

**METODOLOGIA DE DESIGN PARA CRIAÇÃO
DE PERSONAGEM: UMA PROPOSTA**

Design Methodology for character creation: a proposal

*Metodología de diseño para la creación
de personajes: una propuesta*

Cláudio Aleixo Rocha¹

¹ Doutor em Arte e Cultura Visual (UFG). Graduado em Artes Visuais com Habilitação em Design Gráfico (UFG). Professor do curso de Design Gráfico da Universidade Federal de Goiás. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5910780325616157>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8436-4861>. E-mail: claudioaleixo@ufg.br

RESUMO

O objetivo principal da pesquisa está na apresentação de uma proposta de metodologia de design voltada à criação de personagens. Cada uma das etapas, com as devidas explicações, está apresentada ao longo do texto do trabalho. Para estruturação da metodologia foram pesquisados autores do campo do design, das histórias em quadrinhos e da criação de personagens. Com o estudo foi possível compreender o que incluir em uma metodologia genérica de design para atender às necessidades de criação de um personagem. Os estudos de Bruno Munari foram a base para a adaptação e desenvolvimento da metodologia aplicada à concepção de design de personagens.

Palavras-chaves: Metodologia de design; Design de personagem; Concept art.

Abstract

The main objective of the research is to present a proposal for a design methodology aimed at creating characters. Each of its stages with due explanations were presented throughout the text of the work. To structure the methodology, authors from the field of design, comics and character creation were researched. With the study it was possible to understand what to include in a generic design methodology to meet the needs of creating a character. Bruno Munari's studies were the basis for adapting and developing the methodology applied to character design.

Keywords: Design methodology; Character design; Concept art.

Resumen

El objetivo principal de la investigación es presentar una propuesta de metodología de diseño orientada a la creación de personajes. Cada una de sus etapas con las debidas explicaciones fueron presentadas a lo largo del texto del trabajo. Para estructurar la metodología se encuestó a autores del ámbito del diseño, el cómic y la creación de personajes. Con el estudio fue posible comprender qué incluir en una metodología de diseño genérico para satisfacer las necesidades de creación de un personaje. Los estudios de Bruno Munari fueron la base para adaptar y desarrollar la metodología aplicada al diseño de personajes.

Palabras clave: Metodología de diseño; Diseño de personaje; Concept art.

1 INTRODUÇÃO

O intuito da pesquisa é apresentar uma proposta de metodologia de design voltada à criação de personagens². A motivação se deu pelo fato de os estudos sobre criação de personagens e suas diversas etapas estarem pulverizados e não concentrados em um trabalho norteador de todo o processo criativo. Diferentes autores abordam a criação de personagens a partir de múltiplos enfoques ou valorizando uma etapa específica. Outra constatação está no fato de as metodologias que existem sobre criação de personagens serem focadas na criação de personagens para uma mídia específica – como os games, os quadrinhos, as animações e os jogos. A proposta aqui é apresentar uma metodologia de design genérica que possa ser aplicada à criação de personagens sem necessariamente ser voltada para um meio de entretenimento em particular. Para isso, optou-se por investigar a metodologia de Bruno Munari com o propósito de, a partir das etapas dela, adaptá-la às especificidades de criação de personagens.

Munari (1998) defende a importância do método para o processo de criação e o estímulo da criatividade. Segundo ele, o método de projeto nada mais é do que uma série de operações sequenciais, estruturadas com uma lógica de organização, cujo objetivo é conquistar o melhor resultado sem muito esforço e erros. Ele argumenta que não se deve projetar sem um método no campo do design. Antes de partir para a criação, afirma, é fundamental que seja realizada uma pesquisa sobre o que já foi feito semelhante àquilo que se deseja projetar.

Importa elucidar que o método de design aqui apresentado para a criação de personagens não é algo definitivo, mas sim uma contribuição aberta a outras contribuições de ajustes e melhorias. O próprio Bruno Munari pondera que

O método de projeto, para o designer, não é absoluto nem definitivo; pode ser modificado caso ele encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isso tem a ver com a criatividade do projetista, que, ao aplicar o método, pode descobrir algo que o melhora. Portanto, as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista; ao contrário, estimulam-no a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros. (MUNARI, 1998, p. 12).

Munari (1998) estrutura sua metodologia de design da seguinte forma: problema, definição do problema, componentes do problema, coleta de dados, análise dos dados, criatividade, materiais e tecnologias, experimentação, modelo, verificação, desenho de construção e solução.

A partir do estudo preliminar, propôs-se a seguinte estrutura metodológica para a

² Parte desse artigo foi publicado em junho de 2022 na revista Imaginário! O objetivo do referido artigo era a apresentação de uma proposta de metodologia de design aplicada à criação de histórias em quadrinhos.

criação de personagens: problema de design; coleta de dados; análise de dados; criatividade conceitual; criatividade conceitual para criação de personagens; *concept art*; verificação do projeto; melhoria projetual; solução e refinamento do personagem. Na sequência apresenta-se a contribuição da pesquisa em cada uma das etapas que compõem a proposta metodológica de design para criação de personagem.

