

*Temporada da Criatividade*  
*Uma coleção de skins para o jogo Sky-*  
*Os Filhos da Luz*

Luan Fontenelle

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)

---

M381t Matos, Luan Fontenelle Pereira de.

Temporada da Criatividade : Uma coleção de skins para o jogo Sky- Os Filhos da Luz /  
Luan Fontenelle Pereira de Matos. – 2025.  
84 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto  
de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2025.  
Orientação: Profa. Dra. Marta Sorelia Felix de Castro.

1. Figurino. 2. Moda. 3. Videogame. I. Título.

CDD 391

---



## *Sobre o Designer*

Meu nome é Luan Fontenelle Pereira de Matos, tenho 23 anos, estudante de Design de Moda - UFC, descobri meu interesse por figurino através da cadeira de figurino, ministrada pela professora Marta Sorélia, que expandiu meu olhar sobre os horizontes da moda, coincidindo com o mundo dos jogos, me aprofundando nesse novo mercado em expansão.

*Justificativa*



## *Justificativa*

O presente portfólio consiste em desenvolvimento de figurino para jogos digitais.

O jogo escolhido como objeto de estudo para tal exploração criativa é intitulado – Sky os filhos da luz.

A escolha do tema se deu em virtude da aproximação do autor enquanto usuário do jogo. Neste sentido, o universo do game se apresenta como um enredo ficcional, aspectos lúdicos e fantasiosos que se mostram propícios ao exercício criativo de elaboração do figurino, enquanto especialização da formação em Design-moda.

“O que um figurinista faz é um cruzamento entre magia e camuflagem. Nós criamos a ilusão de mudar os atores em algo que eles não são. Nós pedimos ao público que acreditem que cada vez que eles vêem um ator no palco, ele se tornou uma pessoa diferente” (Head, 2025, pág.1)



*Moda e o Mundo dos games*

## *Moda*

De acordo com Lipovetsky (2009) o crescimento das TICs Tecnologias da Informação e comunicação, em meados da década de 1960, impulsionaram novos estilos de vida, impactando a maneira de pensar baseada no hedonismo e no consumo, consequentemente dando grande importância aos objetos, não importando o quanto iriam durar, e adicionando a sensação de poder a tais objetos.

A moda enquanto fenômeno social reflete esta mentalidade, principalmente na busca incessante pela novidade e diferenciação. Aproveitando a necessidade da diferenciação, na atualidade um novo mercado surge como oportunidade para novos designers, que seria o mundo dos jogos eletrônicos, tendo marcas de luxo como Louis Vuitton, Tommy Hilfiger, Moschino, Diesel e dentre outras que já fizeram parcerias com diversos videogames. (Leite, 2022)

Deste modo o figurino, recurso utilizado na elaboração da narrativa cênica desde o surgimento do teatro na Grécia antiga (Castro e Costa, 2010), se reinventa como ferramenta de conexão entre o mundo da moda e o dos jogos, já que o mesmo através de pesquisa, imersão na história e detalhamento das roupas, nos permite entender o personagem sem necessidade de comunicação verbal (Oliveira, 2023).

## *Jogos eletrônicos*

A indústria dos jogos é algo recente na história da nossa sociedade, tendo início na década de 1950, quase 1960, com a criação do primeiro, chamado “Tennis for Two”, (Leite, 2006 et Petrolino, 2018), tendo sua maior evolução e expansão na década de 1980 (Francisco et al, 2019).

Possuindo diversos estilos e jogabilidades, os jogos atualmente são a maneira de escape da realidade para algumas pessoas, independente da sua idade. Tendo como seus aliados a moda e o marketing, a execução de produtos e valor social atribuídos no contexto do jogo, principalmente os itens que dão a liberdade de personalização do personagem, aumentaram a satisfação e experiência do jogador dentro da realidade virtual, além de incentivar mais a procura por tais jogos e itens. (Tavares, 2021)

## *Glossário*

Player - jogador

Farm/farmar - obter recursos grátis dentro do jogo, através de tarefas ou indo em busca de áreas que possuam meios de obtenção desses recursos

cera - elemento que forma a moeda do jogo

vela - moeda do jogo

sky kid - jogador

skins - acessórios, roupas e demais objetos personalizáveis

in-game - dentro do jogo

mobile - plataforma somente para celular

Battle Royale - estilo de jogo em que um ou mais jogadores competem para ser o último sobrevivente

solo - jogar sozinho

Ultimate - item exclusivo da temporada do Sky

A night sky with a bright star and a constellation of stars, overlaid with a black diamond-shaped frame.

*Análise de mercado e Concorrentes*

# *Painel de Mercado*

## Tamanho do Mercado

Sky os Filhos da Luz, conta com mais de 10 milhões de downloads para aplicativos usuários de Android, além de suas outras plataformas, ganhando mais jogadores a cada ano, conseguindo alcançar recordes mundiais, como o de possuir a maior quantidade de jogadores em um evento, possuir também parcerias com a artista Aurora, ter sediado eventos e/ou temporadas com “Moonmins”, “O Pequeno Príncipe”, “O cervo de sete cores”.

Tendência de Mercado: como função principal para os jogadores, a possibilidade de personalizar seu personagem se torna um dos motivos para a permanência no jogo, gerando assim uma maior necessidade de itens originais, com mecânicas diferentes e visuais melhores. Concorrentes de Mercado: os concorrentes diretos do Sky não apresentam o mesmo estilo e estrutura, mas possuem sistemas similares ou de melhores personalização, como Fortnite, Free Fire, Elden Ring e afins, se tornam concorrentes.

# *Painel de Mercado*

## Análise de Demanda

Como uma das funções principais do jogo, é a necessidade de identificação com os personagens, foram elaboradas “temporadas”, ou seja, eventos temporários e itens *ultimates* disponibilizados raramente a fim de aumentar o status da aquisição e eventualmente proporcionar chances de aquisição para os jogadores por tempo limitado. Assim, a estratégia de consumo consiste em criar a atmosfera de urgência para obtenção de tais objetos.

A compra pode se dar com formas de pagamento convencional ou acumulação de pontos. Análise de Oferta: O sistema sazonal de temporadas, já se tornou um hábito muito comum, trazendo além delas, eventos menores, para segurar mais os jogadores ao jogo. Também realizando eventos com sua comunidade, para que compartilhem seus momentos e looks nos eventos.

# *Painel de Mercado*

## Análise de Preço

Oferecido de forma gratuita, os itens disponibilizados, podem ser comprados pela própria moeda do jogo, denominadas de “velas”, quanto por dinheiro real em eventos menores ou quando são parcerias, podendo também ser adquiridos comprando o “passe” das temporadas.

Neste sentido, com a crescente demanda por novos itens e exclusividade, devido a possibilidade da personalização ser uma das características mais fortes do jogo, a empresa deve continuar lançando suas temporadas sazonais, com itens novos, únicos e mais personalizáveis.

*Forças*

- Temporadas diferentes
- Localização nova
- Explorar melhor conceitos já existentes
- Novas funções
- Sem concorrentes diretos

*Fraquezas*

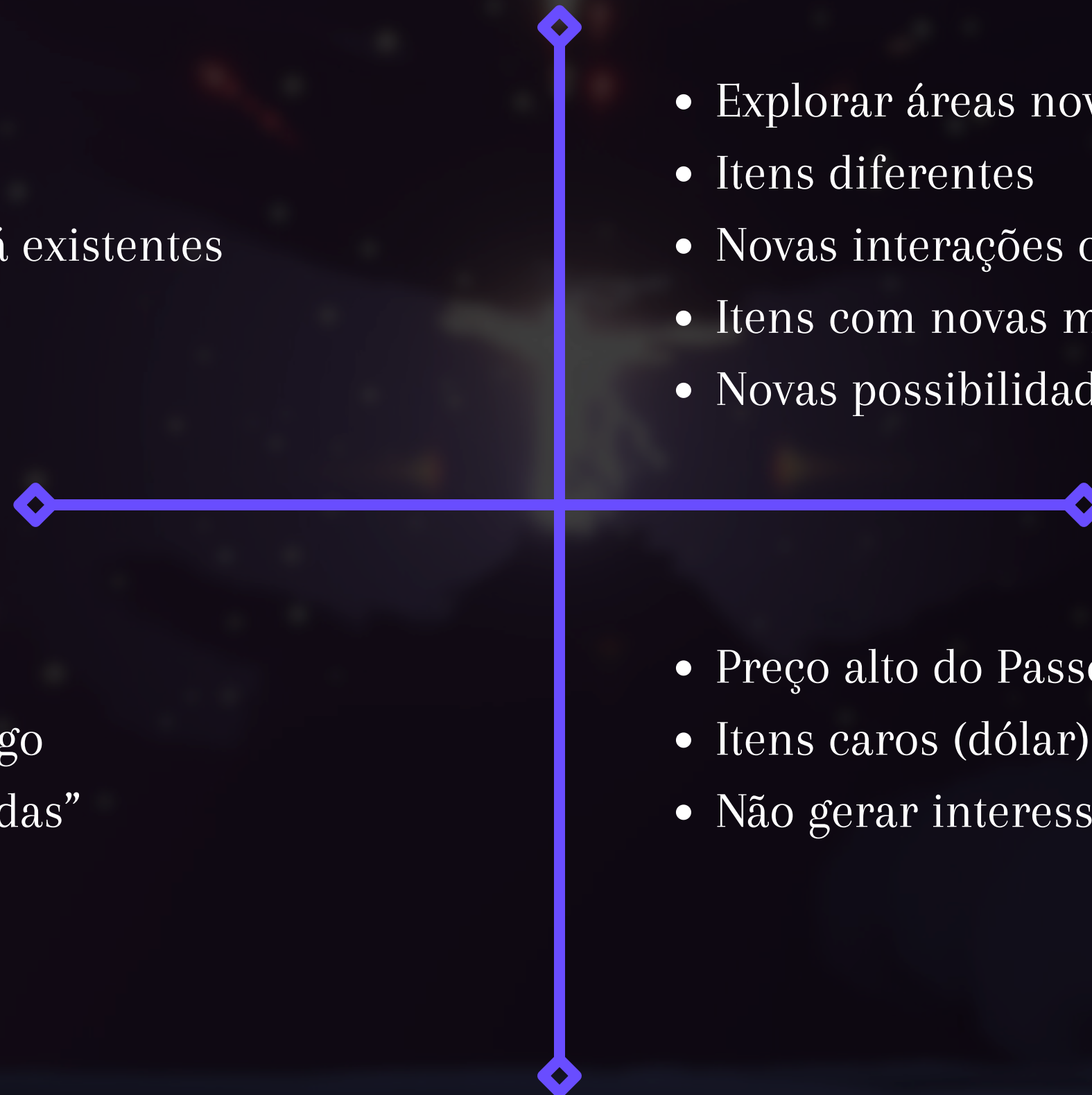
- Local não interessante
- Conceitos já existentes no jogo
- Mecânicas de farm “demoradas”
- Itens caros

*Oportunidades*

- Explorar áreas novas
- Itens diferentes
- Novas interações com o mapa
- Itens com novas mecânicas
- Novas possibilidades de emotes

*Ameaças*

- Preço alto do Passe de temporada (atual)
- Itens caros (dólar)
- Não gerar interesse





*Análise de concorrentes -  
Fortnite*



## *Fortnite*

Atualmente com cerca de 650 milhões de jogadores registrados, Fortnite é um jogo de ação F2P (Free to play), no estilo Battle Royale, os jogadores são enviados, seja solo ou em grupo, para um mapa vasto e competem para ser o último sobrevivente, ou última equipe sobrevivente.

Pertencente a empresa “Epic Games”, o jogo pode ser obtido em sua plataforma, que também possui outros jogos, possui skins e acessórios com uma gama grande de possibilidades.

**Ma.co**

**GEAR WARDROBE**

TOTAL GEAR POWER

3528

GEAR KIT 1  
3528

GEAR KIT 2  
2663

GEAR KIT 3  
2253

GEAR KIT 4  
2140

TEST YOUR GEAR  
IN COOL ZONE

GEAR

STYLE

**CUSTOMIZE**  
YOUR BUILDS

*Análise de concorrentes -  
Ma.co*

18 Rain

18 Phoenix

YOU  
3100

18 Cosmo

**HUNT**  
CHAOS MONSTERS

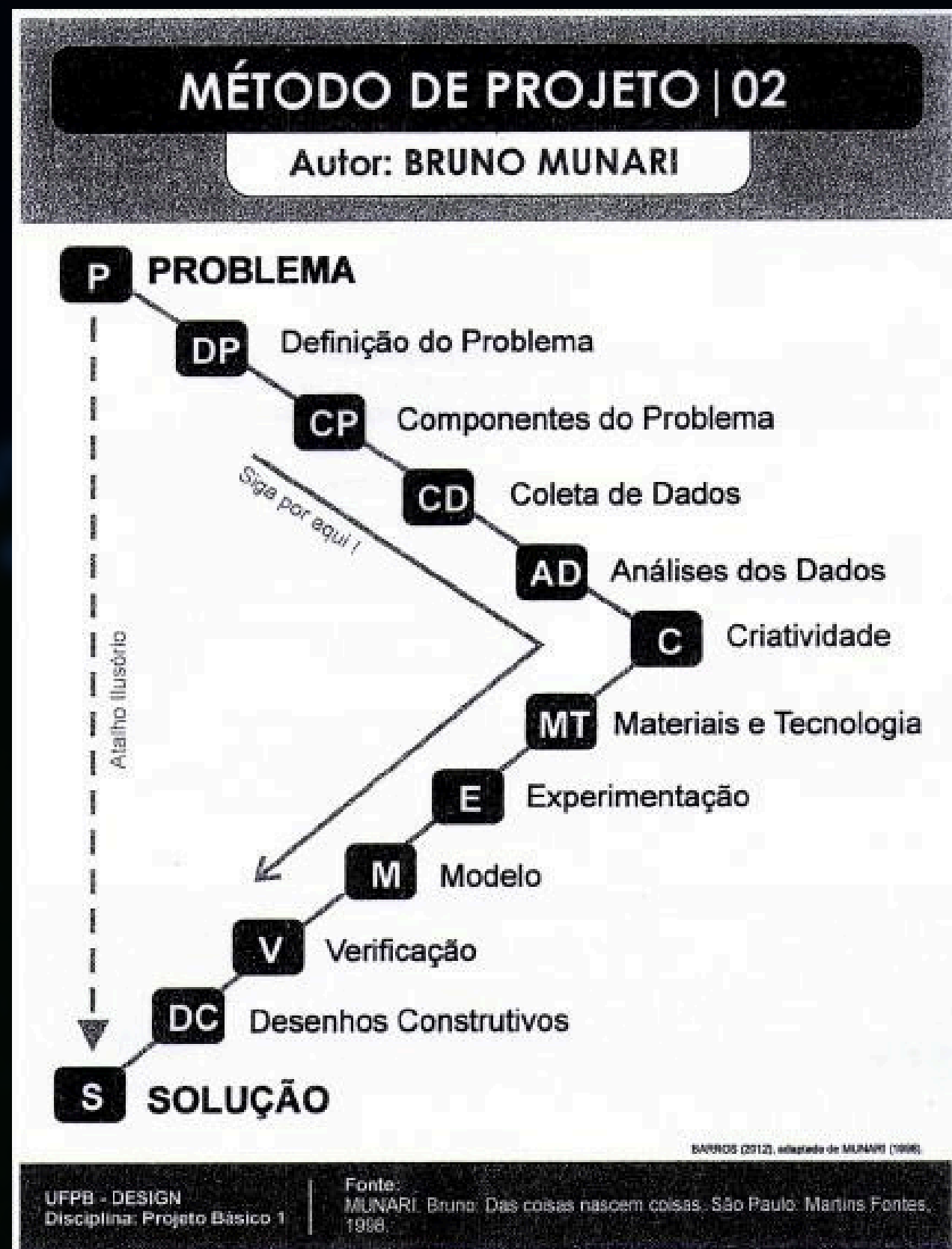
## *Mo.co*

Jogo mobile de RPG, possui diferentes mundos em que se encontram monstros para serem abatidos e dar recompensas aos jogadores, através de missões diárias ou missões específicas de cada região. Explorando diferentes localidades com outros jogadores ou até mesmo batalhar contra outros jogadores, Mo.co proporciona diferentes possibilidades de experimentar o jogo.



*Metodologia Projetual*

# Metodologia Projetual



Utilizando como inspiração a metodologia do Bruno Munari (2008), foi feita uma definição do problema, uma pesquisa de mercado inicial, feita dia 03 de janeiro de 2025, com uma amostra de 28 respostas obtidas, sobre o perfil, ou perfis, com a amostra de jogadores e seus hábitos de consumo com o jogo, para uma melhor definição e entendimento da comunidade brasileira.

Posteriormente feito uma segunda pesquisa, no dia 10 de maio de 2025, com uma amostra de 3 respostas obtidas, quanto ao desenvolvimento feito sobre o projeto, para depois ser feitas alterações, se necessário e finalização.

# *Pesquisa de Mercado*

Pesquisa de mercado feita no Google Docs, compartilhado no dia 03 de janeiro de 2025, questionário semi estruturado, Online e dando a liberdade de tempo para a obtenção de respostas.

Foram recebidas 28 respostas ao todo:

idade: público jovem adulto, entre 15 e 26 anos de idade,

Casual ou diários: jogadores casuais;

Renda: 2 a 5 salários mínimos;

Compra de passes: não têm o costume de comprar o passe da temporada, pois, dependendo, não têm interesse nos itens da temporada;

Tempo de jogo: 1 a 3 horas diárias em média jogando;

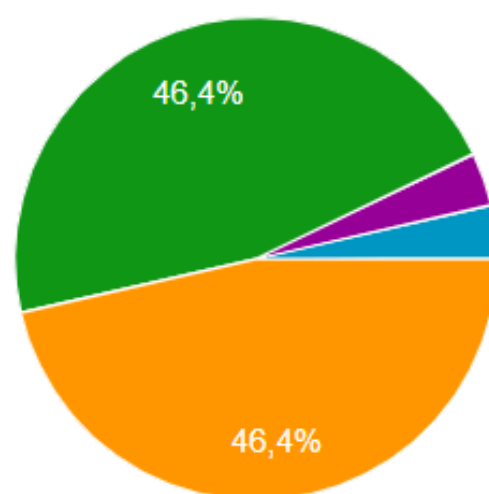
Adesão a ideia do projeto: mesmo com a existência de temporadas similares ao projeto, possuem interesse em uma temporada focada mais nas artes.

# Pesquisa de Mercado

Qual a sua idade?

