setting appears to be a futuristic arena with a hexagonal floor pattern and glowing blue lights. The overall color palette is dominated by purples, blues, and pinks.

FORÇAS

- Popularidade do jogo Fortnite;
- Personalização de personagens é uma das principais características do jogo;
- Possibilidade de obtenção de skins gratuitamente através de missões sazonais.

FRAQUEZAS

- Risco de cansaço do público com as skins disponíveis;
- Possibilidade de criação de skins similares por outros jogos.

OPORTUNIDADES

- Crescimento contínuo do mercado de jogos online;
- Aumento do interesse dos jogadores por personalização de personagens;
- Parcerias com marcas e influenciadores para criação de skins exclusivas.

AMEAÇAS

- Concorrência de outros jogos online que oferecem personalização de personagens;
- Flutuações do mercado de jogos online;
- Surgimento de jogos com novas formas de personalização de personagens.

CONSIDERAÇÕES SOBRE

PAINEL CDS E ANÁLISE SWOT

Considerando o painel CDS e a análise SWOT, pode-se concluir que a criação de *skins* é uma oportunidade promissora para as empresas de jogos *online*. No entanto, é importante investir na criação de novos produtos e na personalização dos personagens, a fim de evitar o cansaço do público e manter o interesse dos jogadores em adquirir novas peças. Além disso, é importante estabelecer parcerias com marcas e influenciadores para a criação de *skins* exclusivas, a fim de criar um senso de exclusividade e aumentar o interesse dos jogadores em adquiri-las. Logo, é importante realizar promoções e ofertas especiais para incentivar a compra de cosméticos e manter a fonte de renda principal das empresas.



PAINEL DE MERCADO

Tamanho de mercado

O *Fortnite* é um jogo muito popular, com mais de 350 milhões de jogadores em todo o mundo, e a personalização dos personagens é uma das principais características do jogo. Essa personalização também é uma importante fonte de renda para a empresa, com estimativas de que as *skins* gerem cerca de US\$1 bilhão por ano. O estudo do *Fortnite* é justificado pelo seu reconhecimento como um dos jogos mais interativos com a indústria do entretenimento e da moda, com colaborações significativas com marcas e personalidades importantes do cenário global.

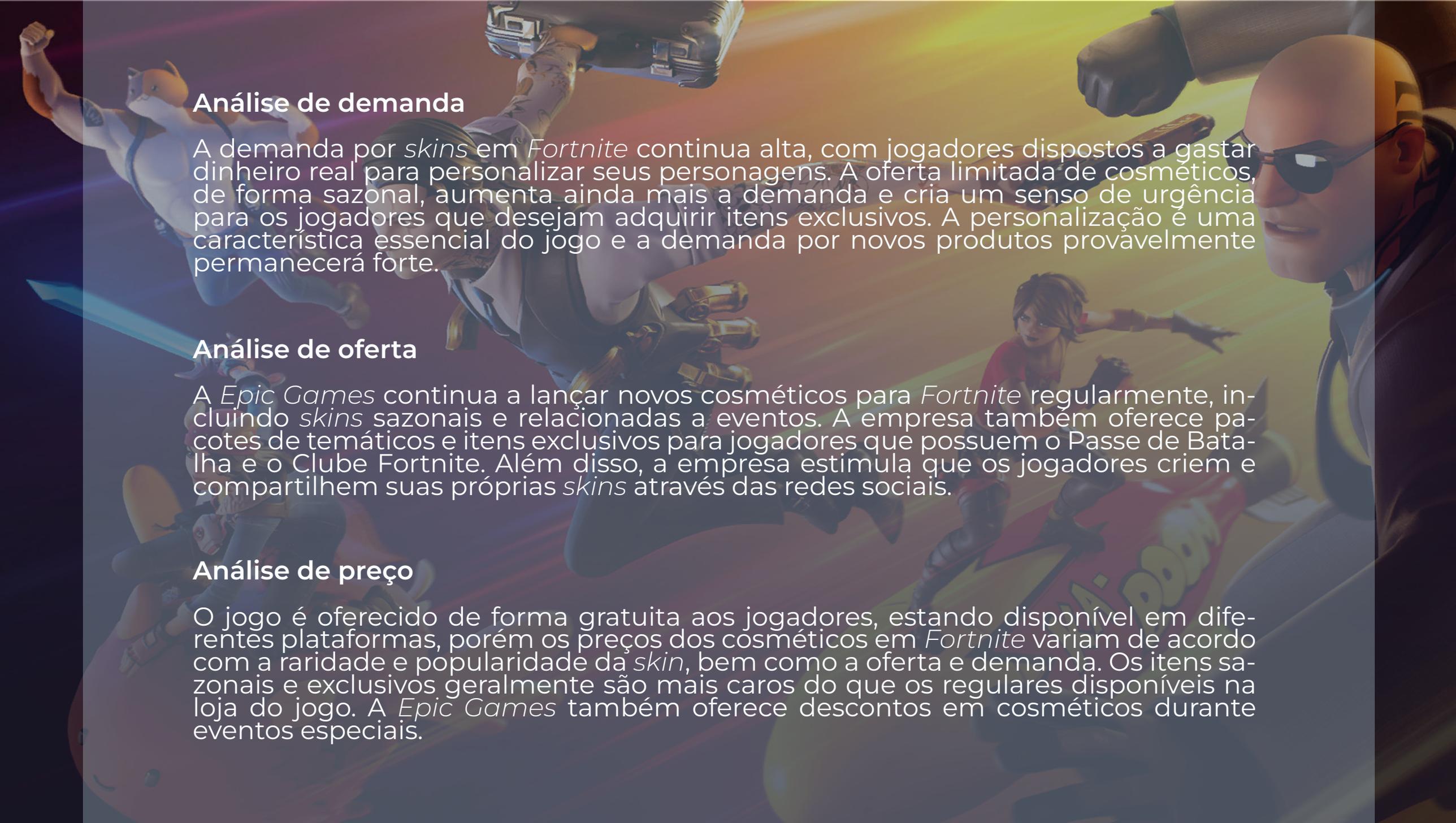
Tendência de mercado

A personalização de personagens em jogos está em alta e os jogadores de *Fortnite* estão cada vez mais exigentes em relação às customizações, buscando designs inovadores e originais. A temporada de lançamento de *skins* sazonais está se tornando uma prática comum em muitos jogos, aumentando ainda mais a demanda por novos designs.

Concorrentes

A Epic Games, desenvolvedora de *Fortnite*, é líder no mercado de cosméticos para o jogo, mas enfrenta concorrência de outras empresas, como a Riot, desenvolvedora de *League of Legends* e *Valorant*, que oferecem sistemas semelhantes de personalização de personagens.

FORTNITE®

The background of the entire page is a collage of various Fortnite skins. On the left, there's a character with a fox-like head and a muscular body. In the center, a character in a dark, futuristic suit with gold accents is shown. On the right, a character with a bald head and sunglasses is visible. The overall color palette is a mix of purples, blues, and oranges, with a semi-transparent white text box overlaid on the left side.

Análise de demanda

A demanda por *skins* em *Fortnite* continua alta, com jogadores dispostos a gastar dinheiro real para personalizar seus personagens. A oferta limitada de cosméticos, de forma sazonal, aumenta ainda mais a demanda e cria um senso de urgência para os jogadores que desejam adquirir itens exclusivos. A personalização é uma característica essencial do jogo e a demanda por novos produtos provavelmente permanecerá forte.

Análise de oferta

A *Epic Games* continua a lançar novos cosméticos para *Fortnite* regularmente, incluindo *skins* sazonais e relacionadas a eventos. A empresa também oferece pacotes de temáticos e itens exclusivos para jogadores que possuem o Passe de Batalha e o Clube Fortnite. Além disso, a empresa estimula que os jogadores criem e compartilhem suas próprias *skins* através das redes sociais.

Análise de preço

O jogo é oferecido de forma gratuita aos jogadores, estando disponível em diferentes plataformas, porém os preços dos cosméticos em *Fortnite* variam de acordo com a raridade e popularidade da *skin*, bem como a oferta e demanda. Os itens sazonais e exclusivos geralmente são mais caros do que os regulares disponíveis na loja do jogo. A *Epic Games* também oferece descontos em cosméticos durante eventos especiais.



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=7781>

INCOMUM



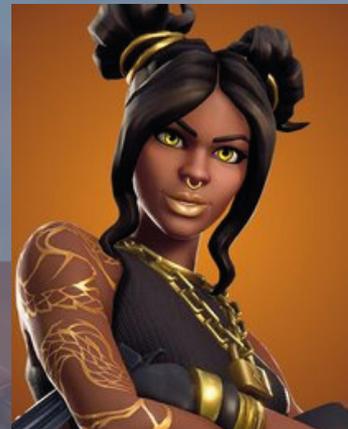
<https://fortnite.gg/cosmetics?id=9453>

RARO



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=8564>

ÉPICO



<https://fortnite.gg/cosmetics?id=586>

LENDÁRIO

USD

\$3 - \$8

\$5 - \$12

\$8 - \$15

\$12 - \$20

BRL

R\$ 15 - R\$ 40

R\$ 25 - R\$ 60

R\$ 40 - R\$ 75

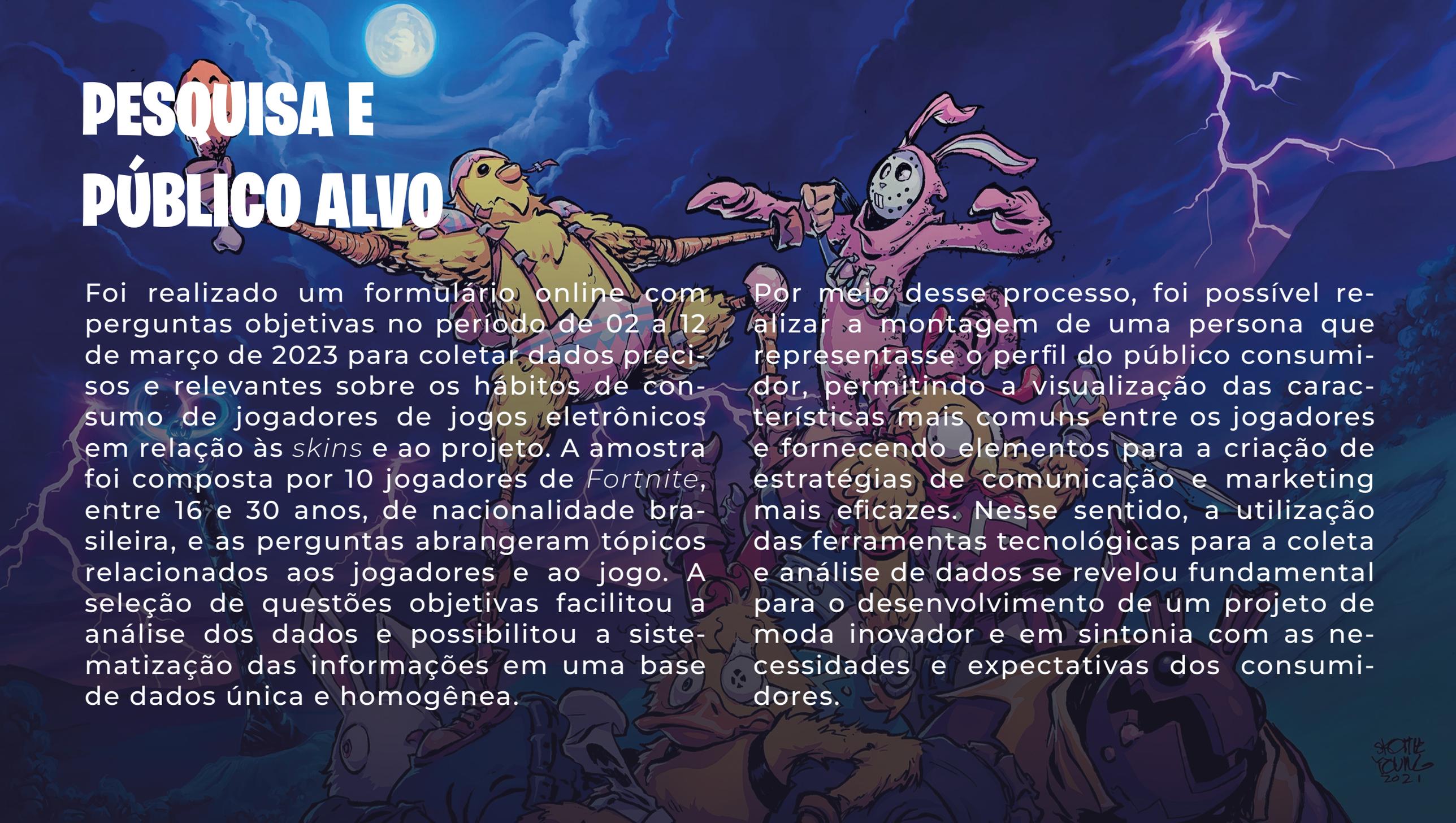
R\$ 60 - R\$ 100

Conclusão

O mercado de *skins* é um dos mais fortes e lucrativos no mundo dos jogos. A personalização de personagens é uma característica essencial do jogo e uma fonte importante de receita para as empresas de jogos. Com a demanda por novas skins continuando a crescer, as empresas devem continuar a lançar designs inovadores e exclusivos para manter os jogadores engajados e aumentar a sua receita.