2 PROBLEMA DE DESIGN

O projeto tem início com o problema. De acordo com Munari (1998) é o problema que irá limitar o que deverá ser resolvido. O problema de design se refere a uma necessidade que precisa ser resolvida. Ele é a principal finalidade do projeto e, portanto, o objetivo central a ser alcançado. O problema de design pode ser especificado pelo designer e proposto à indústria, ou pode ser a indústria, ou o cliente, que irão propor, ao designer, a resolução de algum problema. Porém, é importante dizer que a indústria tende a inventar falsas necessidades para produzir e vender novos produtos. Nesse caso o designer não deve se deixar envolver em uma operação que se destina ao lucro exclusivo do industrial e ao prejuízo do consumidor (MUNARI, 1998).

O *briefing* está nesta etapa inicial de problemática e tem como objetivo organizar um documento com perguntas e informações que ajudarão na condução do projeto. Entre as informações que podem constar no *briefing* estão: Qual personagem precisa ser criado? Qual o nome do personagem? Qual é o objetivo do personagem? Para qual público o personagem será criado? Qual a idade do público? Quais são as características culturais do público? Existe um estilo visual obrigatório indicado para o personagem?

A lista de questões irá aumentar conforme cada situação de projeto. Outras informações que podem constar no *briefing* relativas ao problema de design de personagens são o nome do cliente, os prazos de entrega, a verba destinada para criação e produção do projeto, as obrigatoriedades sugeridas pelo cliente, entre outros direcionamentos.

3 COLETA DE DADOS

É nessa fase posterior ao problema de design que serão reunidas informações que serão investigadas e analisadas para que seja possível um direcionamento para resolução do problema de design.

Um exemplo disso é se, hipoteticamente, na fase de determinação do problema de design tenha sido dito, no *briefing*, que o objetivo do personagem é representar a população indígena do Estado de Goiás e que esse personagem conquiste a simpatia dos

adolescentes de 12 a 18 anos de idade. A partir dessa problemática os dados a serem coletados aqui seriam divididos em:

- a) Pesquisar quais são os povos indígenas do Estado de Goiás;
- b) Investigar acerca das características peculiares dos povos indígenas do Estado de Goiás;
- c) Verificar qual dessas características seria a mais marcante e representativa para a criação do personagem;
- d) Identificar quais são os personagens que os adolescentes mais gostam em HQs, animações ou jogos;
- e) Mapear e compreender quais são as características que levam os adolescentes a gostar de um personagem;
- f) Identificar qual o estilo visual os adolescentes mais gostam em um personagem.

4 ANÁLISE DE DADOS

Nessa fase são apresentados os resultados obtidos das análises dos dados da fase anterior de coleta de dados. Cada dado requer a apresentação de seu resultado analítico. Nessa etapa a interpretação dos dados pode ser realizada por meio de quadros comparativos ou por tabelas de produtos similares. Serão elas que irão apresentar os pontos que precisam de melhorias e as oportunidades que podem ser exploradas pelo projeto em desenvolvimento. Os parâmetros indicados para análise, nos quadros ou tabelas, irão variar conforme a situação de cada projeto.

As pesquisas investigativas nessa etapa do projeto também podem ser feitas por entrevistas com os usuários, seja por meio de grupo focal, entrevista em profundidade, pesquisas de opinião, teste de usabilidade ou outras possibilidades.

A partir da exemplificação do problema apresentado anteriormente, referente a uma hipotética criação de um personagem que represente a população indígena do Estado de Goiás, essas são as possíveis análises de dados³:

- a) Povos indígenas do Estado de Goiás: Povo Avá-Canoeiro, Povo Javaé, Povo Karajá, Povo Tapuio;
- b) Características dos povos indígenas do Estado de Goiás:
 - Povo Avá-Canoeiro: é o povo indígena mais temido do Estado de Goiás. São protetores do cerrado. Vivem às margens dos rios Tocantins e Araguaia;
 - Povo Javaé: acampam com família para pescar e vivem em aldeias temporárias;
 - Povo Tapuio: vivem em grupos distantes e independentes uns dos outros.

³ Exemplificação meramente fictícia.

Guerreiam entre si. São nômades e param onde exista abundância de água e alimentos;

c) As características mais marcantes e representativas dos povos indígenas do Estado de Goiás estão no fato de todos serem guerreiros e viverem às margens de rios;

d) Os personagens que os adolescentes mais gostam pertencem às séries animadas de aventura e fantasia;

e) As características que os adolescentes mais gostam em personagens são o senso de humor, estilo aventureiro, espírito de liderança e poderes especiais;

f) O estilo visual que os adolescentes mais gostam em um personagem é o cartoon.

5 CRIATIVIDADE CONCEITUAL

O objetivo da etapa de criatividade conceitual é apontar os direcionamentos de criação que solucionarão o problema de projeto. É importante dizer que esses indicativos são todos pautados na pesquisa investigativa, na descrição e análise dos dados das etapas anteriores. Os dados irão fornecer recomendações do que deverá ser feito pelo designer. É nessa etapa do projeto que serão indicados os atributos conceituais que irão embasar seu processo criativo. Portanto, é momento para apontar as estratégias de design com os requisitos a serem seguidos para a solução do problema. É quando o/a designer irá formular uma síntese conceitual a ser seguida e respeitada durante todo o processo criativo do projeto do personagem. Portanto, será na etapa de criatividade conceitual que o/a designer irá propor o que deve ser feito, que caminho seguir ou que diretrizes precisam ser seguidas para a criação do personagem.

Essas recomendações, além de ajudar na organização de quais itens serão projetados pelo/a designer, também contribuirão para direcionar a coleta e a elaboração dos códigos visuais que irão compor o design visual do personagem. É importante esclarecer que nenhuma proposta criativa para um projeto de design vem de maneira artística-romântica, aleatória ou intuitiva. Pelo contrário, como enfatiza por Munari (1998, p. 44): “[...] a criatividade mantém-se nos limites do problema (...)”.