28 respostas

 Copiar gráfico

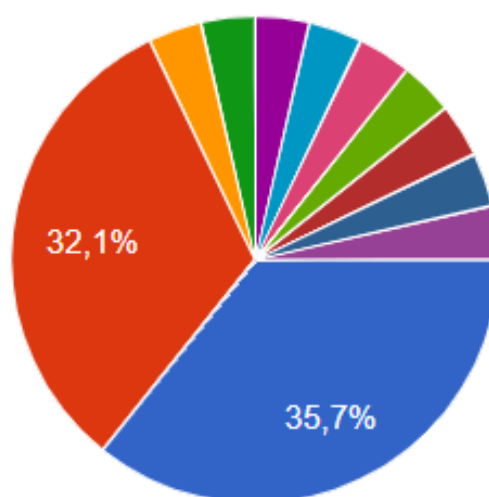


- menos de 10 anos
- 10 a 14 anos
- 15 a 20 anos
- 21 a 26 anos
- 27 a 31 anos
- 30 +

Tem costume de comprar o passe?

28 respostas

 Copiar gráfico



- Sim
- Não
- Mais ou menos, só comprei 2
- Por enquanto não, já que só presenci...
- Depende, se o passe valer a pena sim.
- Depende muito dos cosmeticos
- Como estou recentemente no jogo, es...
- Comecei a pouco tempo, tenho apena...

▲ 1/2 ▼

Quanto tempo passa jogando Sky? (diária, semanalmente e etc)

28 respostas

Quando vou Farma, dura quase 4 a 5 horas

Não jogo tem alguns anos

Umás 2 horas diariamente por causa da farm, semanalmente umas 15 horas talvez

Umás 5h

1 a 2h

2/3 horas

4hrs

2 horas por semana

Semanalmente

*Pesquisa de mercado feita no Google Docs, no dia  
03 de janeiro de 2025*

*Foram obtidas 28 respostas*

# Pesquisa de Mercado

Caso não tenha costume, o que te faz não comprar o passe?

16 respostas

Tempo e interesse

Pelo dinheiro, que esta em falta, ou por simplesmente não gostar dos itens e etc

O único passe que não comprei foi da temporada do ninho, não gostei

Dinheiro

Não acho tão atrativo

O preço e insatisfação com itens ultimates

Valores dos cosmeticos e como eles sao. As vezes ate o supremo nao vale a pena pois n e bonito o suficiente pro valor

Dinheiro que não é necessário gastar ali, existe outras prioridades

Muito caro e sou nova no iodo. não sei de muitas coisas

Em sua opinião, que poderia ter em uma temporada do sky?

28 respostas

Criação de novos mapas mais criativos e com mais novidade

Não sei

Mais espíritos, mais emotes, inovação, custo beneficio, itens bonitos

Espaços interativos, existem muitos mapas bonitos, mas os jogadores não passam muito tempo neles.

Cosméticos bonitos e nem elaborados e a maioria vim sem precisar comprar o passe

Temporadas em collab ( Little Nightmares)

Mais cabelos

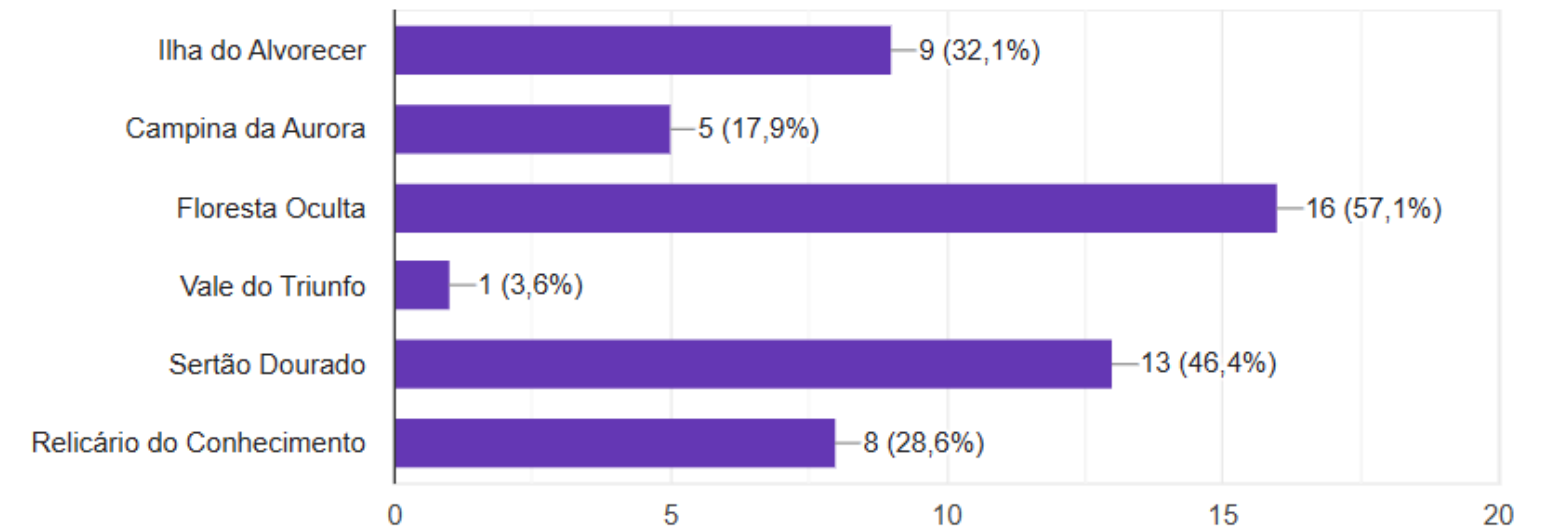
Não sei dizer

Espíritos que contam a história do jogo, infelizmente estamos tendo espíritos que acrescentam em uma história que não é a principal

Qual(is) reino(s) gostaria que tivesse uma temporada?

[Copiar gráfico](#)

28 respostas



Acessórios mais requisitados: Sapatos, roupas, cabelos e acessórios.

Item mais procurado: Máscara.

Ideias para temporadas: melhor representação do lugar escolhido, novas formas de farmar, mapas mais interessantes.

A stylized illustration of a woman in a yellow dress standing in a dark, cave-like setting. The scene is set against a dark blue night sky filled with numerous small, light blue stars. A large, glowing white circle, resembling a full moon or a bright planet, is positioned in the upper center of the sky. The woman is standing on a stone path that leads into the distance. The overall atmosphere is mysterious and ethereal.

*Personas*

## *Justificativa*

No presente portfólio, após a pesquisa qualitativa, foi feita a persona principal, para conseguir entender mais sobre o público com qual será trabalhado. Entretanto, optou-se trabalhar com uma quantidade de 5 personas, para abranger os subgrupos já existentes dentro da base de jogadores, além de explorar novas possibilidades para subgrupos, desenvolvendo estilos, mecânicas e mini eventos para todos os públicos selecionados.

## *Perfil principal de jogador*

Idade: entre 21 e 31 anos

Profissão: variada

Classe social: D

Perfil de jogador: Casual

Gênero: indefinido

Tempo diário de jogo: 1 a 2 horas no máximo

O que gosta: Itens interessantes, personalizáveis

Principais itens: capa, cabelo, roupa, sapatos e acessórios

O que não gosta: Preços muito caros e itens ultimate não interessantes

Possibilidade: subdivisão de grupos já existentes e explorar possibilidade de novos nichos.

## Persona 1 - Moda



Nome: Amélie

Idade: 23 anos

Profissão: Estilista

Classe social: C

Perfil de jogadora: Casual

Personalidade: Ousada, determinada e criativa. Gosta de explorar combinações e customizar seus avatares sempre que tem uma ideia nova. Procura sempre um descanso da vida corrida do dia a dia, mas sem perder o contato com seu lado mais criativo e curioso.

O que gosta: Montar looks, tirar fotos, testar poses diferentes para fotos e se explorar visuais diferentes em cada evento.

O que não gosta: Players chatos, temporadas sem criatividade, demora para conseguir algo dentro do jogo,

## Persona 2 - Dança



Nome: Maria Rosa

Idade: 27 anos

Profissão: Bailarina

Classe social: C

Perfil de jogadora: Casual

Personalidade: Elegante, extrovertida, suave, delicada, amorosa e gentil. Gosta de interagir e ajudar a todos ao seu redor, tirando um tempo para poder jogar com amizades ou membros mais novos da família.

O que gosta: Ajudar novos jogadores, música clássica, looks delicados e mais “princesa”.

O que não gosta: Pessoas rudes, quando o celular trava, isolamento, falta de opções de acessórios no jogo.

## Persona 3 - Música



Nome: Beatriz

Idade: 15 anos

Profissão: Estudante do ensino médio

Classe social: B

Perfil de jogadora: Assídua

Personalidade: Extrovertida, criativa, curiosa e direta. Diretas nas suas ações e falas, amigável e a melhor playlist em sua roda de amigos. Entusiasta da música, com sonho de se tornar uma futura DJ, estuda todos os tipos de música e seus detalhes, explora todas as possibilidades de estilos, pessoas e ritmos

O que gosta: Batidas energéticas, músicas mais rápidas e envolventes, fazer suas próprias melodias, roupas folgas mas estilosas.

O que não gosta: Ficar sem bateria, regras, discussões e sentir saudades de seus amigos.

## Persona 4 - Pintura



Nome: Isaque

Idade: 9 anos

Profissão: Estudante do ensino fundamental

Classe social: C

Perfil de jogador: Casual

Personalidade: Energético, entusiasmado, tímido e divertido. Se diverte fazendo aquilo que seu coração deseja fazer, adora desenhar e pintar com giz de cera, lápis de cores e tinta guache, tudo que precisa é só uma folha de papel para começar a fazer sua arte.

O que gosta: Pintar, desenhar, colorir, brincar, jogar roblox, assistir desenhos e jogos no YouTube.

O que não gosta: Fazer a tarefa de casa, ficar no tédio, dormir cedo e jogos de terror.

## Persona 5 - Teatra



Nome: Danthe

Idade: 31 anos

Profissão: Roteirista

Classe social: B

Perfil de jogador: Casual

Personalidade: Ambivertido, sociável, detalhista, vive no mundo da lua, centrado e imaginativo. Gosta de procurar meios diferentes de contar histórias, assim como seus elementos, personagens, tempo e “plots”. Achou interessante a Temporada da Performance - envolve teatro-, procura se desestressar e relaxar de tempos em tempos, não é muito fã de jogos no geral.

O que gosta: Criar e escrever histórias, relaxar, viajar, visitar museus, assistir peças de teatro e escutar música.

O que não gosta: Bloqueios criativos, atores atrasados, histórias mal elaboradas e com poucos detalhes.



*Painel tecnológico*

## *Painel tecnológico*

O que vai ser utilizado na produção de jogos, hardware e software, podem variar dependendo do projeto, então será apresentado uma base no que será apresentado.



Computadores com capacidade e desempenho para rodar os programas de modelagem, animação e demais programas.



Programas de modelagem 3d, como Auto Desk e Blender.

# *Painel tecnológico*



Ferramentas de animação 3D.

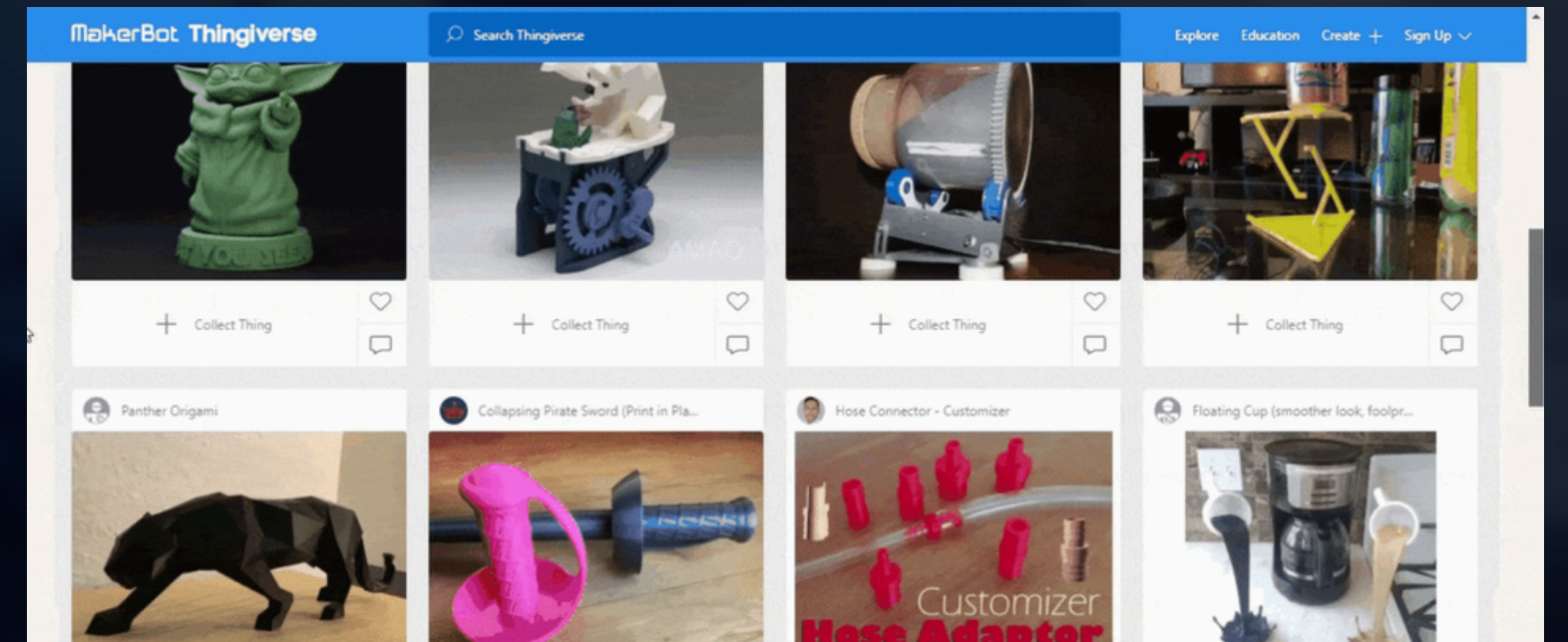


Dispositivos para ilustração, edição de imagem, dentre outros.

# Painel tecnológico



Ferramenta de armazenamento.



Sites e marketplaces para recursos 3d, texturização, objetos e afins.



*Processo Criativo*

*Sky- Os Filhos da Luz*



## *Sky- Os Filhos da Luz*

Sky é um jogo casual de mundo aberto para todas as idades, em que no universo do jogo somos "crianças" que agora possuem corpos físicos e temos que explorar um novo mundo composto por 7 reinos, cada qual com sua história e complemento para história principal do jogo.

Aventurando-se pelo mundo, conhecemos aqueles que um dia já viveram nele, nos conectando com seus espíritos e aprendendo com o que podem nos ensinar, descobrimos diferentes áreas e histórias daqueles que já passaram pelo mundo. Simbolizando a vida e seu ciclo, também há a possibilidade de nos conectarmos com outros jogadores em tempo real, construindo novas amizades, aventuras, momentos e vivências dentro do jogo.

# Análise de figurino



## *Análise de figurino*

Focado no minimalismo, o figurino de sky é classificado como simbólico, (Costa, 2002 apud Betton, 1987), já que não se baseia exatamente em um período histórico específico, mesmo tendo inspiração na indumentária asiática de várias épocas, também proporcionando mini eventos com acessórios e peças de roupas mais ocidentais e contemporâneas, submergindo o jogador de diferentes formas na fantasia estilizada do jogo.

A escolha no design minimalista, foi feita possibilitando composições estéticas interessantes que podem ser combinadas por um jogador ou vários jogadores simultaneamente.

## *Temporada da Criatividade*

A temporada irá se passar na Ilha do Alvorecer, por ser um reino pouco utilizado, após os “sky kids” escutarem o chamado distante e tímido até um castelo grande e parcialmente destruído após a quebra do cristal do Éden, esse castelo na realidade seria um tipo de faculdade para os espíritos, que buscavam aprender mais e se especializar no que gostam.

Ao explorar a área, os jogadores terão acesso ao salão principal, que dá acesso às salas de música, ballet, dança, moda e no segundo andar a sala de pintura e demais artes. Encontrando uma tela de pintura, que através de desenhos irá indicar a área e o espírito que será desbloqueado.

Com a ajuda do espírito, os jogadores irão restaurar as salas e o salão principal, aprendendo novos “emotes” e a história de cada espírito antes da tragédia. Ao final, irão libertar a dona do chamado, que trouxe todos até aquele hall, revelando finalmente a guia da temporada e comemorando a reunião do grupo de amigos, os espíritos da temporada, com um sarau de artes, possuindo áreas de dança, música, uma sessão desse espaço destinado para fotografia e outra para pequenas peças e encenações.