PESQUISA E PÚBLICO ALVO

The background of the entire page is a stylized illustration of a stormy night sky. A full moon is visible in the upper left, and a bright lightning bolt strikes down from the upper right. In the center, a yellow chicken skin (Chicken King) is flying horizontally. To its right, a pink bunny skin (Bunny) is also flying. Below them, several other Fortnite skins are visible, including a blue and purple skin, a brown skin, and a purple skin, all appearing to be in motion. The overall color palette is dominated by dark blues, purples, and greys, with highlights from the moon and lightning.

Foi realizado um formulário online com perguntas objetivas no período de 02 a 12 de março de 2023 para coletar dados precisos e relevantes sobre os hábitos de consumo de jogadores de jogos eletrônicos em relação às *skins* e ao projeto. A amostra foi composta por 10 jogadores de *Fortnite*, entre 16 e 30 anos, de nacionalidade brasileira, e as perguntas abrangeram tópicos relacionados aos jogadores e ao jogo. A seleção de questões objetivas facilitou a análise dos dados e possibilitou a sistematização das informações em uma base de dados única e homogênea.

Por meio desse processo, foi possível realizar a montagem de uma persona que representasse o perfil do público consumidor, permitindo a visualização das características mais comuns entre os jogadores e fornecendo elementos para a criação de estratégias de comunicação e marketing mais eficazes. Nesse sentido, a utilização das ferramentas tecnológicas para a coleta e análise de dados se revelou fundamental para o desenvolvimento de um projeto de moda inovador e em sintonia com as necessidades e expectativas dos consumidores.

PESQUISA E PÚBLICO ALVO

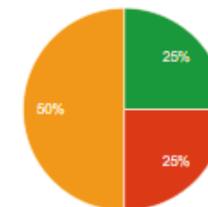
Com base nas informações coletadas, é possível identificar as tendências de consumo e as preferências do público-alvo, o que é fundamental para a criação de estratégias de venda efetivas e para o desenvolvimento de produtos e serviços que atendam às demandas do mercado. Além disso, a pesquisa de mercado foi usada para entender as barreiras e oportunidades do mercado e identificar as áreas de melhoria para aprimorar o projeto. Com base no painel de mercado apresentado, a pesquisa de mercado foi usada para obter informações mais detalhadas sobre o perfil dos jogadores de *Fortnite*, suas preferências em relação aos itens cosméticos e colaborações com outras marcas, e seus comportamentos de compra.

Sobre Você

Qual sua faixa etária?

[Copiar](#)

8 respostas

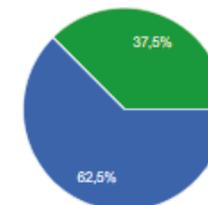


- 12 a 15 anos
- 16 a 20 anos
- 21 a 30 anos
- 30+

A quanto tempo você joga Fortnite?

[Copiar](#)

8 respostas

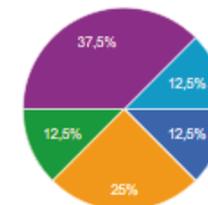


- Menos de um ano
- Mais de um ano
- Mais de cinco anos
- Desde o lançamento do jogo (2017)

Com qual frequência você compra skins em Fortnite?

[Copiar](#)

8 respostas



- Sempre, sou colecionador
- Apenas quando existem parcerias
- Eventualmente
- Quase nunca
- Nunca
- Comprava quando jogava o jogo com mais frequência, lá pelo lançamento do jogo, mais uns 2 anos +/- após, por aí.

Qual a sua opinião sobre as missões que desbloqueiam itens gratuitos no jogo?

8 respostas

Legais, mas só pra quem tem tempo.

Ótimas pois consigo aumentar o inventário, porém é preciso rever algumas missões pois parecem impossíveis kkkk

vejo como uma oportunidade para pessoas que não tem muitas condições de gastar com os itens, tenham a possibilidade de também ter coisas legais.

Muito boa podia desbloquear tbm vbucks

Uma ótima forma de animar as pessoas a jogarem bastante para conseguir

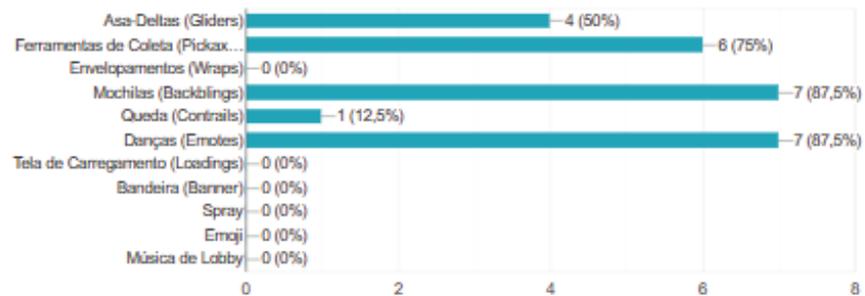
Bom, só acho que quanto mais itens grátis tiver mais o jogo vai ser jogado para ter as conquistas!!!

boas. ajuda a obter itens gratuitos a quem n pode comprar

Amo

Quais itens cosméticos você prefere ter?

8 respostas

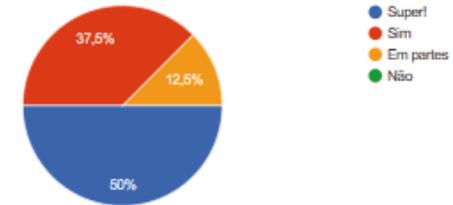


Design de skins - Scooby Doo

Na sua opinião, o tema "Scooby Doo Gang" é interessante?

Copiar

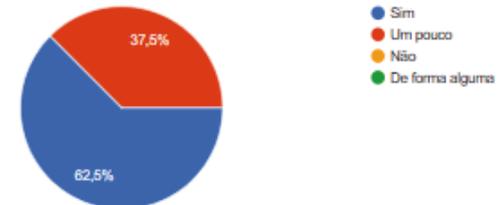
8 respostas



Este lineup de concepts/surveys faz sentido dentro do universo de fortnite?

Copiar

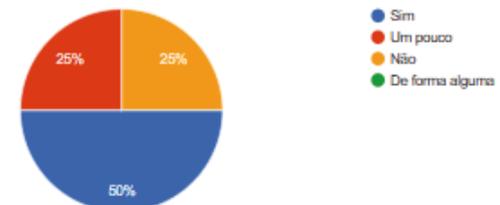
8 respostas



A estética das skins apresentadas estão dentro do padrão das skins de fortnite?

Copiar

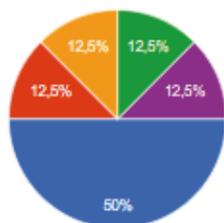
8 respostas



Você modificaria alguma coisa das skins? se sim, o que?

[Copiar](#)

8 respostas

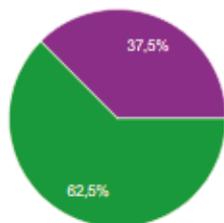


- Não modificaria nada
- Geralmente quando entram skins com parcerias são com os visuais originais. Esses visuais do banner estariam mais...
- a cor do cabelo da daphne e a variação do sapato do salsicha
- colocaria nas roupas um pouco mais de artigos que lembrasse um jogo de aventura.
- Deixaria mais realista

Em uma classificação de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5 é excelente, quantas estrelas você daria para as características estéticas das skins propostas?

[Copiar](#)

8 respostas

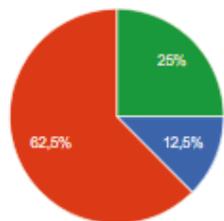


- 1 ☆
- 2 ☆☆
- 3 ☆☆☆
- 4 ☆☆☆☆
- 5 ☆☆☆☆☆

Na sua opinião, as skins propostas se encaixam em qual faixa de preço?

[Copiar](#)

8 respostas

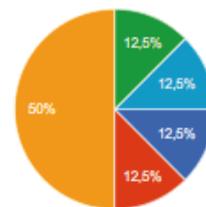


- 800 V-Bucks
- 1200 V-Bucks
- 1500 V-Bucks
- 1800 V-Bucks
- 2000 V-Bucks

Qual formato de venda você considera mais interessante?

[Copiar](#)

8 respostas

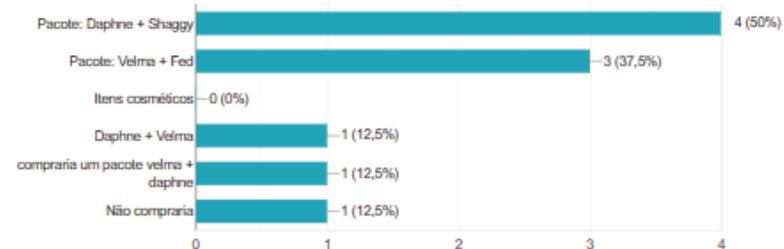


- Skin (Solo)
- Pacote: Skin + Arma de coleta + Envelopamento
- Pacote: Skin + Arma de coleta + Mochila + Asa-delta + Emote
- Pacote: Skin + Arma de coleta + Mochila + Envelopamento
- Pacote: Skin + Arma de coleta + Mochila + Tela de carregamento + Em...
- Pacote Duplo: Arma de coleta + Moch...

Você compraria V-Bucks (dinheiro usado dentro do jogo) para adquirir alguma das skins de Scooby-Doo? Se sim, qual delas?

[Copiar](#)

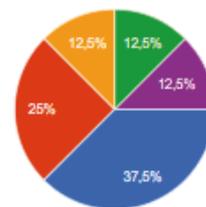
8 respostas



Você costuma adquirir o passe de batalha? Se sim, você usaria os V-Bucks do passe de batalha para comprar as Skins da turma do Scooby-Doo?

[Copiar](#)

8 respostas



- Sim, costumo adquirir o passe mas não usaria para comprar as skins de Scooby-Doo
- Sim, costumo adquirir o passe e usaria para comprar as skins de Scooby-Doo
- Não, não costumo adquirir o passe...
- Costumava comprar o passe e com os vbuck do passe comprar o passe seg...
- Não costumo adquirir o passe, mas se adquirisse compraria as skins de Sco...

PÚBLICO ALVO

De acordo com o relatório “*The State of Online Gaming 2021*” publicado pela *Limelight Networks* (Edgio), uma empresa especializada em pesquisa de mercado, o público alvo de *Fortnite* é composto por pessoas entre 18 e 35 anos, enquanto em outra pesquisa realizada pela *Newzoo*, uma empresa de pesquisa de mercado e consultoria com foco na indústria de jogos eletrônicos e esportes eletrônicos, aponta que a maioria dos jogadores possui idade entre 10 e 35 anos de idade, desta forma podemos constatar que o público de *Fortnite* é bastante amplo e diverso, mas em geral é composto por jovens e adultos, principalmente entre as idades de 13 e 35 anos, que estão interessados em jogos online competitivos e em comunidades virtuais. O jogo também atrai muitos jogadores casuais que estão procurando por uma experiência divertida e descontraída. Além disso, como *Fortnite* é um jogo gratuito, ele tem uma grande base de jogadores que não querem gastar dinheiro em jogos, mas ainda assim querem jogar com amigos ou participar de eventos especiais.