Partindo do princípio dos limites do problema, as ideias para a criatividade conceitual podem surgir da verificação de como foram resolvidos outros problemas relacionados ao projeto em situações similares. Também podem resultar de soluções que até então foram pouco exploradas no contexto do objeto em estudo. Da mesma forma, podem provir da identificação de problemas mal resolvidos que a análise de similares revelou anteriormente em projetos equivalentes. Assim como podem ocorrer a partir da compreensão de como foram feitos os projetos similares e, então, explorar e aplicar, no projeto em andamento, o

que foi percebido como ponto positivo ou corrigir aquilo que foi visto como ponto negativo; ou, ainda, aproveitar oportunidades que estão abertas por terem sido pouco exploradas em projetos anteriores, entre outros.

Seguindo o projeto do exemplo exposto, sobre a criação de um personagem que represente os povos indígenas do Estado de Goiás, a criatividade conceitual poderá indicar as seguintes diretrizes:

- a) O personagem será um indígena guerreiro que vive às margens do Rio Araguaia;
- b) O personagem será um líder divertido sempre em busca de novas aventuras;
- c) Para criar uma atmosfera de fantasia o personagem terá o poder de dominar os quatro elementos da natureza e irá utilizá-lo para salvar seu povo em situações de perigo durante suas aventuras exploratórias;
- d) O personagem terá uma aparência física original, com poucos detalhes e em estilo *cartoon*.

É preciso pontuar que há necessidade de uma coerência visual no design do personagem. São os elementos semelhantes presentes no todo compositivo que garantem a coerência visual no design do personagem. Como exposto por Gomes Filho (2009), a semelhança, uma das Leis da Gestalt, é um princípio compositivo que tem a capacidade de unificar o todo de uma composição, dando a ela a percepção de harmonia e equilíbrio. “A igualdade de forma e de cor desperta também a tendência de se construir unidades, isto é, de estabelecer agrupamentos de partes semelhantes” (GOMES FILHO, 2009, p. 35). É neste sentido que a coerência visual concebe, ao projeto, uma unificação dos elementos cromáticos, formais e gestuais do personagem.

A coerência formal fará com que os elementos compositivos do personagem tenham uniformidade e coesão entre si, permitindo, assim, que cada parte seja conectada, agrupada e percebida como pertencente ao mesmo projeto. A esse respeito Munari (1998, p. 134) enfatiza que quando se pensa um projeto “[...] é útil considerar a coerência formal das partes e do todo – das partes que formam um objeto e dos objetos que formam o conjunto”. O designer deve elencar quais são os elementos compositivos para a criação do personagem e primar para que todos representem a mesma coerência visual proposta na etapa da criatividade conceitual. Portanto, deve prevalecer a mesma linguagem visual para cores, formas, traços, texturas, tons, expressividade e outros. Dessa forma, o design do personagem será facilmente percebido e reconhecido e, conseqüentemente, terá uma identidade visual concisa, marcante e de fácil memorização.

Na sequência apresenta-se a discussão teórica sobre criatividade conceitual aplicada à criação de personagens, bem como o que precisa ser elaborado em cada uma

de suas etapas.

5.1 CRIATIVIDADE CONCEITUAL PARA CRIAÇÃO DO PERSONAGEM

Essa é a fase em que será apresentado a conceituação do personagem. Vale enfatizar que um personagem possibilita o conhecimento de diferentes pessoas. “Agora reflita: quem você quer convidar o seu leitor a conhecer? E como?” (SILVA, 2021, p. 43). Personagens bem construídos geram empatia nas pessoas. O desafio do designer de personagens é fazer com que o leitor se envolva emocionalmente com o personagem.

Personagens profundos ou bem elaborados resultam do detalhamento de suas características. A esse respeito Silva (2021) sugere que se procure, no momento da criação conceitual do personagem, saber o máximo sobre ele: “[...] personalidade, experiências, traumas, condições emocionais e familiares, classe social, vida profissional, características físicas, idade, etc. Escreva tudo sobre ele como se fosse um ser vivente e pensante” (SILVA, 2021, p. 43). Complementando, McCloud (2008) afirma que a criação de personagens complexos, apaixonantes e humanizados envolve a união de três qualidades: uma vida interior, distinção visual e traços expressivos.

Quando fala em vida interior McCloud (2008) se refere às ações do personagem. Entre outras questões, pode-se perguntar: Quais são as metas, conflitos, anseios ou motivações do personagem? Já a distinção visual diz sobre as características genéticas expressas em seu físico, rosto, postura, entre outras. Da mesma forma, as que estão presentes em suas vestimentas, gosto e estilo pessoal. Também está nas formas e cores marcantes que o diferenciam dos demais personagens. Por fim, a questão dos traços expressivos refere-se a como o personagem fala, quais suas manias, tipos de atitudes particulares, as poses e vícios. Portanto, são questões que refletem a materialização do seu ser a partir de seu comportamento psicológico. De modo que “[...] a variedade interna dos tipos de personagens precisará corresponder a uma variedade externa de designs visuais” (MCCLOUD, 2008, p. 70).