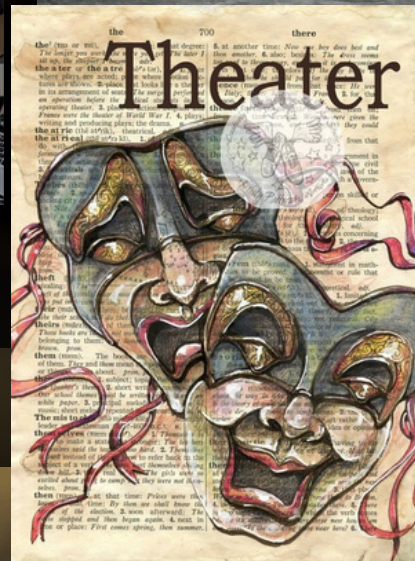
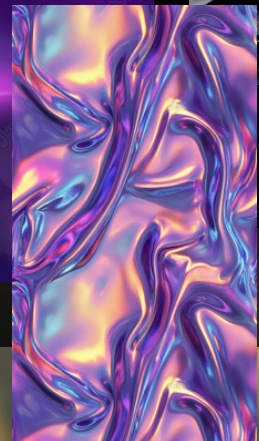
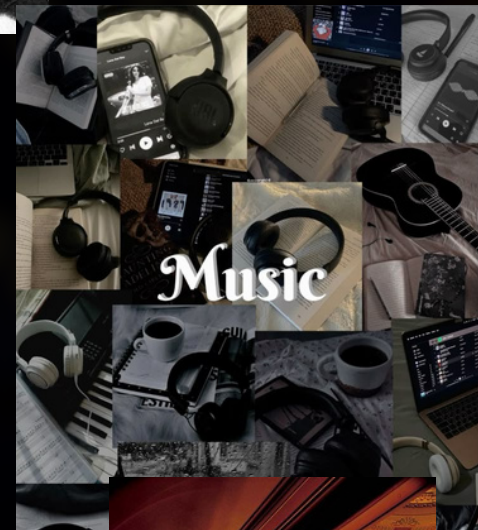
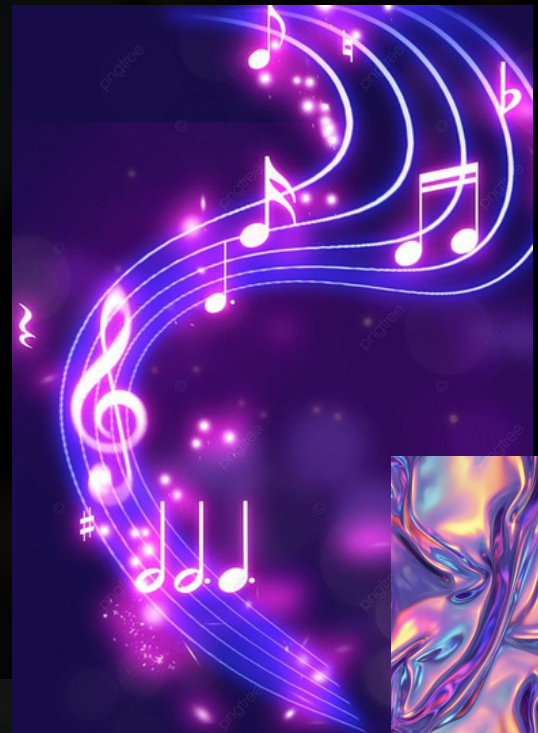
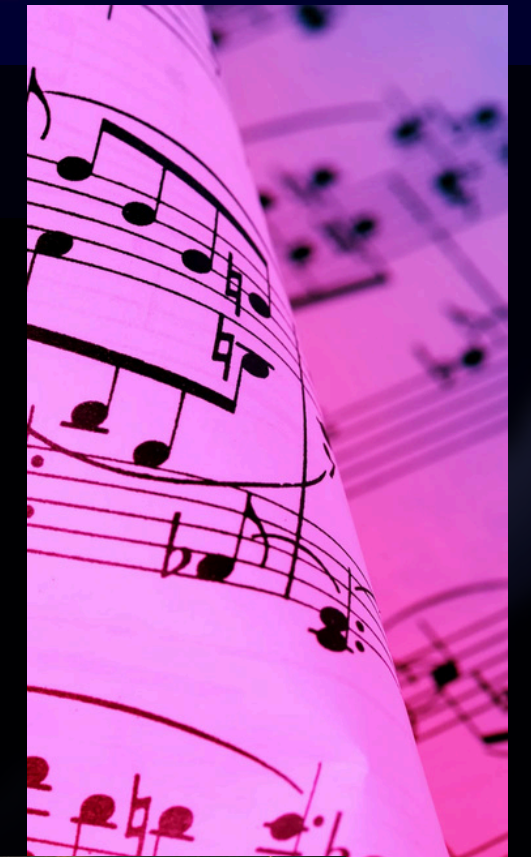
## *Processo Criativo*

O processo criativo, é uma das principais etapas para o desenvolvimento de qualquer projeto, pois auxilia a guiar o que já foi definido no projeto, sem perder sua essência, mesclando com as ideias que surgem no decorrer da elaboração do trabalho.

O início do projeto se deu com o desenvolvimento de um moodboard, painel pensado como as raízes do que será desenvolvido, e cartela de cores, utilizando tons que remetessem a maioria dos reinos presentes no jogo.

Com as ideias pré selecionadas, foram desenvolvidos rascunhos iniciais no papel para os personagens, seguindo posteriormente para o digital, confeccionando modelos coloridos com as primeiras ideias geradas, posteriormente realizadas algumas correções e outras possibilidades de acessórios, roupas e silhuetas.

# Moodboard



# Cartela de cores



Código Hex: #4722A6

RGB: (71,34,166)

CMYK: (57,80,0,35)

HSL: (257,66%,39%)

Código Hex: #CB7F28

RGB: (203,127,40)

CMYK: (0,37,80,20)

HSL: (32,67%,48%)

Código Hex: #FFC9E1

RGB: (255,201,225)

CMYK: (0,21,12,0)

HSL: (333,100%,89%)

Código Hex: #530707

RGB: (83,7,7)

CMYK: (0,92,92,67)

HSL: (0,84%,18%)

Código Hex: #125E75

RGB: (18,94,117)

CMYK: (85,20,0,54)

HSL: (194,73%,26%)

## *Escolha de cores e Silhuetas*

Utilizando do livro “A Psicologia das Cores” de Eva Heller (2013), junto também das cores principais de cada reino fictício mencionado no enredo do jogo, para definir as principais cores ou acorde de cor de cada personagem e suas silhuetas.



## *Perfil de Personalidade*

**Estilista:** Glamouroso, introvertido, amigável e extravagante. Gosta de ser o centro das atenções só pelo glamour de seu estilo, não precisando de mais nada do que um belo look.

**Bailarina:** Gentil, amável, suave, atenciosa e carinhosa. O espírito mais amigável que irá conhecer, sua presença por si só já faz o ambiente ficar mais suave e te faz querer acompanhá-la em uma de suas danças.

**DJ:** Rebelde, agitada, intensa e descolada. Sua intensidade pode ser vista e ouvida de longe, além de muito competitiva, ela sempre sabe o que todo mundo gosta de escutar e como melhorar qualquer música.

**Ator:** Bipolar, extrovertido, dramático, curioso e divertido. Sempre flutuando entre seus momentos de alegria e melancolia, suas atuações são vibrantes, emocionadas e tão realistas, que cria a sensação de quem assiste, estar também fazendo parte da peça.

## *Perfil de Personalidade*

Pintora: Criativa, tímida, reservada, gentil e quieta. Uma calma por vezes muito silenciosa, mas sua visão de mundo e filosofia, principalmente visto através de suas pinturas, te faz entender que o silêncio, ou uma pincelada, pode falar mais do que mil palavras.

## *Escolha de cores e Silhuetas*

Bailarina: Rosa + acorde do amor, preferindo usar mais rosa do que vermelho, para trazer mais feminilidade, suavidade e aspectos românticos para a personagem, como seu vestido ser mais longo, suas mangas bufantes como a manga presunto do século XIX (Stevenson, 2011). (Inspirada na Campina da Aurora). “A enorme manga presunto, cheia a partir do cotovelo e com o antebraço justo até o punho, foi a manifestação desse estado de espírito exuberante. Ela se tornou tão inflada que forros de musselina engomada eram insuficientes, e almofadas estofadas passaram a ser presas nos braços para sustentá-las”. (Stevenson, NJ, 2012, pág. 22)



O amor

# Escolha de cores e Silhuetas

À MANGA PRESUNTO 1830-1837

**Volume na parte inferior da manga, 1836**  
Na segunda metade dos anos 1830, depois que suas extremidades haviam alcançado seus limites, as enormes mangas começaram a murchar e descer pelo braço. O corpete alongou-se e voltou a ser estruturado, enquanto a largura da saia, pregueada no corpete, precisou ser sustentada por anáguas. As saias voltaram a chegar até o chão e tornaram-se mais sóbrias.

**ELEMENTOS DA MODA**

- mangas passam a fazer peso, expõem ombros e colo.
- albornoz (manto oriental com capuz) para a noite.
- sapatinhas de couro baixas e de bico quadrado ou botinas com elástico.
- peléine para realçar os ombros.
- brocados (como nos vestidos do século XVIII) e anáguas engomadas.

**Padrão, c. 1835**  
No século XIX houve avanços tecnológicos na química dos pigmentos que revolucionaram a estampagem têxtil. Havia uma melhor compreensão do processo, e tecidos estampados tornaram-se amplamente disponíveis pela primeira vez. Vestidos com ornamentos extravagantes foram substituídos por trajes mais simples em padrões estampados, em particular lãs leves e algodões. Mas a muscelina branca adornada com renda continuou sendo considerada a mais adequada para as juvenzinhas.

**Mangas curtas, c. 1828**  
Este vestido mostra como a manga bufante dos anos 1800 começou a ganhar volume e se tornou a manga bufante, cortada num círculo completo. Em meados dos anos 1820, mangas curtas para roupas femininas podiam ser aumentadas sobrepondo-se uma manga longa de gaze transparente cortada na forma da manga presunto. Nos anos 1830, pouco após este vestido ser feito, a elaborada ornamentação dos ombros também ajudaria a torná-los mais amplos.

**Varição nas mangas amplas, 1835-37**  
A manga presunto foi o estilo mais característico da moda das mangas grandes nos anos 1830, embora outros estilos de mangas amplas fossem conhecidos como à l'imbécile ou à la folle. O volume aqui começa com uma queda a partir do ombro, de modo a não perturbar a linha do decote.



Cronologia da moda (Stevenson, 2011)  
Blackman, C., 100 Years of Fashion Illustration, Laurence King, 2007.  
Byrde, P., Nineteenth Century Fashion. Londres, Batsford, 1992.  
Fukai, A. e Suoh, T. (orgs), Fashion: From the 18th to the 20th Century. Colônia, Taschen, 2004.

## *Escolha de cores e Silhuetas*

Dj: utilizando do acorde de cor do calor, quis focar bastante no aspecto de representação do fogo, usando de franjas na calça, além de pequenos broches de fogo no cós da calça, o óculos também no formato de brasa, mas para contrastar, trouxe um azul escuro, remetendo a cor mais quente do fogo, azul. (Inspirada no Vale do Triunfo)

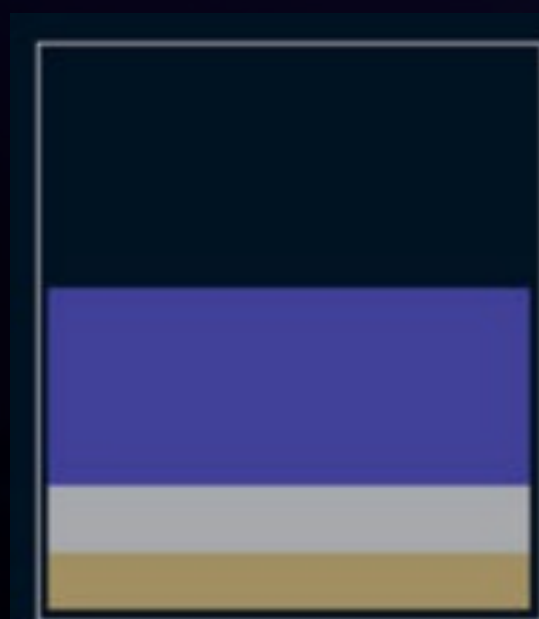


O calor

Psicologia das cores (Heller, 2013)

## *Escolha de cores e Silhuetas*

Estilista: Foram utilizados o acorde de cores do mistério para o personagem, enfatizando o drama e mistério da criatividade com roupas, utilizando de drapejados e silhueta alongados, colarinho muito felpudo, detalhes brilhosos na roupa e o aspecto de semitransparência e brilhosa da capa. (Inspirado no Relicário do Conhecimento)



O misterioso

Psicologia das cores (Heller, 2013)

## *Escolha de cores e Silhuetas*

Pintora: ainda utilizando os conhecimentos da Eva Heller como fonte, trouxe o verde para representar a calma da personagem, como traço de personalidade principal dela, e da arte que a mesma gosta, pintura, sua silhueta precisava ser simples, mas única, então sua capa seria em formato de pincel, trazendo uma mecânica nova ao jogo, que seria criar um rastro ao andar, que deixaria uma trilha temporária por onde a personagem andar, criando um degradê das cores do círculo cromático. (Inspirada no Sertão Dourado).



A segurança

Psicologia das cores (Heller, 2013)

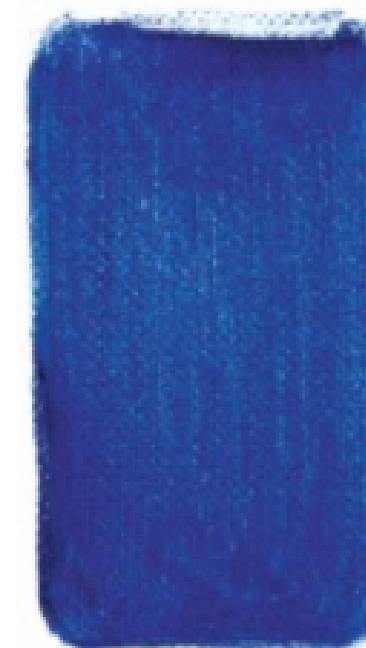
## *Escolha de cores e Silhuetas*

Ator: focado na dualidade, escolhi o laranja, para representar seu lado mais sociável e extrovertido, e o azul escuro, para seus momentos de melancolia profundos. Essa dualidade pode ser vista no reino da “Floresta Oculta”, em que a maior parte é melancólica e chuvosa, mas possui suas áreas de clareiras, criando contraste com a base melancólica do reino. (Inspirado na Floresta Oculta).



64 Sempre contente com a cara laranja: o personagem Ênio, da Vila Sésamo.

Psicologia das cores (Heller, 2013)



1 Ultramarinho quente, avermelhado.

Psicologia das cores (Heller, 2013)