PERSONA

Nome: Marina Morallez

Idade: 23 anos

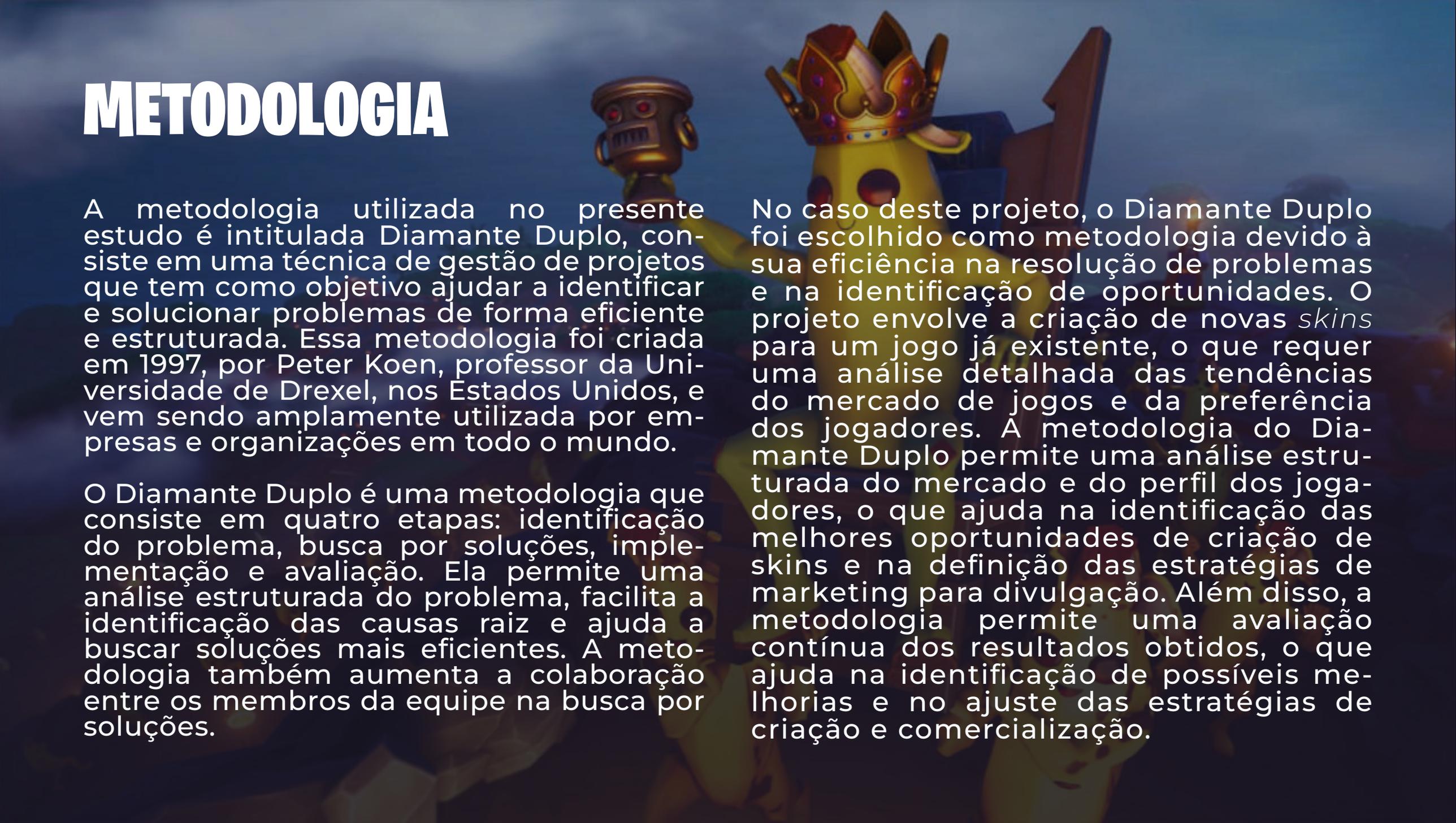
Profissão: estudante universitária (smd)

Interesses: jogos online, design e quadrinhos

Comportamento: Marina é uma jovem entusiasta de jogos online e adora experimentar novas *skins* para personalizar seu avatar. Ela está sempre antenada nas últimas tendências dos *games* e gosta de se expressar por meio de seus itens cosméticos dentro dos jogos que gosta. Além disso, Marina é bastante ativa em redes sociais, onde compartilha suas experiências e interage com outros jogadores.



METODOLOGIA

The background of the page features a yellow character, possibly a game skin, wearing a golden crown with purple and red accents. The character is holding a golden trophy with a red gem on top. The scene is set against a dark, blue-toned background with a subtle light flare.

A metodologia utilizada no presente estudo é intitulada Diamante Duplo, consiste em uma técnica de gestão de projetos que tem como objetivo ajudar a identificar e solucionar problemas de forma eficiente e estruturada. Essa metodologia foi criada em 1997, por Peter Koen, professor da Universidade de Drexel, nos Estados Unidos, e vem sendo amplamente utilizada por empresas e organizações em todo o mundo.

O Diamante Duplo é uma metodologia que consiste em quatro etapas: identificação do problema, busca por soluções, implementação e avaliação. Ela permite uma análise estruturada do problema, facilita a identificação das causas raiz e ajuda a buscar soluções mais eficientes. A metodologia também aumenta a colaboração entre os membros da equipe na busca por soluções.

No caso deste projeto, o Diamante Duplo foi escolhido como metodologia devido à sua eficiência na resolução de problemas e na identificação de oportunidades. O projeto envolve a criação de novas *skins* para um jogo já existente, o que requer uma análise detalhada das tendências do mercado de jogos e da preferência dos jogadores. A metodologia do Diamante Duplo permite uma análise estruturada do mercado e do perfil dos jogadores, o que ajuda na identificação das melhores oportunidades de criação de skins e na definição das estratégias de marketing para divulgação. Além disso, a metodologia permite uma avaliação contínua dos resultados obtidos, o que ajuda na identificação de possíveis melhorias e no ajuste das estratégias de criação e comercialização.

O JOGO FORTNITE E SCOOBY DOO

Fortnite tem uma longa história de colaborações com outras marcas. Essas parcerias visam não apenas expandir o universo do jogo, mas também atrair novos públicos e criar experiências únicas para os jogadores.

Neste projeto segue proposta de parceria entre o jogo *Fortnite* e a marca Scooby Doo, pois ambos os universos são populares e têm um grande apelo para diferentes gerações. A turma de Scooby Doo é um ícone da cultura pop, conhecido em todo o mundo e com uma base de fãs leal e engajada. Neste sentido, uma colaboração entre as duas marcas seria muito relevante, visto que o jogo *Fortnite* é um dos mais populares e bem-sucedidos da atualidade, com milhões de jogadores em todo o mundo e uma enorme comunidade de fãs.

A turma de Scooby Doo tem uma fórmula bem-sucedida de personagens carismáticos, mistérios amigáveis, humor leve e elementos de horror sobrenatural. Isso pode ser atraente para o público jovem, que é um dos principais alvos de *Fortnite*. Além disso, a turma de Scooby Doo tem uma grande versatilidade, com diferentes tons e humor, o que pode permitir uma colaboração adaptável aos diferentes gostos dos jogadores. Outro aspecto importante é que a turma de Scooby Doo se encaixa em arquétipos do mundo adolescente/jovem adulto, como os *Jocks*, *Nerds*, *Slacker* e *Fashionistas*, o que pode criar uma identificação dos jogadores com os personagens e estimular ainda mais a colaboração.



Velma Dinkley

NERD

São consideradas pessoas muito dedicadas a atividades intelectuais, tecnológicas ou de entretenimento. Eles são frequentemente associados a interesses como ciência, matemática, jogos de computador e ficção científica. Ao longo do tempo, o termo "nerd" foi se tornando mais positivo e hoje em dia muitas pessoas se identificam como nerds orgulhosamente.



Daphne Blake

FASHIONISTA

Se refere a uma pessoa que tem grande interesse e paixão pela moda e por estar sempre atualizada com as tendências do momento. Os fashionistas costumam ser muito atentos às marcas e produtos de alta qualidade, e são um público alvo importante para a indústria da moda e beleza.



Fred Jones

JOCK

São atletas e pessoas muito dedicadas a atividades físicas e esportes em geral. Jocks são conhecidos por terem um estilo de vida saudável e ativo, e podem ser um público alvo importante para marcas e produtos relacionados a esportes e saúde.



Norville Rogers | Salsicha

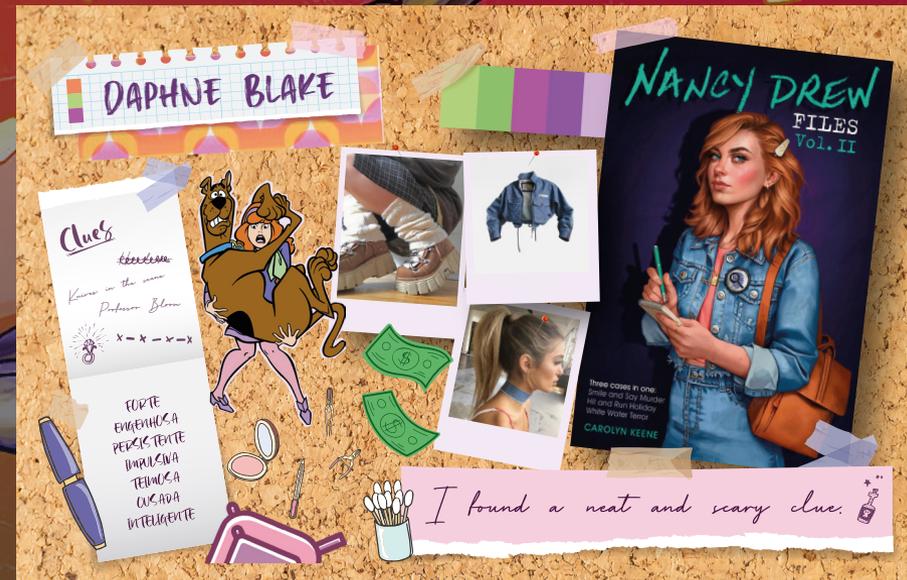
SLACKER

Se refere a uma pessoa que evita trabalhar ou se esforçar, geralmente gastando seu tempo em atividades ociosas ou não produtivas. Pode ser usado para descrever alguém que não tem motivação ou ambição, ou que tem um estilo de vida preguiçoso.

IMERSÃO CRIATIVA

O processo de imersão criativa é essencial na área de criação, pois auxilia na definição do projeto como um todo, neste caso, da aparência geral dos personagens escolhidos para as *skins*, garantindo sempre que os itens cosméticos sejam fiéis à história e a personalidade das personagens.

O ponto de partida para esse processo foi a criação de um moodboard, reunindo imagens, texturas e cores que representam a aparência geral que foi pensada para a skin. Foram executados quatro *moodboards*, um para cada personagem, de forma que trouxesse uma visão clara do que esperar de cada uma das skins, levando em consideração a personalidade original dos personagens e o que o cliente, no caso, eu mesmo, esperava do projeto final. Desta forma proporcionando mais controle durante a criação das peças, retirando e colocando influências conforme o necessário.





Após a finalização do moodboard, realizei rascunhos com bloco de cores. Nesta etapa, foi importante criar várias opções de design para as *skins*, experimentando diferentes formas, valores e cores, sempre tendo em mente as características principais para evitar conflitos criativos de descaracterização de personagens, ou seja, a *skin* deve ser facilmente reconhecível como o personagem original, mesmo que tenha um visual diferente. Os rascunhos foram desenvolvidos o suficiente para mostrar a aparência geral do personagem, mas sem nenhuma aplicação de detalhes, uma parte completamente exploratória.

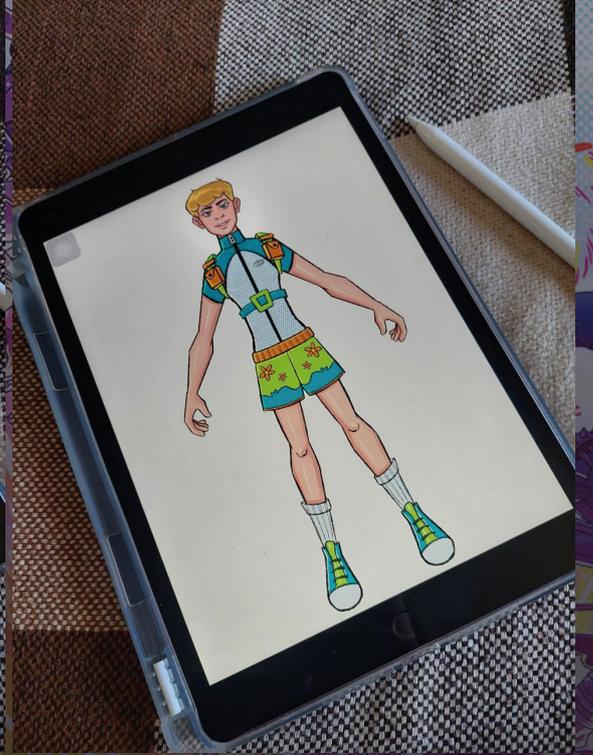
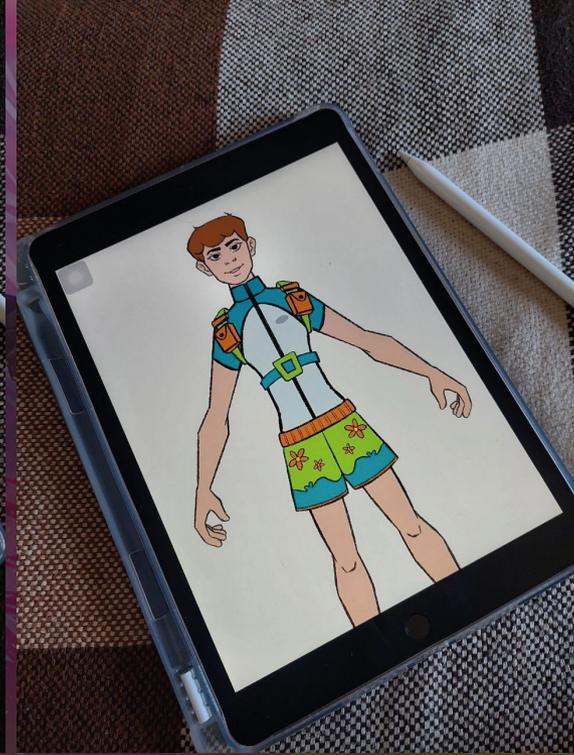