Ainda segundo o autor supracitado, pessoas adoram ouvir histórias sobre pessoas. Gostam tanto que mesmo diante de um rabisco com traços mínimos e abstratos em um papel são capazes de perceber ou enxergar a sugestão de uma figura humana, de uma emoção humana ou de um gesto humano representado. Não é difícil criar um ser humano na mente das pessoas por meio de traços esquemáticos em uma folha ou em uma tela. Essa tarefa é relativamente fácil. Apresentando-se poucas linhas os leitores formarão mentalmente, por exemplo, o rosto de um indivíduo. Porém, McCloud (2008, p. 61) enfatiza que “[...] se você quiser que eles vejam uma pessoa específica, com uma aparência específica e sonhos e esperanças específicos, então vai precisar de alguns passos extras”.

Os caminhos necessários para a conceituação da personalidade dos personagens são tratados a seguir.

5.1.1 QUEM É O PERSONAGEM E O QUE ELE REPRESENTA

A primeira coisa a ser feita é apresentar o personagem. Para que isso seja feito, a pergunta inicial é: Que problema a criação do personagem irá resolver?

Utilizando o caso dado anteriormente, na etapa de conceito criativo, um exemplo de problema para criação de um personagem pode ser: criar um personagem indígena que seja um guerreiro aventureiro, divertido, com traços simples e em estilo cartoon, que represente os povos indígenas do Estado de Goiás.

Vale salientar que, caso o personagem seja uma figura real, é necessário realizar uma pesquisa histórica para entender tudo sobre ele e, assim, criar uma HQ de gênero biográfico. Porém, se for um personagem ficcional, basta descrever as características que alicerçam sua conceituação. Para isso algumas perguntas podem ser feitas: Qual o nome do personagem? Quem ele é? Será o herói? O vilão? Qual sua idade? Qual sua altura? Qual seu porte físico? Qual seu sexo/gênero? Como é sua índole? Quais são suas características psicológicas? O que faz na vida? Qual sua profissão? Sobrevive de que? Qual sua classe social? É um ser humano normal ou tem superpoderes? Quais suas habilidades? Como se veste? Qual seu perfil cultural? Quais suas manias? Cacoetes? Medos? Qual seu grau de instrução? Qual seu humor? Qual sua etnia? Estado civil? É humano? Animal? Objeto? Criatura? Ser? Espírito? É um humanoide? Antropomórfico? É desse mundo? De outro? Além destas, podem ser descritas muitas outras características conforme a situação de projeto.

Outro ponto que colabora na criação da personalidade de um personagem é a informação sobre o que ele representa ou significa na história. Significar diz respeito à razão de sua existência. Ele está ali para personificar ou denotar o que? “Batman é um homem obcecado pela ideia de ordem [...]. Batman é o protetor de Gotham e, para cumprir a missão que ele mesmo se incumbiu vale qualquer coisa, até mesmo recrutar uma criança (no caso, o Robin)” (DANTON, 2010, p. 32).

5.1.2 PERSONAGEM UNIDIMENSIONAL

Personagem unidimensional é aquele que possui uma única característica que domina seu comportamento. Danton (2010) exemplifica isso ao citar que Magali é comilona, Cascão é sujo e Mônica é brava.

Silva (2021) comenta que esse tipo de personagem, conforme classificação de Antonio Candido, são também chamados de personagens de costume. “São personagens caricatos, superficiais, com traços de personalidade bem definidos, basta evocar um deles que já sabemos como o personagem agirá” (SILVA, 2021, p. 42). O personagem a ser criado terá apenas uma característica dominante? Qual é?

5.1.3 PERSONAGEM BIDIMENSIONAL

Personagens unidimensionais apresentam mais características comportamentais e/ou psicológicas. São essas camadas de características de personalidade que tornam os personagens mais profundos e humanos. Danton (2010, p. 34) exemplifica ressaltando que o “Demolidor é o homem sem medo, mas também é cego; Homem de Ferro é invencível, mas sofre com problemas de coração”. Quais são as camadas psicológicas e/ou comportamentais que o personagem a ser idealizado terá?

5.1.4 PERSONAGEM TRIDIMENSIONAL

São personagens com personalidades complexas e impossíveis de serem definidas a partir de uma ou duas características apenas. A esse respeito Danton (2010) afirma que o Demolidor foi transformado por Frank Miller em um personagem tridimensional. “Ele acrescentou mais uma camada ao herói ao mostrar que, além de corajoso e cego, ele também tinha ódio do pai por este tê-lo obrigado a estudar ao invés de seguir a carreira de lutador” (DANTON, 2010, p. 35).

Silva (2021), observa que esses personagens também são classificados como personagens esféricos. “São personagens mais complexos, que possuem, além do que lhe é aparente, uma vida íntima mais rica e, por vezes, contraditória. É um personagem fruto de sua natureza interior” (SILVA, 2021, p. 42-43). O personagem a ser criado terá uma personalidade complexa? Como pode ser definida?

5.1.5 MOTIVAÇÃO

Danton (2010) dá alguns exemplos do que pode ser a força que motiva cada personagem em suas ações dentro de uma história. Em Sandman o que motiva o personagem na história era a recuperação dos objetos do poder que lhes foram roubados. São eles: a algibeira de areia, o elmo e o rubi. A motivação do Monstro do Pântano, de Alan Moore, é a busca do conhecimento de si mesmo. A motivação de Carl Fredricksen, o velhinho da

animação UP: altas aventuras, ao voar com sua casa, está em voltar à sua infância. Já Russell, o menino escoteiro, em tese tinha por motivação ganhar mais um distintivo. Porém, na realidade, quer ganhar a atenção do pai. Sua motivação é representada pelo distintivo. Batman, o cavaleiro das trevas, “[...] luta contra seus próprios medos, tanto que adota a imagem dos morcegos que tanto lhe causaram pavor na infância” (DANTON, 2010, p. 54). Qual é a motivação do personagem a ser elaborado?