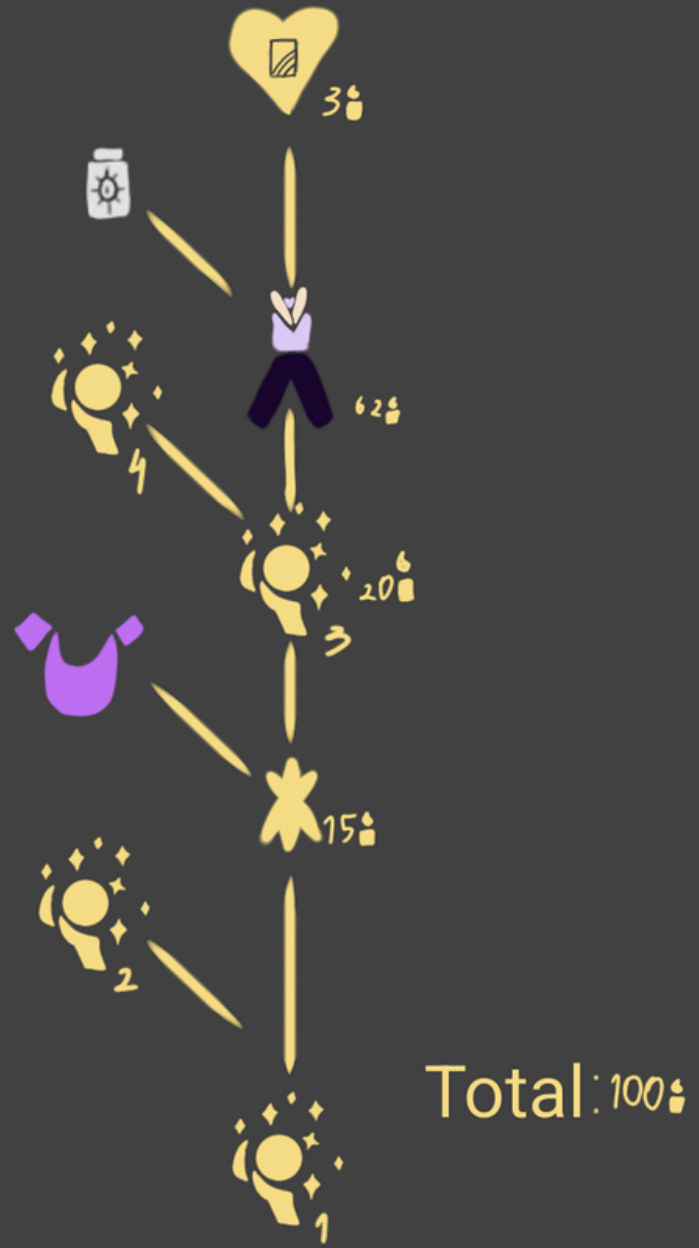


*Croquis Finais*

# Moda

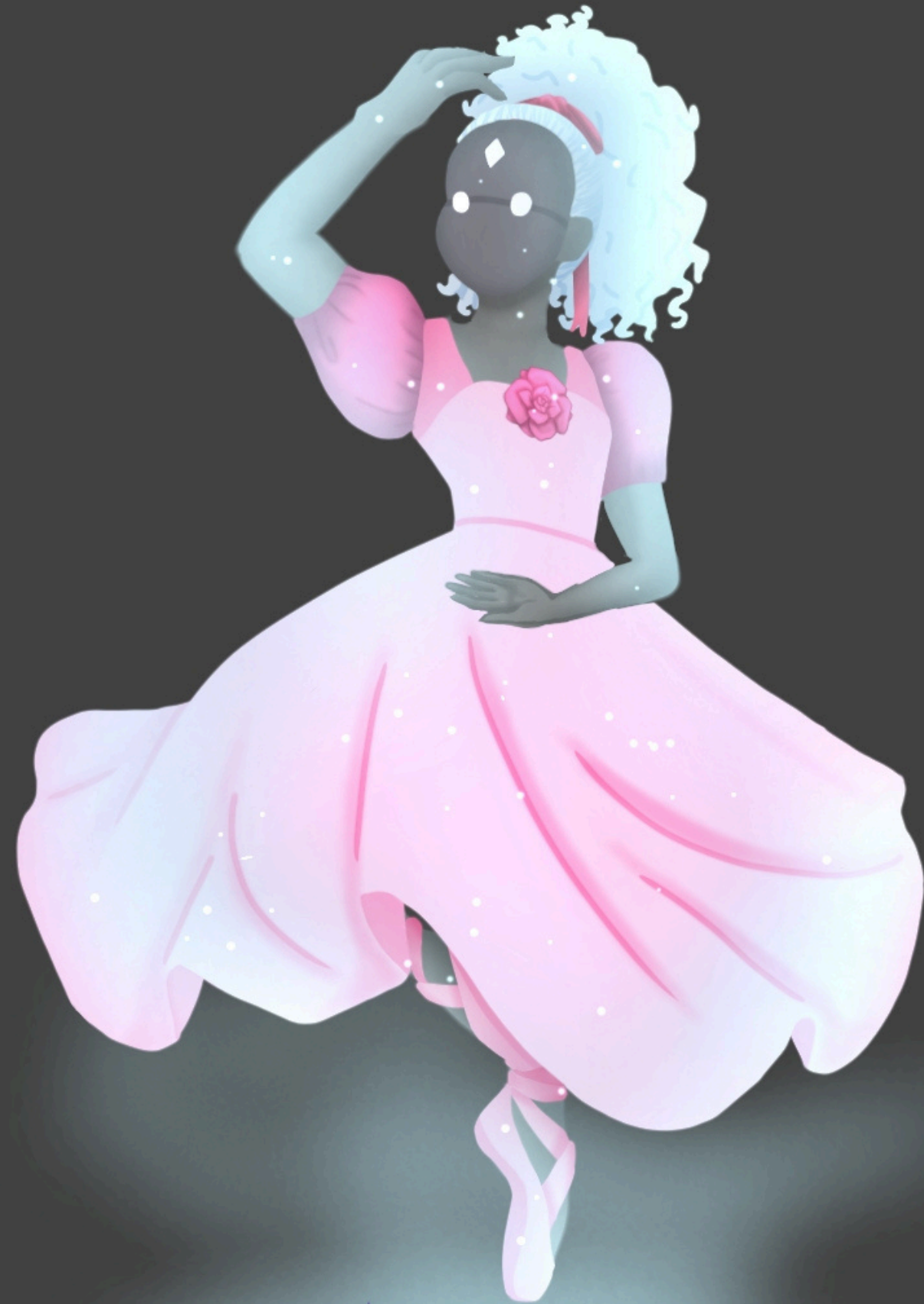


*Puan*  
16/09/2024

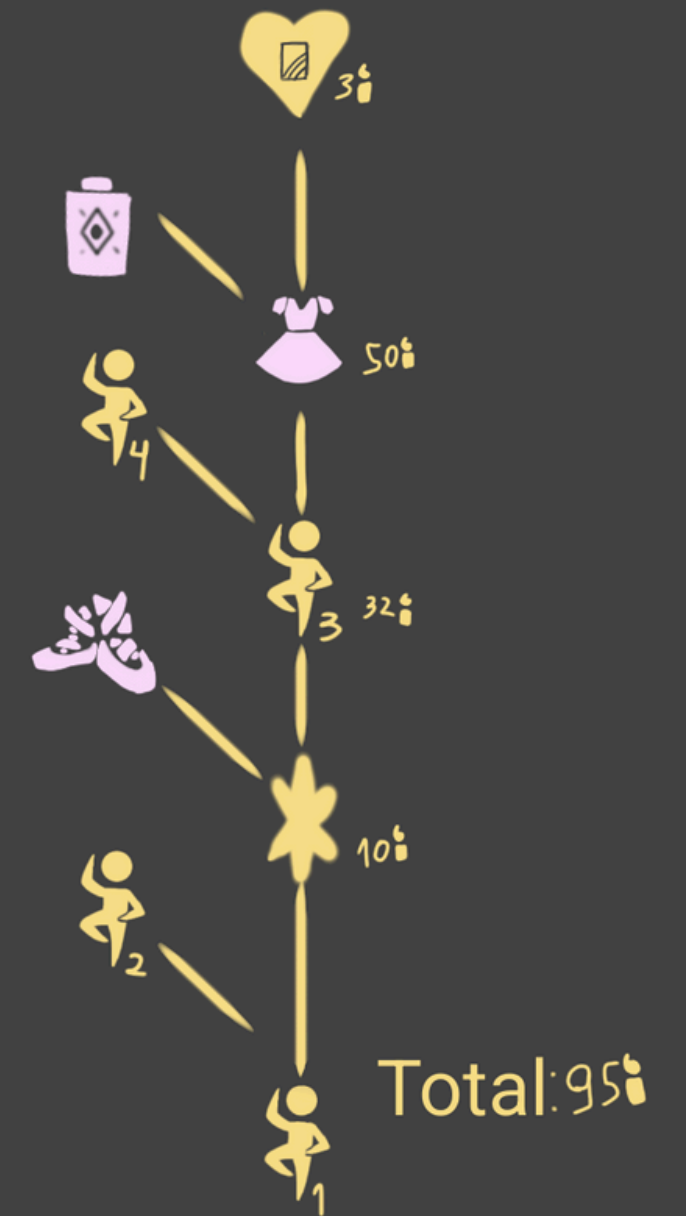


*Puan*  
16/09/2024

# Dança



*Dança*  
19/09/2024



# Música

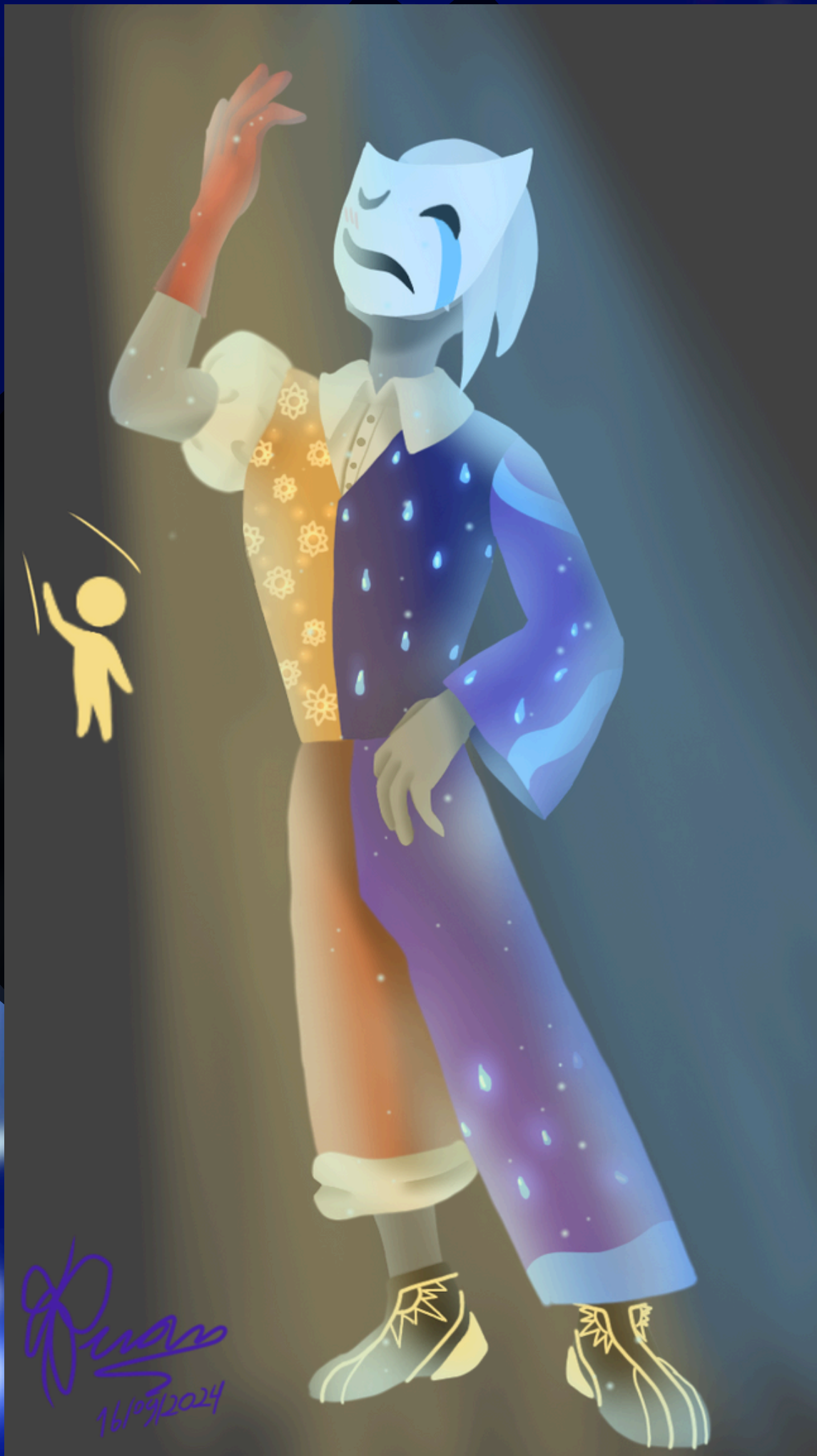


A diagram showing the cost breakdown of the avatar's outfit. The items and their costs are:

- Heart icon: 3
- Pizza slice icon (x10): 10
- Red can icon: 22
- Blue top icon (x10): 75
- Red shoes icon: 30

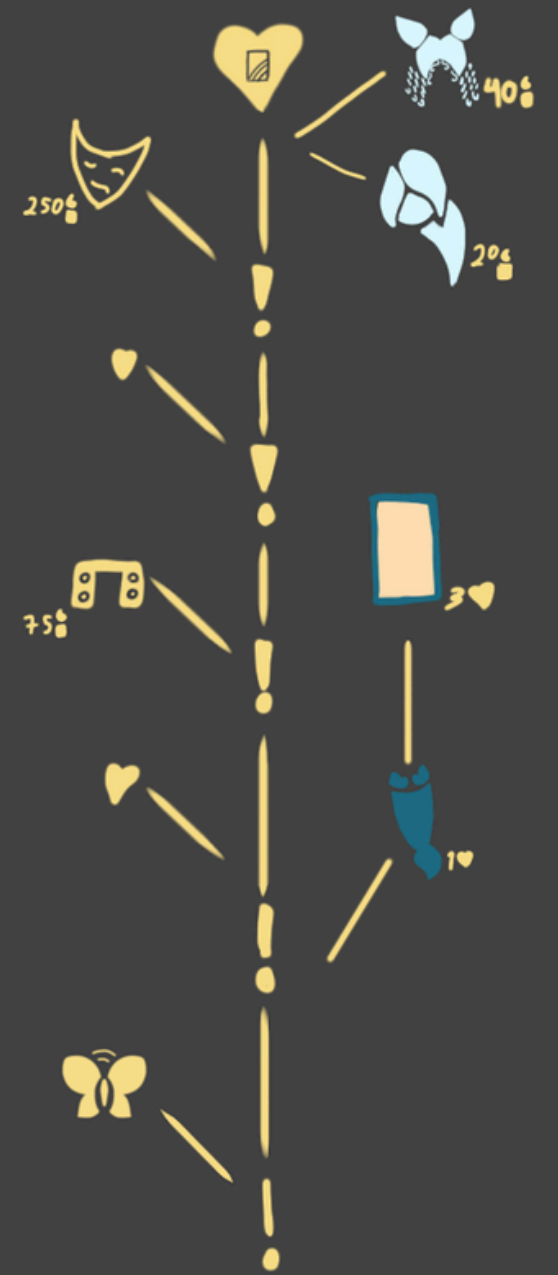
Total: 130

A smaller version of the full-body avatar from the first image, positioned on the right side of the diagram. It includes the same yellow icon and purple signature as the larger image.



Teatro

# Pintura





*Áreas dos espíritos*

*Moda*

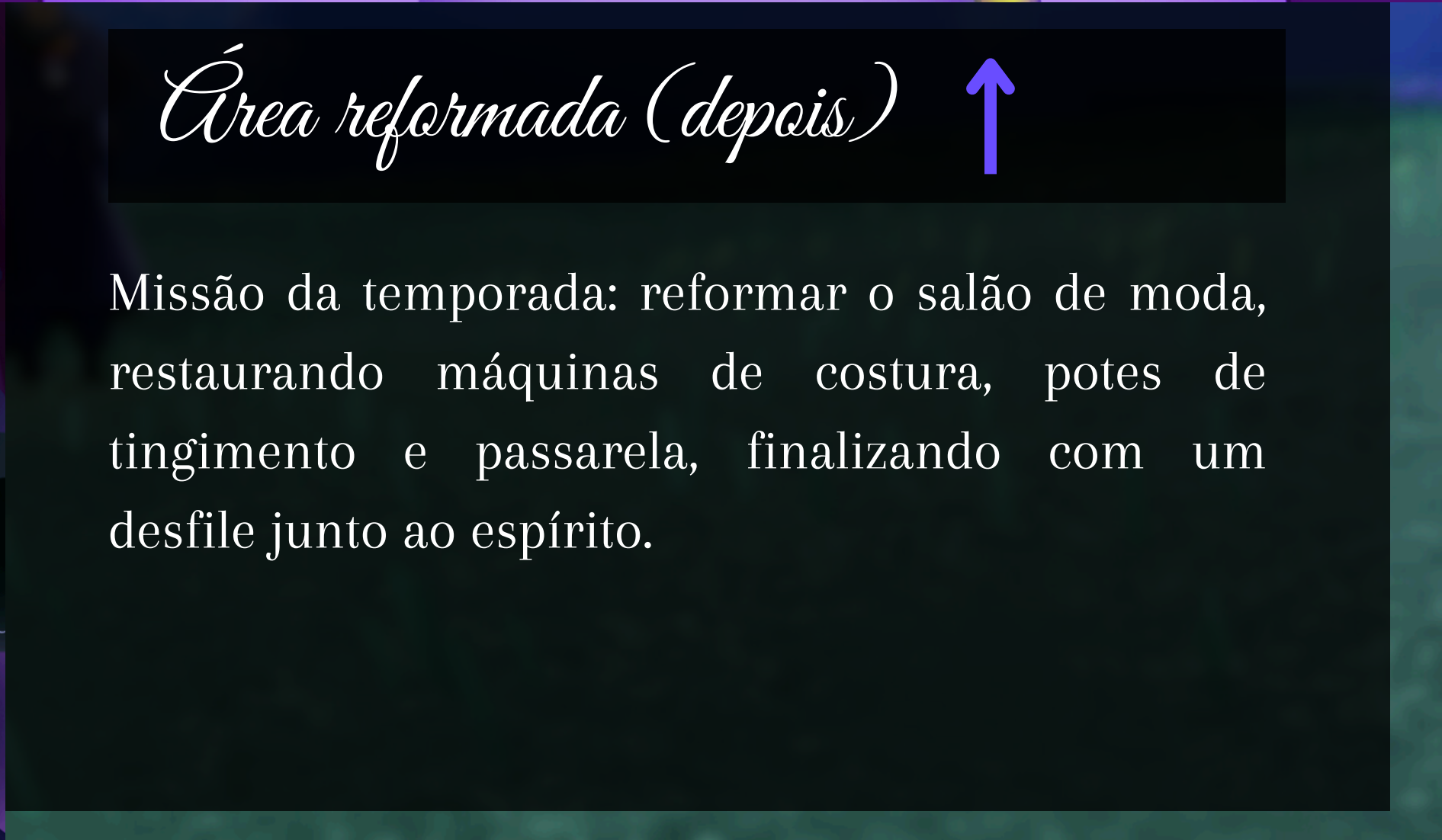
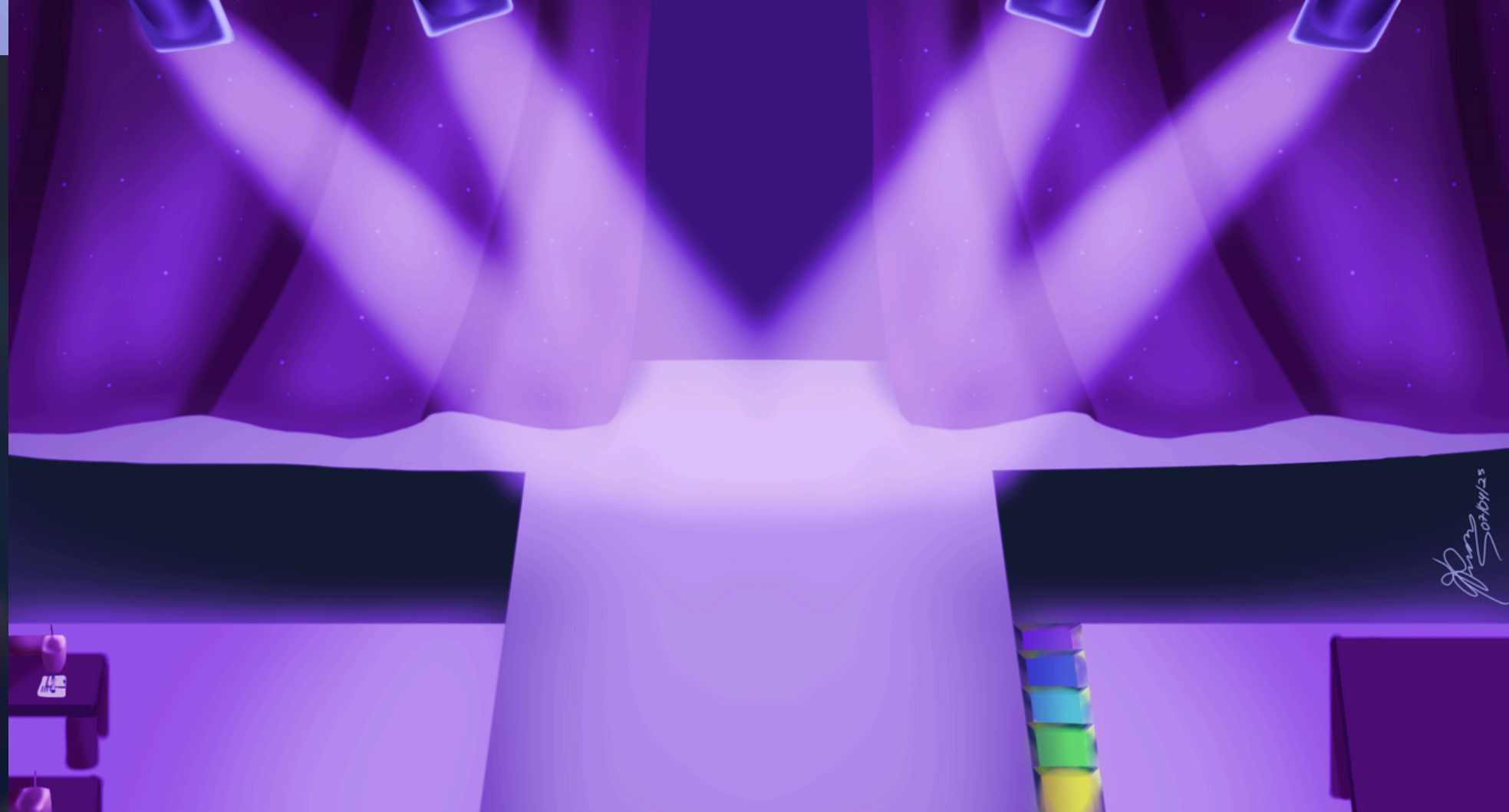
*Área destruída (antes)*