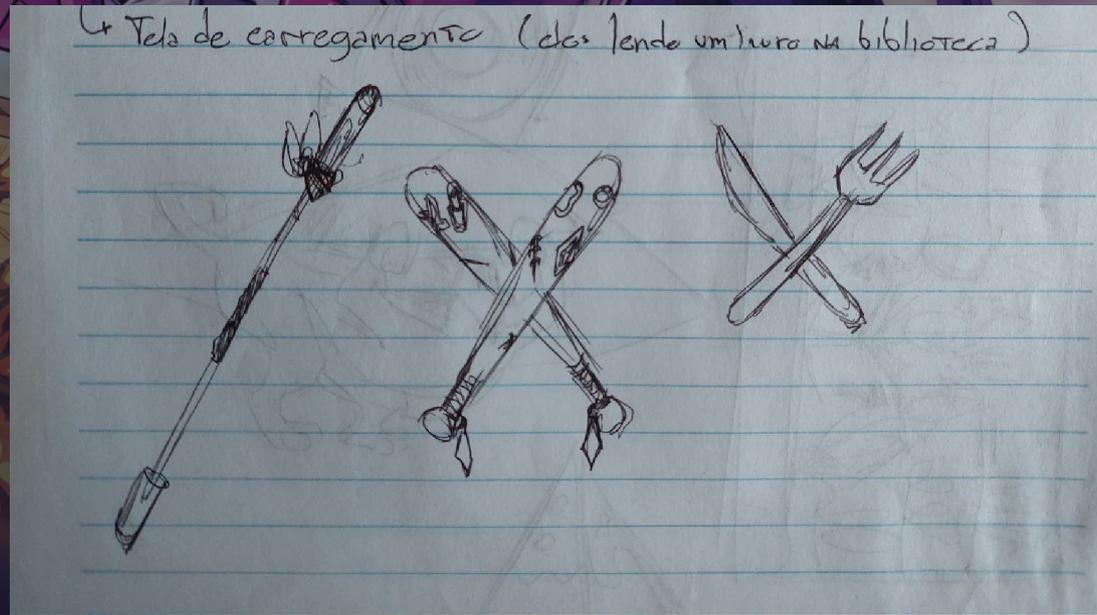
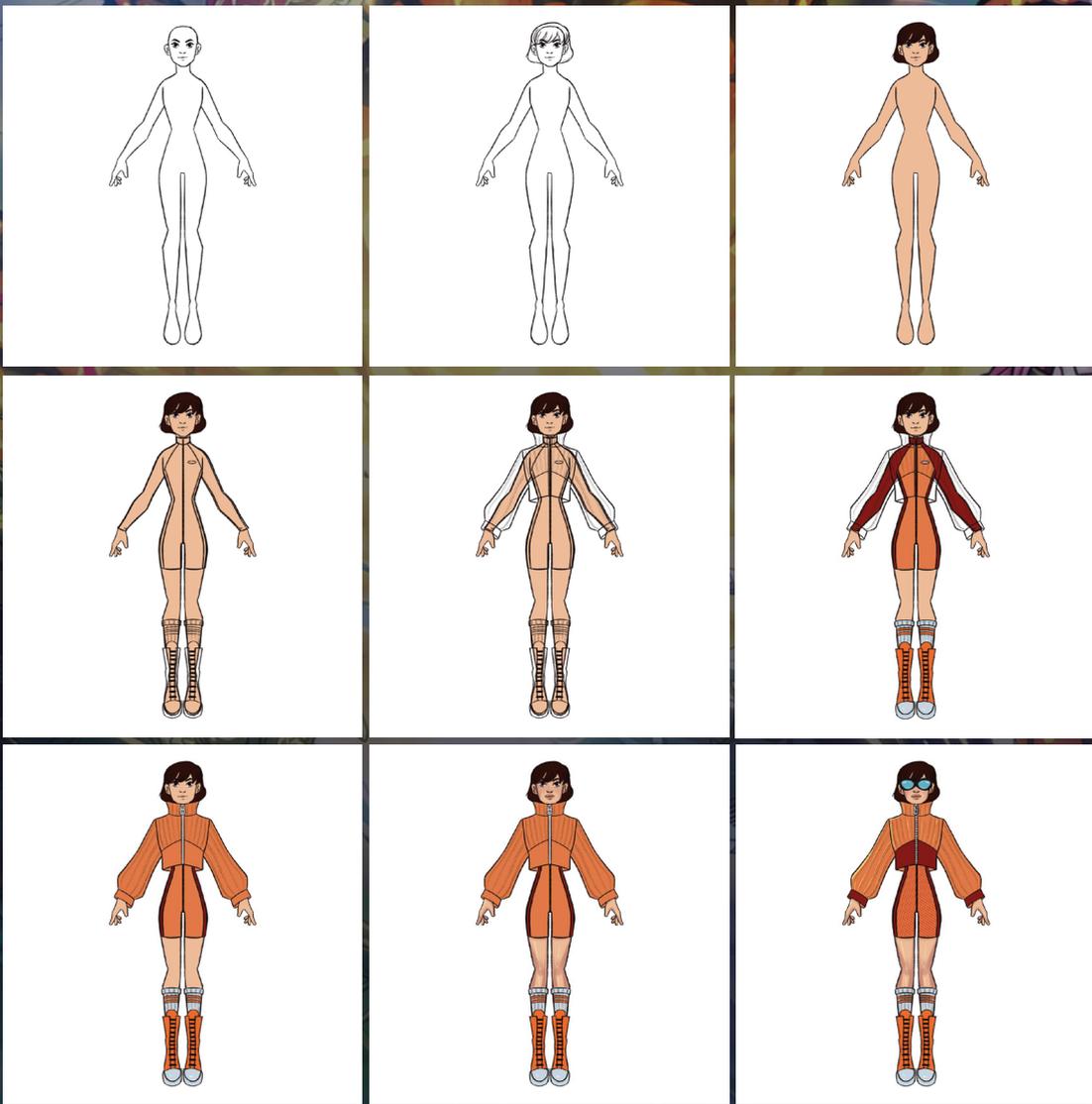


A partir das variações, três modelos de cada personagem foram escolhidos para o detalhamento do traço em formas de croquis, e destas variações, apenas uma de cada, ou seja, quatro looks no geral, seguem para a fase de renderização.

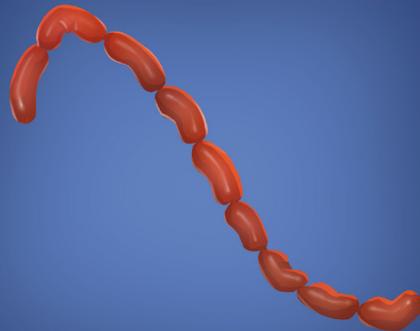
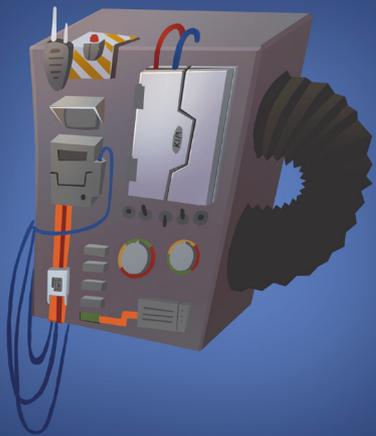


FORTNITE®





Um breve vídeo demonstrativo dos desenhos de itens e croquis:
https://drive.google.com/file/d/1EBx7O8av40-5eMAmp-W3cj_iN9KzC0uS/view?usp=sharing



Uma vez que as experimentações de design das skins foram finalizadas, foram criadas fichas de personagens detalhadas que descrevem as características e as histórias dos personagens, além de traços de personalidade. Estas fichas ajudarão a garantir que as skins se encaixam na história e no universo do jogo.

BACKSTORY

Ao entrar no ensino médio, Daphne fez amizade com Velma Dinkley, ambas tinham interesse por mistérios não solucionados. Logo depois de não conseguir entrar no Clube de Jornalismo, Daphne decidiu, juntamente a Velma, abrir um clube chamado “Mistérios S.A” o qual se propunha a desvendar mistérios, porém o clube se mostrou um grande desastre já que os únicos outros três membros eram Fred Jones, um garoto convencido que se gabava o tempo todo sobre suas habilidades táticas que havia aprendido com o pai, Norville Rogers, um garoto gentil e extremamente supersticioso que acreditava cegamente em assombrações e que quase sempre estava comendo. Além deles estava Scooby, que despertou o interesse da turma após apresentar uma estranha habilidade de se comunicar, e que posteriormente passou a fazer parte do clube. Com o tempo ganharam notoriedade por conseguir resolver pequenos casos, como o mistério do armário de vassouras, mas escalonando para mistérios de verdade, como o cavaleiro negro e o mineiro de 89. Tudo corria bem para os jovens até desaparecerem misteriosamente ao tentarem desvendar o mistério do ferro-velho de Baía Cristal.

FORTNITE

A “Mistérios SA” são puxados por uma fratura temporal ao investigar o ferro-velho de Baía Cristal, indo parar no universo de Fortnite, onde descobrem que foram levados até a ilha como uma tentativa de Jonesy para desvendar o que está por trás dos estranhos eventos que vem acontecendo na ilha.

Daphne Blake

Idade: 16 anos

Personalidade:

Daphne é uma garota extremamente sociável, conhecida por suas habilidades de elaborar maneiras criativas e ágeis de solucionar problemas, sempre pensando em utilidades e em como resolver grandes problemas com os itens que cabem na bolsa. Possui uma crença meio cética em relação ao sobrenatural, sempre tentando encontrar respostas mais lógicas para os mistérios. É uma jovem confiante, de personalidade forte e com bom gosto para a moda.

Aparência:

Daphne é uma jovem de 15 anos, com cabelos ruivos na altura dos ombros e olhos azuis, corpo que se encaixa perfeitamente no molde padrão. Sua cor favorita é o roxo.

História de Vida:

A família Blake sempre foi conhecida pela sua grande simpatia e beleza estonteante, além é claro, de sua riqueza nada discreta. Daphne nasceu em berço de ouro na cidade de Baía Cristal, tendo ao seu alcance tudo que o dinheiro é capaz de comprar, sendo a filha mais nova de 4 irmãs, que assim como ela são tudo o que se espera de um Blake. Cresceu sendo comparada com suas irmãs, o que sempre lhe causou desconforto. Desde muito nova Daphne escolheu a moda como refúgio para seus pais ausentes, a menina poderia passar horas pesquisando sobre o assunto ou desenhando suas roupas para se distrair da solidão de casa. Com o passar do tempo começou a se interessar por leitura e contos de mistério, onde mais tarde criou um fascínio por histórias assombrosas, o que a estimulou a pesquisar cada vez mais sobre o assunto, mas sempre se mantendo cética. Ainda criança criou o hábito de procurar por segredos, se esgueirando pelos corredores da casa durante os jantares de mistério que sua mãe organizava para a vizinhança, os quais nem sempre crianças eram permitidas, por razões nem tão óbvias para ela. Daphne cresceu com interesse em se tornar jornalista investigativa já que adorava passar horas procurando pistas e desvendando mistérios.

Maior Desejo:

Daphne sonha em ser uma jornalista investigativa, já que sempre se interessou em pesquisa e investigação, possui os olhos e ouvidos atentos para informações relevantes, levando muito jeito para a coisa.

Norville Rogers

Idade: 16 anos

Personalidade:

Norville é um jovem gentil e um amigo leal, principalmente em relação ao seu melhor amigo Scooby. É um jovem calmo e não se deixa abalar pelos problemas, embora seja muito medroso quando o assunto é sobrenatural. É dono de um apetite quase insaciável, o que não aparenta já que tem o metabolismo extremamente rápido. Ele não se importa muito com a opinião dos outros, mas se sente um pouco solitário por não ter muitos amigos. Possui talento para música, o que o faz sempre querer ouvir música enquanto anda de skate.

Aparência:

É um adolescente esguio, bastante leve para sua idade e parece ter um pescoço muito longo. Possui cabelos em tons de castanho claro e geralmente usa camisas das bandas que gosta. Sua cor preferida é o verde.

História de Vida:

Norville e sua irmã mais nova Maggie foram criados por Wendy Rogers, uma musicista brilhante e sua mãe. Cresceu em um subúrbio de classe média, com altos investimentos em sua educação, incluindo aeromodelismo e treinos de ginástica olímpica. Rogers ganhou fama de esquisito entre os alunos do colégio de Baía Cristal, o seu desempenho mediano, seu estilo desleixado e seu comportamento covarde renderam a ele o apelido de Salsicha, o “hippie”. O apelido não parece incomodar muito, embora o isolamento social o tenha despertado um lado carente que ele desconhecia. Norville ganhava destaque nas aulas de educação física e teatro, já que embora magro, se mostrava como um excelente corredor e um ator deveras sensível e expressivo. Passava a maior parte de seus dias sozinho, vez ou outra tendo contato com sua vizinha Velma Dinkley na volta da escola, mas tudo isso mudou quando encontrou abandonado um filhote de dogue alemão vagando pela sua rua, estava todo sujo e mal cuidado, foi então que Norville gentilmente pegou o animal no colo e o levou pra casa, sua mãe não aceitou muito bem, então o jovem pegou todas as suas economias e comprou uma van a qual passou a viver com seu cachorro, não demorou muito para que sua mãe mudasse de ideia e pedisse que o garoto e o cão voltassem pra casa.