5.1.6 DESCRIÇÃO DA AMBIENTAÇÃO

É importantíssimo que se informe de onde vem o personagem, onde mora, quem faz parte de seu convívio, onde trabalha, entre outras informações. A ambientação influencia no modo de pensar e agir dos personagens. “Um exemplo mais famoso: Batman de Cavaleiro das trevas é violento porque a Gotham City criada por Frank Miller é violenta” (DANTON, 2010, p. 35).

É preciso ter informações oficiais sobre um determinado local caso seja uma região real. Necessita-se saber como é o clima do lugar, seus moradores, a cultura, o ambiente urbano/rural, sua fauna e flora, ter registros audiovisuais, fotografias e outras. Por outro lado, criar personagens para ambientes ficcionais e fantásticos geram maior esforço criativo. “É necessário, nesses casos, imaginar todos os aspectos dessa sociedade: quem governa, se é que há governo, como as pessoas vivem, quais são os seus costumes, como elas se alimentam [...]” (DANTON, 2010, p. 36).

6 CONCEPT ART

O conceito visual do personagem é idealizado na etapa de *concept art*. Pontualmente, o *concept art* é a conceituação visual para um projeto específico, tendo a função de um “[...] guia visual/conceitual auxiliador de papel crucial no desenvolvimento do projeto. A metodologia do processo criativo do design de personagens apresenta-se como um processo iterativo de design” (TAKAHASHI; ANDREO, 2011, p. 1). Sendo assim, sua função é definir a conceituação visual do personagem e desempenhar o papel de um modelo para sua criação.

De acordo com Silva e Nakata (2012, p. 37) o *concept art* pode ser entendido como uma forma de ilustração cujo objetivo principal é “[...] transmitir uma representação visual de um projeto, ideia e/ou disposição para uso em filmes, videogames, animação ou quadrinhos, antes que seja colocado no produto final”. Nesse contexto, o designer conceitual cria o design visual não apenas dos personagens, mas também de seus acessórios, cenários e de todo seu universo ficcional. Porém, para o presente estudo, o foco está

apenas no processo de criação do design de personagens.

Segundo Takahashi e Andreo (2011), a execução do *concept art* independe do tipo de técnica, nível ou acabamento da representação visual, pois abrange desde um grosseiro esboço até a finalização do trabalho com riqueza de detalhes. Nesse processo de criação, Silva e Nakata (2012) defendem a premissa de que os designers conceituais não dependam apenas de *softwares* de criação para a produção do *concept art*, mas que possam conhecer e experimentar diferentes técnicas artísticas manuais. Esse é um procedimento que lhes garante não apenas o controle sobre os *softwares*, mas a compreensão dos limites e potencialidades de criação e pintura que eles oferecem

6.1 DESIGN DE PERSONAGENS

O design de personagens, ou *character design*, é uma das etapas contidas na fase de *concept art*. A fase de *character design* é o momento da materialização visual do personagem. “A interpretação das ideias e o modo como elas são realizadas é onde a criatividade individual do artista conceito se mostra mais evidente” (NAKATA; SILVA, 2011, p. 38). Trata-se, portanto, do tão aguardado momento de criar, desenhar, conceber e tangibilizar o design visual do personagem a partir da descrição e interpretação de suas características físicas, psicológicas, motivacionais, culturais e comportamentais apresentadas nas etapas anteriores da metodologia.

Na sequência são apresentadas as etapas aplicadas à criação do design de personagem.

6.2 EXPANSÃO DO REPERTÓRIO VISUAL

Essa é uma etapa que enriquece as ideias criativas para o design visual dos personagens. É constituída por duas subetapas, sendo elas: estudo de similares e painéis de referências visuais. Tem como propósito a compreensão do panorama do campo em que o projeto está concentrado e também se propõe a se dedicar à observação do que foi produzido, da mesma forma que se dedica a coletar recursos visuais que serão empregados como referências para a posterior materialização dos personagens.

6.2.1 ESTUDO DE SIMILARES

Nesta etapa é realizada uma pesquisa sobre os produtos existentes que são similares ao projeto de personagens a serem desenvolvidos. Após organizar essas imagens em formato de painel, chega o momento de descrever as características observadas no design

de personagens no que diz respeito à técnica de criação, ao estilo visual dos traços, a cores, formas, texturas, expressões corporais, posições, posturas, formato e proporção do corpo, entre outras. Isso ajuda o designer a ter referências e ideias acerca do que precisará se ater, seguir ou repensar para iniciar seu processo de criação do design de personagem. Portanto, se o personagem é para uma animação 3D, então será necessário que se faça uma pesquisa de design de personagens para animação 3D. A identificação de similares será mais focada e refinada, conforme as especificidades de cada projeto. O mesmo deve ser feito para personagens de jogos, histórias em quadrinhos, livros ilustrados e outros meios.

Para organizar os dados advindos dos estudos dos similares, o designer pode criar um texto corrido ou uma tabela descritiva contendo o que identificou como características peculiares do design dos personagens. Pode estabelecer parâmetros descritivos sobre, por exemplo, como foi pensada a proporção dos corpos, os desenhos gestuais, bem como são as expressões faciais e corporais dos personagens, se são moderadas ou exageradas, estáveis ou dinâmicas. Também pode-se dizer como são suas vestimentas, se são simples ou rebuscadas, se seus corpos são estruturados por formas geométricas, se as poses conseguem transmitir a personalidade do personagem e outras.