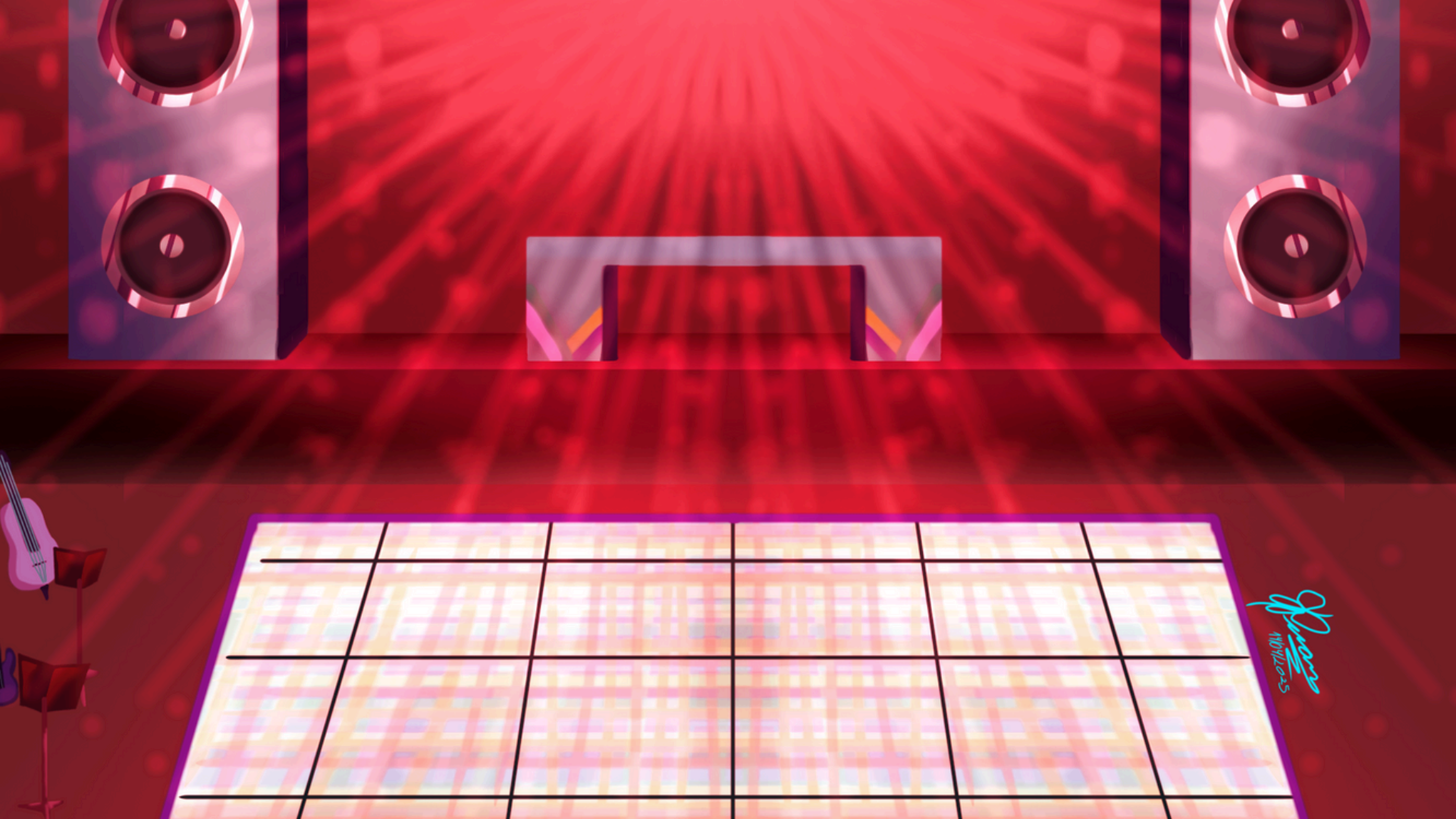


*Área reformada (depois)*



Missão da temporada: reformar o salão de moda, restaurando máquinas de costura, potes de tingimento e passarela, finalizando com um desfile junto ao espírito.





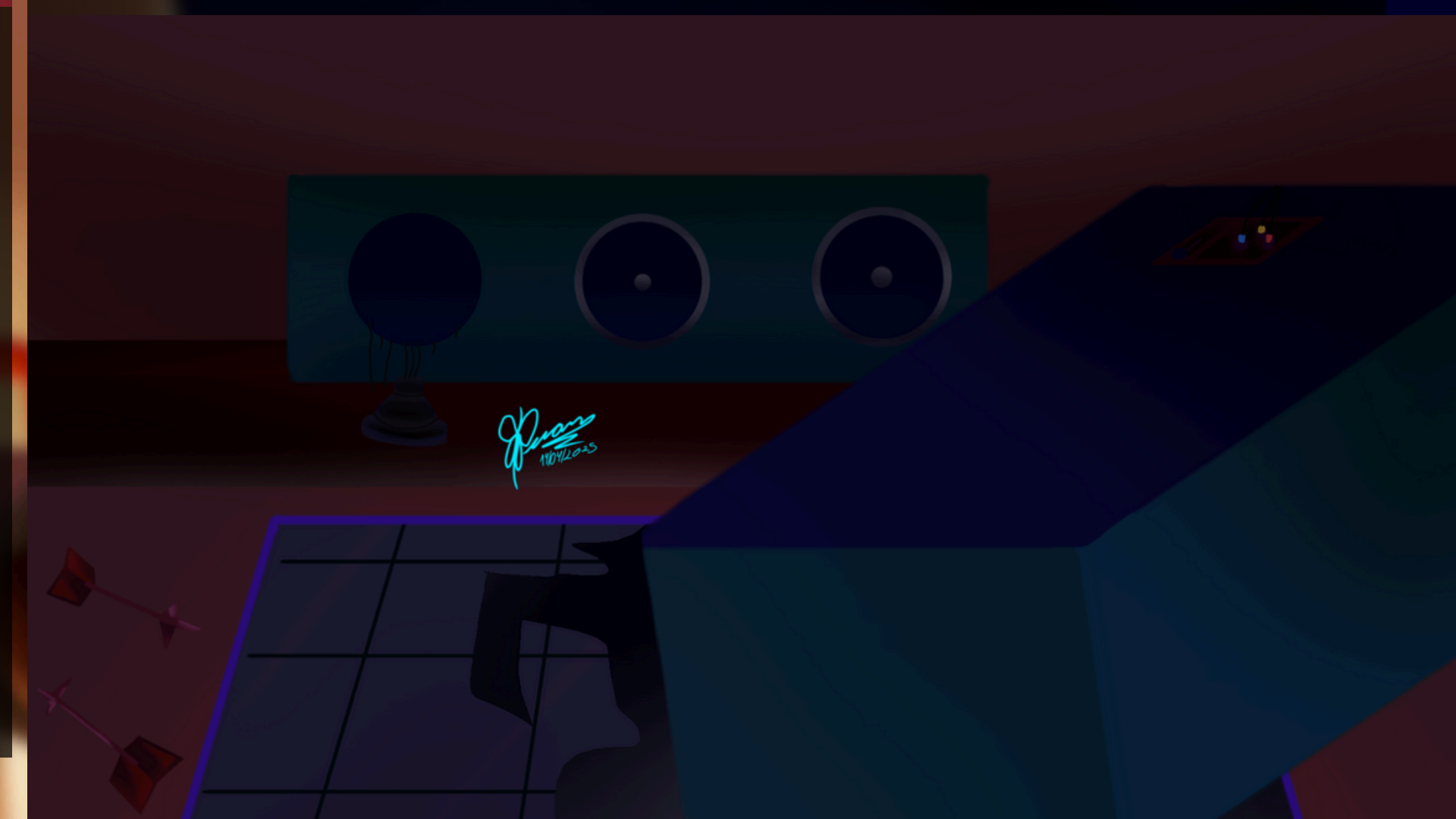
*Área reformada (depois)*

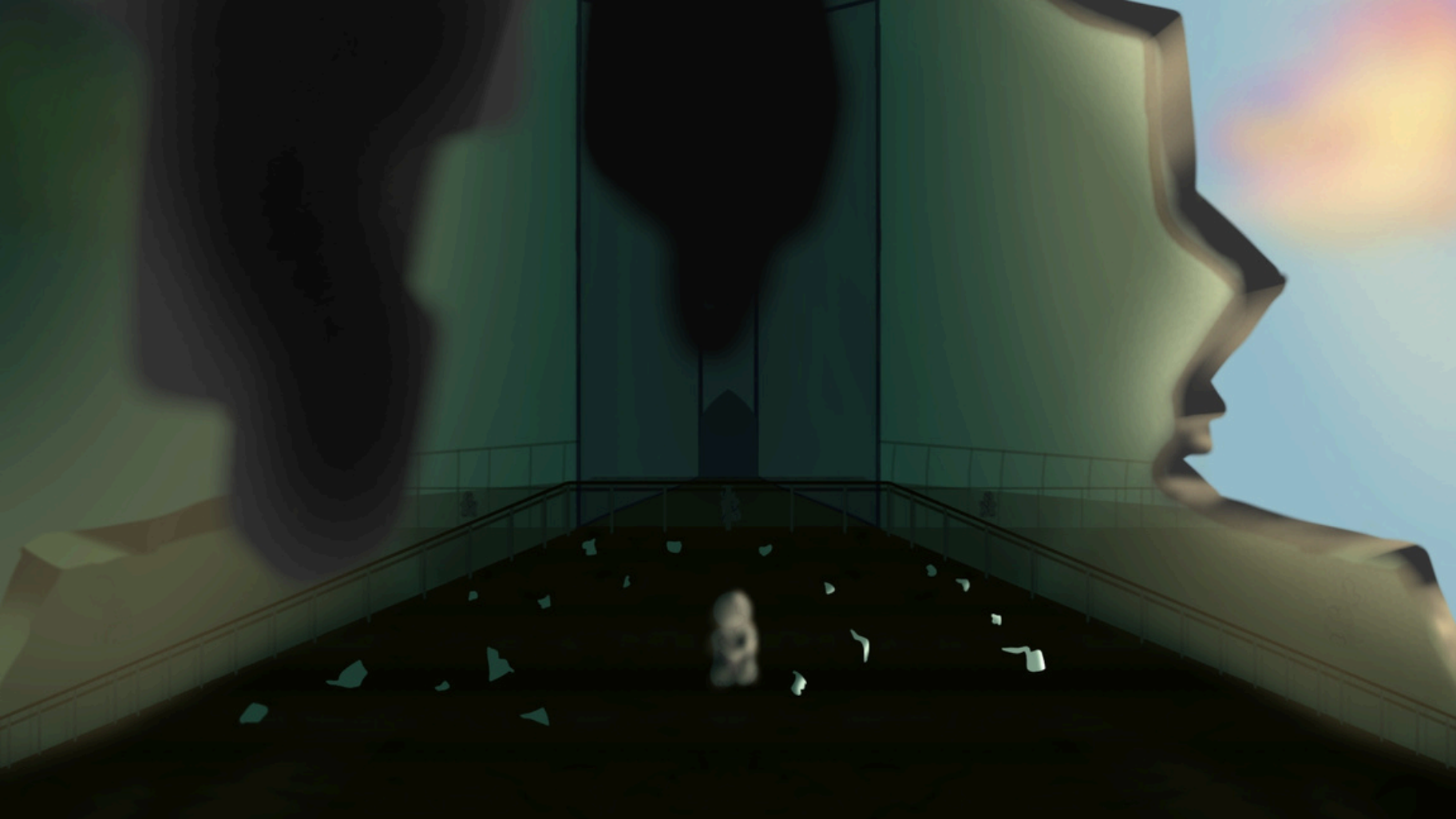


## *Música*

Missão da temporada: reformar a sala de música, consertar o piso de dança e finalizar criando uma música, ou remix, junto ao espírito.

*Área destruída (antes)*



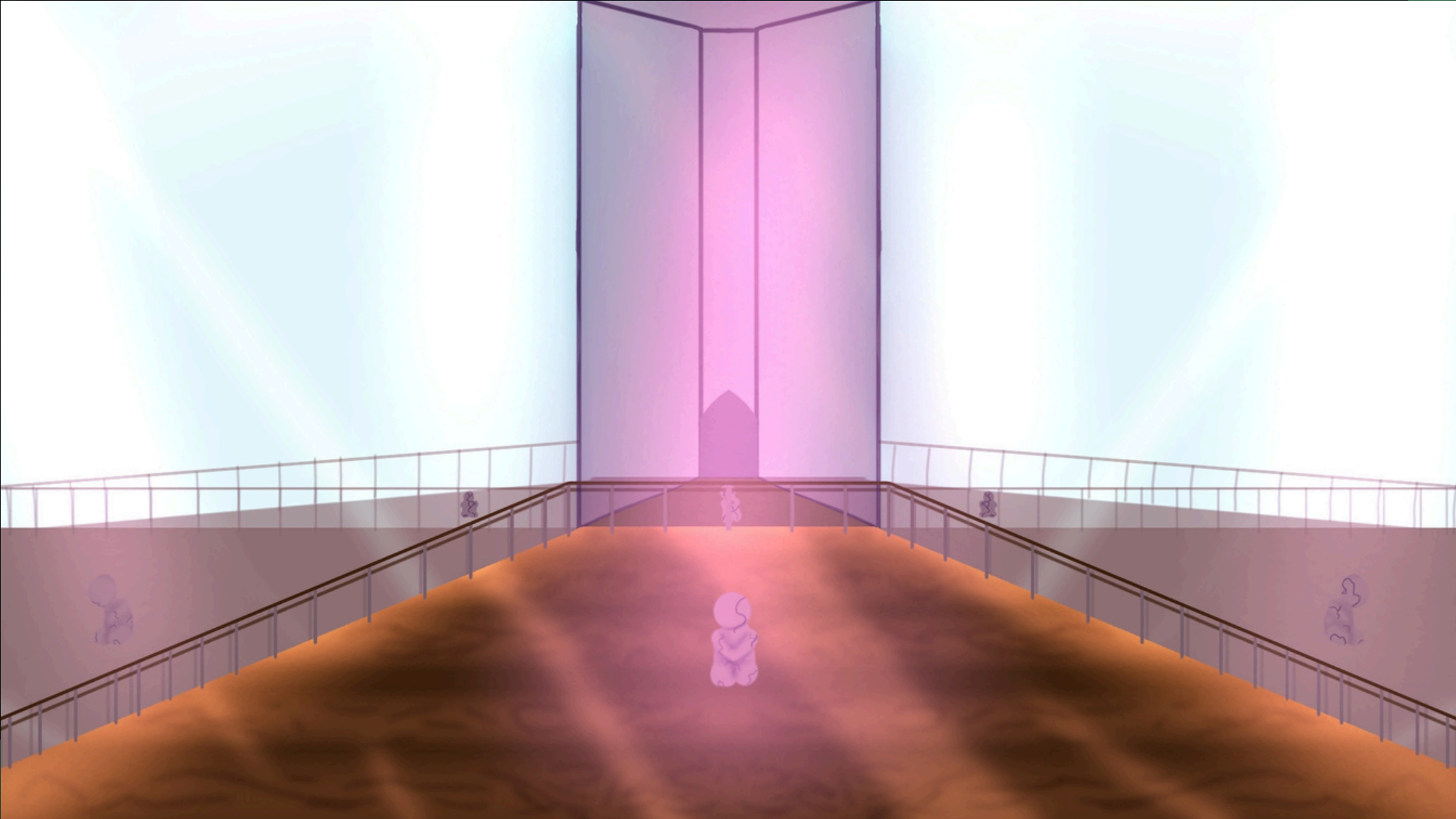


*Dança*

*Área reformada (depois)* ↓

*Área destruída (antes)* ↑

Missão da temporada: reformar a sala de Ballet, reconstruir os espelhos e finalizar acompanhando o espírito em um ensaio.



*Área destruída (antes)*



*Área reformada (depois)*



Missão da temporada: reformar o palco e sala de teatro, consertar as cadeiras, segundo andar e finalizar acompanhando o espírito em um ensaio de peça.