Maior Desejo:

Salsicha não tem muitas ambições ou desejos impossíveis, é um jovem simples e humilde, tem paixão por aviões, pensa na possibilidade de se tornar piloto em algum momento, mas sua prioridade até agora é acabar o ensino médio.

Fred Jones

Idade: 17 anos

Personalidade:

Fred é um cara convencido e carismático, faz o tipo atlético já que pratica esportes com regularidade, sempre gostou de elaborar mecanismos e bugigangas caseiras para capturar ratos e insetos. Adora se exibir sobre suas habilidades táticas que aprendeu com seu velho militar.

Aparência:

Ele é alto, cabelo loiro e olhos azuis, porte físico de atleta. Sua cor preferida é o azul.

História de Vida:

Fred carrega o mesmo nome de seu pai, Frederick Hermann Jones, mais conhecido em Baía Cristal como Coronel Jones, um militar aposentado. Fred cresceu sem muitos amigos, a posição influente de seu pai amedrontava a maioria das pessoas, com exceção de Daphne Blake, a garota a qual ele admirava por horas enquanto ela se divertia jogando tênis no clube. O jovem Jones sempre foi fã das revistas de pesca, passava horas nutrindo uma obsessão secreta por redes e em como atribui-las em suas armadilhas, o que mais tarde o fez criar interesse em mistérios e no mundo sobrenatural. Ao entrar no ensino médio conseguiu uma vaga no time de futebol americano, onde ele começou a passar muito tempo com seus novos amigos. Mesmo com sua participação integral no time, Fred ainda precisava de atividades extracurriculares para conseguir ingressar em uma boa faculdade, foi então que ele ouviu falar do clube “Mistérios SA” o qual uma das fundadoras era Daphne Blake, o grande interesse amoroso de Fred Jones.

Maior Desejo:

Fred anseia por seguir uma carreira na polícia local, e algum dia seguir a carreira de seu pai.

Velma Dinkley

Idade: 15 anos

Personalidade:

Velma é uma jovem genial e observadora, tem aversão a covardia e enigmas fáceis demais de resolver. Apesar de tímida é muito bem-humorada, possui um faro impressionante para mistérios e tem uma habilidade de dedução quase científica, é um pouco ciumenta. Tem uma admiração por mulheres fortes e com atitude.

Aparência:

Velma é uma garota franzina, tem cabelos castanhos escuros na altura do queixo e olhos pretos. Usa um enorme óculo quadrado que cobre a maior parte de seu rosto. Normalmente gosta de usar saias e suéteres, sua cor preferida é o laranja.

História de Vida:

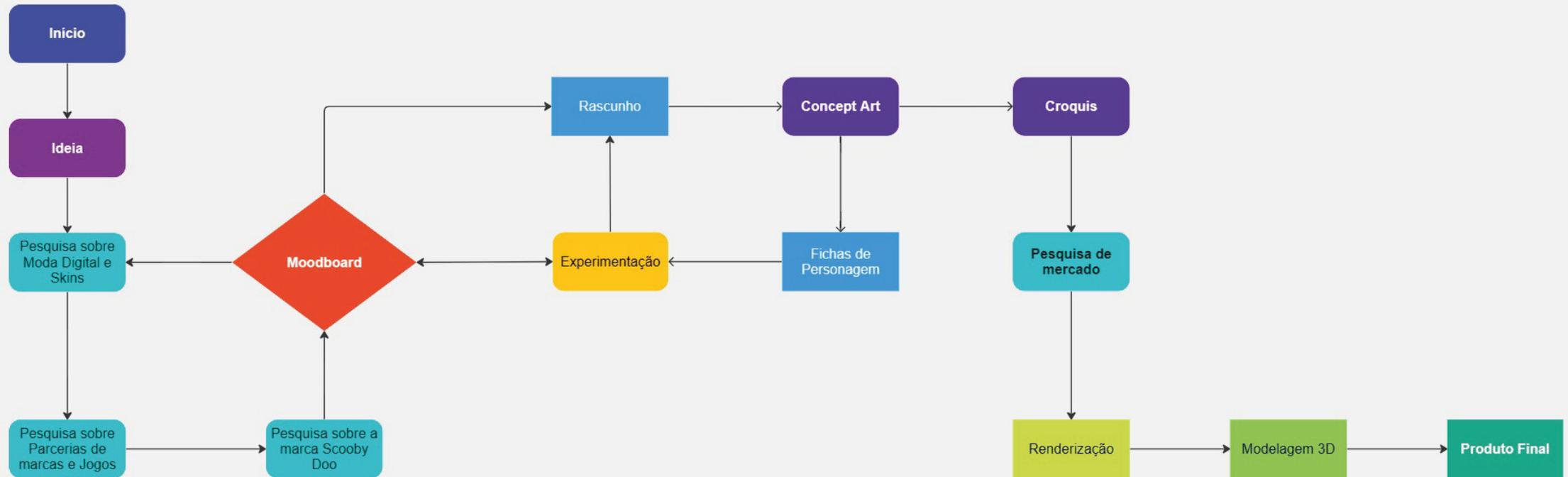
A família Dinkley tem uma fama na cidade, são conhecidos por sua excelência acadêmica e quantidade de prêmios acumulados, tal foi uma surpresa quando os pais de Velma decidem desistir de suas carreiras para abrir um museu de mistérios chamado "Museu Assustador de Baía Cristal". Velma viveu boa parte da sua infância e adolescência afundando a cara nos livros a fim de honrar o legado da família Dinkley, nunca apoiou a decisão de seus pais de renunciar a tudo para se dedicar integralmente ao museu. Ao entrar na pré-adolescência começou a ter um faro para desvendar mistérios, a final vivia rodeada por eles, querendo a todo custo provar a não existência de fantasmas ou sobrenatural.

Maior Desejo:

A srta. Dinkley almeja se tornar uma grande cientista na área da física quântica, já que sempre se interessou em compreender o universo e seus componentes, almejando um dia encontrar algo que realmente a deixe impressionada. Também deseja dominar todas as nuances da robótica.

Finalmente, é hora de escolher as formas, cores e texturas finais. Nesta etapa, é importante considerar como a *skin* será vista no jogo e como ela se integrará com as outras existentes. As formas e cores devem ser vibrantes e fáceis de identificar, enquanto as texturas devem ser detalhadas o suficiente para acrescentar profundidade e interesse à skin. No geral, o processo de imersão criativa envolve uma combinação de pesquisa, experimentação e refinamento, para garantir que a skin seja atraente, fiel ao personagem original e funcione bem no contexto do jogo.

FLUXOGRAMA

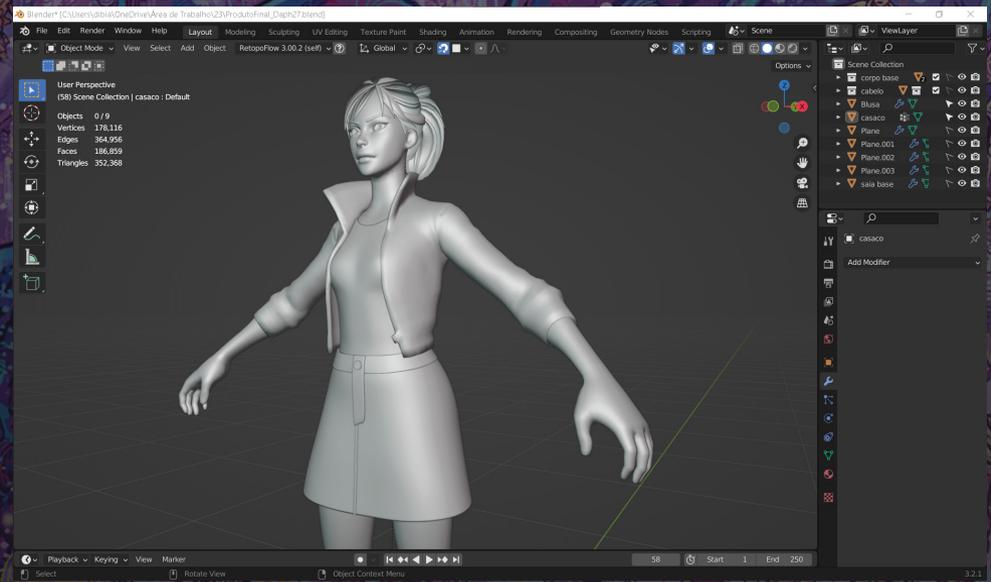
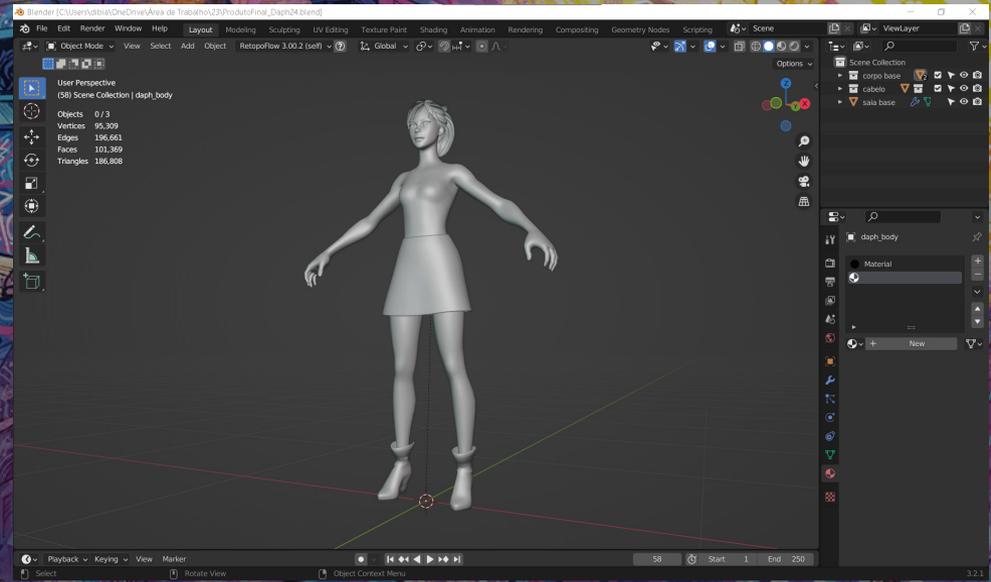