A Figura 1 representa similares de *concept arts* voltados à criação de personagens de animação 3D.

Figura 1 - Concept arts de personagens para animação 3D



Fonte: Laura Pontes de Castro.

6.2.2 PAINÉIS DE REFERÊNCIAS VISUAIS

Também chamado de painel semântico, o painel de referências visuais, é uma

6.2.3 MATERIAIS E TECNOLOGIAS PARA O PROCESSO CRIATIVO

Aqui é o espaço destinado para o designer descrever quais são os materiais de criação manual e digital que podem ser empregados na criação visual do personagem. Esses itens vão desde técnicas manuais de criação, com lápis e tintas, até os mais avançados *softwares* de criação e manipulação de imagens digitais. Essas informações são descritas para a parte de *sketches*, desenho e refinamento da arte final da ilustração do personagem. Entre os materiais e tecnologias existentes é preciso dizer quais serão as adotadas pelo designer no projeto e por qual motivo.

As próximas etapas são justamente o início do uso e experimentação desses materiais e tecnologias na criação dos personagens.

6.2.4 SILHUETAS

A silhueta e o *sketch* estão no início do processo de criação visual de um personagem, trata-se de experimentações de esboços livres com o objetivo de identificar a melhor forma visual que representa um personagem. Muitos designers, no início do processo criativo, usam a silhueta ou o *sketch* – ou ambos, concomitantemente, para criar a estrutura corporal e gestual de um personagem. A importância da silhueta está na força que ela tem de diferenciar ou destacar a forma de um personagem em relação a outro. É a silhueta que permite a percepção da variedade da estrutura corporal, postura e vestimenta de cada personagem. Os *sketches* das silhuetas focam no contraste da forma ou sombra, pois são elas que causam a primeira impressão no leitor ou espectador. Raynes e Raynes (2000) observam que é fundamental desenvolver a habilidade de desenhar silhuetas, pois isso leva o designer a não ficar preso em partes pequenas e restritas – como rosto, olhos e mãos, mas pensar a composição estrutural do personagem de forma integral. Se a silhueta é capaz de exprimir o que é o personagem individualmente, então sua criação será bem-sucedida. Para Seegmiller (2008, p. 10, tradução nossa), “Um personagem com uma silhueta forte e reconhecível será visualmente mais impactante, compreensível e apelativo”.

O estudo das formas e seus significados simbólicos ou associativos ajudam a pensar a silhueta, pois algumas formas podem contribuir para expressar atributos do personagem. Personagens leves e amigáveis podem ser constituídos por formas circulares, semicírculos ou traços sinuosos. Personagens violentos ou agressivos podem ser pensados a partir de formas quadradas, retangulares, pontiagudas e de ângulos retos. Cabe ao designer esse estudo contextual dos sentidos formais e sua melhor aplicação ao seu processo criativo destinado à criação de personagens.

Figura 3 - Estudo de silhuetas do personagem Damião



Fonte: Laura Pontes de Castro.

6.2.5 SKETCHES

Silva e Nakata (2012) entendem que *sketches* são rascunhos que estão presentes nos estudos preliminares como um ponto de partida do projeto visual do personagem.

O *sketch* é uma ferramenta de criação que estimula, treina o desenho esquemático e o desenho gestual, assim como todo o planejamento compositivo de uma representação visual. É o momento de se dedicar à captura dos traços dos elementos essenciais da composição do personagem. Durante o estudo da forma por meio do desenho dos *sketches* o projetista vai

[...] modelando o resultado final. O processo facilita a elaboração das ideias e, ao mesmo tempo, proporciona que ele seja modificado no decorrer da execução, assim, o autor tem flexibilidade e adapta as modificações conforme lhe for conveniente. (SILVA; NAKATA, 2012, p. 22).

Os *sketches* podem ser realizados em qualquer tipo de suporte, desde suportes físicos, como papel, até os digitais presentes em *softwares* gráficos, mesa digitalizadora e *tablets*. Os *sketches* “[...] dispensam compromisso com o refinamento gráfico, que é uma etapa posterior, e devem trazer, principalmente, as ideias instantâneas e que caracterizam a intenção geral para o trabalho como um todo” (SILVA; NAKATA, 2012, p. 23). É por meio da cultura diária da prática do sketch que o designer chegará à plenitude de suas habilidades criativas de ideias e, concomitantemente, do aprimoramento e refinamento de suas artes.

Fazer *sketches* é um exercício de *brainstorm* de ideias visuais expressas em esboços, rascunhos e desenhos livres e rápidos. Ao mesmo tempo em que se desenha vão surgindo ideias de soluções visuais. Durante esse processo criativo o designer vai

modelando as alternativas iniciais sem medo de estragá-las e continuamente corrigindo-as, até chegar à solução definitiva. No que diz respeito à criação dos personagens, Lippincott (2007) explica que os *sketches* geram diferentes alternativas de poses, explorando diferentes ângulos de pontos de vista e perspectivas do personagem. Dessas experimentações certamente surgirá aquela pose que melhor representa o personagem e as poses que ajudam a visualizar e compreender sua personalidade, pois sua caracterização também ocorre quando são exemplificadas quais são as posturas, expressões faciais, gestos e situações que só um determinado personagem tem.