*Teatro*

*Pintura*

*Salão principal da temporada*

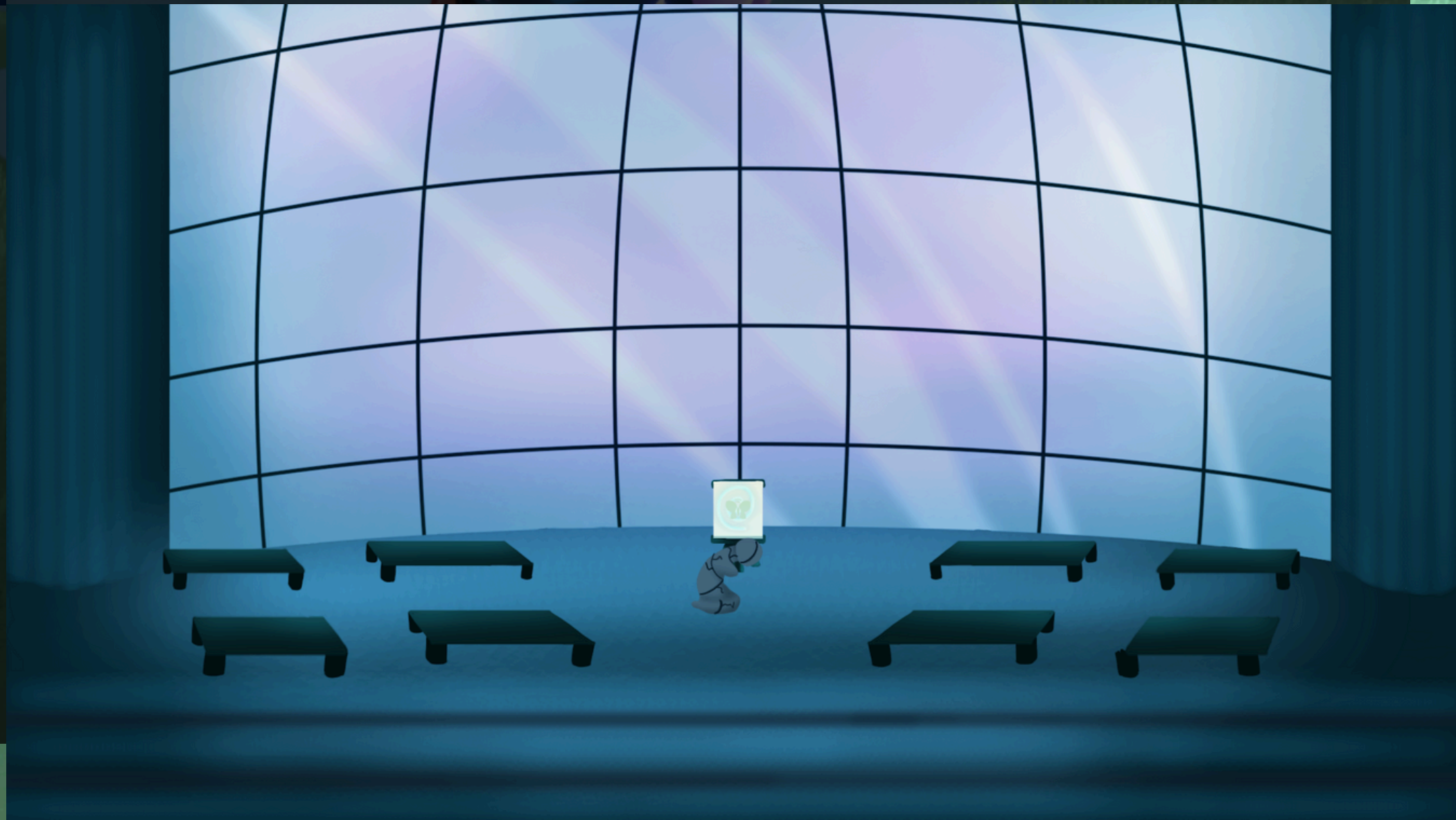
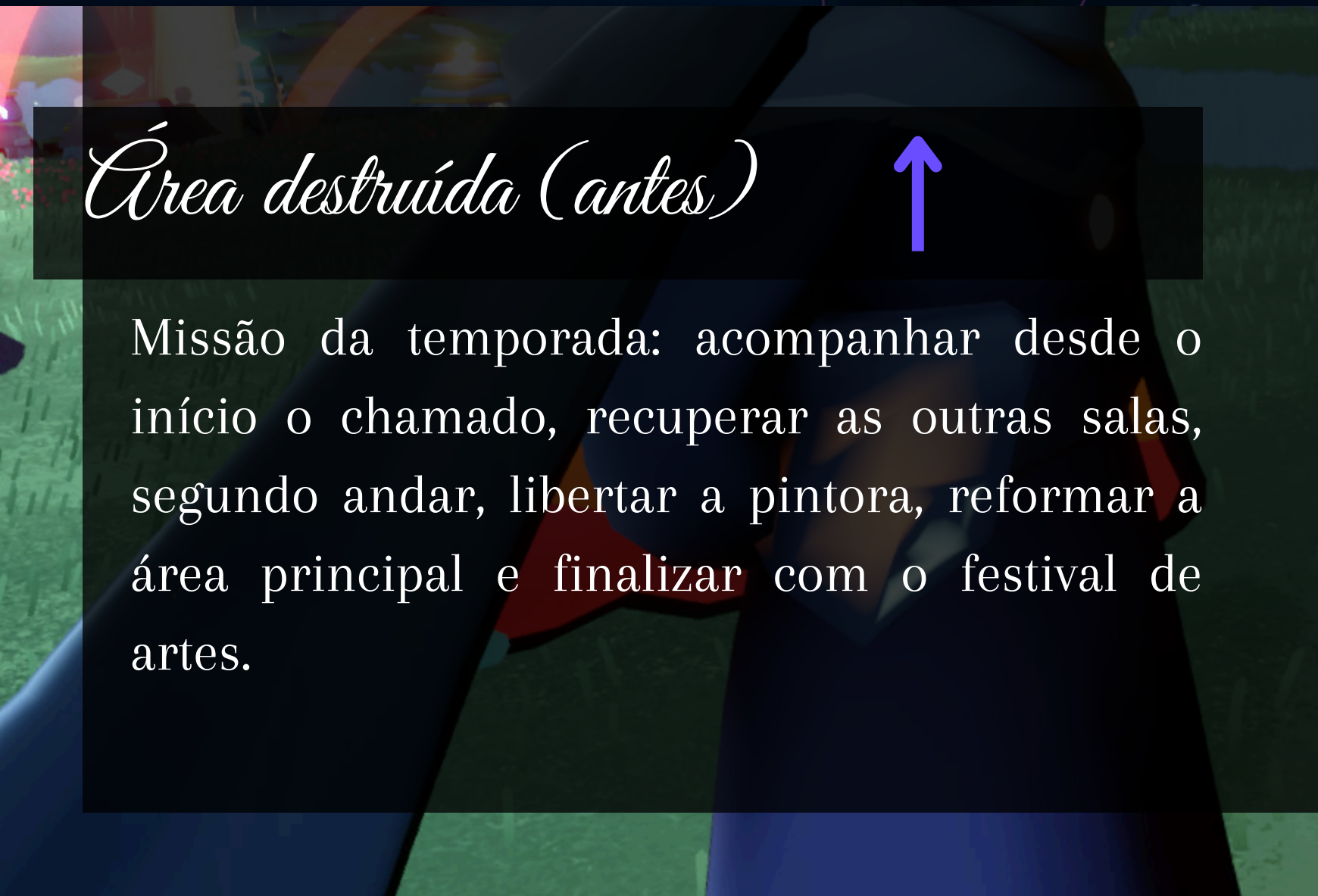
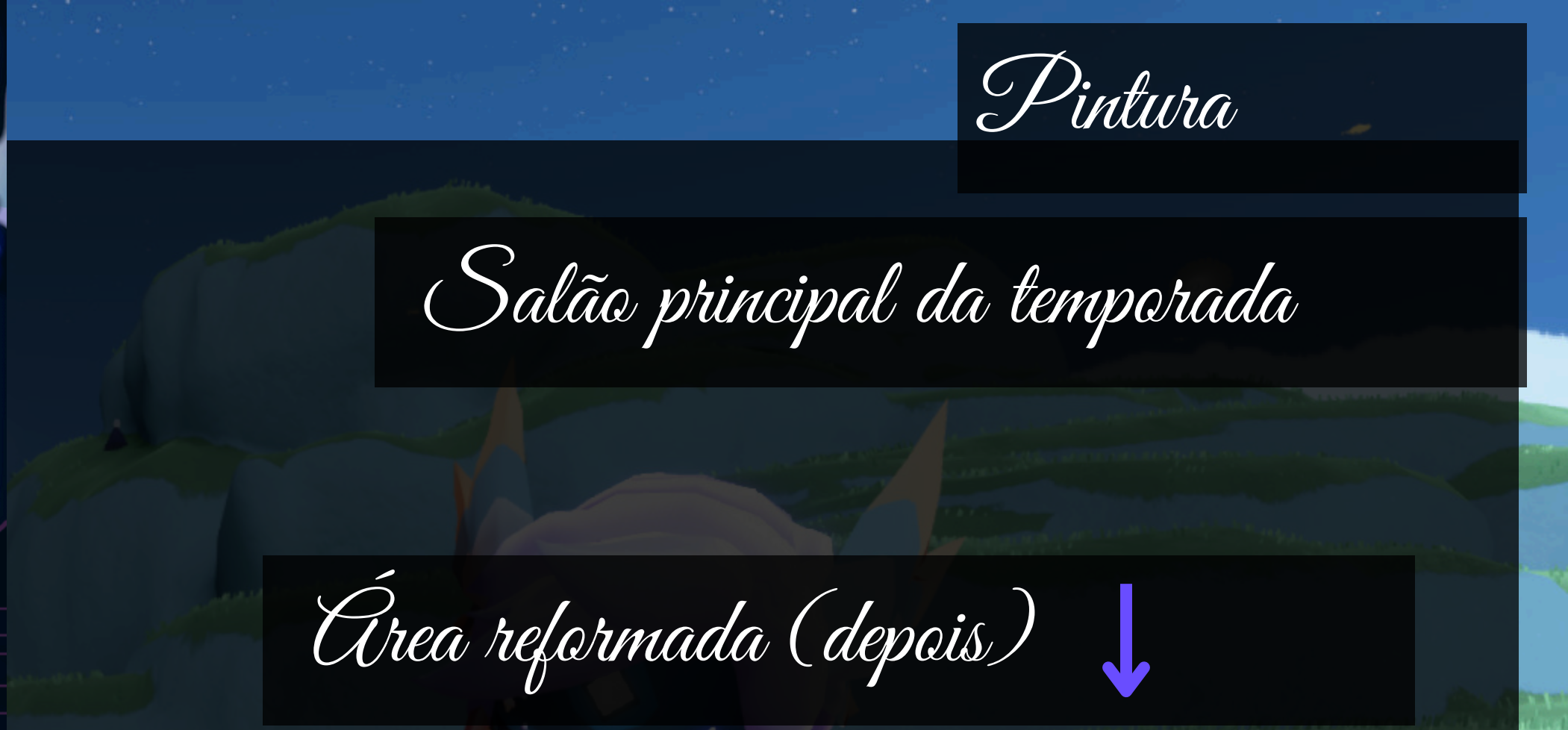
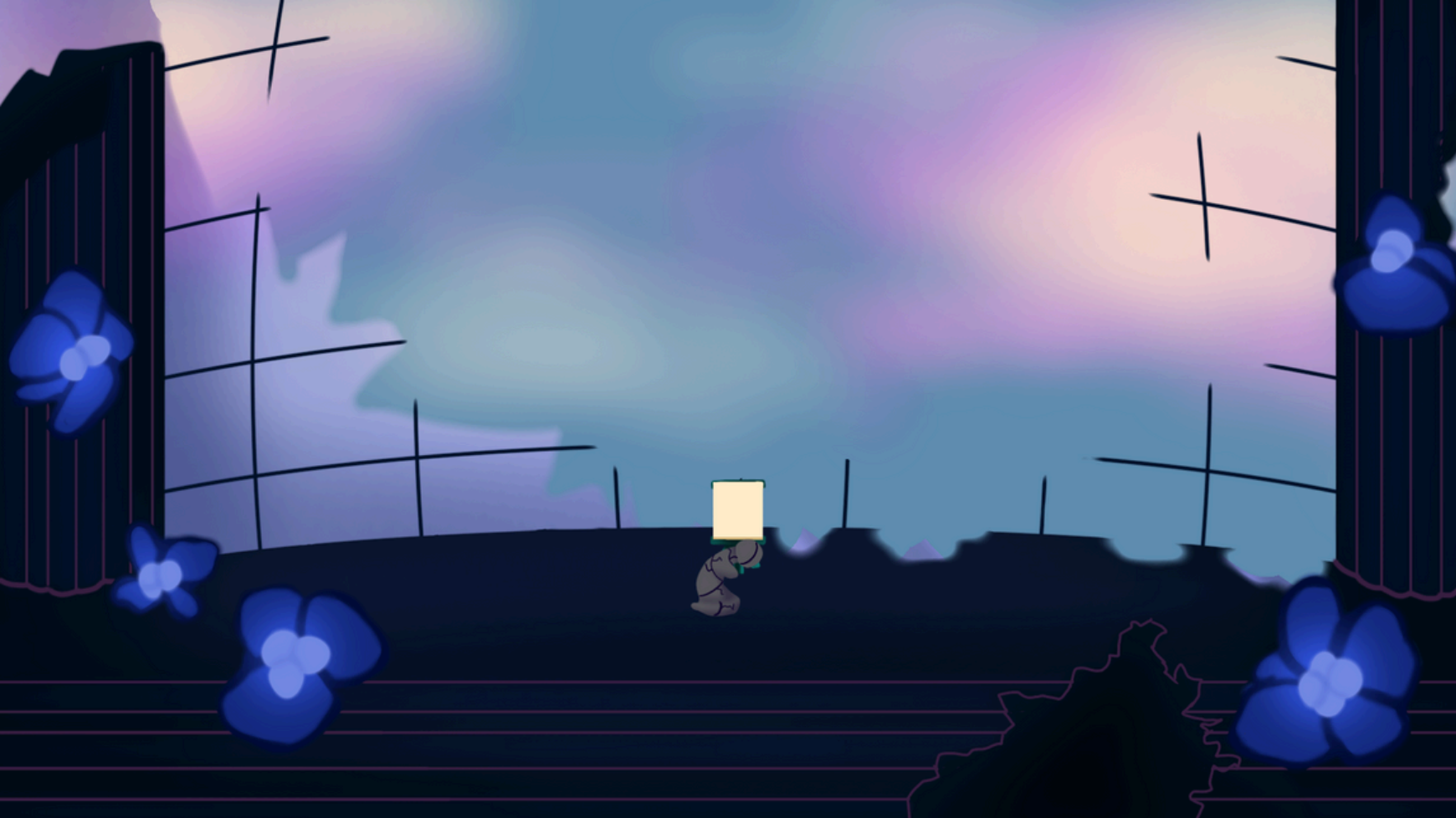
*Área reformada (depois)*



*Área destruída (antes)*

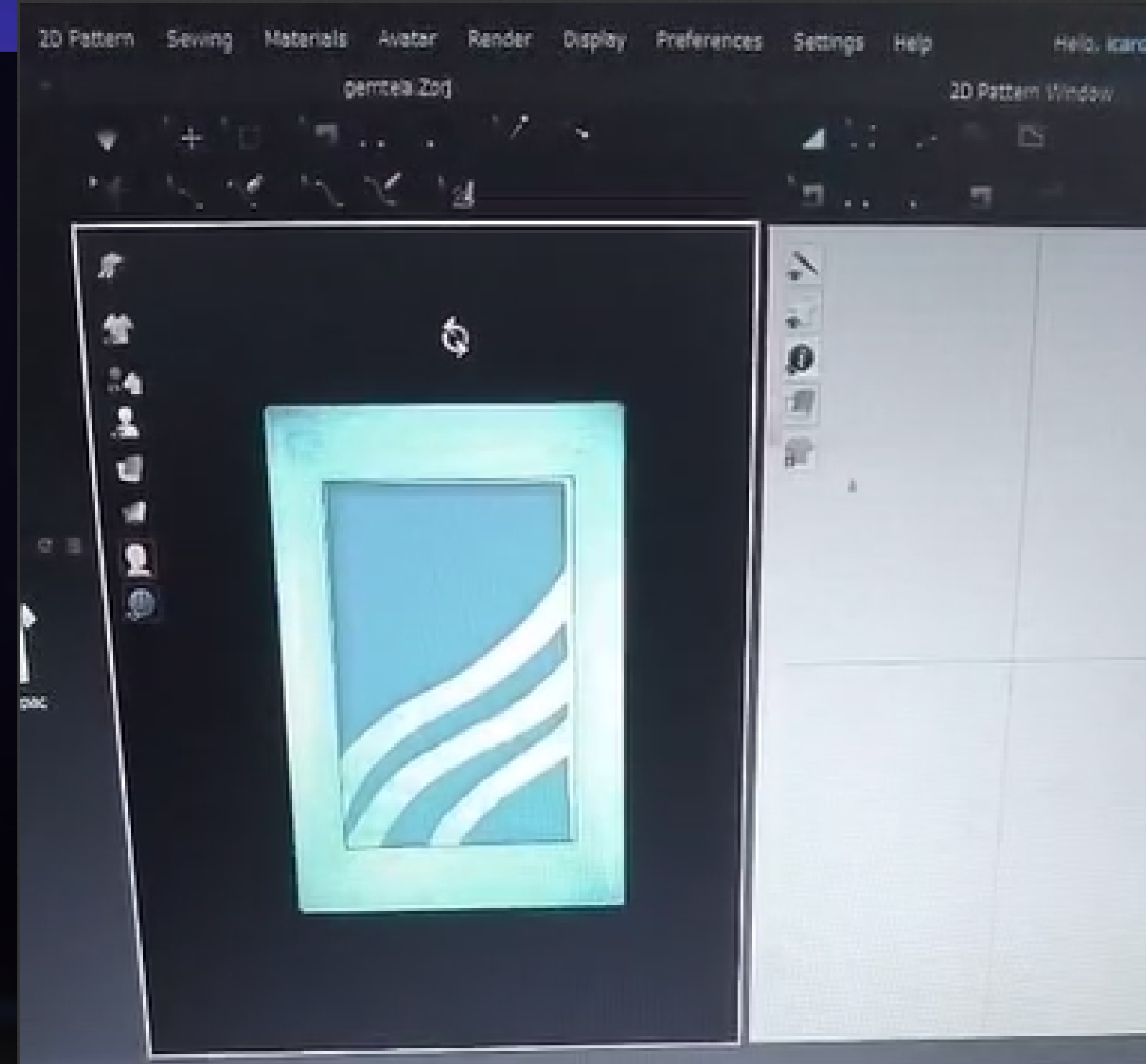
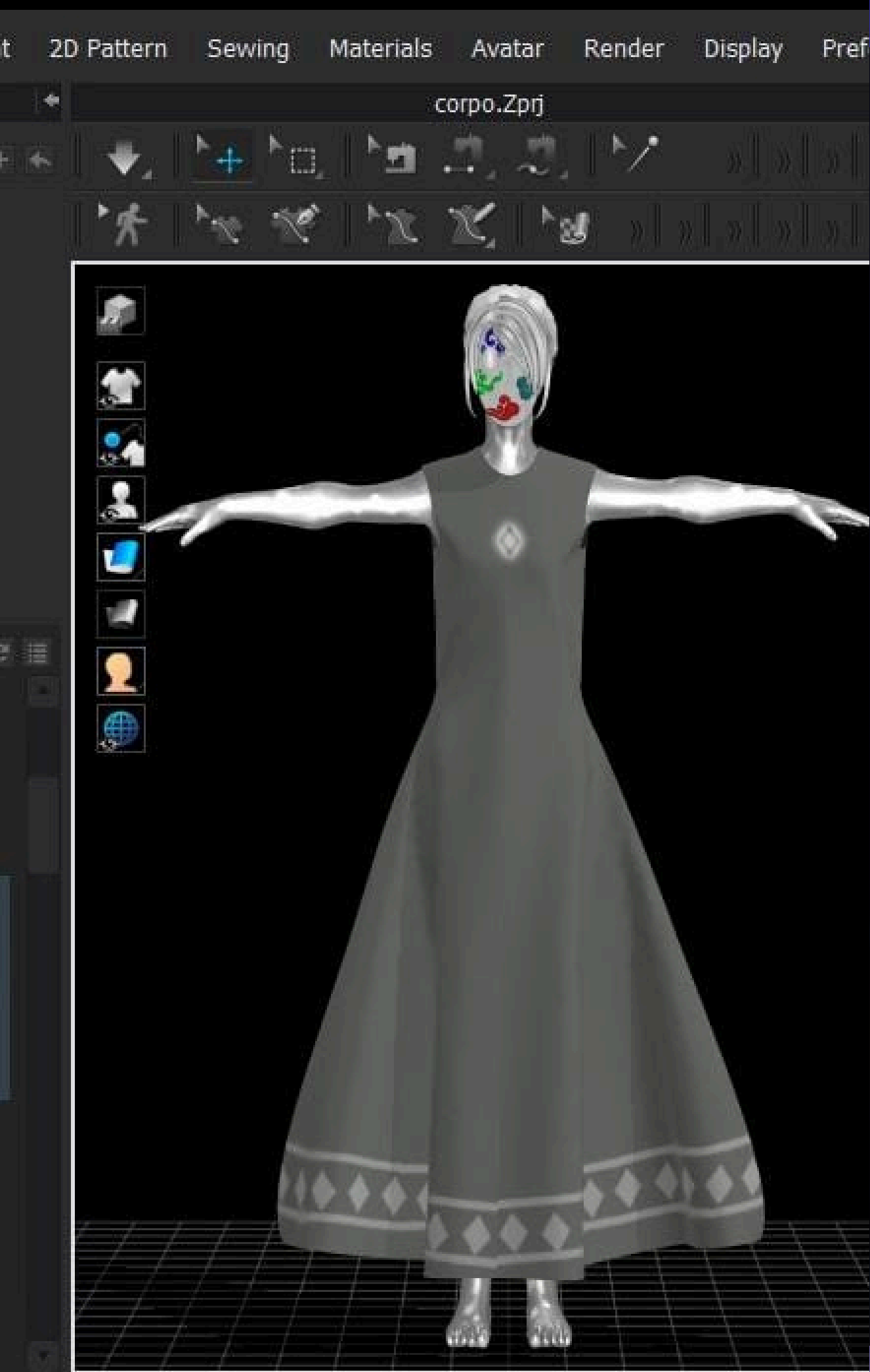


Missão da temporada: acompanhar desde o início o chamado, recuperar as outras salas, segundo andar, libertar a pintora, reformar a área principal e finalizar com o festival de artes.