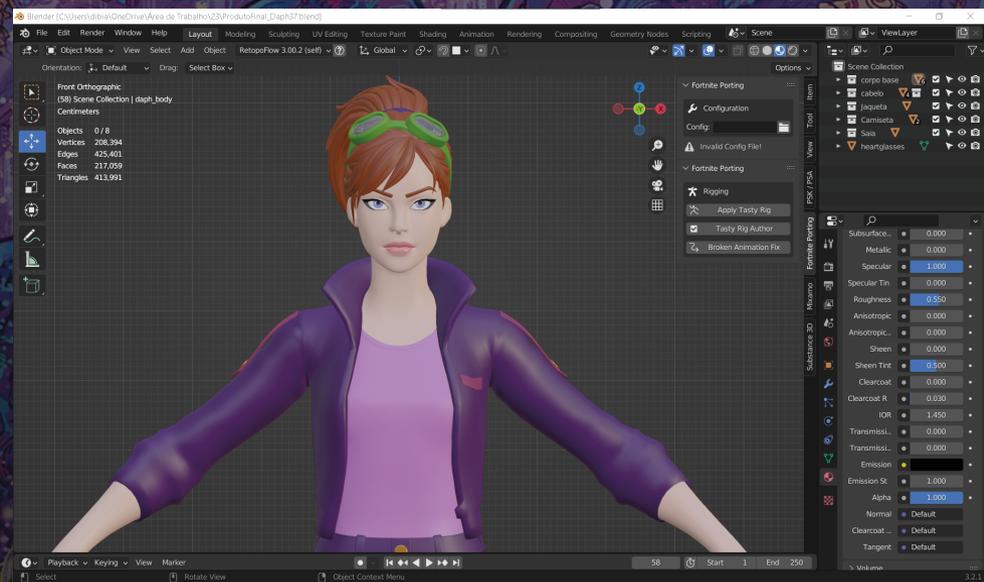
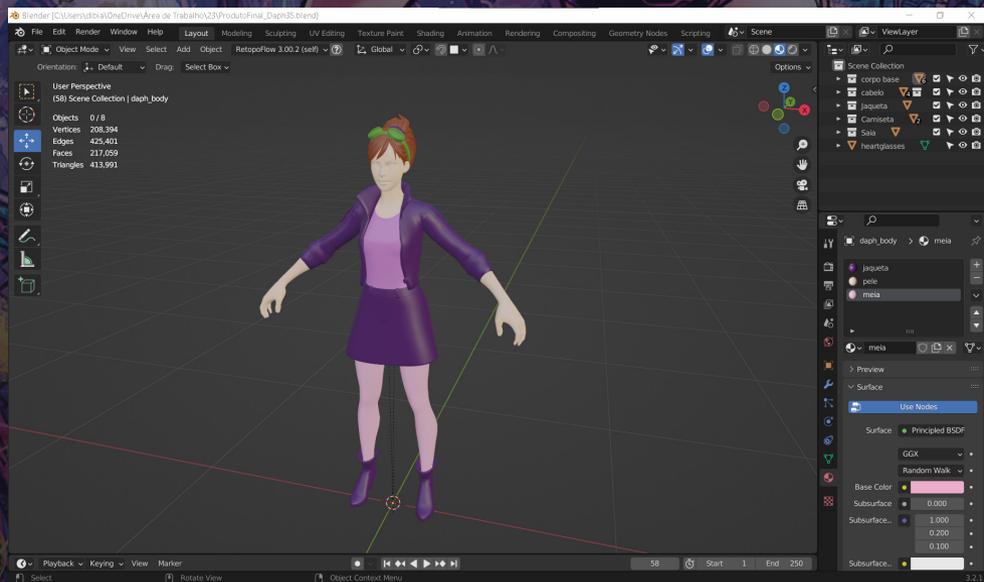
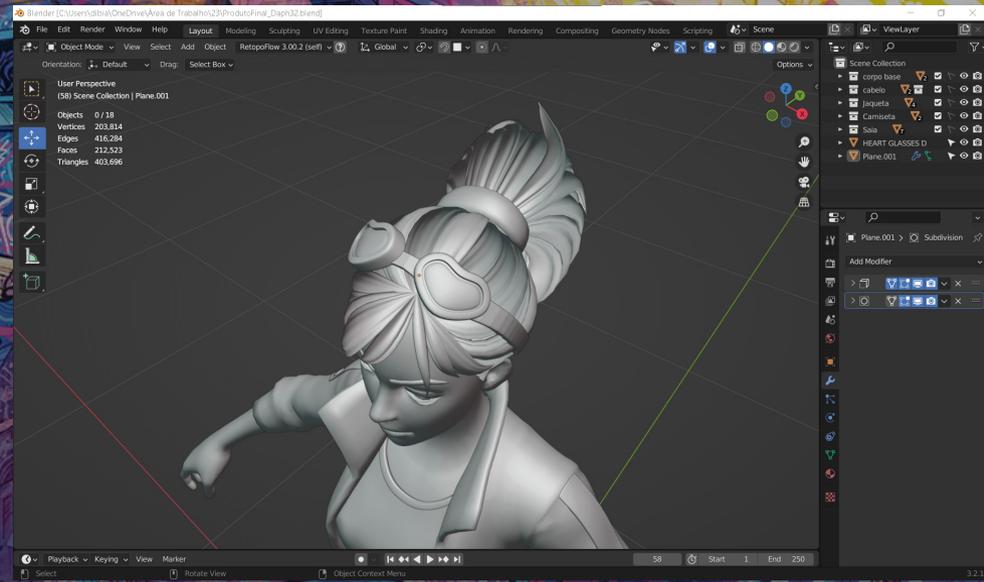
LINE UP

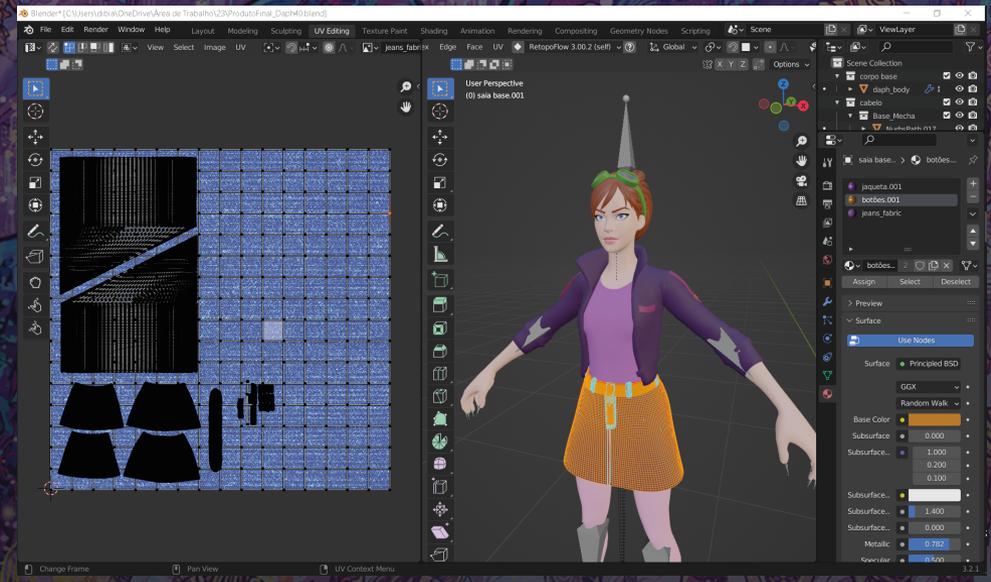
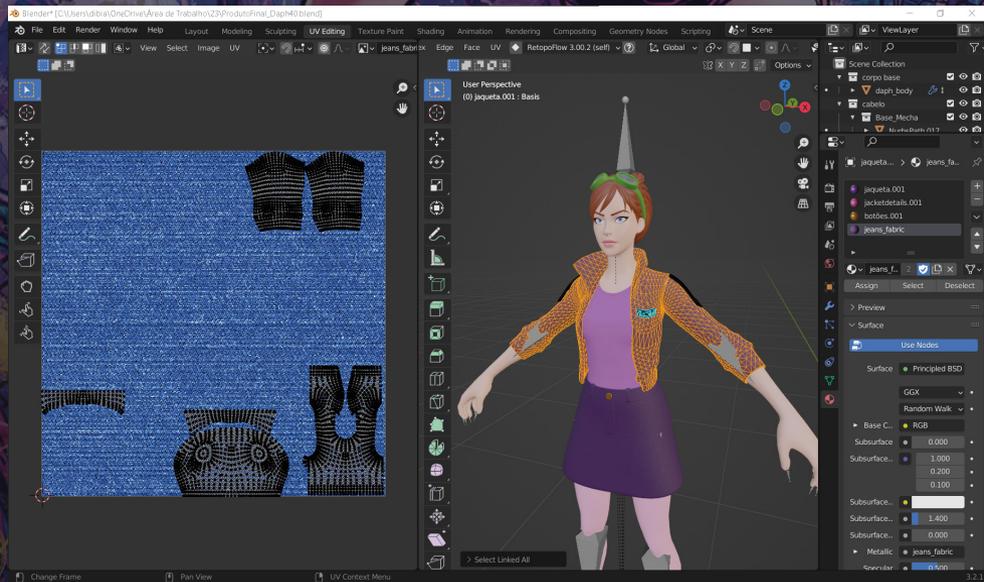
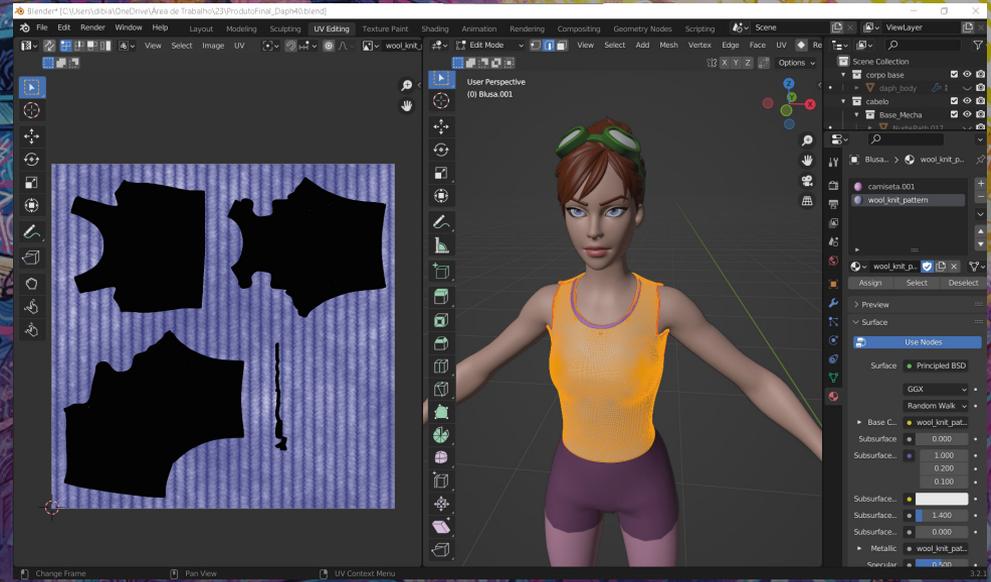
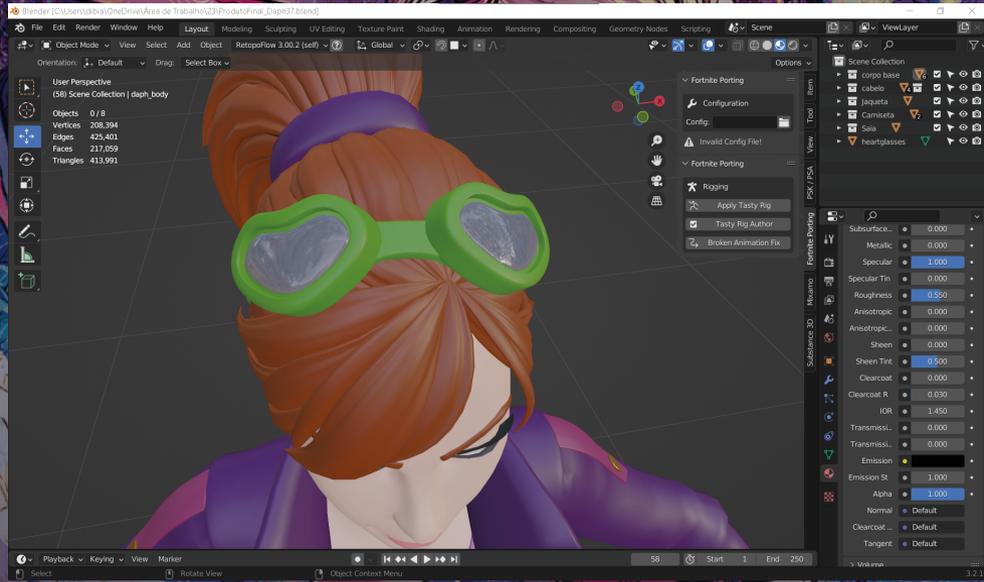


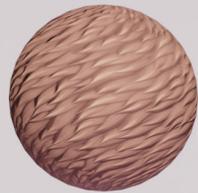
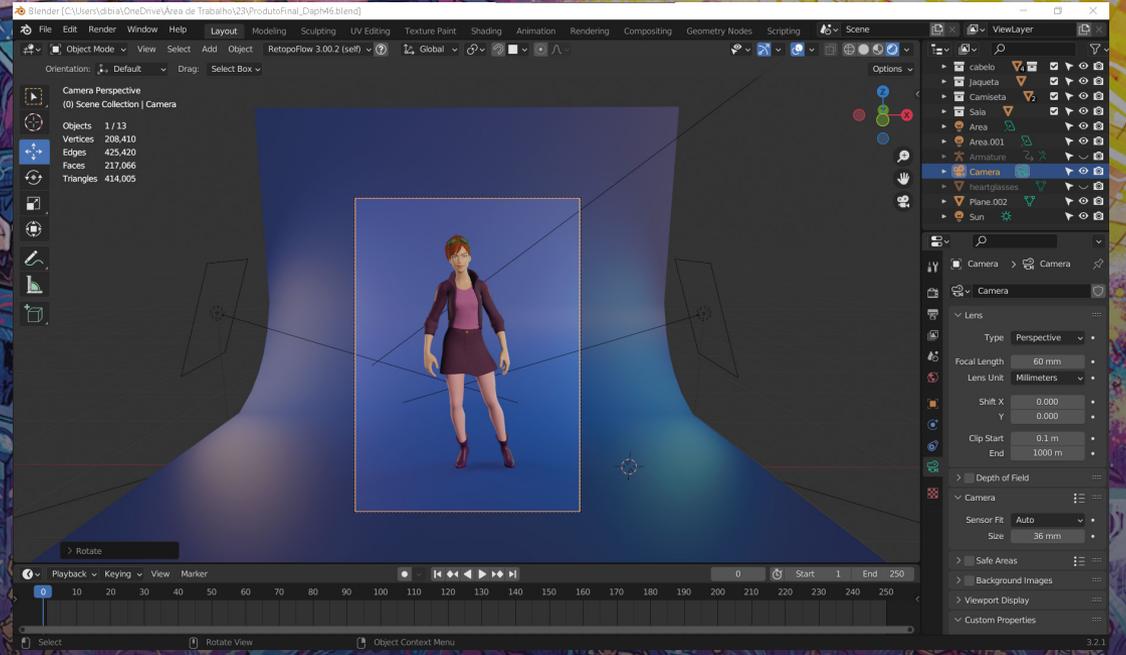
MODELO 3D