Figura 4 - Sketches do personagem Damião



Fonte: Laura Pontes de Castro.

6.2.6 ESTUDO DE VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS

Vestuário dizem muito sobre as origens do personagem, sua profissão ou ocupação, seus valores, etnias, religião, gostos, estilo de vida, entre outros. Das diferentes opções feitas, uma se destacará como mais pertinente ao personagem.

Figura 5 - Estudo de vestuário do personagem Damião



Fonte: Laura Pontes de Castro.

6.2.7 ESTUDO DE CORES

Para a escolha de cores é importante rever quais são as características de personalidade do personagem. Também é indicado o estudo sobre a teoria e psicologia das cores. Dessa forma é possível que toda escolha seja justificada a partir das questões de harmonia, equilíbrio e contraste, mas também pelas sensações que as cores transmitem.

Figura 6 - Estudo de cores do personagem Damião



Fonte: Laura Pontes de Castro.

6.2.8 MODEL SHEET E EXPRESSÕES FACIAIS

O objetivo do *Model sheet* (folha modelo) é estudar o personagem e manter sua reprodução durante o projeto de maneira proporcional, fidedigna e consistente. No *model sheet* são feitos os desenhos de *turn around* do personagem com poses neutras, sem movimentos ou gestos corporais. Não há limite de poses para o *turn around* (giro) do personagem, porém, é indicado no mínimo três ângulos: frente, perfil e costas. É importante também que se trace linhas horizontais em diferentes alturas do corpo do personagem para garantir a manutenção das suas proporções em todas as poses de ângulos.

Também não há um padrão definitivo para a criação do *model sheet*. Muitos designers criam apenas as três poses de ângulos dos personagens. Já outros propõem, além do *turn around*, uma imagem maior e central, uma espécie de imagem síntese do personagem. Essa seria a imagem que melhor representa a personalidade do personagem. Cabe ao designer se perguntar em qual posição o personagem seria representado nessa imagem síntese: de luta? Alegria e entusiasmo? Melancólico? Desastrado? Nervoso?

Além do *turn around* e da imagem síntese o designer também pode inserir, no *model sheet*, algumas expressões faciais do personagem. Para isso são elaborados dese-

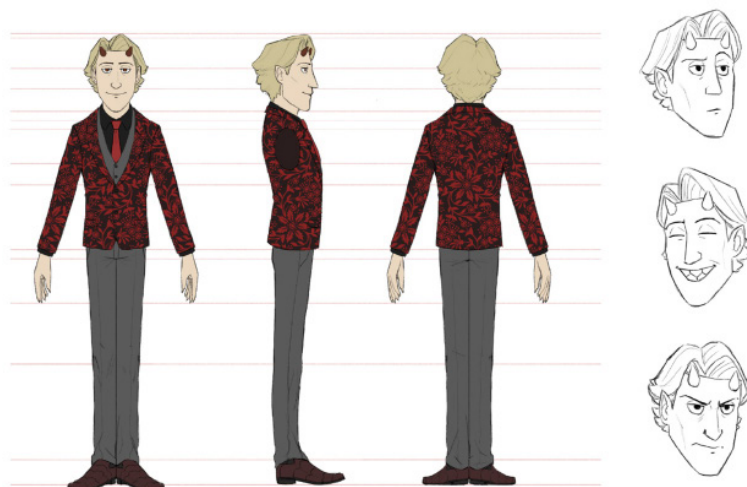
nhos com planos mais próximos do rosto do personagem. As expressões faciais são variadas, conforme as singularidades do personagem, indo da tristeza à alegria, da raiva à calma, entre outras.

Além das expressões faciais também podem ser criados, pelo designer, alguns desenhos do personagem de corpo inteiro, com posições dinâmicas (*action poses*). Essas posições devem transparecer as características peculiares do personagem, como seu comportamento, manias, tiques nervosos e outras. Trata-se, portanto, de uma forma de representar, por meio da linguagem corporal, não apenas a personalidade, mas também emoções, sentimentos e estados de espírito do personagem.

Por fim, além de todos os itens mencionados, o designer também pode desenhar, no *model sheet*, os acessórios e objetos pertencentes ao personagem, como escudos, arco e flecha, mochila, capa, capacetes, entre outros. Sobre as questões discutidas acerca da diversidade de representação visual do personagem no *model sheet*, McCloud (2008) orienta que, assim que o design básico do personagem estiver definido, é o momento de colocá-lo em uma ficha-modelo, trata-se de uma série de desenhos representando o personagem em vários ângulos.

Uma boa ficha-modelo geralmente incluirá tanto a figura inteira como close-ups faciais. Além de notas sobre como o corpo é construído. Tanto sob as roupas como sob a pele. Detalhes dos trajes se houver algum. Ou diferentes estilos de roupas que seu personagem gosta de usar. É então que você pode começar a planejar que tipo de traços expressivos gostaria que cada personagem tivesse. Trata-se das várias tendências da linguagem corpórea. Das suas expressões faciais. Dos padrões de fala. E outros toques pessoais. É aqui que você começa a mapear o território emocional em que cada personagem opera. E procure aquelas duas ou três expressões ou poses-chave que são exclusivas de cada personagem. (MCCLOUD, 2008, p. 74-77).

Figura 7 - Model sheet e estudo de expressões do Damião



Fonte: Laura Pontes de Castro.