# *Protótipo*

Parceria feita com ícaro Andrew (@sec.vikare)



Medalhão símbolo da temporada

Primeiros testes do personagem em *T-POSE*



Visão 3D do personagem

Modelo parcialmente finalizado



360° do personagem



360° das artes da personagem



múltiplos ângulos do personagem

*Protótipo Final*



# *Protótipo Final*





*Precificação*

# Precificação

Passe da Temporada

Pacote de iniciante

Item	Quantidade	Preço
Passe da Temporada	-	R\$ 49,90/R\$ 99,90 (toque para obter mais informações)
Item 1	x 15	R\$ 24,90
Item 2	x 15 + 5	R\$ 24,90
Item 3	x 15	R\$ 24,90
Item 4	x 30 + 5	R\$ 49,90
Item 5	x 60 + 12	R\$ 99,90

O **Passe da Temporada de Presente** pode ser adquirido para seus amigos (Somente para outros jogadores)

## Passe da Temporada

A **Temporada do Pássaro Azul** chegou! Todos podem participar da temporada de graça.

Os proprietários do **passe da temporada** recebem na compra:

- Pingente do Pássaro Azul
- 30 x **velas da temporada**

Além de acesso a:

- 1x **vela da temporada** no login diário
- Desbloqueie mais recompensas

76 dias restantes

**Passe Único** Para você R\$ 49,90

**Pacote de Presente** Para você e 2 amigos! R\$ 99,90

Encontre **espíritos sazonais** para aprender a história deles! Dê para os espíritos para desbloquear recompensas básicas.

De maneira similar aos outros jogos, o sky também possui maneiras de obtenção da própria moeda dentro do jogo, denominadas de velas brancas ou “velas normais”, entretanto, se diferencia possibilitando através de suas temporadas, que os jogadores consigam obter os itens “grátis” somente por farmar velas da temporada, que se juntar a quantidade do item, pode ser trocado pelo mesmo, ou seja, não restringe os jogadores a obter os itens somente através do passe. Entretanto, se um item for selecionado para ser obtido somente através do passe, o jogador fica com 2 opções, comprar o passe, tendo seu preço já pré-estabelecido ou esperar retornar como “espírito viajante”, quando ele retorna de forma gratuita e os jogadores podem obter os itens através de velas normais.

# Fortnite - Preços



Os acessórios podem ser obtidos dentro do jogo por eventos temporários e com valores indo de R\$ 31,99 até R\$ 313,99, preços têm como parâmetro os jogos concorrentes.

A obtenção das moedas do jogo pode ser feita diretamente dentro do jogo, mas não é a única maneira de obter os conteúdos, podendo serem comprados em pacotes e separadamente.

O jogo também possui o "Fortnite Club", que custa R\$ 37,50, que gratifica o jogador com mais de 1000 "vbucks", passes raiz, musical, lego, o próprio passe e uma skin exclusiva.



**MO.GOLD PACKS**

70 10

**APOIO AO CRIADOR DE CONTEÚDO**

Insira um código para apoiar um criador de conteúdo ao fazer compras no aplicativo!

Você não está apoiando nenhum criador de conteúdo.

**INSERIR CÓDIGO**

10 <b>R\$ 4,90</b>	55 <b>R\$ 27,90</b>	120 <b>R\$ 54,90</b>
250 <b>R\$ 109,90</b>	650 <b>R\$ 279,90</b>	1400 <b>R\$ 549,90</b>

**MERCH DROPS** **DAILY FREEBIE** **MO.GOLD PACKS**

**VOLTE EM**  
17h 54m

**GRÁTIS**

Possuindo sistema de personalização dos personagens e outros acessórios, como montarias, sendo conteúdos disponíveis por “mo.gold”, que pode ser obtido dentro do próprio jogo, preços indo de R\$ 04,90 até R\$549,90. Atualmente possui mais de 1 milhão de downloads através da “Google Play Store”.

A obtenção das moedas do jogo pode ser feita diretamente dentro do jogo, mas não é a única maneira de obter os conteúdos, podendo serem comprados em pacotes ou então comprando os passes de eventos.

# *Precificação*

Utilizando como referência a tabela de média salarial, presente no TCC do autor Matheus Oliveira (2023), foi iniciado as etapas de identificação de custos, gastos, margem de lucro e valor de equipamentos e programas para o desenvolvimento da precificação do projeto.

Depois de definir o valor total da minha hora trabalhada, precisei saber por quanto tempo ao todo trabalhei no projeto, desde o período de inspiração, até a execução dos croquis, ilustrações e protótipo. Sabendo quanto tempo eu passei, fui calcular quanto seria o valor total multiplicando pelo tempo que passei executando.

Chegando ao resultado final do valor total do projeto: R\$ 484,12.

## Tabela de preços

Média de salário: R\$ 2.500,00

Custos totais: R\$ 621,30

Valor final do projeto: R\$ 484,12

Total: R\$ 2.984,12

# Precificação - Cálculos

Valor total do projeto

$$V_{\text{total}} = \text{custo} + 20\% = \underline{621,30} + 20\% = 7,8 + 20\% = \text{R\$ } 09,31$$

Mão de obra 80

$$V_{\text{final}} = V_{\text{total}} \times \text{Hora trabalhada} = 09,31 \times 52 = \text{R\$ } 484,12$$

$$\text{Total} = V_{\text{final}} + \text{Média de Salário de Designer} = 484,12 + 2.500 = \text{R\$ } 2.984,12$$



*Considerações finais*

## *Considerações finais*

Concluindo o presente trabalho, denota-se que a área de figurino consegue abranger para muito mais áreas além do plano físico e no plano digital o leque de oportunidades consegue ser tão grande quanto o mercado. Com o que foi apresentado, espera-se esclarecer e mostrar a importância do figurino na criação de uma história e personagens, observando os detalhes de personalidade, ambientação, contexto, arco temporal e demais observações.

O presente estudo limita-se a abrangência qualitativa e espera-se que traga contribuições para a área de estudos de figurino. Visto que a área de figurino de games é um setor em expansão no mercado, portanto, mergulhar no universo de figurino e história do jogo, trouxe uma nova perspectiva sobre o desenvolvimento da indústria e como a riqueza de detalhamento e estudo sobre a moda, consegue contribuir para o mercado digital emergente.

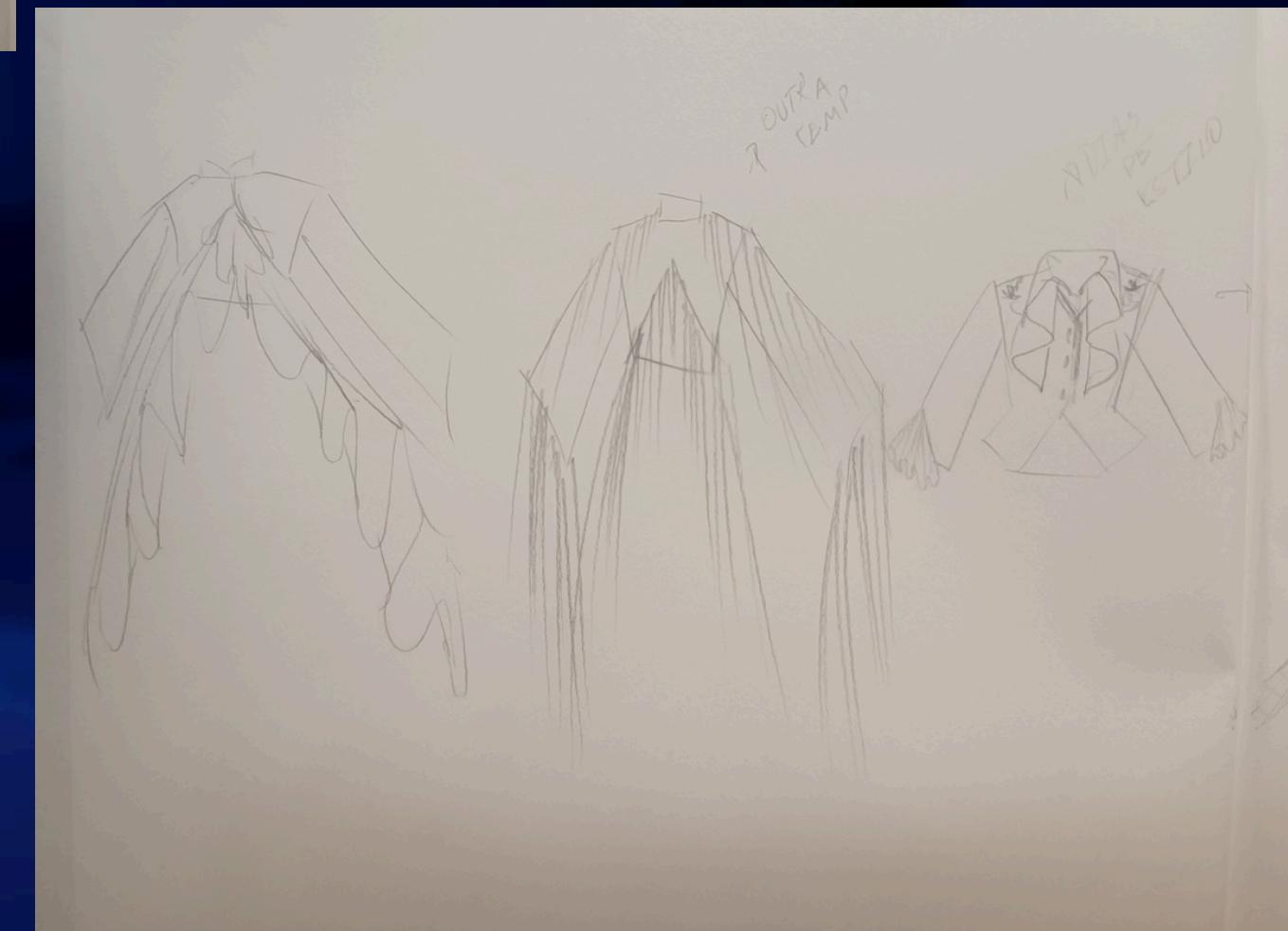
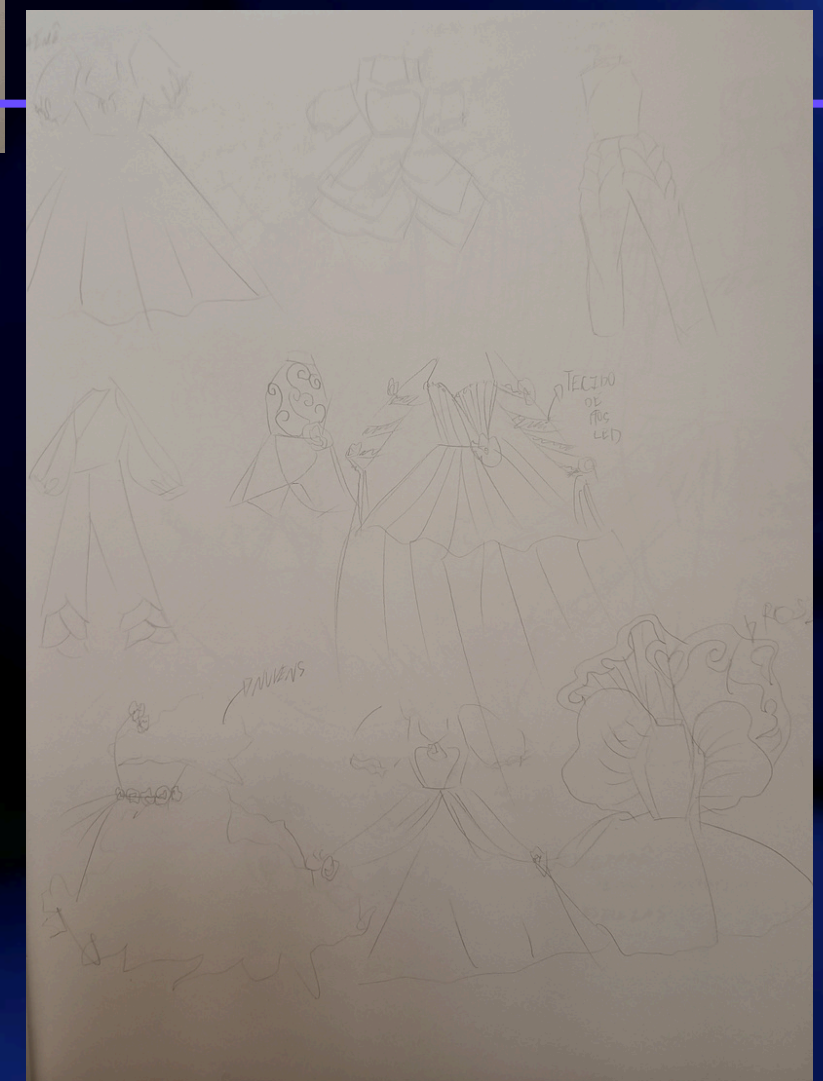
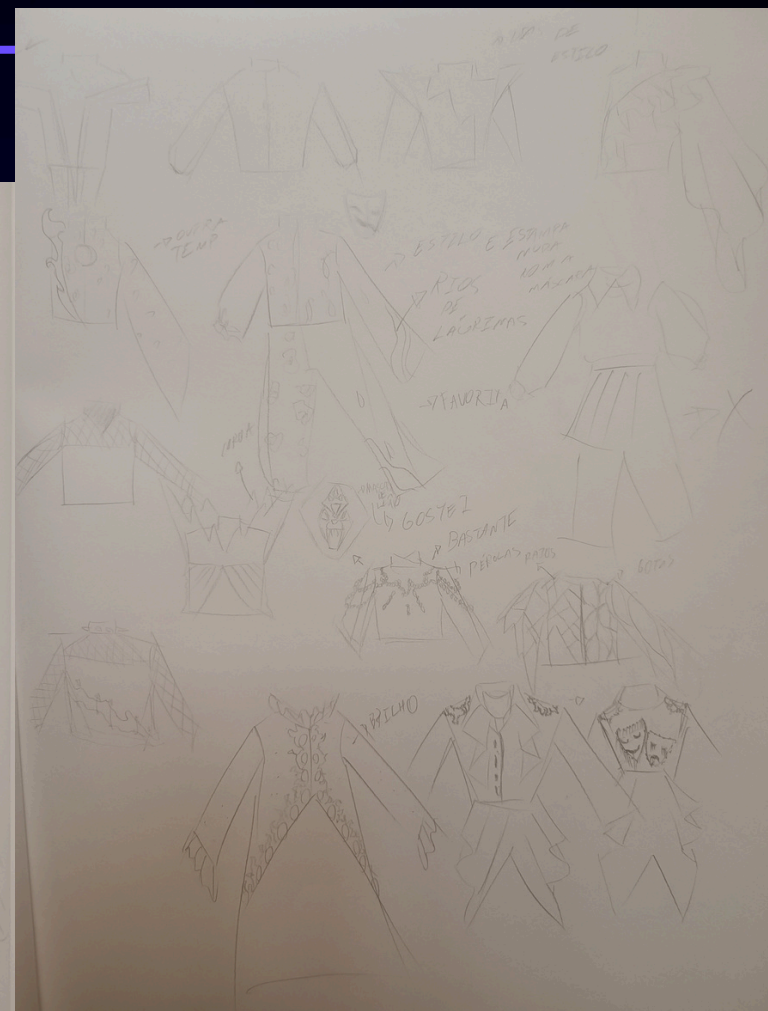
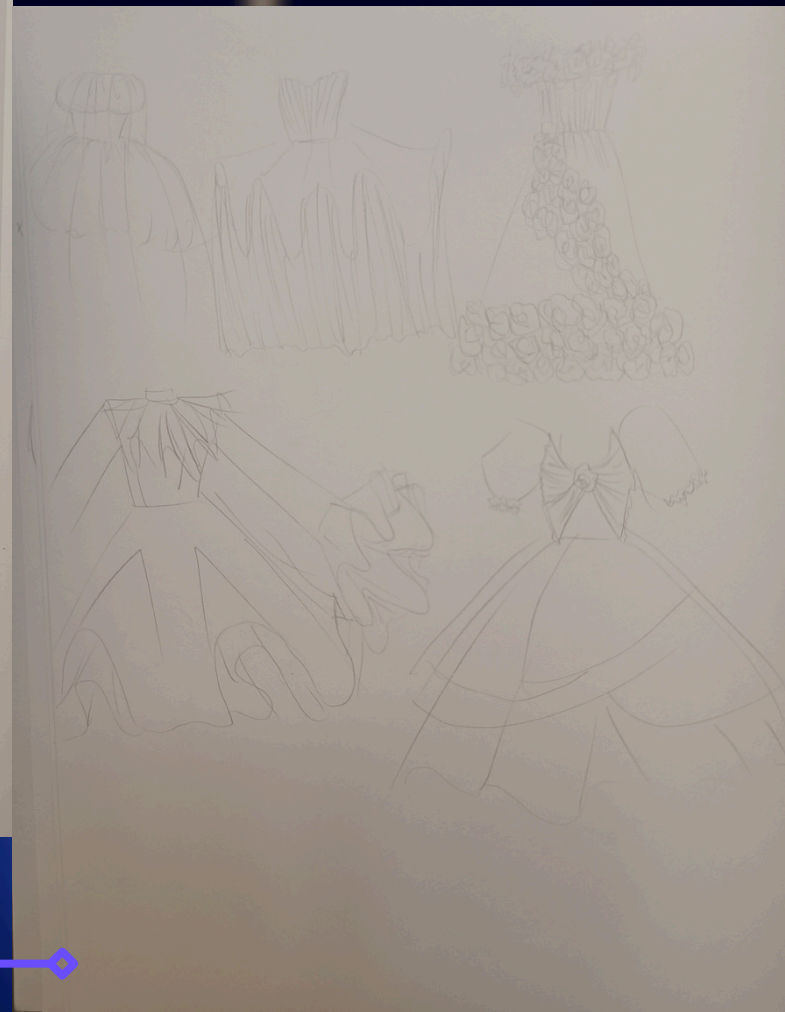
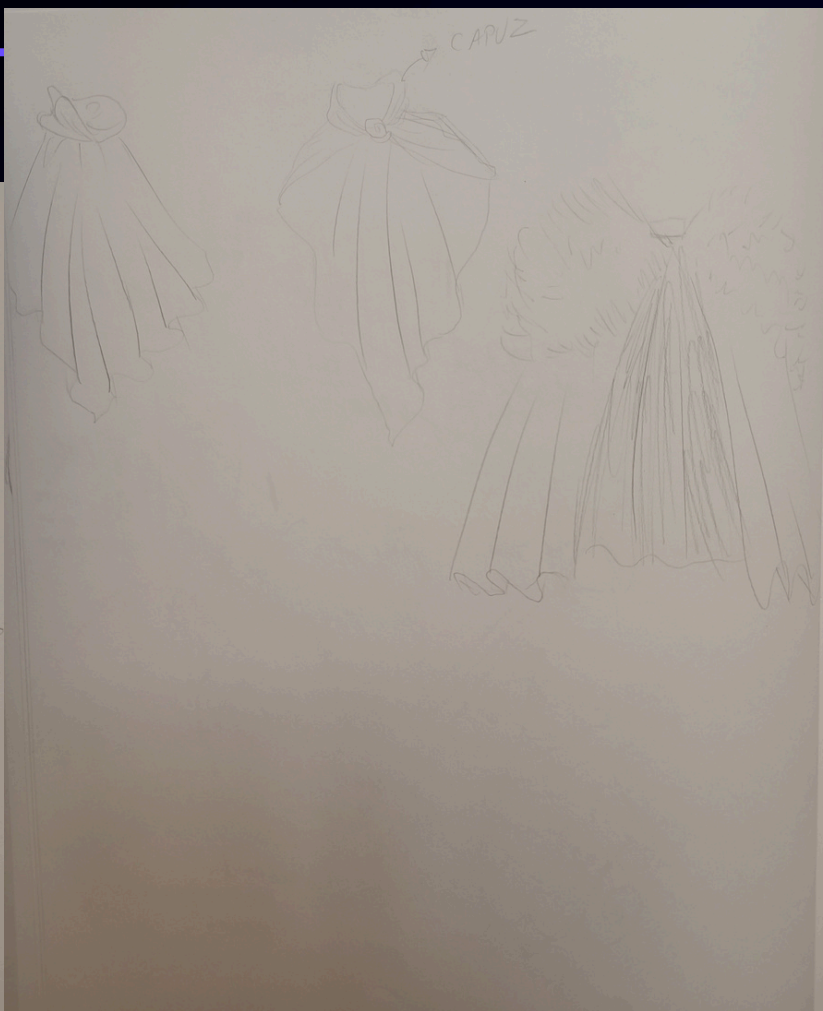
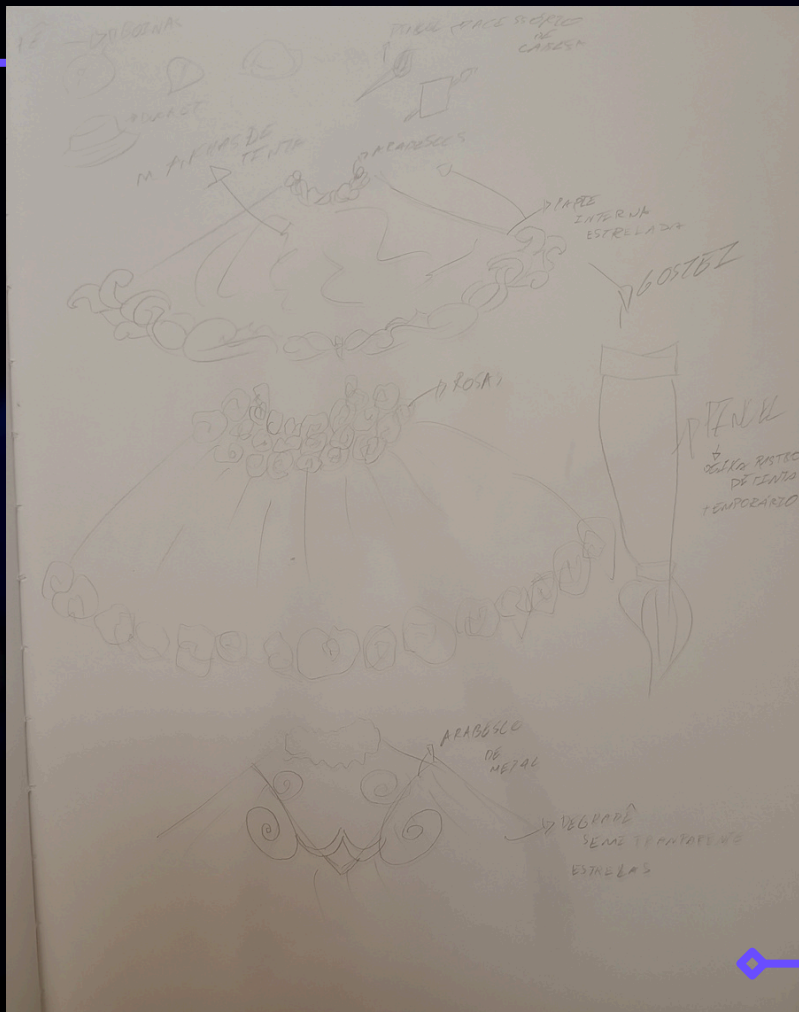
## *Agradecimentos*