CABELO



TEXTURA SCI-FI



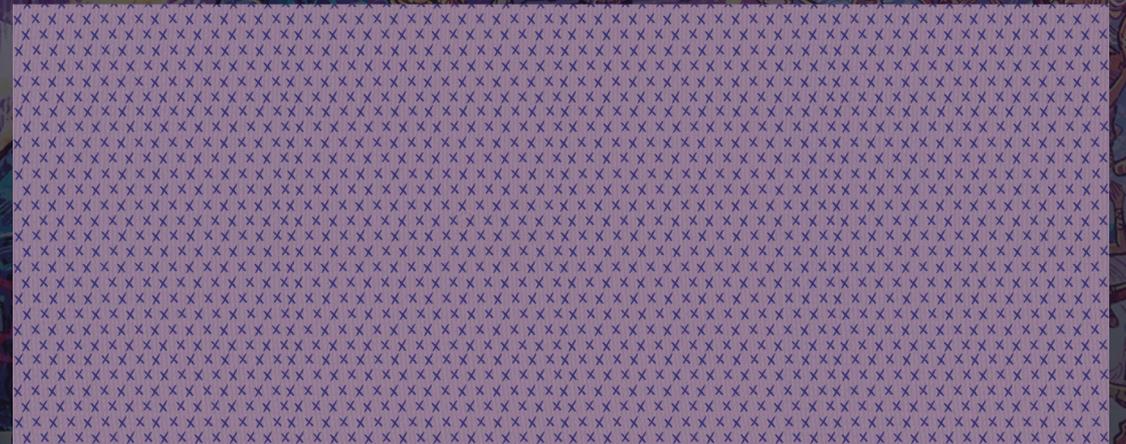
COURINO



MALHA



PLÁSTICO



APRESENTAÇÃO DO JOGO

Fortnite é um jogo eletrônico online de sobrevivência e combate desenvolvido pela *Epic Games* e lançado em 2017. O jogo pode ser jogado em vários modos, incluindo o modo *Battle Royale*, que coloca 100 jogadores em uma ilha e o último sobrevivente é o vencedor. Outros modos incluem o Salve o Mundo, que é um jogo de defesa de torre cooperativo, e o Modo Criativo, onde os jogadores podem criar seus próprios mundos e jogos personalizados.

Em *Fortnite*, os jogadores podem coletar materiais para construir fortalezas e proteger-se de outros jogadores enquanto se movem pela ilha, procurando armas e outros itens úteis. O jogo é gratuito para jogar, mas oferece compras dentro do jogo para itens cosméticos, como *skins* de personagens, *emotes*, picaretas e asas-deltas.

O jogo se tornou um sucesso enorme desde o seu lançamento, com milhões de jogadores em todo o mundo. Também se tornou um fenômeno cultural, com muitos jogadores criando conteúdo e compartilhando suas experiências de jogo na internet.



ESTRATÉGIA DE VENDAS

Aproveitando a nostalgia: Muitos jogadores de Fortnite cresceram assistindo Scooby Doo e se lembram carinhosamente dos personagens. É interessante usar essa nostalgia para criar uma conexão emocional com os jogadores e aumentar o apelo das skins de Scooby Doo.

Marketing de influência: O Fortnite é popular entre os jogadores mais jovens, e influenciadores digitais são muito importantes para essa audiência. É importante considerar trabalhar com influenciadores que têm uma grande base de fãs de jogadores de Fortnite e podem ajudar a promover as skins.

Promoções especiais: Oferecer promoções especiais para incentivar os jogadores a comprar as skins de Scooby Doo.

Criação de conteúdo: Use a criação de conteúdo para promover as skins de Scooby Doo. Isso pode incluir vídeos, fotos e até mesmo a criação de desafios personalizados dentro do Fortnite que envolvem os personagens de Scooby Doo.

Lançamento: Através das redes sociais, principalmente o Instagram e o Twitter, da própria plataforma do jogo e do site, divulgar teasers e missões que concedem itens gratuitos para estimular o consumo e atrair novos jogadores.

Streamers: Enviar skins gratuitas e cartões presente para estimular que influenciadores de canais de jogos, no youtube e na twitch, joguem o jogo e tragam novos jogadores para consumir na plataforma.

PRECIFICAÇÃO

Considerando um cenário hipotético de desenvolvimento das skins de Scooby Doo, onde uma equipe de cinco pessoas trabalharia nesse projeto por três meses, sendo elas, um Designer, dois Modeladores 3D, um Animador e um Gerente de projeto, cujos salários médios são de R\$ 4.000,00, R\$ 5.000,00, R\$ 6.000,00, R\$ 7.000,00 e R\$ 10.000,00, respectivamente, e tendo um acréscimo de 10% pelos direitos autorais da marca Scooby Doo, seria totalizado, em média, um custo de produção de R\$145.200,00, desconsiderando demais despesas operacionais da empresa, como água, energia, impostos entre outros. Neste cenário, tendo em vista um markup saudável de 50% (0,50), o preço final de produção seria de R\$ 217.800,00.

Levando em consideração uma expectativa de vendas de 15.000 unidades, o preço final por skin seria pouco menor que R\$ 15

$$\frac{\text{custo de produção + markup}}{\text{unidades vendidas}} = \text{preço médio}$$

$$\frac{\text{R\$ } 145.200 + 50\%}{15.000} = \frac{\text{R\$ } 217.800}{15.000} = \text{R\$ } 14,52$$

Levando em consideração uma expectativa de vendas de 15.000 unidades, o preço final por skin seria pouco menor que R\$ 15

É importante mencionar que as skins seriam comercializadas em V-bucks, a moeda utilizada dentro do jogo, ou seja, o valor da skin ficaria entre 800 e 1200 V-bucks. Atualmente, a moeda do jogo é vendida pelos seguintes valores:

	12% EXTRA! 	25% EXTRA! 	35% EXTRA! 
1,000 V-BUCKS	2,800 V-BUCKS	5,000 V-BUCKS	13,500 V-BUCKS
R\$ 25,00	R\$ 62,00	R\$ 98,00	R\$ 246,00

Desta forma, através de uma regra de três simples, é possível chegar ao valor que a skin custaria ao consumidor final, sendo ele R\$ 30.

$$v \ 1000 \text{ ————— } R\$ \ 25$$

$$v \ 1200 \text{ ————— } X$$

$$1200 \cdot 25 = 1000 \cdot X$$

$$30000 = 1000X$$

$$30/1 = X$$

$$X = 30$$

A Epic Games não divulga publicamente seus métodos de precificação, incluindo gastos, etapas de desenvolvimento de skins e demais processos, portanto esses dados são apenas uma simulação hipotética baseada em etapas de desenvolvimento do produto e podem variar significativamente.

TABELA DE PREÇOS DE ITENS COSMÉTICOS

ITENS	MÉDIA (USD)	MÉDIA (BRL)
PICARETA	\$10 - \$25	R\$ 50 - R\$ 125
MOCHILA	\$8 - \$20	R\$ 40 - R\$ 100
GLIDER	\$8 - \$20	R\$ 40 - R\$ 100
EMOTES	\$5 - \$10	R\$ 25 - R\$ 50

* Itens podem variar de valor conforme a raridade

TABELA DE VALOR DE SERVIÇO

PROFISSIONAIS	MÉDIA SALARIAL (BRL)
DESIGNER	R\$ 2.500 a R\$ 5.000
MODELADOR 3D	R\$ 3.000 a R\$ 6.000
ANIMADOR	R\$ 3.000 a R\$ 8.000
GERENTE DE PROJETO	R\$ 7.000 a R\$ 15.000
ESPECIALISTA EM MARKETING	R\$ 5.000 a R\$ 10.000

TABELA DE PREÇOS DE SKIN POR RARIDADE

RARIDADE	MÉDIA (USD)	MÉDIA (BRL)
COMUNS	\$2 - \$5	R\$ 10 - R\$ 25
INCOMUNS	\$3 - \$8	R\$ 15 - R\$ 40
RARAS	\$5 - \$12	R\$ 25 - R\$ 60
ÉPICAS	\$8 - \$15	R\$ 40 - R\$ 75
LENDÁRIAS	\$12 - \$20	R\$ 60 - R\$ 100



PROTÓTIPO



Decidi criar um protótipo do design da Daphne. Propus o desafio de desenvolver essa skin do zero, mesmo sem ter conhecimentos prévios em modelagem 3D. Aprendi muito ao longo do projeto, acompanhando o meu progresso nas etapas de imersão criativa e design. Enfrentei muitas tentativas e erros ao longo do caminho, tornando-se um projeto desafiador e gratificante que me tirou da minha zona de conforto. Para visualizar o modelo pronto e aplicado no lobby do jogo, por favor, acesse o link abaixo ou aponte seu celular para o QR Code.

Ou acesse através do link

https://drive.google.com/file/d/1JdN05forOClvpPd4uXu0Y5xSnJ_eCYo-/view?usp=sharing



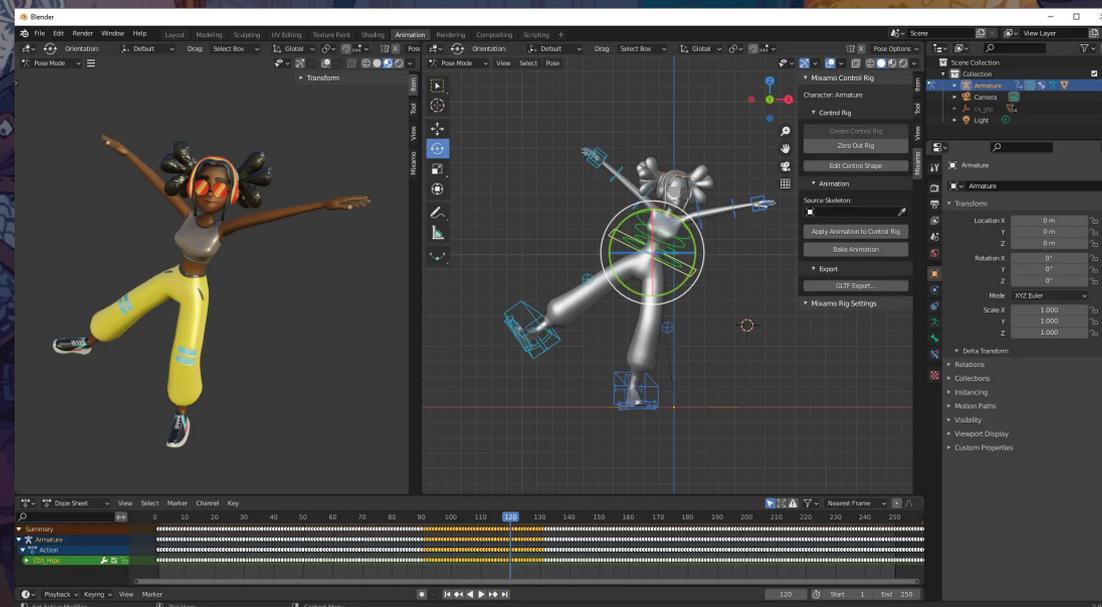
PAINEL TECNOLÓGICO

Os materiais podem variar de acordo com as necessidades específicas de cada projeto e a escolha dos profissionais envolvidos na produção.



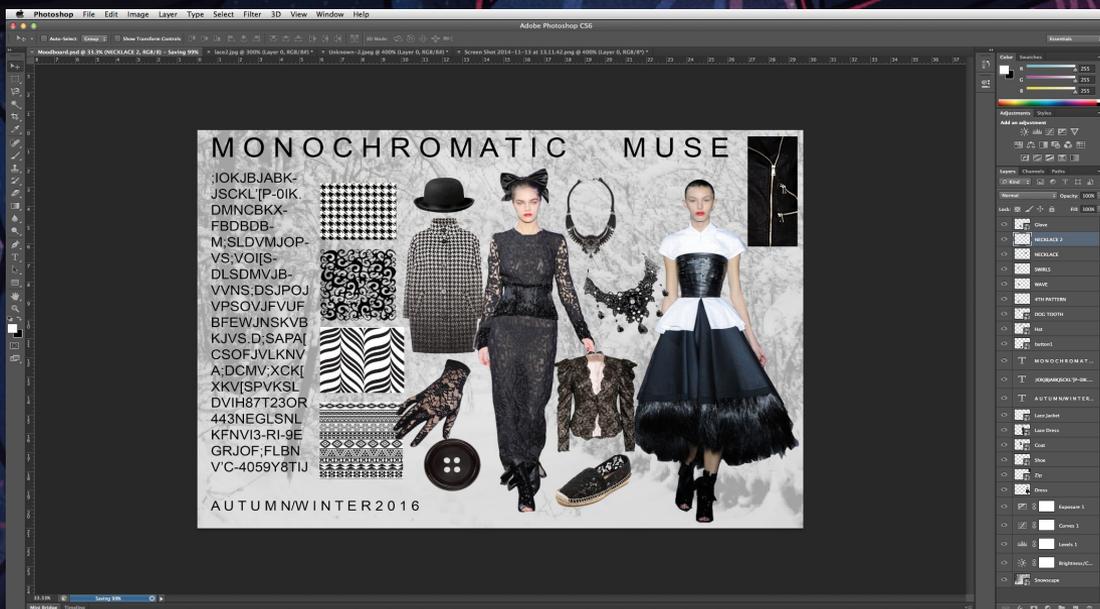
COMPUTADOR

Um computador com alta capacidade de processamento e placa gráfica dedicada é necessário para executar programas de modelagem e renderização de alta qualidade.