6.2.9 FOLHA DE PROPORÇÃO

A folha de proporção será necessária apenas se forem criados dois ou mais personagens. Dessa forma será possível compreender suas alturas, formas e proporções corporais, comparando-os uns aos outros.

Figura 8 - Comparação de altura e formas corporais entre personagens



Fonte: Laura Pontes de Castro.

7 VERIFICAÇÃO DO PROJETO

De acordo com o prazo, tamanho, tipo e objetivo do projeto o designer pode fazer uma verificação de validação. A validação pode ser feita pelo próprio designer por meio de um *checklist* que verifica se todos os requisitos das etapas de problema de design, criatividade conceitual e criatividade conceitual para criação de personagens foram atendidos. Conjuntamente pode ser feita a impressão do personagem para verificar se está tudo adequado em termos de legibilidade, contraste, fidelidade de cores, gradação tonal e outros pontos. A depender do projeto, pode-se fazer uma pesquisa com o público final, ouvindo-o sobre suas percepções, experiências positivas e negativas junto ao projeto do personagem. Os apontamentos podem contribuir para melhorar, enriquecer ou validar o projeto visual do personagem.

8 MELHORIA PROJETO

Essa fase será necessária caso os entrevistados indiquem algum problema a ser resolvido no visual do personagem criado. Esse problema pode ser relativo à não percepção do conceito central do personagem, à composição formal, ao estilo visual, a interpretações dúbias, entre outras possibilidades. Ao finalizar as correções, o projeto visual do personagem é apresentado novamente aos entrevistados até se chegar à aprovação do partido final.

9 SOLUÇÃO E REFINAMENTO DO PERSONAGEM

Nessa etapa conclusiva do projeto é fundamental que o designer faça o refinamento ou a renderização daquilo que foi criado e escolhido como partido adotado para o personagem.

Figura 9 - Etapas da renderização do personagem Damião



Fonte: Laura Pontes de Castro.

10 CONCLUSÃO

Ao concluir todas as etapas da metodologia de design aplicadas à concepção de personagens observa-se que se trata de um projeto extremamente extenso, de muitas nuances de etapa e subetapas. Trata-se de um campo de atuação que exige habilidades com desenho e técnicas de ilustração. Tais conhecimentos precisam estar interligados a processos de pesquisa visual. É importante que o designer conheça outras culturas e seus respectivos códigos visuais para, a partir de então, criar seus personagens coerentemente com o contexto de onde emerge e, por conseguinte, onde viverá suas histórias. Um personagem tem alma e, portanto, o designer precisa entender sobre comportamentos, psicologia e atitudes humanas. Nesse aspecto, trabalhar com design de personagens é abrir espaço para que o designer se envolva cada vez mais com pessoas.

A proposta é que a metodologia aqui apresentada contribua para que o designer tenha uma ferramenta que o auxilie na organização da coleta de dados, interpretações, pensar os conceitos adequados e explorar diferentes materiais de criação na concepção de seus personagens. A criação de personagens revela muitos caminhos de atuação para o designer. A área do *concept art* tem grande potencialidade de atuação, pois muitos estudantes e profissionais de design, além de bons estrategistas projetuais, também possuem habilidades com o desenho⁵.

⁵ Revisão gramatical feita por Rose Mendes da Silva, doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG). Mestre em Comunicação pela UFG (2015). Bibliotecária (2013). Especialista em Assessoria em Comunicação pela UFG (2005). Especialista em Marketing Político pela UFG (2004). Jornalista (1995). Bibliotecária-documentalista do quadro efetivo da Biblioteca

REFERÊNCIAS

DANTON, Gian. **Como escrever quadrinhos**. Paraíba: Marca de Fantasia, 2015.

DANTON, Gian. **O roteiro nas histórias em quadrinhos**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

GOMES FILHO, João. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. São Paulo: Escrituras, 2009.

LIPPINCOTT, Gary A. **The fantasy illustrator's technique book**. London: Barron's, 2007.

MCCLLOUD, Scott. **Desenhando quadrinhos: os segredos das narrativas de quadrinhos, mangás e graphic novels**. 1. ed. São Paulo: M. Books, 2008.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

RAYNES, John; RAYNES, Jody. **How to draw the human figure: a complete guide**. Reino Unido: Parragon Publishing Book, 2000.

ROCHA, Cláudio Aleixo. Metodologia de design aplicada à criação de história em quadrinhos. **Imaginário!**. Paraíba, v. 1, n. 24, p.07-53, 16 jun. 2022.

SILVA, José Carlos Plácido; NAKATA, Milton Koji. **Sketch para design: sua importância no processo de criação de produtos**. Bauru: Canal6, 2012.

SILVA, Mylle. **Guia básico e prático para histórias em quadrinhos**. Curitiba: Têmpora, 2021.

SEEGMILLER, Don. **Digital character painting: using Photoshop CS3**. Boston: Charles River Media, 2008.

TAKAHASHI, Patrícia Kelen; ANDREO, Marcelo Castro. Desenvolvimento de concept art para personagens. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE GAMES E ENTRETENIMENTO DIGITAL, 10., Salvador. **Anais eletrônicos** [...]. Salvador: Sociedade Brasileira de Computação, 2011. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2011/proceedings/sbgames/>

Central do Sistema de Bibliotecas da UFG (2018). E-mail: rosemendes99@ufg.br.

papers/art/full/92122.pdf. Acesso em: 15 jun. 2023

Data de Submissão: 18/06/2023

Data de aceite: 08/08/2023

Data de publicação: 13/12/2023