Às pessoas que para mim foram muito importantes, dedico a vocês esse espaço no meu tcc. Dedico primeiramente meus pais, sem eles eu não estaria aqui, posteriormente dedico a meu grande amor, Claudio, que mesmo chegando na metade para o final da minha caminhada na faculdade, foi uma gigante ajuda, meus melhores amigos, Fauno, Lorrana, Roxy, Aimê, Fernanda e Iza. Agradecer também a minha primeira madrinha do curso, Guta, que me ensinou muito sobre o mercado e o que posso fazer como designer, antes mesmo de eu entrar no curso.

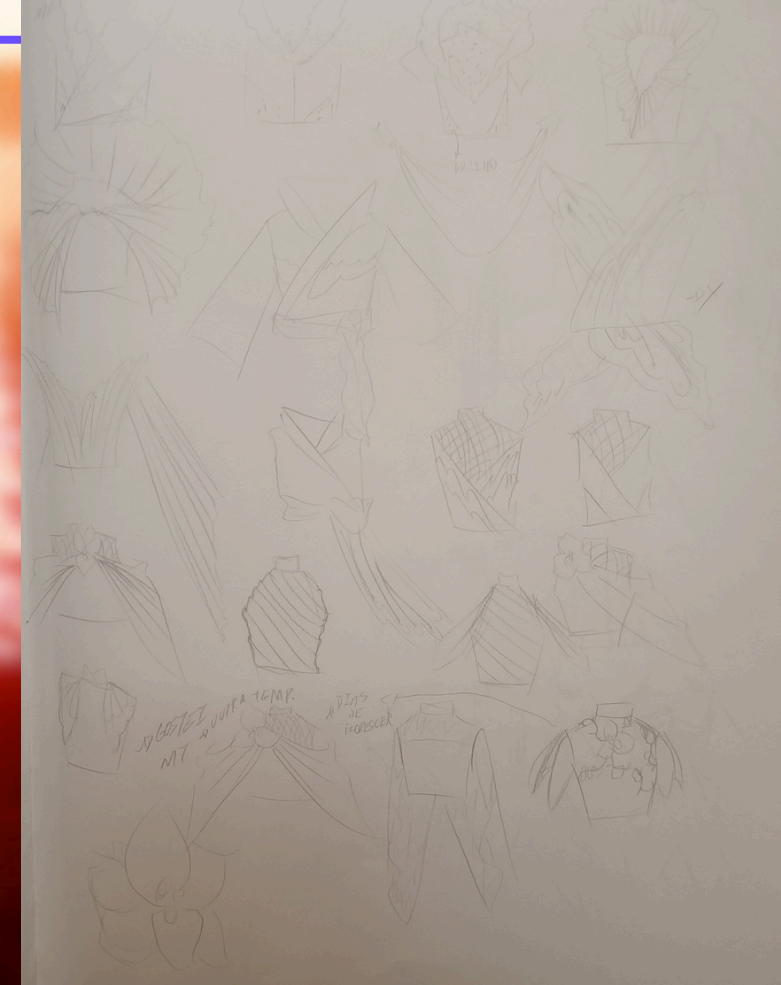
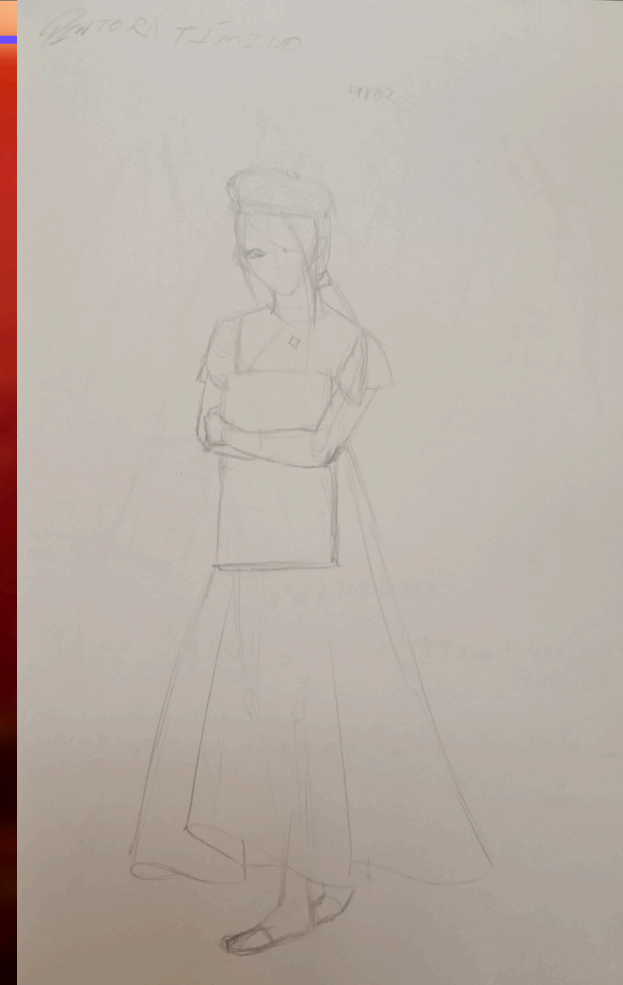
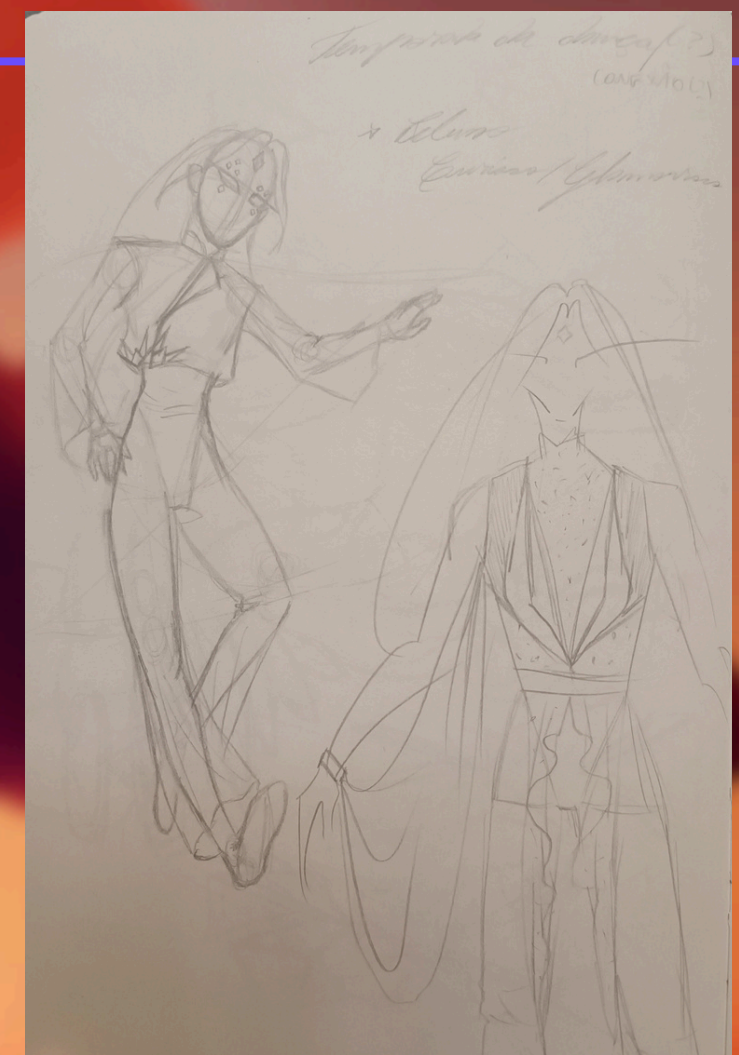
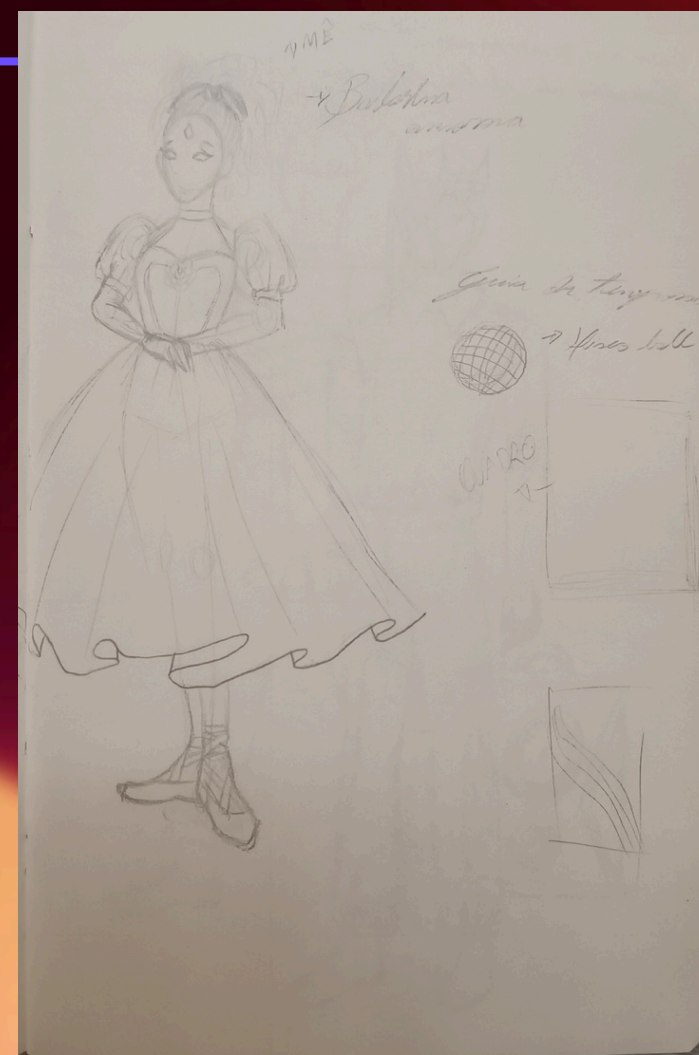
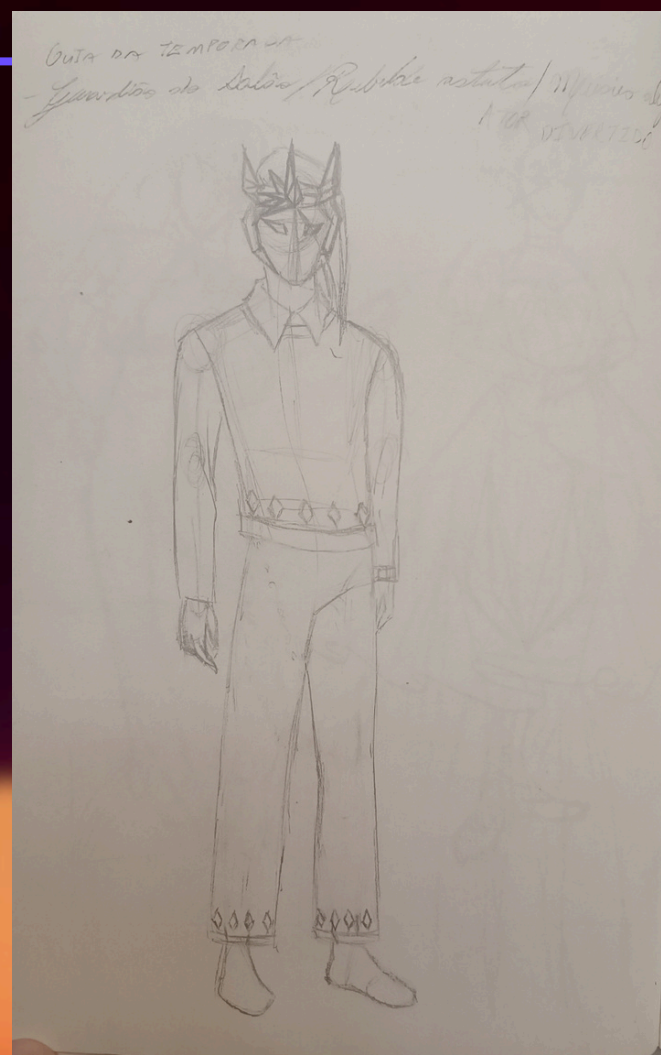


*Rascunhos*

# Rascunhos



# Rascunhos



# Rascunhos