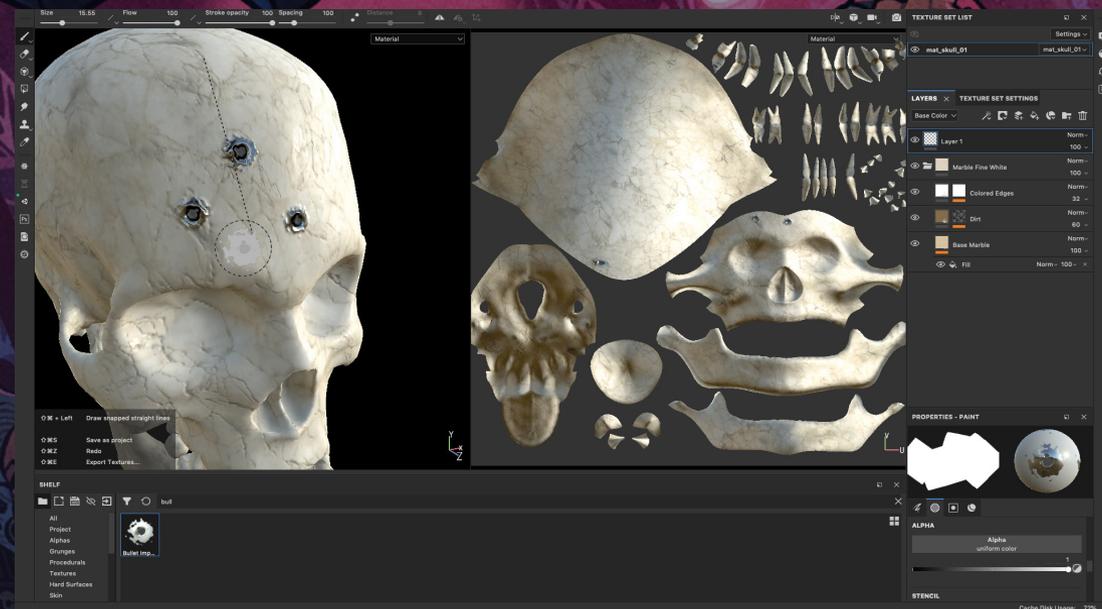
SOFTWARE DE MODELAGEM 3D

Programas utilizados para criar modelos tridimensionais de alta qualidade, permitindo a criação de personagens e objetos em detalhes.



SOFTWARE DE EDIÇÃO DE IMAGEM

Programas utilizados para editar e retocar imagens, permitindo ajustar as texturas e cores.



FERRAMENTAS DE TEXTURIZAÇÃO

Programas utilizados para aplicar texturas nos modelos tridimensionais, permitindo adicionar detalhes realistas e melhorar a aparência da skin.



SOFTWARE DE ANIMAÇÃO

São programas utilizados para animar os modelos tridimensionais, permitindo criar movimentos expressivos.



SERVIDOR DE ARMAZENAMENTO

É utilizado para compartilhar arquivos com a equipe, permitindo uma melhor colaboração e comunicação.

TURBOSQUID

ACESSO A RECURSOS DE DESIGN

Sites ou bancos de dados onde é possível adquirir modelos e texturas prontas, economizando tempo na criação de materiais.

DISPOSITIVOS DE ENTRADA

São utilizados para desenhar e editar com mais precisão.



GLOSSÁRIO

SKINS - As skins são uma forma popular de personalização em jogos eletrônicos, permitindo que os jogadores alterem a aparência de personagens, armas e outros elementos do jogo. Essas alterações são geralmente puramente estéticas e não afetam a jogabilidade ou as habilidades do jogador.

BATTLE ROYALLE - Se caracteriza por um estilo de jogos em que um grande número de jogadores (em média 100) é colocado no mesmo mapa e deve lutar para que apenas um jogador sobreviva.

MOBA - Multiplayer Online Battle Arena é um gênero de jogo que envolve confrontos entre duas equipes de jogadores em uma arena virtual. Os jogadores trabalham em equipe para destruir a base inimiga enquanto defendem a sua.

AFTERWORLD - Pode ser traduzido como Mundo Pós-Vida ou Mundo Pós-Morte.

THE AGE OF TOMORROW - A Era do Amanhã

GAMEPLAY - Pode ser traduzido como "jogabilidade" ou "modo de jogo"

WORLD CHAMPIONSHIP - Campeonato Mundial

BOUNCE - Quicar ou Saltar

FORTNITE CREW - Clube Fortnite

BATTLE PASS - Passe de Batalha

NERD - pessoa que é altamente especializada em um determinado campo de conhecimento, especialmente relacionado à tecnologia, ciência, matemática, jogos eletrônicos e cultura pop.

GLOSSÁRIO



JOCKS - Atletas

SLACKER - pessoa que é preguiçosa ou que evita responsabilidades e trabalho duro. Vagabundo ou Preguiçoso.

FASHIONISTA - Pessoa que segue as últimas tendências da moda e tem um grande interesse em moda e estilo. Apaixonado(a) por moda.

GAMES - Jogos

EMOTES - emoticons ou emojis

ANIMAL CROSSING: NEW HORIZONS - Em português, pode ser traduzido como "Animal Crossing: Novos Horizontes".

LEAGUE OF LEGENDS - Em português, pode ser traduzido como "Liga das Lendas".

FORTNITE - Nome de um jogo eletrônico de sobrevivência e Battle Royale da Epic Games. Em português, é mantido o nome em inglês

VALORANT - Nome de um jogo eletrônico de tiro em primeira pessoa desenvolvido pela Riot Games. Em português, é mantido o nome original em inglês

FREE FIRE - é o nome de um jogo eletrônico de batalha real (battle royale) desenvolvido pela Garena. Em português, é mantido o nome original em inglês

RIOT GAMES - É o nome de uma empresa de jogos eletrônicos americana que é responsável por desenvolver e publicar jogos como League of Legends, Valorant e Teamfight Tactics. Em português, pode ser traduzido como "Jogos da Revolta".

GLOSSÁRIO

THE SIMS - Nome de uma série de jogos eletrônicos de simulação de vida desenvolvida pela Maxis e publicada pela Electronic Arts. Em português, pode ser traduzido como "Os Sims".

ELECTRONIC ARTS - É uma empresa de jogos americana responsável por desenvolver e publicar jogos como The Sims.

DIESEL STUFF - Pacote de expansão Diesel do jogo "The Sims 3".

MOSCHINO STUFF - Pacote de expansão Moschino do jogo "The Sims 4".

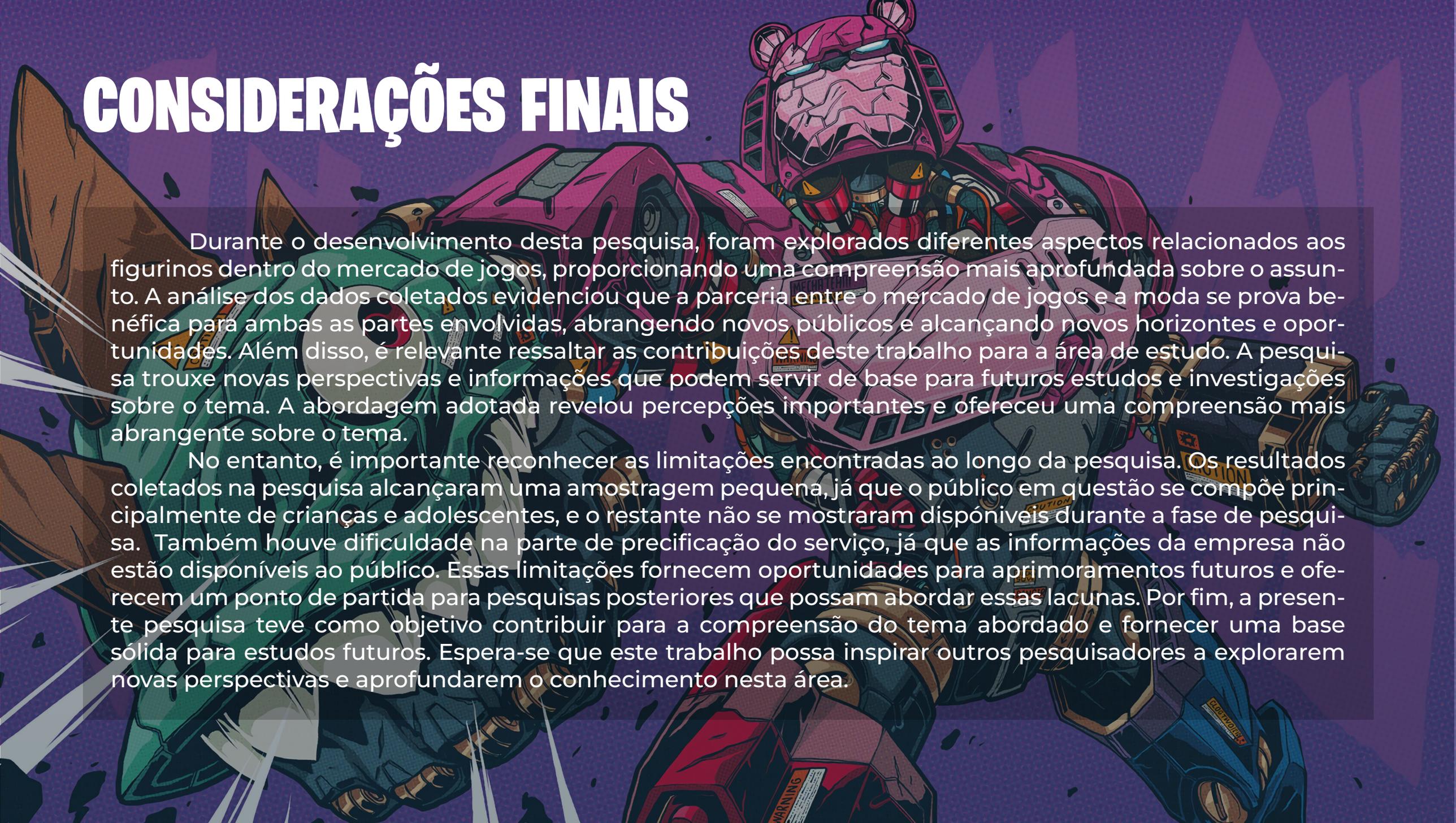
SPFW - São Paulo Fashion Week, pode ser traduzido como Semana da Moda de São Paulo.

POLO STADIUM - Estádio Polo

THE STATE OF ONLINE GAMING - "O Estado dos Jogos Online" é um relatório ou pesquisa que analisa e apresenta informações sobre a indústria de jogos eletrônicos online, incluindo tendências, estatísticas de jogadores e comportamentos de consumo.

LIMELIGHT NETWORKS - Nome de uma empresa americana de hospedagem de sites e servidores dedicados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Durante o desenvolvimento desta pesquisa, foram explorados diferentes aspectos relacionados aos figurinos dentro do mercado de jogos, proporcionando uma compreensão mais aprofundada sobre o assunto. A análise dos dados coletados evidenciou que a parceria entre o mercado de jogos e a moda se prova benéfica para ambas as partes envolvidas, abrangendo novos públicos e alcançando novos horizontes e oportunidades. Além disso, é relevante ressaltar as contribuições deste trabalho para a área de estudo. A pesquisa trouxe novas perspectivas e informações que podem servir de base para futuros estudos e investigações sobre o tema. A abordagem adotada revelou percepções importantes e ofereceu uma compreensão mais abrangente sobre o tema.

No entanto, é importante reconhecer as limitações encontradas ao longo da pesquisa. Os resultados coletados na pesquisa alcançaram uma amostragem pequena, já que o público em questão se compõe principalmente de crianças e adolescentes, e o restante não se mostraram disponíveis durante a fase de pesquisa. Também houve dificuldade na parte de precificação do serviço, já que as informações da empresa não estão disponíveis ao público. Essas limitações fornecem oportunidades para aprimoramentos futuros e oferecem um ponto de partida para pesquisas posteriores que possam abordar essas lacunas. Por fim, a presente pesquisa teve como objetivo contribuir para a compreensão do tema abordado e fornecer uma base sólida para estudos futuros. Espera-se que este trabalho possa inspirar outros pesquisadores a explorarem novas perspectivas e aprofundarem o conhecimento nesta área.